

ANALISIS PENENTUAN HARGA JUAL BERDASARKAN METODE COST PLUS PRICING PADA PT. SURYA PARAMA GRASINDO

TUGAS AKHIR

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



Disusun Oleh :

Nama : Riyant Dwi Prasetya

NIM : 1811016

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

2015

**KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN RI
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INDUSTRI**

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL TUGAS AKHIR :

ANALISIS PENENTUAN HARGA JUAL BERDASARKAN METODE COST PLUS PRICING PADA PT. SURYA PARAMA GRASINDO

DISUSUN OLEH :

Nama : Riyant Dwi Prasetya
NIM : 1811016
Program Studi : Manajemen Bisnis Industri

Telah diuji oleh Tim Penguji Sidang Tugas Akhir Program Studi Manajemen Bisnis Industri Sekolah Tinggi Manajemen Industri pada hari Selasa tanggal 01 Desember 2015.

Jakarta, Desember 2015

Pembimbing,

Ketua Penguji,

(Drs. Marison Sitorus, MM.)

(Dr. S. Sukma Adnan, SE, M.Pd.)

Penguji,

Penguji,

(Dra. Sri Daryuni, MM.)

(Drs. Ubaldus Upa, MSc.)

**KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN RI
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INDUSTRI**

TANDA PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

JUDUL TUGAS AKHIR :

**ANALISIS PENENTUAN HARGA JUAL BERDASARKAN METODE
COST PLUS PRICING PADA PT. SURYA PARAMA GRASINDO**

DISUSUN OLEH

NAMA : RIYANT DWI PRASETYA

NIM : 1811016

PROGRAM STUDI : MANAJEMEN BISNIS INDUSTRI

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

Jakarta, 24 Agustus 2015

Dosen pembimbing

Drs. Marison Sitorus, MM

NIP. 196306201989031003

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Saya mahasiswa Sekolah Tinggi Manajemen Industri, Kementerian Perindustrian RI

Nama : RIYANT DWI PRASETYA

NIM : 1811016

Jurusan : Manajemen Bisnis Industri

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

ANALISIS PENENTUAN HARGA JUAL BERDASARKAN METODE COST PLUS PRICING PADA PT. SURYA PARAMA GRASINDO

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

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

Jakarta, 24 Agustus 2015
Yang Membuat Pernyataan

RIYANT DWI PRASETYA

KATA PENGANTAR

Puji Tuhan yang telah melimpahkan berkat-Nya, sehingga penyusun dapat menyelesaikan penyusunan laporan praktek kerja lapangan (magang) pada PT. Surya Parama Grasindo dengan baik.

Tujuan dari penyusunan laporan praktek kerja lapangan (magang) ini adalah sebagai salah satu persyaratan akademis untuk menyelesaikan study pada program jurusan Manajemen Bisnis Industri Kementerian Perindustrian RI dan untuk dapat menghasilkan sumber daya manusia yang berkualitas. Laporan ini disusun berdasarkan data yang penyusun dapatkan selama melaksanakan praktek kerja lapangan (magang).

Penyusun menyadari bahwa dalam menyusun laporan praktek kerja lapangan (magang) ini tidak lepas dari dukungan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penyusun mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Ahmad Zawawi selaku Ketua Sekolah Tinggi Manajemen Industri Kementerian Perindustrian RI.
2. Bapak Drs Morison Sitorus MM Selaku Puket III bidang kemahasiswaan Sekolah Tinggi Manajemen Industri Kementerian Perindustrian RI.
3. Bapak Pasti Imanuel Bangun selaku ketua jurusan manajemen bisnis industri Sekolah Tinggi Manajemen Industri Kementerian Perindustrian RI atas bimbingan dan arahan yang diberikan.
4. Bapak Drs Morison Sitorus MM selaku Dosen pembimbing atas bimbingan dan arahan yang diberikan.
5. Bapak Taufik Setiadi selaku pemilik usaha PT. Surya Parama Grasindo yang telah memberikan kesempatan dan kebebasan kepada penyusun untuk melakukan praktek kerja lapangan (magang) ditempatnya.
6. Kepada seluruh karyawan PT. Surya Parama Grasindo yang telah menerima kehadiran penyusun dengan baik selama melakukan praktek kerja lapangan (magang) serta bantuan atas kerjasama yang baik.
7. Untuk Bapak dan Ibu saya yang selalu memberikan doa dan dukungan yang sangat laur biasa agar saya bisa menjadi anak yang sukses kedepannya.
8. Untuk teman-teman yang telah membantu memberikan dorongan semangat serta kerjasamanya selama ini.
9. Seluruh Staff Sekolah Tinggi Manajemen Industri (STMI) beserta dosen pengajar.

10. Semua pihak yang berjasa kepada Penulis dalam menyusun laporan ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Sebagai penutup, penyusun menyadari bahwa laporan praktek kerja lapangan (magang) ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu, penyusun mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari pembaca. Akhirnya penyusun berharap semoga laporan praktek kerja lapangan (magang) ini dapat bermanfaat bagi semua, khususnya untuk rekan-rekan Sekolah Tinggi Manajemen Industri Kementrian Perindustrian RI.

Jakarta, 30 Juni 2015

Riyant Dwi Prasetya

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	I
DAFTAR ISI	Iii
DAFTAR TABEL	V
DAFTAR GAMBAR	Vi
BAB I PENDAHULUAN	.	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup	2
1.3 Tujuan Kerja Lapangan	3
1.4 Sistematika Laporan	3
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN		5
2.1 Profil Perusahaan	6
2.2 Sejarah Perusahaan	6
2.3 Lokasi Perusahaan	7
2.4 Struktur	7
2.5 Job Description	7
BAB III PENGELOLAAN USAHA		
3.1 Aspek Produksi	10
3.1.1 Proses Prouksi	11
3.1.2 Layout Perusahaan	15
3.2 Aspek Pemasaran	17
3.2.1 Fungsi Pemasaran	20
3.3 Aspek Keuangan	25
3.3.1 Biaya Investasi	25
3.3.2 Laporan Keuangan	26
3.4 Aspek Personalia	37
3.4.1 Analisis Jabatan	37
3.4.2 Perekrutan dan Penempatan Karyawan	39
3.4.3 Penilaian Kinerja	41
3.4.4 Kesejahteraan Karyawan	41
3.4.5 Pemutusan Hubungan Kerja	42
BAB IV PERMASALAHAN PENYELESAIAN		
4.1 Aspek Produksi	43
4.2 Aspek Pemasaran	43
4.3 Aspek Keuangan	46
4.4 Aspek Personalia	46
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1 Kesimpulan	48
5.2 Saran	49

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Mesin yang digunakan dalam Proses produksi	11
Tabel 3.2	Produk PT. Surya Parama Grasindo	18
Tabel 3.3	Biaya Pemasaran	23
Tabel 3.4	Biaya Investasi	24
Tabel 3.5	Hasil Penjualan PT. Surya Parama Grasindo	26
Tabel 3.6	Pengeluaran PT. Surya Parama Grasindo	26
Tabel 3.7	Pajak PT. Surya Parama Grasindo	27
Tabel 3.8	Laba Bersih	27
Tabel 3.9	Saldo Kas Awal	27
Tabel 3.10	Saldo Kas Akhir	28
Tabel 3.11	Biaya Penyusutan	28
Tabel 3.12	Biaya Operasional	29
Tabel 3.13	Hasil Penjualan	32
Tabel 3.14	Laporan Laba Rugi	33
Tabel 3.15	Laporan Perubahan Modal	34
Tabel 3.16	Laporan Arus Kas	35
Tabel 3.17	Neraca	36
Tabel 3.18	Kebutuhan Tenaga Kerja Produksi	39
Tabel 3.19	Nama mesin, jumlah mesin & jumlah karyawan produksi	39
Tabel 3.20	Nama mesin, jumlah mesin & jumlah karyawan finishing	40
Tabel 3.21	Data Jam Kerja	41

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Struktur Organisasi	7
Gambar 3.1	Mesin Injection	11
Gambar 3.2	Mesin Blowing	12
Gambar 3.3	Plastik Packing	13
Gambar 3.4	Karung	13
Gambar 3.5	Mesin Jahit Portable	14
Gambar 3.6	Layout Perusahaan	15
Gambar 3.7	Layout Proses Produksi	16
Gambar 3.8	Contoh Produk yang dipasarkan	18
Gambar 3.9	Distribusi Pemasaran	19
Gambar 3.10	Pengiriman	21
Gambar 3.11	Pembungkusan	22

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Masalah kebijakan 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 tetap.

Dalam memasarkan hasil produksi faktor harga memegang peranan penting karena harga jual produk dari suatu perusahaan merupakan indikator yang akan menentukan konsumen untuk membeli atau tidak produk yang ditawarkan. Selain itu harga dari suatu produk juga akan menentukan tingkat penjualan sekaligus dapat dijadikan tolak ukur laku tidaknya suatu barang dipasaran. Untuk itu perusahaan perlu mempertimbangkan harga jual yang akan ditetapkan akan berpengaruh terhadap besar kecilnya volume penjualan.

Perusahaan PT. Surya Parama Grasindo dalam menetapkan harga jual untuk setiap produknya didasarkan pada biaya harga pokok produksi ditambahkan dengan keuntungan yang diharapkan dalam menghitung biaya produksi perusahaan juga tidak memasukkan biaya non produksi. Dengan demikian belum diketahui apakah harga pokok produksi dan harga jual yang ditetapkan selama ini sudah tepat atau belum. Oleh karena itu penulis bermaksud melakukan penelitian dengan judul “ANALISIS PENENTUAN HARGA JUAL BERDASARKAN METODE COST PLUS PRICING PADA PT. SURYA PARAMA GRASINDO.”.

1.2 Pokok Permasalahan

Pokok permasalahan adalah bahwa PT. Surya Parama Grasindo dalam menentukan harga jual kemasan plastik belum memasukan biaya non produksi dalam menentukan harga jual.

