



**PERANAN PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUKSI
SEBAGAI ALAT BANTU MANAJEMEN DALAM
KEPUTUSAN PENENTUAN HARGA JUAL
PADA PT AYAM MERAK**

Skripsi

Dibuat Oleh:

Nendar Trianto
022104077

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR**

**MARET
2011**

**PERANAN PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUKSI
SEBAGAI ALAT BANTU MANAJEMEN DALAM
KEPUTUSAN PENENTUAN HARGA JUAL
PADA PT AYAM MERAK**

Skripsi

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

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi,



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

Ketua Jurusan,



(Ketut Sunarta, MM., Drs., Ak.)

**PERANAN PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUKSI
SEBAGAI ALAT BANTU MANAJEMEN DALAM
KEPUTUSAN PENENTUAN HARGA JUAL
PADA PT AYAM MERAK**

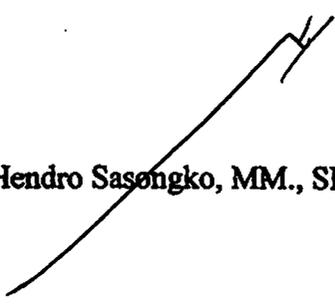
Skripsi

Telah disidangkan dan dinyatakan lulus
Pada hari : Sabtu Tanggal : 26 Maret 2011

Nendar Trianto
022104077

Menyetujui,

Dosen Penilai,



(Hendro Sasongko, MM., SE., Ak.)

Pembimbing

Co. Pembimbing



(Satsangkaryon, MM., Drs., Ak.)



(Dessy Herlisnawati., M.Si., SE.)

ABSTRAK

NENDAR TRIANTO. NPM 022104077. Peranan Perhitungan Harga Pokok Produksi Sebagai Alat Bantu Manajemen dalam Keputusan Penentuan Harga Jual pada PT Ayam Merak. Dibawah bimbingan SATSANGKARYON dan DESSY HERLISNAWATI.

Setiap perusahaan untuk mempertahankan hidupnya harus mampu menghasilkan laba dari operasinya. Beberapa perusahaan menggunakan strategi-strategi baru untuk dapat bertahan, berkembang, serta bersaing dengan perusahaan lain. Salah satunya adalah dengan menawarkan harga jual yang menarik dan bersaing, yang sekaligus juga dapat memberikan tingkat laba yang layak. Penentuan kebijaksanaan yang akan dilakukan oleh manajemen perusahaan memerlukan adanya data dan informasi yang dapat dipercaya, yang nantinya akan dipakai sebagai dasar dalam pengambilan keputusan.

Dalam menetapkan harga jual suatu produk, salah satu yang harus dipertimbangkan adalah harga pokok produksi. Harga pokok produksi merupakan seluruh biaya yang dibebankan dalam kaitannya dengan proses pengolahan bahan baku menjadi barang jadi. Biaya-biaya yang terkait dalam harga pokok produksi dapat digolongkan menjadi tiga unsur biaya, yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik.

Adapun identifikasi masalah yang penulis angkat adalah sebagai berikut: (1) Bagaimana perhitungan harga pokok produksi yang dilakukan pada PT Ayam Merak? (2) Bagaimana penentuan harga jual yang dilakukan pada PT Ayam Merak? (3) Bagaimana peranan perhitungan harga pokok produksi sebagai alat bantu manajemen dalam keputusan penentuan harga jual pada PT Ayam Merak?

PT Ayam Merak merupakan perusahaan manufaktur yang memproduksi kopi bubuk. PT Ayam Merak berlokasi di Jalan Pluit No. 195 - 197 Jakarta Utara. Bahan baku yang digunakan dalam pembuatan kopi bubuk adalah biji kopi Robusta, Arabica, dan Exalsa yang didapatkan dari perkebunan rakyat. Sedangkan bahan penolong yang digunakan dalam pembuatan kopi bubuk, yaitu non-dairy creamer, jagung, dan gula pasir. Adapun macam-macam produk yang dihasilkan adalah kopi ayam merak kiloan, kaleng, dan bungkus. Pemasaran hasil produksinya dijual ke pasar moderen maupun pasar tradisional di dalam dan maupun luar Jakarta.

Metode penelitian yang penulis lakukan terdiri dari desain penelitian yang meliputi jenis penelitian deskriptif eksploratif, metode penelitian dengan menggunakan studi kasus dan teknik penelitian yaitu dengan menggunakan observasi. Dan prosedur pengumpulan data yang dilakukan dalam penulisan skripsi ini yaitu studi kepustakaan dan studi lapangan dengan metode analisis deskriptif.

Dari hasil penelitian, dapat diketahui bahwa perhitungan yang selama ini dilakukan perusahaan dalam penentuan harga pokok produksi kurang tepat. Hal ini diakibatkan karena perhitungan harga pokok produksi yang dilakukan perusahaan dimana semua biaya-biaya diperlakukan sebagai biaya produksi sehingga terdapat unsur biaya non produksi yang dimasukkan ke dalam biaya produksi. Dengan demikian akan berpengaruh terhadap perhitungan harga jual produk. sehingga dalam perhitungan harga jual terdapat perhitungan ganda. Dimana seharusnya biaya non produksi digunakan dalam perhitungan harga jual saja. Oleh karena itu, perusahaan sebaiknya dalam perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode *full costing* yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi ke dalam perhitungan harga pokok produksi sehingga perusahaan dapat menentukan harga jual produk yang tepat.

Antara Perhitungan harga pokok produksi khususnya yang menggunakan metode *fullcosting* memiliki peranan penting dalam menentukan harga jual, karena dengan perhitungan harga pokok produksi yang akurat maka perusahaan dapat menentukan harga jual yang tepat sehingga dapat menghasilkan laba yang diharapkan bagi perusahaan.

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, atas segala rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini berjudul **“Peranan Perhitungan Harga Pokok Produksi Sebagai Alat Bantu Manajemen Dalam Keputusan Penentuan Harga Jual pada PT Ayam Merak”**, yang merupakan salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Akuntansi pada Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan, Bogor.

Penulisan skripsi ini dapat terlaksana dengan baik berkat adanya dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak yang senantiasa memberikan semangat dan inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu, penulis tidak lupa mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua atas segala dukungannya, baik moril maupun materil.
2. Bapak Prof. Dr. Eddy Mulyadi Soepardi., MM., SE., Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.
3. Bapak Ketut Sunarta, MM., Drs., Ak., selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.
4. Ibu Ellyn Octavianty, MM., SE., selaku Sekretaris Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.
5. Ibu Siti Maimunah, SE., M.Si., selaku dosen pembimbing akademik.
6. Bapak Satsangkaryon, MM., Drs., Ak., selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis.
7. Ibu Dessy Herlisnawati, M.Si., SE., selaku Co. Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan yang baik kepada penulis.

8. Bapak Hendra, SE., selaku Accounting Manager pada PT Ayam Merak yang telah membantu dalam proses pengumpulan data dan informasi sebagai dasar penyusunan skripsi ini.
9. Mba Rani, Mas Wawan, Mba Ima, dan keponakan ku tersayang Vivi yang selalu memberikan semangat dalam penulisan skripsi ini.
10. Teman-temanku Rhevi, Salim, Hendrik Andreas, Ale, Arif, Amel dan semua teman-teman kelas B-Akuntansi yang selalu kompak terima kasih atas doa dan dorongan semangatnya.
11. Seluruh rekan Akuntansi 2004, staf tata usaha, petugas perpustakaan, dan pihak-pihak lain yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang ikut mendukung penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari dengan berbagai kekurangan bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu, penulis mengharapkan saran, ide serta kritik yang membangun guna perbaikan di masa mendatang.

Akhirnya semoga penulisan ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya, dan pembaca umumnya.

Bogor, Maret 2011

Penulis

DAFTAR ISI

	Hal.
JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Perumusan dan Identifikasi Masalah	4
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian	5
1.4. Kegunaan Penelitian	6
1.5. Kerangka Pemikiran dan Paradigma Penelitian	7
1.5.1. Kerangka Pemikiran	7
1.5.2. Paradigma Penelitian	14
1.6. Hipotesis Penelitian	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Akuntansi Manajemen	16
2.1.1. Pengertian Akuntansi Manajemen	16
2.1.2. Fungsi Akuntansi Manajemen	17
2.1.3. Tujuan Akuntansi Manajemen	19
2.2. Harga Pokok Produksi	20
2.2.1. Pengertian Harga Pokok Produksi	21
2.2.2. Unsur-unsur Harga Pokok Produksi	22
2.2.3. Metode Pengumpulan Harga Pokok Produksi	24
2.2.4. Perhitungan Harga Pokok Produksi	26
2.2.5. Manfaat Harga Pokok Produksi	28
2.3. Penentuan Harga Jual	31
2.3.1. Pengertian Harga Jual	31
2.3.2. Tujuan Penentuan Harga Jual	32
2.3.3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penentuan Harga Jual	33
2.3.4. Metode Penentuan Harga Jual	35
2.4. Peranan Perhitungan Harga Pokok Produksi Sebagai Alat Bantu Manajemen dalam Keputusan Penentuan Harga Jual	39

BAB III	OBJEK DAN METODE PENELITIAN	41
	3.1. Objek Penelitian	41
	3.2. Metode Penelitian	42
	3.2.1. Desain Penelitian	42
	3.2.2. Operasionalisasi Variabel	44
	3.2.3. Metode Penarikan Sampel	45
	3.2.4. Prosedur Pengumpulan Data	45
	3.2.5. Metode Analisis	46
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	47
	4.1. Gambaran Umum Perusahaan	47
	4.1.1. Sejarah dan Perkembangan Perusahaan	47
	4.1.2. Struktur Organisasi, Tugas dan Wewenang	49
	4.1.3. Bidang Usaha dan Kegiatan Perusahaan	57
	4.2. Pembahasan	58
	4.2.1. Perhitungan Harga Pokok Produksi pada PT Ayam Merak	58
	4.2.1.1. Perhitungan Biaya Bahan Baku	58
	4.2.1.2. Perhitungan Biaya Tenaga Kerja Langsung	61
	4.2.1.3. Perhitungan Biaya Overhead Pabrik	63
	4.2.2. Keputusan Penentuan Harga Jual Pada PT Ayam Merak	69
	4.2.2.1 Metode Penentuan Harga Jual pada PT Ayam Merak	69
	4.2.3 Peranan Perhitungan Harga Pokok Produksi Sebagai Alat Bantu Manajemen dalam Keputusan Penentuan Harga Jual pada PT Ayam Merak	75
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	
	5.1. Simpulan	76
	5.2. Saran	81

JADWAL PENELITIAN
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Hal.
Tabel 1 : Perbedaan Metode Harga Pokok Pesanaan dengan Metode Harga Pokok Proses	25
Tabel 2 : Operasionalisasi Variabel	44
Tabel 3 : Data Jumlah Tenaga Kerja PT Ayam Merak.....	57
Tabel 4 : Produk-produk Kopi Bubuk PT Ayam Merak	57
Tabel 5 : Jumlah Kebutuhan Bahan Baku	59
Tabel 6 : Biaya Pemakaian Bahan Baku	60
Tabel 7 : Biaya Tenaga Kerja	62
Tabel 8 : Biaya Overhead Pabrik	64
Tabel 9 : Harga Pokok Produksi Metode Perusahaan	65
Tabel 10 : Harga Pokok Produksi Metode Full Costing	66
Tabel 11 : Laporan Laba-Rugi Metode Perusahaan	71
Tabel 12 : Laporan Laba-Rugi Metode Full Costing	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Paradigma Peneltian	Hal. 14
--------------------------------------	------------

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Surat Pernyataan**
- Lampiran 2 : Surat Keterangan Riset dari PT Ayam Merak**
- Lampiran 3 : Struktur Organisasi**

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Setiap perusahaan untuk mempertahankan hidupnya harus mampu menghasilkan laba dari operasinya. Pengelolaan yang baik merupakan salah satu faktor yang menentukan bagi suatu perusahaan untuk dapat memperoleh laba dari operasi yang dijalankan. Penilaian atas pengelolaan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan ditentukan oleh kebijaksanaan dalam pengambilan keputusan.

Beberapa perusahaan menggunakan strategi-strategi baru untuk dapat bertahan, berkembang, serta bersaing dengan perusahaan lain. Salah satunya adalah dengan menawarkan harga jual yang menarik dan bersaing, yang sekaligus juga dapat memberikan tingkat laba yang layak. Penentuan kebijaksanaan yang akan dilakukan oleh manajemen perusahaan memerlukan adanya data dan informasi yang dapat dipercaya, yang nantinya akan dipakai sebagai dasar dalam pengambilan keputusan.

Harga jual merupakan satuan moneter yang ditukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa. Pada dasarnya, setiap perusahaan mempunyai tujuan harga jual yang berbeda dalam pasar yang sama. Di dalam suatu perusahaan tujuan penentuan harga jual, yaitu untuk memaksimalkan laba perusahaan, mempertahankan kualitas produk, mempertahankan dominasi pangsa pasar, dan mempertahankan tingkat pertumbuhan perusahaan.

Harga jual suatu produk ditentukan oleh pertimbangan permintaan dan penawaran di pasar. Karena permintaan atas produk tidak mudah ditentukan oleh manajemen penentu harga jual, maka dalam penentuan harga jual, manajemen tersebut akan menghadapi banyak ketidakpastiaan. Faktor ketidakpastian tersebut meliputi selera konsumen, jumlah pesaing yang memasuki pasar dan harga jual yang ditentukan pesaing, sehingga semua itu merupakan faktor-faktor yang sulit diramalkan yang dapat mempengaruhi pembentukan harga jual di pasar.

Ketetapan dalam penentuan harga jual dapat mempengaruhi perusahaan, karena jika harga jual rendah dibandingkan dengan harga jual produk sejenis yang ada di pasar akan mengakibatkan produk akan cepat terjual akan tetapi perusahaan mengalami kerugian karena harga jual lebih rendah dari biaya yang dikeluarkan untuk membuat produk tersebut dan produk yang dijual tidak laku karena konsumen beranggapan bahwa produk tersebut berkualitas rendah. Sedangkan, jika harga jual lebih tinggi dibandingkan produk sejenis yang ada di pasar, maka akan mengakibatkan produk yang ditawarkan tidak laku di pasaran dan membuat perusahaan mengalami kegagalan dalam penjualan produknya sehingga mengalami kerugian.

Salah satu upaya yang dilakukan perusahaan agar dapat terus bertahan, yaitu menciptakan produk berkualitas tinggi dengan harga jual yang bersaing. Perusahaan yang tidak mampu bersaing terutama dalam hal harga jual akan mudah tersisih, karena harga merupakan salah satu faktor utama yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih suatu produk.

Penetapan harga pokok suatu produk bukanlah suatu yang mudah dilakukan. Bila terjadi kesalahan dalam pembebanan biaya dapat mengakibatkan terjadinya ketidakwajaran atas perolehan laba, hal ini tentu saja dapat menimbulkan adanya data yang tidak relevan dan terjadi kesalahan dalam pengambilan keputusan.

Dalam menetapkan harga jual suatu produk, salah satu yang harus dipertimbangkan adalah harga pokok produksi. Harga pokok produksi merupakan seluruh biaya yang dibebankan dalam kaitannya dengan proses pengolahan bahan baku menjadi barang jadi. Biaya-biaya yang terkait dalam harga pokok produksi dapat digolongkan menjadi tiga unsur biaya, yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik.

Biaya dalam proses produksi untuk menghasilkan suatu produk jadi yang siap untuk dijual, dalam hal ini harga pokok produksi merupakan biaya-biaya yang harus dikeluarkan oleh setiap perusahaan. Biaya-biaya yang akan dibebankan dalam proses produksi diperlukan untuk memperoleh barang atau produk yang dihasilkan sehingga produk atau barang tersebut berada dipasar dengan mutu dan kualitas yang diharapkan.

PT Ayam Merak merupakan perusahaan manufaktur yang memproduksi kopi bubuk. PT Ayam Merak berlokasi di Jalan Pluit No. 195 - 197 Jakarta Utara. Bahan baku yang digunakan dalam pembuatan kopi bubuk adalah biji kopi Robusta, Arabica, dan Exalsa yang didapatkan dari perkebunan rakyat. Sedangkan bahan penolong yang digunakan dalam pembuatan kopi bubuk, yaitu non-dairy creamer, jagung, dan gula pasir. Pemasaran hasil produksinya dijual ke pasar moderen maupun pasar tradisional di dalam dan maupun luar Jakarta.

Besarnya harga pokok produksi berpengaruh untuk penentuan harga jual, dimana realisasi harga pokok produksi lebih besar dari harga jual yang dihasilkan. Penentuan metode harga pokok produksi bukanlah suatu yang mudah dilakukan, karena apabila terjadi kesalahan dalam pembebanan biaya maka bisa mengakibatkan terjadinya ketidakwajaran atas perolehan laba. Hal ini tentu saja dapat menimbulkan adanya data yang tidak relevan dan terjadi kesalahan dalam pengambilan keputusan, yang pada dasarnya metode harga pokok proses bertujuan untuk menentukan secara tepat harga jual produk.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk mencoba membahasnya dalam skripsi dengan judul **“Peranan Perhitungan Harga Pokok Produksi Sebagai Alat Bantu Manajemen Dalam Keputusan Penentuan Harga Jual pada PT Ayam Merak”**.

1.2. Perumusan dan Identifikasi Masalah

Permasalahan yang timbul pada PT Ayam Merak sangat luas, sehingga sulit untuk diidentifikasi. Oleh karena itu, penulis membatasi masalah kurang tepatnya dalam perhitungan harga pokok produksi mengakibatkan harga jual yang terlalu tinggi sehingga akan berpengaruh terhadap penjualan produk di pasar.

