



**ANALISIS PERHITUNGAN HARGA POKOK PAVING BLOK DALAM
RANGKA MENENTUKAN HARGA JUAL PRODUK GUNA
MENCAPAI LABA YANG MAKSIMAL PADA
PT. GALUNGGUNG RAYA BLOCK**

Skripsi

Dibuat Oleh :

Dede Susi Sulastri
022106074

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR**

**OKTOBER
2011**

**ANALISIS PERHITUNGAN HARGA POKOK PAVING BLOK DALAM
RANGKA MENENTUKAN HARGA JUAL PRODUK GUNA
MENCAPAI LABA YANG MAKSIMAL PADA
PT. GALUNGGUNG RAYA BLOCK**

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjan Ekonomi Jurusan
Akuntansi pada Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan
Bogor

Mengetahui



Dekan Fakultas Ekonomi,

(Prof. Dr. Eddy Mulyadi Soepardi, MM., SE., Ak.)

Ketua Jurusan,

(Dr. Yohanes Indrayono., MM., Ak.,)

**ANALISIS PERHITUNGAN HARGA POKOK PAVING BLOK DALAM
RANGKA MENENTUKAN HARGA JUAL PRODUK GUNA
MENCAPAI LABA YANG MAKSIMAL PADA
PT. GALUNGGUNG RAYA BLOCK**

Skripsi

Telah disidangkan dan dinyatakan lulus
Pada hari : Sabtu, 22 Oktober 2011

Dede Susi Sulastri
022106074

Menyetujui

Dosen Penilai,



(Hj. Fajariah Mahruzar, Dra., MM.)

Pembimbing



(Wayan Rai Suarthana, SE., Ak., MM.)

Co. Pembimbing



(Ellyn Octavianty, MM., SE.)

Dia memberikan hikmah (ilmu yang berguna) kepada siapa yang dikehendakinya. Barang siapa mendapatkan hikmah itu, sesungguhnya ia telah mendapatkan kebahagiaan yang banyak dan ia adalah yang menerima peringatan melainkan orang-orang yang beriman (QS. Al-Baqarah : 269)

*“... Allah meningkatkan orang yang beriman diantara kamu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat”
(QS. Al-Mujadalah : 11)*

Tiada seorang yang memberi pertolongan melainkan sesudah izinnya, Allah itulah Tuhanku (yang mendidikmu), sebab itu hendaknya kamu hanya menyembahNya (QS. Yunus 3)

*Skripsi ini ku persembahkan buat
Kedua orang tuaku, kaka dan kekasihku
Tercinta*

ABSTRAK

DEDE SUSI SULASTRI. NPM 022106074. Analisis Perhitungan Harga Pokok Paving Block dalam Rangka Menentukan Harga Jual Produk Guna Mencapai Laba Yang Maksimal pada PT Galunggung Raya Block. Dibawah bimbingan Wayan Rai Suarhana, Dan Ellyn Octavianty.

Dalam perkembangan dunia saat ini yang pesat, khususnya dalam perusahaan manufaktur, kini telah banyak bermunculan perusahaan baru dengan produk sejenis dengan harganya pun kompetitif. Kegiatan utama perusahaan manufaktur melakukan proses produksi untuk menghasilkan suatu produk dan menjualnya. Dalam proses ini, timbul biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead. Biaya bahan baku merupakan biaya yang terbesar dari keseluruhan biaya produksi.

Permasalahan yang dihadapi perusahaan adalah tingginya harga pokok produksi sehingga mempengaruhi harga jual paving blok dan mencapai laba yang maksimal. Maka dibutuhkan strategi jual dengan melihat golongan konsumen. Salah satu tujuan perusahaan adalah mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya dengan biaya yang efisien dapat menghasilkan harga pokok produksi yang rendah namun produk yang hasil tetap berkualitas, dengan menentukan harga jual yang rendah sesuai harga pokok produksi dan pasar, maka perusahaan akan dapat mencapai laba yang optimal.

Untuk kepentingan pembahasan masalah tersebut, maka penulis membuat operasionalisasi variabel dengan alat ukur (indikator) untuk variabel independen (harga pokok produksi) yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead tetap dan variabel, sedangkan untuk variabel dependen(perhitungan harga jual) dengan indikator harga pokok produksi, laba yang diinginkan, target pasar, dan elastisitas permintaan serta volume penjualan.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT dan dengan karuniaNya akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul Analisis Perhitungan Harga Pokok Paving Blok dalam Rangka Menentukan Harga Jual Produk Guna Mencapai Laba Yang Maksimal pada PT Galunggung Raya Block”.

Skripsi ini disesuaikan dalam rangka pemenuhan salah satu syarat dalam mencapai gelar Sajana Ekonomi Jurusan Akuntansi pada Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor. Dalam penyusunan skripsi ini banyak pihak yang membantu baik moral maupun materil, sehingga pembuatan skripsi ini dapat terselesaikan sebagaimana mestinya. Untuk itu penulis terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karuniaNya kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua Orang Tua, Bapak Kosim yang telah memberikan bantuan kepada penulis, Ibu Nunung Nurhayati yang telah membesarkan dan selalu memberikan doa kepada penulis, dan tidak lupa kepada Evi Puspitasari, kakak yang selalu menghibur penulis.
3. Bapak Prof. Dr. Eddy Mulyadi Soepardi, MM., SE., Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan, Bogor.
4. Bapak Dr. Yohanes Indrayono, MM., Ak., selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan, Bogor.
5. Ibu Ellyn Octavianty, SE., MM., selaku Co. Pembimbing dan Sekertaris Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan, Bogor.

6. Bapak Wayan Rai Suarthana, MM., SE., Ak., selaku dosen pembimbing skripsi.
7. Bapak Tosin yang telah memberikan izin dan bantuan kepada penulis dalam skripsi ini.
8. Sahabatku (Nani,Nina Nurul, Yuni, dan Dedi), saudaraku (dede wati), dan teman kostan pakumis, terima kasih atas bimbingan serta sumbangan pikirannya, hanya kalian tempatku berbagai saling motivasi.

Dan semua pihak yang telah memberikan bantuan secara langsung ataupun tidak langsung, semoga Allah SWT membalasnya dengan pahala yang berlipat ganda.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangannya. Untuk itu diharapkan kritik dan saran yang membangun guna menyempurnakan skripsi ini.

Akhir kata, penulis ucapkan terima kasih dan semoga skripsi ini dapat berguna bagi pembaca umumnya dan penulis pada khususnya.

Bogor, Oktober 2011

Penulis

DAFTAR ISI

JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Perumusan dan Identifikasi Masalah	3
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian	4
1.4. Kegunaan Penelitian	4
1.5. Kerangka Pemikiran dan Paradigma Penelitian	5
1.5.1. Kerangka Pemikiran	5
1.5.2. Paradigma Penelitian	10
1.6. Hipotesis Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Biaya	12
2.1.1. Pengertian Biaya	12
2.1.2. Objek Biaya	13
2.1.3. Penggunaan Data Biaya	14
2.1.4. Klasifikasi Biaya dan Penggolongan Biaya	16
2.1.4.1. Pengertian Biaya Produksi	17
2.1.4.2. Pengertian Biaya Non Produksi	19
2.2. Harga Pokok Produksi	19
2.2.1. Pengertian Harga Pokok Produksi	20
2.2.1.1. Harga Pokok Pesanan dan Harga Pokok Proses	21
2.2.1.2. Karakteristik Harga Pokok Pesanan dan Harga Pokok proses	23
2.2.2. Manfaat Harga Pokok Produksi	24
2.2.3. Metode Penentuan Harga Pokok Produksi	25
2.2.3.1. Metode Full Costing	25
2.2.3.2. Metode Variabel Costing	26
2.2.4. Tujuan Perhitungan Harga Pokok Produksi	26
2.2.5. Laporan Harga Pokok Produksi	26
2.3. Harga Jual	28
2.3.1. Pengertian Harga Jual	28
2.3.2. Metode Penentuan Harga Jual	29
2.3.3. Metode Penentuan harga Jual Atas Dasar Biaya	30
2.3.4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Harga Jual	31

2.3.5.	Penentuan Persentase Mark up	33
2.3.6.	Pengertian Laba	34
2.4.	Analisis Perhitungan Harga Pokok Paving Block dalam Rangka Menentukan Harga Jual Produk Guna Mencapai Laba Yang Maksimal	35
 BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN		
3.1.	Objek Penelitian	38
3.2.	Metode Penelitian	38
3.2.1.	Desain Penelitian	39
3.2.2.	Operasionalisasi Variabel	40
3.2.3.	Prosedur Pengumpulan Data	41
3.2.4.	Metode Analisis	42
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAH		
4.1.	Profil Perusahaan	43
4.1.1.	Sejarah Perusahaan	43
4.1.2.	Struktur Organisasi	45
4.1.3.	Bidang Usaha dan Kegiatan Perusahaan	49
4.2.	Pembahasan Identifikasi dan Tujuan Penelitian	52
4.2.1.	Perhitungan Harga Pokok Produksi Paving Block ..	52
4.2.2.	Penentuan Harga Jual	56
4.2.3.	Peranan Perhitungan Harga Pokok Produksi Paving Block dalam Rangka Menentukan Harga Jual Produk Guna Mencapai Laba Yang maksimal..	58
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN		
5.1.	Simpulan	60
5.2.	Saran	60
 JADWAL PENELITIAN		
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Operasionalisasi Variabel	41
--	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Paradigma Penelitian	10
--------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Surat Keterangan Riset
- Lampiran 2. Stuktur Organisasi PT Galunggung Raya Block

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Dalam perkembangan dunia usaha saat ini yang sangat pesat, khususnya dalam perusahaan manufaktur, kini telah banyak bermunculan perusahaan baru dengan produk sejenis dengan harganya pun kompetitif.

Salah satu tujuan perusahaan adalah mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya dengan biaya yang seefisien mungkin. Kegiatan utama perusahaan manufaktur adalah melakukan proses produksi untuk menghasilkan suatu produk dan kemudian menjualnya. Dalam proses ini, timbul biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead. Biaya bahan baku merupakan biaya yang terbesar dari keseluruhan biaya produksi.

Harga pokok adalah pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh aktiva atau dalam mengolah bahan baku menjadi produk.

Harga pokok produksi terdiri dari bahan baku langsung, tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik. Penentuan harga pokok produksi merupakan salah satu keputusan penting di bagi perusahaan, salah satu kegunaan penentuan harga pokok produk adalah untuk menentukan harga jual, dan harga jual dapat mempengaruhi laba.

Salah satu tujuan perusahaan yang paling umum adalah menghasilkan laba yang optimal dengan menggunakan sumberdaya tertentu yang tersedia, laba dipengaruhi oleh pendapatan dan biaya. Komponen biaya yang paling

material adalah harga pokok produksi. Untuk memperoleh laba yang optimal diperlukan adanya strategi untuk mengoptimalkan penjualan dan mengefisiensi biaya.

Perhitungan harga pokok produksi paving blok dilakukan dengan menggunakan metode *full costing*, dengan membebankan seluruh komponen biaya produksi.

PT Galunggung Raya Block adalah perusahaan yang bergerak di bidang pembuatan paving blok timbul dengan memanfaatkan bahan baku yaitu pasir yang berasal dari Gunung Galunggung yang mempunyai kualitas yang bagus yaitu tidak mudah gembur dan justru jika lebih lama akan lebih bagus. Perusahaan paving blok berusaha menekan harga pokok seefisien mungkin agar harga jual paving blok terjangkau oleh masyarakat.

Total pokok produksi PT Galunggung Raya Block tahun 2007 adalah Rp. 1.663.667.200 dan tahun 2008 adalah Rp. 1.896.58.608 atau naik sebesar 60%. Permasalahan yang dihadapi perusahaan adalah tingginya harga pokok produksi sehingga mempengaruhi harga jual paving blok dan pencapaian laba yang maksimal, sehingga dibutuhkan strategi penjualan mempertimbangkan golongan konsumen.

Untuk itu sumberdaya yang dimiliki harus dikelola secara professional, efektif dan efisien. Sumberdaya yang dikelola secara efektif dan efisien dapat menghasilkan harga pokok produksi yang berdaya saing, sehingga dapat diterima oleh pasar dan mencapai laba yang optimal. Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Perhitungan Harga Pokok Paving Blok dalam Rangka**

Menentukan Harga Jual produk Guna Mencapai Laba Yang Maksimal pada PT Galunggung Raya Block”.