1.3 Rumusan Permasalahan

Berdasarkan uraian diatas, maka rumusan masalahnya adalah

1. Apakah harga pokok produksi yang ditetapkan oleh perusahaan sudah tepat?
2. Apakah harga jual produk yang ditetapkan oleh perusahaan sudah tepat?

1.4 Batasan Masalah

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

- a. Periode pembukuan yang digunakan adalah tahun 2013 – 2014
- b. Objek penelitian di PT. Surya Parama Grasindo, Karawaci, Tangerang.
- c. Produk yang dihasilkan Botol.
- d. Penelitian bersifat deskriptif yaitu hanya menggambarkan berupa perhitungan harga pokok produksi dan harga jual yang tepat dan kemudian nilainya berdasarkan hasil perhitungan dengan metode full costing.

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk :

- Untuk mengevaluasi harga pokok produksi yang ditetapkan perusahaan selama ini sudah tepat atau belum.
- Untuk mengevaluasi harga jual produk yang ditetapkan perusahaan selama ini sudah tepat atau belum.

1.6 Manfaat Penelitian

a. Bagi Penulis

Menambah wawasan dan pengetahuan tentang analisis perhitungan harga pokok produksi secara keseluruhan.

b. Bagi Pemilik Usaha

Hasil penelitian dapat digunakan sebagai bahan referensi dan informasi dalam perhitungan harga pokok produksi dan menentukan harga jual.

c. **Bagi Mahasiswa Lain**

Dapat dijadikan sebagai 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

1. Pengertian Harga Pokok Produksi

Harga Pokok Produksi (Abdul Halim: 2014: 5), yakni biaya-biaya yang berhubungan langsung dengan produksi dari suatu produk dan akan dipertemukan dengan penghasilan (*revenue*) di periode mana produk itu dijual.

Laporan Harga Pokok Produksi terdapat di dalam di dalam laporan rugi laba, yang berarti laporan harga pokok produksi harus tercangkup tentang laporan total biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead yang dikeluarkan di dalam suatu periode tertentu, yakni

- 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
- Biaya tenaga kerja langsung	xxx
- Biaya overhead	<u>xxx</u> +
- Biaya Produksi	xxx

2. Tujuan Harga Pokok Produksi

Harga pokok produksi periode tertentu dapat dilakukan dengan cara persediaan awal (produk) dalam proses ditambah dengan pemakaian bahan baku, tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik yang jadi (dibebankan) yang selanjutnya baru dilakukan perhitungan harga pokok penjualan (Abdul Halim: 2014: 32) . 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 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.

Biaya produksi atau Harga Pokok Produksi (*Cost of Goods Manufactured*) merupakan kumpulan dari biaya-biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh dan mengolah bahan baku sampai menjadi barang jadi. Biaya-biaya tersebut terdiri dari:

a. Biaya Bahan Baku (BBB)

Biaya Bahan Baku adalah komponen utama yang membentuk keseluruhan dari produk jadi (Wiratna Sujarweni: 2015: 28). Bila biaya bahan baku tersebut langsung dibebankan kepada kelompok biaya bahan baku dinamakan bahan baku langsung, sedangkan bila biaya bahan baku dimaksud dibebankan melalui rekening biaya overhead pabrik dinamakan biaya bahan baku tidak langsung (Abdul Halim: 2014: 39).

Contoh bahan baku langsung adalah kayu untuk pembuatan meubel dan tanah liat untuk pembuatan genteng. Pertimbangan utama dalam mengelompokkan bahan ke dalam bahan baku langsung adalah kemudahan penelusuran proses pengubahan bahan tersebut sampai menjadi barang jadi.

b. Biaya Tenaga Kerja Langsung (BTKL)

Biaya tenaga kerja langsung (Wiratna Sujarweni: 2015: 43) adalah biaya tenaga kerja yang timbul dari pembuatan produksi yang langsung berhubungan dengan produk yang dihasilkan. Contoh: pada perusahaan kursi yang termasuk tenaga kerja langsung adalah gaji karyawan bagian pemotongan kayu, pengamplas, dll.

c. Biaya Overhead Pabrik (BOP)

Biaya overhead pabrik (Abdul Halim: 2014: 90) adalah seluruh biaya produksi yang tidak dapat diklarifikasi sebagai biaya bahan baku langsung atau biaya tenaga kerja langsung. Biaya Overhead Pabrik dapat pula didefinisikan sebagai seluruh biaya produksi yang tidak dapat dilacak ke unit produksi secara individual. Perbedaan antara bahan baku langsung dengan bahan baku tidak langsung serta antara tenaga kerja langsung dengan tenaga kerja tidak langsung sering sukar dilakukan. Biaya overhead pabrik (BOP) terdiri dari biaya BOP tetap dan biaya BOP 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.

3. Metode Penentuan Harga Pokok Produksi

Metode penentuan harga pokok produksi (Abdul Halim: 2014: 18) yang dihitung dari proses akuntansi biaya dapat dilakukan dengan dua alternative

metode. Dua metode yang dimaksud, digunakan sesuai dengan tujuan masing-masing manajemen yang memerlukan data harga pokok produksi tersebut. Adapun keua alternative metode perhitungan harga pokok produksi tersebut adalah:

a. Metode *Full Costing*

Full costing atau sering pula disebut *absortion/conventional costing* (Abdul Halim: 2014: 19) adalah seluruh biaya produksi dimasukkan pada harga pokok suatu produk untuk tujuan perhitungan harga pokok persediaan dan seluruh bukan biaya produksi dikeluarkan. Harga pokok produk menurut metode full costing terdiri dari :

Biaya bahan baku	xxx
Biaya tenaga kerja langsung	xxx
Biaya overhead pabrik tetap	xxx
Biaya overhead pabrik variabel	<u>xxx</u> +
Harga Pokok Produk	xxx

Di dalam metode *full costing*, biaya overhead pabrik baik yang bersifat tetap maupun variabel, dibebankan kepada produk yang diproduksi atas dasar tariff yang ditentukan di muka pada tarif yang ditentukan di muka pada kapasitas normal atau atas dasar biaya overhead pabrik yang ditentukan.

b. Metode *Variable Costing*

Variable costing (Wiratna Sujarweni: 2015: 151) adalah metode menentukan harga pokok produk yang hanya memperhitungkan biaya produksi variabel saja.

Harga pokok produk menurut metode *variable costing* terdiri dari ;

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

Di dalam metode *variable costing* biaya overhead pabrik tetap diperlakukan sebagai period cost dan bukan sebagai harga pokok produk, sehingga biaya

overhead pabrik tetap dibebankan sebagai biaya di dalam periode dimana biaya overhead pabrik tersebut tetap terjadi.

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

Perbedaan (Abdul Halim: 2014: 19) pokok antara metode *full costing* dan *variabel costing* sebetulnya terletak pada tujuan perusahaan jika *full costing* ditujukan pada pihak ekstern perusahaan sedangkan *variable costing* ditujukan untuk pihak intern perusahaan. 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.

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 berperilaku 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 kedalam biaya variabel dan tetap sulit untuk dipisahkan.
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 metode *variable costing* tidak memperhitungkan biaya overhead pabrik tetap 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 penentuan tujuan dan mengembangkan suatu struktur penetapan harga yang tepat. Karenanya akan dibahas terlebih dahulu pengertian mengenai harga. Sebutan/istilah mengenai harga untuk berbagai produk tidak selalu sama dan dengan berbagai nama, Menurut (Carter Usry: 2002: 14) bahwa kebijakan penetapan harga oleh manajemen idealnya memastikan pemulihan atas semua biaya dan mencapai laba, dalam kondisi sesulit sekalipun.

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

1. Pengertian Harga Jual

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

Selain itu, 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. Faktor-Faktor yang Perlu Dipertimbangkan dalam Penentuan Harga Jual

Menurut Kotler dan Armstrong 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).

3. Metode Penentuan Harga Jual Produk

a. 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 akan datang untuk memproduksi dan memasarkan produk, karena harga jual ditentukan dengan menambah biaya masa yang akan datang dengan suatu persentase *markup* (tambahan di atas jumlah biaya) yang dihitung dengan formula tertentu.

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

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

Sumber : Mulyadi, 2009

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

- Perhitungan Harga Jual per Unit

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

Dalam penentuan harga jual, taksiran biaya penuh yang secara langsung berhubungan dengan volume produk dipakai sebagai dasar penentuan harga jual, sedangkan taksiran biaya penuh yang tidak dipengaruhi oleh volume produk ditambahkan kepada laba yang diharapkan untuk kepentingan perhitungan persentase *markup*.

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

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

Sumber : Mulyadi

Presentase markup dihitung dengan rumus :

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

Sumber : Mulyadi

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 di atas tingkat harga pasar. Penetapan harga demikian memang digunakan oleh perusahaan yang sudah memiliki reputasi atau perusahaan yang memiliki barang – barang prestise . Hal ini 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

Laporan keuangan (Munawir: 2012: 2) pada dasarnya adalah hasil dari proses akuntansi yang dapat digunakan sebagai alat untuk berkomunikasi antara data keuangan atau aktivitas suatu perusahaan dengan pihak-pihak yang berkepentingan dengan data atau aktivitas perusahaan tersebut. Informasi yang didasarkan pada analisis keuangan mencakup penilaian keadaan, keuangan korporasi, baik yang telah terlampau, saat sekarang dan ekspektasi kepada masa yang akan datang. Tujuan analisis ini adalah untuk mengidentifikasi setiap kelemahan dari keadaan keuangan yang dapat menimbulkan masalah di masa depan dan menentukan setiap kekuatan yang dapat digunakan.