Untuk memberikan arah dan batasan pembahasan, maka penulis mengidentifikasi masalah yang berkaitan dengan judul skripsi, yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana perhitungan harga pokok produksi yang dilakukan pada PT Ayam Merak?
2. Bagaimana penentuan harga jual yang dilakukan pada PT Ayam Merak?

3. Bagaimana peranan perhitungan harga pokok produksi sebagai alat bantu manajemen dalam keputusan penentuan harga jual pada PT Ayam Merak?

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah penulis dapat membandingkan antara teori yang didapat dan dipelajari di masa kuliah dengan penerapannya yang dilaksanakan di perusahaan. Selain itu untuk menambah wawasan dan pengetahuan bagi penulis mengenai peranan perhitungan harga pokok produksi sebagai alat bantu manajemen dalam keputusan penentuan harga jual pada PT Ayam Merak.

Berdasarkan identifikasi masalah yang ditemukan diatas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai, adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui keakuratan harga pokok produksi pada PT Ayam Merak.
2. Untuk mengetahui ketepatan penentuan harga jual pada PT Ayam Merak.
3. Untuk mengetahui peranan perhitungan harga pokok produksi sebagai alat bantu manajemen dalam keputusan penentuan harga jual pada PT Ayam Merak.

1.4. Kegunaan Penelitian

Dengan dilakukan penelitian ini, maka penulis mengharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kegunaan, yaitu sebagai berikut:

1 Kegunaan Teoritis

a. Bagi Penulis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan penulis dalam mengembangkan ilmu yang dimiliki, serta sebagai bentuk perbandingan antara teori dan aplikasi di masyarakat.

b. Bagi Pembaca

Dengan adanya penelitian ini, maka dapat memberikan informasi tambahan serta wawasan baru mengenai peranan perhitungan harga pokok produksi sebagai alat bantu manajemen dalam keputusan penentuan harga jual pada PT Ayam Merak, serta dapat dijadikan suatu gambaran bagi peneliti lainnya dalam penulisan makalah yang sama.

2. Kegunaan Praktis

Dari penelitian ini, setidaknya bisa dihasilkan suatu saran dan masukan untuk PT Ayam Merak sebagai dasar perbaikan, dan pengembangan terhadap penentuan harga jual agar lebih optimal, serta untuk membantu dalam memecahkan dan mengantisipasi masalah yang ada di perusahaan di dalam melaksanakan perhitungan harga pokok produksi dalam penentuan harga jual.

1.5. Kerangka Pemikiran dan Paradigma Penelitian

1.5.1. Kerangka Pemikiran

Perusahaan merupakan suatu unit usaha yang di dalamnya terdapat sekelompok individu yang saling bekerja sama untuk mencapai tujuan tertentu. Pada dasarnya tujuan setiap perusahaan adalah untuk mencapai laba yang optimal. Laba merupakan tujuan dan sasaran yang paling utama dalam penentuan harga jual, karena perusahaan menentukan harga jual guna mencapai laba yang diharapkan.

Dalam perusahaan manufaktur, penjualan merupakan salah satu kegiatan yang sangat penting dan tidak terlepas dari penentuan harga pokok produk. Dalam pengelolaannya harga pokok produk harus selalu dilandasi oleh perencanaan dan pengendalian yang matang agar terciptanya suatu peningkatan kualitas produk dengan mutu dan kualitas yang tinggi sehingga penjualan dapat terus ditingkatkan.

L.M. Samryn (2002, 85) menyatakan bahwa “Harga pokok produk merupakan nilai investasi yang dikorbankan untuk mengolah bahan baku menjadi barang jadi.”

Salah satu manfaat informasi harga pokok produksi bagi manajemen adalah untuk menentukan harga jual produk. Dalam menentukan harga jual suatu produk terlebih dahulu harus diperhitungkan harga pokok produksinya.

Sebelum menghitung berapa besar harga pokok produksinya, terlebih dahulu harus mengetahui biaya-biaya apa saja yang digunakan dalam proses pengolahan bahan baku menjadi barang jadi.

Masyiah Kholmi dan Yuningsih (2004, 11) menyatakan bahwa “Biaya adalah pengorbanan sumber daya atau nilai ekuivalen kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat saat sekarang atau dimasa akan datang bagi organisasi.”

Pada perusahaan manufaktur biaya dapat dikelompokkan menjadi tiga kelompok, yaitu:

1. Biaya produksi.
yaitu biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual.
2. Biaya pemasaran.
yaitu biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk
3. Biaya administrasi dan umum.
yaitu biaya-biaya untuk mengkoordinasi kegiatan produksi dan pemasaran produk. (Mulyadi, 2005, 13)

Penentuan harga pokok produksi mempunyai banyak pendekatan-pendekatan dan variasi dalam penetapannya. Sistem penentuan harga pokok produksi, yaitu tergantung pada proses produksi yang mendasarinya dan juga keinginan manajemen akan berbagai tingkat kebutuhannya. Penentuan besarnya harga pokok produksi harus terlebih dahulu diketahui komponen-komponen yang menentukan harga pokok produksi. Komponen-komponen harga pokok produksi, yaitu meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik.

Komponen harga pokok produksi dapat dibagi menjadi tiga kategori, yaitu:

- a. Biaya bahan baku, adalah bahan dasar yang diolah menjadi produk selesai.
- b. Biaya tenaga kerja, adalah daya kerja fisik maupun mental yang merupakan sumbangsih manusia untuk menghasilkan suatu produk dan jasa tertentu.
- c. Biaya overhead pabrik, adalah bahan baku tidak langsung dan tenaga kerja tidak langsung serta biaya tidak langsung lainnya yang tidak dapat ditelusuri secara langsung ke produk selesai atau tujuan akhir biaya (Bastian Bustami dan Nurlela, 2007, 219).

Komponen harga pokok produksi melekat pada produk yang dihasilkan, karena suatu produk yang dihasilkan diperoleh dari adanya bahan, adanya tenaga, manusia yang mengerjakan dan adanya fasilitas-fasilitas lain yang membantu terwujudnya produk-produk tersebut. Dalam pengumpulan harga pokok produksi sangat ditentukan oleh kegiatan produksi perusahaan.

Secara garis besar pengumpulan harga pokok produksi dapat dibedakan menjadi dua metode, yaitu metode harga pokok produk atas dasar pesanan (*job order*), dan metode harga pokok proses (*process costing*). Perusahaan yang memproduksi berdasarkan pesanan melaksanakan pengolahan produknya atas dasar pesanan yang diterima dari pihak luar. Sedangkan, pada perusahaan yang memproduksi secara massa, metode yang digunakan untuk mengumpulkan harga pokok produksinya adalah metode harga pokok proses (*process costing method*).

Manfaat perhitungan harga pokok produksi pada perusahaan manufaktur, yaitu sebagai berikut:

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. (Mulyadi, 2005, 65)

Di dalam perusahaan manufaktur, harga jual merupakan salah satu unsur terpenting dalam menentukan pasar dan profitabilitas perusahaan. Pada umumnya harga jual produk ditentukan oleh perimbangan permintaan dan penawaran di pasar.

Harga adalah nilai pertukaran dari suatu produk atau jasa, dimana jumlah yang mau dibayar oleh seorang pembeli untuk suatu barang atau jasa. Harga adalah faktor untuk menjual industri maupun barang konsumen (K. Fred Skousen, et. all., 2004, 443).

Penentuan harga jual merupakan salah satu jenis pengambilan keputusan manajemen perusahaan yang penting, karena penentuan harga jual bukan hanya merupakan kebijaksanaan di bidang pemasaran dan keuangan, melainkan merupakan kebijaksanaan yang berkaitan dengan seluruh aspek kegiatan perusahaan.

Charles T. Horngren, et. all., (2005, 494), menjelaskan bahwa:

Keputusan penentuan harga adalah keputusan manajemen tentang apa yang harus dibebankan kepada produk. Ini merupakan keputusan strategis yang mempengaruhi kuantitas yang diproduksi dan dijual dan karenanya pendapatan serta biaya untuk memaksimalkan pendapatan operasi, perusahaan harus memproduksi dan menjual unit sebesar pendapatan dari setiap unit tambahan melebihi biaya memproduksinya.

Penentuan harga jual ditentukan oleh perimbangan permintaan dan penawaran di pasar, sehingga biaya bukan merupakan satu-satunya penentu harga jual. Sebelum melakukan kebijaksanaan atas jual suatu produk, ada beberapa faktor yang harus diperhatikan dalam menentukan harga jual suatu produk.

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan penentuan harga jual atas permintaan dan penawaran di pasar, yaitu:

1. Pelanggan.
2. Pesaing.
3. Biaya. (Charles T. Horngren, et. all., 2005, 495)

Ketiga faktor tersebut mempengaruhi harga. Nilai yang diletakkan pelanggan atas suatu produk dan harga yang dibebankan akan mempengaruhi permintaan dan biaya memproduksi dan mengirimkan produk akan mempengaruhi pasokan.

Sebelum menentukan besar atau kecilnya harga jual suatu produk, maka perusahaan harus bisa menentukan tujuan dari penentuan harga jual produk tersebut. Penentuan harga jual yang tepat merupakan persoalan yang sulit bagi perusahaan. Oleh karena itu, manajemen perusahaan harus dapat mengembangkan dan menerapkan teknik, serta metode penentuan harga jual yang dapat memenuhi keinginan suatu perusahaan.

Adapun tujuan dari keputusan penentuan harga jual suatu produk, yaitu sebagai berikut:

- a. Tujuan berorientasi pada laba.
- b. Tujuan berorientasi pada volume.
- c. Tujuan berorientasi pada citra.
- d. Tujuan berorientasi pada laba

(Fandy Tjiptono, 2001, 152).

Selain itu, dalam keputusan penentuan harga jual, manajemen perusahaan harus memiliki tingkat ketelitian dalam pengambilan suatu keputusan agar tujuan perusahaan dalam mencapai laba yang maksimum dapat tercapai.

Agar perusahaan dapat beroperasi dengan menguntungkan, maka harga jual produk harus lebih tinggi dari harga perolehannya, sehingga produk yang dihasilkan dapat disalurkan ke konsumen. Harga jual yang menguntungkan harus meliputi tiga hal, yaitu sebagai berikut:

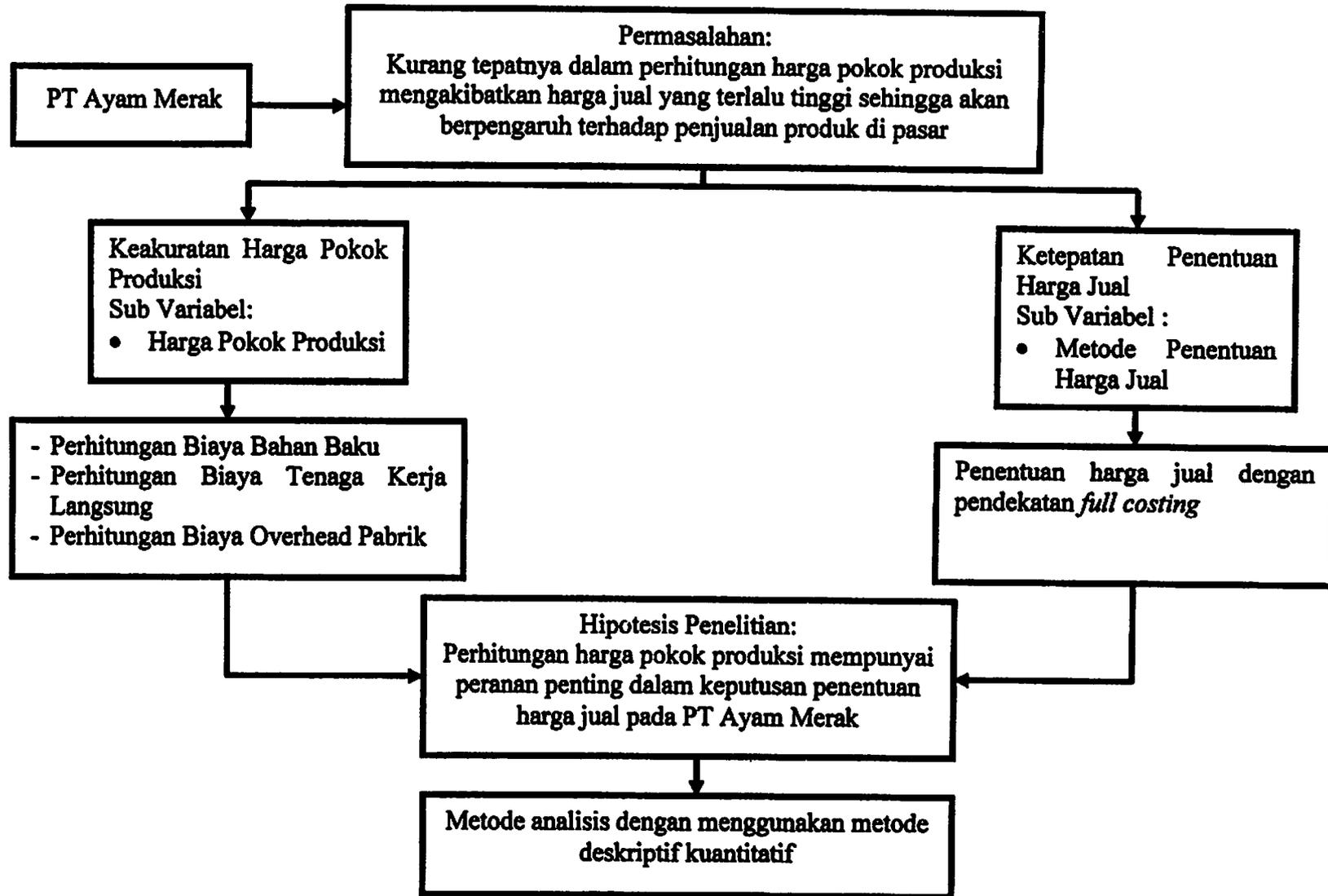
1. Harga pokok barang yang dijual.
2. Biaya operasi perusahaan, seperti biaya sewa, gaji pegawai, biaya asuransi, dan sebagainya.
3. Laba bersih yang diinginkan perusahaan.

Jika harga jual menguntungkan maka laba bersihnya akan meningkat. Laba bersih suatu perusahaan dihitung dengan cara mengurangi pendapatan penjualan dari biaya usaha dan pajak. Biaya-biaya tersebut meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik, dan biaya-biaya lain yang terjadi selama periode yang bersangkutan.

Harga pokok produksi dapat dikatakan sebagai salah satu faktor yang berperan dalam menentukan harga jual. Ketepatan dalam perhitungan harga pokok produksi sangat diperlukan dalam penentuan harga jual, karena apabila terjadi kesalahan dalam perhitungan harga pokok produksi akan menyebabkan penentuan harga jual produk lebih kecil dari biaya-biaya yang dikeluarkan atau sebaliknya harga jual produk lebih tinggi dari biaya-biaya yang dikeluarkan.

Untuk menghindari terjadinya kekeliruan dalam perhitungan harga pokok produksi, dalam metode harga pokok proses digunakan laporan harga pokok produksi yang memuat daftar kuantitas perhitungan unit-unit ekuivalen, perhitungan harga pokok total dan harga pokok tiap unit produk serta rekonsiliasi biaya yang menunjukkan biaya-biaya yang harus diperhitungkan dalam suatu perusahaan dan bagaimana biaya tersebut dibebankan.

1.5.2. Paradigma Penelitian



Gambar 1
Paradigma Penelitian

1.6. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan suatu anggapan sementara yang mungkin benar dan sering digunakan sebagai dasar pembuatan keputusan pemecahan persoalan untuk dasar penelitian lebih lanjut. Hipotesis dirumuskan berdasarkan teori-teori yang telah dipelajari dan belum didasarkan pada fakta yang diperoleh melalui pengumpulan data pada perusahaan. Oleh karena itu, perumusan hipotesis harus didukung oleh berbagai teori yang relevan dengan topik permasalahan yang sedang dibahas.

Dalam penelitian ini penulis merumuskan hipotesis, yaitu sebagai berikut:

1. Perhitungan harga pokok produksi pada PT Ayam Merak telah dilaksanakan dengan baik.
2. Penentuan harga jual produk yang dilakukan pada PT Ayam Merak belum dilaksanakan dengan baik.
3. Perhitungan harga pokok produksi memiliki peranan dalam penentuan harga jual pada PT Ayam Merak.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Akuntansi Manajemen

2.1.1. Pengertian Akuntansi Manajemen

Akuntansi merupakan suatu sistem yang mengukur kegiatan-kegiatan usaha, mengolah informasi tersebut menjadi laporan keuangan, dan mengkomunikasikan hasil-hasilnya kepada para pembuat keputusan. Informasi tentang sistem akuntansi dalam suatu perusahaan terdiri dari akuntansi keuangan dan akuntansi manajemen.

Manajemen perusahaan membutuhkan informasi keuangan untuk membantu dalam mengambil keputusan mengenai perusahaan atau bagian yang dipimpinnya. Akuntansi manajemen dibutuhkan oleh manajemen perusahaan guna menentukan bagaimana sumber-sumber daya diperoleh dan digunakan dalam setiap jenis bisnis, baik yang berskala kecil maupun besar. Oleh karena itu, manajemen perusahaan memerlukan suatu akuntansi manajemen yang dapat memberikan informasi akuntansi yang berguna bagi manajemen.

Lili M Sadeli dan H. Bedjo Siswanto (2004, 11) menyatakan bahwa "akuntansi manajemen adalah suatu cabang akuntansi yang berhubungan dengan penyimpanan informasi kepada manajemen untuk keperluan pengoperasian bisnis."