1.2. Perumusan dan Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penulis merumuskan bahwa permasalahan yang terjadi pada PT Galunggung Raya Block adalah tingginya harga pokok produksi sehingga mempengaruhi harga jual paving blok dan mencapai laba yang maksimal.

Apabila menentukan harga jual tidak sesuai dengan harga pokok produksi maka dapat menimbulkan kerugian yang cukup besar, kerugian ini haruslah ditanggulangi dan dicari permasalahannya. Dengan menganalisis harga pokok produksi perusahaan dapat mengetahui berapa harga jual yang seharusnya ditetapkan agar perusahaan tidak mengalami kerugian. Berdasarkan latar belakang tersebut, permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana perhitungan harga pokok Produk di PT Galunggung Raya Block?
2. Bagaimana menentukan harga jual Paving Block di PT Galunggung Raya Block?
3. Bagaimana analisis perhitungan harga pokok paving blok dalam menentukan harga jual guna mencapai laba yang maksimal?

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh data dan informasi, sebagai bahan dalam menganalisis keterkaitan antara peranan penetapan harga pokok paving blok dalam menentukan harga jual pada PT Galunggung Raya Block dan sebagai bahan kajian dalam penyusunan skripsi dan memberikan informasi mengenai hasil akhir penelitian serta sebagai bahan implementasi ilmu pengetahuan yang telah didapat dalam perkuliahan dengan melakukan perbandingan antara teori dengan praktik yang ada dalam perusahaan.

Adapun tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana perhitungan harga pokok paving blok pada PT Galunggung Raya Block.
2. Untuk mengetahui perhitungan harga jual produk pada PT Galunggung Raya Block.
3. Untuk mengetahui peranan perhitungan harga pokok produk dalam menentukan harga jual guna mencapai laba yang maksimal pada PT Galunggung Raya Block

1.4. Kegunaan Penelitian

Data dan informasi yang dikumpulkan dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoretis

a. Bagi Penulis

Dengan adanya penelitian ini, maka diharapkan penulis mendapatkan tambahan pengetahuan dan gambaran yang jelas mengenai penetapan harga pokok produk pada PT Galunggung Raya Block dalam menentukan harga jual produk, sehingga dapat membandingkan antara teori dengan praktiknya.

b. Bagi Pembaca

Dengan adanya penelitian ini, maka penulis mengharapkan pembaca mendapatkan tambahan pengetahuan serta gambaran yang lebih jelas mengenai peranan penetapan harga pokok produk dalam menentukan harga jual produk.

2. Kegunaan Praktis

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat menilai kinerja perusahaan dan juga memberikan masukan yang positif dalam menentukan kebijakan perusahaan pada masa yang akan datang, terutama mengenai Analisis Perhitungan Harga Pokok Paving Blok Dalam Rangka Menentukan Harga Jual Guna Mencapai laba Yang Maksimal, sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai pada masa yang akan datang.

1.5. Kerangka Pemikiran dan Paradigma Penelitian

1.5.1. Kerangka Pemikiran

Perusahaan merupakan suatu unit usaha yang mengolah faktor-faktor produksi menjadi barang jadi (*product*). Dalam praktiknya,

perusahaan harus dapat mengendalikan faktor-faktor produksi yang ada agar tujuan perusahaan dapat tercapai.

Perhitungan harga pokok merupakan salah satu dasar di dalam penentuan harga jual.

Harga pokok adalah sejumlah nilai aktiva (asset), tetapi selama satu tahun berjalan aktiva tersebut dimanfaatkan untuk membantu memperoleh penghasilan aktiva tersebut harus dikonversikan ke beban. Armanto Witjaksono (2005, 10)

Pengertian Harga pokok adalah "*Manufacturing cost also called production cost or factory cost, is usually defined as the sum of three cost elements. Direct material, direct labor and factory overhead.* (Athkison, 2004, 132).

Hal ini menyebabkan mengapa analisis harga pokok produksi menjadi sangatlah penting. Menurut Bastian Bustami dan Nurlela (2006, 48) pengertian harga pokok produksi adalah "kumpulan biaya produksi yang terdiri dari bahan baku langsung, tenaga kerja langsung dan overhead pabrik ditambah persediaan produk dalam proses awal dan dikurangi biaya persediaan produk dalam proses akhir". Komponen-komponen biaya dalam perhitungan produksi ini adalah biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead. Walaupun informasi biaya bukanlah satu-satunya informasi yang dibutuhkan manajemen, akan tetapi paling tidak informasi biaya dapat mencerminkan unsur-unsur biaya secara rinci dari produk yang dihasilkan. Harga pokok produksi mempunyai peranan yang sangat penting dalam menentukan harga jual produk.

Metode penentuan harga produksi adalah cara untuk memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam harga pokok produksi terdapat dua pendekatan yaitu *full costing* dan *variable costing*.

Konsep harga pokok tidak selalu sesuai dengan kebutuhan manajemen. Oleh karena itu dalam akuntansi biaya, pada perusahaan manufaktur atau perusahaan industri terdapat dua metode perhitungan harga pokok, seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, dua metode tersebut adalah metode *full costing* dan *variable costing*, berikut adalah pengertian dari *full costing*.

Full costing adalah pengorbanan untuk menghasilkan barang atau jasa dimana unsur-unsurnya adalah biaya bahan langsung, upah langsung, dan seluruh biaya overhead pabrik baik tetap maupun variable dibebankan ke barang jadi, keunggulan adalah untuk menyajikan perhitungan laba rugi untuk pihak luar, menentukan kinerja divisi pabrik, pemasaran, dan divisi administrasi, memisahkan beban expense menurut fungsi manajemen.

(Darsono Prawiro Negoro dan Ari Purwanti, 2008, 137)

Metode *variabel costing* adalah suatu metode dalam penentuan harga pokok suatu produk dengan hanya dengan memperhitungkan biaya produksi yang bersifat variable saja, dalam metode ini biaya overhead tetap tidak diperhitungkan akan tetapi dibebankan dalam laporan laba rugi tahun berjalan.

(Bastian Bustami dan Nurlela, 2006, 48)

Rudianto (2006, 229) mendefinisikan jika biaya dipakai sebagai dasar penentuan harga jual, baik dalam penentuan *full costing* maupun *variabel costing*. Biaya penuh masa yang akan datang dibagi menjadi dua: biaya yang dipengaruhi langsung oleh variabel produk dan biaya penuh yang tidak dipengaruhi langsung oleh volume produk. Dalam penentuan harga jual, taksiran biaya

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

Kebijakan penetapan harga oleh manajemen idealnya memastikan pemulihan atas semua biaya dan mencapai laba, dalam kondisi yang sulit sekalipun permintaan dan penawaran biasanya merupakan faktor penentu dalam penetapan harga, penentuan harga jual yang menguntungkan memerlukan pertimbangan atas biaya.

Pengertian harga jual adalah harga yang ditetapkan atas penyerahan produk atau jasa yang dihasilkan atau nilai secara uang tertuntas penyerahan suatu barang atau jasa, harga jual berpengaruh langsung terhadap penjualan.

Dengan menganalisis harga pokok produksi akan lebih mudah untuk menetapkan harga jual yang sesuai dengan biaya produksi yang dikeluarkan, akan tetapi juga sesuai dengan tingkat beli masyarakat sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai.

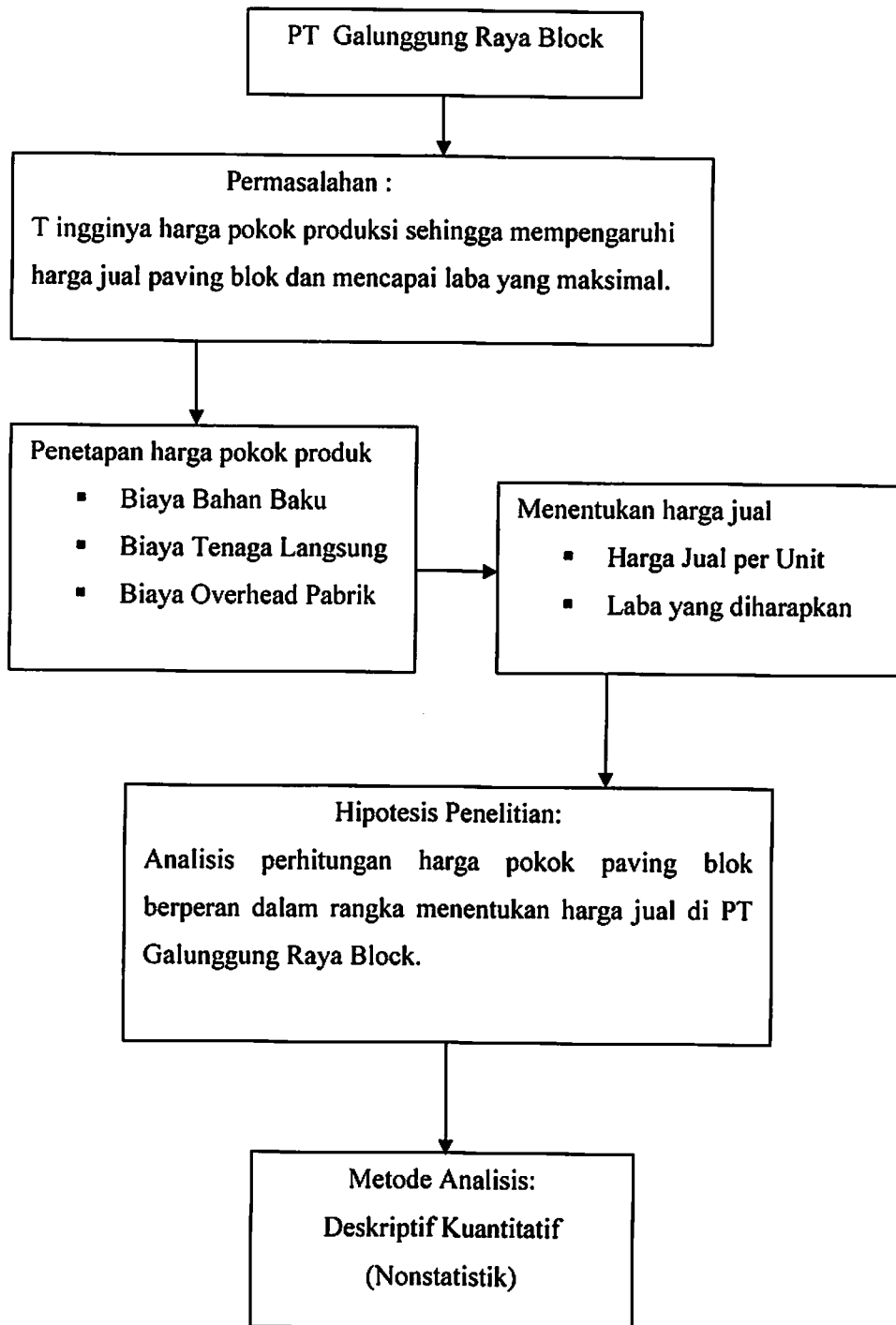
Erik dan Fred (2009, 200) menyatakan bahwa, “Laba adalah jumlah yang dapat diberikan pada investor (sebagai hasil investasi dan kondisi perusahaan) di akhir periode sebaiknya masih sama baiknya (*well of*) dengan di awal periodik”.

Untuk mencapai laba maksimal bukanlah suatu hal yang mudah dilakukan. Salah satu faktor yang menyulitkan dalam proses

pencapaian laba maksimal adalah adanya perubahan kondisi ekonomi. Dalam setiap perubahan yang terjadi akan sangat mempengaruhi pendapatan dan biaya yang ada dalam perusahaan.

Volume penjualan merupakan kegiatan perusahaan yang berusaha untuk mencapai tingkat penjualan pada periode-periode tertentu dengan berbagai langkah yang ditempuh perusahaan yaitu dengan menetapkan keputusan harga yang tepat agar volume penjualannya meningkat sehingga dapat meningkatkan pendapatan yang akan diterima sehingga perusahaan memperoleh laba yang diinginkan

1.5.2. Paradigma Penelitian



Gambar 1.
Paradigma Penelitian

1.6. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan asumsi/dugaan sementara tentang suatu hal yang dibuat untuk menjelaskan sesuatu yang sering dituntut untuk dilakukan pengujian lebih lanjut secara empiris.