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*)

(dalam Rp)

Keterangan	Tahun	
	2001	2002
Aktiva Lancar		
Kas	2.550	2.380
Surat berharga	0.500	0.500
Piutang	14.450	17.000
Persediaan barang	19.210	20.400
Total Aktiva Lancar	36.210,5	39.780,5
Aktiva Tetap		
Tanah	3.400	3.400
Gedung dan mesin	19.040	20.910
Penyusutan gedung dan mesin	(11.560)	(12.410)
Total Aktiva Tetap	7.480	8.500
Total Aktiva	43.690,5	48.280,5
Utang Lancar		
Utang dagang	5.440	5.100
Wesel bayar	1.530	5.780
Gaji yang akan dibayar	6.460	5.270
Utang lain - lain	0.850	0.850
Total Utang Lancar	13.430,85	16.150,85
Modal		
Modal saham	15.828,8	16.064,65
Laba ditahan	14.430,85	16.065
Total Modal	30.259,65	32.129,65
Total Utang dan Modal	43.690,5	48.280,5

Sumber: Mulyadi

- **Laporan Laba Rugi**

Laporan Laba Rugi (Irham Fahmi: 2011: 97) merupakan salah satu dari banyak bagian suatu paket laporan keuangan dan seperti bagian lainnya,

laporan laba rugi merupakan bagian dari produk berbagai pilihan, dilaporkan, seperti halnya kebijakan bisnis, kondisi ekonomi dan banyak variable yang memengaruhi hasil yang dilaporkan. Hal ini mencerminkan bahwa pendapatan dan biaya yang dilaporkan tidak selalu menggambarkan *actuai cash* yang dihasilkan dari operasional koporasi. Berikut adalah contoh tabel laporan laba rugi :

Tabel 2.4.2 Contoh Laporan Laba Rugi
(dalam Rp)

Keterangan	Tahun	
	2001	2002
Penjualan	81.600	86.700
Harga Pokok Penjualan	(60.790)	(64.600)
Laba Kotor	20.810	22.100
Biaya Penjualan	(4.900)	(5.100)
Biaya Penyusutan	(800)	(850)
Biaya Administrasi dan Umum	(9.200)	(9.350)
Laba Oprasi 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 : Mulyadi

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.

1. 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.

2. 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 mengitung Harga Pokok Produksi pada perusahaan PT. Surya Parama Grasindo penulis memerlukan data laporan keuangan yang terdiri dari pembelian bahan baku , pembelian bahan penolong, 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 PT. Surya Parama Grasindo.

3. Teknik Pengumpulan Data/Variabel

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

Langkah- langkah yang dilakukan yaitu :

a. Penelitian kepustakaan (*library research*)

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

b. Penelitian lapangan (*field research*)

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

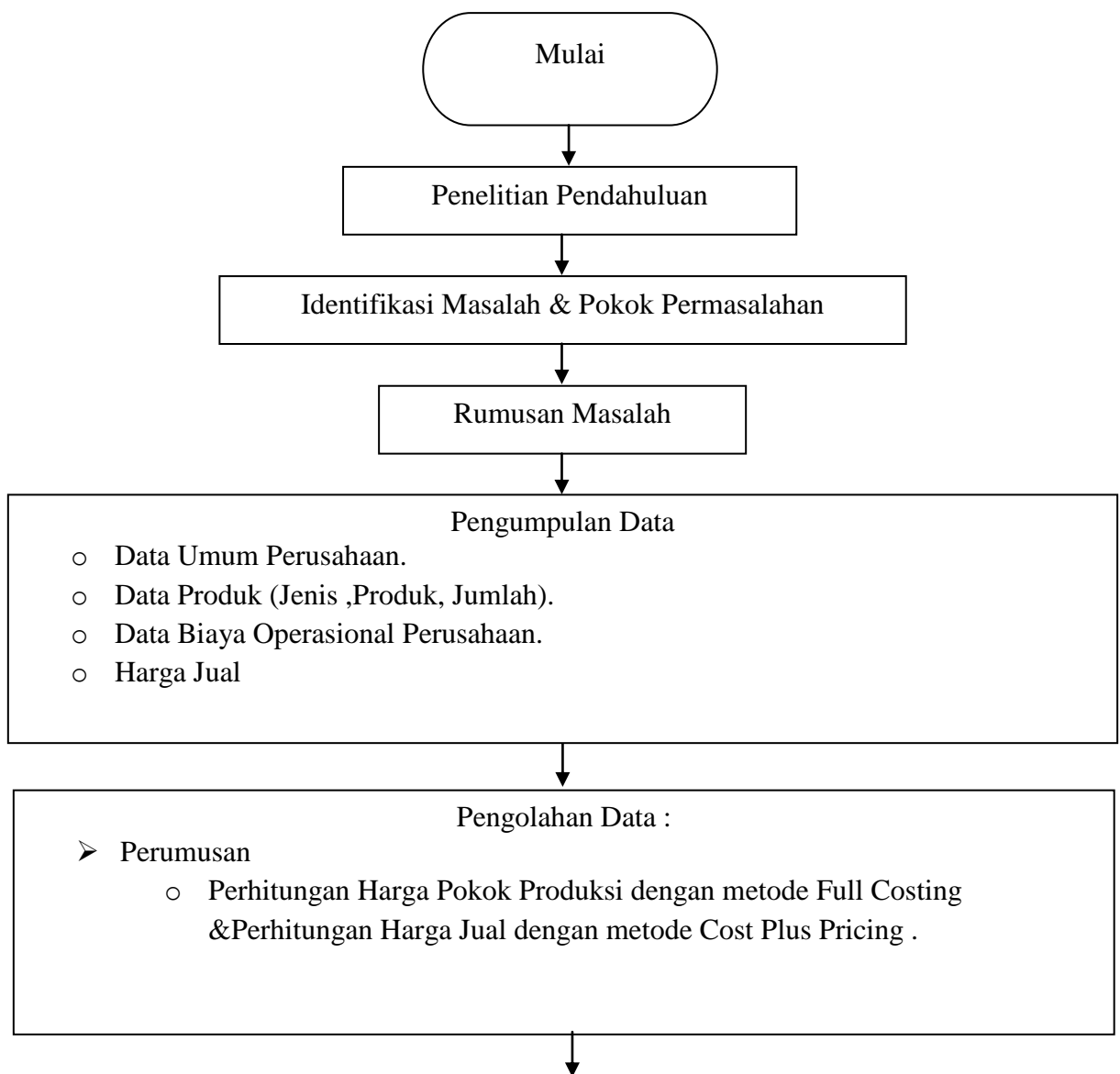
- Wawancara (*Interview*)

Interview atau wawancara merupakan suatu metode pengumpulan data dengan cara tanya jawab dengan pimpinan maupun karyawan di PT. Surya Parama Grasindo

- Observasi (*observation*)

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

Gambar 3.2.1 Kerangka Berpikir



Ya

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 biaya produksi selama periode penelitian, dengan metode full costing , Adapun rumus yaitu:

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

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

Harga jual = Taksiran biaya penuh + Laba yang diharapkan

Sumber : Mulyadi

BAB IV

PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1 Profil Perusahaan

PT. Surya Parama Grasindo merupakan sebuah perusahaan manufaktur kemasan plastic dengan spesialisasi pada blow moulding dan injection moulding. Perusahaan telah berdiri sejak tahun 2009 di Jakarta dan didukung oleh sumber daya manusia yang handal, mesin yang efisien beserta bahan baku yang berkualitas menjadikan kami sebagai sebuah perusahaan yang terus eksis dan berkembang sesuai dengan perkembangan dan kebutuhan jaman. Dalam upaya mendekati pasar yang terus bertumbuh, kami malakukan pelebaran usaha sejenis ke beberapa lokasi di Indonesia seperti di Jawa Timur dan Ujung Pandang. Pada saat sekarang produk kami mencakup toples dan botol. Adapun profile usaha lebih rinci adalah sebagai berikut:

Nama Perusahaan	:	PT. SURYA PARAMA GRASINDO
Nama Pemilik	:	Taufik Setiadi
Merek Dagang	:	SPG (Surya Parama Grasindo)
Tempat Tanggal Lahir	:	Bandung, 17 September 1967
Status	:	Menikah
Pendidikan	:	S1
Jabatan	:	Pimpinan (Pemilik)
Jenis Produk	:	Kemasan Plastik
Alamat Usaha	:	Jalan Raya Legok km 6.1 Kawasan Industri Doson Indonesia Tangerang
Telepon	:	
Mulai Berdiri	:	Tahun 2009
Jumlah Tenaga Kerja	:	43
Modal Awal	:	Rp 100.000.000
Perizinan	:	

1.No. SIUP	:	08499-03 / PM / 1.824.271
2.No.TDP	:	09.02.1.46.49346
3.No.NPWP	:	66.436.380.1-034.000
Email	:	sales@suryagrasindo.com

VISI

“Menjadi perusahaan industry kemasan plastic yang berkualitas dan semakin inovatif.”

MISI

1. Menghasilkan produk yang memiliki kualitas terbaik
2. Menyediakan jasa yang terbaik untuk pelanggan
3. Melakukan inovasi produk secara berkesinambungan guna memenuhi kebutuhan pasar.

1. Sejarah Singkat Perusahaan

PT. Surya Parama Grasindo merupakan sebuah perusahaan manufaktur kemasan plastic dengan spesialisasi pada blow moulding dan injection moulding. Perusahaan telah berdiri sejak tahun 2009 di Jakarta dan didukung oleh sumber daya manusia yang handal, mesin yang efisien beserta bahan baku yang berkualitas menjadikan kami sebagai sebuah perusahaan yang terus eksis dan berkembang sesuai dengan perkembangan dan kebutuhan jaman. Dalam upaya mendekati pasar yang terus bertumbuh, kami malakukan pelebaran usaha sejenis ke beberapa lokasi di Indonesia seperti di Jawa Timur dan Ujung Pandang. Pada saat sekarang produk kami mencakup toples dan botol.

Dengan dukungan dari keluarga yang memiliki latar belakang sebagai pebisnis Bpk. Taufik yang saat itu memiliki modal Rp 100.000.000 memiliki ide dan tidak ragu untuk membuka usaha pabrik kemasan plastic yang jumlah pesaingnya masih sedikit di Indonesia.

