

TUGAS AKHIR
“ANALISIS PENENTUAN HARGA JUAL
DENGAN METODE COST PLUS PRICING
PADA PO MMF TOYS”

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Tugas Akhir
Program D-IV Program Studi Manajemen Bisnis Industri
Di Politeknik STMI Jakarta



Disusun Oleh :

Nama : Widyan Arisyi Adhani

NIM : 1712082

POLITEKNIK STMI JAKARTA
d.h. SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INDUSTRI
KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN RI

2016

Abstrak

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui dan melihat perbedaan seberapa besar perhitungan harga pokok produksi dan harga jual antara menurut perusahaan dan metode *cost plus pricing* pada PO MMF Toys antara tahun 2011 – 2015. Analisis ini menggunakan metode *cost plus pricing*. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa perhitungan harga pokok produksi dan harga jual yang dihitung oleh perusahaan belum tepat karena tidak menghitung penyusutan dan biaya administrasi dan umum. Hal ini menyebabkan Penetapan harga jual perusahaan masih sangat sederhana dalam perhitungannya. Harga Jual Tahun 2015 sebelum *cost plus pricing* sebesar Rp 30.100 sedangkan harga jual sesudah *cost plus pricing* Rp 30.700. Penetapan harga jual dengan menggunakan *cost plus pricing* hasil keuntungan yang dicapai oleh perusahaan lebih tinggi dibandingkan dengan harga jual perusahaan. Metode penentuan harga jual yang digunakan perusahaan dirasa kurang efektif, oleh karena itu Metode *Cost Plus Pricing* dirasa sangat tepat sebagai dasar penentuan harga jual perusahaan.

Kata Kunci : Biaya Penuh, *Full Costing* , *Cost Plus Pricing*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha kuasa yang telah memberikan kekuatan,taufik dan hidayahnya sehingga kami dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini. Penulisan Tugas Akhir merupakan salah satu persyaratan akademis untuk menyelesaikan program pendidikan Diploma – IV Jurusan Manajemen Bisnis Industri pada Politeknik STMI Kementerian Perindustrian RI.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir ini tidak lepas dari dukungan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan terima kasih pada.

- Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya telah memberi petunjuk sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini .
- Kedua Orang Tua tercinta Bapak Sugeng Triyadi S.E dan Ibu Masyhuroh serta adik Ghaitsa Amalina Infadsyah saya atas seluruh doa dan dukungan baik moril maupun materil.
- Bapak Drs. Atang Sugiyono, Msi selaku Dosen Pembimbing dalam laporan ini.
- Bapak Drs. Mulyono, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Bisnis Industri.
- Dosen-dosen Manajemen Bisnis Industri (MBI) yang telah membimbing dan memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.
- Bapak Mustofa dan Ibu Betty beserta segenap karyawan **PO MMF Toys** yang telah memberikan pengetahuan secara nyata mengenai dunia usaha.
- Teman-teman seperjuangan MBI 2012 yang juga memberikan motivasi dalam pengerjaan tugas akhir ini.

- Teman-teman saya (Nurul, Sheilla, Bagus , Mumtaz) yang telah memberikan motivasi dalam penulisan tugas akhir ini.
- Keluarga besar Warung Amank yang telah memberikan energi positif dalam penulisan tugas akhir ini.
- Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Dalam kesempatan ini penulis memaparkan Tugas Akhir dengan judul “ANALISIS PENENTUAN HARGA JUAL DENGAN METODE *COST PLUS PRICING* PADA PO MMF TOYS”. Sehingga diharapkan dengan tersusunnya Tugas Akhir ini maka dapat memberikan bahan untuk lebih memperdalam pengetahuan bagi penulis maupun para akademisi pada umumnya.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mohon saran dan pendapat yang bersifat membangun demi kesempurnaan penulis dimasa akan datang. Akhir kata, besar harapan penulis laporan ini dapat bermanfaat sekaligus membuka wawasan lebih luas lagi. Kurang lebihnya saya mengucapkan terima kasih.

Jakarta, 16 September 2016

Widyan Arisyi Adhani

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	x

BAB. I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	3
1.3. Batasan Masalah.....	3
1.4. Tujuan Penelitian	3
1.5. Manfaat Penelitian	4
1.6. Sistematika Penulisan	4

BAB. II LANDASAN TEORI

2.1 Akutansi Biaya.....	6
2.2 Pengertian Biaya	7
2.3 Penggolongan Biaya	11
2.3.1 Pengolongan Biaya Menurut Objek Pengeluaran.....	11
2.3.2 Penggolongan Biaya Menurut Fungsi Pokok dalam Perusahaan	12
2.3.3 Penggolongan Biaya Menurut Sesuatu yang Dibiayai	13
2.3.4 Penggolongan Biaya Menurut Perilakunya	13
2.3.5 Penggolongan Biaya Atas Dasar jangka Waktu Manfaatnya	14
2.4 Harga Pokok Penjualan.....	15
2.5 Harga Pokok Produksi	16
2.5.1 Pengertian Harga Pokok Produksi.....	16
2.5.2 Tujuan Harga Pokok Produksi.....	17

2.5.3 Metode Penentuan Biaya Produksi.....	18
2.5.4 Perbedaan Metode <i>Full Costing</i> dan Metode <i>Variabel Costing</i>	19
2.5.5 Kelebihan dan Kelemahan Metode <i>Full Costing</i> dan Metode <i>Variabel Costing</i>	21
2.6 Pengertian Harga Jual	23
2.7 Metode Penentuan Harga Jual.....	24
2.8 Metode <i>Cost Plus Pricing</i>	25
2.9 Penyusutan	26
2.9.1 Metode Penyusutan	28
2.9.2 Pengaruh Penyusutan Terhadap Pajak	30
2.9.3 Penyusutan Terhadap Mesin dan Peralatan.....	30

BAB. III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Data dan Sumber Data	32
3.1.1 Jenis Data	32
3.1.2 Sumber Data.....	32
3.2 Metode Pengumpulan Data	33
3.3 Metode Pengolahan Data	35
3.4 Metode Analisis Data	35

BAB. IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1 Pengumpulan Data	36
4.1.1 Profil Perusahaan	36
4.1.2 Sejarah Perusahaan.....	36
4.1.3 Lokasi Perusahaan.....	38
4.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan	38
4.1.5 Deskripsi Pekerjaan.....	39
4.2 Bidang Produksi.....	41
4.2.1 Produk	41
4.2.2 Bahan , Peralatan dan Mesin	42

4.2.3 Alur Proses Produksi.....	44
4.2.4 Layout Produksi	48
4.2.5 Biaya Produksi	48
4.3 Bidang Pemasaran.....	53
4.3.1 Saluran Distribusi.....	54
4.3.2 Fungsi Pemasaran.....	55
4.3.3 Penjualan Produk ke Konsumen	56
4.3.4 Pengiriman Produk.....	56
4.3.5 Penyimpanan Produk	57
4.3.6 Standarisasi	57
4.3.7 Pembungkusan	58
4.3.8 Klasifikasi Pemasaran	58
4.3.9 Biaya Pemasaran	59
4.4 Bidang Personalia	59
4.4.1 Fungsi Manajemen Personalia	59
4.4.2 Kesejahteraan Karyawan.....	61
4.5 Bidang Keuangan.....	61
4.5.1 Aktiva Tetap.....	62
4.5.2 Perhitungan Harga Pokok Produksi Perusahaan	63
4.5.3 Perhitungan Laba Rugi Perusahaan	66
4.6 Pengolahan Data	66
4.6.1 Pengolahan Secara Prinsip Akutansi.....	66
4.6.2 Pengumpulan Biaya	73
4.6.3 Perhitungan Laba Rugi <i>Cost Plus Pricing</i>	77

BAB. V ANALISIS DAN PEMBAHASAN

5.1 Perbandingan Harga jual Produk menurut Perusahaan dan Harga Jual <i>Cost Plus Pricing</i>	78
5.2 Perbandingan Harga Boneka MMF Toys dengan Harga Pesaing.....	79
5.3 Perbandingan Laba.....	79

BAB. VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan	83
6.2 Saran	85
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN.....	87

DAFTAR TABEL

1.	Tabel 4.1	Daftar Mesin	44
2.	Tabel 4.2	Daftar Peralatan.....	44
3.	Tabel 4.3	Pembelian Bahan Baku 2011	49
4.	Tabel 4.4	Pembelian Bahan Baku 2012.....	49
5.	Tabel 4.5	Pembelian Bahan Baku 2013.....	49
6.	Tabel 4.6	Pembelian Bahan Baku 2014.....	49
7.	Tabel 4.7	Pembelian Bahan Baku 2015.....	50
8.	Tabel 4.8	Bahan Penolong Tahun2011-2015	50
9.	Tabel 4.9	Tenaga Kerja Langung 2011	50
10.	Tabel 4.10	Tenaga Kerja Langung 2012	51
11.	Tabel 4.11	Tenaga Kerja Langung 2013	51
12.	Tabel 4.12	Tenaga Kerja Langung 2014	52
13.	Tabel 4.13	Tenaga Kerja Langung 2015	52
14.	Tabel 4.14	Biaya Overhead Pabrik Tahun 2011-2015	53
15.	Tabel 4.15	Harga Jual Produk Perusahaan	53
16.	Tabel 4.16	Biaya Pemasaran Tahun 2011-2015	59
17.	Tabel 4.17	Aktiva Tetap	62

18. Tabel 4.18	Harga Pokok Produksi Perusahaan Tahun 2011-2015	63
19. Tabel 4.19	Biaya Penuh 2011- 2015.....	63
20. Tabel 4.20	Laba Rugi Perusahaan	66
21. Tabel 4.21	Penyusutan Aktiva Tetap Tahun 2011.....	67
22. Tabel 4.22	Penyusutan Aktiva Tetap Tahun 2012.....	67
23. Tabel 4.23	Penyusutan Aktiva Tetap Tahun 2013.....	67
24. Tabel 4.24	Penyusutan Aktiva Tetap Tahun 2014.....	67
25. Tabel 4.25	Penyusutan Aktiva Tetap Tahun 2015.....	67
26. Tabel 4.26	Penjualan Boneka Tahun 2011- 2015.....	68
27. Tabel 4.27	Pembelian Bahan Baku 2011	68
28. Tabel 4.28	Pembelian Bahan Baku 2012.....	68
29. Tabel 4.29	Pembelian Bahan Baku 2013	69
30. Tabel 4.30	Pembelian Bahan Baku 2014.....	69
31. Tabel 4.31	Pembelian Bahan Baku 2015.....	69
32. Tabel 4.32	Bahan Penolong Tahun 2011-2015	69
33. Tabel 4.33	Tenaga Kerja Langung 2011	70
34. Tabel 4.34	Tenaga Kerja Langung 2012	70
35. Tabel 4.35	Tenaga Kerja Langung 2013	71
36. Tabel 4.36	Tenaga Kerja Langung 2014	71
37. Tabel 4.37	Tenaga Kerja Langung 2015	72
38. Tabel 4.38	Biaya Overhead Pabrik Tahun 2011-2015	72
39. Tabel 4.37	Biaya Pemasaran Tahun 2011-2015	73
40. Tabel 4.38	Biaya Administrasi dan Umum 2011- 2015	73
41. Tabel 4.39	Harga Pokok Produksi <i>Full Costing</i> Tahun 2011-2015	74
42. Tabel 4.40	Biaya Non Produksi Tahun 2011- 2015	74
43. Tabel 4.41	Biaya Penuh Tahun 2011- 2015	75
44. Tabel 4.42	Rugi Laba <i>Cost Plus Pricing</i> 2011- 2015.....	77
45. Tabel 5.1	Perbandingan Harga Jual	78
46. Tabel 5.2	Perbandingan Harga Jual dengan Pesaing	79
47. Tabel 5.3	Perbandingan Laba Tahun 2011	79
48. Tabel 5.4	Perbandingan Laba Tahun 2012	80

49. Tabel 5.5	Perbandingan Laba Tahun 2013	80
50. Tabel 5.6	Perbandingan Laba Tahun 2014	80
51. Tabel 5.7	Perbandingan Laba Tahun 2015	81
52. Tabel 5.8	Perbandingan Rugi Laba Tahun 2011 - 2015	81
53. Tabel 6.1	Harga Jual dan Harga Pokok Produksi MMF Toys	73
54. Tabel 6.2	Harga Jual dan Harga Pokok Produksi <i>Cost Plus Pricing</i>	84
55. Tabel 6.3	Perbandingan Laba Rugi	84

DAFTAR GAMBAR

1. Gambar 4.1	Struktur Organisasi	38
2. Gambar 4.2	Boneka Ukuran M	42
3. Gambar 4.3	Kain Rasfur	42
4. Gambar 4.4	Kain Velboa.....	42
5. Gambar 4.5	Kain Snail	43
6. Gambar 4.6	Dakron (isi boneka)	43
7. Gambar 4.7	Asesoris Pelengkap.....	43
8. Gambar 4.8	Alur Produksi	44
9. Gambar 4.9	Desain Boneka Pada Kertas	45
10. Gambar 4.10	Pola-Pola Boneka Mal Asbes	45
11. Gambar 4.11	Pemotongan Dengan Mesin Regulator	46
12. Gambar 4.12	Menjahit Potongan-Potongan Pola Boneka	46
13. Gambar 4.13	Pengisian Kapas	47
14. Gambar 4.14	Menjahit Dengan Tangan Pada Rongga Boneka.....	47
15. Gambar 4.15	Pengemasan Produk Dengan Polyback	47
16. Gambar 4.16	Tempat Penyimpanan Produk	48
17. Gambar 4.17	<i>Layout</i> Pabrik.....	48

18. Gambar 4.18 Saluran Distribusi	54
19. Gambar 4.19 Saluran Distribusi	54
20. Gambar 4.20 Pengiriman Produk.....	56

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perusahaan merupakan organisasi yang mempunyai berbagai tujuan baik jangka panjang maupun jangka pendek. Salah satu tujuan yang penting untuk dicapai oleh perusahaan adalah pencapaian laba optimum. Pencapaian laba dirasa penting karena berkaitan dengan berbagai konsep akuntansi antara lain kesinambungan perusahaan dan perluasan perusahaan. Untuk menjamin agar usaha perusahaan mampu menghasilkan laba, maka manajemen perusahaan harus merencanakan dan mengendalikan dengan baik dua faktor penentu laba yaitu pendapatan dan biaya.

Pencapaian laba dapat dilakukan oleh perusahaan dengan berbagai cara antara lain penentuan harga jual, efisiensi biaya produksi dan berbagai cara lainnya yang berkaitan dengan pencapaian laba. Dalam melakukan pencapaian laba untuk periode mendatang maka perusahaan memerlukan informasi guna evaluasi atas hasil pada periode yang sekarang. Informasi yang dapat digunakan sebagai alat evaluasi dapat bersumber dari laporan keuangan perusahaan.

Harga jual suatu produk merupakan salah satu faktor penting di samping faktor-faktor lain yang harus diperhatikan dalam bisnis perusahaan dagang maupun perusahaan manufaktur, Seorang pelanggan atau konsumen seringkali mempertimbangkan harga dalam membuat keputusan apakah ia akan membeli suatu produk atau tidak. Walaupun tidak jarang juga kualitas lebih diunggulkan daripada harga, namun tidak dapat dipungkiri bahwa harga sangat berperan dalam

proses pembuatan keputusan pembelian barang konsumen. Menurut Hansen dan Mowen (2001:633) harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan.

“Prinsipnya harga jual harus dapat menutupi biaya penuh ditambah dengan laba yang wajar. Harga jual sama dengan biaya produksi ditambah mark-up” menurut Mulyadi (2001:78). Untuk menentukan harga jual dengan tepat, terlebih dahulu harus diketahui harga pokok produksi (perusahaan manufaktur), karena harga pokok produksi merupakan dasar bagi perusahaan untuk menentukan harga jual. Harga pokok produksi merupakan komponen biaya yang langsung berhubungan dengan produksi. Penetapan harga pokok produksi memegang peranan yang sangat penting pada suatu perusahaan, sebab dari harga pokok dapat dibuat analisa rencana dan kekuatan pemasaran, penentuan harga jual dan sebagai perencanaan laba perusahaan.

Manajemen adalah Salah satu fungsi perencanaan atas kegiatan perusahaan yang akan dilaksanakan untuk mencapai tujuan perusahaan pada periode yang akan datang. Dengan tujuan untuk memperoleh laba secara optimal sesuai dengan kemampuan perusahaan, salah satu faktor penting yang harus ada dalam perencanaan laba perusahaan adalah penetapan harga jual produk. Oleh karena itu perlu dilakukan penelitian dengan judul **“Analisis Penentuan Harga Jual Dengan Metode *Cost Plus Pricing* Pada PO MMF Toys”**

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian diatas, maka rumusan masalahnya adalah:

1. Bagaimana PO MMF Toys menghitung harga pokok produksi dan harga jual pada tahun 2011-2015 ?
2. Bagaimana perhitungan harga pokok produksi dan harga jual pada tahun 2011-2015 dengan menggunakan metode *Full costing* dan *cost plus pricing* ?
3. Apakah ada perbedaan antara harga jual yang ditetapkan pada PO MMF Toys dengan perhitungan harga jual dengan menggunakan metode *cost plus pricing* , manakah yang lebih baik ?

1.3 BATASAN MASALAH

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

1. Penelitian adalah untuk periode kegiatan tahun 2011-2015
2. Analisis tertuju pada produk berukuran M.
3. Metode penelitian bersifat deskriptif, artinya hanya menggambarkan keadaan yang terjadi.
4. Menentukan Harga Jual berdasarkan Metode *Cost Plus pricing*

1.4 TUJUAN PENELITIAN

Tujuan yang ingin dicapai bedasarkan pokok permasalahan diatas adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui seberapa besar perhitungan harga pokok produksi dan harga jual PO MMF Toys pada tahun 2011-2015.
2. Mengetahui seberapa besar perhitungan harga pokok produksi dan harga jual pada tahun 2011-2015 dengan menggunakan metode *full costing* dan *cost plus pricing*.

3. Mengetahui seberapa besar perbedaan perhitungan harga jual yang ditetapkan PO MMF Toys dengan perhitungan *cost plus pricing* dan menemukan harga yang lebih baik bagi perusahaan.

1.5 MANFAAT PENELITIAN

1. Bagi Perusahaan

Perusahaan dapat mengetahui apakah penentuan harga jual produk selama ini sudah tepat atau belum.

2. Bagi Penulis

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

3. Bagi Pembaca

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

1.6 SISTEMATIKA PENULISAN

Hasil penelitian ini akan dituangkan ke dalam buku laporan penelitian yang disusun dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, pokok permasalahan dan rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

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

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

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

BAB IV : PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

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

BAB V : ANALISA DAN PEMBAHASAN

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

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

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

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Akuntansi Biaya

Akuntansi biaya adalah proses pencatatan, penggolongan, peringkasan dan penyajian biaya pembuatan dan penjualan produk atau jasa, dengan cara-cara tertentu, serta penafsiran terhadapnya. Objek kegiatan akuntansi biaya adalah biaya (Mulyadi,1991). Akuntansi biaya adalah ilmu akuntansi yang mempelajari bagaimana cara mencatat, mengukur dan pelaporan informasi biaya yang digunakan. Disamping itu juga membahas tentang penentuan harga pokok dari “suatu produk” yang diproduksi dan dijual kepada pemesan maupun untuk pasar, serta untuk persediaan produk yang akan dijual (Bastian Bustami,2008). Akuntansi biaya melengkapi manajemen dengan perangkat akuntansi untuk kegiatan perencanaan dan pengendalian. Dalam hal ini, pencatatan, penyajian, dan analisis data biaya dapat membantu manajemen dalam menyelesaikan tugas-tugas berikut:

1. Menyusun dan melaksanakan rencana dan anggaran operasi perusahaan dalam kondisi yang ekonomis dan bersaing.
2. Menetapkan metode kalkulasi biaya dan prosedur yang menjamin adanya pengendalian dan jika memungkinkan pengurangan atau pembenahan biaya.
3. Menentukan nilai persediaan dalam rangka kalkulasi biaya dan penetapan harga, dan sewaktu-waktu memeriksa jumlah persediaan dalam bentuk fisis.
4. Menghitung biaya dan laba perusahaan untuk periode akuntansi tahunan atau periode yang lebih singkat.
5. Memilih alternatif terbaik yang bisa menaikkan pendapatan atau menurunkan biaya.