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah diuraikan, maka penulis menetapkan hipotesis sebagai berikut:

1. Perhitungan harga paving blok pada PT Galunggung Raya belum tepat.
2. Penentuan harga jual produk pada PT Galunggung Raya Block belum tepat.
3. Analisis perhitungan harga paving blok berperan dalam rangka menentukan harga jual.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Biaya

Untuk menghasilkan laba yang optimal dengan menggunakan sumberdaya tertentu yang tersedia, maka perlu memperhatikan bahwa laba dapat dipengaruhi oleh pendapatan dan biaya. Biaya merupakan faktor kunci dalam keputusan harga, tujuannya adalah melihat beberapa konsep biaya yang dikembangkan dalam keputusan harga.

2.1.1. Pengertian Biaya

Biaya atau *cost* adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dengan satuan uang yang telah terjadi atau mungkin akan terjadi, untuk mencapai tujuan tertentu, biaya yang belum habis masa pakainya akan digolongkan sebagai aktiva yang dimasukkan kedalam neraca. Beban adalah biaya yang telah memberikan manfaat dan sekarang telah habis, biaya yang belum dinikmati yang memberikan manfaat dimasa yang akan datang dikelompokkan sebagai harta. Baban ini dimasukkan kedalam laba/rugi, sebagai pengurang pendapatan.

(Bastian Bustami dan Nurlela, 2006, 4)

Biaya dapat juga didefinisikan sebagai berikut:

Biaya adalah suatu sumber daya yang dikorbankan atau di lepaskan untuk mencapai tujuan tertentu. Suatu biaya biasanya diukur dalam unit uang yang harus dikeluarkan dalam rangka mendapatkan barang atau jasa. Biaya aktual adalah biaya yang terjadi (*historical cost*), untuk membedakan biaya yang dianggarkan (*budgeted*) atau biaya yang diperkirakan (*forecasted*).

(Hongren, 2005, 34-35)

Kemudian sebagai perbandingan terdapat pula pengertian biaya sebagai berikut:

Cost adalah suatu pengorbanan sumberdaya untuk mencapai tujuan tertentu, cost merupakan refleksi kemampuan suatu organisasi dalam mengoptimalkan pemanfaatan sumberdaya untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. (Armanto Witjaksono, 2005, 6)

Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa biaya adalah sumber daya ekonomis yang diukur dengan satuan uang yang telah terjadi guna mencapai tujuan tertentu dan suatu biaya bisa diukur dalam unit uang yang harus dikeluarkan untuk mendapatkan barang atau jasa. Yang merupakan refleksi kemampuan perusahaan yang belum habis masa pakainya.

2.1.2. Objek Biaya

Hampir semua kegiatan di dalam perusahaan memerlukan biaya, karena digunakan untuk tujuan tertentu maka biaya juga memiliki kegunaan yang tidak dapat lepas dari proses usaha sehari-hari sebuah perusahaan. Menurut Armanto Witjaksono (2005, 6) “Objek biaya adalah apa saja yang memperoleh pembebanan biaya, objek yang diukur biasanya tersebut mungkin berupa sebuah produk, tumpukan atau partai unit yang sama”.

Sedangkan menurut Darsono Prawironegoro (2008, 50) “Objek biaya ialah produk atau jasa, pelanggan, departemen, proyek, aktivitas. Jadi objek biaya ialah seluruh pengorbanan untuk mendapatkan sesuatu (barang atau jasa).

Jadi objek biaya adalah segala sesuatu yang memerlukan pengorbanan biaya atau pembebanan biaya seperti produk, jasa, aktivitas, departemen, proyek dan lain-lain.

2.1.3. Penggunaan Data Biaya

Biaya atau pengorbanan sumber ekonomis yang dihitung dengan satuan uang, dan objeknya adalah segala sesuatu yang memerlukan pengorbanan biaya atau pembebanan biaya, disetiap perusahaan biaya sangat diperlukan kegunaanya.

Data biaya kegunaan yang bermacam-macam, diantaranya kegunaan data biaya adalah:

1. Perencanaan untuk memilih metode atau pencapaian tujuan yang terbaik masa yang akan datang yang ingin dicapai.
2. Pengawasan untuk membandingkan dan mengevaluasi apakah anggaran atau program yang dibuat sudah dilaksanakan dengan benar sesuai dengan fungsi perencanaan.
3. Penetapan harga, pertimbangan yang baik seorang manajer dalam keputusan penetapan harga yaitu dengan memastikan pemulihan atas semua biaya dalam mencapai laba.
4. Menentukan laba, laba yang dihasilkan dapat ditentukan dengan mengumpulkan seluruh biaya yang dikeluarkan yang kemudian akan dibandingkan dengan biaya-biaya lain.
5. Pengambilan keputusan, misalnya keputusan apakah suatu perusahaan akan menghentikan atau meneruskan suatu segmen

yang secara terus menerus mengalami kerugian (Bastian Bustami dan Nurlela, 2006,4)

Informasi biaya dapat memberikan manfaat dan kegunaan bagi manajemen dalam penentuan harga jual dan mengambil keputusan sebagai berikut:

1. Biaya merupakan titik awal untuk mengurangi ketidakpastian yang dihadapi oleh pengambil keputusan. Penentuan harga jual pada umumnya merupakan keputusan masa yang akan datang. Satu-satunya informasi yang memberikan kepastian relatif tinggi adalah biaya. Biasanya bagi manajer penentuan harga jual, meskipun harga jual produk sudah terbentuk di pasar, informasi biaya yang dibutuhkan oleh manajer tersebut sebagai titik awal untuk mengurangi ketidakpastian.
2. Biaya merupakan dasar yang memberikan perlindungan bagi perusahaan dari kemungkinan kerugian.
3. Biaya memberikan informasi yang memungkinkan manajer penentuan harga jual melihat struktur biaya perusahaan asing.

(Mulyadi, 2005, 35)

Biaya merupakan dasar untuk pengambilan keputusan perusahaan memasuki apa yang dapat digunakan untuk penetapan harga jual, pengawasan pemakaian sumberdaya, dan perencanaan biaya ataupun perencanaan laba.

2.1.4. Klasifikasi Biaya dan Penggolongan Biaya

Klasifikasi biaya atau penggolongan biaya adalah suatu proses pengelompokan biaya secara sistematis atas keseluruhan elemen biaya ke dalam golongan-golongan tertentu yang lebih ringkas.

Klasifikasi biaya yang umum digunakan adalah biaya dalam hubungan dengan:

- 1) Produk
- 2) Volume Produksi
- 3) Departemen dan pusat biaya
- 4) Periode akuntansi
- 5) Pengambilan keputusan.

(Bastian Bustami dan Nurlela, 2006, 4)

Perusahaan pada umumnya memiliki penggolongan biaya menurut tujuan-tujuan yang berbeda. Penggolongan biaya dikenal dalam akuntansi biaya dengan konsep *different cost different purpose*

Maka biaya dapat digolongkan menurut:

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

(Mulyadi, 2005, 13)

Menurut perilakunya dan dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan, maka biaya dibedakan menjadi:

1. Biaya Variabel
Biaya variabel adalah biaya yang berubah sebanding dengan perubahan volume produksi dalam rentang relevan, tetapi secara per unit tetap.
2. Biaya Tetap
Biaya tetap adalah biaya yang secara totalitas bersifat tetap dalam rentang relevan tertentu, tetapi secara per unit berubah.
3. Biaya Semi
Biaya semi adalah biaya di dalamnya mengandung unsur tetap dan mengandung unsur variabel.

(William K. Carter, Milton F. Usry, 2006, 42-43)

Karena dalam penelitian ini dibatasi dengan membahas biaya produksi pada perusahaan manufaktur maka hanya akan dibahas penggolongan biaya menurut fungsi pokok dalam perusahaan.

Dalam perusahaan manufaktur terdapat tiga fungsi dalam perusahaan yaitu fungsi produksi, fungsi pemasaran, fungsi administrasi, oleh karena sebab ini biaya dibagi menjadi tiga kelompok, kelompok biaya tersebut adalah:

- 1) Biaya Produksi
- 2) Biaya Pemasaran
- 3) Biaya administrasi dan umum. (Mulyadi, 2005, 13-14)

2.1.4.1. Pengertian Biaya Produksi

Biaya yang berhubungan dengan suatu produk dibagi menjadi dua yaitu biaya produksi dan biaya non produksi. Mulyadi (2005, 14-16) menyatakan “Biaya Produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengelola bahan baku menjadi produk jadi yang siap dijual.

Biaya produksi terdiri dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung dan overhead, biaya produksi pada sebagian perusahaan masih terbagi menjadi dua biaya utama (*prime cost*) terdiri biaya bahan baku ditambah biaya tenaga kerja langsung dan biaya konversi yaitu seluruh biaya produk kecuali biaya bahan baku langsung (Armila krisna, 2006, 17).

Selain itu terdapat pula pengertian biaya produksi sebagai berikut: Biaya produksi adalah biaya yang digunakan dalam proses produksi yang terdiri dari bahan

baku langsung, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik. Rudianto (2006, 24)

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan biaya produksi adalah biaya yang berhubungan dengan produk, ada dua biaya produksi dan non produksi biaya produksi tidak berhubungan dengan proses produksi sedangkan pengumpulan biaya produksi barang dan jasa dilakukan atas tiga kelompok besar biaya yaitu:

- 1) Biaya bahan baku
- 2) Biaya tenaga kerja
- 3) Biaya overhead pabrik

Pengertian dari ketiga biaya tersebut di atas adalah sebagai berikut:

1. Biaya bahan baku adalah biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam mendapatkan bahan baku atau bahan yang membentuk bagian menyeluruh produk jadi. Contoh dalam memperoleh bahan baku perusahaan tidak hanya mengeluarkan sejumlah harga beli bahan baku saja tetapi mengeluarkan biaya pembelian, pergudangan, dan biaya perolehan lain.
2. Biaya tenaga kerja adalah harga dibebankan untuk penggunaan tenaga kerja manusia. Contoh gaji karyawan pabrik, gaji manajer pabrik.
3. Biaya overhead pabrik adalah biaya produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja. Contoh biaya reparasi, biaya asuransi, biaya pemeliharaan. (Mulyadi ; 2005, 193-275-320)

Akumulasi dari ketiga kelompok biaya tersebut didalam suatu periode akuntansi menghasilkan biaya produksi untuk periode tersebut.

2.1.4.2. Pengertian Biaya Non Produksi

Biasanya perusahaan membagi biaya yang berhubungan dengan produk menjadi dua yaitu biaya produksi dan biaya non produksi, biaya produksi telah dibahas sebelumnya maka biaya non produksi memiliki pengertian menurut Mulyadi (2005, 14-16) biaya non produksi adalah “biaya-biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan non produksi seperti kegiatan pemasaran, kegiatan administrasi umum”.

Bastian Bustami dan Nurlela, (2006, 4) mendefinisikan “Biaya non produksi adalah biaya yang tidak berhubungan dengan proses produksi, biaya ini disebut juga biaya komersial atau biaya operasi, seperti biaya pemasaran, biaya administrasi.”

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa biaya non produksi adalah biaya yang dikeluarkan bukan untuk kegiatan produksi atau untuk selain proses produksi seperti biaya pemasaran dan administrasi.

2.2. Harga Pokok Produksi

Pada perusahaan manufaktur, untuk menghasilkan produk dibutuhkan berbagai jenis biaya, dan biaya-biaya ini akan menjadi dasar dalam penentuan harga pokok produksi.

2.2.1. Pengertian Harga Pokok Produksi

Dalam penentuan harga suatu produk dibutuhkan pengelolaan biaya produksi menjadi harga pokok produksi pengertian harga pokok produksi yaitu:

Harga pokok produksi adalah kumpulan biaya produksi yang terdiri dari bahan baku langsung, tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik ditambah persediaan produk dalam proses awal dan dikurangi biaya persediaan produk dalam proses akhir. (Bastian Bustami dan Nurlela, 2006, 4)

Sedangkan menurut Darsono Prawiro Negoro, (2008, 73) :
Harga pokok produksi yaitu, “Harga pokok produksi (*cost of goods manufactured*) adalah total biaya pabrik dikurangi persediaan akhir barang dalam proses”. Selain itu terdapat pula definisi harga pokok sebagai berikut:

Harga pokok adalah sejumlah nilai aktiva (*asset*), tetapi selama satu tahun berjalan aktiva tersebut dimanfaatkan untuk membantu memperoleh penghasilan aktiva tersebut harus dikonversikan ke beban. Armanto Witjaksono (2005, 10)

Selanjutnya Armila krisna (2006, 4) menyatakan “Perhitungan harga pokok produksi adalah mengukur biaya sumber daya yang dipakai untuk memproduksi produk dan memasarkan ke konsumen”.