Pada awalnya, Bpk. Taufik selaku pemilik PT. Surya Parama Grasindo mendirikan perusahaan tersebut di Cengkareng, Jakarta Barat dengan merk dagang “SPG” pada tahun 2009 akan tetapi karena factor lingkungan yang tidak mendukung akhirnya pada tahun 2009 Bpk. Taufik ini memutuskan untuk membuat pabrik baru di Karawaci, Tangerang sampai saat ini.

2. Lokasi Perusahaan

Lokasi perusahaan berada di Jalan Raya Legok km 6.1 kawasan industri Doson Indonesia, lokasinya sangat strategis karena memiliki akses yang terbuka.

3. Struktur Organisasi

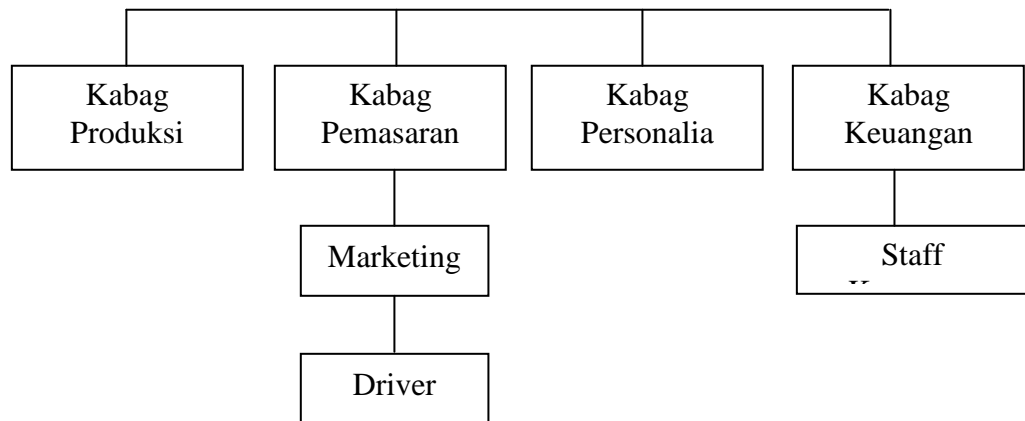
Struktur organisasi adalah susunan komponen-komponen (unit-unit kerja) dalam organisasi. Struktur Organisasi dibuat dan disusun agar setiap anggota dapat bekerjasama secara efektif dan efisien yaitu melalui adanya pembagian kerja, tugas, dan tanggung jawab yang jelas.

Struktur Organisasi pada PT. Surya Parama Grasindo memakai struktur organisasi lini / garis. Didalam bentuk organisasi lini / garis, tanggung jawab dan kekuasaan dari tingkat atas ke bawah berdasarkan tanggung jawabnya masing-masing.

Ciri-ciri organisasi lini / garis adalah jabatan yang tercantum di dalam bagian organisasi terletak pada satu garis vertical. Struktur ini lebih cocok digunakan pada perusahaan kecil yang sedang berkembang.

Gambar 4.1.1. S.O PT. Surya Parama Grasindo





Sumber : PT. Surya Parama Grasindo

- Deskripsi Pekerjaan

Uraian tugas adalah Sebuah kumpulan informasi jabatan dan disusun secara sistematis, yang dapat mengidentifikasi dan menguraikan suatu jabatan atau posisi tertentu sehingga membuat status setiap jabatan menjadi jelas akan fungsi dan perannya, hasilnya serta tanggungjawabnya. Manfaat dari job description adalah Membantu atasan dan bawahan mengerti mengapa suatu jabatan diadakan dan Apa tujuan utamanya.

Dari struktur organisasi diatas, maka job description dari masing-masing jabatan pada PT. Surya Parama Grasindo adalah sebagai berikut :

- 1). Pemilik usaha / Pimpinan Perusahaan
 - a. Mendorong (memotivasi) bawahan untuk dapat bekerja dengan giat dan tekun
 - b. Membina bawahan agar dapat memikul tanggung jawab tugas masing-masing
 - c. Membina bawahan agar dapat bekerja secara efektif dan efisien
 - d. Menciptakan iklim kerja yang baik dan harmonis
 - e. Menyusun fungsi manajemen secara baik
 - f. Menjadi penggerak yang baik dan dapat menjadi sumber kreatifitas
 - g. Menjadi wakil dalam membina hubungan dengan pihak luar
- 2). Koordinator Produksi
 - a. Membuat produksi dapat berjalan dengan lancar.

- b. Menjaga dan mempertahankan mutu serta kualitas produk.
 - c. Menjamin setiap order yang terima dapat diselesaikan tepat waktu.
 - d. Mengawasi tersedianya bahan baku sesuai dalam kebutuhan
- 3). Koordinator Pemasaran
- a. Memasarkan produk perusahaan dan menerima pesanan dari pelanggan dan pembeli.
 - b. Menulis data – data transaksi penjualan setiap transaksi dan bukti – buktinya.
 - c. Membuat laporan penjualan.
- 4). Koordinator Keuangan
- a. Menjamin sasaran dan kebijaksanaan dalam bidang keuangan.
 - b. Menjamin tersedianya dana untuk operasi perusahaan.
 - c. Menjamin likuiditas dari sumber dana perusahaan.
 - d. Menjamin rentabilitas dari sumber dana perusahaan.
 - e. Menjamin tersedianya prosedur dan sistem administrasi organisasi yang lebih efektif.
 - f. Mengarahkan dan menstimulir minat dan pengembangan keterampilan seluruh karyawan.
 - g. Menjamin terpenuhinya kewajiban dan pajak perusahaan.
 - h. Menjamin tersedianya laporan permodalan tahunan untuk pemegang saham maupun untuk kepentingan pengendalian operasi perusahaan.
 - i. Memelihara reputasi perusahaan terhadap pihak luar perusahaan yang berkepentingan.
 - j. Menilai prestasi kerja bawahan.
 - k. Menetapkan kebijakan-kebijakan di bidang keuangan.
 - l. Menerima pertanggungjawaban dari kepala outlet atau toko pada tiap cabang.
- 5). Fungsi manajer personalia pada PT. Surya Parama Grasindo yaitu :

- a. Manajer personalia bertanggung jawab pada karyawan yang ada di perusahaan. Manajer personalia bertanggung jawab untuk memberikan arahan
- c. Manajer personalia berfungsi untuk memberikan dorongan serta motivasi kepada karyawan

4.2 Aspek Pemasaran

Pengertian Pemasaran adalah suatu system total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi, mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar tujuan serta tujuan perusahaan. Pengertian tersebut dapat memberikan gambaran bahwa pemasaran sebagai suatu sistem dari kegiatan-kegiatan yang saling berhubungan, ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang/jasa kepada pembeli atau individual maupun kelompok pembeli. Kegiatan-kegiatan tersebut beroperasi dalam suatu lingkungan yang dibatasi sumber-sumber dari perusahaan itu sendiri, peraturan-peraturan, maupun konsekuensi sosial perusahaan.

Maka , dari pengertian-pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa tenaga pemasaran zaman modern dan global saat ini harus mampu menciptakan nilai dan hubungan yang berkesinambungan dengan pelanggan. (Manajemen Strategi Pemasaran, Dr. H. Nana Herdiana, S.E., Ak., M.M. :2015 : 155).

a). Produk yang Dipasarkan

Produk yang dihasilkan perusahaan ini adalah botol plastic dan toples plastic dimana botol plastic terdapat dua ukuran yaitu ukuran 500ml dan 800ml sedangkan untuk toples hanya satu ukuran saja.

b). Wilayah Pemasaran

Wilayah Pemasaran yang telah dijangkau oleh PT. Surya Parama Grasindo meliputi daerah Jakarta, Tangerang, Pangkal Pinang dan Surabaya.

c). Segmentasi Pasar

Segmen pasar dari produk ini adalah para produsen minuman ataupun minyak, juga makanan kecil atau permen. Produk yang dibuat adalah produk yang dapat membuat isi kemasan plastic lebih tahan lama dan tidak mudah rusak.

d). Saluran Distribusi

Di dalam PT. Surya Parama Grasindo saluran distribusi yang ada sebagai berikut :

1) Produsen → Pengecer → Konsumen

Pada metode ini pengecer langsung melakukan pembelian kepada produsen. Yaitu dengan datang langsung ke pabrik Bapak Taufik yang terletak di Karawaci, Tangerang.

2) Produsen → Pedagang besar → Pengecer → Konsumen

Produsen hanya melayani penjualan dalam jumlah besar pada perdagangan besar saja dan tidak menjual barang pada pengecer. Pembelian oleh pengecer dilayani oleh pedagang besar dan konsumen dilayani oleh pengecer.

2. Biaya Pemasaran

Biaya Pemasaran adalah total biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk biaya pemasaran dalam periode tertentu. Biaya Pemasaran yang dikeluarkan adalah biaya iklan (radio dan kartu nama) dan biaya bensin. Rincian dari biaya pemasaran tahun 2013 – tahun 2014 sebagai berikut:

Tabel 4.2.1 Biaya Pemasaran

No	Jenis Biaya	Uraian	Biaya	
			2013	2014
1	Biaya Iklan	Promosi (pameran, banner dan kartu nama)	Rp 72.000.000	Rp 79.000.000
2	Distribusi	Biaya bensin	Rp 33.200.000	Rp 34.000.000

Total	Rp 105.200.000	Rp 113.000.000
-------	----------------	----------------

Sumber : PT. Surya Parama Grasindo

4.3 Aspek Produksi

Produksi adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapat perhatian, dibeli, dipergunakan atau dikonsumsi dan dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan. Selanjutnya kalau input sebagai salah satu cara proses yang diperhatikan oleh bagian produksi untuk mempertahankan mutu dan kualitas produksi sesuai dengan permintaan konsumen, sehingga perusahaan ini tetap produksi jika tetap memperhatikan selera konsumen. (Manajemen Produksi Modern Operasi Manufaktur dan Jasa, Prof. H. Murdifin Haming, S.E., M.Si., Ph.D. : 2014 : 73).