Manfaat terbesar dari mempelajari akuntansi biaya adalah timbulnya sikap “sadar akan biaya” (*Cost awareness*). Tidak banyak orang yang memahami

bahwa, harga pokok produk dan jasa merupakan refleksi kemampuan suatu organisasi dalam memproduksi barang dan jasa. Semakin tinggi kemampuan mengelola biaya maka akan semakin baik produk dan jasa yang ditawarkan pada pelanggan baik dari sisi harga maupun kualitas.

Tolak ukur kemampuan pengelolaan biaya dapat di representasikan dengan keberadaan sistem akuntansi biaya yang mampu mengukur biaya dengan cukup akurat serta didukung kemampuan manajemen untuk memanfaatkan informasi yang dihasilkan oleh sistem tersebut. Dalam konteks ini perlu disadari bahwa sistem akuntansi biaya adalah ‘alat’ (*tool*) atau sarana (*infra structure*), namun kemampuan memanfaatkan informasi alias *brainware* adalah jauh lebih menentukan. Manfaat dari akuntansi biaya adalah:

1. Sebagai pemasok informasi dasar untuk menentukan harga jual produk barang dan jasa.
2. Sebagai bagian dari alat pengendalian manajemen, terutama yang berkaitan dengan pengukuran kinerja manajer pusat pertanggungjawaban.
3. Sebagai pemasok informasi pada pihak eksternal berkenaan dengan seluruh aspek biaya operasi, misalnya saja untuk kepentingan pajak.

2.2 Pengertian Biaya

Biaya (*cost*) adalah sesuatu yang kita keluarkan atau kita korbakan dengan harapan kita akan mendapatkan keuntungan atau manfaat secara ekonomis dimasa mendatang. Pengertian biaya dalam artian luas dan sempit menurut Mulyadi (2012 : 8) yaitu: Dalam artian luas adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang yang terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu, sedangkan dalam arti sempit adalah merupakan bagian dari harga pokok yang dikorbankan di dalam usaha untuk memperoleh penghasilan, sedangkan harga pokok dapat pula disebut sebagai bagian dari harga perolehan atau harga beli aktiva yang ditunda pembebanannya dengan realisasi penghasilan. Banyak pakar telah mendefinisikan arti dari biaya (*cost*). Arti atau makna dari biaya (*cost*) telah berkembang sesuai dengan perkembangan pola pikir

akuntan dan searah dengan perkembangan teknologi dan lingkungan bisnis. Menurut Salman (2013, 20), biaya (*cost*) didefinisikan sebagai “suatu nilai tukar, pengeluaran, pengorbanan yang dilakukan untuk menjamin perolehan manfaat “.Definisi tersebut adalah definisi biaya secara konseptual.

Pengorbanan tersebut dapat berupa uang atau materi lainnya yang setara nilainya kalau diukur dengan uang. Dalam pengertian lebih jauh lagi, biaya (*cost*) dapat dipisahkan menjadi aktiva atau *assets* (*unexpired cost*) dan biaya atau *expenses* (*expiered cost*). Biaya dianggap sebagai “*assets*” apabila biaya tersebut belum digunakan untuk menghasilkan produk atau jasa atau belum habis digunakan, sedangkan biaya dianggap sebagai “*expenses*” jika biaya tersebut habis digunakan untuk operasional yang menghasilkan pendapatan dalam suatu periode akuntansi. Biaya sebagai *assets* dicantumkan dalam neraca, sedangkan biaya sebagai *expenses* dicantumkan dalam laporan laba/rugi. Menurut (Hansen / Moven, 1999) Biaya adalah kas atau nilai ekuivalen kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat saat ini atau di masa datang bagi organisasi.

Dalam akuntansi keuangan, istilah biaya didefinisikan sebagai pengorbanan yang dilakukan untuk mendapatkan barang atau jasa. Pengorbanan mungkin diukur dalam kas yang dikucurkan, aktiva yang ditransfer, jasa yang diberikan, dan lain-lain. Definisi ini mudah dinyatakan dan diterima secara luas dalam akuntansi keuangan. Dalam akuntansi manajemen, istilah biaya digunakan dalam banyak cara yang berbeda. Sebabnya adalah terdapat banyak jenis biaya yang berlainan, dan biaya-biaya ini diklasifikasikan secara berbeda menurut kebutuhan-kebutuhan secara manajemen. Berikut ini dikemukakan definisi biaya sebagaimana dikemukakan oleh L gayle raybun (1999, 4-5) Biaya mengukur pengorbanan ekonomis yang dilakukan untuk mencapai tujuan organisasi. Untuk suatu produk , biaya menunjukkan ukuran moneter sumber daya yang dilakukan , seperti bahan, tenaga kerja, dan *overhead*.

Konsep biaya yang berbeda untuk tujuan yang berbeda, sebab merupakan konsep yang paling penting dalam pembahasan akuntansi manajemen. Banyak konsep biaya harus dipahami secara tepat agar apabila diterapkan akan sesuai dengan tujuannya. Manajemen perlu untuk menerapkan konsep biaya yang tepat agar bisa digunakan untuk membantu proses perencanaan, pengendalian dan pengambilan keputusan operasi. Ketidaktepatan atau penyalahan tafsiran biaya, bisa berakibat pengambilan keputusan yang kurang tepat.

Berdasarkan dari definisi-definisi diatas tentang biaya maka digunakan akumulasi data biaya untuk keperluan penilaian persediaan dan untuk penyusunan laporan-laporan keuangan. Data biaya jenis ini bersumber pada buku-buku dan catatan perusahaan. Tetapi, untuk keperluan perencanaan analisis dan pengambilan keputusan, kita sering harus berhadapan dengan masa depan dan berusaha menghitung biaya terselubung (*imputed cost*), biaya deferensial, biaya kesempatan (*oppurtunity cost*) yang harus didasarkan pada sesuatu yang lain dari biaya masa lampau. Oleh sebab itu merupakan persyaratan dasar bahwa biaya harus kita artikan dalam hubungannya dengan tujuan dan keperluan penggunaannya. Suatu permintaan akan data biaya harus disertai dengan penjelasan mengenai tujuan dan keperluan penggunaannya, karena data biaya yang sama belum tentu dapat memenuhi semua tujuan dan keperluan. Pengumpulan, penyajian dan analisis data biaya harus dapat memenuhi tujuan-tujuan dan keperluan-keperluan dasar berikut ini:

1. Perencanaan rugi-laba dengan perantaraan budget

Perencanaan berhubungan dengan masa depan perusahaan. Akuntansi biaya bertugas menyediakan atau membuat budget biaya-biaya yang diperkirakan untuk bahan, upah, gaji dan biaya-biaya lainnya yang perlu untuk memproduksi dan memasarkan produk perusahaan.

2. Pengawasan biaya melalui *responsibility accounting*

Dasar-dasar yang berikut ini hendaknya diperhatikan dalam melakukan pengawasan biaya:

- a. Penentuan tanggung jawab untuk pengawasan
- b. Pembatasan tugas pengawasan seseorang pada biayanya sendiri
- c. Laporan hasil-hasil yang dicapai

1. Mengukur laba tahunan atau laba periodik, termasuk hitung pokok persediaan

Mengukur laba tahunan atau laba periodik berarti memasang-masangkan biaya yang telah jatuh tempo (*matching of expired costs*) dengan pendapatan. Proses memasang-masangkan tersebut. Mengharuskan diadakannya pemisahan antara biaya-biaya jangka pendek dan biaya-biaya jangka panjang.

2. Membantu penentuan harga jual dan kebijaksanaan harga

Penentuan harga jual yang akan memberikan laba pada perusahaan menuntut adanya pengetahuan tentang biaya-biaya produk dalam hubungannya dengan volume. Dalam tahapan perencanaan, pengetahuan mengenai tingkat biaya di masa yang akan datang, berikut tingkat potongan-potongan yang harus diberikan, pada tingkat produksi dan penjualan yang berfluktuasi akan sangat membantu pimpinan perusahaan.

3. Menyediakan data yang diperlukan untuk keperluan analisis dan pengambilan keputusan.

Perencanaan perusahaan sebagaimana digambarkan oleh budget jangka panjang mengharuskan dilakukannya strategi usaha yang meliputi jangka waktu lebih dari satu tahun. Untuk melaksanakan strategi jangka panjang, pimpinan perusahaan harus melakukan keputusan-keputusan dan perubahan-perubahan taktis yang menyangkut pilihan diantara berbagai alternatif tindakan yang dapat diambil. Akuntansi biaya mungkin diminta untuk menghitung biaya-biaya yang berbeda-beda dan harga-harga yang berbeda-beda untuk keperluan dan tujuan yang berbeda pula. Perubahan dalam metode produksi, penggantian peralatan, menerima atau menolak

suatu order, kesemuanya itu menuntut dilakukannya perhitungan biaya-biaya dan pendapatan yang harus disesuaikan dengan situasi dan kebutuhan.

2.3 Penggolongan Biaya

Perusahaan dapat di pandang sebagai suatu sistem yang memproses masukan untuk menghasilkan pengeluaran. Perusahaan yang bertujuan mencari laba maupun yang tidak bertujuan mencari laba mengolah masukan berupa sumber ekonomi untuk menghasilkan keluaran berupa sumber ekonomi lain yang nilainya harus lebih tinggi daripada nilai masukannya. Informasi biaya yang lengkap dapat dipakai oleh manajemen sebagai dasar untuk merencanakan alokasi sumber ekonomi yang dikorbankan untuk menghasilkan pengeluaran. Tanpa informasi biaya, manajemen tidak memiliki ukuran apakah masukan yang dikorbankan memiliki nilai ekonomi yang lebih rendah daripada nilai keluarannya, sehingga tidak memiliki informasi apakah kegiatan usahanya menghasilkan laba atau sisa hasil usaha yang sangat diperlukan untuk mengembangkan dan mempertahankan eksistensi perusahaannya

Menurut Mulyadi (2009, 13) Biaya digolongkan dengan berbagai macam cara. Umumnya penggolongan biaya ini ditentukan atas dasar tujuan yang hendak dicapai dengan penggolongan tersebut, karena dalam akuntansi biaya dikenal dengan konsep: “different *cost* for different purposes”. Biaya dapat digolongkan menurut:

1. Objek pengeluaran
2. Fungsi pokok dalam perusahaan
3. Hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai
4. Perilaku biaya dalam hubungan dengan perubahan volume kegiatan.
5. Jangka waktu manfaatnya.

2.3.1 Pengolongan Biaya Menurut Objek Pengeluaran

Pengertian obyek *cost* adalah obyek yang menjadi sasaran *cost*. Obyek biaya dapat berupa produk, departemen atau kegiatan pemisahan biaya

berdasarkan obyek sangat bermanfaat bagi manajemen untuk mengendalikan biaya, membantu dalam menganalisis biaya apabila terjadi. Dalam cara penggolongan ini, nama objek pengeluaran merupakan dasar penggolongan biaya. Misalnya, nama objek pengeluaran adalah bahan bakar, maka semua pengeluaran yang berhubungan dengan bahan bakar disebut “biaya bahan bakar”.

2.3.2 Penggolongan Biaya Menurut Fungsi Pokok dalam Perusahaan

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

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

Biaya produksi. merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk di jual. Contohnya adalah biaya depresiasi mesin dan ekuipmen, biaya bahan baku penolong; biaya gaji karyawan yang bekerja dalam bagian-bagian, baik yang langsung maupun yang tidak langsung berhubungan dengan proses produksi.

Biaya pemasaran. Merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk. Contohnya biaya iklan; biaya promosi, biaya angkutan dari gudang perusahaan ke gudang pembelo; gaji karyawan bagian-bagian yang melaksanakan kegiatan pemasaran; biaya contoh (sampel)

Biaya administrasi dan umum . Merupakan biaya-biaya untuk mengkoordinasi kegiatan-kegiatan produksi dan pemasaran produk. Contoh biaya ini adalah biaya gaji karyawan bagian keuangan, akutansi, personalia dan bagian hubungan masyarakat, biaya pemeriksaan akutan

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

2.3.3 Penggolongan Biaya Menurut Hubungan Biaya dengan Sesuatu yang Dibiayai

Dalam hubungannya dengan sesuatu yang di biayai, biaya dapat dikelompokkan menjadi dua golongan:

1. Biaya langsung
2. Biaya tidak langsung

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

a. Biaya Langsung

Biaya langsung adalah biaya yang terjadi, yang penyebab satu-satunya adalah karena adanya sesuatu yang dibiayai. Jika sesuatu yang dibiayai tersebut tidak ada, maka biaya langsung ini tidak akan terjadi. Dengan demikian biaya langsung akan mudah diidentifikasi dengan sesuatu yang dibiayai. Biaya produksi langsung terdiri dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.

b. Biaya Tidak Langsung

Biaya tidak langsung adalah biaya yang terjadi tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai. Biaya tidak langsung dalam hubungannya dengan produk disebut dengan istilah biaya produksi tidak langsung atau biaya *overhead* pabrik. Biaya ini tidak mudah diidentifikasi dengan produk tertentu

2.3.4 Penggolongan Biaya Menurut Perilakunya dalam Hubungan dengan Perubahan Volume Kegiatan

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

1. Biaya variabel
2. Biaya semivariabel
3. Biaya semifixed
4. Biaya tetap

Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubahsebanding dengan perubahan volume kegiatan. Contoh biaya variabel adalah biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung

Biaya semivariabel adalah biaya yang berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Biaya semivariabel mengandung unsur biaya tetap dengan unsur biaya variabel

Biaya semifixed adalah biaya yang tetap untuk tingkat volume kegiatan tertentu dan berubah dengan jumlah yang konstan pada volume produk tertentu.

Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap dalam kisar volume kegiatan tertentu. Contoh biaya tetap adalah gaji direktur produksi.

2.3.5 Penggolongan Biaya Atas Dasar jangka Waktu Manfaatnya

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

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

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

Perbedaan antara pengeluaran penghasilan dan pengeluaran modal merupakan suatu hal yang esensial dalam membandingkan (*matching*) biaya dengan pendapatan secara tepat dan untuk mengukur laba periodik secara akurat. Dalam banyak hal, upaya perbedaan tersebut tergantung pada sikap manajemen terhadap pengeluaran yang terjadi daripada sifat operasi perusahaan.

2.4 Harga Pokok Penjualan

Harga Pokok Penjualan adalah semua biaya yang muncul dalam rangka menghasilkan suatu produk hingga produk tersebut siap dijual. Dengan bahasa sederhana, harga pokok penjualan sering disingkat HPP merupakan biaya yang dikeluarkan dalam suatu proses produksi barang dan jasa yang dapat diubungkan secara langsung dengan aktivitas proses yang membuat produk barang dan jasa siap jual. Seperti skedul dibawah ini :

Bahan langsung	Rp.xx	
Pekerja langsung	Rp.xx	
<i>Overhead</i> pabrik	Rp.xx +	
Biaya produksi		Rp.xx
Persediaan awal barang dlm proses	Rp.xx +	
Persediaan Barang siap untuk dijual	Rp.xx	
Persediaan akhir barang dlm proses	Rp.xx -	
Harga Pokok Produksi		Rp.xx
Persediaan awal barang jadi	Rp.xx +	
Harga pokok barang tersedia untuk dijual	Rp.xx	
Persediaan akhir barang jadi	Rp.xx -	
Harga Pokok Penjualan		Rp.xx

2.5 Harga Pokok Produksi

2.5.1 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.

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 pengubahan 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.

2.5.2 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.

2.5.3 Metode Penentuan Biaya Produksi

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

a. Metode *Full Costing*

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

Biaya bahan baku	xxx
Biaya tenaga kerja langsung	xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik tetap	xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik variabel	<u>xxx</u> +
<i>Cost</i> Produksi	xxx

b. Metode *Variable Costing*

Variable costing merupakan metode penentuan *cost* produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku variabel ke dalam *cost* produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik variable. *Cost* produksi menurut metode *variable costing* terdiri dari:

Biaya bahan baku variabel	xxx
Biaya tenaga kerja variabel	xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik variabel	<u>xxx</u> +
<i>Cost</i> Produksi	xxx

2.5.4 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 lainnya 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.

2.5.5 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:

- a Pemisahaan biaya-biaya kedalam biaya variabel dan tetap sulit untuk dilaksanakan.
- b Metode ini dianggap tidak sesuai dengan prinsip akuntansi yang lazim.
- c 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.
- d 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.

2.6 Pengertian Harga Jual

Harga merupakan satu hal penting, dimana harga merupakan komponen besar dari kepuasan konsumen, dan nilai produk adalah apa yang dirasakan konsumen, jadi pembeli membantu menetapkan nilai dari produk. Dari sudut pandang produsen, harga tentu saja mempunyai peranan yang sangat penting. Laba yang akan diperoleh perusahaan dan kelangsungan hidup perusahaan sangat ditentukan oleh seberapa besar pendapatan yang mereka peroleh, dan ini tergantung dari berapa banyaknya jumlah produk yang terjual. Banyaknya jumlah penjualan produk sangat dipengaruhi oleh harga jual produk itu sendiri. Jadi harga jual merupakan hal penting atas suatu produk yang dijual baik bagi produsen, maupun bagi konsumen.

Harga jual adalah sejumlah kompensasi (uang ataupun barang) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi barang atau jasa. Perusahaan selalu menetapkan harga produknya dengan harapan produk tersebut laku terjual dan boleh memperoleh laba yang maksimal. Hansen dan Mowen (2001,633) mendefinisikan “harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan”. Sedangkan definisi harga menurut Basu Swastha (2005 : 241) adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya.

Harga jual dalam jangka panjang harus dapat menutup seluruh biaya produksi, biaya administrasi dan biaya penjualan baik yang bersifat tetap maupun yang bersifat variabel, serta memberikan hasil yang layak atas investasi pemegang saham apabila perusahaan ingin hidup lama dan berkembang. Banyak faktor yang saling berinteraksi dalam mempengaruhi penentuan harga jual, baik dipandang dari barang yang dijual maupun yang tidak kalah pentingnya adalah biaya untuk membuat produk tersebut.

Menurut Hargo utomo (1993,88) terdapat 3 metode / pendekatan yang dapat digunakan untuk menetapkan harga yaitu, penetapan berbasis pada biaya, berbasis persaingan dan yang terakhir berbasis permintaan.

Sedangkan tujuan umum penetapan harga jual menurut Hargo Utomo (1993, 88) dapat diarahkan pada 2 hal, yaitu :

1. Penetapan harga jual yang berbasis biaya

Orientasi penetapan harga yang berbasis pada biaya ditetapkan untuk dapat menutup seluruh biaya dan sekaligus mencapai tingkat keuntungan investasi yang ditargetkan, selain itu penetapan harga berorientasi pada biaya juga di maksudkan untuk memperoleh margin tertentu yang dapat dipergunakan untuk menutup biaya advertensi dan biaya-biaya pemasaran lainnya.

2. Penetapan harga jual berdasarkan pada permintaan

Penetapan harga jual berdasarkan pada permintaan dilakukan dengan mengidentifikasi respon konsumen, tujuannya adalah mempengaruhi kurva permintaan produk perusahaan dengan melakukan analisis sensitifitas terhadap harga produk dengan demikian profit maksimum dapat dicapai apabila perusahaan mampu menetapkan harga yang berbeda untuk segmen pasar.