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa pengertian dari harga pokok produksi adalah jumlah sumberdaya yang dipakai untuk memproduksi suatu produk yang terdiri dari kumpulan biaya produksi yaitu biaya bahan baku, tenaga kerja dan biaya overhead.

2.2.1.1. Harga Pokok Pesanan dan Harga Pokok Proses

Jenis operasi perusahaan dalam industry dapat dibedakan menjadi dua jenis yaitu perusahaan yang beroperasi dalam industri berdasarkan pesanan dan perusahaan yang memproduksi masa, perusahaan dengan produksi masa memiliki harga pokok proses sedangkan perusahaan yang memproduksi secara pesan memiliki harga pokok pesanan

Harga pokok pesanan adalah metode yang biaya-biaya produksi dikumpulkan untuk pesanan tertentu dan harga pokok produksi per satu dihitung dengan cara membagi total biaya produksi untuk pesanan tersebut dengan jumlah satu produk dalam pesanan yang bersangkutan. (Mulyadi, 2005, 35)

Sedangkan Harga pokok proses merupakan metode pengumpulan biaya produksi yang digunakan oleh perusahaan yang mengelola produk secara masa. Didalam metode ini, biaya produksi dalam setiap proses selama jangka waktu tertentu, dan biaya produksi per satuan dihitung dengan cara membagi total biaya produksi dalam proses tertentu, dengan jumlah satu produk yang dihasilkan dari proses tersebut selama jangka waktu yang bersangkutan.

(Mulyadi, 2005, 35)

Persamaan harga pokok proses dan pesanan:

- 1) Tujuan sama yaitu bagaimana membebaskan biaya produksi bahan baku, tenaga kerja dan overhead pabrik ke produk secermat mungkin, perhitungan berapa harga pokok per unit dan mempunyai fungsi bagaimana membantu manajemen dalam menyusun perencanaan, pengendalian dan pengambilan keputusan.
- 2) Menggunakan nama rekening sama yaitu rekening barang dalam proses untuk mengumpulkan biaya bahan, tenaga kerja,

dan overhead pabrik dan rekening barang jadi untuk produk selesai yang ditransfer ke gudang atau ke konsumen (Armila Krisna, 2006, 54)

Selain persamaan di atas terdapat juga perbedaan,

yaitu:

Harga pokok pesanan memiliki spesifikasi yang berbeda-beda, pengumpulan biaya per pesan, harga pokok per unit dihitung dengan membagi total biaya per pesan dengan keluarnya setiap pesanan selesai, sedangkan metode harga pokok proses memiliki spesifikasi produk yang seragam, pengumpulan biayanya per proses atau per departemen harga pokok per unit dihitung dengan membagi total biaya dalam satu periode dengan output pada setiap akhir periode. (Armila Krisna, 2006, 42)

Selain itu literatur lain secara terperinci menuliskan perbedaan harga pokok pesanan dan harga pokok proses sebagai berikut:

1. Pengumpulan biaya pokok produksi. Dalam pengumpulan biaya produksi metode harga pokok pesanan mengumpulkan biaya produksi berdasarkan pesanan, sedangkan harga pokok proses mengumpulkan biaya produksi per departemen produksi per periode akuntansi.
2. Perhitungan harga pokok produksi per satuan. Untuk perhitungan harga pokok produksi per satuan metode harga pokok pesanan menghitung harga pokok produksi persatuan dengan cara membagi total biaya yang dikeluarkan untuk pesanan tertentu dengan jumlah satuan produk yang dihasilkan dalam pesanan yang bersangkutan. Perhitungan ini dilakukan pada saat pesanan telah selesai diproduksi. Metode harga pokok proses menghitung harga pokok persatuan dengan cara membagi total biaya produksi yang jumlah satuan produk yang dihasilkan selama periode yang bersangkutan. Perhitungan ini dilakukan setiap akhir periode akuntansi.
3. Penggolongan biaya produksi untuk penggolongan biaya produksi pada metode

harga pokok pesanan, biaya produksi langsung dan biaya produksi tidak langsung. Biaya produksi langsung dibedakan kepada produk biaya yang sesungguhnya terjadi, sedangkan biaya produksi tidak langsung dibebankan kepada produk berdasarkan tarif yang ditentukan dimuka. Di dalam metode harga pokok proses pembedaan biaya produksi langsung dan tidak langsung sering kali tidak diperlukan, terutama jika perusahaan hanya menghasilkan satu macam produk, karena harga pokok per satuan produk dihitung setiap akhir bulan, maka umumnya biaya overhead pabrik dibebankan kepada produk atas dasar biaya yang sesungguhnya.

4. Unsur biaya yang dikelompokkan dalam biaya overhead untuk unsur yang digolongkan dalam biaya overhead pabrik terdiri dari biaya bahan penolong, biaya tenaga kerja langsung. Didalam metode ini biaya overhead pabrik dibebankan kepada produk atas dasar tarif yang ditentukan dimuka. Di dalam metode harga pokok proses biaya overhead pabrik terdiri dari biaya produksi selain biaya bahan baku dan bahan penolong dan biaya tenaga kerja, dalam metode ini biaya overhead dibebankan kepada produksi sebesar biaya yang sesungguhnya terjadi pada pabrik. (Mulyadi, 2005, 64-65).

2.2.1.2. Karakteristik Harga Pokok Pesanan dan Harga Pokok Proses

Menurut definisi dari harga pokok pesanan dan harga pokok produksi yang telah dibahas sebelumnya, maka terdapat karakteristik sebagai berikut.

Karakteristik harga pokok pesanan:

- 1) Perusahaan memproduksi berbagai macam produk sesuai dengan spesifikasi pemesanan dan setiap jenis produk perlu

dihitung harga pokok produksinya secara individual.

- 2) Biaya produksi harus digolongkan berdasarkan hubungannya dengan produk menjadi dua kelompok berikut: biaya produksi langsung dan biaya produksi tidak langsung.
- 3) Biaya produksi langsung terdiri dari biaya bahan baku langsung dan biaya tenaga kerja langsung, sedangkan biaya produksi tidak langsung disebut dengan biaya overhead pabrik.
- 4) Biaya produksi langsung diperhitungkan sebagai harga pokok produksi pesanan tertentu berdasarkan biaya yang sesungguhnya terjadi, sedangkan biaya overhead pabrik dihitung kedalam harga pokok pesanan berdasarkan tarif yang diperhitungkan dimuka. (Mulyadi, 2005, 38)

Harga pokok proses memiliki karakteristik sebagai

berikut:

- 1) Produk yang dihasilkan merupakan produk standar.
- 2) Produk yang dihasilkan dari bulan ke bulan sama.
- 3) Kegiatan produksi dimulai dengan diterbitkannya produksi yang berisi rencana produksi produk standar untuk jangka waktu tertentu. (Mulyadi, 2005, 64)

2.2.2. Manfaat Harga Pokok Produksi

Telah disinggung sebelumnya, salah satu manfaat dari penentuan harga pokok produksi adalah penentuan harga jual untuk lebih lengkapnya berikut ini, beberapa manfaat dari harga pokok produksi adalah:

- 1) Penentuan harga jual
 - 2) Penentuan komposisi produk
 - 3) Analisa keuntungan yang bersifat strategi
 - 4) Pengambilan keputusan jangka pendek
 - 5) Penyusunan laporan keuangan jangka pendek.
- (Armanto witjaksono, 2006, 27)

Selain itu perusahaan yang bergerak dalam produksi, perusahaan yang berdasarkan pesanan harga pokok produksi juga bermanfaat sebagai berikut:

- 1) Menentukan harga jual yang akan dibebankan kepada konsumen
- 2) Mempertimbangkan permintaan atau penolakan pesanan
- 3) Memantau realisasi biaya produksi
- 4) Menghitung laba atau rugi tiap pesanan
- 5) Menentukan harga pokok persediaan yang disajikan dalam neraca. (Mulyadi, 2005, 39)

2.2.3. Metode Penentuan Harga Pokok Produksi

Metode penentuan harga pokok produksi adalah cara menghitung unsur-unsur biaya kedalam harga pokok produksi.

Penentuan harga pokok produksi adalah bagaimana memperhitungkan biaya kepada suatu produk pesanan atau jasa, yang dapat dilakukan dengan memasukan seluruh biaya produksi atau memasukan unsur biaya variabel saja, dalam penentuan harga pokok tersebut dapat dilakukan dengan dua metode yaitu metode *full costing* dan *variabel costing*

(Bastian Bustami dan nurlela, 2006, 4)

2.2.3.1. Metode *Full Costing*

Full costing ialah pengorbanan sumber daya untuk menghasilkan barang atau jasa di mana unsur-unsur adalah biaya langsung, upah langsung, dan seluruh biaya *overhead* pabrik, baik tetap maupun variabel dibebankan ke barang jadi. (Darsono Prawinegoro, 2008, 139) Lebih lanjut *Full costing* merupakan metode penentuan kos yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi ke dalam kos produksi

yang terdiri atas biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. (Mulyadi, 2005, 17)

2.2.3.2. Metode *Variabel Costing*

Metode *Variabel Costing* adalah suatu metode dalam penentuan harga pokok suatu produk dengan hanya dengan memperhitungkan biaya metode ini biaya overhead tetap tidak diperhitungkan akan tetapi dibebankan dalam laporan laba rugi tahun berjalan. (Bastain Bustami dan Nurlela, 2006, 4)

Metode *variabel costing* merupakan metode penentuan kos produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku variabel kedalam kos produksi yang terdiri dari unsur biaya produksi berikut ini:

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

2.2.4. Tujuan Perhitungan Harga Pokok Produksi

Menurut Mulyadi (2009, 165) perhitungan harga pokok bermanfaat bagi manajemen yang bertujuan untuk:

1. Menentukan harga jual produk.
2. Memantau realisasi biaya produksi.
3. Menghitung laba atau rugi periodik.
4. Menentukan harga pokok persediaan produk jadi dan produk dalam proses yang disajikan dalam neraca.

2.2.5. Laporan Harga Pokok Produksi

Dalam pengambilan keputusan perusahaan memerlukan laporan biaya produksi untuk memudahkan proses pengambilan

keputusan tersebut, berikut adalah pengertian dari laporan harga pokok produksi menurut Rudianto (2006, 24) "Laporan harga pokok produksi adalah laporan tentang biaya total yang dikeluarkan oleh suatu perusahaan untuk memproduksi sejumlah barang didalam suatu periode tertentu".

Berikut ini adalah hal-hal yang harus tercakup dalam laporan harga pokok produksi.

Dalam laporan harga pokok produksi harus tercakup laporan tentang total biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead yang dikeluarkan di dalam suatu periode tertentu, yaitu:

Persediaan awal bahan baku	xxx
Pembelian bahan baku	xxx
Persediaan total bahan baku	xxx
Persediaan akhir bahan baku	xxx
Biaya bahan baku	xxx
Biaya tenaga kerja langsung	xxx
Biaya overhead	<u>xxx</u>
Baia produksi	xxx

(Rudianto, 2006, 24)

Maka dapat disimpulkan bahwa laporan harga pokok produksi adalah laporan yang menyajikan tentang biaya-biaya yng dikeluarkan oleh perusahaan seperti biaya bahan baku, biaya tenaga

kerja dan biaya overhead pabrik untuk memproduksi produk tertentu dalam suatu periode tertentu.

2.3. Harga Jual

Harga jual merupakan faktor yang sangat penting, harga jual dapat mempengaruhi volume penjualan produk, besarnya volume penjualan dapat mempengaruhi laba.

2.3.1. Pengertian Harga Jual

Harga jual adalah salah satu hal penting dalam perolehan laba yang optimal, harga jual haruslah sesuai dengan harga pokok produksi, penetapan harga jual produk memerlukan berbagai pertimbangan yang sebaik-baiknya, mulai dari biaya produksi, biaya operasional, target laba yang diinginkan perusahaan, daya beli masyarakat, harga jual pesaing, kondisi perekonomian serta umum elastisitas harga produk dan sebagainya.

Ray H. Garrison, (2006, 532) menyatakan bahwa "Harga jual merupakan penyeimbang yang sensitif dimana keuntungan dari pendapatan per unit yang lebih tinggi dilakukan dengan mengorbankan volume yang lebih rendah karena membebankan harga yang lebih tinggi".

Selain itu menurut R.A Supriano (2005, 332) menyatakan bahwa "Harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh sesuatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan".

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan kepada konsumen dengan tingkatan yang seimbang dengan peuntungan pendapat.