Menurut Hasen dan Mowen (2005, 4) definisi akuntansi manajemen, yaitu sebagai berikut:

Akuntansi manajemen adalah sistem yang menghasilkan keluaran (output) dengan menggunakan masukan (input) dan berbagai proses yang diperlukan untuk memenuhi tujuan tertentu manajemen. Proses adalah inti dari suatu sistem informasi akuntansi manajemen dan dipergunakan untuk mengubah masukan menjadi keluaran yang memenuhi tujuan dan sistem.

Sedangkan menurut Kusnadi, et., all. (2002, 8) yang mendefinisikan akuntansi manajemen, yaitu sebagai berikut:

Akuntansi manajemen adalah suatu seni atau keterampilan mengolah berbagai kejadian atau transaksi keuangan atau yang dapat diukur dengan uang menjadi berbagai laporan yang dibutuhkan oleh pihak manajemen yang akan digunakan untuk merencanakan, mengorganisir, melaksanakan dan mengawasi berbagai aktivitas yang ada dalam organisasi bisnis dengan tujuan untuk memaksimalkan laba serta membantu manajemen di dalam mengambil keputusan bisnis.

Berdasarkan pendapat para ahli tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa akuntansi manajemen adalah jenis akuntansi yang digunakan oleh perusahaan untuk merencanakan, mengorganisasi, melaksanakan, dan mengawasi berbagai kegiatan perusahaan, serta menyediakan informasi bagi para pembuat keputusan di dalam perusahaan.

2.1.2. Fungsi Akuntansi Manajemen

Dalam mengelola suatu perusahaan, pihak manajemen perusahaan melakukan perencanaan dan pengendalian aktivitas perusahaannya. Akuntansi manajemen dipandang sebagai penerapan teknik dan konsep yang tepat dalam pengolahan data untuk

membantu manajemen perusahaan dalam penyusunan rencana untuk menjalankan aktivitas perusahaan. Oleh karena itu, akuntansi manajemen memiliki fungsi-fungsi yang sangat berguna bagi kepentingan perusahaan.

Menurut Teguh Pudjo Muljono (2002, 46), fungsi akuntansi manajemen adalah sebagai berikut:

1. Menyediakan sumber data dan informasi yang relevan untuk kepentingan manajemen di dalam melaksanakan fungsinya di bidang perencanaan.
2. Menyediakan alat analisa baik bersifat kualitatif dan kuantitatif sebagai alat pengambilan keputusan.
3. Menyediakan berbagai bentuk teknik dan sarana yang diperlukan untuk mengukur prestasi yang telah dicapai oleh perusahaan secara keseluruhan.
4. Menyediakan alat-alat untuk menetapkan dan melaporkan pertanggungjawaban untuk masing-masing tingkat manajemen atau masing-masing unit kerja dalam suatu perusahaan dengan cara-cara yang relevan.
5. Untuk menyediakan alat-alat untuk pengawasan jalannya perusahaan baik dalam arti yang luas yang berupa pengendalian maupun dalam arti yang sempit yang berupa pemeriksaan.
6. Untuk mengkoordinasikan berbagai kegiatan yang ada di dalam perusahaan, agar masing-masing unit kerja dapat bekerja secara relevan di dalam mencapai tujuan perusahaan, karena tersedianya sistem informasi yang tepat guna dan tepat waktu.

Sedangkan menurut Lili M. Sadeli (2004, 2) akuntansi manajemen terdiri dari 3 (tiga) fungsi, yaitu sebagai berikut:

- 1) Seleksi data dan pemeliharaan catatan.
- 2) Analisis data.
- 3) Penyajian laporan kepada manajemen pemakai.

Berdasarkan pendapat para ahli tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa fungsi akuntansi manajemen adalah menyeleksi data, mengukur, menghimpun, menganalisis, dan menyajikan data dalam bentuk laporan kepada manajemen yang digunakan untuk membantu manajemen dalam perencanaan dan pengendalian kegiatan perusahaan.

2.1.3. Tujuan Akuntansi Manajemen

Akuntansi manajemen merupakan salah satu cabang dari akuntansi yang menyediakan informasi bagi para pembuat keputusan di dalam perusahaan. Akuntansi manajemen harus dapat menyediakan informasi yang relevan agar dapat mempermudah pihak manajemen perusahaan dalam pengambilan keputusan, sehingga perusahaan dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Tujuan akuntansi manajemen adalah untuk mengidentifikasi, mengumpulkan, mengukur, menganalisis, menyiapkan, menginterpretasikan, dan mengkomunikasikan informasi kepada para manajer perusahaan guna membantu mereka dalam mengambil keputusan-keputusan untuk mencapai tujuan dasar organisasi (Mahfud Sholihin, 2005, 5).

Sedangkan menurut S. Munawir (2002, 288) tujuan akuntansi manajemen, adalah sebagai berikut:

Tujuan akuntansi manajemen adalah memberikan informasi untuk membantu manajemen dalam menjalankan tugasnya, yang berisi fakta, data, pengamatan, atau persepsi untuk memfasilitasi atau mempengaruhi keputusan.

Adapun menurut Lili M. Sadeli dan Bedjo Siswanto (2004, 15) tujuan akuntansi manajemen dapat dibagi menjadi dua, yaitu sebagai berikut:

1. Untuk perencanaan (*planning*) dan pengendalian (*controlling*) guna operasi harian perusahaan.
2. Untuk digunakan dalam perencanaan jangka panjang (*long range planning*) yang akan diambil dan akan dilaksanakan

Berdasarkan pendapat para ahli tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa tujuan akuntansi manajemen adalah untuk merencanakan, mengidentifikasi, mengumpulkan, mengukur, menganalisis, dan mengawasi serta memberikan informasi untuk membantu pihak manajemen perusahaan dalam menjalankan tugasnya, yang berisi fakta, data, pengamatan, atau persepsi untuk memfasilitasi atau mempengaruhi keputusan agar dapat mencapai tujuan organisasi.

2.2. Harga Pokok Produksi

Setiap perusahaan manufaktur perlu melakukan perhitungan harga pokok produksi karena harga pokok produksi merupakan komponen paling mendasar yang harus dipertimbangkan dalam menentukan harga jual suatu produk.

2.2.1. Pengertian Harga Pokok Produksi

Berikut ini pendapat dari beberapa ahli mengenai pengertian harga pokok produksi:

Menurut Slamet Sugiri dan Bogat Agus Riyanto (2002, 267), menyatakan bahwa “Harga pokok produksi merupakan kumpulan dari biaya-biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh dan megolah bahan baku sampai menjadi barang jadi.”

Harga pokok produksi adalah biaya barang-barang yang telah diselesaikan selama suatu periode disebut harga pokok produksi barang selesai (*cost of good manufactured*) atau HPP. Harga pokok ini terdiri dari biaya pabrik ditambah persediaan dalam proses awal periode dikurangi persediaan dalam proses akhir periode. (S. R. Soemarso, 2004, 272).

Adapun menurut Charles T Horngren, et. all., (2005, 46) mengemukakan bahwa harga pokok produksi menunjukkan biaya barang yang sampai diselesaikan, apakah dimulai sebelum periode atau selama periode akuntansi berjalan dan harga pokok produksi tersebut mengacu kepada harga pokok (atau biaya) barang yang sampai pada proses penyelesaian sepanjang tahun, tanpa memperhatikan apakah prosesnya dimulai sebelum periode tahun bersangkutan. Sebagai biaya manufaktur yang terjadi pada tahun berjalan akan kembali menjadi biaya persediaan akhir barang dalam proses, sementara biaya persediaan awal barang dalam proses akan menjadi bagian dari harga pokok produksi tahun bersangkutan.

Dari definisi-definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa harga pokok produksi adalah biaya-biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh dan mengolah bahan baku menjadi barang jadi yang telah diselesaikan dalam satu periode, yang terjadi dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik ditambah dengan persediaan dalam proses awal dikurangi dengan persediaan dalam proses akhir dari biaya-biaya lain hingga produk yang dihasilkan berada dipasar.

2.2.2. Unsur-unsur Harga Pokok Produksi

Suatu perusahaan perlu menentukan harga pokok produksi yang dihasilkan, karena harga pokok produksi akan menjadi salah satu faktor yang akan mempengaruhi penentuan harga jual dan menentukan besarnya keuntungan yang diperoleh perusahaan. Penetapan harga pokok produksi ini mempunyai banyak pendekatan-pendekatan dan variasi dalam penetapannya. Sistem penetapan harga pokok produksi ini tergantung pada proses produksi yang mendasarinya dan juga keinginan manajemen perusahaan akan berbagai tingkat kebutuhannya.

Penentuan besarnya harga pokok produksi harus terlebih dahulu diketahui unsur-unsur yang menentukan harga pokok produksi. Pada dasarnya, unsur-unsur harga pokok produksi berbeda bagi tiap macam produk, tetapi secara umum dapat dikatakan bahwa unsur-unsur harga pokok produksi meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik.

Unsur-unsur harga pokok tersebut melekat pada produk yang dihasilkan, karena suatu produk dihasilkan dari adanya bahan baku, adanya tenaga manusia yang mengerjakannya, dan fasilitas yang membantu terwujudnya produk-produk tersebut.

Harga pokok produksi meliputi semua biaya produksi, yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya *overhead* pabrik.

1. Biaya bahan baku langsung terdiri dari bahan-bahan baku yang menjadi bagian integral dari produk jadi dan dapat ditelusuri hubungan dengan mudah ke dalam produk yang dihasilkan.
2. Biaya tenaga kerja langsung terdiri dari biaya-biaya tenaga kerja pabrik yang dapat ditelusuri hubungannya dengan mudah ke dalam produk-produk tertentu.
3. Biaya *overhead* pabrik meliputi semua biaya yang berhubungan dengan pabrik, kecuali biaya bahan langsung dan biaya tenaga kerja langsung. Contohnya: gaji manajer pabrik, biaya listrik, air dan telepon, biaya penyusutan dan lain-lain.

(L.M. Samryn, 2002, 25).

Sedangkan menurut Garrison (2002, 35) mengemukakan bahwa biaya produksi terdiri atas tiga elemen antara lain, yaitu:

1. Biaya bahan baku langsung adalah biaya bahan yang menjadi bagian yang diperlukan untuk melengkapi produk jadi suatu perusahaan dan dapat ditelusuri dengan mudah ke produk jadi.
2. Biaya tenaga kerja langsung adalah biaya tenaga kerja yang langsung dapat ditelusuri ke penciptaan produk.
3. Biaya *overhead* pabrik adalah seluruh biaya produksi kecuali bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung, dan biaya ini berkaitan dengan operasi pabrik saja atau seluruh biaya untuk mengoperasikan divisi manufaktur suatu perusahaan.

Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa harga pokok produksi dapat dikelompokkan menjadi tiga kategori besar, yaitu biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik. Biaya bahan baku langsung dan biaya tenaga kerja langsung dapat dengan mudah dan langsung diidentifikasi dengan barang jadi, sedangkan biaya *overhead* pabrik tidak dapat diidentifikasi dengan barang jadi.

2.2.3. Metode Pengumpulan Harga Pokok Produksi

Pengumpulan harga pokok produksi suatu perusahaan dipengaruhi oleh karakteristik kegiatan produksinya. Pengumpulan harga pokok produksi dapat dibedakan menjadi dua, yaitu metode harga pokok pesanan (*job order costing method*) dan metode harga pokok proses (*process costing method*).

Menurut Mulyadi (2005, 35) metode harga pokok pesanan adalah “Biaya-biaya produksi dikumpulkan untuk pesanan tertentu dan harga pokok per satuan dihitung dengan cara membagi total biaya produksi untuk pesanan tersebut dengan jumlah satuan produksi dalam pesanan yang bersangkutan.”

Sedangkan definisi metode harga pokok proses menurut Lili M. Sadeli dan Bedjo Siswanto (2004, 104) adalah “Metode pengumpulan harga pokok produksi yang biaya-biayanya ditampung dan catatan-catatan dibuat sesuai dengan departemen-departemen atau proses yang dilakukan dalam pabrik.”

Perbedaan dan persamaan antara metode harga pokok pesanan dengan metode harga pokok proses menurut Garrison dan Noreen (2006, 205), yaitu sebagai berikut:

Tabel 1.
Perbedaan Metode Harga Pokok Pesanan dengan Metode Harga Pokok Proses

No.	Metode Harga Pokok Pesanan	Metode Harga Pokok Proses
1.	Perkerjaan yang berbeda dikenakan pada periode yang berbeda dan memiliki pesanan produksi yang berbeda pula.	Seluruh unit produk identik dan diproduksi secara kontinu dalam jangka panjang, semuanya identik.
2.	Biaya dihitung secara individual untuk masing-masing pekerjaan.	Biaya dikumpulkan per departemen.
3.	Kartu biaya merupakan dokumen pengendali biaya berdasarkan pekerjaan.	Laporan Departemen Produksi merupakan dokumen penting yang menunjukkan akumulasi biaya per departemen.
4.	Biaya per unit dihitung berdasarkan pekerjaan.	Biaya per unit dihitung per departemen berdasarkan Laporan Produksi tiap departemen.

Sedangkan persamaan antara metode harga pokok pesanan dengan metode harga pokok proses, yaitu sebagai berikut:

1. Kedua sistem memiliki tujuan utama yang sama, yaitu membebaskan biaya bahan baku, tenaga kerja dan, *overhead* ke produk dan memberikan mekanisme perhitungan biaya per unit.
2. Kedua sistem menggunakan akun manufaktur dasar yang sama termasuk *overhead* pabrik, bahan baku, barang dalam proses, dan barang jadi.
3. Aliran biaya melalui akun-akun manufaktur pada dasarnya sama untuk kedua sistem ini.

(Garrison dan Noreen, 2006, 205).

Produksi atas pesanan pada umumnya digunakan oleh perusahaan yang menghasilkan produk yang heterogen, karena produk tersebut tergantung pada spesifikasi pemesan. Produksi atas dasar pesanan yaitu perusahaan melaksanakan pengolahan produknya atas dasar pesanan yang diterima dari pihak luar atau pembeli. Sedangkan produksi yang berdasarkan proses biasanya digunakan oleh perusahaan yang menghasilkan produk yang homogen dan bentuk standar, serta tidak tergantung pada spesifikasi yang diminta pembeli. Pengumpulan harga pokok produksi dilakukan untuk setiap satuan waktu tertentu, misalnya triwulan, semesteran, atau tahunan. Tujuan produksinya ditentukan oleh anggaran produksi atau skedul produksi untuk satuan waktu tertentu dan kegiatan produksi tersebut dilakukan secara terus-menerus dan kontinyu.

2.2.4. Perhitungan Harga Pokok Produksi

Perhitungan harga pokok produksi dirancang untuk memberikan informasi mengenai biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik. Di dalam perhitungan harga pokok produksi terdapat beberapa bagian, yaitu bagian 1 laporan harga pokok produksi menunjukkan biaya pemakaian bahan langsung, bagian 2 menunjukkan biaya tenaga kerja langsung, sedangkan bagian 3 menunjukkan biaya *overhead* pabrik.

Bagian 4 harga pokok dalam proses awal ditambah pada jumlah biaya produk, sehingga terlihat jumlah seluruh biaya produksi pada periode yang bersangkutan. Jumlah tersebut kemudian dikurangi dengan harga pokok dalam proses akhir periode, sehingga dapat ditentukan harga pokok produksi untuk tahun yang bersangkutan.

Menurut Al. Haryono, perhitungan harga pokok produksi dapat dilihat sebagai berikut:

Bahan langsung:

Persediaan bahan baku awal		xxx
Pembelian bahan baku	xxx	
Biaya angkut pembelian	xxx	
Pembelian bersih	<u> </u>	<u>xxx</u>
Bahan baku tersedia digunakan		xxx
Persediaan bahan baku akhir		<u>(xxx)</u>
Biaya pemakaian bahan baku		xxx
Tenaga kerja langsung		xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik		xxx
Jumlah biaya produksi		<u>xxx</u>
Tambah: Barang dalam proses awal		xxx
Jumlah barang dalam proses satu periode		<u>xxx</u>
Kurangi: Barang dalam proses akhir		<u>(xxx)</u>
Harga pokok produksi		<u>xxx</u>

(Al Haryono Jusuf, 2001, 416).

Sedangkan menurut Mulyadi terdapat dua pendekatan yang digunakan dalam perhitungan harga pokok produksi, yaitu sebagai berikut:

1. *Full Costing*

Full Costing merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi ke dalam harga pokok produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik, baik yang berperilaku variabel maupun tetap.

Harga pokok produksi menurut metode *full costing* terdiri dari unsur biaya produksi, yaitu sebagai berikut:

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

2. *Variabel Costing*

Variabel Costing merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku variabel, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik variabel.

Harga pokok produksi menurut metode *variabel costing* terdiri dari unsur biaya produksi, yaitu sebagai berikut:

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

(Mulyadi, 2005, 17).

2.2.5. Manfaat Harga Pokok Produksi

Harga pokok produksi merupakan pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh aktiva. Harga pokok produksi digunakan untuk menunjukkan pengorbanan sumber ekonomi dalam pengolahan bahan baku menjadi produk jadi. Salah satu manfaat dari penentuan harga pokok produksi yaitu untuk menentukan harga jual. Apabila suatu produk dijual kepada pelanggan, maka biaya produksi dan biaya-biaya lainnya untuk memindahkan produk tersebut kepada pelanggan merupakan dasar utama dalam penentuan harga jual.