2.7 Metode Penentuan Harga Jual

Umumnya harga jual produk dan jasa standar ditentukan oleh pertimbangan permintaan dan penawaran di pasar, sehingga biaya bukan merupakan penentu harga jual. Karena dengan penentuan harga jual yang bersaing maka akan dapat meningkatkan volume penjualan. Oleh karena itu perlunya perusahaan dapat mempertahankan harga jual yang telah ditetapkan. Sebab dengan harga jual yang tinggi maka akan dapat mempengaruhi permintaan produk dan penjualan Pada dasarnya, dalam keadaan normal, harga jual produk atau jasa harus dapat menutup biaya penuh yang bersangkutan dengan produk atau jasa dan menghasilkan laba yang dikehendaki.

Biaya penuh merupakan total pengorbanan sumber daya untuk menghasilkan produk atau jasa, sehingga semua pengorbanan ini harus dapat ditutup oleh pendapatan yang diperoleh dari penjualan produk atau jasa. Di samping itu, harga jual harus pula dapat menghasilkan laba yang memadai,

sepadan dengan investasi yang ditanamkan untuk menghasilkan produk atau jasa. Informasi biaya penuh memberikan manfaat berikut ini bagi manajer penentu harga jual dalam pengambilan keputusan penentuan harga jual:

1. Biaya penuh merupakan titik awal untuk mengurangi ketidakpastian yang dihadapi oleh pengambil keputusan
2. Biaya penuh merupakan dasar yang memberikan perlindungan bagi perusahaan dari kemungkinan kerugian.
3. Biaya penuh memberikan informasi yang memungkinkan manajer penentu harga jual melihat struktur biaya perusahaan pesaing.
4. Biaya penuh merupakan dasar untuk pengambilan keputusan perusahaan memasuki pasar.

Menurut basu swastha (2008, 256) mengemukakan Metode penetapan harga yang berorientasi pada biaya. Ada beberapa macam metode penetapan harga yang berorientasi pada biaya, seperti:

1. Metode penetapan harga mark-up atau cost-plus;
2. Metode penetapan harga rate-of-return atau target return;
3. Metode penetapan harga break-even;
4. Penetapan harga biaya variabel

2.8 Metode Cost Plus 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 *mark up* (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, 2015

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 *mark up*.

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

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

Sumber: Mulyadi, 2015

2.9 Penyusutan

Penyusutan adalah proses mengalokasikan biaya aktiva tetap ke dalam beban selama masa manfaatnya dengan cara yang rasional dan sistematis. Alokasi biaya memungkinkan perusahaan menandingkan beban dengan pendapatan sesuai dengan prinsip pengakuan beban. Penyusutan aktiva tetap merupakan alokasi jumlah suatu aset yang dapat disusutkan sepanjang masa manfaat yang diestimasi (PSAK 17). Penyusutan perlu dilakukan karena manfaat yang diberikan dan nilai dari aset tersebut semakin berkurang. Pengurangan nilai aset dibebankan secara bertahap.

Penting untuk dimengerti bahwa penyusutan adalah sebuah proses pengalokasian biaya, bukan proses penilaian aktiva, sehingga tidak perlu mengukur perubahan nilai wajar aktiva selama masa kepemilikan. Jadi, nilai buku dari aktiva tetap tersebut bisa saja berbeda dengan nilai wajarnya.

Penyusutan hanya dapat diaplikasikan pada aktiva tetap yang mengalami pengurangan nilai guna seiring dengan pemakaian aktiva tersebut. Misalnya, kinerja sebuah truk angkut akan menjadi lebih menurun setelah digunakan 5 tahun ketimbang hanya digunakan 2 tahun. Oleh sebab itu, meskipun tanah adalah aktiva tetap, namun tanah tidak mengalami penurunan nilai, sehingga tanah tidak digolongkan sebagai aktiva tetap yang dapat didepresiasi.

Pengakuan penyusutan tidak mengakibatkan pengeluaran kas sebagai penggantian aktiva. Saldo pada Akumulasi Depresiasi hanya menunjukkan jumlah biaya aktiva yang telah dibebankan pada akun beban (*expense*).

Ada 3 faktor yang mempengaruhi penghitungan depresiasi:

1. **Cost (biaya).** Biaya yang dimaksud di sini adalah biaya perolehan. Biaya perolehan menjadi dasar penghitungan seberapa besar depresiasi yang harus dialokasikan per periode akuntansi.
2. **Useful life (masa manfaat).** Masa manfaat merupakan estimasi umur produktif aktiva yang kita harapkan. Masa manfaat dapat dinyatakan dalam tahun, unit aktivitas, unit output. Masa manfaat merupakan estimasi. Dalam menentukan estimasi tersebut, manajemen mempertimbangkan faktor-faktor seperti tujuan penggunaan aktiva, pemeliharaan dan perbaikan, kerentanan atas kerusakannya. Pengalaman masa lalu sangat membantu manajemen dalam menentukan masa manfaat jenis aktiva yang serupa.
3. **Residual value (nilai sisa).** Nilai sisa merupakan estimasi dari nilai aktiva di akhir masa manfaatnya. Seperti masa manfaat, nilai sisa juga merupakan estimasi. Dalam menentukan estimasi ini, manajemen

mempertimbangkan bagaimana perusahaan merencanakan melepaskan aktiva tersebut.

2.9.1 Metode Penyusutan

Berdasarkan Standar Akuntansi Keuangan metode penyusutan dapat dikelompokkan menurut kriteria (PSAK).

a. Metode garis lurus (*straight line method*)

Metode garis lurus merupakan metode yang paling banyak digunakan karena sangat sederhana dalam penggunaannya. Dalam metode ini aktiva tetap dianggap sama penggunaannya sepanjang waktu artinya mempertimbangkan penyusutan sebagai fungsi waktu, bukan fungsi dari penggunaan. Beban penyusutan besarnya sama setiap periode (kecuali ada penyesuaian-penyesuaian). Kelemahan metode ini adalah kapasitas produksi aktiva tetap semakin lama semakin menurun serta biaya pemeliharaan dan reperasi dari suatu periode ke periode berikutnya akan semakin besar, seiring dengan semakin tuanya umur aktiva tetap tersebut. Menurut Zaki Baridwan (2001 : 309) depresiasi yang konstan setiap periode seolah-olah menunjukkan bahwa kemampuan aktiva relatif sama dalam suatu periode padahal aktiva tetap semakin lama mempunyai kemampuan semakin menurun dan karenanya sangat tidak logis kalau beban penyusutan diperlakukan sama dengan periode sebelumnya. Besarnya penyusutan tiap periode ditentukan dengan rumus berikut:

$$D = \frac{C - S}{n}$$

Sumber : PSAK

Dimana :

D = depreciation (beban penyusutan)

C = cost (harga perolehan)

S = salvage value (nilai residu)

n = useful life (taksiran masa manfaat)

b. Metode jam jasa (*service hour method*)

Metode di atas diasumsikan bahwa penurunan umur aktiva tetap dihubungkan langsung dengan jumlah waktu penggunaan aktiva. Sehingga dalam estimasi umur aktiva tersebut diperlukan taksiran usia dalam ukuran jasa jam produksi. Besarnya beban penyusutan menurut metode di atas adalah mengalikan jam jasa aktiva tetap dengan tingkat penyusutan per jam. Perhitungan besar beban penyusutan per jam adalah dengan rumus berikut:

$$\text{Penyusutan} = \frac{\text{Harga Perolehan} - \text{Nilai Sisa}}{\text{Jumlah Jam Jasa}}$$

Sumber : PSAK

c. Metode jumlah unit produksi (*productive output method*)

Pada dasarnya sama dengan metode jam jasa. Perbedaannya pada metode sebelumnya menggunakan jam sebagai dasar maka pada metode unit produksi jumlah jam tersebut digambarkan sebagai output atau produksi dalam unit. Rumus untuk mencari besarnya penyusutan per unit adalah sebagai berikut :

$$\text{Penyusutan} = \frac{\text{Harga Perolehan} - \text{Nilai Sisa}}{\text{Output}}$$

Sumber : PSAK

Untuk mencari besarnya beban penyusutan per tahun adalah jumlah produksi setahun dikali besarnya penyusutan per unit.

2.9.2 Pengaruh penyusutan terhadap pajak

Dalam laporan laba rugi, penyusutan merupakan unsur biaya sehingga dapat mempengaruhi perhitungan laba rugi yang didapat. Semakin besar biaya penyusutan semakin kecil laba dan semakin kecil pula pajak yang harus dibayarkan kepada pemerintah. Perusahaan menetapkan metode penyusutan yang awalnya tinggi dan menurun pada tahun-tahun selanjutnya untuk memperoleh manfaat sehubungan dengan nilai uang terhadap waktu (*time value of money*). Disamping itu, bagi perusahaan yang jadi pemimpin dalam memasarkan produk, cara ini merupakan usaha untuk mempercepat pengembalian aset-aset tetap yang diperoleh selagi belum ada atau belum banyak saingan.

2.9.3 Penyusutan terhadap mesin dan peralatan

Seluruh mesin dan peralatan yang dipakai akan digunakan sebagai dasar perhitungan depresiasi mesin dan peralatan. Depresiasi yang dimaksud adalah untuk menghitung pembebanan biaya pemerosotan atau penyusutan nilai mesin akibat penggunaan mesin. Dengan kata lain, biaya untuk perawatan dan pergantian mesin dimasa yang akan datang sudah diperhitungkan dan dibebankan ke produk yang dibuat oleh mesin tersebut.

Penyusutan terhadap barang modal harus dilakukan agar efisiensi ekonomi ekonomis dari kegiatan produksi tetap terpelihara, bahkan ditingkatkan. Sebab, semakin tua usia mesin, produktivitasnya makin rendah. Akibatnya, walaupun secara teknis masih dapat digunakan, tetapi tidak akan menambah bahkan mengurangi keuntungan ekonomis. Misalnya, pabrik gula yang mesin-mesinnya telah berusia puluhan tahun, secara teknis dapat dipakai untuk memproduksi gula. Tetapi produktivitasnya yang rendah, sementara biaya perawatan sangat tinggi, menyebabkan secara ekonomis sudah tidak layak lagi. Lebih baik mesin itu

diganti dengan mesin yang baru, yang menggunakan teknologi yang lebih baru pula.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sumber Data

3.1.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

Ditinjau Menurut Sifatnya

a. Data Kualitatif

Data yang tidak dapat dihitung atau diukur dengan angka-angka, namun mampu memberikan informasi tambahan berupa uraian atau keterangan.. Data kualitatif dalam penelitian ini adalah informasi yang berkaitan dengan biaya produksi

b. Data Kuantitatif

Data yang berupa angka-angka atau jumlah dengan satuan ukur yang dapat diukur secara matematis. Data kuantitatif dalam penelitian ini berupa komponen biaya bahan baku , biaya tenaga kerja langsung , biaya *overhead* pabrik, data penjualan produk dan biaya operasional perusahaan

3.1.2 Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

Jenis-jenis data menurut cara memperolehnya, antara lain :

1. Data Primer (*Primary Data*)

Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Data primer dapat berupa opini subjek (orang) secara individual atau kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda (fisik), kejadian atau kegiatan, dan hasil pengujian.

Data primer digolongkan menjadi dua yaitu:

a. Data Umum Perusahaan

Adalah data yang bersumber dari dalam perusahaan yang menggambarkan

keadaan perusahaan tersebut. Data mengenai sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi, jumlah karyawan, kedudukan, tugas dan fungsi serta fasilitas yang dimiliki perusahaan dll.

b. Data Khusus Perusahaan

Adalah data yang bersumber dari luar suatu perusahaan yang dapat menggambarkan faktor-faktor yang mungkin mempengaruhi hasil kerja suatu perusahaan. Data mengenai daya beli masyarakat mempengaruhi hasil penjualan suatu perusahaan. Metode yang digunakan untuk mendapatkan data primer yaitu :

- a. Metode Survei.
- b. Metode Observasi.

Data yang digunakan oleh penulis untuk melakukan penelitian bersumber dari perusahaan selanjutnya data diolah menjadi bentuk laporan keuangan, karena di perusahaan tersebut tidak terdapat laporan keuangan yang sesuai standar.

2. Data Sekunder

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

- Referensi Buku
- Arsip-arsip lainnya

3.2 Metode Pengumpulan Data

Sebagai bahan untuk menyusun tugas akhir, pengumpulan data yang diperlukan dilakukan dengan cara mengadakan penelitian baik secara langsung maupun tidak langsung.

Adapun metode yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Metode Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Pengumpulan data diambil dari hasil literatur dan buku-buku bahan kuliah

maupun artikel baik dari majalah, jurnal, maupun surat kabar yang memuat teori-teori yang berhubungan dengan teknik dan metode modal kerja perusahaan, serta penerapannya dalam perusahaan. Hal ini dilakukan sebagai bekal untuk memperkuat landasan teori dari tugas akhir.

2. Metode Penelitian Lapangan (*Field Research*)

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

a. Interview

Interview atau wawancara langsung merupakan suatu metode pengumpulan data dengan cara tanya jawab dengan pimpinan maupun karyawan di perusahaan.

b. Observasi

Merupakan pengamatan langsung yang dilakukan pada divisi yang terkait dengan objek penelitian, yakni dengan cara mengumpulkan data-data dari dokumen yang ada pada perusahaan.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengabadikan suatu objek yang diperlukan. Teknik ini digunakan sebagai bahan penguat data, karena dengan adanya bukti dokumentasi berupa foto maka data yang diperoleh akan lebih kuat kebenarannya.

d. Tinjauan pustaka

Metode ini digunakan untuk membantu penulis dalam mempelajari teknik-teknik apa saja yang harus dilakukan dalam perbaikan yang terkait dengan data-data yang ada. Teknik-teknik ini diperoleh dari buku atau literatur yang ada.

e. Data lainnya dari berbagai sumber

Data lain yang didapat penyusun dalam penelitian ini adalah artikel dan internet.

3.3 Metode Pengolahan Data

Dalam penelitian ini penulis mengolah data biaya produksi, pemasaran dan keuangan yang diperoleh kedalam bentuk klasifikasi berdasarkan unsur biaya tetap dan variabel melalui Microsoft Excel dan kemudian dihitung.

3.4 Metode Analisis Data

Untuk mengetahui dan menganalisa masalah pokok dalam penulisan ini maka penulis menggunakan metode analisa Harga jual berdasarkan *Cost Plus Pricing* dihitung dengan rumus:

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

Sumber : Mulyadi, 2015

BAB IV

PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1 Profil Perusahaan

Perusahaan ini merupakan sebuah perusahaan perorangan yang tidak berbadan hukum yang memproduksi mainan anak dan boneka yang berdiri pada tahun 2002, didirikan oleh seorang mantan karyawan pabrik boneka yang bernama bapak Muhammad Mustofa. Produk yang dihasilkan perusahaan ini berupa boneka .

Profil Perusahaan

Nama Perusahaan : PO MMF Toys

Nama Pemilik : Muhammad Mustofa

Alamat : Jl. Raya Narogong km 12,5 pangkalan V Gang Rama RT
02/06 , Bantargebang , Kota Bekasi

Jenis Usaha : Produsen boneka dan mainan anak

Jumlah tenaga kerja : 12 Orang

Telp : 081280705550

No SIUP :510/191-KC.BG/MIKRO/XI/2012

No TDP :102654703556

No IUI :536/43/IUI/BPPT.2

No NPWP :28.832.047.6-432.000

Visi

“Menjadi produsen boneka yang profesional dengan mengedepankan kualitas produk yang berstandar mutu”.

Misi

- 1. Memproduksi boneka yang berkualitas dan bersertifikasi SNI*
- 2. Pelayanan yang baik terhadap konsumen*
- 3. ketepatan waktu yang konsisten terhadap konsumen*

4.1.2 Sejarah Perusahaan

PO MMF Toys merupakan industri pembuatan dalam skala rumah tangga yang didirikan pada 23 maret 2002. Usaha tersebut didirikan oleh Bapak Muhamad Mustofa sebagai pemilik bersama istrinya Ibu Betty Indriani sebagai penanggung dengan modal awal berkisar Rp.50.000.000. berbentuk PO dengan nama “PO PO MMF TOYS”. Dahulu setelah lulus SMA pada tahun 1991 bapak Mustofa merantau ke ibukota untuk mencari pekerjaan , lalu ia mendapatkan pekerjaan di sebuah pabrik boneka asal korea. Pertama kalinya ia bekerja bapak Mustofa mendapatkan posisi sebagai operator packing , karena pabrik tersebut melakukan kebijakan rolling posisi kerja , ia medapat pengalaman dalam rolling posisi kerja tersebut dan mendapatkan skill dalam pembuatan boneka. Namun pada tahun 1997 sampai 1998 krisis ekonomi global mengakibatkan sektor perekonomian hancur dan berdampak kepada seluruh karyawan pabrik boneka tersebut, namun bapak Mustofa masih menjadi karyawan di pabrik tersebut.

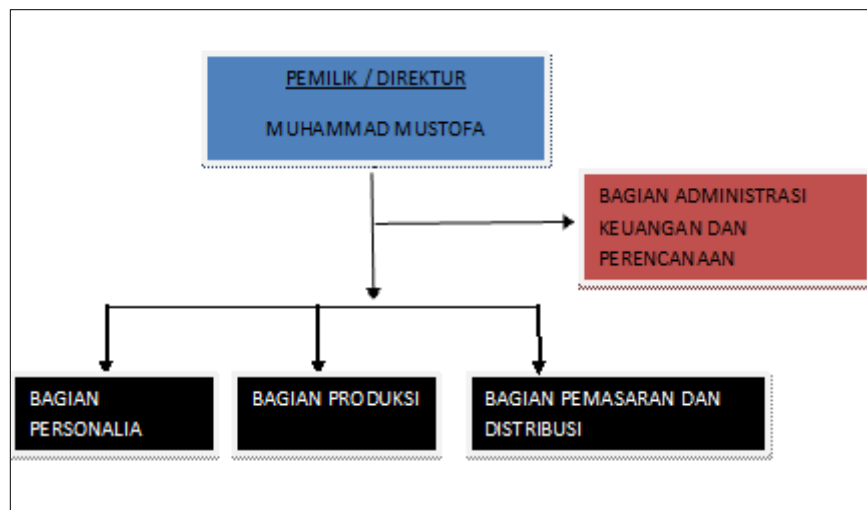
Suatu ketika ekspansi indutri china , mengakibatkan pabrik tersebut memilih berpindah lokasi pabriknya yang semula di Indonesia menuju China. Ini mengakibatkan seluruh karyawan tersebut terancam PHK dan membuat bapak Mustofa berhenti bekerja. Beliau pun memikirkan cara untuk bertahan hidup , karena pada saat itu pak Mustofa memiliki istri dan juga anaknya. Lalu suatu ketika ia mendapatkan pekerjaan di sebuah pabrik otomotif yang juga subcont Yamaha . Dari hasil yang ia dapat bapak Mustofa menyisihkan uang untuk membuka usaha, selama ia bekerja di pabrik tersebut ia mempelajari tentang suatu standarisasi sebuah produk , Ia memberanikan diri untuk membuka usaha untuk tambahan keuangan keluarga . akhirnya dari uang gaji yang disisihkan dan hasil pinjaman yang di dapat, ia membeli 10 mesin pada tahun 2002. Pada mulanya ia menawarkan jasa nya kepada pabrik–pabrik boneka untuk menjadi subcont, ia menawarkan jasa finishing penjahitan boneka. Selama bertahu-tahun iya menggeluti usaha tersebut bersama istrinya . Karena dirasa usaha tersebut mendapatkan penghasilan yang minim , lalu ia mencari cara untuk mengembangkan usaha yang didirikannya dengan memproduksi boneka sendiri. Ia berkeliling secara *door to door* ke seluruh toko grosir untuk menawarkan

boneka hasil buaatannya di sela-sela waktu senggang bekerja di perusahaan subcont tersebut . seiring dengan perkembangan teknologi yang sangat pesat , ia memanfaatkannya sebagai strategi pemasaran pada usahanya. Perlahan tapi pasti usaha pak mustofa berkembang dengan baik dan pada akhirnya 2012 ia mengundurkan diri dari perusahaan tersebut untuk fokus menjalankan bisnisnya yang sudah berkembang dan sudah banyak toko grosir boneka yang menjadi langganan bapak Mustofa.