2.3.2. Metode Penentuan Harga Jual

Harga jual sangatlah penting maka tidak dapat dengan mudah untuk menentukan besarnya, haruslah digunakan metode yang sesuai.

Beberapa metode penentuan harga jual, yaitu:

1. *Gross Margin Pricing*
Adalah metode penentuan harga jual dengan proses *margin pricing* pada umumnya tepat digunakan oleh perusahaan perdagangan dimana jenis perusahaan ini tidak membuat sendiri produk yang dijual sehingga tidak banyak aktiva tetap yang digunakan.
2. *Direct Cost Pricing*
Adalah metode penentuan harga jual hanya memperhitungkan biaya-biaya yang berhubungan secara profesional dengan volume/penjualan sehingga menghasilkan *Marginal income*.
3. *Full Cost pricing*
Adalah metode penentuan harga jual yang dasar perhitungan harga jualnya atas semua jenis biaya dipakai sebagai dasar untuk menentukan harga jual.
4. *Time And Material Pricing*
Dalam metode ini tarif tertentu ditentukan dari upah langsung dan tarif lainnya dari bahan baku masing-masing, tarif ini dijadikan satu ditambah jumlah tertentu dari biaya tidak langsung serta yang diinginkan.
5. *Capital Employed Pricing*
Metode ini prosedurnya dengan menentukan persentase *Mark-up* tentu dari *Capital Employed Pricing*, yaitu Kapital yang dianggap mempunyai peranan dalam memproduksi barang (produk). (Mas'ud Machfoedz, 2004, 252-259).

Dalam akuntansi manajerial, manajemen membuat kebijakan harga bertumpu pada perilaku biaya yaitu:

Kebijakan harga bertumpu pada rumus "cost+markup", ada 4 macam teknik penetapan harga yang lazim dipakai yakni:

1. Biaya produksi variabel ditambah rencana laba.
2. Biaya produksi fungsional ditambah rencana laba.
3. Biaya variabel ditambah rencana laba.
4. Total biaya ditambah rencana laba. (Darsono Prawironegoro, 2008, 152).

Selain metode penentuan harga jual diatas terdapat juga metode penentuan harga jual yaitu *cost plus pricing*, pengertian *cost plus pricing* adalah para manajer menggunakan rumus penentuan harga *cost plus* hanya sebagai titik awal untuk keputusan penentuan harga. Komponen markup jarang merupakan angka yang kaku. Justru angkanya fleksibel, bergantung pada perilaku pelanggan dan kompetitor. Komponen markup pada akhirnya ditentukan oleh pasar. (Charles T. Horngren, Srikant M. Datar, George Foster 2005, 508)

2.3.3. Metode Penentuan Harga Jual Atas Dasar Biaya

Setiap perusahaan memiliki cara untuk menentukan harga jual yang berbeda-beda, karena harga jual harus disesuaikan dengan perusahaan, produk dan pasarnya. Dalam penentuan harga jual terdapat beberapa metode yang harus diperhatikan, yaitu:

1. Penentuan Harga Jual Normal (*cost plus pricing*), yaitu dengan menambah laba yang diharapkan di atas biaya penuh masa yang akan datang untuk memproduksi dan memasarkan produk.
2. Penentuan Harga Jual Kontrak (*cost-type contract*), yaitu kontrak pembuatan produk atau jasa yang pihak pembeli setuju untuk membeli produk atau jasa pada harga yang didasarkan pada total biaya yang sesungguhnya dikeluarkan oleh produsen ditambah dengan laba yang dihitung sebesar persentase tertentu dari total biaya yang sesungguhnya.

3. Penentuan Harga Jual Pesan Khusus, Pesan Khusus merupakan pesanan yang diterima oleh perusahaan di luar pesanan reguler perusahaan. Biasanya konsumen yang melakukan pesanan khusus meminta harga di bawah harga jual normal, bahkan seringkali harga yang diminta di bawah biaya penuh, karena biasanya pesanan khusus mencakup jumlah yang besar.

(Mulyadi, 2005, 348)

Pendekatan yang pada umumnya digunakan untuk menentukan harga jual atas dasar biaya adalah pendapatan cost plus . Melalui pendekatan ini, harga jual dihitung atas dasar biaya, kemudian ditambah mark up tertentu untuk menghasilkan harga jual yang dikehendaki. Pengertian biaya berdasarkan cost plus didefinisikan sesuai dengan penentuan metode harga jual produk yang digunakan. Ada dua metode yang umumnya digunakan untuk harga jual yaitu pendekatan harga pokok produksi penuh dan pendekatan harga pokok variabel.

2.3.4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Harga Jual

Selain pertimbangan faktor biaya dan pendapatan yang diinginkan, dalam menentukan biaya juga perlu untuk memperhatikan beberapa faktor lainnya, beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi kebijakan penentuan harga jual adalah:

1. Laba yang diinginkan
Dalam kaitannya dengan jumlah laba penetapan harga harus mempertimbangkan kecukupan pengendalian modal, kebutuhan akan laba dalam membayar deviden, dan kebutuhan laba untuk ekspansi dari hasil penjualan tersebut, *serta trend* penjualan yang diinginkan.
2. Faktor produk
Faktor ini mencakup realistiknya volume penjualan yang direncanakan, diskriminasi harga, ketersediaan

kapasitas menganggur, kelayakan untuk mengenakan tingkat harga yang diinginkan, kaitan harga dengan daur hidup produk.

3. Faktor biaya
Tingkat biaya tetap dan biaya variabel efektivitas penggunaan modal, pembebanan biaya bersama pada tiap jenis produk.
4. Faktor dari luar perusahaan
Termasuk faktor luar perusahaan yang harus dipertimbangkan adalah elastisitas permintaan, target pasar, tingkat persaingan dan heterogen produk.

(Mas'ud Machfoedz, 2005, 242-243)

Dengan melihat faktor-faktor yang mempengaruhi penentuan harga jual maka dapat disimpulkan bahwa terdapat situasi yang dapat mempengaruhi harga jual. Situasi tersebut terdiri dari tiga faktor yang merupakan ringkasan berbagai faktor yang mempengaruhi harga jual yaitu:

1. Laba dan tujuan lain, faktor lain selain pasar dan biaya
2. Situasi pasar: meliputi konsumen, sifat biaya, dan operasi
3. Biaya produk dan operasi. Yaitu biaya yang dikeluarkan untuk membuat barang (produk) dan biaya produk tersebut bias sampai ke tangan konsumen.

(Kamaruddin Ahmad, 2005, 170-171)

Selain faktor-faktor yang mempengaruhi harga jual diatas terdapat pula faktor lain yang saling berpengaruh dan berinteraksi dengan harga jual. Faktor- faktor tersebut antara lain:

1. Tujuan perusahaan, khususnya laba dan *Return On Investment* (ROI) yang diharapkan.
2. Biaya yang khususnya biaya masa depan.
3. Pendapatan yang diharapkan.
4. Jenis produk atau jasa yang dijual.
5. Jenis industri.
6. Citra atau kesan masyarakat.

7. Pengaruh pemerintah, khususnya undang-undang, keputusan, peraturan, dan kebijakan pemerintah.
8. Tindakan atau reaksi pesaing.
9. Tipe pasar yang dihadapi.
10. Gaya manajemen.
11. Tujuan non laba (nirlaba)
12. Tanggung jawab sosial perusahaan.

(R.A Supriyono, 2005, 333)

Dua hal yang harus diperhatikan dalam mempelajari pengaruh faktor-faktor tersebut adalah:

1. Dalam penentuan harga jual, setiap pembuatan keputusan mungkin lebih menekankan pertimbangannya pada faktor tertentu. Faktor yang dipertimbangkan tersebut dapat berbeda di antara pembuatan keputusan yang satu dengan pembuatan keputusan lainnya.
2. Cara-cara penentuan harga jual juga dipengaruhi oleh pasar yang dihadapi oleh perusahaan.

(R.A Supriyono, 2005, 333)

2.3.5. Penentuan Presentase *Mark up*

Jika biaya dipakai sebagai dasar penentuan harga jual, baik dalam penentuan *full costing* maupun *variabel costing*. Biaya penuh masa yang akan datang dibagi menjadi dua: biaya dipengaruhi langsung oleh variabel produk dan biaya penuh yang tidak dipengaruhi langsung oleh volume produk. Dalam penentuan harga jual, taksiran biaya penuh secara langsung berubungan dengan volume produk yang dipakai sebagai dasar penentuan harga jual, sedangkan taksiran biaya penuh yang dipengaruhi langsung oleh volume produk ditambahkan kepada laba yang diharapkan untuk kepentingan perhitungan persentase *mark-up*

Mark up adalah selisih antara harga jual suatu produk atau jasa dengan harga pokonya. Selisih ini biasanya dinyatakan sebagai persentase dari biaya yang

diperhitungkan, dari beban pokok penjualan atau biaya juga berdasarkan harga pokok bahan langsung yang terpakai. (L. M. Samryn, 2006, 306)

Sedangkan menurut Hansen dan Mowen (2005, 356)

mengemukakan: *Mark Up* adalah persentase yang dibebankan kepada biaya dasar, termasuk diantaranya adalah laba yang diinginkan dan setiap biaya yang tidak termasuk dalam biaya dasar.

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

$\text{Harga jual Unit} = \text{Biaya yang berhubungan langsung dengan volume} + \text{Persentase Mark Up (per unit)}$
--

Persentase mark-up dihitung dengan rumus:

$\text{Persentase Mark up} = \frac{\text{Biaya yang tidak labanya yang diharapkan} + \text{dipengaruhi langsung oleh Volume produk}}{\text{Biaya yang dipengaruhi langsung oleh volume produk}}$
--

Cara manapun yang ditetapkan oleh suatu perusahaan biasanya akan menghasilkan perkiraan dasar harga jual yang akan ditetapkan. Manajemen harus mempertimbangkan dengan cermat apakah harga jual yang ditetapkan telah cukup realistis. Jika dipandang perlu, maka manajemen dapat melakukan penyesuaian-penyesuaian agar dapat mencapai laba yang diharapkan perusahaan.

2.3.6. Pengertian Laba

Ukuran yang seringkali dipakai untuk menilai berhasil atau tidaknya manajemen suatu perusahaan adalah laba yang diperoleh perusahaan. Pengertian laba menurut beberapa ahli sebagai berikut:

Menurut Sofyan Syafri Harahap (2005, 273) "laba adalah perbedaan antara revenue yang direalisasikan yang timbul dari transaksi pada periode tertentu diharapkan dengan biaya-biaya yang dikeluarkan pada periode tertentu".

Selain itu menurut Darsono Prawironegoro (2005, 160) laba adalah selisih positif antara pendapatan dikurangi beban (expenses), yang merupakan dasar ukuran kinerja bagi kemampuan manajemen dalam mengoperasikan harta perusahaan".

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa laba adalah selisih positif antara pendapatan dengan biaya yang dikeluarkan dalam periode tertentu.

2.4. Analisis Perhitungan Harga Pokok Paving Blok dalam Rangka Menentukan Harga Jual Produk Guna Mencapai Laba Yang Maksimal

Dalam mendapatkan laba yang optimal sesuai dengan tujuan utama perusahaan harga jual adalah hal yang sangat penting yang harus ditetapkan dengan pertimbangan yang baik. Selain itu laba yang diperoleh perusahaan tidak lepas dari pendapatan dan biaya yang dikeluarkan, dalam hal ini biaya produksi, di dalam biaya produksi harga pokok produksi adalah salah satu komponen biaya yang paling material.

Harga pokok produksi jumlah dalam sumberdaya yang dipakai untuk memproduksi suatu produk, harga pokok produksi memiliki manfaat sebagai penentuan harga jual penentu komposisi produk, analisis

keuntungan yang bersifat strategi pengambilan keputusan jangka pendek penyusunan laporan keuangan eksternal.

Harga pokok produksi terdiri dari bahan baku langsung, tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik. Penentuan harga pokok produksi merupakan salah satu keputusan penting di bagi perusahaan, salah satu kegunaan penentuan harga pokok produk adalah untuk menentukan harga jual, dan harga jual dapat mempengaruhi laba

Salah satu tujuan perusahaan yang paling umum adalah menghasilkan laba yang optimal dengan menggunakan sumberdaya tertentu yang tersedia, laba dipengaruhi oleh pendapatan dan biaya. Komponen biaya yang paling material adalah harga pokok produksi. Untuk memperoleh laba yang optimal diperlukan adanya strategi untuk mengotimalkan penjualan dan mengefisiensi biaya.