Menurut Mulyadi (2005, 65), dalam perusahaan yang memproduksi secara massal, informasi harga pokok produksi yang dihitung untuk jangka waktu tertentu bermanfaat bagi manajemen untuk:

1. Menentukan harga jual produk.

Perusahaan yang memproduksi massal memproses produknya untuk memenuhi persediaan digudang. Dengan demikian biaya produksi dihitung untuk jangka waktu untuk menghasilkan informasi biaya produksi per satuan produk. Dalam penerapan harga jual produk, biaya produksi per unit merupakan salah satu data yang dipertimbangkan disamping data biaya lain serta data non biaya. Kebijakan penetapan harga jual yang didasarkan pada biaya menggunakan formula penetapan harga jual beriku ini:

Taksiran biaya produksi untuk jangka waktu tertentu	Rp xx
Taksiran biaya nonproduksi untuk jangka waktu tertentu	<u>xx+</u>
<i>Taksiran total biaya untuk jangka waktu tertentu</i>	<i>Rp xx</i>
Jumlah produk yang dihasilkan untuk jangka waktu tertentu	<u>xx :</u>
<i>Taksiran harga pokok produksi per satuan</i>	<i>Rp xx</i>
Laba per unit produksi yang diinginkan	<u>xx+</u>
<i>Taksiran harga jual per unit</i>	<i>Rp xx</i>

2. Memantau realisasi biaya produksi.

Jika rencana produksi untuk jangka waktu tertentu telah disusun, manajemen memerlukan informasi biaya produksi sesungguhnya yang dikeluarkan di dalam pelaksanaan rencana produksi tersebut. Pengumpulan biaya produksi untuk jangka waktu tertentu tersebut dilakukan dengan menggunakan harga pokok proses.

Perhitungan biaya produksi sesungguhnya yang dikeluarkan untuk jangka waktu tertentu dilakukan sebagai berikut:

Biaya produksi sesungguhnya bulan ...:	
Biaya bahan baku sesungguhnya	Rp xx
Biaya tenaga kerja sesungguhnya	xx
Biaya <i>overhead</i> pabrik sesungguhnya	<u>xx</u>
Total biaya produksi sesungguhnya bulan ...	Rp xx

3. Menghitung laba atau rugi bruto periode tertentu.

Informasi laba atau rugi bruto periodik diperlukan untuk mengetahui kontribusi produk dalam menutup biaya non produksi dan menghasilkan laba rugi.

4. Menentukan harga pokok persediaan produksi jadi dan produksi dalam proses yang disajikan di neraca.

Pada saat manajemen dituntut untuk membuat pertanggungjawaban keuangan periodik, manajemen harus menyajikan laporan keuangan berupa neraca dan laporan laba rugi. Di dalam neraca manajemen harus menyajikan harga pokok persediaan produksi jadi dan harga pokok produk yang pada tanggal neraca masih dalam proses.

Berdasarkan pendapat diatas, maka dapat disimpulkan bahwa manfaat harga pokok produksi yaitu untuk membantu manajemen dalam perencanaan dan pengendalian operasi seperti membentuk penyusunan anggaran sehingga mendapatkan gambaran yang lebih jelas mengenai dampak dari keputusan manajemen terhadap tingkat biaya dan laba.

2.3. Penentuan Harga Jual

Penentuan harga jual merupakan salah satu unsur terpenting dalam menentukan pangsa pasar dan profitabilitas perusahaan. Penentuan harga jual berhubungan dengan seluruh tujuan jangka pendek dan sasaran jangka panjang suatu perusahaan. Oleh karena itu dalam menentukan harga jual, manajemen perusahaan harus memiliki tingkat ketelitian dalam mengambil suatu keputusan agar mencapai laba yang diinginkan, dan dapat mempertahankan produk atau bisnis secara keseluruhan.

2.3.1. Pengertian Harga Jual

Harga jual mempengaruhi kinerja finansial dan memberikan pengaruh terhadap persepsi pembeli dan penentuan posisi merk. Harga jual ditentukan oleh perimbangan permintaan dan penawaran dipasar. Karena permintaan atas produk barang dan jasa tidak mudah ditentukan oleh manajemen penentu harga jual, maka manajemen tersebut akan menghadapi ketidakpastian, seperti selera konsumen, jumlah pesaing yang memasuki pasar, dan harga jual yang ditentukan oleh pesaing.

Pengertian harga jual menurut R.A. Supriyono (2001, 332) yaitu “Jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan.”

Sedangkan definisi harga jual menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2003, 340) adalah “Jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa, jumlah nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa.”

Dari beberapa pengertian harga jual tersebut dapat disimpulkan bahwa harga jual merupakan satuan moneter yang ditukarkan konsumen untuk memperoleh manfaat penggunaan produk atau jasa.

2.3.2. Tujuan Penentuan Harga Jual

Suatu perusahaan mempunyai tujuan harga jual yang berbeda-beda dalam pasar yang sama, hal tersebut sangat bergantung pada kelompok konsumen yang sarannya untuk setiap produk. Jika perusahaan selalu mempertimbangkan pangsa pasar dengan cermat, maka strategi pemasaran termasuk penentuan harga jual akan tercapai.

Adapun tujuan perusahaan dalam penentuan harga jual, yaitu::

1. Tujuan berorientasi pada laba
yaitu menyatakan bahwa setiap perusahaan selalu memilih harga yang dapat menghasilkan laba yang paling tinggi, dengan penetapan harga jual diatas harga pokok, sehingga diharapkan tujuan perusahaan dalam memperoleh laba dapat tercapai.
2. Tujuan berorientasi pada volume
yaitu apabila volume penjualannya meningkat maka laba perusahaan akan meningkat pula
3. Tujuan berorientasi pada citra
yaitu citra (*image*) suatu perusahaan dapat dibentuk melalui strategi penetapan harga. Perusahaan dapat menetapkan harga tinggi untuk membentuk atau mempertahankan citra pretisius. Sementara itu harga rendah dapat digunakan untuk membentuk citra nilai tertentu (*image of value*).

4. Tujuan berorientasi pada harga yaitu tujuan stabilitas perusahaan dilakukan dengan jalan menetapkan harga jual untuk mempertahankan hubungan yang stabil antara harga jual suatu perusahaan dengan pemimpin industri (*industry leader*).
5. Tujuan lainnya yaitu harga dapat pula ditetapkan dengan tujuan untuk mencegah masuknya pesaing, mempertahankan loyalitas pelanggan, mendukung penjualan ulang, atau menghindari campur tangan pemerintah.

(Fandy Tjiptono, 2001, 152).

2.3.3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penentuan Harga Jual

Harga jual merupakan hasil proses pengambilan keputusan manajemen perusahaan. Dalam pengambilan keputusan tersebut, manajemen perusahaan perlu mempertimbangkan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi penentuan harga jual. Faktor-faktor tersebut akan menjadi salah satu jenis informasi yang penting yang diterima oleh pelanggan tentang produk tersebut untuk melakukan suatu transaksi.

Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2003, 433), faktor-faktor yang mempengaruhi penentuan harga jual, yaitu sebagai berikut:

1. Faktor Internal, meliputi:

a. Sasaran pemasaran

Pihak perusahaan harus memutuskan mengenai strategi untuk perusahaan.

b. Strategi bauran pemasaran

Harga adalah satu-satunya alat bauran pemasaran yang digunakan oleh suatu perusahaan untuk mencapai sasaran pemasaran.

c. Biaya

Perusahaan menetapkan harga yang menutup semua biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi, mendistribusikan, dan menjual produk serta melindungi usaha dan resiko yang ditanggung.

2. Faktor Eksternal

a. Pasar dan permintaan

Biaya menjadi batas terendah dari harga pasar dan permintaan menetapkan batas atas, konsumen dan pembeli industri menyeimbangkan harga suatu produk atau jasa dengan manfaat untuk memilikinya.

b. Biaya, harga dan tawaran pesaing

Biaya harga pesaing serta kemungkinan reaksi pesaing terhadap perubahan harga perusahaan sendiri.

3. Faktor-faktor eksternal lain

a. Kondisi ekonomi.

b. Pedagang.

c. Pemerintah.

d. Pertimbangan sosial.

2.3.4. Metode Penentuan Harga Jual

Penentuan harga jual yang tepat merupakan persoalan yang sulit bagi perusahaan. Harga jual produk atau jasa terbentuk dipasar sebagai interaksi antara jumlah permintaan dan penawaran dipasar. Oleh karena itu, manajemen perusahaan harus mengembangkan dan menerapkan teknik dan metode penentuan harga jual yang dapat memenuhi keinginan perusahaan.

Metode penentuan harga jual merupakan titik tolak dalam perumusan kebijakan harga jual, yaitu penentuan harga jual dalam keadaan normal (*normal pricing*), penentuan harga jual dalam *cost-type contract*, penentuan harga jual pesanan khusus dan penentuan harga jual produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan yang diatur dengan peraturan pemerintah.

Menurut Mulyadi (2001, 348), metode penentuan harga jual dapat dibagi menjadi empat, yaitu sebagai berikut:

1. Penentuan harga jual normal (*normal pricing*)

Metode penentuan harga jual normal seringkali disebut dengan istilah *cost-plus pricing*, 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 formula sebagai berikut:

$$\text{Harga jual} = \text{taksiran biaya penuh} + \text{laba yang diharapkan}$$

Taksiran biaya penuh dapat dihitung dengan dua pendekatan: *full costing* dan *variabel costing*. Unsur biaya penuh dengan pendekatan *full costing* disajikan sebagai berikut:

Biaya bahan baku	Rp xx	
Biaya tenaga kerja	xx	
Biaya <i>overhead</i> pabrik (variabel + tetap)	<u>xx+</u>	
Taksiran total biaya produksi		Rp xx
Biaya administrasi dan umum	Rp xx	
Biaya pemasaran	<u>xx+</u>	
Taksiran total biaya komersil		Rp <u>xx+</u>
Taksiran biaya penuh		Rp xx

Harga jual produk yang dihitung dengan *cost plus pricing* berdasarkan pendekatan *full costing* disajikan sebagai berikut:

Perhitungan mark up:		
Biaya administrasi dan umum	Rp xx	
Biaya pemasaran	Rp xx	
Laba yang diharapkan (xx % X investasi)		Rp <u>xx+</u>
Jumlah	Rp xx	
Biaya produksi	Rp <u>xx:</u>	
Persentase mark up		xx %
Perhitungan harga jual:		
Biaya produksi	Rp xx	
Mark up (xx % X biaya produksi)	Rp <u>xx+</u>	
Jumlah harga jual	Rp xx	
Volume produk	Rp <u>xx:</u>	
Harga jual per kg	Rp xx	

Sedangkan unsur biaya penuh dengan pendekatan *variabel costing* disajikan sebagai berikut:

Biaya variabel:		
Biaya produksi variabel	Rp xx	
Biaya administrasi dan umum variabel	xx	
Biaya pemasaran variabel	<u>xx+</u>	
Total biaya variabel Rp		Rp xx
Biaya tetap:		
Biaya produksi tetap Rp	Rp xx	
Biaya administrasi dan umum tetap	xx	
Biaya pemasaran tetap	<u>xx+</u>	
Total biaya tetap		<u>xx+</u>
Total biaya penuh		Rp xx

Harga jual produksi yang dihitung dengan *cost plus pricing* berdasarkan pendekatan *variabel costing* disajikan sebagai berikut:

Perhitungan Persentase mark up:	
Biaya tetap	Rp xx
Laba yang diharapkan (xx % X investasi)	Rp xx
Jumlah	Rp <u>xx+</u>
Biaya variabel	Rp <u>xx</u>
Persentase <i>mark up</i>	xx %
Perhitungan harga jual:	
Biaya variabel	Rp xx
<i>Mark up</i> (xx % X Biaya variabel)	Rp xx
Jumlah harga jual	Rp <u>xx+</u>
Volume produk	Rp <u>xx</u> :
Harga jual per kg	Rp xx

2. Penentuan harga jual dalam *cost-type contract* (*cost-type contract pricing*)

Cost-type contract adalah 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 dengan persentase tertentu dari total biaya sesungguhnya tersebut. Dalam *cost-type contract* harga jual dibebankan berdasarkan biaya penuh sesungguhnya yang telah dikeluarkan untuk memproduksi dan memasarkan produk.

Harga jual produk yang dihitung dengan *cost-type contract* disajikan sebagai berikut:

Biaya langsung	Rp xx
Biaya tidak langsung	Rp <u>xx+</u>
Total biaya penuh	Rp xx
Laba (xx % X Total biaya penuh)	Rp <u>xx+</u>
Harga jual yang dibebankan kepada pembeli	Rp xx

3. Penentuan harga jual pesanan khusus (*special order pricing*)

Pesanan khusus merupakan pesanan yang diterima oleh perusahaan diluar pesanan regular perusahaan. Dalam mempertimbangkan pesanan khusus, manajemen membutuhkan informasi akuntansi diferensial sebagai dasar penentuan harga jual. Jika harga yang diminta oleh pemesan lebih besar dari biaya diferensial untuk memproduksi dan memasarkan pesanan khusus tersebut, maka pesanan khusus dapat dipertimbangkan untuk diterima, begitu pula sebaliknya.

4. Penentuan harga jual produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan yang diatur dengan peraturan pemerintah.

Produk dan jasa yang dihasilkan untuk memenuhi kebutuhan pokok masyarakat luas seperti listrik, air, telepon, transportasi dan sebagainya diatur dengan peraturan pemerintah. Harga jual produk dan jasa tersebut ditentukan berdasarkan biaya penuh masa yang akan datang ditambah dengan laba yang diharapkan. Penentuan harga jual dilakukan berdasarkan *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*, karena pendekatan *variabel costing* tidak diterima sebagai prinsip akuntansi yang lazim.

2.4. Peranan Perhitungan Harga Pokok Produksi Sebagai Alat Bantu Manajemen dalam Keputusan Penentuan Harga Jual

Setiap perusahaan manufaktur perlu melakukan perhitungan harga pokok produksi, karena harga pokok produksi merupakan komponen paling mendasar yang harus dipertimbangkan dalam penentuan harga jual suatu produk. Harga pokok produksi merupakan jumlah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam memperoleh produk jadi dan biaya lainnya sehingga produk tersebut berada di pasar. Harga pokok produksi meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik. Harga pokok produksi digunakan untuk menunjukkan pengorbanan sumber ekonomi pengolahan bahan baku menjadi produk jadi.

Pengumpulan harga pokok produksi dipengaruhi oleh karakteristik kegiatan produksinya yang pada dasarnya terdapat pada suatu perusahaan manufaktur yang menghasilkan produk-produknya sesuai dengan spesifikasi dari pembeli, tetapi ada pula perusahaan yang memproduksi produknya berdasarkan proses produksi untuk memenuhi kebutuhan pasar atau persediaan produk jadi digudang.

Harga jual merupakan jumlah yang dibebankan atau dikenakan atas sebuah produk barang atau jasa. Harga jual ditentukan oleh pertimbangan permintaan dan penawaran dipasar. Karena permintaan atas produk barang dan jasa tidak mudah ditentukan oleh manajemen penentu harga jual, maka manajemen tersebut akan menghadapi ketidakpastian, seperti selera konsumen, jumlah pesaing yang memasuki pasar, dan harga jual yang ditentukan oleh pesaing.

Tujuan penentuan harga jual, yaitu untuk memaksimalkan laba perusahaan, mempertahankan kualitas produk, mempertahankan dominasi pangsa pasar, dan mempertahankan tingkat pertumbuhan perusahaan. Pada dasarnya perusahaan harus mengetahui seberapa besar harga jual yang dibebankan kepada konsumen yang memberikan imbalan balas jasa atas usahanya, oleh karena itu diperlukan analisis mengenai hubungan antara harga pokok produksi dengan harga jual produk. Analisis hubungan antara harga pokok produksi dengan harga jual produk, tidak terlepas dari sistem bagaimana mendapatkan harga pokok produksi dan harga jual produk tersebut.

Perhitungan harga pokok produksi sangat penting dalam menentukan harga jual suatu produk, karena tanpa ada dasar harga pokok produksi sangatlah sulit untuk menentukan harga jual. Semua jenis perusahaan sangat memerlukan informasi harga pokok produksi, karena semua biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk memproduksi barang dan jasa yang dihasilkan terangkum dalam harga pokok produksi. Dalam menetapkan harga pokok produksi, semua biaya harus dihitung dengan tepat, karena apabila harga jual rendah dibandingkan dengan harga jual produk sejenis yang ada di pasar, maka akibatnya produk akan cepat terjual akan tetapi perusahaan mengalami kerugian karena harga jual lebih rendah dari biaya yang dikeluarkan untuk membuat produk tersebut. Sedangkan apabila harga jual lebih tinggi dibandingkan produk sejenis yang ada di pasar, maka akibatnya produk yang ditawarkan tidak laku di pasaran dan membuat perusahaan mengalami kegagalan dalam penjualan produknya sehingga mengalami kerugian karena laba akan diperoleh dari hasil penjualan produk.

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Variabel yang di teliti oleh penulis meliputi peranan perhitungan harga pokok produksi sebagai alat bantu manajemen dalam keputusan penentuan harga jual. Dalam memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan untuk membahas permasalahan, maka penulis melakukan penelitian terhadap variabel tersebut pada PT Ayam Merak yang berlokasi di Jalan Pluit No. 195 - 97 Jakarta Utara dengan luas area sekitar 3.5 hektar. PT Ayam Merak merupakan perusahaan manufaktur yang memproduksi kopi bubuk dengan bahan baku biji kopi Robusta, Arabica, dan Exalsa dan bahan penolong yaitu non-dairy creamer, jagung, dan gula pasir. Unit kerja yang diteliti, yaitu Bagian Pemasaran, Bagian Penjualan, Bagian Produksi, Bagian Gudang, dan Bagian Akuntansi.

