



**PENGGUNAAN INFORMASI AKUNTANSI PENUH TERHADAP
PENENTUAN HARGA JUAL PADA PERUSAHAAN
STUDI KASUS PADA PT. EVER SHINE TEX, Tbk.**

Skripsi

Disusun Oleh :

Erdi Herdiansyah

021105189

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PAKUAN**

BOGOR

November 2009

**PENGGUNAAN INFORMASI AKUNTANSI PENUH TERHADAP
PENENTUAN HARGA JUAL PADA PT. EVER SHINE TEX, Tbk.**

Skripsi

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

Mengetahui,



Dekan Fakultas Ekonomi,

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

Ketua Jurusan,

(H. Karma Syarif, MM., SE.)

**PENGGUNAAN INFORMASI AKUNTANSI PENUH TERHADAP
PENENTUAN HARGA JUAL PADA PT. EVER SHINE TEX, Tbk.**

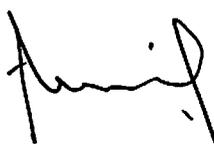
Skripsi

Telah disidangkan dan dinyatakan lulus
Pada Hari: Sabtu Tanggal: 31 / 10 / 2009

**Erdi Herdiansyah
021105189**

Menyetujui

Dosen Penilai,



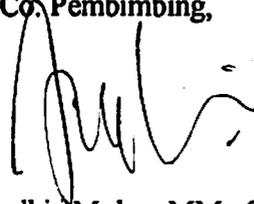
(Arief Tri Hardiyanto, Ak., MBA., CMA.)

Pembimbing,



(Edhi Asmirantho, MM., SE.)

Co. Pembimbing,



(Yudhia Mulya, MM., SE.)

ABSTRAK

Erdi Herdiansyah. NPM: 021105189. Penggunaan Informasi Akuntansi Penuh Terhadap Penentuan Harga Jual Pada PT. Ever Shine Tex, Tbk. Di bawah bimbingan: Edhi Asmirantho dan Yudhia Mulya.

PT. Ever Shine Tex, Tbk., yang terletak di Jl. Raya Bogor KM. 50 Ciluar – Bogor. PT. Ever Shine Tex, Tbk. adalah perusahaan yang bergerak di bidang fesyen, baik pakaian jadi maupun bahan-bahan untuk membuat pakaian. Dalam operasi kegiatan usaha PT. Ever Shine Tex, Tbk. adalah melaksanakan kegiatan pembuatan pakaian jadi atau garmen, tekstil, dan pembuatan bahan-bahan untuk membuat pakaian seperti benang, dan lain-lain.

Tujuan umum dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui penggunaan informasi akuntansi penuh terhadap penentuan harga jual produk celana dan jaket pada PT. Ever Shine Tex, Tbk.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah verifikatif dengan metode yang bertujuan untuk menguji hipotesis, yang umumnya merupakan penelitian yang menjelaskan fenomena dalam bentuk hubungan antara variabel.

Penggunaan informasi akuntansi penuh pada PT. Ever Shine Tex, Tbk. kurang begitu baik dan efektif. Pada produk celana, kenaikan biaya produksi terjadi mulai dari tahun 2007 periode 1 dengan total biaya penuh sebesar Rp. 1.450.000.000 hingga tahun 2008 periode 4 menjadi Rp. 1.706.000.000. jadi selama kurun waktu 2 tahun selama 4 periode, biaya produksi mengalami total kenaikan sebesar 17.65%.

Penentuan harga jual pada PT. Ever Shine Tex, Tbk. kurang efektif karena tidak sepenuhnya menggunakan aktiva dalam menentukan mark up. Persentase Mark Up celana pada tahun 2007 periode 1 sebesar 10% atas kebijakan PT. Ever Shine Tex, Tbk. mendapatkan harga jual Rp. 79.750 dengan pendapatan sebesar Rp 1.595.000.000 dan mark up yang diperoleh dengan metode *cost plus pricing* sebesar 77% mendapatkan harga jual sebesar Rp. 128.325 dengan pendapatan Rp. 2.566.500.000.

Dalam menggunakan informasi akuntansi penuh terhadap penentuan harga jual, perusahaan harus lebih teliti lagi dalam melakukan penggunaannya. Sehingga perusahaan akan mendapatkan pendapatan sesuai target yang diinginkan.

Sebaiknya pihak PT. Ever Shine Tex, Tbk. harus lebih teliti lagi dalam penetapan harga jual produk celana dan jaket, terutama dalam penambahan prosentase *Mark Up* didalam harga jual celana dan jaket. Oleh sebab itu PT. Ever Shine Tex, Tbk. harus lebih memperhatikan lagi dalam menetapkan harga jual celana dan jaket terutama dalam penambahan prosentase mark up.

Dalam penggunaan informasi akuntansi penuh terhadap penetapan harga jual celana dan jaket sudah cukup baik tetapi harus dipertahankan lebih baik lagi apabila dalam penggunaan informasi akuntansi penuh harus efektif dan penambahan prosentase *mark up* lebih diperhatikan lagi.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Alhamdulillah rabbil alamin segala puji dan syukur hanya milik Allah SWT atas rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dan tak lupa pula shalawat serta salam dilimpahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW beserta Keluarga, Sahabat-sahabatNya dan kita semua yang selalu beristiqomah di jalanNya.

Adapun maksud dari penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat mengikuti mata kuliah skripsi Manajemen Akuntansi pada Program Manajemen S1 Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan, Bogor.

Dalam mengikuti mata kuliah skripsi akuntansi ini penulis mengambil judul **“PENGUNAAN INFORMASI AKUNTANSI PENUH TERHADAP PENENTUAN HARGA JUAL PADA PT. EVER SHINE TEX, Tbk.”**.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih, terutama ditujukan kepada:

1. Ibunda, bapak beserta kakak-kakakku tercinta yang telah memberikan do'a, kasih sayang, motivasi dan semangat yang tiada hentinya.
2. Bapak Prof. Dr. Eddy Mulyadi Soepardi, MM., SE., Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.
3. Bapak Karma Syarif, MM., SE., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor.
4. Ibu Lesti Hartati, MBA., SE., selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor.
5. Bapak Edhi Asmirantho, MM., SE. selaku Dosen Pembimbing Utama.

6. Ibu Yudhia Mulya, MM., SE. selaku Dosen Co. Pembimbing.
7. Seluruh staf tata usaha, dan staf Dosen pengajar Fakultas Ekonomi yang telah banyak memberikan materi-materi sebagai aplikasi dalam skripsi ini.
8. Para Direksi dan karyawan PT. EVER SHINE TEX, Tbk. yang telah membantu saya dalam pengumpulan data-data.
9. Keluarga besar Salam Amsari
10. Artria Venawati Aslesmana, Ekonomi Akuntansi. Terima kasih atas dukungan dan doanya.
11. Sahabat-sahabatku di kelembagaan FE-UP angkatan 2005 khususnya Ari, Dhika, Agung, dan Andi juga keluarga besar kelas E.
12. Teman-teman seperjuangan skripsi, Fauzi, Rezky, Odel, Faisal, Aboed dan lain-lain.
13. Serta pihak-pihak yang telah mendukung dan membantu, baik Doa, tenaga dan pikiran, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa masih banyak ketidaksempurnaan dalam penulisan skripsi ini, oleh karena itu guna penyempurnaan skripsi ini, penulis menerima segala saran dan koreksi yang bersifat membangun.

Harapan penulis agar makalah ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Amin.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Bogor, November 2009

Penulis

DAFTAR ISI

JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
ABSTRAKSI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan dan Identifikasi Masalah	9
1.2.1. Perumusan Masalah	9
1.2.2. Identifikasi Masalah	9
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian	10
1.3.1 Maksud Penelitian.....	10
1.3.2 Tujuan Penelitian	10
1.4. Kegunaan Penelitian	10
1.5. Kerangka Pemikiran dan Paradigma Penelitian	11
1.5.1. Kerangka Pemikiran.....	11
1.5.2. Paradigma Penelitian.....	16
1.6. Hipotesis Penelitian	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Manajemen Akuntansi	18
2.1.1. Pengertian Manajemen Akuntansi	18
2.1.2. Fungsi Manajemen Akuntansi	20
2.1.3. Tujuan Manajemen Akuntansi.....	21
2.2. Informasi Akuntansi	23
2.2.1. Pengertian Informasi Akuntansi	23
2.3.3. Jenis Informasi Akuntansi	24
2.3.3. Penggunaan dan Manfaat Informasi Akuntansi.....	27
2.3. Informasi Akuntansi Penuh.....	30
2.3.1. Pengertian Informasi Akuntansi penuh.....	30
2.3.2. Manfaat Informasi Akuntansi Penuh	31
2.4. Harga Jual.....	34
2.4.1. Pengertian Harga Jual.....	34
2.4.2. Faktor-faktor yang mempengaruhi Penentuan Harga Jual	34
2.4.3. Pendekatan dalam Penentuan Harga Jual	37
2.4.4. Metode Penentuan Harga Jual	38
2.5. Penggunaan Informasi Akuntansi Penuh Terhadap penentuan Harga Jual	41

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	
3.1. Objek Penelitian.....	44
3.2. Metode Penelitian	44
3.2.1. Desain Penelitian.....	44
3.2.2. Operasionalisasi Variabel	46
3.2.3. Prosedur Pengumpulan Data.....	46
3.2.4. Metode Analisis	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1. Hasil Penelitian	52
4.1.1. Sejarah dan Perkembangan Perusahaan	52
4.1.2. Struktur Organisasi Perusahaan	53
4.2. Pembahasan.....	57
4.2.1. Penggunaan Informasi Akuntansi Penuh PT. Ever Shine Tex, Tbk.	57
4.2.1.1. Identifikasi Biaya Produksi PT. Ever Shine Tex, Tbk. Pada Produk Celana.....	57
4.2.1.2. Identifikasi Biaya Produksi PT. Ever Shine Tex, Tbk. Pada Produk Jaket.....	62
4.2.2. Penetapan Harga Jual PT. Ever Shine Tex, Tbk.....	68
4.2.2.1. Penetapan Harga Jual oleh Perusahaan.....	70
4.2.2.1. Penetapan Harga Jual oleh Penulis.....	74
4.2.2.3. komparatif harga jual.....	79
4.2.3. Penggunaan Informasi Akuntansi Penuh terhadap Penentuan Harga Jual Pada PT. Ever Shine Tex, Tbk.....	80
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Simpulan	
5.1.1. Simpulan Umum.....	84
5.1.2. Simpulan Khusus.....	85
5.2. Saran.....	87
JADWAL PENELITIAN	
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Table 1.1 : Data Proses Perhitungan Mark Up Produk Celana Tahun 2007....	2
Table 1.2 : Data Proses Perhitungan Mark Up Produk Celana Tahun 2008....	3
Table 1.3 : Komparatif Data Perhitungan Mark Up Produk celana	3
Table 1.4 : Data Proses Perhitungan Mark Up Produk Jaket Tahun 2007.....	4
Tabel 1.5 : Data Proses Perhitungan Mark Up Produk Jaket Tahun 2008.....	4
Tabel 1.6 : Komparatif Data Perhitungan Mark Up Produk celana	5
Tabel 1.7 : Unsur Infoemasi Akuntansi Penuh Produk Celana Tahun 2007....	6
Tabel 1.8 : Unsur Infoemasi Akuntansi Penuh Produk Celana Tahun 2008....	7
Tabel 1.9 : Unsur Infoemasi Akuntansi Penuh Produk Jaket Tahun 2007	7
Tabel 1.10 : Unsur Infoemasi Akuntansi Penuh Produk Jaket Tahun 2008	7
Tabel 3.1 : Operasionalisasi Variabel	46
Tabel 4.1 : Kenaikkan Biaya Penuh Produk Celana	58
Tabel 4.2 : Kenaikkan Biaya Penuh Produk Jaket	63
Tabel 4.3 : Penetapan harga Jual Perusahaan Produk Celana	70
Tabel 4.4 : Penetapan harga Jual Perusahaan Produk Celana	71
Tabel 4.5 : Penetapan harga Jual Perusahaan Produk Celana	71
Tabel 4.6 : Penetapan harga Jual Perusahaan Produk Jaket.....	72
Tabel 4.7 : Penetapan harga Jual Perusahaan Produk Jaket.....	72
Tabel 4.8 : Penetapan harga Jual Perusahaan Produk Jaket.....	73
Table 4.9 : Alokasi Total Biaya Pokok Produksi	76
Table 4.10 : Kompratif Harga Jual Produk Celana	79
Table 4.11 : Kompratif Harga Jual Produk Jaket.....	80
Table 4.12 : Komparatif Pendapatan Perusahaan.....	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Paradigma Penelitian.....	16
Gambar 2 : Struktur Organisasi Perusahaan	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Laporan biaya produksi celana tahun 2007 (Periode Januari – Juni)