Dengan Perhitungan harga pokok produksi maka dapat ditetapkan harga jual yang seimbang, karena jika harga jual ditetapkan dengan sesuai maka akan berakibat buruk bagi perusahaan.

Jika penetapan harga terlalu tinggi maka akan membuat konsumen tidak membeli produk yang dijual perusahaan atau mengurangi jumlah pembelian mereka, sedangkan penetapan harga jual yang terlalu rendah maka pendapatan yang di dapat oleh perusahaan tidak dapat menutupi biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan. Oleh karena itu dengan adanya analisis harga pokok produksi maka perusahaan dapat mengambil keputusan penetapan harga yang sesuai dan seimbang. (Mulyadi, 2005).

Salah satu faktor yang menentukan keberhasilan suatu perusahaan dalam persaingan dan memperoleh keuntungan adalah harga jual produk yang ditawarkan perusahaan. Agar kebijakan penetapan harga jual sesuai dengan tujuan atau sasaran perusahaan, dalam penetapan harga jual produk,

manajemen memerlukan informasi yang akurat tentang biaya produksi dan harga pokok yang digunakan sebagai dasar penetapan harga jual tersebut.

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Dalam penulisan skripsi ini, objek penelitian adalah Analisis perhitungan Harga Pokok Paving Blok dalam Rangka Menentukan Harga Jual. Untuk memperoleh data dan informasi yang relevan, penulis melakukan penelitian pada PT Galunggung Raya Block yang beralamat Jl. Ir. H Juanda Tasikmalaya, yang menghasilkan *Paving Blok*. Perusahaan ini didirikan pada bulan Juli 1990 dengan nama PT Galunggung Raya Block. Unit kerja yang diteliti adalah perhitungan harga pokok paving blok.

Unit yang diteliti adalah Bagian Keuangan, Manajer Bagian Penjualan dan Bagian Akuntansi.

Dalam melakukan penelitian ini, penulis hanya terfokus pada penetapan harga pokok paving blok, penelitian dilakukan selama pada perusahaan tersebut. Penulis melakukan penelitian selama 3 minggu, dari tanggal 27 September sampai 18 Oktober 2010.

3.2. Metode Penelitian

Metode Penelitian digunakan untuk mempermudah penulis dalam mengumpulkan data dan menganalisis informasi yang berkaitan dengan tujuan penelitian, terdiri:

3.2.1. Desain Penelitian

Desain Penelitian adalah suatu proses yang diperlukan dalam perencanaan penelitian dan pelaksanaan penelitian yang mencakup:

1. Jenis, Metode, dan Teknik Penelitian

a. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah Deskriptif (Eksploratif), suatu penelitian dengan cara mengumpulkan data sebanyak-banyaknya untuk memberikan gambaran atau lukisan secara sistematis, aktual dan akurat mengenai keadaan objek penelitian yang sebenarnya. Bertujuan untuk mencari sebab-sebab terjadinya penentuan harga jual yang ada di dalam perusahaan, serta mengetahui informasi yang tepat dan akurat tentang peranan Harga Pokok produksi sebagai alat bantu manajemen penentuan harga jual produk.

b. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah Studi Kasus, yaitu penelitian dengan karakteristik yang berkaitan dengan latar belakang dan kondisi saat ini dari objek yang diteliti serta interaksinya dengan lingkungan, mengenai analisis perhitungan harga pokok paving blok dalam rangka menentukan harga jual produk.

c. Teknik Penelitian

Teknik penelitian yang digunakan penulis adalah Analisis Kuantitatif. Dalam hal ini penulis menggunakan landasan teoritis dan rumus-rumus dan mengolah data.

2. Unit Analisis

Unit analisis yang digunakan dalam penelitian ini groups, yaitu sumber data yang berasal dari respon unit fungsional pada bagian produksi dan bagian keuangan PT Galunggung Raya Block.

3.2.2. Operasionalisasi Variabel

Untuk memudahkan proses analisis, maka penulis terlebih dahulu dilakukan pengklasifikasian variabel penelitian ke dalam dua kelompok, yaitu:

1. Variabel Independen adalah variabel yang dapat menjelaskan atau memengaruhi variabel independen, dalam skripsi ini yang menjadi variabel independen adalah perhitungan harga pokok produksi
2. Variabel Dependen adalah variabel yang dapat dipengaruhi variabel independen, dalam makalah skripsi ini yang menjadi variabel dependen adalah harga jual.

Tabel 1.
Analisis Perhitungan Harga Pokok Paving Blok Dalam
Rangka Menentukan Harga Jual Produk Guna Mencapai
Laba yang Maksimal pada PT. Galunggung Raya Blok.

Variabel/Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Perhitungan Harga Pokok Produk	- Biaya Bahan Baku - Biaya Tenaga Kerja - Biaya Overhead	- Jumlah bahan baku - Jumlah tenaga kerja - Jumlah overhead	Rasio Rasio Rasio
Menetapkan Harga Jual	- Harga Jual per Unit - Laba yang Diharapkan	- Harga jual per Unit - Produk laba yang Diharapkan	Rasio Rasio

3.2.3. Prosedur Pengumpulan Data

Prosedur pengumpulan data-data penelitian sebagai berikut:

1. Studi Pustaka, yaitu studi kepustakaan dengan cara membaca dan mempelajari dari teori-teori yang ada, literatur-literatur, dan bahan bacaan yang dapat menunjang objek yang diteliti sehingga memiliki landasan teoritis yang relevan.

2. Studi Lapangan

Kegiatan pengumpulan data praktis yang dilakukan secara langsung di perusahaan kepada pihak berwenang dengan maksud memperoleh data yang spesifik tentang objek yang diteliti, dengan cara:

Pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab kepada pihak-pihak yang terkait, sehingga diperoleh data yang akurat, dapat dipercaya, dan relevan. Pengumpulan data dengan membuat daftar pertanyaan yang berhubungan dengan objek yang diteliti dan memperoleh informasi dari pihak-pihak yang

terkait. Pengamatan langsung terhadap kegiatan yang berkaitan dengan akuntansi pertanggungjawaban bagi produksi.

3.2.4. Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan adalah Deskriptif kuantitatif (non statistik) yaitu analisis yang digunakan untuk memperoleh gambaran secara sistematis, akurat dan aktual, lalu mengumpulkan data yang relevan yang kemudian disusun, dan dianalisis harga pokok produksi dalam penentuan harga jual paving blok pada bagian produksi PT Galunggung Raya Block

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Profil Perusahaan

4.1.1. Sejarah Perusahaan

PT Galunggung Raya Block merupakan perusahaan manufaktur yang menghasilkan *paving block*. Berdasarkan Undang-undang Republik Indonesia No. 6 tahun 1986, tentang Penanaman Modal Dalam Negeri yang mana bahwa pada dasarnya Pembangunan Ekonomi Nasional yang berdasarkan Pancasila, dimana batas-batas ketentuan dan jiwa Pancasila, telah membuka lapangan yang luas bagi usaha-usaha swasta.

Maka pada pasal 1 Undang-undang tersebut di atas dinyatakan bahwa Modal Dalam Negeri diartikan sebagai sumber produktif dari masyarakat untuk Pembangunan Ekonomi. Modal dalam negeri adalah modal yang merupakan bagian dari kekayaan masyarakat Indonesia, termasuk hal-hal dan beda-beda (bergerak atau tidak bergerak), yang dapat disisihkan atau disediakan untuk menjalankan usaha perusahaan. Kekayaan tersebut dapat dimiliki oleh pihak Swasta dapat dibagi menjadi:

- Yang dimiliki oleh Swasta Nasional (Warga Negara Indonesia), baik perorangan maupun Badan Hukum termasuk Koperasi.
- Yang dimiliki oleh Swasta Asing (Warga Negara Asing), baik perorangan maupun Badan Hukum.

PT Galunggung Raya Block berdiri pada bulan Juli 1990 yang merupakan gagasan dari Bapak H. Tosim sebagai pemilik modal. Salah satu alasan gagasan di bidang pembuatan paving blok timbul dari melihat melimpahnya sumber daya alam yaitu pasir yang berasal dari Gunung Galunggung yang meletus sekitar tahun 1982, yang mempunyai nilai lebih dan mempunyai mutu atau kualitas yang bagus yaitu tidak mudah gembur dan justru jika lebih lama akan lebih mengeras. Adapun alasan lainnya dibidang paving blok ini sejalan dengan PERDA JAWA BARAT yaitu dengan mewajibkan pengguna paving blok untuk berbagai pembangunan, misalnya untuk flor-flor jalan, trotoar, batasan-batasan jalan dengan maksud disamping pemilik nilai etis juga berguna dalam penyerapan air hujan.

Dengan modal awal Rp. 10 juta, Bapak H. Kosim beserta anak keluarganya memberikan sebuah perusahaan keluarga atau perusahaan perorangan dimana karyawan kantornya hampir seluruhnya dipegang oleh sanak keluarganya sendiri. Pada permulaan awal usahanya PT Galunggung Raya Blok sudah memasarkan produknya ke daerah Jakarta disamping memasarkan di daerah Tasikmalaya dan sekitarnya.

Perkembangan PT Galunggung Raya Block begitu pesat seiring dengan volume penjualan yang terus meningkat, hal ini mendorong perusahaan untuk memperluas area perusahaan dan berusaha untuk mengembangkan produk menjadi lebih beragam,

mengembangkan pemasaran pun menjadi lebih luas meliputi Jakarta, Bogor, Tangerang, Bekasi, Jawa Tengah (Tegal, Banyumas, Cilacap) Jawa Timur (Surabaya). PT Galunggung Raya Block saat ini dipimpin oleh Bapak H. Tosin Rohidi.

Adapun tujuan didirikannya perusahaan ini adalah:

1. Mencari keuntungan, seperti yang terkitip dalam prinsip ekonomi yaitu mencari keuntungan yang sebesar-besarnya dengan biaya yang serendah-rendahnya.
2. Membantu pemerintah dalam menggalakan ekspor non migas sehingga kebijakan pemerintah ini dapat membawa manfaat positif bagi masyarakat.
3. Menyediakan lapangan kerja bagi setiap warga masyarakat sekitar pada khususnya dan masyarakat luas pada umumnya untuk memperoleh penghidupan yang layak.

4.1.2. Stuktur Organisasi, Tugas dan Wewenang

Di dalam suatu perusahaan struktur organisasi sangat penting karena mencakup pembentukan dan fungsi-fungsi kegiatan perusahaan. Sehingga berdasarkan hal tersebut dapat dilihat dan diketahui orang-orang yang bertanggung jawab atas suatu kegiatan dan dapat dijadikan sebagai tolak ukur dalam menentukan efektivitas masing-masing karyawan untuk setiap pekerjaan yang menjadi tugasnya. Dan dengan melihat struktur organisasi suatu perusahaan dapat diketahui adanya hubungan kerja suatu bagian dengan bagian yang lainnya dalam suatu perusahaan.

Dewan direksi memiliki sejumlah deskripsi tugas dan harus dilaksanakan dengan penuh tanggung jawab dan dilakukan dengan sebaik-baiknya. Uraian tugas masing-masing dewan direksi adalah sebagai berikut:

1. *President Director* (Presiden Direktur)

- Bertanggung jawab kedalam (internal) maupun keluar (eksternal) perusahaan yang menyangkut seluruh kegiatan usaha yang dilakukan oleh perusahaan.
- Mengawasi Direktur dan mengawasi tugasnya.

2. *Director* (Direktur)

- Membantu Presiden Direktur dalam membuat kebijakan perusahaan.
- Membantu Presiden Direktur dalam melaksanakan dan mengorganisasikan seluruh kegiatan perusahaan.
- Mengawasi secara langsung kinerja departemen yang dibawahinya.

3. Komisaris

Bersama-sama dengan Direktur membuat perencanaan dari setiap bagian di perusahaan dan menetapkan arah dan tujuan perusahaan.

4. Kepala Departemen Operasi

Bertanggung jawab terhadap seluruh kegiatan operasi perusahaan. Kepala Departemen Operasi membawahi:

➤ **Manajer Produksi**

- Merencanakan dan mengkoordinasi pelaksanaan produksi yang sesuai dengan order bagian penjualan
- Bertanggung jawab terhadap seluruh proses produksi dan pengolahan bahan baku sampai membuat produk jadi sesuai dengan mutu.
- Bertanggung jawab terhadap jadwal produksi yang disesuaikan order penjualan sehingga produksi jadi dapat dikirimkan ke pelanggan tetap pada waktunya.