4.1.3 Lokasi Perusahaan

Lokasi perusahaan merupakan hal yang penting diperhatikan pada sebuah bisnis, pemilihan lokasi yang tepat dan strategis akan memudahkan perusahaan dalam mencapai target pasar. PO MMF Toys terletak di Jl. Raya Narogong km 12,5 pangkalan V Gang Rama RT 02/06 , Bantargebang , Kota Bekasi. Lokasi ini merupakan pusat dari PO MMF Toys yang meliputi kantor, gudang dan pabrik.

4.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 4.1 Struktur Organisasi Perusahaan

Pada PO MMF Toys struktur organisasinya dapat dikatakan tergolong sederhana karena sebagian besar fungsi manajerial ditangani oleh pemilik perusahaan sendiri seperti dalam hal pemasaran dan personalia selain itu pemimpin dengan kreatifitasnya juga melakukan proses pendesainan produk. Untuk bagian keuangan pemilik tetap yang memegang kendali dalam hal pembelian bahan baku produksi, pengeluaran operasional dan pemberian gaji

karyawan. Dalam hal produksi pada tiap-tiap bagiannya terdapat masing-masing leader yang akan mengontrol dan mengawasi pekerjaan dari masing-masing bagian. PO MMF Toys yang tergolong sebagai usaha *Home Industry* di dalam pengelolaan usahanya dikarenakan masih memiliki lingkup yang kecil dengan tenaga kerja yang terbatas sehingga menyebabkan karyawan mempunyai rangkap pekerjaan.

4.1.5 Deskripsi Pekerjaan

Deskripsi Pekerjaan adalah sebuah kumpulan informasi jabatan dan disusun secara sistematis yang dapat mengidentifikasi dan menguraikan suatu jabatan atau posisi tertentu. Deskripsi pekerjaan membuat status setiap jabatan menjadi jelas akan fungsi dan perannya, hasilnya, serta tanggungjawabnya. Dari struktur organisasi diatas, maka deskripsi pekerjaan dari masing-masing pekerjaan adalah :

- **Pemilik Perusahaan**

Pemilik perusahaan perseorangan yang memiliki tanggung jawab tak terbatas atas harta perusahaan serta Memimpin, merencanakan, mengatur, mengarahkan, dan mengawasi berjalannya pengelolaan perusahaan dan mendelegasikan pekerjaan kepada masing-masing bagian. Mengatur dan mengelola proses Pemasaran dan Personalia yang ada di dalam perusahaan serta melakukan audit keuangan perusahaan. Selain itu pemimpin perusahaan dengan kreatifitasnya juga menangani bagian perancangan model boneka yang akan di produksi.

- **Bagian administrasi dan keuangan**

Melakukan pencatatan setiap aliran kas yang masuk dan keluar, serta membuat pembukuan mengenai pendapatan atas penjualan produk, dan pembiayaan-pembiayaan yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam pengelolaan usaha.

- **Bagian Pemasaran dan Distribusi**

Melakukan berbagai kegiatan pemasaran dalam rangka memasarkan produk perusahaan kepada para pelanggan. Bagian pemasaran ditangani sendiri oleh pemilik perusahaan yang memegang kendali tertinggi. Untuk distribusi perusahaan memiliki satu orang karyawan yang bertugas untuk mengantarkan barang kepada para pelanggan dan juga mengirim barang pada jasa ekspedisi pengiriman untuk pelanggan luar kota.

- **Bagian Produksi**

setiap bagian produksi memiliki pengawas yaitu

1. Pengawas bagian pabrik
2. Pengawas bagian finishing

Tugas pokok bagian produksi adalah membuat dan menghasilkan produk perusahaan. Bagian produksi terdiri atas beberapa bagian yang diawasi kepala bagian produksi, antara lain:

- *Design* (Merancang)

Desain merupakan proses awal di dalam menghasilkan produk Boneka. Bagian desain ditangani oleh seorang desainer yang bertugas untuk membuat pola boneka yang akan di produksi. pola di bentuk menggunakan karton lalu di buat pada asbes keras untuk di jadikan pola yang di sambung ke mesin regulator. Pada bagian ini dilakukan proses penghitungan pola untuk mengetahui kebutuhan bahan yang digunakan sebagai penentuan harga modal atas produk.

- *Cutting* (Pemotongan)

Proses memotong gulungan bahan sesuai pola yang sudah di buat .proses ini di lakukan untuk membuat komponen boneka berdasarkan struktur pola yang telah di buat .

- *Sewing* (Penjahitan)

Proses ini bertujuan untuk menyambungkan komponen boneka untuk di jadikan bentuk yang sempurna dan terlihat secara utuh .

➤ **Finishing (penyempurnaan)**

Pada tahap ini dilakukan untuk pengisian kapas boneka dan menutup rongga tempat pengisian kapas boneka agar terlihat rapi dan siap untuk di pasarkan.

• **Bagian Personalia**

Pada bagian ini bertugas dalam perekrutan karyawan baru dan pengembangan karyawan dalam hal peningkatan produktivitas kerja yang baik agar produksi yang di targetkan dapat memenuhi kebutuhan konsumen.

4.2 Bidang Produksi

Produksi merupakan kegiatan membuat atau menciptakan atau menghasilkan suatu produk (barang atau jasa) yang mempunyai nilai tambah dan memiliki hubungan timbal balik dengan teknologi. Produksi dapat juga diartikan sebagai cara, metode dan teknik untuk menciptakan atau menambah kegunaan suatu barang atau jasa dengan menggunakan sumber-sumber (tenaga kerja, mesin, bahan-bahan dan dana) yang ada.

4.2.1 Uraian Produk PO MMF Toys.

Boneka Ukuran M

Boneka ukuran M merupakan boneka berbentuk hewan berukuran 28-32 cm, terbuat dari bahan velboa, rasfur, snail dengan isi boneka dakron asli dan ditambah aksesoris seperti mata, hidung, pita dan baju boneka.



Gambar 4.2 Boneka Ukuran M

4.2.2 Bahan , peralatan dan mesin yang digunakan

Bahan baku sangat penting dalam menunjang kegiatan dalam proses produksi. Hal ini disebabkan karena bahan baku sangat mempengaruhi bentuk atau komposisi produk jadi baik secara kuantitas maupun kualitas serta harga jual produk. Dalam proses produksi PO MMF Toys menggunakan bahan baku utama dan bahan baku penolong yaitu:

1. Kain (kulit boneka)
 - Bahan rasfur, yaitu bahan yang bulunya panjang. Harga bahan jenis ini termasuk yang mahal. Makin panjang bulunya makin mahal harganya. Warnanya yang ada umumnya *soft*, jadi kurang variatif pilihannya.



Gambar 4.3 Bahan Rasfur

- Bahan Velboa , Velboa berbulu pendek, seperti gambar di samping Bahan ini relatif lebih murah. Paling banyak digunakan untuk boneka-boneka umum.



Gambar 4.4 Bahan Velboa

- Bahan snail, Kain snail merupakan salah satu jenis bahan kain yang memiliki permukaan halus, lembut dan nyaman ketika dipegang dan diraba dengan telapak tangan. Kain snail sendiri pada dasarnya termasuk kedalam keluarga bahan rasfur meski teksur kainnya sedikit berbeda.

Pemakaian jenis-jenis bahan ini tergantung jenis-jenis boneka yang akan diproduksi.



Gambar 4.5 Bahan snail

2. Isi boneka

Isi boneka yang digunakan adalah jenis kapas dakron yang impor dari Korea, yang harganya kisaran 20.000/kg



Gambar 4.6 Kapas Dakron

3. Asesoris

Berupa hidung, mata, pita, dll. Yang kesemua barang tersebut dari wilayah Asemka Jakarta serta impor dari China dan Korea.



Gambar 4.7 Asesoris

- **Mesin dan Peralatan**

Tabel 4.1 Daftar Mesin

Nama mesin	Jumlah
------------	--------

Mesin jahit	22
Mesin potong regulator	1
Mesin Potong element	1

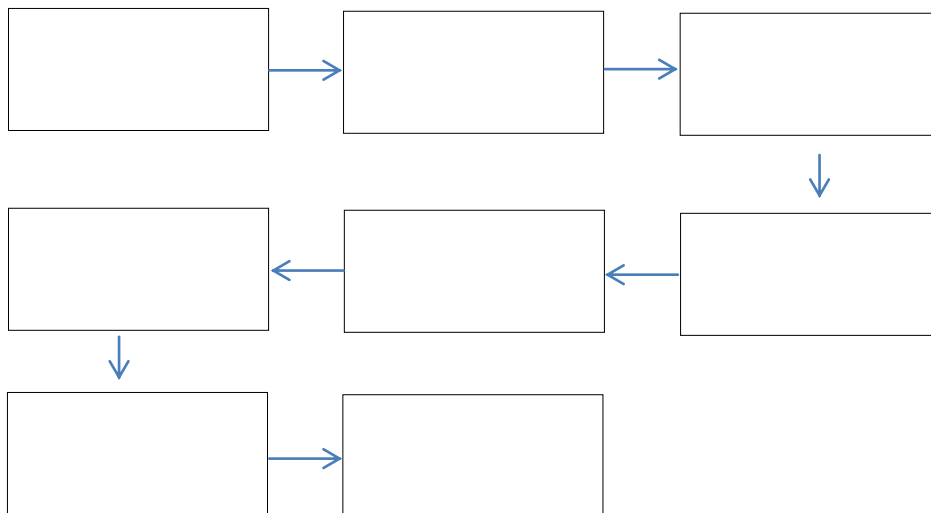
Sumber: PO MMF Toys

Tabel 4.2 Daftar Peralatan

Nama peralatan	Jumlah
Timbangan	1
Gunting	3
Pisau / cutter	5
Jarum jahit	100
sikat boneka	3

Sumber: PO MMF Toys

4.2.3 Alur proses produksi



Berdasarkan Gambar 4.8 Alur Proses Produksi elaskan alur produksi tersebut antara lain adalah sebagai berikut:

1. Mendesain

Proses awal pengerjaan boneka, karyawan bagian desain membuat gambar jenis boneka yang akan diproduksi pada kertas dan akan dilanjutkan

dengan sistem komputerisasi dengan menentukan ukuran, berat, warna dan jenis kain yang digunakan.



Gambar 4.9 Mendesain

2. Membuat Pola

Proses selanjutnya adalah membuat pola . Proses membuat pola dan sampel boneka ini bisa berkali-kali sehingga diperoleh untuk boneka yang sesuai dengan keinginan. Setelah bentuk sampel disetujui, maka dibuatlah ‘Mal’ pada asbes. Mal asbes ini digunakan untuk membuat potongan pola dalam jumlah besar dan cepat.



Gambar 4.10 Pola-Pola Boneka Mal Asbes

3. Cutting / Pemotongan

Yaitu dengan mengaliri listrik pada sebuah element yang telah ditempelkan sesuai bentuk pada mal asbes, sehingga dapat dialiri panas yang bertujuan untuk memotong kain agar sesuai dengan bentuk mal asbes tersebut.



Gambar 4.11 Pemotongan dengan Mesin Potong Regulator

4. Sewing / Menjahit

Proses menyatukan potongan-potongan pola boneka dengan cara dijahit. Tidak semua bagian boneka dijahit, tetapi diberi rongga untuk pegisian kapas.



Gambar 4.12 Menjahit Potongan-Potongan Pola Boneka dengan Mesin Jahit

5. Stuffing / Pengisian kapas

Berat boneka ditimbang untuk menentukan jumlah kapas yang dimasukkan agar bentuk boneka tampak baik (tidak kempes dan tidak kekencangan).



Gambar 4.13 Pengisian Kapas

6. Finishing / Proses akhir

Proses merapikan bentuk dan jahitan boneka, serta menambahkan aksesoris yang dibutuhkan.



Gambar 4.14 Menjahit Rongga Tubuh Boneka

7. Packing / Pembungkusan

Proses akhir dalam pembuatan boneka yaitu membuat kemasan sesuai dengan bentuk dan ukuran boneka.



Gambar 4.15 Packing Boneka

8. Inventory /Penyimpanan barang jadi

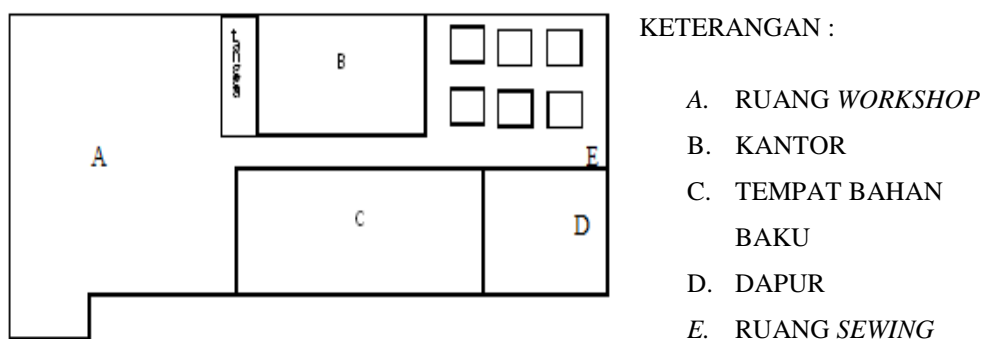
Tempat terakhir dari proses produksi sebelum barang dikirim.



Gambar 4.16 Tempat Penyimpanan Produk

4.2.4 Layout Produksi

Berikut ini bentuk *layout* tempat produksi PO MMF Toys dan juga layout meja cutting produksi:



Gambar 4.17 Layout Pabrik

4.2.5 Biaya Produksi

Biaya produksi adalah sebagian atau keseluruhan faktor produksi yang dikorbankan dalam proses produksi untuk menghasilkan suatu produk barang.

Berikut data biaya produksi tahun 2011-2015 :

a. Biaya Bahan Baku

Biaya bahan baku boneka PO MMF Toys tahun 2011-2015 sebagai berikut:

Tabel 4.3 Pembelian Bahan Baku 2011

Pembelian Bahan Baku 2011				
No	Jenis Biaya	Pemakaian	Harga Satuan	Total
1	Bahan Baku			
	Bahan Velboa (yard)	6498	Rp 25.000	Rp 162.450.000
	Bahan Rasfur (yard)	2166	Rp 28.000	Rp 60.648.000
	Bahan Snell (yard)	2166	Rp 28.000	Rp 60.648.000

	Dakron (kg)	1299,6	Rp 25.000	Rp 32.490.000
Total Biaya Bahan Baku				Rp 316.236.000

Sumber : PO MMF Toys

Tabel 4.4 Pembelian Bahan Baku 2012

Pembelian Bahan Baku 2012				
No	Jenis Biaya	Pemakaian	Harga Satuan	Total
1	Bahan Baku			
	Bahan Velboa (<i>yard</i>)	6048	Rp 25.000	Rp 151.200.000
	Bahan Rasfur (<i>yard</i>)	2592	Rp 28.000	Rp 72.576.000
	Bahan Snell (<i>yard</i>)	2160	Rp 28.000	Rp 60.480.000
	Dakron (kg)	1296	Rp 25.000	Rp 32.400.000
Total Biaya Bahan Baku				Rp 316.656.000

Sumber : PO MMF Toys

Tabel 4.5 Pembelian Bahan Baku 2013

Pembelian Bahan Baku 2012				
No	Jenis Biaya	Pemakaian	Biaya Satuan	Total
1	Bahan Baku			
	Bahan Velboa (<i>yard</i>)	6660	Rp 30.000	Rp 199.800.000
	Bahan Rasfur (<i>yard</i>)	2220	Rp 32.000	Rp 71.040.000
	Bahan Snell (<i>yard</i>)	2220	Rp 32.000	Rp 71.040.000
	Dakron (kg)	1332	Rp 20.000	Rp 26.640.000
Total Biaya Bahan Baku				Rp 368.520.000

Sumber : PO MMF Toys

Tabel 4.6 Pembelian Bahan Baku 2014

Pembelian Bahan Baku 2014				
No	Jenis Biaya	Pemakaian	Biaya Satuan	Total
1	Bahan Baku			
	Bahan Velboa (<i>yard</i>)	6498	Rp 30.000	Rp 194.940.000
	Bahan Rasfur (<i>yard</i>)	2166	Rp 32.000	Rp 69.312.000
	Bahan Snell (<i>yard</i>)	2166	Rp 32.000	Rp 69.312.000

Tabel 4.6 Pembelian Bahan Baku 2014 (lanjutan)

1	Dakron (kg)	1299,6	Rp 20.000	Rp 25.992.000
Total Biaya Bahan Baku				Rp 359.556.000

Sumber : PO MMF Toys

Tabel 4.7 Pembelian Bahan Baku 2015

Pembelian Bahan Baku 2015				
No	Jenis Biaya	Pemakaian	Biaya Satuan	Total
1	Bahan Baku			
	Bahan Velboa (<i>yard</i>)	6065	Rp 30.000	Rp 181.944.000
	Bahan Rasfur (<i>yard</i>)	2166	Rp 32.000	Rp 69.312.000
	Bahan Snell (<i>yard</i>)	2166	Rp 32.000	Rp 69.312.000
	Dakron (kg)	1299,6	Rp 20.000	Rp 25.992.000
Total Biaya Bahan Baku				Rp 346.560.000

Sumber : PO MMF Toys

Tabel 4.8 Bahan Penolong 2011- 2015

No	Bahan Baku Penolong	Tahun				
		2011	2012	2013	2014	2015
1	Benang	Rp 5.198.400	Rp 5.184.000	Rp 5.328.000	Rp 5.198.400	Rp 5.198.400
2	Bahan satin	Rp 3.249.000	Rp 3.240.000	Rp 3.552.000	Rp 3.465.600	Rp 3.465.600
3	Mata Boneka	Rp 959.120	Rp 993.700	Rp 1.132.400	Rp 1.191.300	Rp 1.104.660
4	Hidung Boneka	Rp 637.500	Rp 662.400	Rp 754.800	Rp 793.800	Rp 736.500
Total		Rp 10.044.020	Rp 10.080.100	Rp 10.767.200	Rp 10.649.100	Rp 10.505.160

Sumber : PO MMF Toys

b. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja langsung pada PO MMF Toys tahun 2011-2015, sebagai berikut :

Tabel 4.9 Tenaga Kerja Langsung 2011

Gaji Karyawan Produksi 2011				
No	Bagian Produksi	Jumlah Karyawan	Gaji per bulan / orang	Total Gaji per Tahun
1	Pemotongan	2	Rp 758.100	Rp 18.194.400
2	Pemisahan	2	Rp 758.100	Rp 18.194.400
3	Penjahitan	8	Rp 830.300	Rp 79.708.800
4	Finishing	6	Rp 548.720	Rp 39.507.840
Total				Rp 155.605.440
Upah Bordir Boneka 2011				

Tabel 4.9 Tenaga Kerja Langsung 2011 (Lanjutan)

No	Bagian Produksi	Jumlah	Harga Satuan	Total Upah Bordir per tahun
1	Jasa Bordir	27732	Rp 3.600	Rp 99.835.200
Total Tenaga Kerja Langsung				Rp 255.440.640