Tabel 4.3.1 Total Produksi

Keterangan	Total Produk Botol
2013	13,820,000
2014	15,500,000

Sumber : PT. Surya Parama Grasindo

1. Jenis Produk

PT. Surya Parama Grasindo memproduksi botol plastik dan toples plastik.

2. Jenis Bahan

Jenis Bahan Utama yang digunakan dalam pembuatan botol dan toples plastic ini adalah biji plastik jenis PET. Bahan ini dapat diperoleh di Tangerang Banten. Sedangkan ,untuk bahan penolong yang digunakan adalah:

1. Plastik pengemas
2. Karung

3. Peralatan yang dibutuhkan

Peralatan yang dibutuhkan dalam proses produksi adalah

1. Pemadam Api (APAR)
2. Compressor
3. Electronic Balance (Timbangan Digital)
4. Hand Forklift
5. Bangku duduk
6. Mesin Jahit Portable

1. Produk Kemasan Plastik PT. Surya Parama Grasindo

PT. Surya Parama Grasindo memproduksi kemasan plastik, yaitu

Gambar 4.3.1 Produk PT. Surya Parama Grasindo



a) Proses Produksi PT. Surya Parama Grasindo

Proses pembuatan kemasan plastic botol dan toples terdiri dari 2 (dua) tahap kegiatan. Adapun pembagian proses produksi yaitu pembuatan preform dan proses blowing.

1. Pembuatan Preform

Langkah pembuatan preform adalah dengan memasukkan biji plastic ke dalam Auto Loader (wadah biji plastic) yang kemudian berikutnya mesin injection yang bekerja secara otomatis dan menghasilkan preform.

Gambar 4.3.2. Mesin Injection



2. Proses Blowing Botol dan Toples

Setelah pembuatan preform selesai tahap berikutnya adalah proses penutupan atau blowing menjadi botol dan toples yang dilakukan secara manual dengan meletakkan preform ke mesin blowing. Maka selesai proses pembuatan botol dan toples yang selanjutnya akan di packing.

Gambar 4.3.3. Mesin Blowing



3. Finishing

Setelah selesai proses blowing langkah tahap yang paling terakhir adalah pembungkusan pembungkusan dengan menggunakan plastic dan karung yang kemudian dijahit. Tujuan dalam pembungkusan plastic dan karung ini adalah menjaga botol dan toples dari kotoran pada saat digudang ataupun dalam proses pengiriman.

Gambar 4.3.3. Finishing

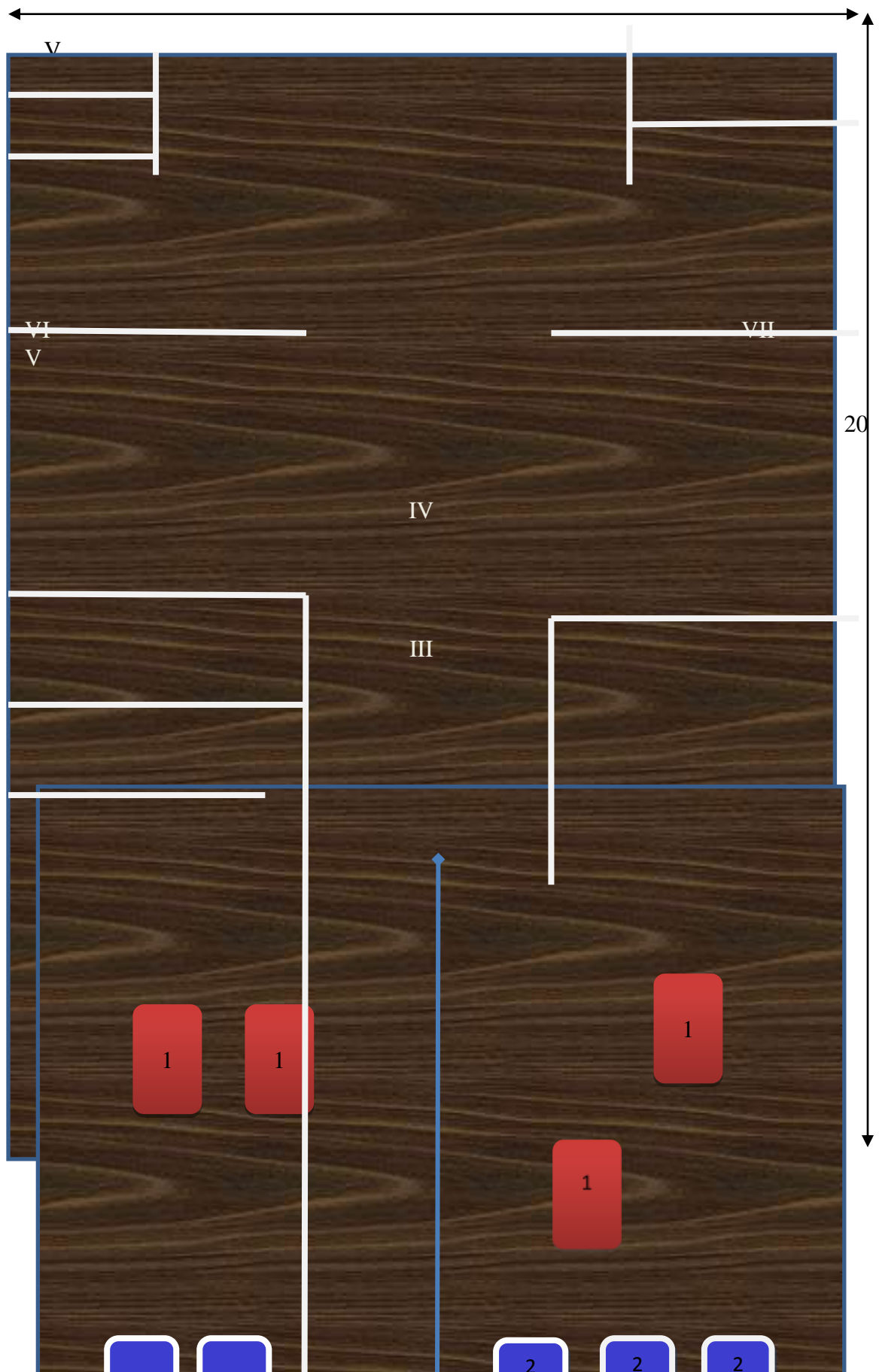


Gambar 4.3.4. Mesin Jahit Portable

3. Layout PT. Surya Parama Grasindo

Gambar 4.3.5 Layout PT. Surya Parama Grasindo

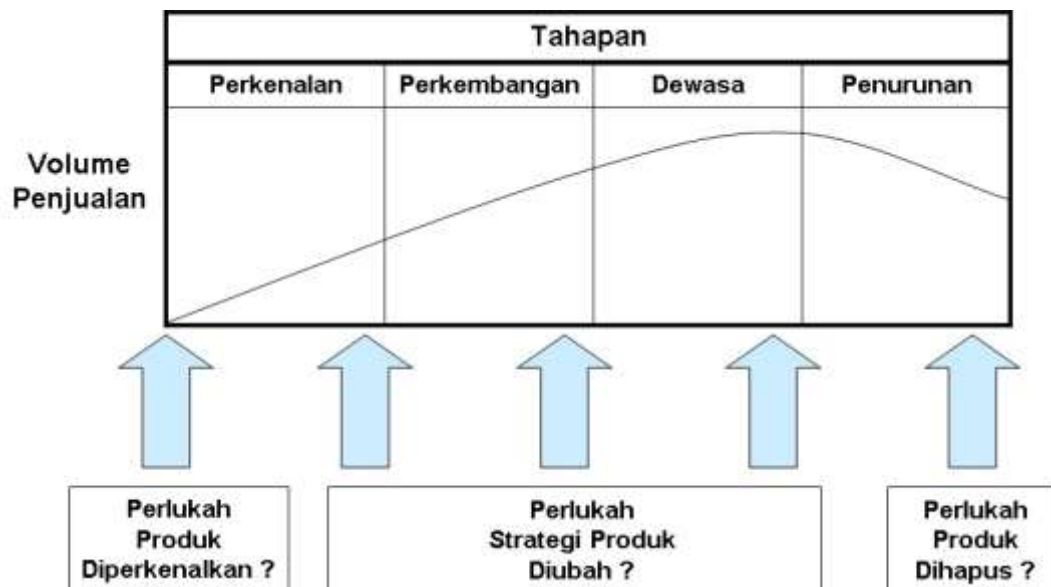
12 M



Keterangan Layout :

- Lantai Dasar
 - I Ruang Penyimpanan
 - II. Office
 - III. Proses Blowing
 - IV. Proses Injection
 - V. Pantri
 - VI. Toilet
 - VII. Ruang Compressor
- Lantai Dasar (Proses Produksi)
 1. Mesin Injection

4. Siklus Hidup Produk



Adanya pesaing-pesaing untuk saat ini banyak sekali bermunculan produk-produk baru yang di keluarkan oleh pesaing. Tetapi hal tersebut membuat konsumen PT. Surya Parama Grasindo tetap setia dengan produk ini. Salah satunya adalah karena harga kemasan plastik yang tergolong cukup murah di banding dengan produk pesaing.

4.4 Aspek Personalia

Manajemen personalia adalah manajemen yang mengkhususkan diri dalam bidang pengelolaan sumber daya manusia. Dalam pelaksanaannya PT. Surya Parama Grasindo dilakukan 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.

Tabel 4.4.1 Kebutuhan Tenaga Kerja produksi

Tenaga Kerja Langsung	Jumlah
Bag.Produksi membuat perform	15 orang
Bag. Produksi proses blowing	19 orang
Bag. Finishing untuk packing	3 orang

Tabel 4.4.2 Nama mesin, jumlah mesin dan jumlah karyawan produksi.