Manajer Produksi dalam menjalankan tugasnya membawahi:

- Wet Procces
- Dry Procces

➤ **Manajer Quality Control**

- Memeriksa kualitas barang sebelum dikirim ke pelanggan.
- Membuat standar kualitas barang yang akan dijual.

5. **Kepala Departemen Personalia dan Umum**

Mengenai tentang sumber daya manusia yang ada diperusahaan.

Kepala Departemen Personalia dalam menjalankan tugasnya membawahi:

➤ **Menejer Personalia**

- Bertanggung jawab dalam pencarian, penyelesaian, dan penyediaan tenaga kerja yang dibutuhkan perusahaan.

- Bertanggung jawab terhadap organisasi perusahaan, kesehatan, dan kesejahteraan karyawan serta perlindungan dan keselamatan kerja karyawan.

➤ Kepala Bagian Umum

- Pengurus pemeliharaan gedung dan peralatan.
- Menyediakan kebutuhan-kebutuhan seperti kendaraan para pegawai, penyedia investasi kantor, dan lain-lain.

Kepala Bagian Umum juga membawahi:

- Security
- Driver

6. Kepala Departemen Administrasi dan Keuangan

- Menangani dan mengawasi kegiatan yang berhubungan dengan administrasi dan keuangan.
- Kepala Departemen Administrasi dan Keuangan juga membawahi:

➤ Accounting

- Memeriksa semua dokumen dan penjumlahannya.
- Membuat laporan pendukung seperti neraca, laporan rugi laba, laporan penjualan, laporan piutang usaha, laporan pembelian, laporan hutang usaha, buku kas bank, laporan persediaan, dan lain-lain.
- Memposting semua jurnal tersebut ke buku besar.

Accounting dalam menjalankan tugasnya dibantu oleh kasir. Tugasnya adalah:

- Bertanggung jawab secara langsung terhadap keluar masuknya uang.
 - Menyetorkan uang tagihan ke Bank.
 - Melakukan pembayaran bank dengan kas atau cek dan giro.
 - Membuat laporan kas kecil setiap hari.
 - Bertanggung jawab karyawan.
- Purchasing
- Merencanakan anggaran penjualan.
 - Mengajukan ide dan saran yang efektif guna meningkatkan penjualan.
- Bagian Purchasing membawahi:
- Raw material
 - Warehouse

4.1.3. Bidang Usaha dan Kegiatan Perusahaan

PT Galunggung Raya Block merupakan sebuah perusahaan manufaktur yang bergerak dalam bidang bahan bangunan. Perusahaan ini menggunakan bahan utama yaitu pasir, semen, air, perep (pewarna) yang kemudian dicetak melalui suatu proses produksi, sehingga akan menghasilkan paving blok. Hasil-hasil produk pada PT Galunggung Raya Block yang telah dihasilkan adalah paving block.

PT Galunggung Raya Block membangun bisnis melalui keahlian berdagang. Bagian pemasaran merupakan pusat

pengendalian terhadap pemasaran paving blok. Kini bagian pemasaran PT Galunggung Raya Block telah dilengkapi dengan sarana dan prasarana yang cukup memadai dan dikelola oleh tenaga-tenaga yang memiliki kemampuan handal dan mengolah data, sehingga bagian pemasaran selalu mempunyai informasi tertentu. Disamping itu, bagian pemasaran terus menjaga kedekatan hubungan dengan para pelanggan melalui sikap saling percaya dan dapat dipercaya.

PT Galunggung Raya Block saat ini menguasai pasar lebih dari 40% market leder di Indonesia. Mengenai perkembangan di bidang usaha ini memiliki kesempatan yang terbuka luas akan berkembang dunia usaha yang terus meningkat.

Walaupun dengan tingkat persaingan yang relatif cukup tinggi dikarenakan adanya beberapa perusahaan sejenis, tetapi dengan adanya kunjungan yang insentif dari pelanggan, maka mereka merasa terbantu dalam mengatasi permasalahan yang mereka hadapi.

Berikut ini merupakan gambaran aktivitas usaha pada perusahaan Galunggung Raya Block Tasikmalaya:

A. Proses Produksi Perusahaan

Paving blok ini dibuat dengan teknik dan bahan serta alat-alat serta proses pembuatan, yaitu :

a. Bahan-bahan terdiri dari:

- Semen
- Pasir

- Abu batu
- b. Alat-alat terdiri dari:
- Mesin cetakan
 - Roskam
 - Cangkul
 - Sekop
 - Papan

Adapun proses produksinya secara garis besar adalah sebagai berikut:

1. Penyaringan

Yaitu proses pemisahan pasir yang kasar dengan pasir yang halus.

2. Pengadukan

Yaitu suatu proses penyempurnaan pasir, semen dan air sebagai komposisi tertentu, diaduk sampai rata sehingga siap dicetak. Adukan hasil penyempurnaan ini ada dua jenis yaitu untuk bagian atas dengan pasir yang lebih halus dan bagian bawah dengan pasir agak halus.

3. Pengadukan warna

Yaitu proses pencampuran persep dengan semen, pasir yang lebih halus dan air sehingga siap digunakan pada paving blok yang hendak diberi warna.

4. Mesin cetakan

Selanjutnya hasil adukan dimasukkan ke dalam mesin cetakan yang sudah disediakan sesuai dengan bentuk yang diinginkan.

5. Penyortiran atau pemeriksaan

Penyortiran atau pemeriksaan terhadap barang-barang setengah jadi.

6. Penyempurnaan

Kemudian hasil pencetakan disimpan 1-2 hari, dan baru dijemur di tempat yang terkena matahari, tujuannya adalah untuk menghindari keretakan.

7. Produk jadi paving blok.

4.2. Pembahasan Identifikasi dan Tujuan Penelitian

4.2.1. Perhitungan Harga Pokok Produksi Paving Block

PT Galunggung Raya Block merupakan perusahaan di bidang manufaktur yang memproduksi bahan bangunan antara lain paving blok . Dalam menjalankan kegiatan produksi, PT Galunggung Raya Block mempunyai 7 bagian produksi, yaitu:

1. Bagian penyangkakan
2. Bagian pencampuran
3. Bagian pengisian
4. Bagian perendaman
5. Bagian pengeringan
6. Bagian penggudangan

7. Dan bagian pemasaran

Harga pokok paving blok terdiri:

1. Biaya bahan baku langsung
2. Biaya tenaga kerja langsung
3. Biaya produksi tidak langsung.

Penggolongan dan mengelompokkan biaya pada PT. Galunggung Raya Block dimaksudkan agar dapat memberikan informasi biaya produksi yang jelas bagi manajemen untuk mengambil keputusan yang berhubungan dengan biaya dan produksi terutama untuk pendapatan dan mendukung penetapan harga pokok produk. Berikut ini adalah unsur-unsur harga pokok produksi yang terdapat pada PT. Galunggung Raya Block, yaitu

1. Biaya bahan baku langsung

Seperti telah disebutkan pada bab sebelumnya, biaya bahan baku produksi merupakan elemen biaya produksi yang penggunaannya dapat ditelusuri secara langsung terdapat produk yang dihasilkan biaya bahan baku paving blok terdiri dari :

a. Semen

Biaya bahan baku semen yang dikeluarkan untuk menghasilkan paving blok 100 m² adalah sebesar Rp.5.400,00

b. Pasir putih

Biaya bahan baku pasir putih yang dikeluarkan untuk menghasilkan paving blok 100 m² adalah Rp. 6.800,00

c. Abu batu

Biaya bahan baku abu batu yang dikeluarkan untuk menghasilkan paving blok 100 m^2 adalah sebesar Rp. 3300,00

Biaya produksi untuk 100 m^2 sebagai berikut:

a. Biaya bahan baku

1) Semen

$100 \text{ m}^2 @ \text{Rp. } 5.400,00 = \text{Rp. } 540.000,00$

2) Pasir putih

$100 \text{ m}^2 @ \text{Rp. } 6.800,00 = \text{Rp. } 680.000,00$

3) Abu batu

$100 \text{ m}^2 @ \text{Rp. } 3.300,00 = \text{Rp. } 330.000,00$

Total biaya bahan baku = Rp.1.550.000,00

Untuk memproduksi 100 m^2 paving blok diperlukan bahan baku sebesar Rp 1.550.000,00, biaya tenaga kerja langsung Rp 575.856,00, dan biaya overhead pabrik Rp 4.650.000,00 . Biaya-biaya tersebut dihitung dan kumpulan menjadi satu, dan biaya gabungan proses produksi tersebut akan menghasilkan harga pokok produksi. Dari cara perhitungan harga pokok produksi yang dilakukan perusahaan, maka diketahui metode perhitungan harga pokok produksi yang dilakukan perusahaan.

2. Biaya tenaga kerja langsung

Dalam perhitungan biaya tenaga kerja, perusahaan membedakan antara biaya tenaga kerja langsung dan biaya tenaga kerja tidak

langsung. Biaya tenaga kerja langsung merupakan biaya yang diberikan kepada tenaga kerja yang mengelola bahan baku menjadi barang jadi secara langsung. Besarnya biaya tenaga kerja langsung yang dibebankan kepada produk dihitung dengan mengalirkan tarif biaya tenaga kerja langsung dengan jam kerja langsung sesungguhnya, yaitu waktu yang dibutuhkan untuk memproduksi suatu pesanan. Jam kerja langsung yang dibutuhkan untuk menyelesaikan sebuah Paving Blok type Thirex adalah 18 jam, terhitung selama 3 hari dengan waktu kerja 6 jam/hari. Jumlah tenaga kerja langsung yang menangani pesanan tersebut sebanyak 24 orang. Upah tenaga kerja langsung per hari sebesar Rp. 8.000,00. Dengan demikian tarif tenaga kerja langsung per jam pada PT. Galunggung Raya Bock adalah sebesar:

Upah per hari : Rp. 8.000,00 dengan 6 jam/hari

Jadi, tarif tenaga kerja langsung per jam sebesar:

$$\frac{Rp.8.000,00}{6 \text{ Jam}} = Rp.1.333,00 \text{ atau untuk } 100 \text{ m}^2 \text{ diolah biaya}$$

tenaga kerja langsung sebesar Rp. 575.856,00

3. Biaya overhead pabrik

Semua biaya-biaya yang digunakan dalam proses produksi selain biaya bahan baku langsung dan biaya tenaga kerja langsung merupakan biaya overhead pabrik. Untuk menghitung overhead pabrik dalam pesanan Paving Blok type Thirex tersebut, perusahaan menggunakan tarif biaya overhead pabrik

sebesar 30% dari total biaya bahan baku untuk 100 m² sebesar Rp 1.550.000,00 atau 465.000,00

Dalam perhitungan harga pokok produksi, perusahaan secara umum biasanya menggunakan kartu harga pokok pesanan untuk mempermudah perhitungannya. Hal ini dikarenakan dalam kartu harga pokok pesanan tersebut terdapat rincian unsur-unsur harga pokok produksi, yang dibebankan ke masing-masing pesanan.

Berdasarkan harga pokok produksi di atas terlihat untuk memproduksi 100 m² paving Blok type Thirex dikeluarkan biaya sebesar Rp. 6.775.856,00, terdiri dari biaya bahan baku langsung Rp. 1.550.000,00, biaya tenaga kerja langsung Rp. 575.856,00, biaya *overhead* pabrik Rp. 4.650.000,00 atau per m² sebesar Rp.67.758,56

4.2.2. Penentuan Harga Jual

Penentuan harga jual produk merupakan salah satu keputusan penting, karena harga jual produk memerlukan berbagai pertimbangan yang tidak hanya memperhitungkan harga pokok itu juga dipengaruhi oleh berbagai faktor eksternal seperti: harga pasar, mutu barang, harga pesaing juga peraturan atau kebijaksanaan yang diatur oleh pemerintah.

Dalam skripsi ini hanya dibahas penentuan harga jual berdasarkan pertimbangan faktor biaya, sedangkan faktor-faktor lainnya seperti tidak dibahas.