Lampiran 2 : Laporan biaya produksi celana tahun 2007

(Periode Juli – Desember)

Lampiran 3 : Laporan biaya produksi celana tahun 2008 (Periode Januari – Juni)

Lampiran 4 : Laporan biaya produksi celana tahun 2008

(Periode Juli – Desember)

Lampiran 5 : Laporan biaya produksi jaket tahun 2007 (Periode Januari – Juni)

Lampiran 6 : Laporan biaya produksi jaket tahun 2007

(Periode Juli – Desember)

Lampiran 7 : Laporan biaya produksi jaket tahun 2008 (Periode Januari – Juni)

Lampiran 8 : Laporan biaya produksi jaket tahun 2008

(Periode Juli – Desember)

Lampiran 9 : Neraca konsolidasi total aktiva 2007

Lampiran 10 : Neraca konsolidasi total aktiva 2008

Lampiran 11 : Surat Keterangan Riset

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pada dasarnya, semua jenis perusahaan yang didirikan baik perusahaan manufaktur, perusahaan dagang dan perusahaan jasa mempunyai pola untuk mendapatkan informasi akuntansi penuh.

Mulyadi (2001, 48) mengemukakan bahwa, dimana informasi akuntansi penuh diperoleh dari unsur-unsur yang terdapat pada total aktiva, total pendapatan, dan/atau total biaya. Dengan mengetahui informasi akuntansi penuh, maka perusahaan akan dapat menentukan harga jual.

Pada hal ini, perusahaan PT. Ever Shine Tex, Tbk. adalah perusahaan manufaktur yang memproduksi kebutuhan sandang. Perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang mengolah bahan baku untuk diproses menjadi barang jadi dan kemudian dijual sebagai barang dagang. Perusahaan manufaktur menggunakan tenaga kerja, mesin, dan gedung. Selain itu membutuhkan pula berbagai biaya yang berhubungan dengan kegiatan perusahaan baik biaya variabel maupun biaya tetap. Selain itu juga biaya produksi dibutuhkan untuk menentukan harga, dimana sistem penetapan harga berdasarkan kesepakatan. Harga yang disepakati berdasarkan biaya pada saat itu yang beredar di pasaran. Untuk menutupi masalah kenaikan biaya bahan baku dan biaya lainnya, pihak perusahaan menggunakan prosentase *mark up*. Hal ini dilakukan untuk

menjaga kestabilan harga yang telah disepakati serta menutupi kekurangan biaya produksi akibat kenaikan biaya produksi.

markup adalah persentase yang dibebankan kepada biaya dasar; termasuk di antaranya adalah laba yang diinginkan dan setiap biaya yang tidak termasuk dalam biaya dasar. Perusahaan yang produksinya tergantung pada penawaran secara rutin menetapkan harga penawaran berdasarkan biaya Hansen/Mowen (2000, 287).

Tetapi akibatnya pihak perusahaan tidak mencapai harga optimal yang diharapkan karena prosentase *mark up* yang seharusnya menambah tingkat pendapatan malah digunakan untuk menutupi kenaikan dari biaya produksi. Dapat dijabarkan tingkat biaya produksi serta *mark up* untuk penetapan harga yang dikenakan kepada 2 macam produk dalam waktu 1 tahun.

Tabel 1.1
Data Proses Perhitungan *Mark up*
Produk Celana
Tahun 2007

Tahun	2007	
	Periode 1 Januari - Juni	Periode 2 Juli - Desember
Total Biaya Penuh	Rp. 1.450.000.000	Rp. 1.595.000.000
Unit yang diproduksi	20.000 unit	20.000 unit
Biaya Produksi per Unit	Rp 72.500	Rp 79.750
<i>Mark up</i>	Rp 7.250	Rp 7.975

Sumber : PT. Ever Shine Tex, Tbk.

Keterangan :

- Untuk persentase *Mark up* pada celana sebesar 10% yang merupakan kebijakan perusahaan

Tabel 1.2
Data Proses Perhitungan *Mark up*
Produk Celana
Tahun 2008

Tahun	2008	
	Periode 3 Januari - Juni	Periode 4 Juli - Desember
Total Biaya Penuh	Rp. 1.682.000.000	Rp. 1.706.000.000
Unit yang diproduksi	20.000 unit	20.000 unit
Biaya Produksi per Unit	Rp 84.100	Rp 79.750
<i>Mark up</i>	Rp 8.410	Rp 7.975

Sumber : PT. Ever Shine Tex, Tbk.

Keterangan :

- Untuk persentase *Mark up* pada celana sebesar 10% yang merupakan kebijakan perusahaan.

Tabel 1.3
Komparatif Data Perhitungan *Mark up*
Produk Celana
Tahun 2007 dan Tahun 2008

Tahun	Δ (perubahan) %	Δ (perubahan) %	Δ (perubahan) %
Keterangan	Periode 2 - 1	Periode 3 - 2	Periode 4 - 3
Total Biaya Penuh	10%	5.45 %	1.43 %
Unit yang diproduksi	20.000 unit	20.000 unit	20.000 unit
Biaya Produksi per Unit	10%	5.45 %	1.43 %
<i>Mark up</i>	10%	5.45 %	1.43 %

Sumber : PT. Ever Shine Tex, Tbk.

- Keterangan : Δ (perubahan) menggunakan cara perhitungan

$$\Delta \text{ (perubahan)} = \frac{\text{Periode Akhir} - \text{Periode Awal}}{\text{Periode Awal}} \times 100 \%$$

Jadi, menurut data komparatif yang telah dihitung. Maka proses Perhitungan *Mark up* di atas menunjukkan bahwa kenaikan persentase tiap periodenya sangat dipegaruhi oleh kenaikan total biaya produksi yang mencakup biaya produksi dan biaya non produksi.

Tabel 1.4
Data Proses Perhitungan *Mark up*
Produk Jacket
Tahun 2007

Tahun	2007	
Keterangan	Periode 1 Januari - Juni	Periode 2 Juli - Desember
Total Biaya Penuh	Rp. 1.757.500.000	Rp. 1.846.250.000
Unit yang diproduksi	25.000 unit	25.000 unit
Biaya Produks per Unit	Rp 70.300	Rp 73.850
<i>Mark up</i>	Rp 10.545	Rp 11.077,5

Sumber : PT. Ever Shine Tex, Tbk.

Keterangan :

- Untuk persentase *Mark up* pada jaket sebesar 15% yang merupakan kebijakan perusahaan

Tabel 1.5
Data Proses Perhitungan *Mark up*
Produk Jacket
Tahun 2008

Tahun	2008	
Keterangan	Periode 3 Januari - Juni	Periode 4 Juli - Desember
Total Biaya Penuh	Rp. 1.852.500.000	Rp. 1.862.000.000
Unit yang diproduksi	25.000 unit	25.000 unit
Biaya Produks per Unit	Rp 74.100	Rp 74.480
<i>Mark up</i>	Rp 11.115	Rp 11.172

Sumber : PT. Ever Shine Tex, Tbk.

Keterangan :

- Untuk persentase *Mark up* pada jaket sebesar 15% yang merupakan kebijakan perusahaan

Tabel 1.6
Komparatif Data Perhitungan *Mark up*
Produk Jaket
Tahun 2007 dan Tahun 2008

	Δ (perubahan) %	Δ (perubahan) %	Δ (perubahan) %
Keterangan	Periode 2 - 1	Periode 3 - 2	Periode 4 - 3
Total Biaya Penuh	5.05%	0.34 %	0.51 %
Unit yang diproduksi	25.000 unit	25.000 unit	25.000 unit
Biaya Produk per Unit	5.05 %	0.34 %	0.51 %
<i>Mark up</i>	5.05 %	0.34 %	0.51 %

Sumber : PT. Ever Shine Tex, Tbk.

- Keterangan : Δ (perubahan) menggunakan cara perhitungan

$$\Delta (\text{perubahan}) = \frac{\text{Periode Akhir} - \text{Periode Awal}}{\text{Periode Awal}} \times 100\%$$

Jadi, menurut data komparatif yang telah dihitung. Maka proses perhitungan *Mark up* di atas menunjukkan bahwa kenaikan persentase tiap periodenya sangat dipengaruhi oleh kenaikan total biaya produksi yang mencakup biaya produksi dan biaya non produksi.

Bambang Supomo (2005, 97) Hasil dari *mark up* suatu produk yang diperoleh oleh suatu perusahaan dapat untuk menentukan harga jual. Penentuan harga jual produk atau jasa merupakan salah satu jenis pengambilan keputusan manajemen yang penting. Bagi manajemen,

penentuan harga jual produk atau jasa bukan hanya merupakan kebijaksanaan di bidang pemasaran atau bidang keuangan, melainkan merupakan kebijakan yang berkaitan dengan seluruh aspek kegiatan perusahaan. Jumlah pendapatan perusahaan dan volume penjualan sangat mempengaruhi harga jual. Harga jual lebih banyak ditentukan oleh kekuatan antara permintaan dan penawaran produk atau jasa tersebut di pasaran.

Dalam penentuan harga jual umumnya merupakan pengambilan keputusan yang menyangkut masa yang akan datang, dalam pengambilan keputusan penentuan harga jual, maupun penentuan harga jual menghadapi berbagai faktor yang mendukung banyak ketidakpastian. Satu-satunya informasi yang memberikan informasi yang relatif tinggi yang ada di tangan manajer penentuan harga jual adalah biaya.

Tabel 1.7
Unsur Informasi Akuntansi Penuh
Produk celana
Tahun 2007

Tahun	2007	
	Periode 1 Januari - Juni	Periode 2 Juli - Desember
Jumlah Alokasi Aktiva	Rp. 16.666.472.391	Rp. 26.203.769.391
Total Biaya Produksi	Rp. 1.450.000.000	Rp. 1.595.000.000
Total Pendapatan	Rp. 1.595.000.000	Rp. 1.754.500.000

Sumber : PT. Ever Shine Tex, Tbk.

Tabel 1.8
Unsur Informasi Akuntansi Penuh
Produk celana
Tahun 2008

Tahun	2008	
	Periode 3 Januari - Juni	Periode 4 Juli - Desember
Keterangan		
Jumlah Alokasi Aktiva	Rp. 18.736.953.669	Rp. 17.651.023.496
Total Biaya Produksi	Rp.1.682.000.000	Rp.1.706.000.000
Total Pendapatan	Rp. 1.850.200.000	Rp. 1.876.600.000

Sumber : PT. Ever Shine Tex, Tbk.