No	Nama Mesin	Jumlah Mesin	Jumlah Karyawan
1.	Mesin Injection	4	15 orang
2.	Mesin Blowing	5	19 orang

Pada bagian produksi ada karyawan yang tidak menggunakan mesin.

Tugas mereka adalah :

- 1.Mengangkat bahan untuk di proses ke bagian mesin.
- 2.Proses memindahkan preform dari mesin injection ke mesin blowing.
- 3.Memasukkan barang yang sudah di blowing ke dalam plastic kemudian kedalam karung.
- 4.Menjahit karung.
- 5.Jumlah tenaga kerja 37 orang.

Tabel 4.4.3 Nama mesin, jumlah mesin dan jumlah karyawan finishing

No	Nama Mesin	Jumlah mesin	Jumlah Karyawan
1	Mesin Jahit Karung	2	2 orang
2	Timbangan Digital	2	1 orang

Untuk karyawan finishing yang tidak menggunakan mesin tugas mereka adalah :

1. Memilih toples atau botol yang lolos quality control.
2. Menghitung jumlah dalam plastic kemasan.
3. Memasukan toples atau botol yang sudah dikemas kedalam karung.
4. Menjahit karung yang sudah terisi rapih.
5. Menyusun semua karung yang sudah terisi kedalam gudang .

Untuk sisanya penempatan karyawan pada:

- Supir 1 orang
- Pemasaran 2 orang
- Administrasi 2 orang
- Personalia 1 orang

Pekerja / karyawan yang bekerja pada PT. Surya Parama Grasindo saat ini berjumlah 37 orang yang terdiri dari karyawan laki-laki semua. Koordinator lapangan yang merupakan orang kepercayaan atau tangan kanan pimpinan perusahaan di jabat oleh seseorang yang dinilai mampu untuk mengkoordinir seluruh karyawan untuk melakukan pekerjaan sesuai dengan bagian masing-masing agar proses produksi dapat berjalan dengan baik. Untuk jam kerja yang diterapkan dapat dilihat pada table dibawah ini.

Tabel 4.4.4 Data Jam kerja

Jam Kerja	Keterangan
08.00 - 12.00	Jam kerja I
12.00 - 13.00	Istirahat (makan siang dan sholat dzuhur)
13.00 - 17.00	Jam kerja II
17.00 - 18.30	Istirahat (mandi,sholat ashar,sholat magrib dan makan malam)
18.30 – 20.00	Jam Kerja III

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 Biaya Bahan Baku

Tahun	Bahan Baku	Pemakaian Bahan Baku	Harga Bahan Baku/Ton	Total Biaya Bahan Baku
2013	Biji Plastik	650 Ton	Rp14,640,000	Rp9,516,000,000
2014	Biji Plastik	800 Ton	Rp14,740,000	Rp11,792,000,000

Sumber : PT. Surya Parama Grasindo

Tabel 4.5.2 Biaya Bahan Penolong

Biaya Bahan Penolong Tahun 2013				
No	Keterangan	Jumlah	Biaya/Pcs	Jumlah
1	Plastik Pengemas	30,000	Rp 130	Rp 46,800,000
2	Karung	25,000	Rp 850	Rp 255.000.000
Total Biaya Bahan Penolong				Rp 301.800.000

Biaya Bahan Penolong Tahun 2014				
No	Keterangan	Jumlah	Biaya/Pcs	Jumlah
1	Plastik Pengemas	30,000	Rp 125	Rp 45,000,000
2	Karung	25,000	Rp 800	Rp 240.000.000
Total Biaya Bahan Penolong				Rp 285.000.000

Sumber : PT. Surya Parama Grasindo

Tabel 4.5.3 Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya Tenaga Kerja Langsung Tahun 2013			
Bagian Produksi	Jumlah Karyawan	Biaya TKL/Orang/Bulan	Biaya TKL/Orang/Tahun
Preform	15	Rp 3,040,000	Rp 547,200,000
Blowing	19	Rp 3,000,000	Rp 684,000,000
Finishing	3	Rp 2,992,000	Rp 107,712,000
Jumlah	37	Rp 9,032,000	Rp 1,338,912,000

Biaya Tenaga Kerja Langsung Tahun 2014			
Bagian Produksi	Jumlah Karyawan	Biaya TKL/Orang/Bulan	Biaya TKL/Orang/Tahun
Preform	15	Rp 3,230,000	Rp 581,400,000
Blowing	19	Rp 3,300,000	Rp 752,400,000
Finishing	3	Rp 3,312,000	Rp 119,232,000
Jumlah	37	Rp 9,842,000	Rp 1,453,032,000

Sumber : PT. Surya Parama Grasindo

Tabel 4.5.4 Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung

Keterangan	Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung/Bulan	Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung/Tahun
Security Pabrik (Tahun 2013)	Rp 2,500,000	Rp 30,000,000
Security Pabrik (Tahun 2014)	Rp 2,667,000	Rp 32,000,000

Sumber : PT. Surya Parama Grasindo

Tabel 4.5.5 Biaya Administrasi

Keterangan	Tahun	
	2013	2014
Biaya Adm, Umum, dll.	Rp 30,000,000	Rp 35,000,000

Sumber : PT. Surya Parama Grasindo

Tabel 4.5.6 Biaya Gaji

Keterangan	2013		2014	
	Biaya Gaji/Bulan	Biaya Gaji/Tahun	Biaya Gaji/Bulan	Biaya Gaji/Tahun
Bag Keuangan				
- Kabag Keuangan	Rp 3,000,000	Rp 36,000,000	Rp 3,041,000	Rp 36,500,000
- Staff Keuangan	Rp 2,917,000	Rp 35,000,000	Rp 2,958,000	Rp 35,500,000
Kabag Personalia	Rp 3,000,000	Rp 36,000,000	Rp 3,100,000	Rp 37,200,000
Bag Pemasaran				
- Kabag Pemasaran	Rp 2,950,000	Rp 35,400,000	Rp 3,000,000	Rp 36,000,000
- Marketing	Rp 2,917,000	Rp 35,000,000	Rp 2,950,000	Rp 35,400,000
- Driver	Rp 2,500,000	Rp 30,000,000	Rp 2,600,000	Rp 31,200,000
Total Gaji	Rp 17,283,333	Rp 207,400,000	Rp 17,650,000	Rp 211,800,000

Sumber : PT. Surya Parama Grasindo

1. Penyusutan Aktiva Tetap

Penyusutan aktiva tetap merupakan konsekuensi dari penggunaan aktiva tetap dimana aktiva tetap akan mengalami penurunan fungsi, untuk perhitungannya adalah sebagai berikut.

a) Gedung

- Nilai Beli = Rp 1,525,000,000
- Nilai Sisa = Rp 1,448,750,000
- Umur Ekonomis = 10 Tahun
- Penyusutan / Tahun = $\frac{\text{Nilai beli} - \text{Nilai sisa}}{\text{Umur Ekonomis}}$
 $= \frac{\text{Rp } 1,525,000,000 - \text{Rp } 1,448,750,000}{10 \text{ Tahun}}$
 $= \text{Rp } 7,625,000$

b) Kendaraan

- Nilai Beli = Rp 155,025,000
- Nilai Sisa = Rp 139,522,500
- Umur Ekonomis = 10 Tahun

- Penyusutan / Tahun = $\frac{\text{Nilai beli} - \text{Nilai sisa}}{\text{Umur Ekonomis}}$
 = $\frac{\text{Rp } 155,025,000 - \text{Rp } 139,522,500}{10 \text{ Tahun}}$
 = Rp 1,550,250

c) Mesin dan Peralatan

- Nilai Beli = Rp 3,218,160,000
- Nilai Sisa = Rp 2,896,344,000
- Umur Ekonomis = 10 Tahun
- Penyusutan / Tahun = $\frac{\text{Nilai beli} - \text{Nilai sisa}}{\text{Umur Ekonomis}}$
 = $\frac{\text{Rp } 3,218,160,000 - \text{Rp } 2,896,344,000}{10 \text{ Tahun}}$
 = Rp 32,181,600

Tabel 4.5.7 Penyusutan Aktiva Tetap

Keterangan	Nilai Beli	Nilai Sisa	Umur Ekonomis	Nilai Penyusutan
Gedung	Rp 1,525,000,000	Rp 1,448,750,000	10 Tahun	Rp 7,625,000
Mesin dan Peralatan	Rp 3,218,160,000	Rp 2,896,344,000	10 Tahun	Rp 32,186,000
Kendaraan	Rp 155,025,000	Rp 139,522,500	10 Tahun	Rp 1,550,250
Total Biaya Penyusutan				Rp 53,731,850

Sumber : Hasil Pengolahan Data

2. Biaya Overhead Pabrik

Biaya overhead pabrik (BOP) terdiri dari biaya BOP tetap dan biaya BOP variabel. Seperti tabel-tabel yang ada dibawah ini.