Dalam penentuan harga jual, PT. Galunggung Raya Block mempertimbangkan dengan hati-hati. Setelah penulisan mengadakan

penelitian, maka dapat diketahui bahwa pada PT. Galunggung Raya Block dalam menentukan harga jual menggunakan metode *Full Costing Pricing*. Di dalam menentukan harga jual metode *Full Costing Pricing*, semua biaya per unit dimasukkan sebagai dasar perhitungan harga jual. Selain melihat faktor perhitungan harga pokok produksi, perusahaan juga melihat dari jauh dekatnya pesanan tersebut dikirim, atau dengan kata lain perusahaan mempertimbangkan biaya angkut. Kemudian dari harga pokok produksi yang telah diperhitungkan tersebut ditambah dengan biaya-biaya lain, perusahaan menentukan presentase *Mark-Up* untuk menetapkan harga jual. *Mark-Up* dalam hal ini, bertujuan untuk menutupi biaya-biaya non produksi dan mencapai target laba yang diharapkan. PT. Galunggung Raya Block penetapan *Mark-Up* sebesar 15% di atas harga pokok, terhadap harga jual yang dibebankan kepada pemesan.

Dengan demikian harga jual yang dibebankan kepada pemesan untuk produk Paving Blok type Thirex (100 m²) adalah sebesar:

Biaya bahan baku	Rp. 1.550.000,00
Biaya tenaga kerja	Rp. 575.856,00
Biaya overhead pabrik	<u>Rp. 4.650.000,00</u>
Total biaya	Rp. 6.775.856,00
Mark-Up (Rp. 6.775.856,00 x 15%)	<u>Rp. 1.016.378,00 +</u>
Harga jual	Rp. 7.792.234,00

Maka harga jual Paving Blok type Thirex per m³nya yang dibebankan kepada pemesan adalah sebesar:

$$\frac{Rp. 7.792.234,00}{100 m^2} = Rp. 77.922,34$$

Untuk lebih jelasnya, perhitungan harga pokok produksi Paving Blok type Thirex tersebut dapat dilihat dalam format kartu harga pokok pesanan pada lampiran 2.

4.2.3. Peranan Perhitungan Harga Pokok Paving Blok dalam Rangka Menentukan harga Jual Produk Guna Mencapai Laba Yang Maksimal

Perhitungan harga pokok produksi pada PT Galunggung Raya Block dilakukan dengan metode *Full Costing*. Dari proses produksi pembuatan paving blok type Thirex dimulai dari bahan baku sampai menjadi produk jadi, oleh karena itu seluruh biaya-biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi dibebankan sebagai komponen harga pokok produksi.

Penetapan harga jual PT Galunggung Raya Block menggunakan *full costing pricing* yaitu memasukkan semua biaya produksi baik yang bersifat variabel maupun tetap ke dalam harga pokok produksi, ditambah *mark up* sebesar 15%.

Perusahaan juga harus menetapkan harga jual sebagai tolak ukur penilaian, kemudian dibandingkan dengan realisasi yang terjadi, selanjutnya diikuti dengan menerapkan langkah perbaikan melalui pengambilan keputusan.

Berdasarkan perhitungan harga jual yang ditetapkan perusahaan PT Galunggung Raya Block untuk 100 m² paving blok type Thirex pada tahun 2009 adalah sebesar Rp. 77.922,38.

Selain itu perusahaan juga harus memperhatikan harga jual dan kualitas yang dimiliki oleh pesaing, di mana perusahaan dapat menetapkan harga jual yang bersaing tanpa harus menurunkan kualitas yang ada, dan memperoleh laba yang diinginkan. Dasar perhitungan telah terbukti bahwa biaya produksi sangat berpengaruh dalam penetapan harga jual dari suatu produk. Tanpa elemen perhitungan harga pokok produksi, perusahaan tidak akan dapat menetapkan harga jual dari suatu produk.

Dalam dengan mengetahui harga pokok produksi, perusahaan akan lebih mudah menentukan harga jual sesuai besarnya laba yang diinginkan dengan demikian harga pokok produksi mempunyai peran penting di dalam menentukan kebijakan harga jual prodak guna mencapai laba yang optimal.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan tersebut diatas dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. PT Galunggung Raya Block adalah perusahaan di bidang manufaktur, yang memproduksi bahan bangunan yang berasal dari semen.
2. Perhitungan harga pokok produksi paving blok dilakukan dengan menggunakan metode *full costing*, dengan membebankan seluruh komponen biaya produksi.
3. Penetapan harga pokok produksi dalam penentuan harga jual dilakukan berdasarkan metode *cost plus* naik sebesar 15% yaitu sebesar Rp. 6.775.856,00 atas 100 m².
4. Berdasarkan uraian tersebut terbukti bahwa perhitungan harga pokok mempunyai peran penting di dalam menentukan harga jual guna mencapai laba yang diharapkan.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan yang ada, maka penulis dapat memberikan saran kepada PT Galunggung Raya Block adalah Harga pokok produksi yang terlalu tinggi berdampak pada pencapaian laba yang maksimum, untuk itu dicari alternatif bahan baku yang harganya lebih murah tetapi tidak mengurangi kualitas produk tersebut sehingga harga jual

bisa lebih murah dari harga jual sebelumnya dan laba yang diharapkan pun dapat tercapai.

JADWAL PENELITIAN

Keterangan	Bulan										
	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags	Sep	Okt	Nop
Pengajuan Judul	*										
Studi Pustaka	**										
Pembuatan Makalah Seminar		***									
Seminar			***	****							
Pengesahan				**							
Pengumpulan Data						***					
Pengolahan Data							**				
Penulisan Laporan dan Bimbingan								**	****	*	
Sidang Skripsi											*
Penyempurnaan Skripsi											*
Pengesahan											*

Keterangan:

* = Menuju satuan unit waktu minggu dalam bulan

DAFTAR PUSTAKA

- Armanto Witjaksono. 2006. *Akuntansi Biaya*. Penerbit Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Armila Krisna Warindrani. 2006. *Akuntansi Manajemen*. Graha Ilmu Yogyakarta.
- Anthony A. Atkinson, Robert S. Kaplan, Ella Mae Matsumura dan S. Mark Yong. 2009. *Akuntansi Manajemen*. Edisi Kelima. PT Indeks. Jakarta.
- Bastian Bustami dan Nurlela. 2006. *Akuntansi Biaya*. Edisi 2. Penerbit Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Blocher, Edward. 2007. *Manajemen Biaya*. Edisi 3. Penerbit salemba Empat. Jakarta
- Charles T.Horngren, Srikant M. Datar, dan Fostwe George. 2005. *Akuntansi Biaya.: Suatu Penekanan Manajerial*. Alih bahasa: Desi Adhariani, Gramedia, Jakarta
- Garison, Ray H, Eric W Norren, dan Peter C Brewer. 2006. *Akuntansi Manajerial*. Edisi 11. Alih Bahasa: Nuri Hinduan dan Edward Tanujaya. Buku 2, Salemba Empat, Jakarta.
- Hansen, Don R dan Maryanne M. Mowen 2005. *Akuntansi Manajemen*. Edisi 7. Alih Bahasa: Dewi Fitriyani dan Deny Arnos Kwary. Salemba Empat, Jakarta.
- Hornrgren, Charles T, Datar, srikant M, Foster, George M. 2005. *Akuntansi Biaya: Penekanan manajerial*. Edisi 11. Alih Bahasa: Desi Adhariani. PT Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Hongren, Charles T, Srikant M Datar, dan George Foster. 2005. *Akuntansi Biaya: Penekanan manajerial*. Edisi 11. Alih Bahasa: Desi Adhariani. Jilid 1, PT Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Kamarudin ahmad. 2005. *Akuntansi Manjemen*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Mas'ud Mahfoedz. 2005. *Akuntansi Manajemen: Perencanaan dan Pembuatan Keputusan Jangka Pendek*. Edisi 13. Buku 1, Penerbit STIE Widya Wiwaha, Yogyakarta.
- Mulyadi. 2005. *Akuntansi Biaya*. Edisi 5. Cetakan 7, Akademik Manajemen Perusahaan YKPN, Yogyakarta.
- Prawironegoro, Darsono. 2005. *Akuntansi Manajemen: Kajian Pengambilan Keputusan Berdasarkan Informasi Akuntansi*, Diadit Media, Jakarta.
- Prawinegoro, Darsono, dan purwanti, Ari . 2008. *Akuntansi Manajemen*. Edisi 2. Mitra Wacana Media, Jakarta.

- Rudianto. 2006. *Akuntansi Manajemen*. Cetak Pertama, PT Grasindo, Jakarta.
- R.A. Supriano. 2005. *Akuntansi Manajemen 4: Proses Pengendalian manajemen*, Editor Mulyadi. BPFE, Yogyakarta.
- Salvatore, Dominick. 2005. *Manajerial Economic*. "*Ekonomi Manajerial dalam perekonomian global*."Buku 2, Edisi Keenam. Penerbit: Salemba Empat. Jakarta.
- Sofjan Assauri. 2005. *Manajemen Produksi Dan Operasi*. Edisi Revisi. Penerbit: FE-UI, Jakarta.
- William K. Carter, Milton F. Usry. 2006. *Akuntansi Biaya*. Edisi 13. Salemba Empat, Jakarta.

LAMPIRAN



GALUNGGUNG RAYA

SEDIA : PAVING BLOCK PRESS, GENTENG BETON, KON BLOCK, GRESS BLOCK, KASTIN, DLL.

Pabrik : Jln. Raya Cibodas Km. 8 Telp./Fax. (0265) 420654

Jln. Ir. H. Juanda Telp. (0265) 323291 – 342341 Tasikmalaya

Rumah : Jln. Raya Rajapolah No. 224 Telp. (0265) 421287- 420346 Tasikmalaya 46155

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

No. 092/GR/XIII/08

Sehubungan dengan surat Bapak dari Universitas Pakuan Bogor pada tanggal 22 Februari 2010 bersama ini kami memberitahukan :

Nama : Dede Susi Sulastri
NRP/NIM : 022106074
Program : Strata Satu (S.1)
Semester : Akhir
Jurusan : Akuntansi
Fakultas : Ekonomi

Telah melakukan penelitian di Galunggung Raya mulai tanggal 22 Februari 2010, dalam rangka penyelesaian skripsi.

Demikian agar Bapak maklum.

Tasikmalaya, 22 Februari 2010




GALUNGGUNG RAYA

PAVING BLOCK PRESS, GENTENG BETON

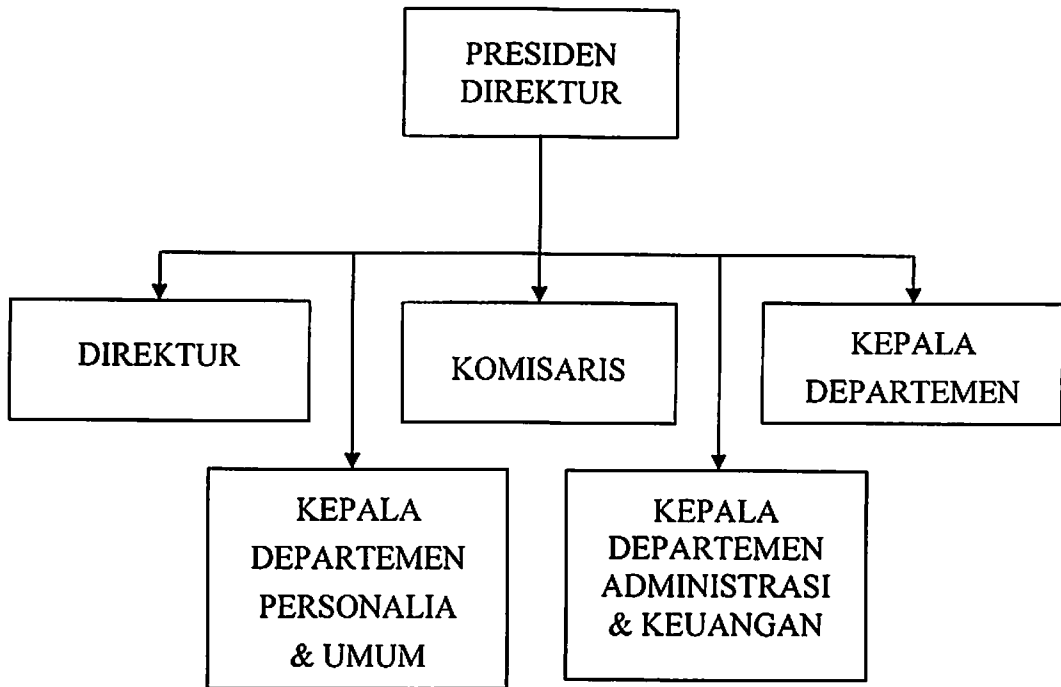
KON BLOCK, GRESS BLOCK

Jl. Ir. H. Juanda Telp. (0265) 323291 - 342341

TASIKMALAYA


H. Tosin Rohidi
Pimpinan Perusahaan

STRUKTUR ORGANISASI



STRUKTUR ORGANISASI