Tabel 1.9
Unsur Informasi Akuntansi Penuh
Produk Jaket
Tahun 2007

Tahun	2007	
	Periode 1 Januari - Juni	Periode 2 Juli - Desember
Keterangan		
Jumlah Alokasi Aktiva	Rp. 16.666.472.391	Rp. 26.203.769.391
Total Biaya Produksi	Rp.1.757.500.000	Rp.1.846.250.000
Total Pendapatan	Rp. 2.021.125.000	Rp.2.123.187.500

Sumber : PT. Ever Shine Tex, Tbk.

Tabel 1.10
Unsur Informasi Akuntansi Penuh
Produk Jaket
Tahun 2008

Tahun	2008	
	Periode 3 Januari - Juni	Periode 4 Juli - Desember
Keterangan		
Jumlah Alokasi Aktiva	Rp. 18.736.953.669	Rp. 17.651.023.496
Total Biaya Produksi	Rp.1.852.500.000	Rp.1.862.000.000
Total Pendapatan	Rp.2.130.375.000	Rp. 2.141.300.000

Sumber : PT. Ever Shine Tex, Tbk.

Selain itu, naik dan turunnya total biaya, total pendapatan, dan total aktiva sangat berpengaruh penting terhadap penentuan harga jual. Peningkatan dan penurunan biaya-biaya tersebut dapat diimbangi dengan prosentase *mark up*. Prosentase *mark up* sangat berperan penting dalam mencapai harga jual yang optimal di PT. Ever Shine Tex, Tbk , selain itu juga dapat menutupi kekurangan biaya produksi.

Dilihat dari data yang tercantum di atas menunjukkan bahwa pada periode pertama total biaya penuh celana Rp 1.450.000.000. Pada periode kedua terjadi kenaikan total biaya penuh menjadi Rp. 1.595.000.000. Jadi pada periode pertama dan kedua, total biaya penuh naik sebesar 10%. Sedangkan pada produk jaket, pada semester pertama total biaya penuh adalah Rp. 1.757.500.000.. Pada periode kedua terjadi kenaikan total biaya penuh menjadi Rp. 1.846.250.000.. sehingga kenaikan total biaya penuh produk jaket pada periode pertama dan kedua adalah sebesar 5.05%.

Itu adalah salah satu contoh kenaikan total biaya produksi pada produk celana dan jaket pada periode pertama dan kedua. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa kenaikan total biaya tiap tahunnya sangat berpengaruh terhadap peningkatan laba/pendapatan dan juga pengambilan keputusan dalam penentuan harga jual pada perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis ingin mengetahui dan meneliti secara mendalam mengenai permasalahan tersebut penulis membatasinya dengan memilih judul “ Penggunaan Informasi Akuntansi Penuh Terhadap Penentuan Harga Jual Pada Perusahaan”.

1.2. Perumusan dan Identifikasi Masalah

1.2.1. Perumusan Masalah

Dengan mengacu pada latar belakang, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

- 1) penggunaan informasi akuntansi penuh belum optimal
- 2) penetapan harga jual belum optimal
- 3) penggunaan informasi akuntansi penuh terhadap harga jual belum Optimal

1.2.2. Identifikasi Masalah

Penggunaan biaya-biaya dapat menggunakan informasi akuntansi penuh agar tidak terjadinya penyimpangan. Berdasarkan latar perumusan masalah tersebut, maka penulis mengidentifikasi masalah yang akan dibahas sebagai berikut :

- 1) Bagaimana penggunaan informasi akuntansi penuh di PT. Ever Shine Tex, Tbk. ?
- 2) Bagaimana penetapan harga jual di PT. EVER SHINE TEX, Tbk. ?
- 3) Seberapa besar pengaruh penggunaan informasi akuntansi penuh terhadap penentuan harga jual di PT. Ever Shine Tex, Tbk. ?

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan memperoleh data dan informasi mengenai penggunaan informasi akuntansi penuh terhadap penetapan harga jual guna diolah dan dikaji sebagai dasar penulisan dalam penyusunan skripsi manajemen ini.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian pada penyusunan skripsi ini adalah :

- 1) Untuk mengetahui penggunaan informasi akuntansi penuh pada PT. Ever Shine Tex, Tbk.
- 2) Untuk mengetahui penetapan harga jual pada PT. Ever Shine Tex, Tbk.
- 3) Untuk mengetahui penggunaan informasi akuntansi penuh terhadap penentuan harga jual pada PT. Ever Shine Tex, Tbk.

1.4. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan data serta informasi yang diperoleh dan dikumpulkan dari penelitian yang dilakukan, maka penulis mengharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat atau kegunaan sebagai berikut :

1) Kegunaan Teoritis

- (a) Bagi penulis, dapat menerapkan pengetahuan yang diperoleh selama pendidikan kuliah dengan praktek yang ada di perusahaan. Dan juga menambah pengetahuan informasi akuntansi penuh terhadap penentuan harga jual.

(b) Bagi pembaca, diharapkan makalah ini dapat dipergunakan sebagai salah satu sumber bacaan yang dapat memberikan tambahan informasi, wawasan, dan pengetahuan khususnya mengenai topik yang dibahas dalam makalah ini.

2) Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi pihak manajemen PT. Ever Shine Tex, Tbk. khususnya bagian penentuan harga jual dalam menentukan kebijakan dan mengambil keputusan yang cepat dan tepat.

1.5. Kerangka Pemikiran dan Paradigma Penelitian

1.5.1. Kerangka Pemikiran

Untuk memahami konsep yang benar mengenai informasi akuntansi penuh, pertama kali diuraikan definisi informasi akuntansi penuh.

Mulyadi (2001, 48) Pembahasan informasi akuntansi penuh selalu bersangkutan dengan objek informasi. Objek informasi dapat berupa produk, keluarga produk, aktivitas, departemen, divisi, atau perusahaan sebagai keseluruhan. Informasi akuntansi penuh adalah seluruh aktiva, seluruh pendapatan yang diperoleh, dan atau seluruh sumber yang dikorbankan suatu objek informasi.

Dalam hubungannya dengan objek informasi, informasi akuntansi penuh merupakan informasi akuntansi langsung yang terjadi dalam objek informasi tertentu ditambah dengan bagian yang adil, informasi akuntansi tidak langsung yang dibebankan kepada objek informasi. Jika informasi akuntansi penuh berupa

aktiva, aktiva penuh adalah aktiva langsung yang bersangkutan dengan objek informasi ditambah dengan bagian yang adil, aktiva tidak langsung yang menjadi tanggung jawab objek informasi tersebut. Jika informasi akuntansi penuh berupa biaya, biaya penuh adalah biaya langsung objek informasi ditambah bagian yang adil, biaya tidak langsung yang menjadi beban objek informasi tersebut. Mulyadi (2001, 48) dan jika informasi akuntansi penuh berupa pendapatan, maka pendapatan penuh adalah pendapatan langsung suatu objek informasi ditambah dengan bagian yang adil, pendapatan tidak langsung yang menjadi hak objek informasi tersebut.

Selain itu, menurut Muyladi (2001, 54) penggunaan informasi akuntansi penuh juga bermanfaat bagi manajemen yaitu untuk :

- 1) Pelaporan keuangan
- 2) Analisis kemampuan menghasilkan laba
- 3) Jawaban atas pertanyaan “berapa biaya yang telah dikeluarkan untuk sesuatu?”
- 4) Penentuan harga jual dalam Cost-Type Contract
- 5) Penentuan Harga Jual Normal
- 6) Penentuan Harga Jual yang Diatur dengan Peraturan Pemerintah
- 7) Penyusunan Program

Di dalam perusahaan, unsur penting dalam memproduksi suatu produk adalah biaya. Biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam memproduksi disebut dengan biaya produksi, selain itu terdapat berbagai macam biaya lainnya, salah satu faktor yang terpenting di perusahaan dalam menentukan harga jual adalah informasi akuntansi penuh. Karena unsur yang membentuk

informasi akuntansi penuh adalah total aktiva, total pendapatan, dan/atau total biaya (Mulyadi, 2001, 48).

Untuk memenuhi berbagai kebutuhan manajemen tersebut, perekayasaan informasi akuntansi penuh memerlukan identifikasi aktiva, pendapatan, dan biaya langsung yang bersangkutan dengan objek informasi tertentu dan berbagai objek informasi yang bersangkutan.

Jadi, unsur yang sangat berperan penting untuk mengetahui informasi akuntansi penuh adalah :

- 1) total aktiva
- 2) total pendapatan
- 3) total biaya

Harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atas barang yang dijual. Penentuan harga jual berhubungan dengan kebijakan penentuan harga jual dan keputusan penentuan harga jual adalah pernyataan sikap manajemen terhadap penentuan harga jual produk atau jasa. Kebijakan tersebut tidak menentukan harga jual, namun menetapkan faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dan aturan dasar yang perlu diikuti dalam penentuan harga jual produk atau jasa suatu organisasi yang umumnya dibuat untuk jangka pendek. Keputusan ini dipengaruhi oleh kebijakan penentu harga jual.

Rudianto (2006, 230) Harga jual produk perusahaan sangat berpengaruh terhadap keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya. Harga jual yang terlalu tinggi akan membuat masyarakat tidak membeli atau mengurangi

jumlah pembelian produk perusahaan sehingga perusahaan tidak akan memperoleh pendapatan yang cukup.

Unsur-unsur yang sangat mempengaruhi penentuan harga jual di pasaran adalah biaya, karena dalam memproduksi suatu barang dibutuhkan biaya untuk dapat melakukan proses produksi. Banyak terdapat berbagai macam jenis biaya, baik biaya variabel, biaya tetap, biaya langsung, maupun biaya tidak langsung. Dan semua jenis biaya tersebut saling berhubungan dalam proses produksi. Dalam menentukan harga jual, biaya yang cenderung digunakan adalah biaya produksi dan biaya non produksi.

Biaya produksi yaitu:

- 1) biaya bahan baku
- 2) biaya tenaga kerja, dan
- 3) biaya overhead

Sedangkan biaya non produksi meliputi:

- 1) biaya pemasaran
- 2) biaya administrasi dan umum, serta
- 3) upah karyawan

Namun pada umumnya, harga jual produk atau jasa standar ditentukan oleh perimbangan permintaan dan penawaran di pasar, sehingga biaya bukan merupakan penentu harga jual. Karena permintaan kostumer atas produk atau jasa tidak mudah ditentukan oleh manajer penentu harga jual, maka dalam penentuan harga jual, manajer tersebut akan menghadapi banyak ketidakpastian. Selera kostumer, jumlah pesaing yang memasuki pasar, dan harga jual

uang ditentukan oleh pesaing merupakan contoh faktor-faktor yang sulit untuk diramalkan, yang mempengaruhi pembentukan harga jual produk atau jasa di pasar. Satu-satunya faktor yang memiliki kepastian relatif tinggi yang berpengaruh dalam penentuan harga jual adalah biaya. Biaya memberikan informasi batas bawah suatu harga jual harus ditentukan, baik biaya tetap maupun biaya variabel.