Tujuan umum PT Ayam Merak, yaitu untuk memperoleh laba demi kesejahteraan pimpinan perusahaan, manajemen perusahaan, pemegang saham dan karyawan. Pada PT Ayam Merak strategi yang dilakukan dalam menjalankan usahanya, yaitu meliputi:

1. Meningkatkan kegiatan produksi.
2. Efisiensi terhadap perlengkapan kantor/produksi.
3. Menekan biaya tenaga kerja langsung.

Masalah umum yang dihadapi oleh PT Ayam Merak diantaranya, yaitu kurang tepatnya dalam perhitungan harga pokok produksi mengakibatkan harga jual yang terlalu tinggi sehingga akan berpengaruh terhadap penjualan produk di pasar.

Pada PT Ayam Merak dalam penentuan harga jual yaitu didasarkan atas pelanggan, pesaing dan biaya. Penentuan harga jual dipengaruhi biaya-biaya produksi. Biaya-biaya ini mencakup biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik.

Dalam penelitian ini penulis tidak menemukan masalah yang cukup serius. Disamping itu juga adanya komunikasi yang baik dengan pihak bagian produksi dan sikap kooperatif sehingga memberikan kemudahan bagi penulis untuk mendapatkan informasi dan data yang dibutuhkan untuk menyusun skripsi.

3.2. Metode Penelitian

Dalam mengumpulkan data dan informasi yang diperlukan oleh penulis dalam melakukan penelitian, yaitu dengan menggunakan suatu metode penelitian guna memudahkan perolehan data dan informasi yang tentunya berkaitan dengan tujuan penelitian.

3.2.1. Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan rancangan mengenai cara pengumpulan dan pengolahan data, yaitu yang terdiri dari:

1. Jenis, Metode, dan Teknik Penelitian

a. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan penulis dalam menyusun skripsi ini adalah Deskriptif Eksploratif, yaitu bertujuan untuk mencari hubungan-hubungan baru. Biaya dilakukan untuk melakukan pengujian terhadap hipotesis-hipotesis. Hipotesis ini didasarkan atas pengalaman-pengalaman masa lampau atau teori yang telah dipelajari sebelumnya.

b. Metode Penelitian

Metode penelitian yang penulis gunakan adalah metode studi kasus, yaitu metode penelitian yang berhubungan dengan suatu objek atau keseluruhan personalitas yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang umumnya merupakan penelitian yang menjelaskan fenomena dalam bentuk hubungan variabel.

c. Teknik Penelitian

Dalam hal ini, penulis menggunakan teknik penelitian observasi, yaitu dengan mendatangi dan mengamati secara langsung ke perusahaan tersebut yang dibantu oleh *manager accounting*.

2. Unit Analisis

Unit analisis merupakan tingkat agregasi data yang dianalisis dalam penelitian. Unit analisis penelitian yang dilakukan penulis adalah group yang merupakan sumber data yang diperoleh dari respon dua bagian, yaitu pada bagian produksi dan bagian keuangan PT Ayam Merak.

3.2.2. Operasionalisasi Variabel

Tabel 2.
Peranan Perhitungan Harga Pokok Produksi Sebagai Alat Bantu
Manajemen dalam Keputusan Penentuan Harga Jual
pada PT Ayam Merak

Variabel/Sub variable	Indikator	Ukuran	Skala
Keakuratan Harga Pokok Produksi Sub Variabel: ❖ Harga Pokok Produksi	<ul style="list-style-type: none"> ● Perhitungan biaya bahan baku ● Perhitungan biaya tenaga kerja langsung ● Perhitungan biaya overhead pabrik 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Tingkat ketelitian perhitungan biaya bahan baku ○ Tingkat ketelitian perhitungan biaya tenaga kerja langsung ○ Tingkat ketelitian perhitungan biaya overhead pabrik 	Ordinal Ordinal Ordinal
Ketepatan Penentuan Harga Jual Sub Variabel : ❖ Metode Penentuan Harga Jual	<ul style="list-style-type: none"> ● Penentuan harga jual dengan pendekatan <i>full costing</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Jumlah biaya produksi ditambah <i>mark up</i> yang diinginkan 	Rasio

3.2.3. Metode Penarikan Sampel

Dalam penelitian ini, penulis tidak menggunakan metode penarikan sampel, karena penulis tidak mengetahui besarnya jumlah populasi dari data yang diambil pada PT Ayam Merak.

Meskipun tidak menggunakan metode penarikan sampel, penulis tetap mengambil data yang memadai yang berhubungan dengan variabel satu dan variabel dua, seperti laporan biaya produksi, dan data harga jual. Data-data tersebut diambil dari Bagian Produksi PT Ayam Merak.

3.2.4. Prosedur Pengambilan Data

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data dan informasi sebagai materi pendukung dalam penulisan makalah skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Riset Lapangan (*Field Research*)

Merupakan kegiatan yang bertujuan untuk mendapatkan data melalui pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti dalam hal ini PT Ayam Merak. Adapun teknik-teknik yang digunakan adalah:

a. Wawancara (*interview*)

yaitu mengajukan pertanyaan-pertanyaan kepada pihak-pihak yang terkait atau yang berwenang di dalam perusahaan mengenai peranan metode harga pokok proses dalam penentuan harga jual pada PT Ayam Merak.

b. Observasi (pengamatan)

yaitu pengumpulan data dengan melakukan pengamatan secara langsung pada objek yang diteliti.

2. Riset Kepustakaan (*Library Research*)

Penelitian untuk mendapatkan data dalam bentuk yang telah jadi atau data teoritis dengan cara membaca, mempelajari, meneliti, dan menelaah literatur yang terdiri dari catatan, buku-buku teks, diktat, serta data lainnya yang relevan dengan objek penelitian.

3.2.5. Metode Analisis

Dalam skripsi ini digunakan metode analisis Deskriptif, yaitu dengan menggambarkan keadaan obyek penelitian pada PT Ayam Merak mengenai peranan perhitungan harga pokok produksi sebagai alat bantu manajemen dalam keputusan penentuan harga jual. Penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data relevan yang tersedia kemudian disusun, dipelajari, dan dianalisis lebih lanjut dengan menggunakan rumus-rumus sebagai analisis.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum PT Ayam Merak

4.1.1. Sejarah dan Perkembangan PT Ayam Merak

PT Ayam Merak merupakan perusahaan yang bergerak dalam industri kopi bubuk. Perusahaan ini didirikan oleh empat sekawan pada tahun 1962 dengan modal patungan dibentuklah perusahaan yang bergerak di bidang usaha memproduksi kopi bubuk. Perusahaan terus berkembang dengan baik hingga suatu saat perusahaan berada dalam keadaan yang kurang menguntungkan karena adanya kesalahpahaman antar anggota. Perusahaan patungan tersebut akhirnya mengalami kemunduran yang cukup drastis dan hanya bertahan sampai tahun 1967.

Setelah perusahaan bubar, Bapak Witowijaya yang merupakan salah seorang anggota melanjutkan usaha dengan modal sendiri dan mendirikan perusahaan kopi bubuk cap Ayam Merak dengan modal awal sebesar empat juta rupiah, pada tahun 1968. Kepemilikan saham perseroan ini terbatas pada Bapak Witowijaya beserta anggota keluarganya sehingga bisa disebut PT Ayam Merak merupakan perseroan terbatas tertutup. Adapun tujuan perusahaan adalah memaksimalkan laba perusahaan. Perusahaan ini terus berkembang dalam kegiatannya, begitu juga dengan volume penjualan sehingga dibutuhkan banyak dana dan tenaga kerja untuk kelancaran proses

produksi. Dengan sejumlah persyaratan yang telah dipenuhi, akhirnya PT Ayam Merak memperoleh fasilitas kredit dari BNI 1946 sebesar tujuh puluh juta rupiah. Adapun BNI 1946 memberikan kredit pada PT Ayam Merak karena memiliki sejumlah pertimbangan, antara lain:

1. PT Ayam Merak merupakan industri ringan yang banyak menyerap tenaga kerja.
2. PT Ayam Merak menggunakan bahan baku yang dibeli dari hasil perkebunan rakyat. Hal ini sesuai dengan kebijakan pemerintah bahwa perkebunan rakyat perlu dikembangkan terus sebagai sumber bahan baku dari industri dalam negeri.
3. PT Ayam Merak memiliki omzet penjualan yang terus meningkat, sehingga mempengaruhi tingkat keuntungan yang dihasilkan perusahaan.

PT Ayam Merak merupakan perusahaan manufaktur yang memproduksi kopi bubuk. PT Ayam Merak berlokasi di Jalan Pluit No. 195 - 197 Jakarta Utara. Bahan baku yang digunakan dalam pembuatan kopi bubuk adalah biji kopi Robusta, Arabica, dan Exalsa yang didapatkan dari perkebunan rakyat. Sedangkan bahan penolong yang digunakan dalam pembuatan kopi bubuk, yaitu non-dairy creamer, jagung, dan gula pasir. Pemasaran hasil produksinya dijual ke pasar moderen maupun pasar tradisional di dalam dan luar kota.

4.1.2. Struktur Organisasi, Wewenang, dan Tugas

Struktur organisasi PT Ayam Merak disusun berdasarkan kegiatan dan tujuan usaha. Struktur organisasi adalah kumpulan beberapa orang yang mempunyai tugas masing-masing dengan tujuan yang sama. Struktur organisasi merupakan salah satu alat untuk mengkoordinasi antar bagian organisasi agar bekerja sama secara efektif untuk mencapai tujuan perusahaan. Struktur ini harus fleksibel dan dinamis terhadap perubahan dan merupakan ciri khas dari suatu organisasi.

Struktur organisasi perusahaan adalah struktur garis dimana pimpinan langsung dipandang sebagai sumber wewenang tunggal.

1. Dewan Direksi

Dewan direksi terdiri dari seorang Direktur Utama, seorang Wakil Direktur Utama dan seorang Direktur. Dewan Direksi harus dapat mengambil keputusan dengan tepat dan benar untuk mencapai tujuan perusahaan.

Para anggota Direksi bersama-sama maupun masing-masing mewakili perseroan di dalam dan di luar pengadilan tentang segala hal dan dalam segala hal tentang kejadian dan berhak mengikat perseroan, serta menjalankan segala tindakan, baik yang menanganai pemilikan maupun yang mengenai pengurusan, serta untuk hal-hal di bawah ini.

- a. Meminjam atau meminjamkan uang (dalam hal ini tidak termasuk pengambilan uang dari kredit yang telah dibuka).
- b. Mengikat perseroan sebagai penanggung.
- c. Membeli, menjual, memberatkan atau dengan cara lain mendapatkan atau melepaskan hak atas barang-barang yang bergerak kepunyaan perseroan.

Pembagian pekerjaan di dalam perseroan antara anggota Direksi diatur dan ditentukan oleh mereka bersama. Untuk saat ini Wakil Direktur Utama dan Direktur merupakan pembantu langsung kepada Direktur Utama. Wakil Direktur Utama lebih menitikberatkan perhatiannya pada fungsi pemasaran dan Direktur lebih mencurahkan perhatiannya pada fungsi keuangan dan fungsi produksi. Adapun tugas dan wewenang Direksi secara rutin adalah sebagai berikut.

- a. Memimpin perusahaan, mengkoordinir, mengarahkan, dan mengawasi pelaksanaan kegiatan-kegiatan dibidang operasional, keuangan, pemasaran, administrasi dan lain-lainnya dalam rangka mencapai tujuan perusahaan.
- b. Memastikan bahwa pelaksanaan semua kegiatan dilakukan sesuai dengan kebijaksanaan yang ditetapkan serta mengambil langkah-langkah perbaikan untuk memajukan perusahaan.
- c. Meneliti dan menganalisis perkembangan perusahaan serta mengambil langkah-langkah perbaikan untuk memajukan perusahaan.

- d. Mengusahakan peningkatan produktivitas, efisiensi, dan efektivitas disegala bidang.
- e. Menjaga disiplin kerja dan secara berkala menilai prestasi kerja pada bawahannya.

2. Manager Umum

Manager umum bertanggung jawab dalam mengawasi langsung seluruh kegiatan perusahaan yang meliputi divisi keuangan, SDM, produksi, pemasaran, dan penjualan serta teknis Manager Umum mempunyai tugas untuk melaporkan setiap hasil kegiatan dan dilakukan oleh setiap divisi yang dibawahinya kepada Dewan Direksi.

3. Manager Pemasaran

Manager Pemasaran bertanggung jawab atas seluruh kegiatan pemasaran yang meliputi pelaksanaan dan pengawasan rencana dan target serta melakukan analisis terhadap hasil kegiatan, menyusun, dan menguasai anggaran biaya promosi dan penjualan serta mengikuti perkembangan pasar dan produksi. Manager Pemasaran membawahi bagian Penjualan, Promosi, Transportasi, dan Penagihan.

Adapun Tugas dan tanggung jawab Manager Pemasaran adalah sebagai berikut.

- a. Menentukan target penjualan dengan melibatkan bagian penjualan dan produksi.
- b. Mengkoordinir pengumpulan informasi pasar.

- c. Mengamati perkembangan pasar di berbagai wilayah pemasaran.
- d. Membina hubungan baik dengan agen dan langganan.
- e. Menentukan kebijaksanaan promosi dan penagihan.

4. Manager Keuangan

Manager Keuangan bertanggung jawab dalam mengorganisir serta mengawasi penggunaan dan pengalokasian dana yang dibutuhkan dalam menjalankan kegiatan produksi dari perusahaan. Manager Keuangan membawahi bagian Akuntansi, Kasir, Administrasi, dan Pengadaan barang.

Secara umum, Manager Keuangan mempunyai tugas dan wewenang, yaitu sebagai berikut:

- a. Menyusun kebijaksanaan dan program kerja dibidang akuntansi, administrasi keuangan, dan mengawasi pelaksanaannya.
- b. Mengawasi pelaksanaan dan pengeluaran uang.
- c. Mengawasi dan mengamankan seluruh harta perusahaan.
- d. Mengatur penyediaan dan penggunaan dana sesuai dengan kebutuhan perusahaan.
- e. Mengadakan analisis biaya untuk manajemen.
- f. Memeriksa laporan keuangan, laporan hasil operasi perusahaan, beserta analisis dan interprestasinya.

5. Manager Produksi

Manager Produksi bertanggung jawab atas seluruh kegiatan dibidang produksi, meliputi perencanaan dan pengawasan kapasitas produksi bahan baku, barang jadi, dan kelancaran pemeliharaan peralatan produksi. Manager Produksi juga turut membawahi kerja praktek yang dilakukan di PT Ayam Merak.

Adapun tugas dan tanggung jawab Manager Produksi, adalah sebagai berikut:

- a. Mengalokasikan kapasitas produksi sesuai dengan permintaan
- b. Melakukan pengawasan terhadap mutu bahan baku, bahan penolong, serta barang jadi agar memenuhi persyaratan yang telah ditetapkan.
- c. Mengkoordinir seluruh pihak yang terlibat dalam proses produksi agar berlaku sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan.
- d. Mengatur kelancaran proses produksi dari tahap penggorengan sampai barang jadi tiba di gudang.

Pada PT Ayam Merak, Manager Produksi membawahi bagian-bagian sebagai berikut:

a. Penggorengan

Bagian penggorengan mempunyai tugas dan wewenang sebagai berikut:

1. Memeriksa bahan baku yang akan dipakai apakah sesuai dengan persyaratan seperti aroma, kadar air, dan mutu.

2. Menggoreng biji kopi sesuai dengan spesifikasi yang telah ditentukan.

b. Pencampuran

Tugas dan wewenang bagian pencampuran adalah sebagai berikut:

1. Memeriksa permintaan barang jadi dan penyiapan kopi hasil penggorengan
2. Mencampur kopi yang telah digoreng sesuai permintaan.

c. Penggilingan

Tugas dan wewenang bagian penggilingan adalah sebagai berikut:

1. Meneliti kualitas pencampuran dan menggilingnya dengan kehalusan sesuai permintaan.
2. Memberi tanda pada setiap partai kopi bubuk yang telah digiling agar dapat dikemas sesuai dengan mutu dan labelnya.

d. Pengemasan

Tugas dan wewenang bagian pengemasan adalah sebagai berikut:

1. Meneliti setiap partai kopi bubuk dan mengemasnya sesuai mutu dan label.
2. Mengawasi mutu kemas agar mutu dan aroma terjaga baik.

e. Gudang

Tugas dan wewenang bagian gudang adalah sebagai berikut:

1. Mengatur arus barang di gudang dengan sistem masuk dulu keluar dulu (FIFO).
2. Mencatat data keluar masuk barang.

f. Penelitian dan Pengembangan

Tugas dan wewenang bagian penelitian dan pengembangan adalah sebagai berikut:

1. Menangani penelitian di dalam laboratorium atas mutu bahan baku dan hasil produksi seperti pengujian kadar air, aroma, kehalusan, warna, rasa, mutu kemasan, dan lainnya.
2. Melakukan penelitian terhadap produk pesaing dan penelitian terhadap produk baru, baik mutu baru maupun desain baru.

6. Manager Teknik

Manager Teknik membawahi bagian Mesin, Listrik, dan Kendaraan. Tugas dan wewenang Manager Teknik, yaitu:

- a. Menetapkan kebijaksanaan yang berhubungan dengan kegiatan pemeliharaan, perawatan, dan perbaikan mesin, dan fasilitas pabrik.
- b. Mengajukan alternatif dan usulan pembelian suku cadang serta peralatan pabrik.
- c. Menjaga disiplin kerja dan secara berkala menilai keterampilan dan kemampuan bawahannya.