Tabel 4.5.8 Biaya Air, Listrik, & Telp

Keterangan	Mesin	Biaya/Bulan	Biaya/Tahun	Total Biaya
Tahun 2013	Air	Rp 8,000,000	Rp 96,000,000	Rp 960,000,000
	Listrik	Rp 70,000,000	Rp 840,000,000	
	Telepon	Rp 2,000,000	Rp 24,000,000	
Tahun 2014	Air	Rp 8,100,000	Rp 97,200,000	Rp 973,800,000
	Listrik	Rp 71,000,000	Rp 852,000,000	
	Telepon	Rp 2,050,000	Rp 24,600,000	

Sumber : PT. Surya Parama Grasindo

Tabel 4.5.9 Biaya Overhead Pabrik

a.) BOP Tetap

No	Keterangan	Tahun	
		2013	2014
1	Biaya Penyusutan	Rp 330,991,250	Rp 330,991,250
	Total BOP Tetap	Rp 330,991,250	Rp 330,991,250

Sumber : Hasil Pengolahan Data

b.) BOP Variabel

No	Keterangan	Tahun	
		2013	2014
1	Biaya Bahan Penolong	Rp 301,800,000	Rp 285,000,000
2	Biaya Listrik, Air, & Telp	Rp 960,000,000	Rp 975,000,000
3	Biaya Pemeliharaan	Rp 60,000,000	Rp 62,400,000
	Total Biaya Penolong	Rp 1,321,800,000	Rp 1,322,400,000

Sumber : Hasil Pengolahan Data

Tabel 4.5.10 Tabel Persediaan Bahan Baku Awal dan Akhir

No.	Bahan Baku	Jumlah Persediaan	Biaya Bahan Baku/Ton	Total Persediaan
1	Biji Plastik	2 ton	Rp 14,640,000	Rp 29,280,000
Total Persediaan Bahan Baku Awal Tahun 2013				Rp 29,280,000

No.	Bahan Baku	Jumlah Persediaan	Biaya Bahan Baku/Ton	Total Persediaan
1	Biji Plastik	3 ton	Rp 14,740,000	Rp 43,200,000
Total Persediaan Bahan Baku Akhir Tahun 2014				Rp 43,200,000

Sumber : Hasil Pengolahan Data

2. Laporan Keuangan Perusahaan

Laporan keuangan perusahaan terdiri dari table-table dibawah ini.

Tabel 4.5.11 Laporan Harga Pokok Penjualan Perusahaan

No.	Keterangan	Biaya Tahun 2013
	Pemakaian Bahan Baku	
	- Persd Bahan Baku Awal Tahun	Rp 29,280,000
	- Pembelian Bahan Baku	Rp 9,516,000,000
	- Persd Bahan Baku Siap Produksi	Rp 9,545,280,000
	- Persd Bahan Baku Akhir	Rp 43,200,000
1	Total Pemakaian Bahan Baku	Rp 9,502,080,000
2	Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp 1,338,912,000
3	Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung	Rp 30,000,000
	Biaya Over Head Pabrik	
	B. Listrik, Air, & Telp	Rp 960,000,000
	Biaya Penyusutan Mesin & Peralatan	Rp 32,181,600
	Biaya Pemeliharaan	Rp 60,000,000
	Biaya Bahan Penolong	Rp 301,800,000
4	Total BOP	Rp 1,353,981,600
5	Harga Pokok Produksi (1+2+3+4)	Rp 12,224,973,600
6	Persediaan barang jadi	Rp 16,000,000
7	Barang yang tersedia untuk dijual	Rp 12,240,973,600
8	Persediaan Barang Jadi Akhir	Rp 13,000,000
9	Harga Pokok Penjualan	Rp 12,227,973,600

Sumber: Hasil Pengolahan Data

Tabel 4.5.11 Laporan Harga Pokok Penjualan Perusahaan

No.	Keterangan	Biaya Tahun 2014
	Pemakaian Bahan Baku	
	- Persd Bahan Baku Awal Tahun	Rp 43,200,000
	- Pembelian Bahan Baku	Rp 11,792,000,000
	- Persd Bahan Baku Siap Produksi	Rp 11,835,200,000
	- Persd Bahan Baku Akhir	Rp 43,200,000
1	Total Pemakaian Bahan Baku	Rp 11,792,000,000

2	Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp 1,453,032,000
3	Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung	Rp 32,000,000
	Biaya Over Head Pabrik	
	B. Listrik, Air, & Telp	Rp 973,800,000
	Biaya Penyusutan Mesin & Peralatan	Rp 32,181,600
	Biaya Pemeliharaan	Rp 62,400,000
	Biaya Bahan Penolong	Rp 285,000,000
4	Total BOP	Rp 1,353,381,600
5	Harga Pokok Produksi (1+2+3+4)	Rp 14,630,413,600
6	Persediaan awal barang jadi	Rp 13,000,000
7	Harga Pokok Barang Tersedia untuk dijual	Rp 14,643,413,600
8	Persediaan Barang Jadi Akhir	Rp 10,000,000
9	Harga Pokok Penjualan	Rp 14,633,413,600

Sumber: Hasil Pengolahan Data

Tabel 4.5.12 Laporan Harga Pokok Penjualan Perusahaan dengan Metode *Full Costing*

No.	Keterangan	Biaya Tahun 2013
	Pemakaian Bahan Baku	
	- Persd Bahan Baku Awal Tahun	Rp 29,280,000
	- Pembelian Bahan Baku	Rp 9,516,000,000
	- Persd Bahan Baku Siap Produksi	Rp 9,545,280,000
	- Persd Bahan Baku Akhir	Rp 43,200,000
1	Total Pemakaian Bahan Baku	Rp 9,502,080,000
2	Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp 1,338,912,000
3	Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung	Rp 30,000,000
	Biaya Over Head Pabrik	
	a. BOP Variabel	
	B. Listrik, Air, & Telp	Rp 960,000,000

	Biaya Pemeliharaan	Rp 60,000,000
	Biaya Bahan Penolong	Rp 301,800,000
	Total BOP Variabel	Rp 1,321,800,000
	b. BOP Tetap	
	Biaya Penyusutan Gedung	Rp 7,625,000
	Penyusutan Kendaraan	Rp 1,550,250
	Biaya Penyusutan Mesin & Peralatan	Rp 32,181,600
	Total BOP Tetap	Rp 41,356,850
4	Total Biaya Overhead Produksi	Rp 1,363,156,850
5	Harga Pokok Produksi (1+2+3+4)	Rp 12,234,148,850
	Biaya Pemasaran	Rp 72,000,000
	Biaya Administrasi	Rp 30,000,000
6	Total Cost	Rp 12,336,148,850
7	Persediaan awal barang jadi	Rp 16,000,000
8	Barang tersedia untuk dijual	Rp 12,352,148,850
9	Persediaan Barang Jadi Akhir	Rp 13,000,000
10	Harga Pokok Penjualan	Rp 12,339,148,850

Sumber: Hasil Pengolahan Data

Tabel 4.5.12 Laporan Harga Pokok Penjualan Perusahaan dengan Metode *Full Costing*

No.	Keterangan	Biaya Tahun 2014
	Pemakaian Bahan Baku	
	- Persd Bahan Baku Awal Tahun	Rp 43,200,000
	- Pembelian Bahan Baku	Rp 11,792,000,000
	- Persd Bahan Baku Siap Produksi	Rp 11,835,200,000
	- Persd Bahan Baku Akhir	Rp 43,200,000
1	Total Pemakaian Bahan Baku	Rp 11,792,000,000
2	Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp 1,453,032,000
3	Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung	Rp 32,000,000
	Biaya Over Head Pabrik	
	a. BOP Variabel	
	B. Listrik, Air, & Telp	Rp 973,800,000
	Biaya Pemeliharaan	Rp 62,400,000
	Biaya Bahan Penolong	Rp 285,000,000
	Total BOP Variabel	Rp 1,321,200,000
	b. BOP Tetap	
	Biaya Penyusutan Gedung	Rp 7,625,000

	Penyusutan Kendaraan	Rp 1,550,250
	Biaya Penyusutan Mesin & Peralatan	Rp 32,181,600
	Total BOP Tetap	Rp 41,356,850
4	Total Biaya Overhead Produksi	Rp 1,362,556,850
5	Harga Pokok Produksi (1+2+3+4)	Rp 14,639,588,850
	Biaya Pemasaran	Rp 79,000,000
	Biaya Administrasi	Rp 35,000,000
6	Total Cost	Rp 14,753,588,850
7	Persediaan awal barang jadi	Rp 13,000,000
8	Barang tersedia untuk dijual	Rp 14,766,588,850
9	Persediaan Barang Jadi Akhir	Rp 10,000,000
10	Harga Pokok Penjualan	Rp 14,756,588,850

Sumber: Hasil Pengolahan Data

Tabel 4.5.13 Laporan Laba/Rugi dengan Metode *Full Costing* 2013-2014

Keterangan	Nilai
Volume Penjualan	13.820.000 unit
Hasil Penjualan	Rp 16,250,869,505
Harga Pokok Penjualan	Rp 12,339,148,850
Persediaan Awal	Rp 29,280,000
Biaya Bahan Baku	Rp 9,516,000,000
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp 1,338,912,000
BOP Variable	Rp 1,321,800,000
BOP Tetap	Rp 41,356,850
Barang tersedia untuk dijual	Rp 12,352,148,850
Persediaan Akhir	Rp 13,000,000
Laba Kotor	Rp 3,911,720,655
Biaya Operasional	
Biaya Pemasaran	Rp 205,600,000
Biaya Adm & Umum	Rp 107,000,000
Total Biaya Operasional	Rp 312,600,000
Laba Bersih	Rp 3,599,120,655

Keterangan	Nilai
Volume Penjualan	15.500.000 unit
Hasil Penjualan	Rp 19,372,585,505
Harga Pokok Penjualan	Rp 14,756,588,850

Persediaan Awal	Rp 43,200,000
Biaya Bahan Baku	Rp 11,792,000,000
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp 1,453,032,000
BOP Variable	Rp 1,321,200,000
BOP Tetap	Rp 41,356,850
Barang tersedia untuk dijual	Rp 14,766,588,850
Persediaan Akhir	Rp 10,000,000
Laba Kotor	Rp 4,615,996,655
Biaya Operasional	
Biaya Pemasaran	Rp 215,600,000
Biaya Adm & Umum	Rp 109,200,000
Total Biaya Operasional	Rp 324,800,000
Laba Bersih	Rp 4,291,196,655