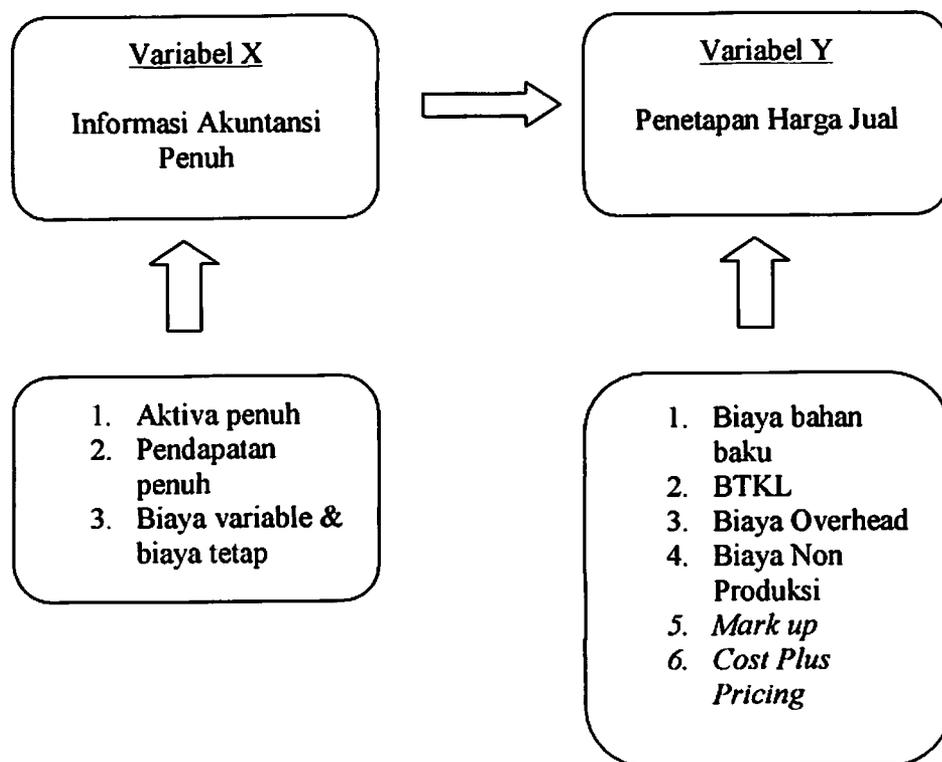
Mulyadi (edisi 2, 348) Jadi, dalam keputusan penentuan harga jual, manajer penentu harga jual senantiasa memerlukan informasi biaya penuh yang dimanfaatkan untuk:

- 1) titik awal untuk mengurangi ketidakpastian yang dihadapi oleh pengambil keputusan
- 2) dasar yang memberikan perlindungan bagi perusahaan dari kemungkinan kerugian
- 3) memungkinkan manajer penentu harga jual melongok struktur biaya perusahaan pesaing, dan
- 4) dasar untuk pengambilan keputusan perusahaan memasuki pasar.

Informasi akuntansi penuh dimanfaatkan oleh manajemen untuk penentuan harga jual normal, penentuan harga jual dalam *cost-type contract*, dan penentuan harga jual dalam perusahaan yang diatur dengan peraturan pemerintah. Dalam berbagai penentuan harga jual tersebut, informasi akuntansi penuh yang digunakan sebagai salah satu dasar pertimbangan harga jual produk atau jasa adalah informasi akuntansi penuh masa yang akan datang, kecuali dalam penentuan harga jual *cost-type contract*. Penentuan *cost-type contract* menggunakan biaya penuh masa lalu sebagai dasar penentuan harga jual yang dibebankan kepada pembeli.

Penentuan harga jual dalam keadaan normal menggunakan formula *cost plus pricing*, harga jual dihitung dengan menambahkan laba yang diharapkan dengan biaya penuh yang bersangkutan dengan produk atau jasa. Biaya penuh dapat dihitung dengan pendekatan *full costing* atau *variable costing*, sedangkan laba yang diharapkan dihitung berdasarkan hasil kali tarif kembalian investasi yang diharapkan dengan *capital employed*.

1.5.2. Paradigma Penelitian



1.6 Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian merupakan dugaan atau jawaban sementara terhadap identifikasi masalah penelitian. Oleh karena itu banyaknya hipotesis sesuai dengan banyaknya identifikasi masalah, sebagai berikut:

- 1) Penggunaan informasi akuntansi penuh pada PT. Ever Shine Tex, Tbk. sudah cukup efektif.
- 2) Penentuan harga jual pada PT. Ever Shine Tex, Tbk. sudah cukup baik.
- 3) Penggunaan informasi akuntansi penuh terhadap penentuan harga jual pada PT. Ever Shine Tex, Tbk. sudah cukup efektif.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Manajemen Akuntansi

2.1.1. Pengertian Manajemen Akuntansi

Dalam dunia usaha hal yang paling utama dan penting dalam pengambilan suatu keputusan yang dilakukan oleh seorang manajer adalah suatu informasi yang akurat. Berikut ini beberapa pengertian manajemen akuntansi yang dikemukakan oleh beberapa ahli, diantaranya :

Definisi akuntansi manajemen menurut Chartered Institute of Management Accountant (1994:30) yaitu: Penyatuan bagian manajemen yang mencakup, penyajian dan penafsiran informasi yang digunakan untuk perumusan strategi, aktivitas perencanaan dan pengendalian, pembuatan keputusan, optimalisasi penggunaan sumber daya, pengungkapan kepada pemilik dan pihak luar, pengungkapan kepada pekerja, pengamanan asset.

Atkinson, banker, kaplan, Young (1995, 4) Management accounting is the procces to producing financial and operating information for organizational employees and managers. The procces should be driven by the informational needs of individuals internal to the organization and should guide their operating and investmentdecisiuous.

Menurut Ray H. Garrison, Eric W. Norren, dan Peter C. Brewer (2006) mendefinisikan sebagai berikut : "*Management accounting is the phase of accounting concerned with providing information*

managers for use in planning and controlling operations and decision making."

Menurut Armila Krisna Warindari (2006, 2) mengemukakan bahwa Akuntansi Manajemen merupakan proses identifikasi, pengukuran, pengumpulan, analisis, pencatatan, interpretasi, dan pelaporan kejadian-kejadian ekonomi suatu badan usaha yang dimaksudkan agar manajemen atau pegawai yang diberi wewenang dapat menjalankan fungsi perencanaan, pengendalian, dan pengambilan keputusan.

Menurut Rudianto (2006, 9) mendefinisikan sebagai berikut :

Akuntansi manajemen adalah sistem akuntansi, yakni jenis yang informasi yang dihasilkannya dituunk kepada pihak internal organisasi, seperti manajer keuangan, manajer produksi, manajer pemasaran dan sebagainya guna pengambilan keputusan internal organisasi.

Di pandang dari segi aspek informasi menurut R.A. Supriyono (1993,18) akuntansi dapat didefinisikan sebagai berikut : "Akuntansi adalah aktivitas yang menghasilkan jasa yaitu berfungsi menyajikan informasi kuantitatif yang pada dasarnya bersifat keuangan dari suatu satuan usaha atau organisasi tertentu, informasi tersebut akan dapat dipakai oleh pihak eksternal maupun pihak internal untuk pengambilan keputusan dengan memilih beberapa alternatif". Definisi di atas menjelaskan tentang fungsi akuntansi sebagai sumber informasi keuangan yang dibutuhkan oleh pihak eksternal untuk pengambilan keputusan, dan informasi keuangan tersebut digunakan

oleh pihak internal untuk pengambilan keputusan dalam pemilihan alternatif.

Dari beberapa pengertian diatas bahwa manajemen akuntansi menyediakan informasi bagi para manajer untuk digunakan dalam suatu perencanaan, pengendalian operasional, dan pengambilan keputusan. Selain itu dapat disimpulkan bahwa manajemen akuntansi merupakan suatu sistem yang dapat menyediakan informasi bagi para manajer yang diberikan wewenang untuk membuat keputusan internal perusahaan guna pengambilan keputusan untuk mencapai suatu tujuan perusahaan yang telah ditetapkan.

2.1.2. Fungsi-fungsi Manajemen Akuntansi

Menurut Lili M. Sadeli dan Bedjo Siswanto (2004, 27) menjelaskan bahwa akuntansi manajemen didalam suatu perusahaan memiliki tiga fungsi pokok sebagai berikut :

- a) Seleksi data dan pencatatan.
- b) Analisa data.
- c) Persiapan laporan bagi manajemen.

Menurut Kusnadi, Zainal Arifin, dan Moh. Syadeli (2002, 24), menyatakan bahwa fungsi manajemen akuntansi meliputi :

1) Merencanakan

Manajemen berhubungan dengan merencanakan segala hal yang akan dikategorikan kepada tiga macam, yaitu, (1) Penganggaran

modal, (2) Penganggaran tahunan, (3) Perencanaan jangka pendek, yaitu menyelesaikan persoalan yang sifatnya mendesak.

2) Mengorganisasikan

Manajemen mencari kerangka, menyusun atau menjadwalkan penggunaan sumber daya organisasi dengan cara terbaik guna mencapai tujuan.

3) Mengarahkan

Didalam mengatur aktivitas perusahaan sehari-hari, manajer memerlukan informasi akuntansi yang harus dipenuhi secara konstan.

4) Mengawasi

Pengawasan merupakan aktivitas yang dilakukan secara sadar dengan cara membandingkan hasil yang sebenarnya dengan apa yang direncanakan.

Berdasarkan penjabaran diatas, maka dapat disimpulkan bahwa fungsi manajemen akuntansi meliputi merencanakan, mengorganisasikan, mengarahkan, dan mengawasi suatu sistem pengolahan data keuangan untuk menghasilkan informasi keuangan yang digunakan untuk memungkinkan pengambilan keputusan melakukan pertimbangan berdasarkan informasi dalam pengambilan keputusan. Sebagai suatu sistem pengolahan informasi keuangan

2.1.3. Tujuan Manajemen Akuntansi

Menurut Darsono Prawironegoro (2005, 3) tujuan manajemen akuntansi adalah sebagai berikut :

- 1) Untuk membuat strategi, kebijakan, program kerja, anggaran, dan untuk mengambil keputusan khusus.
- 2) Untuk membuat rencana dan pengawasan kegiatan operasi rutin.
- 3) Untuk pihak luar perusahaan: Pemegang saham, lembaga keuangan, kantor pajak, serikat buruh, dan lain-lain dalam menilai kinerja manajemen.

Sedangkan menurut Lili M. Sadeli dan Bedjo Siswanto (2004, 27) menyatakan bahwa akuntansi manajemen (*management accounting*) diselenggarakan dengan tujuan untuk memberikan informasi yang akurat kepada manajemen untuk aktivitas – aktivitas berikut :

- 1) Perencanaan (*planning*) dan pengendalian (*controlling*) guna operasi harian perusahaan.
- 2) Dipergunakan dalam perencanaan jangka panjang (*long range planning*) yang akan diambil dan dijalankan.
- 3) Dipergunakan dalam rangka membuat kebijakan atau keputusan yang bersifat umum maupun yang bersifat khusus dari suatu perusahaan.

Dari kedua penjelasan yang telah diuraikan diatas dapat disimpulkan bahwa tujuan dari manajemen akuntansi adalah untuk membuat rencana terhadap kegiatan operasional perusahaan serta dapat memberikan informasi kepada pihak manajemen (internal)

mengenai seluruh aktivitas yang ada diperusahaan maupun pada pihak eksternal perusahaan.

2.2. Informasi Akuntansi

2.2.1. Pengertian Informasi Akuntansi

Informasi Akuntansi berasal dari dua kata, yaitu Informasi dan Akuntansi. Informasi itu sendiri adalah data yang telah diproses atau data yang telah memiliki makna atau pengertian. Definisi informasi yang dikemukakan oleh C. West Churman sebagai pengalaman tertulis yang berguna untuk pengambilan keputusan (Anthony dkk 1991 :151).

Sementara itu untuk memberikan definisi akuntansi bukanlah pekerjaan mudah. Banyak definisi yang diberikan oleh para ahli yang bisa berbeda satu sama lain menurut pandangannya masing-masing.