Sumber : PO MMF Toys

Tabel 4.10 Tenaga Kerja Langsung 2012

Gaji Karyawan Produksi 2012				
No	Bagian Produksi	Jumlah Karyawan	Gaji per bulan / orang	Total Gaji per Tahun
1	Pemotongan	2	Rp 756.100	Rp 18.144.000
2	Pemisahan	2	Rp 756.100	Rp 18.144.000
3	Penjahitan	8	Rp 828.000	Rp 79.708.800
4	<i>Finishing</i>	6	Rp 547.200	Rp 39.507.840
Total				Rp 155.504.640
Upah Bordir Boneka 2012				
No	Bagian Produksi	Jumlah	Harga Satuan	Total Upah Bordir per tahun
1	Jasa Bordir	28548	Rp 3.600	Rp 102.772.800
Total Tenaga Kerja Langsung				Rp 258.277.440

Sumber : PO MMF Toys

Tabel 4.11 Tenaga Kerja Langsung 2013

Gaji Karyawan Produksi 2013				
No	Bagian Produksi	Jumlah Karyawan	Gaji per bulan / orang	Total Gaji per Tahun
1	Pemotongan	2	Rp 851.000	Rp 18.194.400
2	Pemisahan	2	Rp 851.000	Rp 18.194.400
3	Penjahitan	8	Rp 851.000	Rp 79.708.800
4	<i>Finishing</i>	6	Rp 562.400	Rp 39.507.840
Total				Rp 155.605.440
Upah Bordir Boneka 2013				
No	Bagian Produksi	Jumlah	Harga Satuan	Total Upah Bordir per tahun
1	Jasa Bordir	31824	Rp 3.750	Rp 119.340.000
Total Tenaga Kerja Langsung				Rp 274.945.440

Tabel 4.11 Tenaga Kerja Langsung 2013 (lanjutan)

No	Bagian Produksi	Jumlah	Harga Satuan	Total Upah Bordir per tahun
1	Jasa Bordir	31824	Rp 3.750	Rp 119.340.000
Total Tenaga Kerja Langsung				Rp 274.945.440

Sumber : PO MMF Toys

Tabel 4.12 Tenaga Kerja Langsung 2014

Gaji Karyawan Produksi 2014				
No	Bagian Produksi	Jumlah Karyawan	Gaji per bulan / orang	Total Gaji per Tahun
1	Pemotongan	2	Rp 830.300	Rp 18.194.400
2	Pemisahan	2	Rp 830.300	Rp 18.194.400
3	Penjahitan	8	Rp 866.400	Rp 83.174.400
4	<i>Finishing</i>	6	Rp 577.600	Rp 41.587.200
Total				Rp 161.150.400
Upah Bordir Boneka 2014				
No	Bagian Produksi	Jumlah	Harga Satuan	Total Upah Bordir per tahun
1	Jasa Bordir	26676	Rp 3.750	Rp 100.035.000
Total Tenaga Kerja Langsung				Rp 261.185.400

Sumber : PO MMF Toys

Tabel 4.13 Tenaga Kerja Langsung 2015

Gaji Karyawan Produksi 2015				
No	Bagian Produksi	Jumlah Karyawan	Gaji per bulan / orang	Total Gaji per Tahun
1	Pemotongan	2	Rp 830.300	Rp 18.194.400
2	Pemisahan	2	Rp 830.300	Rp 18.194.400
3	Penjahitan	8	Rp 866.400	Rp 83.174.400
4	<i>Finishing</i>	6	Rp 577.600	Rp 39.507.840
Total				Rp 159.071.040

Tabel 4.13 Tenaga Kerja Langsung 2015 (lanjutan)

Upah Bordir Boneka 2015				
No	Bagian Produksi	Jumlah	Harga Satuan	Total Upah Bordir per tahun
1	Jasa Bordir	27168	Rp 3.750	Rp 101.880.000
Total Tenaga Kerja Langsung				Rp 260.951.040

Sumber : PO MMF Toys

c. Biaya *Overhead* Pabrik

Biaya *overhead* pabrik atau BOP pada PO MMF Toys tahun 2011-2015, sebagai berikut:

Tabel 4.14 Biaya Overhead Pabrik 2011 - 2015

NO	BOP	Tahun				
		2011	2012	2013	2014	2015
1	Biaya Bahan penolong	Rp 10.044.020	Rp 10.080.100	Rp 10.767.200	Rp 10.649.100	Rp 10.505.160
3	Biaya Listrik	Rp 1.732.800	Rp 1.728.000	Rp 1.732.800	Rp 1.732.800	Rp 1.732.800
4	Biaya Pemeliharaan	Rp 611.895	Rp 610.200	Rp 627.150	Rp 611.895	Rp 611.895
5	Biaya Telepon dan Air	Rp 794.200	Rp 792.000	Rp 888.000	Rp 866.400	Rp 866.400
	Total	Rp 13.182.915	Rp 13.210.300	Rp 14.015.150	Rp 13.860.195	Rp 13.716.255

Sumber : PO MMF Toys

4.3 Bidang Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang, dan mendapatkan laba. Berhasil tidaknya dalam pencapaian tujuan bisnis tergantung pada keahlian mereka dibidang pemasaran, produksi, keuangan, maupun bidang lain (Basu Swastha,2008, 5).

Tabel 4.15 Harga Jual Produk Perusahaan

Tahun	Harga Satuan
2011	Rp 27.600
2012	Rp 27.100
2013	Rp 26.900
2014	Rp 31.200
2015	Rp 30.200

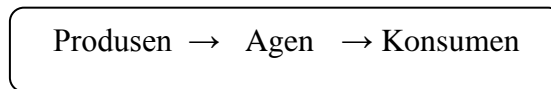
Sumber : PO MMF Toys

4.3.1 Saluran Distribusi

Fungsi utama saluran distribusi adalah menyalurkan barang dari produsen ke konsumen, maka perusahaan dalam melaksanakan dan menentukan saluran distribusi harus melakukan pertimbangan yang baik.

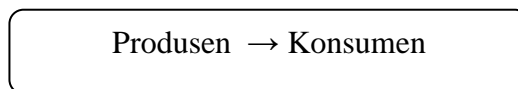
Saluran distribusi yang digunakan oleh PO MMF Toys menggunakan dua jenis saluran yaitu:

1. PO MMF Toys menggunakan saluran distribusi dari produsen ke agen yang akan disalurkan ke konsumen. PO MMF Toys mendistribusikan produk bonekanya ke toko-toko yang dimiliki agen di wilayah Jabodetabek dengan biaya distribusi ditanggung oleh perusahaan, sedangkan untuk distribusi wilayah luar Jabodetabek menggunakan jasa pengiriman dengan biaya ditanggung oleh pembeli. Penerapan ini dilakukan perusahaan agar mempermudah konsumen dalam mendapatkan produk. Dalam pengiriman
2. produknya diangkut dalam satu mobil penuh agar tidak berkali-kali diangkut dengan tujuan untuk menghemat biaya pengiriman.



Gambar 4.18 Saluran Distribusi PO MMF

3. PO MMF Toys menggunakan saluran distribusi langsung ke konsumen dengan cara pihak pembeli dapat membeli langsung ke perusahaan atau showroom. Showroom yang letaknya bergabung dengan perusahaan dapat mempermudah konsumen yang ingin membeli produk dari PO MMF Toys dengan jumlah sedikit atau per unit.



Gambar 4.19 Saluran Distribusi PO MMF

4.3.2 Fungsi Pemasaran

Perusahaan PO MMF Toys dalam menjalankan fungsi pembelian dalam hal bahan baku, yaitu dengan memilih bahan baku utama yang berkualitas baik dan sesuai dengan standar mutu (standar impor) yang disuplai dari penjual bahan-bahan di sekitar kota Bekasi. Hal ini dipilih oleh Bapak Mustofa karena jarak yang tidak terlalu jauh sehingga dapat mempermudah distribusi bahan baku utama dan

penolong agar cepat sampai ke perusahaan PO MMF Toys, yang pada akhirnya akan memperlancar realisasi proses produksi bonekanya. Dengan kualitas bahan baku yang berkualitas impor tersebut dapat menghasilkan boneka yang berkualitas baik pula agar dapat menarik perhatian konsumen

Pembelian konsumen kepada PO MMF Toys dilakukan dengan dua yaitu:

1. Saluran distribusi dari produsen disalurkan kepada agen, kemudian agen menyalurkan ke konsumen. Seperti yang dijelaskan pada gambar.
2. Saluran distribusi dari produsen disalurkan langsung ke konsumen yang dimana pembeli langsung membeli produk boneka ke perusahaan dishowroom. Seperti yang dijelaskan pada gambar.

Sedangkan untuk administrasi yang dilakukan oleh perusahaan ini dengan pemasok bahan baku dan agen dilakukan dengan cara:

- Pembelian bahan baku
PO MMF Toys dalam pembelian bahan baku, administrasi yang digunakan adalah dengan menggunakan pencatatan daftar pembelian disertai dengan bon maupun kwitansi pembelian dan transfer melalui bank.
- Administrasi pembelian agen dan konsumen
Administrasi dalam pembelian produk di wilayah Jabodetabek, khususnya agen yang membeli langsung ke PO MMF Toys menggunakan invoice karena PO MMF Toys menggunakan sistem tempo, lalu dapat juga pembayaran bon/kwitansi dengan bayar di tempat (langsung atau cash) atau bayar uang muka dahulu (DP) yang pelunasannya setelah produk diterima, sedangkan untuk wilayah diluar Jabodetabek dengan sistem pembayaran transfer melalui bank yang dimana biaya distribusi melalui jasa pengiriman ditanggung oleh konsumen (agen) dan untuk konsumen yang datang langsung ke *showroom* dalam pembelian per unit pembayaran dilakukan dengan membayar lunas saat pembelian berlangsung

4.3.3 Penjualan Produk ke Konsumen

Dalam administrasi yang dilakukan PO MMF Toys bagi agen atau konsumen yang ingin langsung membeli produk boneka ke produsen, dapat

menggunakan telepon/*contact person* yang tercantum pada situs jual beli online atau datang langsung ke PO MMF Toys yang selanjutnya akan disepakati dengan sistem administrasi berikutnya.

4.3.4 Pengiriman Produk

PO MMF Toys melakukan pengiriman secara langsung di wilayah Jabodetabek yang dilakukan oleh *driver* dengan menggunakan mobil pick up dan tiga (3) buah sepeda motor, kepada rekanan yang dimilikinya. Pengiriman ini dilakukan dengan tujuan untuk memberikan pelayanan yang maksimal sehingga menciptakan loyalitas pelanggan (konsumen) terhadap produk dari PO MMF Toys. Pengiriman ini dilakukan secara langsung dan cepat (dimana setiap ada pesanan untuk dikirim atau pembelian, PO MMF Toys langsung melakukan pengiriman) sesuai dengan ketentuan dan prosedur yang berlaku di perusahaan serta kesepakatan antara perusahaan dengan pembeli (konsumen) mengenai pembayaran maupun pengiriman itu sendiri.



Gambar 4.20 Pengiriman Produk

Pengiriman biasanya dilakukan pada siang hari, dimana tergantung pada jauh dekatnya alamat konsumen toko rekanan. Perusahaan selalu menjaga produk yang akan dikirim dengan tingkat pengamanan yang berlaku di perusahaan (seperti: tingkat batas kecepatan, tingkat penumpukan karung dan prosedur penempatan karung). Sedangkan untuk wilayah luar Jabodetabek pengiriman barang menggunakan jasa pengiriman, dengan biaya pengiriman ditanggung oleh pembeli (konsumen) dan biaya pembelian produk ditransfer melalui bank. Hal

tersebut dipilih oleh perusahaan untuk mengefisienkan waktu dan biaya dalam pengiriman produk mengingat jarak yang jauh dan sampai keluar pulau.

4.3.5 Penyimpanan Produk

Penyimpanan produk ditempatkan pada gudang penyimpanan. Dimana gudang penyimpanan tersebut berjarak 50 meter dari tempat produksi. Layout tersebut diharapkan dapat memudahkan dalam pengangkutan dari tempat produksi ke gudang maupun dari gudang ke dalam mobil lebih efisien dan cepat, sehingga aliran distribusi bisa lebih cepat dan efektif.

4.3.6 Standarisasi

Standarisasi pemasaran yang dilakukan PO MMF Toys yaitu dengan mengacu kepada standarisasi pemasaran yang berlaku di usaha tersebut. Secara rutin sejak tahun 2008 perusahaan ini rajin mengikuti pameran-pameran ukm guna mempromosikan produknya sehingga penjualan meningkat. Untuk mendukung pameran yang diikutinya, PO MMF Toys juga mencetak kartu nama dan katalog yang dapat dibagikan saat pameran. Selain itu, perusahaan ini juga aktif mengupdate jenis-jenis boneka yang diproduksi pada situs jual beli yang didaftarkan. Selain standarisasi pemasaran dalam bidang promosi, PO MMF Toys juga melakukan standarisasi pemasaran dalam bidang pembungkusan atau penempatan (*packaging*) produk. Adapun standarisasi pembungkusan yang dilakukan PO MMF Toys adalah dengan menggunakan karung besar ukuran 60 cm x 100 cm, dimana *polyback* tersebut dipilih guna menjaga kebersihan produk dan mengefisienkan ruang dalam penyimpanan produk jadi yang siap dipasarkan.

4.3.7 Pembungkusan Produk

Pembungkusan produk boneka menggunakan *polyback* atau plastik berwarna bening dengan ukuran 60 cm x 100 cm yang per *polyback* dapat menampung jumlah unit boneka ukuran M berisi 12 unit boneka yang dimana

setiap pembungkusan tersebut per polyback. Dalam proses pembungkusan produk terdapat standar yang dimiliki perusahaan yaitu:

1. Setiap kemasan susunan boneka harus diatur sedemikian rupa agar terlihat rapi dan bentuk susunannya harus sama dengan boneka lain yang sejenis.
2. Jumlah boneka dalam satu kemasan harus sama dengan boneka lain yang sejenis.
3. Dalam satu kemasan harus produk yang sama.

Setelah pembungkusan selesai maka boneka tersebut disimpan didalam tempat penyimpanan barang jadi dan siap diambil oleh pembeli sesuai dengan perjanjian sebelumnya atau dihantarkan kepada pelanggan sesuai jumlah pembelian.

4.3.8 Klasifikasi Pemasaran

PO MMF Toys mengklasifikasikan pemasarannya yaitu untuk laki-laki dan wanita dari usia balita hingga remaja yaitu 2 tahun- 4 tahun- 6 tahun- 7 tahun- 17 tahun. Karena perusahaan ini memang khusus memproduksi boneka dengan tipe hewan dengan sentuhan bahan impor atau lebih terarah ke asia timur yang rata-rata disukai anak-anak. Alasan perusahaan ini melakukan klasifikasi dikarenakan usia balita hingga remaja lebih cenderung menyukai boneka dibandingkan orang dewasa. Oleh karena itu, PO MMF Toys selaku perusahaan yang memproduksi boneka ini haruslah mampu membaca peluang yang ada.

4.3.9 Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran adalah biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk. Biaya pemasaran yang dikeluarkan adalah sebagai berikut :

Tabel 4.16 Biaya Pemasaran Tahun 2011- 2015

No	Jenis Biaya	Keterangan	2011	2012	2013	2014	2015
1.	Gaji/ upah bagian pemasaran	1.Kepala pemasaran	Rp 8.230.800	Rp 8.208.000	Rp 8.436.000	Rp 8.664.000	Rp 9.963.600
		2. Driver	Rp 8.187.480	Rp 8.164.800	Rp 8.391.600	Rp 8.230.800	Rp 8.230.800
Total			Rp 16.418.280	Rp 16.372.800	Rp 16.827.600	Rp 16.894.800	Rp 18.194.400
2.	Promosi	1. Kartu nama	Rp 108.300	Rp 118.800	Rp 133.200	Rp 137.180	Rp 144.400
		2.Brosur	Rp 101.080	Rp 144.000	Rp 185.000	Rp 198.550	Rp 216.600
		3.Banner	Rp 54.150	Rp 36.000	Rp 66.600	Rp 72.200	Rp 79.420
		4.Pameran	Rp 577.600	Rp 720.000	Rp 814.000	Rp 938.600	Rp 938.600
Total			Rp 841.130	Rp 1.018.800	Rp 1.198.800	Rp 1.346.530	Rp 1.379.020
3.	Distribusi	1. Bahan bakar	Rp 3.924.070	Rp 3.960.000	Rp 4.173.600	Rp 4.332.000	Rp 4.476.400
		2. Retribusi/ Tol	Rp 370.025	Rp 396.000	Rp 444.000	Rp 469.300	Rp 469.300
		3. Pemeliharaan Kendaraan	Rp 338.618	Rp 360.000	Rp 425.500	Rp 415.150	Rp 458.470
		4. Pajak Kendaraan	Rp 506.483	Rp 540.000	Rp 573.500	Rp 595.650	Rp 625.613
Total			Rp 5.139.196	Rp 5.133.600	Rp 5.616.600	Rp 5.812.100	Rp 6.029.783
4.	Biaya Packaging		Rp 5.234.500	Rp 5.220.000	Rp 5.365.000	Rp 5.487.200	Rp 6.328.330
Total Biaya Pemasaran			Rp 27.633.106	Rp 27.745.200	Rp 29.008.000	Rp 29.540.630	Rp 31.931.533

Sumber : PO MMF Toys

4.4 Aspek Personalia

Manajemen personalia adalah manajemen yang menghususkan diri dalam bidang pengelolaan sumber daya manusia. Dalam pelaksanaannya hal ini PO MMF Toys dilakukan langsung oleh pemilik perusahaan mulai dari proses analisis jabatan, perekrutan karyawan, penempatan posisi, pemberian kompensasi, memotivasi karyawan, hingga pemutusan hubungan kerja.

4.4.1 Fungsi Manajemen Personalia

1. Perekrutan Karyawan

Dalam merekrut pekerja atau karyawan dilakukan dengan pendafran calon karyawan. Pada bagian produksi, PO MMF Toys tidak mempunyai persyaratan khusus, seperti misalnya batasan usia atau jenjang pendidikan tertentu, yang terpenting adalah orang tersebut mau bekerja dan mempunyai pengalaman di bidang produksi boneka sebelumnya. Sedangkan untuk bagian administrasi minimal SMA atau sederajatnya. Menurut pemilik perusahaan latar belakang pendidikan tidaklah begitu penting, yang terpenting karyawan tersebut memiliki tekad, keyakinan, tanggung jawab dan mau bekerja keras, karena kunci kesuksesan perusahaan tidak terlepas dari hasil kinerja karyawannya.

2. Seleksi Calon Karyawan

Prosedur dalam seleksi calon karyawan pada PO MMF Toys dilakukan dengan menggunakan uji praktek langsung bagi calon karyawan yang baru berkecimpung maupun telah mempunyai pengalaman dibidang produksi boneka untuk mengetahui seberapa besar keahlian atau kemampuan calon karyawan tersebut. Berdasarkan hasil ujian (*test*) yang dilakukan perusahaan dapat mengetahui klasifikasi kekurangannya sehingga diberikan pelatihan (*training*) kepada karyawan baru, sedangkan bagi karyawan baru yang sebelumnya telah mempunyai pengalaman dibidang produksi boneka dan hasil dari ujian (*test*) sesuai harapan perusahaan langsung ditempatkan sesuai bidang keahliannya..

3. Masa Evaluasi

Masa evaluasi yang dilakukan oleh perusahaan adalah satu (1) sampai dua (2) bulan untuk karyawan baru. Dimana selama kurang lebih dua (2) bulan kinerja karyawan baru akan dipantau oleh pemilik dan ketua bagian. Ada tiga hal yang diperhatikan oleh PO MMF Toys, yaitu:

1. Tingkat kedisiplinan karyawan, penilaian dilihat dari keterlambatan dan lama waktu kerja.
2. Tingkat kemampuan karyawan dalam menyelesaikan tugasnya
3. Perilaku-perilaku inovatif dan spontan diluar persyaratan-persyaratan tugas formal untuk meningkatkan efektivitas perusahaan, antara lain dalam bentuk kerjasama, kreatif serta sikap-sikap lain yang menguntungkan perusahaan.