7. Manager Sumber Daya Manusia (SDM)

Manager SDM bertanggung jawab atas seluruh kegiatan dibidang personalia dan umum yang meliputi perencanaan, pengaturan, dan pengembangan personalia, pembayaran upah, administrasi kepegawaian, hubungan masyarakat, dan pemburuhan. Tugas dan wewenang Manager Teknik, yaitu:

- a. Mengembangkan rencana dan program kerja serta kebijaksanaan meningkatkan pelayanan di bidang personalia dan umum.
- b. Mengawasi pelaksanaan seleksi penerimaan dan penempatan pegawai pada bagian-bagian yang membutuhkan.
- c. Mengadakan pelatihan untuk menambah pengetahuan dan keterampilan pegawai serta mengadakan penilaian atas hasil yang dicapai pegawai dan urusan umum serta mengambil tindakan yang diperlukan.

Seluruh kepala departemen bertanggung jawab kepada Direktur. Direktur perusahaan bertanggung jawab langsung kepada Wakil Presiden Direktur, sementara Wakil Presiden Direktur bertanggung jawab kepada Presiden Direktur.

8. Ketenagakerjaan

Jumlah karyawan PT Ayam Merak adalah 199 orang. Hari kerja yang berlaku adalah enam hari seminggu dengan jam kerja tujuh jam per hari. Jam kerja hari Senin-Jumat adalah pukul 07.30-17.00 WIB dan waktu istirahat pukul 11.30-12.30 WIB. Hari Sabtu kerja dimulai pukul 07.30-12.00 WIB.

Tabel 3.
Data Jumlah Tenaga Kerja PT Ayam Merak

No	Bagian	Jumlah Tenaga Kerja
1	Dewan Komisaris	3
2	Dewan Direksi	3
3	General Manager	1
4	Divisi Keuangan	17
5	Divisi Pemasaran	62
6	Divisi Produksi	101
7	Divisi Teknik	5
8	Divisi SDM	7
	Total	199

Sumber PT Ayam Merak, 2007.

4.1.3. Bidang Usaha dan Kegiatan Perusahaan

PT Ayam Merak merupakan perusahaan yang khusus memproduksi kopi bubuk dengan bahan baku biji kopi Robusta, Arabika, dan Ekselsa serta bahan tambahan gula dan creamer. Jenis-jenis kopi bubuk yang dijual oleh PT Ayam Merak dikemas dalam berbagai macam kemasan. Di bawah ini adalah produk-produk kopi bubuk yang dihasilkan oleh PT Ayam Merak.

Tabel 4.
Produk-produk Kopi Bubuk PT Ayam Merak

Kemasan Kaleng	Kemasan Plastik
Ayam Merak Merah 4.5 kg	Ayam Merak Biru refill
Ayam Merak Biru 4.5 kg	Ayam Merak Spesial refill
Jago Bangkok 4.5 kg	Ayam Merak Timah
Jempol 4.5 kg	Ayam Merak Susu
Ayam Satu Cung 4.5 kg	Mondial four in one
Ayam Jago I Spesial 4.5 kg	Begadang three in one
Ayam silutung 5 kg	Begadang three in one + orange
Ayam Jantan 4.5 kg	Kemasan Ember
Cap Merak 5 kg	Ayam Merak Spesial 5 kg
Ayam Merak Klasik 125	Dua Merak 5 kg
Ayam Merak 51 A	
Ayam Merak 52	
Dua Ayam 4.5 kg	
Ayam Merak Istana	

Sumber PT Ayam Merak, 2007.

4.2. Pembahasan

4.2.1. Perhitungan Harga Pokok Produksi pada PT Ayam Merak

Harga pokok produksi merupakan jumlah antara biaya produksi yaitu biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik. Biaya produksi merupakan semua pengeluaran yang digunakan dalam proses produksi untuk menghasilkan barang dan jasa. Kebanyakan perusahaan manufaktur membagi biaya produksi ke dalam tiga kategori besar, yaitu: bahan langsung (*direct material*), tenaga kerja langsung (*direct labor*), dan biaya overhead pabrik (*manufacturing overhead*).

4.2.1.1. Perhitungan Biaya Bahan Baku

Bahan langsung atau bahan baku utama merupakan bahan yang membentuk bagian yang menyeluruh dari produk jadi yang dapat dibebankan secara langsung pada suatu produk. Sedangkan biaya bahan langsung atau biaya bahan baku merupakan perolehan dari biaya bahan yang dipakai untuk mengolah produk. Bahan baku utama yang digunakan oleh PT Ayam Merak untuk memproduksi kopi bubuk, yaitu biji kopi Robusta, Arabica, dan Exalsa. Bahan baku tersebut diperoleh dari pemasok, pemasok-pemasok tersebut berasal dari hasil perkebunan rakyat. PT Ayam Merak melakukan pembelian bahan baku satu kali dalam setiap bulannya.

Perusahaan sebelum melakukan proses produksi membutuhkan bahan baku yang akan dipakai, dimana dalam prosesnya perusahaan selalu melakukan perencanaan dan pengkajian mengenai jumlah kebutuhan bahan baku yang akan digunakan. Oleh karena itu, informasi tentang jumlah bahan baku yang dibutuhkan sangat penting dalam proses produksi.

Berikut ini adalah kebutuhan bahan baku selama tahun 2006 dan 2007 untuk produk Ayam Merak Ukuran 4.5 Kg.

Tabel 5.
Jumlah Kebutuhan Bahan Baku PT Ayam Merak
Produk Ayam Merak Ukuran 4.5 Kg
Periode Tahun 2006 dan 2007

(Dalam Kilogram)

Bulan	Jumlah Kebutuhan Bahan Baku Tahun 2006	Jumlah Kebutuhan Bahan Baku Tahun 2007
Januari	5.350	5.500
Februari	5.370	5.550
Maret	5.510	5.670
April	5.230	5.430
Mei	4.910	5.200
Juni	4.900	5.360
Juli	5.220	5.430
Agustus	5.190	5.420
September	4.780	5.270
Oktober	4.910	5.200
November	4.950	5.270
Desember	5.180	5.400
Jumlah	61.500	64.700

Sumber Data: PT Ayam Merak, 2006-2007.

Setelah bahan baku berupa biji kopi diolah melalui proses pembakaran dan penggilingan, maka dari proses tersebut dapat diketahui biaya-biaya yang telah dikeluarkan oleh perusahaan.

Berikut ini penulis sajikan biaya pemakaian bahan baku tahun 2006 dengan biaya pemakaian bahan baku tahun 2007, yaitu sebagai berikut:

Tabel 6.
Biaya Pemakaian Bahan Baku PT Ayam Merak
Produk Ayam Merak Ukuran 4.5 Kg
Periode Tahun 2006 dan 2007

(Dalam Rupiah)

Bulan	Biaya Bahan Baku Tahun 2006			Biaya Bahan Baku Tahun 2007		
	Kuantitas (kg)	Harga Perunit (Rp)	Jumlah (Rp)	Kuantitas (kg)	Harga Perunit (Rp)	Jumlah (Rp)
Jan	5.350	12.500	66.875.000	5.500	13.000	71.500.000
Feb	5.370	12.500	67.125.000	5.550	13.000	72.150.000
Maret	5.510	12.500	68.875.000	5.670	13.000	73.710.000
April	5.230	12.500	65.375.000	5.430	13.000	70.590.000
Mei	4.910	12.500	61.375.000	5.200	13.000	67.600.000
Juni	4.900	12.500	61.250.000	5.360	13.000	69.680.000
Juli	5.220	12.500	65.250.000	5.430	13.000	70.590.000
Agt	5.190	12.500	64.875.000	5.420	13.000	70.460.000
Sept	4.780	12.500	59.750.000	5.270	13.000	68.510.000
Okt	4.910	12.500	61.375.000	5.200	13.000	67.600.000
Nov	4.950	12.500	61.875.000	5.270	13.000	68.510.000
Des	5.180	12.500	64.750.000	5.400	13.000	70.200.000
Total	61.500	12.500	768.750.000	64.700	13.000	841.100.000

Sumber Data: PT Ayam Merak, 2006-2007.

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa pemakaian bahan baku kopi ayam merak pada tahun 2006 sebanyak 61.500 kg dengan jumlah biaya bahan baku sebesar Rp.768.750.000. Sedangkan pemakaian bahan baku kopi ayam merak pada tahun 2007 yaitu 64.700 kg dengan

jumlah biaya bahan baku sebesar Rp. 841.100.000. Dapat diketahui bahwa biaya bahan baku pada tahun 2007 lebih besar dari pada tahun 2006, hal ini disebabkan terjadinya kenaikan pada harga bahan baku dan meningkatnya pemakaian bahan baku pada tahun 2007 dikarenakan peningkatan volume produksi.

Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa perhitungan biaya bahan baku pada PT Ayam Merak telah dilaksanakan dengan akurat, karena perhitungan biaya bahan baku pada perusahaan sesuai dengan biaya-biaya yang telah dikeluarkan berdasarkan jumlah pemakaian bahan baku dengan harga bahan baku yang dikeluarkan oleh perusahaan selama proses produksi.

4.2.1.2. Perhitungan Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja menurut PT Ayam Merak merupakan harga yang dibebankan untuk penggunaan tenaga kerja tersebut. Biaya tenaga kerja pada PT Ayam Merak merupakan biaya tenaga kerja langsung yang berhubungan dengan proses produksi. Yang termasuk sebagai tenaga kerja langsung adalah semua pekerja yang bekerja dibagian produksi. Biaya tersebut dikeluarkan oleh perusahaan untuk memproduksi kopi bubuk selama produksi berlangsung.

Biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja merupakan biaya produksi yang tidak dapat dipisahkan, tenaga kerja memiliki peranan penting dalam menentukan baik dan tidaknya kualitas produksi. Tenaga kerja merupakan usaha fisik atau mental yang dikeluarkan oleh para karyawan untuk mengolah produk. Biaya tenaga kerja adalah harga yang dibebankan untuk penggunaan tenaga kerja tersebut.

Berikut ini penulis sajikan biaya tenaga kerja langsung tahun 2006 dengan biaya tenaga kerja langsung tahun 2007, yaitu sebagai berikut:

Tabel 7.
Biaya Tenaga Kerja PT Ayam Merak
Produk Ayam Merak Ukuran 4.5 Kg
Periode Tahun 2006 dan 2007

(Dalam Rupiah)

Bulan	Biaya Tenaga Kerja Tahun 2006			Biaya Tenaga Kerja Tahun 2007		
	Jam Kerja	Tarif Upah	Total	Jam Kerja	Tarif Upah	Total
Jan	3.636	3.200	11.635.200	4.210	4000	14.144.000
Feb	4.660	3.200	14.912.000	3.689	4000	16.640.000
Maret	3.552	3.200	11.366.400	4.160	4000	15.808.000
April	4.450	3.200	14.240.000	3.879	4000	14.976.000
Mei	3.552	3.200	11.366.400	3.690	4000	15.808.000
Juni	4.760	3.200	15.232.000	4.160	4000	16.640.000
Juli	4.760	3.200	15.232.000	4.160	4000	16.640.000
Agt	3.450	3.200	11.040.000	3.499	4000	14.976.000
Sept	4.770	3.200	15.264.000	3.375	4000	16.640.000
Okt	3.120	3.200	9.984.000	4.158	4000	12.480.000
Nov	4.760	3.200	15.232.000	4.160	4000	16.640.000
Des	4.450	3.200	14.240.000	3.452	4000	14.976.000
Total	49.920	3.200	159.744.000	46.592	4000	186.368.000

Sumber Data: PT Ayam Merak, 2006-2007

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa biaya tenaga kerja pada tahun 2006 sebesar Rp. 159.744.000, sedangkan pada tahun 2007 sebesar Rp. 186.368.000. Biaya tenaga kerja pada tahun 2006 lebih kecil dari pada tahun 2007, hal ini disebabkan karena tarif upah langsung mengalami peningkatan dari Rp. 3.200 per jam kerja menjadi Rp. 4.000 per jam kerja. Sedangkan pada tahun 2006 jam kerja langsung lebih besar dari jam kerja langsung pada tahun 2007, hal ini disebabkan karena perusahaan mengalami kekurangan bahan baku sehingga mengakibatkan proses produksi terhenti, oleh karena itu jam kerja yang terpakai menjadi lebih sedikit.

Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa perhitungan biaya tenaga kerja langsung pada PT Ayam Merak telah dilaksanakan dengan akurat, karena perhitungan biaya tenaga kerja langsung pada perusahaan sesuai dengan biaya-biaya yang telah dikeluarkan berdasarkan jumlah jam kerja dengan tarif upah pekerja yang dikeluarkan oleh perusahaan selama proses produksi.

4.2.1.3. Perhitungan Biaya Overhead Pabrik

Biaya overhead pabrik menurut PT Ayam Merak merupakan biaya tidak langsung selain biaya bahan baku langsung dan biaya tenaga kerja langsung.

Berikut ini biaya overhead pabrik tahun 2006 dengan biaya overhead pabrik tahun 2007, yaitu sebagai berikut.

Tabel 8.
Biaya Overhead Pabrik PT Ayam Merak
Produk Ayam Merak Ukuran 4.5 Kg
Periode Tahun 2006 dan 2007

(Dalam Rupiah)

Biaya Overhead Pabrik (BOP)	Biaya Overhead Pabrik	
	2006	2007
Bahan Penolong	220.593.100	200.590.000
Bahan Bakar	18.425.500	15.062.300
Bahan kemasan	21.616.400	19.655.500
Biaya Lembur	11.315.500	10.580.500
Tunjangan Hari Raya	15.515.500	17.200.700
Bonus Karyawan	12.900.800	10.900.300
Biaya Air dan Listrik	15.037.350	12.027.500
Biaya Pemeliharaan	55.152.000	57.320.300
Biaya Telepon	6.563.400	3.567.800
Biaya Penyusutan	6.273.450	6.273.450
Biaya Administrasi & Umum	165.637.200	174.832.600
Biaya Pemasaran	53.753.800	55.946.400
Total BOP	602.784.000	583.957.350

Sumber Data: PT Ayam Merak, 2006-2007

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa biaya overhead pabrik pada tahun 2006 sebesar Rp.602.784.020, sedangkan pada tahun 2007 sebesar Rp. 583.957.350.

Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa perhitungan biaya overhead pabrik pada PT Ayam Merak kurang tepat, karena memasukkan biaya administrasi dan biaya pemasaran ke dalam biaya *overhead* pabrik yang seharusnya digunakan dalam perhitungan harga jual.

Pada PT Ayam Merak dalam menentukan harga pokok produksi, yaitu dimana semua biaya dimasukkan ke dalam perhitungan harga pokok produksi. Berikut ini harga pokok produksi pada tahun 2006 dan 2007 menurut perhitungan perusahaan, yaitu sebagai berikut:

Tabel 9.
PT Ayam Merak
Harga Pokok Produksi Metode Perusahaan
Produk Ayam Merak Ukuran 4.5 Kg
Periode Tahun 2006 dan 2007

(Dalam Rupiah)

Jenis Biaya	Harga Pokok Produksi	
	2006	2007
Biaya Bahan Baku	768.750.000	841.100.000
Biaya Tenaga Kerja	159.744.000	186.368.000
Bahan Penolong	220.593.100	200.590.000
Bahan Bakar	18.425.500	15.062.300
Bahan kemasan	21.616.400	19.655.500
Biaya Lembur	11.315.500	10.580.500
Tunjangan Hari Raya	15.515.500	17.200.700
Bonus Karyawan	12.900.800	10.900.300
Biaya Air dan Listrik	15.037.350	12.027.500
Biaya Pemeliharaan	55.152.000	57.320.300
Biaya Telepon	6.563.400	3.567.800
Biaya Penyusutan	6.273.450	6.273.450
Biaya Administrasi & Umum	165.637.200	174.832.600
Biaya Pemasaran	53.753.800	55.946.400
Harga Pokok Produksi	1.531.278.000	1.611.425.350

Sumber Data: PT Ayam Merak, 2006-2007.

Pada PT Ayam Merak perhitungan harga pokok produksi per unit, yaitu sebagai berikut:

$$\text{HPP per unit} = \frac{\text{Harga pokok produksi satu tahun}}{\text{Jumlah produk dalam satu tahun}}$$

Jumlah produk dalam satu tahun

$$\text{HPP per unit tahun 2006} = \frac{\text{Rp. 1.531.278.000}}{107.570 \text{ kg}}$$

107.570 kg

$$= \text{Rp. 14.235/kg}$$

$$\begin{aligned} \text{HPP per unit tahun 2007} &= \frac{\text{Rp. 1.611.425.350}}{109.100 \text{ kg}} \\ &= \text{Rp. 14.770/kg} \end{aligned}$$

Berdasarkan data diatas dapat diperoleh harga pokok produksi kopi ayam merak pada tahun 2006 sebesar Rp.1.531.278.000 atau sebesar Rp. 14.235/kg. Sedangkan pada tahun 2007 sebesar Rp. 1.611.425.350 atau sebesar Rp.14.770/kg.

Sedangkan perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode *full costing*, yaitu sebagai berikut:

Tabel 10.
PT Ayam Merak
Harga Pokok Produksi Metode Full Costing
Produk Ayam Merak Ukuran 4.5 Kg
Periode Tahun 2006 dan 2007

(Dalam Rupiah)

Jenis Biaya	Harga Pokok Produksi	
	2006	2007
Biaya Bahan Baku	768.750.000	841.100.000
Biaya Tenaga Kerja	159.744.000	186.368.000
Biaya Overhead Pabrik (BOP):		
BOP Variabel:		
Bahan Penolong	220.593.100	200.590.000
Bahan Bakar	18.425.500	15.062.300
Bahan kemasan	21.616.400	19.655.500
Biaya Lembur	11.315.500	10.580.500
Tunjangan Hari Raya	15.515.500	17.200.700
Bonus Karyawan	12.900.800	10.900.300
BOP Tetap:		
Biaya Air dan Listrik	15.037.370	12.027.500
Biaya Pemeliharaan	55.152.000	57.320.300
Biaya Telepon	6.563.400	3.567.800
Biaya Penyusutan	6.273.450	6.273.450
Total Biaya Overhead Pabrik	383.393.000	353.178.350
Harga Pokok Produksi	1.311.887.000	1.380.646.350

Sumber Data: PT Ayam Merak, 2006-2007.