"Akuntansi sering kali dinyatakan sebagai bahasa perusahaan (*language of business*) yang berguna untuk memberikan informasi yang dapat digunakan dalam proses pengambilan keputusan. Informasi ini merupakan data yang disajikan/diperoleh perusahaan yang bersifat keuangan dan dinyatakan dalam istilah-istilah moneter "
(Widjaya Tunggal 1997:1)

Definisi akuntansi dipandang sebagai suatu sistem untuk menyediakan informasi (terutama keuangan) kepada siapa saja yang

harus membuat keputusan dan mengendalikan penerapan keputusan tersebut (Arnold 1990 :5)

Selanjutnya American Accounting Association seperti yang dikutip oleh Peter Atrill dan Eddie Mc Laney dalam bukunya *Management Accounting An Active Learning Approach* (1994:14) memberikan definisi Akuntansi sebagai :

" The process of identifying, measuring, and communicating economic information to permit informed judgements and decisions by the users of the information."

Definisi ini menekankan pada peran pengambilan keputusan akuntansi dan menerapkan akuntansi keuangan dan manajemen. Definisi ini juga menekankan bahwa informasi akuntansi tidak akan berguna kecuali bila dapat membantu manajer untuk membuat keputusan yang lebih baik. Jadi informasi akuntansi dapat didefinisikan sebagai data terolah yang berasal dari suatu proses identifikasi, pengukuran dan penghubungan informasi yang bersifat ekonomis agar dapat diambil keputusan dan kebijaksanaan.

2.2.2. Jenis Informasi Akuntansi

Akuntansi manajemen tiga tipe: informasi akuntansi penuh (*full accounting information*), informasi akuntansi diferensial (*differential accounting information*), dan informasi akuntansi pertanggungjawaban (*responsibility accounting information*). Ketiga

informasi akuntansi manajemen tersebut dapat meliputi aktiva, pendapatan, dan atau biaya. Informasi akuntansi manajemen menyangkut informasi masa lalu dan informasi masa yang akan datang, tergantung untuk apa informasi itu disajikan.

1) Informasi Akuntansi Penuh (*Full Accounting Information*)

Pembahasan Informasi Akuntansi Penuh selalu bersangkutan dengan objek informasi (*information objective*). Objek informasi dapat berupa produk, keluarga produk, aktivitas, departemen atau perusahaan secara keseluruhan. Informasi akuntansi penuh adalah seluruh aktiva, seluruh pendapatan yang diperoleh, atau seluruh sumber yang dikorbankan suatu objek informasi.

2) Informasi Akuntansi Diferensial (*Differential Accounting Information*)

Informasi Akuntansi Diferensial merupakan taksiran perbedaan aktiva, pendapatan, dan atau biaya dalam alternatif tindakan tertentu dibandingkan dengan alternatif tindakan yang lain. Informasi akuntansi diferensial mempunyai dua unsur pokok; merupakan informasi masa yang akan datang dan berbeda di antara alternatif yang dihadapi oleh pengambil keputusan. Informasi ini diperlukan oleh manajemen untuk pengambilan keputusan mengenai pemilihan alternatif tindakan yang terbaik diantara alternatif yang tersedia. Karena pengambilan keputusan selalu mengangkut masa depan, maka

informasi akuntansi yang relevan adalah informasi masa yang akan datang pula. Oleh karena itu pada informasi akuntansi diferensial ini selalu selalu bersangkutan dengan masa yang akan datang. Karena pengambilan keputusan selalu menyangkut pemilihan alternatif diantara berbagai alternatif yang tersedia, maka informasi akuntansi yang bermanfaat adalah informasi akuntansi yang berbeda di antara tiap-tiap alternatif yang akan dipilih.

3) Informasi Akuntansi Pertanggungjawaban (*Responsibility Accounting Information*).

Informasi akuntansi pertanggungjawaban merupakan keluaran sistem akuntansi pertanggungjawaban. Konsep informasi akuntansi pertanggungjawaban telah mengalami perkembangan, sejalan dengan metode pengendalian biaya yang digunakan oleh perusahaan. Dalam sistem akuntansi pertanggungjawaban tradhisional, informasi akuntansi pertanggungjawaban merupakan informasi aktiva, pendapatan dan atau biaya, yang dihubungkan dengan manajer yang bertanggungjawab atas pusat pertanggungjawaban tertentu. Dalam *activity-based responsibility accounting system*, informasi akuntansi pertanggungjawaban adalah informasi aktiva, pendapatan, dan atau biaya yang dihubungkan dengan aktivitas penambah dan bukan penambah nilai.

(<http://merah-saga.blogspot.com/2009/06/kegunaan-informasi-akuntansi-manajemen.html>)

2.2.3. Penggunaan dan Manfaat Informasi Akuntansi

Bila ditinjau dari sudut penggunaan, informasi akan sangat berguna sebagai dasar untuk pengambilan keputusan. Dalam hal ini terdapat dua golongan utama para pemakai informasi akuntansi, yaitu pihak eksternal organisasi perusahaan dan pihak internal organisasi perusahaan.

Manajemen sebagai pihak internal perusahaan lebih memusatkan perhatian pada relevansi informasi untuk pengendalian manajerial dan keputusan manajemen. Sedangkan pihak ekstern pada umumnya lebih menitik beratkan pada pengukuran pendapatan untuk suatu periode khusus baik bulanan maupun tahunan untuk membuat keputusan ekonomi terhadap perusahaan tersebut. Informasi tersebut dapat diperoleh dalam laporan keuangan yang menggambarkan kondisi perusahaan pada akhir periode.

Secara umum Horngren dkk (1996 : 4) merumuskan pemakai dan manfaat informasi akuntansi dalam 3 kategori, yaitu:

- 1) Manajer internal, yang menggunakan informasi untuk perencanaan jangka pendek dan pengendalian rutin operasi,
- 2) Manajer internal, yang menggunakan informasi untuk membuat keputusan-keputusan non rutin (seperti investasi pada peralatan, penetapan harga produk dan jasa) dan

memformulasikan seluruh kebijaksanaan/keseluruhan dan rencana-rencana jangka panjang,

- 3) Pihak luar, seperti investor dan pemerintah yang berwenang yang menggunakan informasi untuk membuat keputusan tentang perusahaan.

Sementara itu IAI (1994:3) mengelompokkan pemakai dan manfaat informasi akuntansi kedalam beberapa kelompok berikut :

a) Investor

Mereka membutuhkan informasi untuk membantu menentukan apakah membeli, menahan atau menjual investasi tersebut. Pemegang saham juga tertarik pada informasi yang memungkinkan mereka untuk menilai kemampuan perusahaan untuk membayar dividen.

b) Karyawan

Karyawan memerlukan informasi mengenai stabilitas dan profitabilitas perusahaan disamping kemampuan perusahaan untuk memberikan balas jasa, manfaat pensiun dan kesempatan kerja.

c) Pemberi pinjaman

Pemberi pinjaman tertarik dengan informasi keuangan untuk memutuskan apakah pinjaman dan bunganya dapat dibayar pada saat jatuh tempo.

d) Pemasok dan kreditor lainnya

Mereka tertarik dengan informasi yang memungkinkan mereka untuk memutuskan apakah jumlah yang terutang akan dibayar pada saat jatuh tempo.

e) Pelanggan

Para pelanggan berkepentingan dengan informasi mengenai kelangsungan hidup perusahaan terutama bila terlibat dalam perjanjian dengan perusahaan.

f) Pemerintah

Mereka membutuhkan informasi untuk mengatur aktifitas perusahaan, menetapkan kebijakan pajak dan sebagai dasar penyusunan statistik.

g) Masyarakat

Masyarakat dapat mengetahui kontribusi perusahaan dalam perekonomian nasional, trend dan perkembangan terakhir kemakmuran perusahaan serta rangkaian aktifitasnya.

Menurut MULYADI (2001, 47) Akuntansi manajemen sebagai suatu tipe informasi dikelompokkan menjadi tiga, yaitu informasi akuntansi penuh, informasi akuntansi diferensial dan informasi akuntansi pertanggungjawaban. Informasi akuntansi penuh (*full accounting information*) dapat mencakup informasi masa lalu maupun informasi masa yang akan datang. Informasi akuntansi penuh yang berisi informasi masa yang lalu bermanfaat untuk pelaporan informasi keuangan kepada manajemen puncak dan pihak luar perusahaan, analisis kemampuan untuk menghasilkan laba, mengetahui biaya yang telah dikeluarkan untuk suatu kegiatan, dan penentuan harga jual dalam *cost-type contract*. Informasi akuntansi penuh yang berisi informasi masa yang akan datang bermanfaat untuk penyusunan program, penentuan harga jual normal, penentuan harga transfer, dan penentuan harga jual yang diatur dengan peraturan pemerintah. Informasi akuntansi diferensial (*differential accounting information*) merupakan taksiran perbedaan aktiva, pendapatan dan biaya dalam alternatif tindakan tertentu dibandingkan dengan alternatif tindakan yang lain. Informasi

akuntansi diferensial mempunyai dua unsur pokok yaitu merupakan informasi masa yang akan datang dan berbeda di antara alternatif yang dihadapi oleh pengambil keputusan. Informasi ini diperlukan oleh manajemen untuk pengambilan keputusan mengenai pemilihan alternatif tindakan yang terbaik di antara alternatif yang tersedia. Informasi akuntansi pertanggungjawaban (*responsibility accounting information*) merupakan informasi aktiva, pendapatan dan biaya yang dihubungkan dengan manajer yang bertanggung jawab atas pusat pertanggungjawaban tertentu. Informasi ini dapat dijadikan dasar untuk menganalisis kinerja manajer dan sekaligus untuk memotivasi para manajer dalam melaksanakan rencana mereka yang dituangkan dalam anggaran mereka masing-masing. Informasi akuntansi pertanggungjawaban menekankan hubungan antara informasi keuangan dengan manajer yang bertanggungjawab terhadap perencanaan dan pelaksanaannya sehingga informasi ini merupakan informasi yang sangat penting dalam proses pengendalian manajemen.

2.3. Informasi Akuntansi Penuh

2.3.1. Pengertian Informasi Akuntansi Penuh

MULYADI (2001, 48) Informasi akuntansi penuh adalah seluruh aktiva, seluruh pendapatan yang diperoleh dan seluruh sumber yang dikorbankan suatu objek informasi. Unsur yang membentuk informasi akuntansi penuh adalah total aktiva, total pendapatan dan

total biaya. Jika informasi akuntansi penuh berupa aktiva disebut dengan aktiva penuh (*full assets*). Informasi akuntansi penuh yang berupa sumber yang dikorbankan untuk suatu objek informasi disebut dengan biaya penuh (*full costs*). Objek informasi dapat berupa produk, keluarga produk, departemen, divisi, aktivitas atau perusahaan sebagai keseluruhan. Sedangkan informasi akuntansi penuh berupa pendapatan disebut dengan pendapatan penuh (*full revenues*).

<http://blogelyteknologi.blogspot.com/2008/03/informasi-akuntansi-penuh.html>

2.3.2. Manfaat Informasi Akuntansi Penuh

Selain berguna untuk menentukan harga jual di perusahaan, informasi akuntansi penuh juga memiliki manfaat lain. Menurut para ahli mengemukakan beberapa pendapat atas manfaat informasi akuntansi penuh yaitu:

Informasi akuntansi penuh mencakup informasi masa lalu maupun informasi masa yang akan datang. Informasi akuntansi penuh yang berisi informasi masa lalu bermanfaat untuk: pelaporan informasi keuangan kepada manajemen puncak dan pihak luar perusahaan, analisis kemampuan menghasilkan laba, pemberian jawaban atas pertanyaan “berapa biaya yang telah dikeluarkan untuk sesuatu”, dan penentuan harga jual dalam *cost type contract*. Informasi akuntansi penuh yang berisi informasi masa yang akan datang bermanfaat untuk: penyusunan program, penentuan harga jual normal, penentuan harga transfer, dan penentuan harga jual yang diatur oleh pemerintah.