4. Penempatan

Tahap terakhir dalam prosedur perekrutan karayawan adalah penempatan. Perusahaan dalam menempatkan karyawannya sesuai dengan bidang keahlian/ kemampuannya. Hal ini dilakukan guna untuk meningkatkan kualitas produk boneka yang dihasilkan, karena penempatan karyawan

yang benar sesuai keahlian/ kemampuannya akan memberikan keefektifan dan efisiensi waktu dalam penyelesaian produksi boneka.

4.4.2 Kesejahteraan Karyawan

Berikut adalah cara perusahaan PO MMF Toys dalam menyejahterakan karyawannya:

1. Gaji Karyawan

Gaji adalah balas jasa yang dibayar secara periodik kepada karyawan tetap serta mempunyai jaminan yang pasti. Pada PO MMF Toys gaji karyawan mulai dari 1.500.000 – 2.300.000 perbulannya.

2. Insentif

PO MMF Toys dalam mensejahterakan karyawannya terdapat jenis-jenis insentif yang diberikan perusahaan kepada para karyawannya guna meningkatkan motivasi dalam bekerja, berikut ini adalah metode PO MMF Toys dalam mensejahterakan karyawannya.

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.

4.5.1 Aktiva Tetap

Aktiva Tetap adalah harta kekayaan atau sumber daya entitas bisnis (perusahaan) yang diperoleh serta dikuasai dari hasil kegiatan ekonomi (transaksi) pada masa yang lalu. Berikut rincian aktiva yang dimiliki perusahaan:

Tabel 4.17 Aktiva Tetap

No	Jenis Investasi	Jumlah	Satuan	Nilai (Rp)
Aktiva Berwujud				
1	Bangunan	1	Unit	Rp 250.000.000
2	Mesin			
	a. Mesin Jahit	22	Unit	Rp 55.000.000
	b. Mesin Potong Regulator	3	Unit	Rp 5.400.000
	Total Mesin			Rp 60.400.000
3	Peralatan			
	a. Timbangan	1	Unit	Rp 200.000
	b. Gunting	3	Unit	Rp 30.000
	c. Pisau / Cutter	3	Unit	Rp 21.000
	d. Jarum jahit		Unit	Rp 100.000
	Total Peralatan			Rp 351.000
4	Inventaris Kantor			
	a. Komputer	1	Unit	Rp 3.000.000
	b. Printer	1	Unit	Rp 2.000.000
	c. Kipas Angin	1	Unit	Rp 150.000
	d. Meja dan Kursi	1	Unit	Rp 500.000
	e. ATK		Unit	Rp 450.000
	d. Telepon	1	Unit	Rp 200.000
	Total Inventaris Kantor			Rp 6.300.000
5	Kendaraan	1	Unit	Rp 80.000.000
Total Aktiva Berwujud				Rp 397.051.000
Aktiva Tidak Berwujud				
6	Perizinan	3	berkas	Rp 3.000.000
Total Aktiva Tidak Berwujud				Rp 3.000.000
Total Investasi				Rp 400.051.000

Sumber: PO MMF Toys

4.5.2 Perhitungan Harga Pokok Produksi Perusahaan

Berikut adalah perhitungan harga pokok produksi Boneka pada PO MMF Toys tahun 2011-2015:

Tabel 4.18 Harga Pokok Produksi Perusahaan 2011 - 2015

A. Pemakaian bahan baku :	2011	2012	2013	2014	2015
1. Persediaan bahan baku awal	Rp 6.158.000	Rp 8.300.000	Rp 5.492.000	Rp 8.300.000	Rp 8.200.000
2. Pembelian bahan baku	Rp 316.236.000	Rp 316.656.000	Rp 368.520.000	Rp 359.556.000	Rp 346.560.000
3. Persediaan bahan baku tersedia untuk produksi	Rp 322.394.000	Rp 324.956.000	Rp 374.012.000	Rp 367.856.000	Rp 354.760.000
4. Persediaan bahan baku akhir	Rp 8.300.000	Rp 5.492.000	Rp 8.300.000	Rp 8.200.000	Rp 7.236.000
Total pemakaian bahan baku	Rp 314.094.000	Rp 319.464.000	Rp 365.712.000	Rp 359.656.000	Rp 347.524.000
B. Biaya buruh langsung	Rp 255.440.640	Rp 258.277.440	Rp 274.945.440	Rp 261.185.400	Rp 260.951.040
Biaya overhead pabrik :					
1. Biaya bahan penolong	Rp 10.044.020	Rp 10.080.100	Rp 10.767.200	Rp 10.649.100	Rp 10.505.160
2. Biaya listrik	Rp 1.732.800	Rp 1.728.000	Rp 1.732.800	Rp 1.732.800	Rp 1.732.800
3. Biaya pemeliharaan	Rp 611.895	Rp 610.200	Rp 627.150	Rp 611.895	Rp 611.895
4. Biaya telepon dan air	Rp 794.200	Rp 792.000	Rp 888.000	Rp 866.400	Rp 866.400
C. Total biaya overhead pabrik	Rp 13.182.915	Rp 13.210.300	Rp 14.015.150	Rp 13.860.195	Rp 13.716.255
Total Biaya Produksi	Rp 582.717.555	Rp 590.951.740	Rp 654.672.590	Rp 634.701.595	Rp 622.191.295
D. Harga Pokok Produksi					
Persediaan barang awal dalam proses	Rp 5.192.361	Rp 5.042.906	Rp 5.064.325	Rp 5.129.377	Rp 3.828.663
Harga pokok barang yang tersedia untuk dijual	Rp 587.909.916	Rp 595.994.646	Rp 659.736.915	Rp 639.830.972	Rp 626.019.958
Persediaan barang akhir dalam proses	Rp 5.042.906	Rp 5.064.325	Rp 5.129.377	Rp 3.828.663	Rp 4.760.451
E. Harga Pokok Produksi	Rp 582.867.010	Rp 590.930.321	Rp 654.607.538	Rp 636.002.310	Rp 621.259.506

Sumber : Data diolah

Tabel 4.19 Biaya Penuh 2011 – 2015

No	Rincian	Tahun				
		2011	2012	2013	2014	2015
1	HPPProduksi	Rp 582.867.010	Rp 590.930.321	Rp 654.607.538	Rp 636.002.310	Rp 621.259.506
2	Biaya Pemasaran	Rp 27.633.106	Rp 27.745.200	Rp 29.008.000	Rp 29.540.630	Rp 31.931.533
	Total Biaya Penuh	Rp 610.500.116	Rp 618.675.521	Rp 683.615.538	Rp 665.542.940	Rp 653.191.039

Sumber: Data diolah

Dari data diatas dapat dihitung harga jual per unit boneka dengan keuntungan 25% yang diinginkan perusahaan, berikut perhitungannya :

Harga Jual = Total Biaya Penuh + (%laba yang diinginkan x Total Biaya Penuh)

Jumlah Unit Produksi

- Tahun 2011

$$\text{Harga Jual} = \frac{\text{Rp 610.500.116} + (25\% \times \text{Rp 610.500.116})}{27.732}$$

$$= \frac{\text{Rp 610.500.116} + \text{Rp 152.625.029}}{27.732}$$

$$= \frac{\text{Rp 763.125.145}}{27.732}$$

$$= \text{Rp 27.600}$$

$$= \text{Rp 27.600}$$

$$= \text{Rp 27.600}$$

$$= \text{Rp 27.600}$$

- Tahun 2012

$$\begin{aligned} \text{Harga Jual} &= \frac{\text{Rp } 618.675.521 + (30\% \times \text{Rp } 618.675.521)}{28.548} \\ &= \frac{\text{Rp } 618.675.521 + \text{Rp } 154.668.880}{28.548} \\ &= \frac{\text{Rp } 773.344.401}{28.548} \\ &= \text{Rp } 27.100 \end{aligned}$$

- Tahun 2013

$$\begin{aligned} \text{Harga Jual} &= \frac{\text{Rp } 683.615.538 + (25\% \times \text{Rp } 683.615.538)}{31824} \\ &= \frac{\text{Rp } 683.615.538 + \text{Rp } 170.903.884}{31824} \\ &= \frac{\text{Rp } 854.519.422}{31824} \\ &= \text{Rp } 26.900 \end{aligned}$$

- Tahun 2014

$$\begin{aligned} \text{Harga Jual} &= \frac{\text{Rp } 665.542.940 + (30\% \times \text{Rp } 665.542.940)}{26676} \\ &= \frac{\text{Rp } 665.542.940 + \text{Rp } 166.385.735}{26676} \\ &= \frac{\text{Rp } 832.928.675}{26676} \\ &= \text{Rp } 31.200 \end{aligned}$$

- Tahun 2015

$$\begin{aligned} \text{Harga Jual} &= \frac{\text{Rp } 653.191.039 + (30\% \times \text{Rp } 653.191.039)}{27168} \\ &= \frac{\text{Rp } 653.191.039 + \text{Rp } 163.297.760}{27168} \end{aligned}$$

= Rp816.488.799

27168

= Rp 30.100

4.5.3 Perhitungan Laba Rugi Perusahaan

Laporan Laba Rugi adalah bagian dari laporan keuangan suatu perusahaan yang menjabarkan unsur-unsur pendapatan dan beban perusahaan sehingga menghasilkan suatu laba atau rugi. Berikut adalah laporan laba rugi perusahaan tahun 2011-2015 :

Tabel 4.20 Laba Rugi Perusahaan

Keterangan	TAHUN				
	2011	2012	2013	2014	2015
A. PENJUALAN	Rp 765.403.200	Rp 773.650.800	Rp 856.065.600	Rp 832.291.200	Rp 817.756.800
B. HARGA POKOK PRODUKSI	Rp 582.867.010	Rp 590.930.321	Rp 654.607.538	Rp 636.002.310	Rp 621.259.506
Persediaan barang jadi awal	Rp 18.547.200	Rp 19.872.000	Rp 15.284.400	Rp 11.620.800	Rp 24.336.000
Harga pokok barang yang tersedia untuk dijual	Rp 601.414.210	Rp 610.802.321	Rp 669.891.938	Rp 647.623.110	Rp 645.595.506
Dikurangi persediaan barang jadi akhir	Rp 19.872.000	Rp 15.284.400	Rp 11.620.800	Rp 24.336.000	Rp 19.932.000
C. HARGA POKOK PENJUALAN	Rp 581.542.210	Rp 595.517.921	Rp 658.271.138	Rp 623.287.110	Rp 625.663.506
D. LABA KOTOR (A-C)	Rp 183.860.990	Rp 178.132.879	Rp 197.794.462	Rp 209.004.090	Rp 192.093.294
E. BIAYA USAHA :					
- Biaya Pemasaran	Rp 27.633.106	Rp 26.726.400	Rp 27.809.200	Rp 29.540.630	Rp 31.931.533
- Biaya Adm dan Umum					
Total Biaya Usaha	Rp 27.633.106	Rp 26.726.400	Rp 27.809.200	Rp 29.540.630	Rp 31.931.533
F. LABA SEBELUM PAJAK (D-E)	Rp 156.227.884	Rp 151.406.479	Rp 169.985.262	Rp 179.463.460	Rp 160.161.761
G. PAJAK (10%)	Rp 15.622.788	Rp 15.140.648	Rp 16.998.526	Rp 17.946.346	Rp 16.016.176
H. LABA SETELAH PAJAK (F-G)	Rp 140.605.096	Rp 136.265.831	Rp 152.986.736	Rp 161.517.114	Rp 144.145.585

Sumber: Data diolah

4.6 Pengolahan Data

4.6.1 Pengolahan Secara Prinsip Akutansi

Untuk menetapkan harga pokok produk secara akurat, diperlukan pengalokasian biaya yang baik terhadap produk yang dihasilkan perusahaan. Berikut adalah data-data yang diperlukan :

a. Penyusutan

Dalam perhitungan perusahaan, perusahaan tidak menyusutkan biaya investasi. Namun, dalam perhitungan berdasarkan akuntansi, penyusutan diperlukan karena pemakaian aktiva tetap dalam perusahaan misalnya mesin, peralatan, bangunan dan lain-lain memiliki nilai susut barang dari harga perolehannya. Metode penyusutan yang digunakan penulis adalah metode penyusutan garis lurus, metode ini merupakan metode perhitungan penyusutan yang paling sederhana yang sering digunakan untuk menghitung penyusutan aktiva.

Tabel 4.21 Penyusutan Aktiva Tetap Tahun 2011

Aktiva	Harga Perolehan	Umur Ekonomis	Penyusutan	Akumulasi Penyusutan	Nilai Buku	Penyusutan Produk M
Bangunan	Rp 250.000.000	20	Rp 12.500.000	Rp 12.500.000	Rp 237.500.000	Rp 4.500.000
Mesin , Peralatan, dll	Rp 60.751.000	8	Rp 7.593.875	Rp 7.593.875	Rp 53.157.125	Rp 2.733.795
Inventaris	Rp 6.300.000	5	Rp 1.260.000	Rp 1.260.000	Rp 5.040.000	Rp 453.600
Kendaraan	Rp 80.000.000	5	Rp 16.000.000	Rp 16.000.000	Rp 64.000.000	Rp 5.760.000
Perizinan	Rp 3.000.000	5	Rp 600.000	Rp 600.000	Rp 2.400.000	Rp 216.000

Sumber: Data Diolah

Tabel 4.22 Penyusutan Aktiva Tetap Tahun 2012

Aktiva	Harga Perolehan	Umur Ekonomis	Penyusutan	Akumulasi Penyusutan	Nilai Buku	Penyusutan Produk M
Bangunan	Rp 250.000.000	20	Rp 12.500.000	Rp 25.000.000	Rp 225.000.000	Rp 4.500.000
Mesin , Peralatan, dll	Rp 60.751.000	8	Rp 7.593.875	Rp 15.187.750	Rp 45.563.250	Rp 2.733.795
Inventaris	Rp 6.300.000	5	Rp 1.260.000	Rp 2.520.000	Rp 3.780.000	Rp 453.600
Kendaraan	Rp 80.000.000	5	Rp 16.000.000	Rp 32.000.000	Rp 48.000.000	Rp 5.760.000
Perizinan	Rp 3.000.000	5	Rp 600.000	Rp 1.200.000	Rp 1.800.000	Rp 216.000

Sumber: Data Diolah

Tabel 4.23 Penyusutan Aktiva Tetap Tahun 2013

Aktiva	Harga Perolehan	Umur Ekonomis	Penyusutan	Akumulasi Penyusutan	Nilai Buku	Penyusutan Produk M
Bangunan	Rp 250.000.000	20	Rp 12.500.000	Rp 37.500.000	Rp 212.500.000	Rp 4.625.000
Mesin , Peralatan, dll	Rp 60.751.000	8	Rp 7.593.875	Rp 22.781.625	Rp 37.969.375	Rp 2.809.734
Inventaris	Rp 6.300.000	5	Rp 1.260.000	Rp 3.780.000	Rp 2.520.000	Rp 466.200
Kendaraan	Rp 80.000.000	5	Rp 16.000.000	Rp 48.000.000	Rp 32.000.000	Rp 5.920.000
Perizinan	Rp 3.000.000	5	Rp 600.000	Rp 1.800.000	Rp 1.200.000	Rp 222.000

Sumber: Data Diolah

Tabel 4.24 Penyusutan Aktiva Tetap Tahun 2014

Aktiva	Harga Perolehan	Umur Ekonomis	Penyusutan	Akumulasi Penyusutan	Nilai Buku	Penyusutan Produk M
Bangunan	Rp 250.000.000	20	Rp 12.500.000	Rp 50.000.000	Rp 200.000.000	Rp 4.500.000
Mesin , Peralatan, dll	Rp 60.751.000	8	Rp 7.593.875	Rp 30.375.500	Rp 30.375.500	Rp 2.733.795
Inventaris	Rp 6.300.000	5	Rp 1.260.000	Rp 5.040.000	Rp 1.260.000	Rp 453.600
Kendaraan	Rp 80.000.000	5	Rp 16.000.000	Rp 64.000.000	Rp 16.000.000	Rp 5.760.000
Perizinan	Rp 3.000.000	5	Rp 600.000	Rp 2.400.000	Rp 600.000	Rp 216.000

Sumber: Data Diolah

Tabel 4.25 Penyusutan Aktiva Tetap Tahun 2015

Aktiva	Harga Perolehan	Umur Ekonomis	Penyusutan	Akumulasi Penyusutan	Nilai Buku	Penyusutan Produk M
Bangunan	Rp 250.000.000	20	Rp 12.500.000	Rp 62.500.000	Rp 187.500.000	Rp 4.500.000
Mesin , Peralatan, dll	Rp 60.751.000	8	Rp 7.593.875	Rp 37.969.375	Rp 22.781.625	Rp 2.733.795
Inventaris	Rp 6.300.000	5	Rp 1.260.000	Rp 6.300.000	Rp -	Rp 453.600
Kendaraan	Rp 80.000.000	5	Rp 16.000.000	Rp 80.000.000	Rp -	Rp 5.760.000
Perizinan	Rp 3.000.000	5	Rp 600.000	Rp 3.000.000	Rp -	Rp 216.000

Sumber: Data Diolah

b. Penjualan boneka.