Pada PT Ayam Merak perhitungan harga pokok produksi per unit, yaitu sebagai berikut:

$$\text{HPP per unit} = \frac{\text{Harga pokok produksi satu tahun}}{\text{Jumlah produk dalam satu tahun}}$$

$$\begin{aligned} \text{HPP per unit tahun 2006} &= \frac{\text{Rp. 1.311.887.000}}{107.570 \text{ kg}} \\ &= \text{Rp. 12.200/kg} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{HPP per unit tahun 2007} &= \frac{\text{Rp. 1.380.646.350}}{109.100 \text{ kg}} \\ &= \text{Rp. 12.655/kg} \end{aligned}$$

Berdasarkan data diatas dapat diperoleh harga pokok produksi kopi ayam merak dengan menggunakan metode *full costing* pada tahun 2006 sebesar Rp.1.311.887.000 atau sebesar Rp. 12.200/kg. Sedangkan pada tahun 2007 sebesar Rp. 1.380.646.350 atau sebesar Rp. 12.655/kg.

Dari hasil perhitungan harga pokok produksi yang dihitung oleh perusahaan maka perusahaan memperoleh harga pokok produksi pada tahun 2006 sebesar Rp.1.531.278.000 atau sebesar Rp. 14.235/kg dan pada tahun 2007 sebesar Rp. 1.611.425.350 atau sebesar Rp.14.770/kg. Sedangkan perhitungan harga pokok produksi dengan metode *full costing* pada tahun 2006 sebesar Rp. 1.311.887.000 atau sebesar Rp. 12.200/kg dan pada tahun 2007 sebesar Rp. 1.380.646.350 atau sebesar

Rp. 12.655/kg. Sehingga dapat diketahui selisih harga pokok produksi tersebut pada tahun 2006 sebesar Rp.219.391.000 atau sebesar Rp. 2.035/kg, sedangkan pada tahun 2007 sebesar Rp. 230.779.000 atau sebesar Rp. 2.115/kg. Selisih ini cukup signifikan karena nantinya akan berpengaruh terhadap keputusan manajemen sehubungan dengan menentukan harga jual.

Berdasarkan hal itu, penulis menyimpulkan bahwa perhitungan yang selama ini dilakukan perusahaan dalam penentuan harga pokok produksi kurang tepat, dimana biaya non produksi yang seharusnya dimasukkan dalam perhitungan harga jual dimasukkan ke dalam perhitungan harga pokok produksi. PT Ayam Merak memasukkan biaya non produksi ke dalam harga pokok produksi bertujuan untuk menutupi biaya-biaya yang dikeluarkan agar perusahaan tidak mengalami kerugian, namun hal tersebut bagi perusahaan tidak begitu berpengaruh terhadap laba yang diperoleh. Oleh karena itu, perusahaan sebaiknya dalam perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode *full costing* yang memperhitungkan semua biaya produksi ke dalam perhitungan harga pokok produksi sehingga perusahaan dapat menentukan harga jual produk yang tepat.

4.2.2. Penentuan Harga Jual pada PT Ayam Merak

Setiap barang jadi yang akan dijual terlebih dahulu harus ditentukan berapa harga jualnya, karena harga merupakan salah satu jenis informasi penting yang diterima pelanggan tentang suatu produk. Harga jual merupakan jumlah uang yang ditagih untuk suatu produk barang atau jasa kepada pembeli atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan. Oleh karena itu, dalam menentukan harga jual produk, PT Ayam Merak harus memiliki tingkat ketelitian dalam mengambil suatu keputusan agar tujuan yang diharapkan dapat tercapai.

4.2.2.1. Metode Penentuan Harga Jual pada PT Ayam Merak

Dalam menentukan harga jual produk. PT Ayam Merak menggunakan metode harga jual normal. Harga jual normal dihitung dengan cara menjumlahkan taksiran biaya penuh dengan laba yang diharapkan, kemudian dibagi dengan hasil produksi pada periode yang bersangkutan untuk mengetahui harga jual. Dalam keadaan normal, harga jual produk harus dapat menutupi biaya-biaya yang telah terjadi yang bersangkutan dengan produk jadi dan menghasilkan laba yang dikehendaki.

Berikut ini perhitungan harga jual menurut perhitungan perusahaan, adalah sebagai berikut:

Tahun 2006

Biaya bahan baku	Rp. 768.750.000
Biaya tenaga kerja	Rp. 186.368.000
Biaya overhead pabrik	<u>Rp. 602.784.000</u> (+)
Total biaya produksi	Rp.1.531.278.000
Biaya administarsi dan umum	Rp. 165.637.200
Biaya pemasaran	<u>Rp. 53.753.800</u> (+)
Taksiran biaya penuh	Rp.1.750.669.000
Laba 15 % dari taksiran biaya penuh	<u>Rp. 262.600.350</u> (+)
Jumlah harga jual	Rp.2.013.269.350
Volume produksi	<u>107.570 kg</u> (:))
Harga jual/kg	Rp. 18.716/kg

Tahun 2007

Biaya bahan baku	Rp. 841.100.000
Biaya tenaga kerja	Rp. 159.744.000
Biaya overhead pabrik	<u>Rp. 583.957.350</u> (+)
Total biaya produksi	Rp. 1.611.425.350
Biaya administarsi dan umum	Rp. 174.832.600
Biaya pemasaran	<u>Rp. 55.946.400</u> (+)
Taksiran biaya penuh	Rp.1.842.204.350
Laba 15 % dari taksiran biaya penuh	<u>Rp. 276.330.653</u> (+)
Jumlah harga jual	Rp.2.118.535.003
Volume produksi	<u>109.100 kg</u> (:))
Harga jual/kg	Rp. 19.418/kg

Berdasarkan perhitungan harga pokok produksi dan perhitungan harga jual tersebut diatas, dapat diketahui laba yang diperoleh dari penjualan produk yang dihasilkan PT Ayam Merak berdasarkan perhitungan perusahaan, yaitu sebagai berikut:

Tabel 11.
PT Ayam Merak
Laporan Laba-Rugi Metode Perusahaan
Produk Ayam Merak Ukuran 4.5 Kg

(Dalam Rupiah)

KETERANGAN	Tahun 2006 Rp. 18.716 x 107.570 kg	Tahun 2007 Rp. 19.418 x 109.100 Kg
Penjualan	2.013.280.120	2.118.503.800
Biaya Produksi		
Bahan Baku	768.750.000	841.100.000
Tenaga Kerja Langsung	159.744.000	186.368.000
Overhead Pabrik	602.784.000	583.957.350
Total Biaya Produksi	1.531.278.000	1.611.425.350
Biaya Non Produksi		
Biaya Administrasi dan umum	165.637.200	174.832.600
Biaya Pemasaran	53.753.800	55.946.400
Total Biaya Non Produksi	219.391.000	230.779.000
Laba	262.611.120	276.299.450

Sumber Data: PT Ayam Merak, 2006-2007.

Sedangkan penentuan harga jual berdasarkan metode *full costing* adalah sebagai berikut:

$$\text{Harga jual} = \text{Biaya produksi per unit} + \text{Markup}$$

$$\text{Biaya produksi per unit} = \frac{\text{Total biaya produksi}}{\text{Kapasitas produksi}}$$

$$\text{Markup} = \frac{\text{Biaya non produksi} + \text{Laba yang diharapkan}}{\text{Biaya produksi}}$$

Tahun 2006

$$\text{Biaya produksi per unit} = \frac{\text{Total biaya produksi}}{\text{Kapasitas produksi}}$$

$$\begin{aligned} \text{Biaya produksi per unit} &= \frac{\text{Rp. 1.311.887.000}}{107.570 \text{ kg}} \\ &= \text{Rp. 12.200/kg} \end{aligned}$$

$$\text{Markup} = \frac{\text{Biaya non produksi} + \text{Laba yang diharapkan}}{\text{Biaya produksi}}$$

$$\begin{aligned} \text{Markup} &= \frac{219.391.000 + (15\% \times 1.550.000.000)}{1.311.887.000} \\ &= \frac{219.391.000 + 232.500.000}{1.311.887.000} \\ &= 35\% \end{aligned}$$

$$\text{Harga jual} = \text{Biaya produksi per unit} + \text{Markup}$$

$$\begin{aligned} \text{Harga jual} &= 12.200 + (35\% \times 12.200) \\ &= \text{Rp. 16.470/kg} \end{aligned}$$

Tahun 2007

$$\text{Biaya produksi per unit} = \frac{\text{Total biaya produksi}}{\text{Kapasitas produksi}}$$

$$\begin{aligned} \text{Biaya Produksi per unit} &= \frac{\text{Rp. 1.380.646.350}}{109.100 \text{ kg}} \\ &= \text{Rp. 12.655/kg} \end{aligned}$$

$$\text{Markup} = \frac{\text{Biaya non produksi} + \text{Laba yang diharapkan}}{\text{Biaya produksi}}$$

$$\begin{aligned} \text{Tahun 2007} &= \frac{230.779.000 + (15\% \times 1.650.000.000)}{1.380.646.350} \\ &= \frac{230.779.000 + 247.500.000}{1.380.646.350} \\ &= 35\% \end{aligned}$$

$$\text{Harga jual} = \text{Biaya produksi per unit} + \text{Markup}$$

$$\begin{aligned} \text{Harga jual} &= 12.655 + (35\% \times 13.000) \\ &= \text{Rp. 17.084/kg} \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan harga pokok produksi dan perhitungan harga jual tersebut diatas, dapat diketahui laba yang diperoleh PT Ayam Merak apabila menggunakan metode *full costing*, yaitu sebagai berikut:

Tabel 12.
PT Ayam Merak
Laporan Laba-Rugi Metode Full Costing
Produk Ayam Merak Ukuran 4.5 Kg

(Dalam Rupiah)

KETERANGAN	Tahun 2006 Rp. 16.470 x 107.570 kg	Tahun 2007 Rp. 17.084 x 109.100 Kg
Penjualan	1.771.677.900	1.863.864.400
Biaya Produksi		
Bahan Baku	768.750.000	841.100.000
Tenaga Kerja Langsung	159.744.000	186.368.000
Overhead Pabrik	383.393.000	353.178.350
Total Biaya Produksi	1.311.887.000	1.380.646.350
Biaya Komersial		
Biaya Administrasi dan umum	165.637.200	174.832.600
Biaya Penjualan	53.753.800	55.946.400
Total Biaya Komersial	219.391.000	230.779.000
Laba	240.399.900	252.439.050

Sumber Data: PT Ayam Merak, 2006-2007.

Berdasarkan perhitungan diatas, dapat diketahui bahwa harga jual produk ayam merak berdasarkan perhitungan perusahaan pada tahun 2006 adalah sebesar Rp. 18.716/kg atau sebesar Rp. 84.222/kaleng dan laba yang diperoleh sebesar Rp. 262.611.120, sedangkan pada tahun 2007 sebesar Rp. 19.418/kg atau sebesar Rp.87.381/kaleng dan laba yang diperoleh sebesar Rp.276.299.450. Harga jual yang diperoleh berdasarkan metode *full costing* pada tahun 2006 adalah sebesar

Rp.16.470/kg atau sebesar Rp. 74.115/kaleng dan laba yang diperoleh sebesar Rp.240.399.900, sedangkan pada tahun 2007 sebesar Rp. Rp. 17.084/kg atau sebesar Rp.76.878/kaleng dan laba yang diperoleh sebesar Rp.252.439.050. Sehingga dapat diketahui selisih harga jual antara perhitungan perusahaan dengan harga jual berdasarkan metode *full costing* yaitu pada tahun 2006 sebesar Rp. 2.246/kg atau Rp. 10.107/kaleng, sedangkan pada tahun 2007 sebesar Rp.2.334/kg atau Rp.10.503/kaleng. Selisih ini cukup signifikan karena akan berpengaruh terhadap penjualan kopi di pasar.

Berdasarkan hal itu, penulis menyimpulkan bahwa perhitungan yang selama ini dilakukan perusahaan dalam penentuan harga jual kurang tepat, dimana harga jual yang ditetapkan perusahaan terlalu tinggi diakibatkan dalam perhitungan harga pokok produksi perusahaan memasukan biaya non produksi ke dalam biaya produksi yang seharusnya dimasukkan ke dalam perhitungan harga jual, sehingga dalam perhitungan harga jual terdapat perhitungan ganda. Oleh karena itu, perusahaan sebaiknya dalam perhitungan harga jual menggunakan metode *full costing* karena menggambarkan biaya yang dikeluarkan perusahaan secara menyeluruh sehingga perusahaan dapat menentukan harga jual yang tepat agar dapat menghasilkan laba yang diharapkan bagi perusahaan.

4.2.3. Peranan Perhitungan Harga Pokok Produksi Sebagai Alat Bantu Manajemen dalam Keputusan Penentuan Harga Jual pada PT Ayam Merak

Dalam perhitungan harga pokok produksi, PT Ayam Merak harus memiliki tingkat ketelitian, karena apabila terjadi kesalahan dalam perhitungan harga pokok produksi dapat mempengaruhi harga jual yang akan ditentukan. Dengan ditetapkannya harga pokok produksi yang akurat maka dapat mengurangi tingkat kesalahan manajemen dalam membuat keputusan dalam menentukan harga jual produk sehingga diharapkan dapat menghasilkan laba yang maksimum atau dapat menaikkan pendapatan.

Perhitungan harga pokok produksi merupakan suatu kegiatan yang kompleks yang perlu perhatian khusus, oleh karena itu dalam perhitungan harga pokok produksi PT Ayam Merak harus merinci biaya-biaya yang terjadi selama proses produksi, seperti biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik. Hal ini untuk mengetahui bahwa harga pokok produksi yang ditetapkan tidak terdapat kesalahan dalam perhitungannya.

Dari hasil perhitungan harga pokok produksi yang dihitung oleh perusahaan maka perusahaan memperoleh harga pokok produksi pada tahun 2006 sebesar Rp. 1.531.278.000 atau sebesar Rp.14.235/kg dan pada tahun 2007 sebesar Rp. 1.611.425.350 atau sebesar Rp. 14.770/kg. Sedangkan perhitungan harga pokok

produksi dengan metode *full costing* pada tahun 2006 sebesar Rp.1.311.887.000 atau sebesar Rp. 12.200/kg dan pada tahun 2007 sebesar Rp. 1.380.646.350 atau sebesar Rp. 12.655/kg. Sehingga dapat diketahui selisih harga pokok produksi tersebut pada tahun 2006 sebesar Rp. 219.391.000 atau sebesar Rp. 2.035/kg, sedangkan pada tahun 2007 sebesar Rp. 230.779.000 atau sebesar Rp. 2.115/kg. Selisih ini cukup signifikan karena nantinya akan berpengaruh terhadap keputusan manajemen sehubungan dengan menentukan harga jual.

Berdasarkan hal itu, dapat diketahui bahwa perhitungan harga pokok produksi yang ditetapkan oleh perusahaan menghasilkan harga pokok produksi yang lebih tinggi, karena perhitungan harga pokok produksi yang digunakan perusahaan dimana semua biaya-biaya diperlakukan sebagai biaya produksi sehingga terdapat unsur biaya non produksi yang dimasukkan ke dalam biaya produksi, hal ini akan berpengaruh terhadap keputusan manajemen sehubungan dengan penetapan harga jual. Oleh karena itu, perusahaan sebaiknya dalam perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode *full costing* yang memperhitungkan semua biaya produksi ke dalam perhitungan harga pokok produksi sehingga perusahaan dapat menentukan harga jual produk yang tepat.

Berdasarkan data yang diperoleh dapat diketahui bahwa harga jual produk ayam merak berdasarkan perhitungan perusahaan pada tahun 2006 adalah sebesar Rp. 18.716/kg atau sebesar Rp.84.222/kaleng dan laba yang diperoleh sebesar Rp. 262.611.120,

sedangkan pada tahun 2007 sebesar Rp. 19.418/kg atau sebesar Rp.87.381/kaleng dan laba yang diperoleh sebesar Rp.276.299.450. Harga jual yang diperoleh berdasarkan metode *full costing* pada tahun 2006 adalah sebesar Rp. 16.470/kg atau sebesar Rp.74.115/kaleng dan laba yang diperoleh sebesar Rp.240.399.900, sedangkan pada tahun 2007 sebesar Rp. 17.084/kg atau sebesar Rp.76.878/kaleng dan laba yang diperoleh sebesar Rp.252.439.050. Sehingga dapat diketahui selisih harga jual antara perhitungan perusahaan dengan harga jual berdasarkan metode *full costing* yaitu pada tahun 2006 sebesar Rp. 2.246/kg atau Rp. 10.107/kaleng, sedangkan pada tahun 2007 sebesar Rp. 2.334/kg atau Rp.10.503/kaleng. Selisih ini cukup signifikan karena nantinya akan berpengaruh terhadap penjualan kopi di pasar.