<http://forddine.blogspot.com/2009/06/akuntansi-manajemen.html>

Menurut Muyladi (2001, 54). Informasi akuntansi penuh bermanfaat bagi manajemen untuk:

1) Pelaporan keuangan

Pelaporan keuangan terbagi menjadi dua yaitu pelaporan keuangan kepada pihak luar dan pelaporan keuangan pada manajemen puncak. Pelaporan keuangan memerlukan informasi akuntansi penuh yang berupa informasi masa lalu. Informasi akuntansi penuh masa lalu yang bermanfaat adalah aktiva penuh, pendapatan penuh dan biaya penuh.

2) Analisis kemampuan menghasilkan laba (*profitability analysis*)

Analisis kemampuan menghasilkan laba dapat diterapkan dalam berbagai objek informasi, diantaranya produk, keluarga produk (*product line*), aktivitas (*activities*), atau unit organisasi.

3) Mengetahui biaya yang telah dikeluarkan untuk sesuatu

Untuk mengetahui berapa biaya sesuatu, informasi akuntansi penuh yang bermanfaat adalah biaya penuh masa lalu yang berkaitan dengan objek biaya. Biaya penuh yang telah dikeluarkan untuk sesuatu berperan bagi manajemen dalam:

- (1) Evaluasi konsumsi sumber daya yang dikorbankan untuk sesuatu
- (2) Penyediaan informasi untuk memungkinkan manajemen melongok struktur biaya perusahaan pesaing yang digunakan untuk menghasilkan produk berupa barang atau jasa
- (3) Pengambilan keputusan membeli atau membuat sendiri
- (4) Penentuan harga jual produk (barang atau jasa)
- (5) Penyediaan kemudahan dalam penghilangan pemborosan dengan menyediakan informasi biaya untuk aktivitas bukan penambah nilai
- (6) Penyediaan informasi untuk *improvement* terhadap tingkat kemampuan barang atau jasa dalam menghasilkan laba dengan memantau total biaya daur hidup barang atau jasa
- (7) Penyediaan informasi untuk memungkinkan manajemen melakukan perencanaan, pengendalian

dan pengambilan keputusan tentang biaya mutu
(*quality cost*)

(8) *Cost reimbursement*

(9) *Inventory costing*

4) Penentuan harga jual dalam *cost type contract*

Penentuan harga jual dalam *cost type contract* memerlukan informasi akuntansi penuh berupa biaya penuh masa lalu.

5) Penentuan harga jual normal

Informasi akuntansi penuh masa yang akan datang yang bermanfaat dalam penentuan harga jual normal adalah aktiva penuh dan biaya penuh. Biaya penuh yang dipakai sebagai dasar penentuan harga jual normal dapat dihitung dengan salah satu dari tiga pendekatan, yaitu *full costing*, *variable costing* atau *activity-based costing*.

6) Penentuan harga transfer

Ada dua macam pendekatan yang digunakan untuk menentukan harga transfer, yaitu penentuan harga transfer atas dasar biaya (*cost-based transfer price*) dan penentuan harga transfer atas dasar harga pasar (*market-based transfer price*).

7) Penentuan harga jual yang diatur dengan peraturan pemerintah

Informasi akuntansi penuh masa yang akan datang yang bermanfaat dalam penentuan harga jual yang diatur dengan peraturan pemerintah adalah aktiva penuh dan biaya penuh. Biaya penuh yang dipakai sebagai dasar penentuan harga jual yang diatur dengan peraturan pemerintah dihitung dengan menggunakan pendekatan *full costing*.

8) Penyusunan program

Dalam penyusunan program, manajemen memerlukan informasi akuntansi penuh masa yang akan datang berupa aktiva penuh, pendapatan penuh dan biaya penuh.

2.4. Harga Jual

2.4.1. Pengertian Harga Jual

Menurut Eva Zhoriva Yusuf dan Lesley W (2007, 181) definisi dari suatu harga jual adalah sejumlah uang atau nilai yang ditetapkan untuk ditukar dengan suatu barang atau jasa. Penetapan harga jual sangat penting bagi suatu organisasi atau perusahaan, harga berdampak pada profitabilitas, bagian pasar, dan posisi persaingan.

Program penetapan harga merupakan pemilihan yang dilakukan perusahaan terhadap tingkat harga umum yang berlaku untuk produk tertentu, relatif terhadap tingkat harga para pesaing. Tujuan-tujuan penetapan harga jual biasanya dinyatakan dalam kaitannya dengan tingkat laba, dengan penjualan, atau untuk mempertahankan harga.

Menurut Hansen & Mowen (2005) mengemukakan bahwa "Harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan".

2.4.2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga Jual

Menurut Mas'ud (1996, 93) banyak faktor yang mempengaruhi penetapan harga jual baik dipandang dari barang yang akan dijual atau pasarnya dan tak kalah pentingnya adalah biaya yang digunakan untuk membuat barang tersebut. Apabila digambarkan secara ringkas faktor-faktor yang mempengaruhi harga adalah sebagai berikut :

- 1) **Faktor Laba** : Laba pada umumnya merupakan tujuan utama dari suatu perusahaan, oleh sebab itu pihak perusahaan berusaha memaksimalkan laba dengan berusaha meraih hasil penjualan yang tinggi dan menggunakan biaya dengan rendah.
- 2) **Situasi Pasar** : Situasi pasar yang berpengaruh pada penentuan harga jual dalam hal ini bisa dibagi menjadi tiga yaitu :
 - (a) **Situasi Persaingan**
 - (b) **Elastisitas Permintaan**
 - (c) **Sifat Produk**
- 3) **Biaya Produksi dan Operasi** : Ada dua hal yang harus diperhatikan oleh perusahaan mengenai kebijakan penentuan harga jual yang berhubungan dengan biaya produksi dan operasi, yaitu :
 - (a) **Struktur Biaya** : Komposisi antara biaya tetap dengan biaya variabel.
 - (b) **Kebijaksanaan dari struktur biaya** : Kebijakan merupakan faktor yang dominan dalam penentuan harga jual dengan berdasarkan perhitungan akuntansi yang berkenaan dengan biaya.

Harga dari sebuah produk atau jasa bergantung pada permintaan dan penawaran. Tiga pengaruh atas permintaan dan penawaran adalah pelanggan, pesaing, dan biaya. Menurut Horngren, Datar, dan Foster (2005) menyatakan faktor yang mempengaruhi harga jual adalah:

- 1) **Pelanggan;** pelanggan mempengaruhi harga melalui pengaruh mereka pada permintaan atas suatu produk atau jasa. Perusahaan harus selalu menguji keputusan penentuan harga melalui pelanggan mereka. Harga yang terlalu tinggi dapat menyebabkan pelanggan menolak produk suatu perusahaan dan memilih produk pengganti atau yang bersaing.
- 2) **Pesaing;** tidak ada bisnis yang beroperasi dalam keadaan hampa. Perusahaan harus menyadari tindakan dari para pesaingnya. Pada satu sisi, produk alternatif atau produk pengganti dari kompetitor dapat mempengaruhi permintaan dan memaksa sebuah perusahaan untuk menurunkan harganya. Di sisi lainnya, sebuah perusahaan yang tidak memiliki pesaing dapat menetapkan harga yang lebih tinggi. Saat terdapat pesaing, pengetahuan tentang teknologi si pesaing, kapasitas pabrik, dan kebijakan operasi membuat sebuah perusahaan mampu memperkirakan biaya pesaingnya informasi yang berharga dalam menetapkan harga. Karena persaingan mencakup batasan Internasional, biaya dan keputusan penentuan harga juga terpengaruh oleh fluktuasi nilai tukar mata uang antar negara.
- 3) **Biaya;** biaya mempengaruhi harga karena biaya mempengaruhi penawaran. Semakin rendah biaya produksi sebuah produk relatif terhadap harga yang dibayarkan pelanggan, semakin besar kuantitas produk yang bersedia ditawarkan oleh perusahaan.

(Indeks, 2005, 494-495)

2.4.3. Pendekatan dalam Penentuan Harga Jual

Menurut MULYADI (2001, 348-355) Harga jual produk dan jasa pada umumnya ditentukan dari jumlah semua biaya ditambah jumlah tertentu yang disebut '*mark up*'. cara penentuan harga jual tersebut dikenal dengan Pendekatan '*cost-plus*' (*cost-plus approach*).

Harga jual produk atau jasa dalam keadaan normal ditentukan dengan formula sebagai berikut :

Harga Jual = Taksiran Biaya Penuh + Laba Yang Diharapkan

Dengan menggunakan cara perhitungan di atas, kita dapat mengetahui taksiran biaya penuh dengan pendekatan *full costing* agar dapat menentukan harga jual normal.

Taksiran biaya penuh dapat dihitung dengan pendekatan *full costing* yaitu:

Dalam pendekatan *full costing* perhitungan taksiran biaya penuh adalah sebagai berikut:

Biaya bahan baku	Rpxxx	
Biaya tenaga kerja langsung	Rpxxx	
Biaya overhead pabrik (tetap+variabel)	Rpxxx +	
Taksiram total biaya produksi		Rpxxx
Biaya administrasi dan umum	Rpxxx	
Biaya pemasaran	Rpxxx+	
Taksiran total biaya komersial		Rpxxx
Taksiran biaya penuh		<u>Rpxxx</u>

2.4.4. Metode Penetapan Harga Jual

Metode yang hanya memasukkan biaya produksi variabel disebut metode penentuan/pendekatan biaya variabel (*variable costing method*), adapun yang memasukkan unsur variabel dan unsur tetap disebut metode penentuan/pendekatan biaya penuh (*full costing method*).

Elemen-elemen biaya produksi menurut Slamet Sugiri dan Sulastiningsih yaitu sebagai berikut:

- 1) *Variable costing*, biaya produksi hanya terdiri atas biaya produksi variabel saja, yakni terdiri atas biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan *factory overhead* variabel. *Variable costing* tidak memasukkan biaya *overhead* tetap sebagai elemen biaya produk, melainkan sebagai biaya periode. Dalam penentuan laba-rugi periodik, biaya tersebut segera diakui pada periode dikeluarkannya.
- 2) *Full (absorption) costing*, biaya produk meliputi seluruh komponen biaya untuk membuat produk. Biaya produk menurut metode ini meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* variabel, dan biaya *overhead* tetap. (Slamet Sugiri dan Sulastiningsih. 2004, 46)

Slamet Sugiri dan Sulastiningsih menjelaskan cara menentukan persentase *markup*. *Mark up* dibentuk untuk menutup:

- 1) Biaya selain biaya yang menjadi dasar perhitungan, dan
- 2) Laba yang diinginkan.