Sumber: Hasil Pengolahan Data

Tabel 4.5.14 Tabel Biaya Penuh Tahun 2013-2014

Keterangan	Tahun 2013	Tahun 2014
biaya produksi		
Biji Plastik	Rp9,516,000,000	Rp11,792,000,000
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp1,338,912,000	Rp1,453,032,000
Biaya Bahan Penolong		
a. Plastik Pengemas	Rp46,800,000	Rp45,000,000
b. Karung	Rp255,000,000	Rp240,000,000
Biaya Air, Listrik & Telp	Rp960,000,000	Rp973,800,000
Biaya Penyusutan Mesin & Peralatan	Rp32,181,600	Rp32,181,600
Biaya Penyusutan Gedung	Rp7,625,000	Rp7,625,000
Biaya Penyusutan Kendaraan	Rp1,550,250	Rp1,550,250
Total Biaya Produksi	Rp12,158,068,850	Rp14,545,188,850
Biaya Non-Produksi		
Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung	Rp30,000,000	Rp32,000,000
Biaya Pemasaran		
Pameran, Banner dan Kartu Nama	Rp72,000,000	Rp79,000,000
Bensin	Rp33,200,000	Rp34,000,000
Kabag Pemasaran	Rp 35,400,000	Rp36,000,000
Marketing	Rp 35,000,000	Rp35,400,000
Driver	Rp 30,000,000	Rp31,200,000
Total Biaya Pemasaran	Rp205,600,000	Rp215,600,000
Biaya Adm & Umum		
Bag Keuangan		
Kabag Keuangan	Rp 36,000,000	Rp36,500,000
Staff Keuangan	Rp 35,000,000	Rp35,500,000

Kabag Personalia	Rp 36,000,000	Rp37,200,000
Total Biaya Adm & Umum	Rp107,000,000	Rp109,200,000
Total Biaya Non-produksi	Rp342,600,000	Rp356,800,000
Total Biaya Penuh	Rp12,500,668,850	Rp14,901,988,850

Sumber: Hasil Pengolahan Data

BAB V

ANALISA PEMBAHASAN

5.1 Aspek Keuangan

1. Harga Pokok Produksi Perusahaan

Harga pokok produksi per unit berdasarkan perhitungan yang dilakukan oleh perusahaan adalah sebagai berikut :

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

Harga Pokok Produksi per Unit:

$$\text{Botol 2013} \Rightarrow \frac{\text{Rp } 12,224,973,600}{13,820,000} = \text{Rp } 885$$

$$\text{Botol 2014} \Rightarrow \frac{\text{Rp } 14,630,413,600}{15,500,000} = \text{Rp } 944$$

Tabel 5.1.1 Harga Pokok Produksi per Unit Perusahaan

Keterangan	Unit Produksi	Harga Pokok Produksi	Harga Pokok Produksi/Unit
Botol Tahun 2013	13,820,000	Rp 12,224,973,600	Rp 885
Botol Tahun 2014	15,500,000	Rp 14,630,413,600	Rp 944

Sumber : Hasil Pengolahan Data

2. Harga Pokok Produksi Perusahaan dengan Metode *Full Costing*

Harga pokok produksi per unit berdasarkan perhitungan dengan metode *full costing* adalah sebagai berikut :

$$\text{Total Cost per Unit} = \frac{\text{Total Cost}}{\text{Total Unit}}$$

Total Unit Produksi

Total Cost per Unit:

$$\text{Botol 2013} \Rightarrow \frac{\text{Rp } 12,500,668,850}{13,820,000} = \text{Rp } 905$$

$$\text{Botol 2014} \Rightarrow \frac{\text{Rp } 14,901,988,850}{15,500,000} = \text{Rp } 961$$

Tabel 5.1.2 Harga Pokok Produksi per Unit Perusahaan dengan metode full costing

Keterangan	Unit Produksi	Total Cost	Total Cost/Unit
Botol 2013	13,820,000	Rp 12,500,668,850	Rp 905
Botol 2014	15,500,000	Rp 14,901,988,850	Rp 961

Sumber : Hasil Pengolahan Data

3. Harga Jual Perusahaan

Harga jual perusahaan per unit adalah sebagai berikut :

Tabel 5.1.3 Harga Jual Perusahaan

Keterangan	Unit Produksi	Harga Pokok Produksi	Harga Pokok Produksi/Unit	Harga Jual Perusahaan (Laba 30%)
Botol Tahun 2013	13,820,000	Rp 12,224,973,600	Rp 885	Rp 1,150
Botol Tahun 2014	15,500,000	Rp 14,630,413,600	Rp 944	Rp 1,227

Sumber : Hasil Pengolahan Data

4. Harga Jual Perusahaan dengan Metode *Cost Plus Pricing*

Perhitungan harga jual per unit perusahaan berdasarkan dengan metode *cost plus pricing* adalah sebagai berikut:

Harga Jual per Unit = (Total Cost per Unit x Laba yang diharapkan) + Total Cost per Unit

Harga Jual per Unit:

$$\text{Botol 2013} \Rightarrow (905 \times 30\%) + 905 = \text{Rp } 1,176$$

$$\text{Botol 2014} \Rightarrow (961 \times 30\%) + 961 = \text{Rp } 1,250$$

Tabel 5.1.4 Harga Jual Perusahaan Setelah Metode *Cost Plus Pricing*

Keterangan	Unit Produksi	Total Cost	Total Cost/Unit	Laba yang diharapkan	Harga Jual
Botol 2013	13,820,000	Rp 12,500,668,850	Rp 905	30%	Rp 1,176
Botol 2014	15,500,000	Rp 14,901,988,850	Rp 961	30%	Rp 1,250

Sumber: Hasil Pengolahan Data

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

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

Tabel 5.1.5 Selesih Harga Jual

Tahun	Produk	Harga Jual Perusahaan	Harga Jual Setelah Cost Plus Pricing	Selisih Harga Jual
2013	Botol	Rp 1150	Rp 1176	Rp 26
2014	Botol	Rp 1227	Rp 1250	Rp 23

Sumber : Hasil Pengolahan Data

6. Perbandingan Harga Kemasan Plastik PT. Surya Parama Grasindo setelah menggunakan metode *Cost Plus Pricing* dengan Perusahaan Pesaing

Tabel 5.1.6 Perbandingan Harga dengan Perusahaan Pesaing

Produk PT. Surya Parama Grasindo	Produk Botol Perusahaan Pesaing	Harga Pesaing	Keterangan
Tahun 2013 Botol Rp 1176	Kemasindo Triutama	Rp 1,300	Produk PT. Surya Parama Grasindo lebih murah
	Jordan Plastics	Rp 1.500	Produk PT. Surya Parama Grasindo lebih murah
	Prima Jaya Plastics	Rp 1,200	Produk PT. Surya Parama Grasindo lebih murah
Produk PT. Surya Parama Grasindo	Produk Botol Perusahaan Pesaing	Harga Pesaing	Keterangan
Tahun 2014 Botol Rp 1250	Kemasindo Triutama	Rp 1,300	Produk PT. Surya Parama Grasindo lebih murah
	Jordan Plastics	Rp 1.600	Produk PT. Surya Parama Grasindo

Prima Jaya Plastics	Rp 1,300	lebih murah Produk PT. Surya Parama Grasindo lebih murah
---------------------	----------	---

Sumber : Hasil wawancara karyawan perusahaan pesaing

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa jika PT. Surya Parama Grasindo menetapkan harga jual sesuai dengan hasil perhitungan harga pokok produksi maka PT. Surya Parama Grasindo dapat bersaing dengan perusahaan pesaing dengan produk yang sejenis.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Setelah melakukan perhitungan harga pokok produksi dengan *metode full costing* dan menghitung harga jual dengan menggunakan metode *cost plus pricing* maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Harga pokok produksi yang ditetapkan oleh perusahaan untuk botol adalah sebesar Rp 885/unit untuk tahun 2013 dan Rp 944/unit untuk tahun 2014 sedangkan hasil perhitungan dengan metode full costing adalah Rp 905/unit untuk tahun 2013 dan Rp 961/unit untuk tahun 2014. . Jadi harga pokok produksi yang ditetapkan oleh perusahaan selama ini belum tepat karena lebih kecil dari yang semestinya.

2. Harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan untuk botol adalah sebesar Rp 1150/unit untuk tahun 2013 dan Rp 1227/unit untuk tahun 2014 sedangkan hasil perhitungan dengan metode cost plus pricing adalah Rp 1176/unit untuk tahun 2013 dan Rp 1250/unit untuk tahun 2014.. Jadi harga pokok produksi yang ditetapkan oleh perusahaan selama ini belum tepat karena lebih kecil dari yang semestinya.

6.2 Saran

Dengan adanya perhitungan harga pokok penjualan, penulis menyarankan bahwa PT. Surya Parama Grasindo sebaiknya dapat melakukan perhitungan harga pokok penjualan sebelum menentukan harga jual kemasan plastik. Karena jika PT. Surya Parama Grasindo melakukan perhitungan harga pokok penjualan, keuntungan/laba perusahaan akan tercapai dan sesuai dengan yang diharapkan oleh perusahaan. Secara tidak langsung PT. Surya Parama Grasindo harus mempunyai karyawan yang ahli dalam bidang keuangan, sehingga PT. Surya Parama Grasindo dapat dengan mudah membaca keadaan keuangan, serta dapat mengetahui biaya produksi yang dikeluarkan PT. Surya Parama Grasindo untuk produknya.

DAFTAR PUSTAKA

Fahmi, irham. 2014. *Analisis Laporan Keuangan*. Bandung: Alfabeta.

Halim, Abdul. 2014. *Dasar-Dasar Akuntansi Biaya*. Edisi ke-4. Yogyakarta: BPFY-Yogyakarta.

Mulyadi.2001. *Akuntansi Manajemen*. Edisi ke-3. Jakarta: Salemba Empat.

Mulyadi.2005. *Akuntansi Manajemen*. Edisi ke-5. Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN.

Sujarweni, wiratna. 2015. *Akuntansi Biaya Teori dan Penerapannya*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Usry, carter. 2004. *Akuntansi Biaya*. Edisi ke-13. Jakarta: Salemba Empat.

LAMPIRAN