Berikut adalah penjualan boneka pada tahun 2011-2015 :

Tabel 4.26 Penjualan Boneka Tahun 2011 – 2015

Tahun	Quantitas (pcs)
2011	27732
2012	28548
2013	31824
2014	26676
2015	27168

Sumber: PO MMF Toys

c. Biaya Bahan Baku

Berikut Biaya bahan baku boneka PO MMF Toys tahun 2011-2015:

Tabel 4.27 Pembelian Bahan Baku 2011

Pembelian Bahan Baku 2011				
No	Jenis Biaya	Pemakaian	Harga Satuan	Total
1	Bahan Baku			
	Bahan Velboa (yard)	6498	Rp 25.000	Rp 162.450.000
	Bahan Rasfur (yard)	2166	Rp 28.000	Rp 60.648.000
	Bahan Snell (yard)	2166	Rp 28.000	Rp 60.648.000
	Dakron (kg)	1299,6	Rp 25.000	Rp 32.490.000
Total Biaya Bahan Baku				Rp 316.236.000

Sumber : PO MMF Toys

Tabel 4.28 Pembelian Bahan Baku 2012

Pembelian Bahan Baku 2012				
No	Jenis Biaya	Pemakaian	Harga Satuan	Total
1	Bahan Baku			
	Bahan Velboa (yard)	6048	Rp 25.000	Rp 151.200.000
	Bahan Rasfur (yard)	2592	Rp 28.000	Rp 72.576.000
	Bahan Snell (yard)	2160	Rp 28.000	Rp 60.480.000
	Dakron (kg)	1296	Rp 25.000	Rp 32.400.000
Total Biaya Bahan Baku				Rp 316.656.000

Sumber : PO MMF Toys

Tabel 4.29 Pembelian Bahan Baku 2013

Pembelian Bahan Baku 2013				
No	Jenis Biaya	Pemakaian	Biaya Satuan	Total
1	Bahan Baku			
	Bahan Velboa (yard)	6660	Rp 30.000	Rp 199.800.000
	Bahan Rasfur (yard)	2220	Rp 32.000	Rp 71.040.000
	Bahan Snell (yard)	2220	Rp 32.000	Rp 71.040.000
	Dakron (kg)	1332	Rp 20.000	Rp 26.640.000
Total Biaya Bahan Baku				Rp 368.520.000

Sumber : PO MMF Toys

Tabel 4.30 Pembelian Bahan Baku 2014

Pembelian Bahan Baku 2014				
No	Jenis Biaya	Pemakaian	Biaya Satuan	Total
1	Bahan Baku			
	Bahan Velboa (yard)	6498	Rp 30.000	Rp 194.940.000
	Bahan Rasfur (yard)	2166	Rp 32.000	Rp 69.312.000
	Bahan Snell (yard)	2166	Rp 32.000	Rp 69.312.000
	Dakron (kg)	1299,6	Rp 20.000	Rp 25.992.000
Total Biaya Bahan Baku				Rp 359.556.000

Sumber : PO MMF Toys

Tabel 4.31 Pembelian Bahan Baku 2015

Pembelian Bahan Baku 2015				
No	Jenis Biaya	Pemakaian	Biaya Satuan	Total
1	Bahan Baku			

Bahan Velboa (yard)	6065	Rp 30.000	Rp 181.944.000
Bahan Rasfur (yard)	2166	Rp 32.000	Rp 69.312.000
Bahan Snell (yard)	2166	Rp 32.000	Rp 69.312.000
Dakron (kg)	1299,6	Rp 20.000	Rp 25.992.000
Total Biaya Bahan Baku			Rp 346.560.000

Sumber : PO MMF Toys

Tabel 4.30 Bahan Penolong 2011- 2015

No	Bahan Baku Penolong	Tahun				
		2011	2012	2013	2014	2015
1	Benang	Rp 5.198.400	Rp 5.184.000	Rp 5.328.000	Rp 5.198.400	Rp 5.198.400
2	Bahan satin	Rp 3.249.000	Rp 3.240.000	Rp 3.552.000	Rp 3.465.600	Rp 3.465.600
3	Mata Boneka	Rp 959.120	Rp 993.700	Rp 1.132.400	Rp 1.191.300	Rp 1.104.660
4	Hidung Boneka	Rp 637.500	Rp 662.400	Rp 754.800	Rp 793.800	Rp 736.500
Total		Rp 10.044.020	Rp 10.080.100	Rp 10.767.200	Rp 10.649.100	Rp 10.505.160

Sumber : PO MMF Toys

d. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Berikut biaya tenaga kerja langsung pada PO MMF Toys tahun 2011-2015:

Tabel 4.31 Tenaga Kerja Langsung 2011

Gaji Karyawan Produksi 2011				
No	Bagian Produksi	Jumlah Karyawan	Gaji per bulan / orang	Total Gaji per Tahun
1	Pemotongan	2	Rp 758.100	Rp 18.194.400
2	Pemisahan	2	Rp 758.100	Rp 18.194.400
3	Penjahitan	8	Rp 830.300	Rp 79.708.800
4	Finishing	6	Rp 548.720	Rp 39.507.840
Total				Rp 155.605.440
Upah Bordir Boneka 2011				
No	Bagian Produksi	Jumlah	Harga Satuan	Total Upah Bordir per tahun
1	Jasa Bordir	27732	Rp 3.600	Rp 99.835.200
Total Tenaga Kerja Langsung				Rp 255.440.640

Sumber : PO MMF Toys

Tabel 4.32 Tenaga Kerja Langsung 2012

Gaji Karyawan Produksi 2012				
No	Bagian Produksi	Jumlah Karyawan	Gaji per bulan / orang	Total Gaji per Tahun
1	Pemotongan	2	Rp 756.100	Rp 18.144.000
2	Pemisahan	2	Rp 756.100	Rp 18.144.000

3	Penjahitan	8	Rp 828.000	Rp 79.708.800
4	Finishing	6	Rp 547.200	Rp 39.507.840
Total				Rp 155.504.640
Upah Bordir Boneka 2012				
No	Bagian Produksi	Jumlah	Harga Satuan	Total Upah Bordir per tahun
1	Jasa Bordir	28548	Rp 3.600	Rp 102.772.800
Total Tenaga Kerja Langsung				Rp 258.277.440

Sumber : PO MMF Toys

Tabel 4.33 Tenaga Kerja Langsung 2013

Gaji Karyawan Produksi 2013				
No	Bagian Produksi	Jumlah Karyawan	Gaji per bulan / orang	Total Gaji per Tahun
1	Pemotongan	2	Rp 851.000	Rp 18.194.400
2	Pemisahan	2	Rp 851.000	Rp 18.194.400
3	Penjahitan	8	Rp 851.000	Rp 79.708.800
4	Finishing	6	Rp 562.400	Rp 39.507.840
Total				Rp 155.605.440
Upah Bordir Boneka 2013				
No	Bagian Produksi	Jumlah	Harga Satuan	Total Upah Bordir per tahun
1	Jasa Bordir	31824	Rp 3.750	Rp 119.340.000
Total Tenaga Kerja Langsung				Rp 274.945.440

Sumber : PO MMF Toys

Tabel 4.34 Tenaga Kerja Langsung 2014

Gaji Karyawan Produksi 2014				
No	Bagian Produksi	Jumlah Karyawan	Gaji per bulan / orang	Total Gaji per Tahun
1	Pemotongan	2	Rp 830.300	Rp 18.194.400
2	Pemisahan	2	Rp 830.300	Rp 18.194.400
3	Penjahitan	8	Rp 866.400	Rp 83.174.400

4	Finishing	6	Rp 577.600	Rp 41.587.200
Total				Rp 161.150.400
Upah Bordir Boneka 2014				
No	Bagian Produksi	Jumlah	Harga Satuan	Total Upah Bordir per tahun
1	Jasa Bordir	26676	Rp 3.750	Rp 100.035.000
Total Tenaga Kerja Langsung				Rp 261.185.400

Sumber : PO MMF Toys

Tabel 4.35 Tenaga Kerja Langsung 2015

Gaji Karyawan Produksi 2015				
No	Bagian Produksi	Jumlah Karyawan	Gaji per bulan / orang	Total Gaji per Tahun
1	Pemotongan	2	Rp 830.300	Rp 18.194.400
2	Pemisahan	2	Rp 830.300	Rp 18.194.400
3	Penjahitan	8	Rp 866.400	Rp 83.174.400
4	Finishing	6	Rp 577.600	Rp 39.507.840
Total				Rp 159.071.040
Upah Bordir Boneka 2015				
No	Bagian Produksi	Jumlah	Harga Satuan	Total Upah Bordir per tahun
1	Jasa Bordir	27168	Rp 3.750	Rp 101.880.000
Total Tenaga Kerja Langsung				Rp 260.951.040

Sumber : PO MMF Toys

e. *Biaya Overhead* Pabrik

Biaya overhead pabrik atau BOP pada PO MMF Toys tahun 2011-2015, sebagai berikut :

Tabel 4.36 Biaya Overhead Pabrik 2011 - 2015

NO	BOP	Tahun				
		2011	2012	2013	2014	2015
1	Biaya Bahan penolong	Rp 10.044.020	Rp 10.080.100	Rp 10.767.200	Rp 10.649.100	Rp 10.505.160
2	Biaya Listrik	Rp 1.732.800	Rp 1.728.000	Rp 1.776.000	Rp 1.732.800	Rp 1.732.800
3	Biaya Pemeliharaan	Rp 611.895	Rp 610.200	Rp 627.150	Rp 611.895	Rp 611.895
4	Telepon dan Air	Rp 794.200	Rp 792.000	Rp 888.000	Rp 866.400	Rp 866.400
5	Penyusutan Mesin dan Peralatan	Rp 2.733.795	Rp 2.733.795	Rp 2.809.734	Rp 2.733.795	Rp 2.733.795
6	Penyusutan Bangunan	Rp 2.700.000	Rp 2.700.000	Rp 2.775.000	Rp 2.700.000	Rp 2.700.000
Total		Rp 18.616.710	Rp 18.644.095	Rp 19.643.084	Rp 19.293.990	Rp 19.150.050

Sumber : PO MMF Toys

f. Biaya pemasaran

Biaya pemasaran yang dikeluarkan pada tahun 2011-2015 adalah sebagai berikut :

Tabel 4.37 Biaya Pemasaran 2011 – 2015

No	Jenis Biaya	Keterangan	2011	2012	2013	2014	2015
1.	Gaji/ upah bagian pemasaran	1. Kepala pemasaran	Rp 8.230.800	Rp 8.208.000	Rp 8.436.000	Rp 8.664.000	Rp 9.963.600
		2. Driver	Rp 8.187.480	Rp 8.164.800	Rp 8.391.600	Rp 8.230.800	Rp 8.230.800
Total			Rp 16.418.280	Rp 16.372.800	Rp 16.827.600	Rp 16.894.800	Rp 18.194.400
2.	Promosi	1. Kartu nama	Rp 108.300	Rp 118.800	Rp 133.200	Rp 137.180	Rp 144.400
		2. Brosur	Rp 101.080	Rp 144.000	Rp 185.000	Rp 198.550	Rp 216.600
		3. Banner	Rp 54.150	Rp 36.000	Rp 66.600	Rp 72.200	Rp 79.420
		4. Pameran	Rp 577.600	Rp 720.000	Rp 814.000	Rp 938.600	Rp 938.600
Total			Rp 841.130	Rp 1.018.800	Rp 1.198.800	Rp 1.346.530	Rp 1.379.020
3.	Distribusi	1. Bahan bakar	Rp 3.924.070	Rp 3.960.000	Rp 4.173.600	Rp 4.332.000	Rp 4.476.400
		2. Retribusi/ Tol	Rp 370.025	Rp 396.000	Rp 444.000	Rp 469.300	Rp 469.300
		3. Pemeliharaan Kendaraan	Rp 338.618	Rp 360.000	Rp 425.500	Rp 415.150	Rp 458.470
		4. Pajak Kendaraan	Rp 506.483	Rp 540.000	Rp 573.500	Rp 595.650	Rp 625.613
Total			Rp 5.139.196	Rp 5.133.600	Rp 5.616.600	Rp 5.812.100	Rp 6.029.783
4.	Biaya Packaging		Rp 5.234.500	Rp 5.220.000	Rp 5.365.000	Rp 5.487.200	Rp 6.328.330
5.	Penyusutan Kendaraan		Rp 5.760.000	Rp 5.760.000	Rp 5.920.000	Rp 5.760.000	Rp 5.760.000
6.	Penyusutan Bangunan Toko		Rp 1.125.000	Rp 1.125.000	Rp 1.156.250	Rp 1.125.000	Rp 1.125.000
Total Biaya Pemasaran			Rp 34.518.106	Rp 34.630.200	Rp 36.084.250	Rp 36.425.630	Rp 38.816.533

Sumber : PO MMF Toys

g. Biaya administrasi dan umum

Biaya administrasi dan umum yang dikeluarkan pada tahun 2011-2015 adalah sebagai berikut :

Tabel 4.38 Biaya Administasi dan Umum tahun 2011 – 2015

No	Keterangan	Tahun				
		2011	2012	2013	2014	2015
1	Biaya Alat Tulis Kantor	Rp 126.350	Rp 151.200	Rp 166.500	Rp 162.450	Rp 162.450
2	Biaya listrik dan Telepon Kantor	Rp 1.444.000	Rp 1.548.000	Rp 1.776.000	Rp 1.732.800	Rp 1.732.800
3	Biaya Penyusutan Inventaris	Rp 453.600	Rp 453.600	Rp 466.200	Rp 453.600	Rp 453.600
4	Biaya Penyusutan Perizinan	Rp 216.000	Rp 216.000	Rp 222.000	Rp 216.000	Rp 216.000
5.	Biaya Penyusutan Kantor	Rp 675.000	Rp 675.000	Rp 693.750	Rp 675.000	Rp 675.000
Total Biaya adm dan umum		Rp 2.239.950	Rp 2.368.800	Rp 2.630.700	Rp 2.564.850	Rp 2.564.850

Sumber : PO MMF Toys

4.6.2 Pengumpulan Biaya

Pada pengumpulan biaya ini penulis mengumpulkan biaya-biaya apa saja yang diperlukan dalam melakukan perhitungan harga jual berdasarkan metode *cost plus pricing*. Dalam perhitungan harga jual dengan menggunakan metode *cost plus pricing* biaya yang dibutuhkan untuk perhitungannya adalah harga pokok produksi dan biaya non produksi (biaya pemasaran dan administrasi), penggabungan kedua biaya tersebut disebut dengan biaya penuh. Berikut pengumpulan biaya untuk perhitungan harga jual menggunakan metode *cost plus pricing* :

a. Harga Pokok Produksi

Harga pokok produksi adalah penjumlahan dari pemakaian bahan baku ditambah biaya tenaga kerja langsung ditambah biaya *overhead* pabrik.

Berikut Harga Pokok Produksi tahun 2011-2015 :

Tabel 4.39 Harga Pokok Produksi *Full Costing* Tahun 2011-2015

A. Pemakaian bahan baku :	2011	2012	2013	2014	2015
1. Persediaan bahan baku awal	Rp 6.158.000	Rp 8.300.000	Rp 5.492.000	Rp 8.300.000	Rp 8.200.000
2. Pembelian bahan baku	Rp 316.236.000	Rp 316.656.000	Rp 368.520.000	Rp 359.556.000	Rp 346.560.000
3. Persediaan bahan baku tersedia untuk produksi	Rp 322.394.000	Rp 324.956.000	Rp 374.012.000	Rp 367.856.000	Rp 354.760.000
4. Persediaan bahan baku akhir	Rp 8.300.000	Rp 5.492.000	Rp 8.300.000	Rp 8.200.000	Rp 7.236.000
Total pemakaian bahan baku	Rp 314.094.000	Rp 319.464.000	Rp 365.712.000	Rp 359.656.000	Rp 347.524.000
B. Biaya buruh langsung	Rp 255.440.640	Rp 258.277.440	Rp 274.945.440	Rp 261.185.400	Rp 260.951.040
Biaya overhead pabrik :					
1. Biaya bahan penolong	Rp 10.044.020	Rp 10.080.100	Rp 10.767.200	Rp 10.649.100	Rp 10.505.160
2. Biaya Pemeliharaan	Rp 611.895	Rp 610.200	Rp 627.150	Rp 611.895	Rp 611.895
3. Biaya listrik	Rp 1.732.800	Rp 1.728.000	Rp 1.776.000	Rp 1.732.800	Rp 1.732.800
4. Biaya telepon dan air	Rp 794.200	Rp 792.000	Rp 888.000	Rp 866.400	Rp 866.400
5. Penyusutan Bangunan	Rp 2.700.000	Rp 2.700.000	Rp 2.775.000	Rp 2.700.000	Rp 2.700.000
6. Penyusutan Mesin dan Peralatan	Rp 2.733.795	Rp 2.733.795	Rp 2.809.734	Rp 2.733.795	Rp 2.733.795
C. Total biaya overhead pabrik	Rp 18.616.710	Rp 18.644.095	Rp 19.643.084	Rp 19.293.990	Rp 19.150.050
Total Biaya Produksi	Rp 588.151.350	Rp 596.385.535	Rp 660.300.524	Rp 640.135.390	Rp 627.625.090
D. Harga Pokok Produksi					
Persediaan barang awal dalam proses	Rp 5.192.361	Rp 5.042.906	Rp 5.064.325	Rp 5.129.377	Rp 3.828.663
Harga pokok barang yang tersedia untuk dijual	Rp 593.343.711	Rp 601.428.441	Rp 665.364.849	Rp 645.264.767	Rp 631.453.753
Persediaan barang awal dalam proses	Rp 5.042.906	Rp 5.064.325	Rp 5.129.377	Rp 3.828.663	Rp 4.760.451
E. Harga Pokok Produksi	Rp 588.300.805	Rp 596.364.116	Rp 660.235.472	Rp 641.436.105	Rp 626.693.301

Sumber : Data Diolah

b. Biaya Non Produksi

Biaya non produksi terdiri dari biaya administrasi umum dan biaya pemasaran. Berikut adalah biaya non produksi boneka pada PO MMF Toys tahun 2011-2015 :

Tabel 4.40 Biaya Non Produksi

No	Rincian	Tahun				
		2011	2012	2013	2014	2015
1	Biaya Pemasaran	Rp 34.518.106	Rp 34.630.200	Rp 36.084.250	Rp 36.425.630	Rp 38.816.533
2	Biaya adm dan Umum	Rp 2.239.950	Rp 2.368.800	Rp 2.630.700	Rp 2.564.850	Rp 2.564.850
Total Biaya Non Produksi		Rp 36.758.056	Rp 36.999.000	Rp 38.714.950	Rp 38.990.480	Rp 41.381.383

Sumber : Data Diolah

c. Biaya Penuh

Biaya penuh adalah biaya yang terdiri dari harga pokok produksi dan biaya non produksi. Berikut adalah biaya penuh boneka pada PO MMF Toys tahun 2011-2015 :

Tabel Biaya 4.41 Penuh Tahun 2011 – 2015

No	Rincian	Tahun				
		2011	2012	2013	2014	2015
1	HPProduksi	Rp 588.300.805	Rp 596.364.116	Rp 660.235.472	Rp 641.436.105	Rp 626.693.301
2	Biaya Pemasaran	Rp 34.518.106	Rp 34.630.200	Rp 36.084.250	Rp 36.425.630	Rp 38.816.533
3	Biaya adm dan Umum	Rp 2.239.950	Rp 2.368.800	Rp 2.630.700	Rp 2.564.850	Rp 2.564.850
Total Biaya Penuh		Rp 625.058.861	Rp 633.363.116	Rp 698.950.422	Rp 680.426.585	Rp 668.074.684

Sumber : Data Diolah

Dari data-data diatas dapat dihitung harga jual per unit Boneka dengan menggunakan metode *cost plus pricing* dengan keuntungan 25% yang diinginkan perusahaan, berikut perhitungannya :

Harga Jual = Total Biaya Penuh + (%laba yang diinginkan x Total Biaya Penuh)

Jumlah Unit Produksi

- Tahun 2011

$$\text{Harga Jual} = \underline{\text{Rp } 625.058.861 + (25\% \times \text{Rp } 625.058.861)}$$

$$27.732$$

$$= \underline{\text{Rp } 625.058.861 + \text{Rp } 156.264.715}$$

$$27.732$$

$$= \underline{\text{Rp } 781.323.576}$$

$$27.732$$

$$= \text{Rp } 28.200$$

- Tahun 2012

$$\text{Harga Jual} = \underline{\text{Rp } 633.363.116 + (25\% \times \text{Rp } 633.363.116)}$$

$$\begin{aligned}
& 28.548 \\
& = \frac{\text{Rp } 633.363.116 + \text{Rp } 158.340.779}{28.548} \\
& = \frac{\text{Rp } 791.703.895}{28.548} \\
& = \text{Rp } 27.700
\end{aligned}$$

- Tahun 2013

$$\begin{aligned}
\text{Harga Jual} & = \frac{\text{Rp } 698.950.422 + (25\% \times \text{Rp } 698.950.422)}{31824} \\
& = \frac{\text{Rp } 698.950.422 + \text{Rp } 174.737.605}{31824} \\
& = \frac{\text{Rp } 873.688.027}{31824} \\
& = \text{Rp } 27.500
\end{aligned}$$

- Tahun 2014

$$\begin{aligned}
\text{Harga Jual} & = \frac{\text{Rp } 680.426.585 + (25\% \times \text{Rp } 680.426.585)}{26676} \\
& = \frac{\text{Rp } 680.426.585 + \text{Rp } 170.106.646}{26676} \\
& = \frac{\text{Rp } 850.533.231}{26676} \\
& = \text{Rp } 31.900
\end{aligned}$$

- Tahun 2015

$$\begin{aligned}
\text{Harga Jual} & = \frac{\text{Rp } 668.074.684 + (25\% \times \text{Rp } 668.074.684)}{27168} \\
& = \frac{\text{Rp } 668.074.684 + \text{Rp } 167.018.671}{27168} \\
& = \frac{\text{Rp } 835.093.355}{27168} \\
& = \text{Rp } 30.700
\end{aligned}$$