Jika salah menentukan persentase *mark up*, maka biaya tersebut dan laba yang diinginkan tidak dapat ditutup oleh harga jual. (Slamet Sugiri dan Sulistiningsih. 2004, 117)

Adapun beberapa rumus penetapan harga jual yaitu:

$$\text{Harga Jual} = \text{Biaya Produksi} + \text{Biaya Non-Produksi} + \text{Laba Yang Diharapkan}$$

Cost plus Pricing:

$$\text{Sales Price} = \text{Cost} + (\% \text{tase Mark up} \times \text{Cost})$$

Sedangkan bila menggunakan metode dengan pendekatan *full costing*, harga jual dihitung dengan rumus:

$$\text{Harga Jual} = \text{Biaya Produksi} + \text{Mark up}$$

$$\text{Mark up} = \frac{\text{Target ROI} + \text{Biaya Non Produksi}}{\text{Vol. dlm Unit} \times \text{Hp. Produk per Unit}} \times 100\%$$

$$\text{Mark up} = \frac{(\% \times \text{aktiva penuh}) + \text{Biaya Non Produksi}}{\text{Vol. dlm Unit} \times \text{Hp. Produk per Unit}} \times 100\%$$

(Diktat Kuliah Managerial Accounting. Edhi Asmirantho., MM., SE. :36)

penetapan harga jual tetapi yang sering dipakai adalah 5 metode sebagai berikut :

1) *Gross Margin Pricing*

Metode penetapan harga jual dengan *gross margin pricing* pada umumnya tepat digunakan oleh perusahaan peredagangan dimana jenis perusahaan ini tidak membuat sendiri produk yang dijual sehingga tidak banyak aktiva tetap yang digunakan. Caranya dengan menentukan persentase *Mark Up*. Persentase ini meliputi

dua komponen yaitu bagian untuk menutupi biaya produksi dan bagian yang merupakan laba yang diharapkan. Berbagai macam faktor yang mempengaruhi besarnya *Mark Up*, diantaranya :

- Musiman / tidak produksinya
- Biaya operasinya tinggi / rendah
- Aktiva (modal) yang digunakan besar / kecil
- Persaingan tajam / tidak

Penetapan harga jual dengan metode ini yaitu dengan menentukan biaya barang yang dijual dengan menambahkan markup yang diharapkan, maka rumusnya sebagai berikut :

$$\text{Cost Produk} + (\% \text{ mark Up} \times \text{dasar penentuan Mark Up})$$

2) *Direct Cost Pricing*

Metode ini dikenal juga dengan nama *Marginal Income Pricing* karena hanya memperhitungkan biaya-biaya yang berhubungan secara proporsional dengan volume sehingga menghasilkan *marginal income*. Rumusnya sebagai berikut :

$$(\text{Biaya produksi variabel} + \text{Biaya lain-lain variabel}) + (\% \text{ yang diinginkan} \times \text{dasar penetapan laba})$$

3) *Full Costing Pricing*

Penentuan harga jual dengan metode ini hanya biaya-biaya variabel saja yang dimasukkan sebagai dasar perhitungan harga jual. Harga jual bisa dihitung sebagai berikut :

$$\text{Biaya produksi total} + \text{margin (biaya produksi total)} + \text{biaya operasi}$$

4) *Time and Material Pricing*

Dalam metode ini tarif tertentu ditentukan dari upah langsung dan tarif lainnya dari bahan baku masing-masing, tarif ini dijadikan satu ditambah jumlah tertentu dari biaya tak langsung serta laba yang diharapkan.

5) *Return on Capital Employed Pricing*

Metode ini prosedurnya dengan menentukan persentase *Mark Up* tertentu dari *capital employed*, yaitu kapital yang dianggap mempunyai peranan dalam memproduksi barang. Rumusnya :

$$\text{Harga Jual} = \frac{\text{Total Cost} + (\% \times \text{Total capital employed})}{\text{Volume penjualan dalam unit}}$$

2.5. Penggunaan Informasi Akuntansi Penuh Terhadap Penentuan Harga Jual

Pada hakekatnya, penggunaan informasi akuntansi penuh di perusahaan adalah selain hanya untuk sebagai informasi saja, tetapi juga dapat digunakan sebagai penentu harga jual yang cukup efektif. Karena unsur-unsur yang terdapat di dalam informasi akuntansi sangat berperan penting dalam penentuan harga jual tersebut.

SUPRIYONO (1991, 332) Keputusan penentuan harga jual biasanya harus dibuat berulang-ulang karena harga jual dipengaruhi oleh perubahan lingkungan eksternal dan internal. Perubahan harga jual bertujuan agar harga jual yang baru dapat mencerminkan biaya saat ini (*current cost*) atau bahkan biaya masa depan (*future cost*), kondisi pasar, reaksi pesaing, laba atau return yang diinginkan.

Maka dari itu, penggunaan informasi akuntansi penuh terhadap penentuan harga jual di perusahaan memiliki peran yang sangat penting. Karena dari setiap unsur informasi akuntansi tersebut perusahaan dapat menentukan harga jual yang sebagai mana mestinya sesuai dengan anggaran biaya-biaya yang menyangkut kegiatan produksi. Keputusan penentuan harga jual yang diambil harus sesuai dengan kondisi perekonomian sekarang ini, jadi harga jual yang ditawarkan dapat menjadi pertimbangan konsumen/kostumer untuk memilih produk yang ditawarkan perusahaan dalam memenuhi kebutuhannya.

Penetapan harga merupakan tugas kritis yang menunjang keberhasilan operasi organisasi profit maupun non profit. Harga merupakan satu-satunya unsur yang memberikan pendapatan bagi suatu organisasi atau perusahaan. Namun keputusan mengenai harga tidak mudah dilakukan. Di satu sisi harga yang terlalu mahal dapat meningkatkan laba jangka pendek, tetapi di sisi lain akan sulit dijangkau konsumen. Penentuan harga jual yang salah dapat berakibat fatal terhadap masalah keuangan perusahaan (Laba), dan akan mempengaruhi kontinuitas usaha perusahaan misalnya kerugian yang terus menerus atau menimbulkan produksi digudang karena macetnya pasaran. (SKRIPSI, SYAM, 2009)

Pada dasarnya, dalam keadaan normal, harga jual produk atau jasa harus dapat menutup biaya penuh yang bersangkutan dengan produk atau jasa dan menghasilkan laba yang dikehendaki. Biaya penuh merupakan total pengorbanan sumber daya untuk menghasilkan produk atau jasa, sehingga semua pengorbanan ini harus ditutup oleh pendapatan yang diperoleh dari

penjualan produk atau jasa (MULYADI, 2001, 346). Dalam keadaan normal, manajer penentu harga jual sangat memerlukan unsur informasi akuntansi penuh yaitu biaya penuh masa yang akan datang sebagai dasar penentuan harga jual produk atau jasa.

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Objek yang diteliti adalah penggunaan informasi akuntansi penuh terhadap penentuan harga jual dimana pada variabel X adalah penggunaan informasi akuntansi penuh dan pada variabel Y adalah penentuan harga jual pada PT. Ever Shine Tex, Tbk. yang terletak di Jl. Raya Bogor KM. 50 Ciluar – Bogor. Dengan variabel yang penulis teliti adalah penggunaan informasi akuntansi penuh sebagai variabel X (Independent) dan penentuan harga jual sebagai variabel Y (Dependent). PT. Ever Shine Tex, Tbk. adalah perusahaan yang bergerak di bidang fesyen, baik pakaian jadi maupun bahan-bahan untuk membuat pakaian. Dalam operasi kegiatan usaha PT. Ever Shine Tex, Tbk. adalah melaksanakan kegiatan pembuatan pakaian jadi atau garmen, tekstil, dan pembuatan bahan-bahan untuk mempuat pakaian seperti benang, dan lain-lain.

3.2. Metode Penelitian

3.2.1. Desain Penelitian

Desain penelitian adalah seluruh proses perencanaan dan pelaksanaan suatu penelitian. Desain penelitian merupakan rencana tentang cara mengumpulkan dan menganalisis data agar dapat dilaksanakan secara ekonomis serta elemen-elemen desain penelitian adalah:

1) Jenis, Metode, dan Teknik Penelitian

(a) Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah verifikatif dengan metode yang bertujuan untuk menguji hipotesis, yang umumnya merupakan penelitian yang menjelaskan fenomena dalam bentuk hubungan antara variabel.

(b) Metode Penelitian

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian adalah metode studi kasus, yaitu penelitian tentang status suatu objek penelitian yang berkenaan dengan fase spesifik atau khas dari keseluruhan personalitas.

(c) Teknik Penelitian

Dalam hal ini penelitian yang penulis gunakan adalah teknik penelitian statistik kuantitatif yaitu suatu teknik penelitian yang digunakan terhadap penelitian yang bersifat atau dalam bentuk angka dan bisa di ukur serta di hitung.

2) Unit Analisis

Unit analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah bagian produksi dan keuangan divisi garmen pada PT. Ever Shine Tex, Tbk.

3.2.2. Operasionalisasi Variabel

Tabel 3.1

Operasionalisasi Variabel
PENGGUNAAN INFORMASI AKUNTANSI PENUH
TERHADAP PENENTUAN HARGA JUAL
Studi Kasus Pada PT. Ever Shine Tex, Tbk.

No.	Variabel/Sub Variabel	Indikator	Skala
1	Penggunaan Informasi Akuntansi Penuh	1. Aktiva penuh 2. Pendapatan penuh 3. Biaya variable & biaya tetap	<ul style="list-style-type: none"> • Ratio • Ratio • Ratio
2	Penentuan Harga Jual	1. Biaya bahan baku 2. BTKL 3. Biaya Overhead 4. Biaya Non Produksi 5. <i>Mark Up</i> 6. <i>Cost Plus Pricing</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Ratio • Ratio • Ratio • Ratio • Ratio • Ratio

3.2.3. Prosedur Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data yaitu sebagai berikut :

- a) *Field Research* (Studi Lapangan), terdiri dari:

(1) Wawancara

Wawancara, yaitu proses interaksi dan komunikasi untuk memperoleh data yang diperlukan. Dalam hal ini penulis melakukan wawancara dengan pihak-pihak yang berwenang yang berhubungan langsung dengan permasalahan yang diteliti.

(2) Observasi

Observasi, yaitu pengamatan langsung ke perusahaan, tentang masalah yang dibahas sesuai dengan judul yang dibuat oleh peneliti. Dengan cara melihat dan menganalisis kegiatan perusahaan. Dengan harapan dapat memperjelas informasi dan data yang telah diperoleh sebelumnya.

b) *Library Research* (Studi Pustaka)

Studi pustaka yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari teori-teori dari beberapa *literature* melalui buku-buku, majalah, dan sebagainya yang ada hubungannya dengan judul penelitian.

3.2.4. Metode Analisis

Penerapan metode analisis ini akan diterapkan pada data perusahaan tahun 2007 dan tahun 2008. Tetapi tiap masing-masing tahun, perhitungan dipecah menjadi semesteran. Jadi pada tahun 2007 dibagi 2 semester yang tiap semesternya terdapat 6 bulan, begitu pula pada tahun 2008. analisis ini akan dilakukan selama 4 semester di tahun 2007 dan tahun 2008.

Di dalam metode ini, penyusun melakukan penerapan analisis pada produk celana dan jaket, karena dibandingkan dengan produk lain, dalam tiap tahunnya kedua produk ini menjadi unggulan di perusahaan ini. Sehingga tiap periode atau semesternya terjadi perubahan harga karena dipengaruhi oleh permintaan pelanggan.

Metode yang digunakan dalam perhitungan akuntansi penuh dan harga jual :

- 1) analisa akuntansi penuh adalah metode yang digunakan untuk mengetahui total biaya, total pendapatan dan total aktiva dalam suatu perusahaan. Yang selanjutnya akan diinformasikan kepada manajemen untuk dasar penentuan harga jual.

berikut unsur – unsur yang terdapat pada informasi akuntansi penuh adalah :

(a) Total Aktiva

Total aktiva didapat dari perhitungan penjumlahan seluruh aktiva, baik aktiva lancar maupun aktiva tidak lancar. Unsur-unsur yang terdapat pada aktiva lancar dan aktiva tidak lancar :

- Aktiva lancar = Kas + Piutang + Persediaan + surat-surat berharga + biaya dibayar di muka
- Aktiva Tidak Lancar = investasi + aktiva tetap + aktiva tidak berwujud + aktiva lain-lain

Total Aktiva = Aktiva Lancar + Aktiva Tidak Lancar

(b) Total Biaya

Total biaya adalah keseluruhan jumlah ongkos produksi yang dikeluarkan perusahaan. Yaitu :

Total Biaya = Total biaya tetap + total biaya variable

Total biaya tetap adalah keseluruhan ongkos yang dikeluarkan perusahaan untuk memperoleh faktor produksi yang tidak dapat diubah jumlahnya (contoh : mesin, bangunan pabrik)

• Bahan baku	XXX	
• Tenaga kerja	XXX	
• Overhead pabrik (variabel+tetap)	<u>XXX</u>	
• Taksiran total biaya produksi		XXX
• Administrasi dan umum	XXX	
• Pemasaran	<u>XXX</u>	
• Taksiran total biaya komersial		<u>XXX</u>
• Taksiran biaya penuh		<u><u>XXX</u></u>

Total biaya tidak tetap adalah keseluruhan ongkos yang dikeluarkan perusahaan untuk memperoleh faktor produksi yang dapat diubah-ubah jumlahnya (contoh: tenaga kerja, bahan mentah).