Hal ini disebabkan karena perhitungan yang selama ini dilakukan perusahaan dalam penentuan harga jual kurang tepat, dimana harga jual yang ditetapkan perusahaan terlalu tinggi diakibatkan karena di dalam perhitungan harga pokok produksi, perusahaan memasukan biaya non produksi ke dalam biaya produksi yang seharusnya dimasukkan dalam perhitungan harga jual. Sehingga dalam perhitungan harga jual terdapat perhitungan ganda. Oleh karena itu, diperlukan perhitungan harga pokok produksi yang tepat sehingga dapat menentukan harga jual yang tepat agar dapat menghasilkan laba yang diharapkan bagi perusahaan.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari perusahaan dan hasil pembahasan pada bab sebelumnya, maka penulis dapat menarik simpulan sebagai berikut:

1. Simpulan Umum

- a. PT Ayam Merak adalah perusahaan yang bergerak di bidang industri kopi dengan bahan baku biji kopi Robusta, Arabica, dan Exalsa dan bahan penolong yaitu non-dairy creamer, jagung, dan gula pasir. PT Ayam Merak yang berlokasi di Jalan Pluit No. 195 - 197 Jakarta Utara Produk yang dihasilkan adalah kopi dengan berbagai macam merk dan kemasan. Adapun macam-macam produk yang dihasilkan adalah kopi ayam merak kiloan, kaleng, dan bungkus.
- b. PT Ayam Merak pada tahun 2006 memiliki omset penjualan rata-rata sebesar Rp. 150.000.000/bulan sedangkan pada tahun 2007 omset penjualan rata-rata sebesar Rp. 200.000.000/bulan dari hasil produk yang telah dihasilkan yang dijual kepada konsumen. Pemasaran hasil produknya dijual ke pasar moderen maupun pasar tradisional di dalam maupun luar kota Jakarta.

2. Simpulan Khusus

a. Perhitungan Harga pokok produksi

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa perhitungan harga pokok produksi yang dihitung oleh perusahaan pada tahun 2006 sebesar Rp.1.531.278.000 atau sebesar Rp.14.235/kg dan pada tahun 2007 sebesar Rp.1.611.425.350 atau sebesar Rp.14.770/kg. Sedangkan perhitungan harga pokok produksi dengan metode *full costing* pada tahun 2006 sebesar Rp.1.311.887.000 atau sebesar Rp.12.200/kg dan pada tahun 2007 sebesar Rp.1.380.646.350 atau sebesar Rp.12.655/kg. Sehingga dapat diketahui selisih harga pokok produksi tersebut pada tahun 2006 sebesar Rp.219.391.000 atau sebesar Rp.2.035/kg, sedangkan pada tahun 2007 sebesar Rp.230.779.000 atau sebesar Rp. 2.115/kg. Selisih ini cukup signifikan karena nantinya akan berpengaruh terhadap keputusan manajemen sehubungan dengan menentukan harga jual.

b. Penentuan Harga Jual

Berdasarkan perhitungan diatas, dapat diketahui bahwa harga jual produk ayam merak berdasarkan perhitungan perusahaan pada tahun 2006 adalah sebesar Rp. 18.716/kg atau sebesar Rp.84.222/kaleng dan laba yang diperoleh sebesar Rp. 262.611.120, sedangkan pada tahun 2007 sebesar Rp. 19.418/kg atau sebesar Rp.87.381/kaleng dan laba yang diperoleh sebesar Rp.276.299.450. Harga jual yang diperoleh berdasarkan metode *full costing* pada tahun 2006 adalah sebesar Rp. 16.470/kg atau sebesar Rp.74.115/kaleng dan laba yang diperoleh sebesar Rp.240.399.900, sedangkan pada

tahun 2007 sebesar Rp. 17.084/kg atau sebesar Rp. 76.878/kaleng dan laba yang diperoleh sebesar Rp. 252.439.050. Sehingga dapat diketahui selisih harga jual antara perhitungan perusahaan dengan harga jual berdasarkan metode *full costing* yaitu pada tahun 2006 sebesar Rp. 2.246/kg atau Rp. 10.107/kaleng, sedangkan pada tahun 2007 sebesar Rp. 2.334/kg atau Rp. 10.503/kaleng. Selisih ini cukup signifikan apabila omset penjualan tahun 2006 sebanyak 107.570 kg atau 23.905 kaleng dan tahun 2007 sebanyak 109.100 kg atau 24.245 kaleng.

- c. Peranan perhitungan harga pokok produksi sebagai alat bantu manajemen dalam keputusan penentuan harga jual

Perhitungan harga pokok produksi memiliki peranan penting dalam menentukan harga jual, karena dengan perhitungan harga pokok produksi yang akurat maka perusahaan dapat menentukan harga jual yang tepat sehingga dapat menghasilkan laba yang diharapkan bagi perusahaan. Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa harga pokok produksi yang sesungguhnya pada tahun 2006 sebesar Rp. 1.311.887.000 atau sebesar Rp. 12.200/kg dan harga jual pada tahun 2006 sebesar Rp.16.470/kg atau sebesar Rp.74.115/kaleng untuk mendapatkan laba sebesar Rp.240.399.900. Sedangkan harga pokok produksi pada tahun 2007 sebesar Rp.1.380.646.350 atau sebesar Rp. 12.655/kg dan harga jual pada tahun 2007 sebesar Rp. 17.084/kg atau sebesar Rp.76.878/kaleng untuk mendapatkan laba sebesar Rp. 252.439.050.

5.2. Saran

1. Pihak manajemen perusahaan sebaiknya meninjau kembali kebijakan mereka mengenai perhitungan harga pokok produksinya. Perusahaan hendaknya dalam menggolongkan biaya dipisahkan antara biaya produksi dengan biaya non produksi, hal ini dilakukan untuk menghindari pemasukan unsur-unsur biaya non produksi ke dalam biaya produksi.
2. Perusahaan hendaknya dapat menentukan harga pokok produksi yang lebih ekonomis dengan melakukan kegiatan produksi secara lebih optimal, sehingga harga jual yang dicapai bisa bersaing dengan produk sejenis di pasaran.
3. Metode *full costing* sebaiknya digunakan sebagai alternatif untuk menghitung harga pokok produksi, karena dapat memberikan informasi harga pokok produksi yang lebih lengkap dan akurat sehingga dapat menentukan harga jual yang tepat agar dapat menghasilkan laba yang diharapkan bagi perusahaan.

JADWAL PENELITIAN

No.	Keterangan	Bulan														
		Jan.	Feb.	Mar.	Apr.	Mei.	Juni.	Juli.	Agt.	Sep.	Okt.	Nov.	Des	Jan.	Feb.	Mar.
1.	Pengajuan Judul	***														
2.	Studi Pustaka		**	**												
3.	Pembuatan Makalah Seminar			***												
4.	Seminar				****	**										
5.	Pengesahan						*									
6.	Pengumpulan Data *)									**	**					
7.	Pengolahan Data										****					
8.	Penulisan Laporan dan Bimbingan								*	****	****	****	****	****	**	
9.	Sidang Skripsi															*
10.	Penyempurnaan Skripsi															*
11.	Pengesahaan															*

Keterangan :

- *) = Pengumpulan data disesuaikan dengan data yang digunakan dalam penelitian, apakah pengumpulan data primer dengan observasi ke lapangan atau pengumpulan data sekunder tanpa melakukan observasi ke lapangan.
- *) = Menunjukkan satuan unit waktu minggu dalam bulan.

DAFTAR PUSTAKA

- AL. Haryono Jusuf. 2001. *Dasar-Dasar Akuntansi*. Edisi 6, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN, Yogyakarta.
- Armarto Witjaksono. 2006. *Akuntansi Biaya*. Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Bastian Bustami dan Nurlela. 2007. *Akuntansi Biaya: Kajian Teori dan Aplikasi*. Edisi Pertama, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Cholid Narbuka dan Abu Ahmadi. 2002. *Metodologi Penelitian*. Edisi 4, PT Bumi Aksara, Jakarta.
- Darsono Prawinegoro dan Ari Purwanti. 2008. *Akuntansi Manajemen*, Edisi 2. Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Fandy Tjiptono, 2001. *Strategi Pemasaran*. Edisi 2. Andi, Yogyakarta.
- Garrison Ray H., Eric W. Noreen dan Peter C. Brewer. 2006. *Akuntansi Manajemen (Managerial Accounting)*, Alih Bahasa: Nuri Hiduan. Buku 1 Edisi 11, Salemba Empat, Jakarta.
- Garrison, Ray H. 2002. *Akuntansi Manajerial (Managerial Accounting)*, Alih Bahasa: Bambang Purnomosidhi. Buku 1 Edisi Ketiga Cetakan Kesebelas, A.K Group, Yogyakarta.
- Horngren, Charles T., Srikat M. Datar, dan George Foster. 2005. *Akuntansi Biaya Penekanan Manajerial*, Alih Bahasa: Desi Adhariani. Jilid 1 Edisi 11, PT Indeks, Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Hasnen, Don R., dan Maryanne M. Mowen. 2005. *Akuntansi Manajemen*, Alih Bahasa: Dewi Fitriasaki dan Deny Arnos Kwary, M. Hum. Buku 1. Edisi 7, Salemba Empat, Jakarta.
- Kotler, Philip., Gary Armstrong. 2003. *Dasar-Dasar Pemasaran*, Alih Bahasa: Alexander Sindoro. Jilid 1 Edisi 9, PT Indeks, Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Kusnadi, Zainul Arifin dan Mohammad Syadeli. 2002. *Akuntansi Manajemen: Komprehensif, Tradisional dan Kontemporer*, Penerbit Universitas Brawijaya Malang, Jawa Timur.
- Lili M. Sadeli dan Bedjo Siswanto. 2004. *Akuntansi Manajemen: Sistem, Proses dan Pemecahan Soal*. Bumi Akasra, Jakarta.
- L.M. Samryn. 2002. *Akuntansi Manajerial-Suatu Pengantar*. Edisi I. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.

- Masiyah Kholmi dan Yuningsih. 2004. *Akuntansi Biaya*, Penerbit Universitas Muhammadiyah Malang, Jawa Timur.
- Mahfud Sholihin. 2005. *Akuntansi Manajemen: Ikhtisar, Materi, Soal Latihan dan contoh Soal*, Penerbit BPFE, Yogyakarta.
- Mulyadi. 2001. *Akuntansi Manajemen: Konsep, Manfaat dan Rekayasa*. Edisi 2. Bagaian Perbitan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN, Yogyakarta.
- Mulyadi. 2005. *Akuntansi Biaya*. Buku 1. Edisi 5. Unit penerbit dan percetakan Akademi, manajemen perusahaan YKPN, Yogyakarta.
- R.A. Supriyono. 2001. *Akuntansi Manajemen 3: Proses Pengendalian Manajemen*. Editor Mulyadi. BPFE, Yogyakarta.
- S. Munawir. 2002. *Akuntansi Keuangan dan Manajemen*. Edisi 1, BPFE, Yogyakarta.
- Skousen, K. Fred, Earl K. Stice dan James D. Stice. 2004. *Akuntansi Intermediate*, Alih Bahasa: Nugroho Widjanto. Edisi 15. Buku 1, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Slamet Sugiri dan Bogat Agus Riyanto, 2002. *Pengantar Akuntansi*. Edisi 5. UPP AM YKPN, Yogyakarta.
- S. R. Soemarso. 2004. *Akuntansi Suatu Pegantar*. Edisi Lima, Salemba Empat, Jakarta.
- Teguh Pudjo Muljono. 2002. *Pemahaman Praktis Asas-asas Manajemen*. Cetakan 2, Mandar Maju, Bandung.

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nendar Trianto L/P*)
Nomor Mahasiswa : 022104077
Jurusan : Akuntansi

Menyatakan benar saya telah menghubungi instansi/perusahaan yang akan saya jadikan lokasi penelitian, dan dari pihak perusahaan telah menyatakan kesanggupan untuk menerima dilakukannya riset/observasi tersebut.

Adapun dari pihak perusahaan yang menerima :

Nama : Hendra, SE. L/P*)
Jabatan : Accounting Manager
Nama Perusahaan : PT. Ayam Merak
Alamat Perusahaan : Jl. Pluit Raya No. 195-197. Jakarta Utara
Judul Penelitian : PERANAN PERHITUNGAN HARGA POKOK
PRODUKSI SEBAGAI ALAT BANTU
MANAJEMEN DALAM KEPUTUSAN
PENENTUAN HARGA JUAL

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebernarnya.

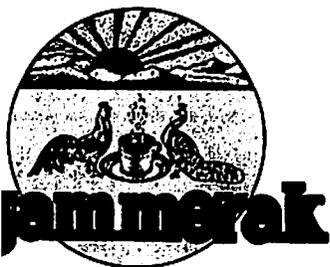
Bogor, 26 Maret 2011

Yang menyatakan



(Nendar Trianto)

*) Coret yang tidak perlu



PT. AYAM MERAK

Office : Jl. Pluit Raya 197 Jakarta Utara 14440, Indonesia
Telp : +62 21 6690002 (Hunting)
Fax : +62 21 6693688
Email : office@ayammerak.com
Website : www.ayammerak.com

SURAT KETERANGAN

Nomor : 07/SK-AM/III/2009

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Hendra,SE
Jabatan : Accounting Manager
Perusahaan : PT. Ayam Merak
Alamat : Jl. Pluit Raya 197, Jakarta 14440

Dengan ini menerangkan bahwa :

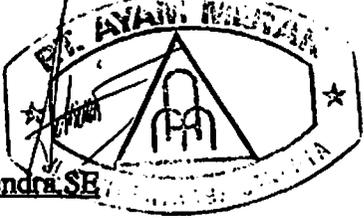
Nama : Nendar Trianto
NIM : 022104077
Jurusan : Akuntansi Manajemen
Fakultas : Universitas Pakuan
EKONOMI

Telah melakukan pengumpulan data di perusahaan kami untuk keperluan penyusunan skripsi.

Demikianlah Surat Keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

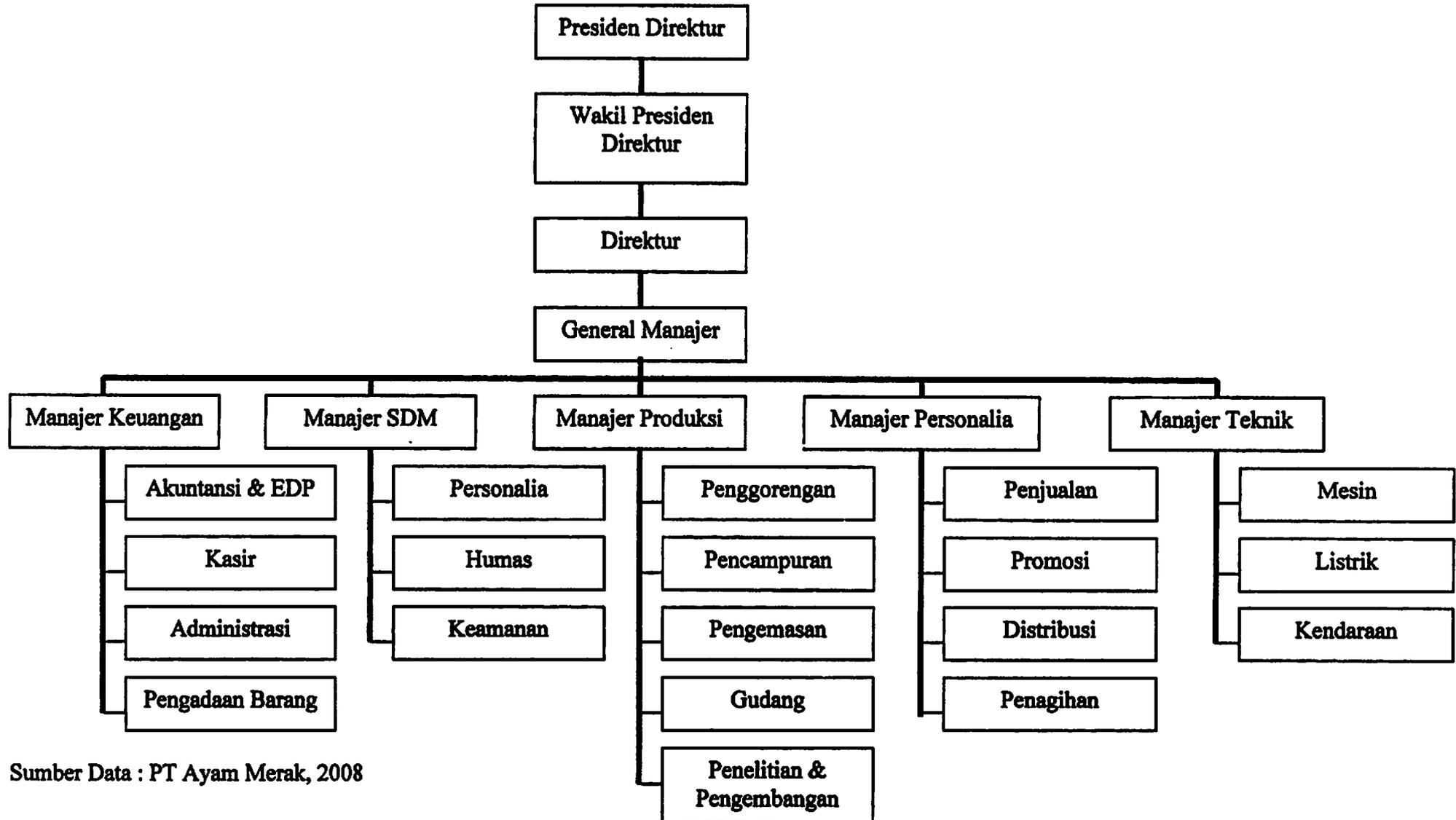
Jakarta, 07 Maret 2009

PT. Ayam Merak


Hendra,SE

Accounting Manager

PT AYAM MERAK



Sumber Data : PT Ayam Merak, 2008