4.6.3 Laporan Laba Rugi *Cost Plus Pricing*

Berikut adalah laporan laba rugi berdasarkan penjualan dengan harga yang telah ditetapkan berdasarkan metode *cost plus pricing* pada tahun 2011-2015 :

Tabel 4.42 Rugi Laba *Cost Plus Pricing*

Keterangan	TAHUN				
	2011	2012	2013	2014	2015
A. PENJUALAN	Rp 782.042.400	Rp 790.779.600	Rp 875.160.000	Rp 850.964.400	Rp 834.057.600
B. HARGA POKOK PRODUKSI	Rp 588.300.805	Rp 596.364.116	Rp 660.235.472	Rp 641.436.105	Rp 626.693.301
Persediaan barang jadi awal	Rp 18.547.200	Rp 19.872.000	Rp 15.284.400	Rp 11.620.800	Rp 24.336.000
Harga pokok barang yang tersedia untuk dijual	Rp 606.848.005	Rp 616.236.116	Rp 675.519.872	Rp 653.056.905	Rp 651.029.301
Dikurangi persediaan barang jadi akhir	Rp 19.872.000	Rp 15.284.400	Rp 11.620.800	Rp 24.336.000	Rp 19.932.000
C. HARGA POKOK PENJUALAN	Rp 586.976.005	Rp 600.951.716	Rp 663.899.072	Rp 628.720.905	Rp 631.097.301
D. LABA KOTOR (A-C)	Rp 195.066.395	Rp 189.827.884	Rp 211.260.928	Rp 222.243.495	Rp 202.960.299
E. BIAYA USAHA :					
- Biaya Pemasaran	Rp 33.393.106	Rp 33.505.200	Rp 34.928.000	Rp 35.300.630	Rp 37.691.533
- Biaya Adm dan Umum	Rp 2.239.950	Rp 2.368.800	Rp 2.630.700	Rp 2.564.850	Rp 2.564.850
Total Biaya Usaha	Rp 35.633.056	Rp 35.874.000	Rp 37.558.700	Rp 37.865.480	Rp 40.256.383
F. LABA SEBELUM PAJAK (D-E)	Rp 159.433.339	Rp 153.953.884	Rp 173.702.228	Rp 184.378.015	Rp 162.703.916
G. PAJAK (10%)	Rp 15.943.334	Rp 15.395.388	Rp 17.370.223	Rp 18.437.802	Rp 16.270.392
H. LABA SETELAH PAJAK (F-G)	Rp 143.490.005	Rp 138.558.496	Rp 156.332.006	Rp 165.940.214	Rp 146.433.524

Sumber : Data diolah

BAB V

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

5.1 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*

Tabel 5.1 Perbandingan Harga Jual

Tahun	Menurut Perusahaan	Metode Cost Plus Pricing
2011	Rp 27.600	Rp 28.200
2012	Rp 27.100	Rp 27.700
2013	Rp 26.900	Rp 27.500
2014	Rp 31.200	Rp 31.900
2015	Rp 30.100	Rp 30.700

Sumber: Data Diolah

Terjadi perbedaan harga boneka menurut perhitungan perusahaan dan perhitungan menurut *cost plus pricing*. Perbedaan terjadi karena pada perhitungan biaya penuh untuk menentukan harga, perusahaan tidak mengalokasikan biaya penyusutan dan biaya administrasi dan umum. Sedangkan pada perhitungan harga jual menurut *cost plus pricing* dalam menghitung biaya penuh, metode ini memasukan perhitungan biaya penyusutan dan biaya administasi dan umum. Oleh karena itu harga jual yang di hitung dengan metode *cost plus pricing* menunjukkan harga yang lebih besar di bandingkan dengan perhitungan menurut perusahaan.

5.2 Perbandingan Harga Boneka PO MMF Toys dengan Harga Pesaing

Tabel 5.2 Perbandingan Harga dengan Pesaing Tahun 2015

Produk	Produsen	Harga	Keterangan
Boneka size M	CV Aneka Jaya Toys	Rp 34.000	Lebih Mahal
Boneka size M	PO MMF Toys	Rp 30.700	-
Boneka size M	PO Bonekaku	Rp 30.000	Lebih Murah

Sumber : Hasil Survey Lapangan

Berdasarkan hasil pengamatan penulis di lapangan menunjukkan perbandingan harga jual yang di hasilkan para produsen pesaing. Harga jual PO MMF Toys dengan menggunakan metode *cost plus pricing* masih dapat bersaing dengan produsen yang lain. Sebagai contoh penulis membandingkan harga jual pada tahun 2015 dikarenakan bisa menjadi pengambilan keputusan untuk menentukan harga jual di tahun kedepannya. Dari tabel di atas CV Aneka Jaya Toys menjual boneka dengan harga Rp 34.000 lebih mahal di bandingkan dengan harga jual boneka PO MMF Toys dengan menggunakan metode *cost plus pricing* dengan selisih Rp 2.200 namun harga jual PO MMF Toys dengan metode *cost plus pricing* sedikit lebih mahal di bandingkan PO Bonekaku yang menjual dengan harga Rp 30.000 selisih sekitar Rp 1.700.

5.3 Perbandingan Laba

Dibawah ini adalah perbandingan laba berdasarkan perhitungan menurut perusahaan, dengan menurut prinsip akuntansi dan metode *cost plus pricing*.

Tabel 5.3 Perbandingan Laba Tahun 2011

Keterangan	Menurut Perusahaan	Menurut Prinsip Akuntansi	Menurut Cost Plus Pricing
A. PENJUALAN	Rp 765.403.200	Rp 765.403.200	Rp 782.042.400
B. HARGA POKOK PENJUALAN	Rp 581.542.210	Rp 586.976.005	Rp 586.976.005
C LABA KOTOR (A-B)	Rp 183.860.990	Rp 178.427.195	Rp 195.066.395
D. BIAYA USAHA :			
- Biaya Pemasaran	Rp 27.633.106	Rp 33.393.106	Rp 33.393.106
- Biaya Adm dan Umum		Rp 2.239.950	Rp 2.239.950
Total Biaya Usaha	Rp 27.633.106	Rp 35.633.056	Rp 35.633.056
E. LABA SEBELUM PAJAK (C-D)	Rp 156.227.884	Rp 142.794.139	Rp 159.433.339
F. PAJAK (10%)	Rp 15.622.788	Rp 14.279.414	Rp 15.943.334
G. LABA SETELAH PAJAK (E-F)	Rp 140.605.096	Rp 128.514.725	Rp 143.490.005

Sumber: Data Diolah

Tabel 5.4 Perbandingan Laba Tahun 2012

Keterangan	Menurut Perusahaan	Menurut Prinsip Akutansi	Menurut Cost Plus Pricing
A. PENJUALAN	Rp 773.650.800	Rp 773.650.800	Rp 790.779.600
B. HARGA POKOK PENJUALAN	Rp 595.517.921	Rp 600.951.716	Rp 600.951.716
C LABA KOTOR (A-B)	Rp 178.132.879	Rp 172.699.084	Rp 189.827.884
D. BIAYA USAHA :			
- Biaya Pemasaran	Rp 26.726.400	Rp 33.505.200	Rp 33.505.200
- Biaya Adm dan Umum		Rp 2.368.800	Rp 2.368.800
Total Biaya Usaha	Rp 26.726.400	Rp 35.874.000	Rp 35.874.000
E. LABA SEBELUM PAJAK (C-D)	Rp 151.406.479	Rp 136.825.084	Rp 153.953.884
F. PAJAK (10%)	Rp 15.140.648	Rp 13.682.508	Rp 15.395.388
G. LABA SETELAH PAJAK (E-F)	Rp 136.265.831	Rp 123.142.576	Rp 138.558.496

Sumber: Data Diolah

Tabel 5.5 Perbandingan Laba Tahun 2013

Keterangan	Menurut Perusahaan	Menurut Prinsip Akutansi	Menurut Cost Plus Pricing
A. PENJUALAN	Rp 856.065.600	Rp 856.065.600	Rp 875.160.000
B. HARGA POKOK PENJUALAN	Rp 658.271.138	Rp 663.899.072	Rp 663.899.072
C LABA KOTOR (A-B)	Rp 197.794.462	Rp 192.166.528	Rp 211.260.928
D. BIAYA USAHA :			
- Biaya Pemasaran	Rp 27.809.200	Rp 34.928.000	Rp 34.928.000
- Biaya Adm dan Umum		Rp 2.630.700	Rp 2.630.700
Total Biaya Usaha	Rp 27.809.200	Rp 37.558.700	Rp 37.558.700
E. LABA SEBELUM PAJAK (C-D)	Rp 169.985.262	Rp 154.607.828	Rp 173.702.228
F. PAJAK (10%)	Rp 16.998.526	Rp 15.460.783	Rp 17.370.223
G. LABA SETELAH PAJAK (E-F)	Rp 152.986.736	Rp 139.147.046	Rp 156.332.006

Sumber: Data Diolah

Tabel 5.6 Perbandingan Laba Tahun 2014

Keterangan	Menurut Perusahaan	Menurut Prinsip Akutansi	Menurut Cost Plus Pricing
A. PENJUALAN	Rp 832.291.200	Rp 832.291.200	Rp 850.964.400
B. HARGA POKOK PENJUALAN	Rp 623.287.110	Rp 628.720.905	Rp 628.720.905
C LABA KOTOR (A-B)	Rp 209.004.090	Rp 203.570.295	Rp 222.243.495
D. BIAYA USAHA :			
- Biaya Pemasaran	Rp 29.540.630	Rp 35.300.630	Rp 35.300.630
- Biaya Adm dan Umum		Rp 2.564.850	Rp 2.564.850
Total Biaya Usaha	Rp 29.540.630	Rp 37.865.480	Rp 37.865.480
E. LABA SEBELUM PAJAK (C-D)	Rp 179.463.460	Rp 165.704.815	Rp 184.378.015
F. PAJAK (10%)	Rp 17.946.346	Rp 16.570.482	Rp 18.437.802
G. LABA SETELAH PAJAK (E-F)	Rp 161.517.114	Rp 149.134.334	Rp 165.940.214

Sumber: Data Diolah

Tabel 5.7 Perbandingan Laba Tahun 2015

Keterangan	Menurut Perusahaan	Menurut Prinsip Akutansi	Menurut Cost Plus Pricing
A. PENJUALAN	Rp 817.756.800	Rp 817.756.800	Rp 834.057.600
B. HARGA POKOK PENJUALAN	Rp 625.663.506	Rp 631.097.301	Rp 631.097.301
C LABA KOTOR (A-B)	Rp 192.093.294	Rp 186.659.499	Rp 202.960.299
D. BIAYA USAHA :			
- Biaya Pemasaran	Rp 31.931.533	Rp 37.691.533	Rp 37.691.533
- Biaya Adm dan Umum		Rp 2.564.850	Rp 2.564.850
Total Biaya Usaha	Rp 31.931.533	Rp 40.256.383	Rp 40.256.383
E. LABA SEBELUM PAJAK (C-D)	Rp 160.161.761	Rp 146.403.116	Rp 162.703.916
F. PAJAK (10%)	Rp 16.016.176	Rp 14.640.312	Rp 16.270.392
G. LABA SETELAH PAJAK (E-F)	Rp 144.145.585	Rp 131.762.804	Rp 146.433.524

Sumber: Data Diolah

Tabel 5.8 Perbandingan Rugi Laba Tahun 2011 - 2015

Tahun	Menurut Perusahaan	Menurut Full Costing	Menurut Cost Plus Pricing
2011	Rp 140.605.096	Rp 128.514.725	Rp 143.490.005
2012	Rp 136.265.831	Rp 123.142.576	Rp 138.558.496
2013	Rp 152.986.736	Rp 139.147.046	Rp 156.332.006
2014	Rp 161.517.114	Rp 149.134.334	Rp 165.940.214
2015	Rp 144.145.585	Rp 131.762.804	Rp 146.433.524

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan hasil perhitungan di atas menggunakan data penjualan dengan harga perusahaan dan harga dengan metode *cost plus pricing*, dapat diketahui bahwa laba yang dihasilkan dari perhitungan perusahaan dan metode *cost plus pricing* terjadi perbedaan laba yang dihasilkan. Dari tabel di atas menunjukkan bahwa, laba yang dihasilkan dengan menggunakan metode *cost plus pricing* lebih besar dari pada harga jual menurut perusahaan. Perhitungan perusahaan masih sangat sederhana dikarenakan tidak mengalokasikan unsur-unsur biaya penyusutan dan biaya administrasi dan umum. Sebagai contoh pada tahun 2015 jika perusahaan menggunakan harga jual yang sudah ditetapkan perusahaan, keuntungan yang di dapat sebesar Rp 144.145.585 namun jika dihitung menggunakan prinsip akutansi laba sesungguhnya sebesar Rp131.762.804 Laba

yang di peroleh hasil perhitungan perusahaan memang besar, namun itu semua hanya laba semu. Berdasarkan hasil perhitungan dengan prinsip akuntansi yang sesungguhnya, dapat diketahui bahwa laba yang dihasilkan nilainya lebih kecil dari perhitungan perusahaan lakukan. Penyebab terjadinya penurunan laba perusahaan dengan menggunakan prinsip akuntansi dikarenakan dalam perhitungan tersebut, terdapat alokasi biaya penyusutan , biaya administrasi. Jika perusahaan menggunakan harga jual berdasarkan metode *cost plus pricing* laba yang dihasilkan meningkat menjadi Rp146.433.524 dan keuntungan tersebut sudah menanggung biaya penyusutan dan administasi dan umum.

Dampak dari alokasi biaya penyusutan berpengaruh terhadap pajak yang dibeban oleh perusahaan. Sebagai contoh pada tahun 2015, pajak yang dibayarkan oleh perusahaan sebesar Rp16.016.176. Nominal pajak yang dibebankan berasal dari 10% dari laba sebelum pajak perusahaan sebesar Rp160.161.761. Jika dihitung berdasarkan prinsip akuntansi, dengan mengalokasikan biaya penyusutan, pada kenyataannya pajak yang dibayarkan perusahaan lebih rendah yaitu sebesar Rp14.640.312. Nominal pajak yang dibebankan berasal dari 10% dari laba sebelum pajak perusahaan sebesar Rp160.161.76.

Dampak lain dari alokasi biaya penyusutan adalah perusahaan memiliki kas jika suatu saat mesin mengalami kerusakan dan perlu perbaikan atau jika suatu saat mesin memang sudah berkurang masa ekonomisnya , perusahaan dapat membeli mesin yang baru dari kas tersebut untuk meningkatkan produksi dan efisiensi waktu dalam kegiatan produksi.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

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

1. Penetapan harga jual perusahaan masih sangat sederhana dalam perhitungannya, ditambah lagi perusahaan belum mengalokasikan biaya-biaya yang harusnya di perhitungkan yang menyebabkan beban pajak perusahaan akan lebih besar, karena tidak adanya pengalokasian biaya dengan tepat. Perusahaan juga belum menghitung penyusutan atas aktiva tetapnya. Sehingga harga jual perusahaan pun masih relatif lebih kecil.

Tabel 6.1 Harga Jual dan Harga Pokok Produksi PO MMF Toys

Tahun	Harga Satuan	Harga Pokok Produksi
2011	Rp 27.600	Rp 582.867.010
2012	Rp 27.100	Rp 590.930.321
2013	Rp 26.900	Rp 654.607.538
2014	Rp 31.200	Rp 636.002.310
2015	Rp 30.100	Rp 621.259.506

Sumber: Data Diolah

2. Penetapan harga jual dengan menggunakan *cost plus pricing* hasil keuntungan yang dicapai oleh perusahaan lebih tinggi dibandingkan dengan harga jual perusahaan. Terlebih lagi dalam perhitungan akuntansi ini telah dimasukkan unsur-unsur biaya yang sebelumnya belum ada atau tidak dimasukkan perhitungan. Laba yang dihasilkan perusahaan juga maksimal karena telah melakukan pengalokasian biaya dengan tepat.

Tabel 6.2 Harga Jual dan Harga Pokok Produksi *Cost Plus Pricing*

Tahun	Harga Satuan		Harga Pokok Produksi	
2011	Rp	28.200	Rp	588.300.805
2012	Rp	27.700	Rp	596.364.116
2013	Rp	27.500	Rp	660.235.472
2014	Rp	31.900	Rp	641.436.105
2015	Rp	30.700	Rp	626.693.301

Sumber: Data Diolah

- Setelah dilakukan perhitungan perusahaan dan perhitungan akuntansi tentu terdapat perbedaan salah satunya yang berpengaruh adalah laba rugi perusahaan. Laba rugi perusahaan mengalami kenaikan dan penurunan. Seperti di bawah ini :

Tabel 6.3 Perbandingan Laba Rugi

Tahun	Menurut Perusahaan		Menurut <i>Full Costing</i>		Menurut <i>Cost Plus Pricing</i>	
2011	Rp	148.573.852	Rp	133.489.562	Rp	149.962.370
2012	Rp	143.669.971	Rp	127.267.157	Rp	144.224.669
2013	Rp	161.424.606	Rp	144.132.120	Rp	163.035.576
2014	Rp	171.140.548	Rp	156.882.618	Rp	175.369.086
2015	Rp	151.984.193	Rp	135.493.759	Rp	151.631.551

Sumber: Data Diolah

Dengan demikian, perhitungan harga pokok produksi dan harga jual yang dihitung oleh perusahaan belum tepat karena tidak menghitung penyusutan dan biaya administrasi dan umum. Sehingga dapat berpengaruh terhadap harga jual dan laba yang dihasilkan perusahaan.

6.2 Saran

- Metode penentuan harga jual yang digunakan perusahaan dirasa kurang efektif, karena tidak memasukan atau memperhitungkan unsur biaya secara keseluruhan . Selain itu, perusahaan juga tidak memasukan unsur biaya penyusutan dan biaya administrasi umum kedalam penentuan harga jualnya dan menganggapnya sebagai biaya diluar perhitungan harga jual produk. Hal ini membuat harga jual yang ditetapkan perusahaan menjadi kurang tepat dan laba yang diperoleh menjadi tidak maksimal.
- Metode Cost-Plus Pricing dirasa sangat tepat sebagai dasar penentuan harga jual perusahaan. Disamping karena sesuai dengan kondisi perusahaan yang memproduksi produk setiap hari, metode Cost-Plus Pricing juga lebih spesifik terhadap unsur biaya yang dikeluarkan dan terbukti mampu menghasilkan laba maksimal bagi perusahaan.

Daftar Pustaka

- Halim, Abdul. & Bambang Supomo.2014. *Akutansi Manajemen*. Edisi 2.BPFE. Yogyakarta.
- Hansen, Mowen. 1999. *Akutansi Manajemen*. Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- Mulyadi.2009. *Akutansi Biaya*. Edisi 5. UGM. STIM YKPN. Yogyakarta.
- Mulyadi.2015.*Akutansi Manajemen*.Edisi 3.Salemba 4.Yogyakarta
- Gayle,Rayburn. L.1999. *Akutansi Biaya dengan Menggunakan Pendekatan Manajemen Biaya*.Jilid 1. Edisi Keenam. Erlangga.Jakarta.
- Riza,Salman Kautsar.2013.*Akutansi Biaya:Pendekatan Product Costing*. Cetakan pertama. Jakarta: Akademia Permata.
- Swasta,Basu.&Irawan. 2008.*Manajemen Pemasaran Modern*.Yogyakarta: Liberty
- Swastha, Basu.2000. *Pengantar Bisnis Modern Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern*. Jakarta : Liberty.
- Yuningsih,Refti.2015. *Analisis Perhitungan Metode Cost Plus Pricing Dalam Menentukan Harga Jual Produk Pada PT.Wonojati Wijoyo Kediri*.Kediri.Universitas Nusantara PGRI Kediri.

LAMPIRAN