Biaya variable:

• bahan baku	XXX
• tenaga kerja	XXX
• overhead pabrik variable	<u>XXX</u>

- taksiran total biaya produksi variable xxx
- administrasi dan umum variable xxx
- pemasaran variabel xxx
- taksiran total biaya variabel xxx

Biaya tetap:

- overhead pabrik tetap xxx
- administrasi dan umum tetap xxx
- pemasaran tetap xxx
- taksiran total biaya tetap xxx
- taksiran biaya penuh xxx

(c) Total Pendapatan

Laba = Pendapatan Total – (Biaya Variabel Total +
Biaya Tetap Total)

Yang artinya sama dengan:

Pendapatan Total = Biaya Tetap Total + Biaya
Variabel Total + Laba

Namun dalam kesempatan ini, penulis akan menggunakan total biaya penuh dalam menentukan harga jual peroduk di perusahaan. Yaitu dengan menggunakan pendekatan *full costing*.

- 2) Harga jual produk dan jasa pada umumnya ditentukan dari jumlah semua biaya ditambah jumlah tertentu yang disebut

'*mark up*'. cara penentuan harga jual tersebut dikenal dengan pendekatan '*cost-plus*' (*cost-plus approach*).

Harga jual produk atau jasa dalam keadaan normal ditentukan dengan formula sebagai berikut :

Harga Jual = Taksiran Biaya Penuh + Laba Yang Diharapkan

Cost plus Pricing:

$$\text{Sales Price} = \text{Cost} + (\% \text{tase Mark up} \times \text{Cost})$$

$$\text{Mark up} = \frac{\text{Target ROI} + \text{Biaya Non Produksi}}{\text{Vol. dlm Unit} \times \text{Hp. Produk per Unit}} \times 100\%$$

$$\text{Mark up} = \frac{(\% \text{ x aktiva penuh}) + \text{Biaya Non Produksi}}{\text{Vol. dlm Unit} \times \text{Hp. Produk per Unit}} \times 100\%$$

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

4.1.1. Sejarah dan Perkembangan Perusahaan

PT. Ever Shine Tex, Tbk. didirikan pada tahun 1974 dan didaftarkan di pasar bursa pada tahun 1992. PT. Ever Shine Tex, Tbk. dan bersama 2 cabang yang dimiliki yaitu PT. Indo Yong Tex Jaya dan PT. Prima Rajuli Sukses adalah suatu pabrikan tekstil yang terintegrasi dari pemintalan, menenun, perajutan, hingga penyelesaian. PT Ever Shine Tex Tbk yang terakreditasi dengan kualitas Sertifikasi termasuk dari *Marks & Spencer Gemex trading*, *Testex of Swiss Textile Testing Institute* dan ISO 9002 dan *Institute of International Testing Association for Applied UV Protection*. PT. Ever Shine Tex, Tbk. yang beralamat di Jl. Raya Bogor KM. 50 Ciluar Bogor. Bergerak di bidang fasion yaitu tekstil dan garmen yang diproduksi, didistribusikan dan dipasarkan ke berbagai kostumer untuk kemudian dijual kembali.

Proses produksi pada perusahaan ini berlangsung secara kontinyu, namun pada jenjang waktu tertentu perusahaan mengganti model produk sesuai dengan tren yang sedang berlaku di masyarakat. Jadi perusahaan tidak akan memproduksi barang yang sama tiap tahunnya. Akan ada model-model terbaru yang ditawarkan oleh perusahaan kepada para konsumen maupun kostumer.

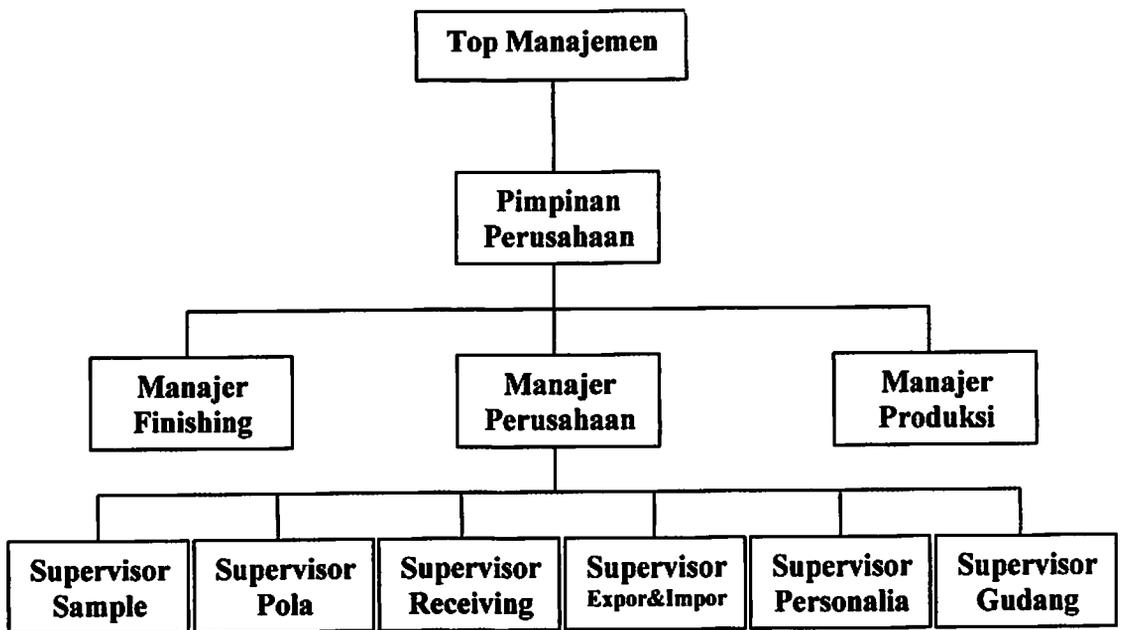
Pemasaran produk ini sudah mencapai berbagai produsen di Indonesia, salah satunya yang sudah terkenal adalah Matahari Department Stores. Bahkan sudah melakukan ekspor ke berbagai negara di kawasan Asia.

Kondisi perusahaan pada saat ini berada pada tahap sedikit mengalami penurunan karena baru saja terjadi masalah antara kostumer akibat kesalahan barcoding, sehingga manajer mendapat kecaman keras dari kostumer sehingga terjadi penurunan produksi beberapa waktu lalu. Tetapi masalah itu tidak berlangsung lama. Masalah lain yang sangat signifikan saat ini adalah krisis global. Akibat krisis global ini, terjadi kenaikan harga, baik bahan pokok produksi maupun biaya tetap dan biaya variabel. Maka dari itu, untuk menyeimbangkan biaya produksi agar tetap stabil, perusahaan melakukan berbagai macam kenaikan harga. Dalam hal ini penulis mencoba untuk menggunakan metode *cost plus pricing*

4.1.2. Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi merupakan tingkatan atau kerangka dalam suatu perusahaan yang menggambarkan tugas dan wewenang pada tiap-tiap tingkatan tersebut dimana setiap tingkatan memiliki hubungan satu sama lainnya sehingga kinerja masing-masing bagian dapat lebih mudah untuk diawasi.

PT. Ever Shine Tex, Tbk. mempunyai struktur organisasi sebagai berikut:



Gambar 2
Struktur Organisasi

Sesuai dengan struktur organisasi yang tergambar diatas terdapat pembagian tugas dan wewenang untuk masing-masing tingkatan dalam organisasi sebagai berikut :

- 1) Tugas dan Wewenang Top Manajemen
 - (a) Mengontrol kinerja pimpinan perusahaan
 - (b) Memberi tugas kepada pimpinan perusahaan
- 2) Tugas dan Wewenang Pimpinan Perusahaan
 - (a) Menerapkan kebijakan strategis bagi pengembangan perusahaan.
 - (b) Mengkoordinasikan staf-staf dalam penyusunan dan pelaksanaan seluruh kegiatan perusahaan.

- (c) Mengatur dan memonitor proses pelaksanaan kegiatan perusahaan.
- (d) Memiliki wewenang sebagai perwakilan perusahaan untuk menandatangani kerjasama dengan pihak ketiga.
- (e) Mengangkat dan memberhentikan manajer, dan staf.
- (f) Menunjuk manajer dan staf
- (g) Mempertanggung jawabkan seluruh pelaksanaan kegiatan perusahaan dalam Rapat Pemegang Saham.

3) Tugas dan Wewenang Manajer Perusahaan

- (a) Mengontrol, mengendalikan, memberi tugas kepada supervisor
- (b) Bertanggung jawab atas segala kegiatan supervisor
- (c) melakukan pengawasan atas segala kegiatan ekspor dan impor
- (d) Menyusun anggaran sisten administarsi personalia perusahaan.
- (e) Menyusun rencana kegiatan pengembangan SDM.
- (f) Melakukan koordinasi dengan kepala bagian dalam proses penerimaan karyawan.
- (g) Melakukan koordinasi dengan Direktur Utama dalam memonitor pelaksanaan peraturan perusahaan.

- 4) Tugas dan wewenang Manajer Produksi.
 - (a) Memimpin, melaksanakan dan mengkoordinir kegiatan produksi pada tiap-tiap bagian untuk mencapai target yang ditentukan
 - (b) Mengajukan anggaran rugi laba tahunan dan rencana program.
 - (c) Membuat prosedur kerja dan instruksi kerja terkait kegiatan perusahaan.
 - (d) Menentukan harga penjualan dan harga pokok pembelian.
 - (e) Mengendalikan biaya operasional di masing-masing bagian.
- 5) Tugas dan Wewenang Manajer Finishing
 - (a) Melakukan cek kuantitas produk sebelum dikemas
 - (b) Bertanggung jawab atas kegiatan pengemasan barang
- 6) Tugas dan Wewenang Supervisor
 - (a) Bertanggung jawab atas segala kegiatan yang dilakukan masing-masing tugas bagian supervisor
 - (b) Menerima input dari karyawan langsung dan kemudian disampaikan kepada manajer perusahaan
 - (c) Menyampaikan segala perintah dari manajer perusahaan kepada karyawan

4.2. Pembahasan

4.2.1. Penggunaan Informasi Akuntansi Penuh PT. Ever Shine Tex, Tbk.

Di dalam menentukan harga jual, penggunaan informasi akuntansi penuh sangat berperan penting untuk penetapan harga jual di perusahaan. Karena unsur-unsur yang terdapat dalam informasi akuntansi penuh ini adalah bagian yang tidak dapat terpisahkan dari harga jual. Di sini penulis akan melakukan penerapan informasi akuntansi penuh dalam penetapan harga jual. Dimana informasi akuntansi penuh merupakan unsur yang penting untuk penentuan harga jual. Dalam beberapa periode belakangan ini, tiap periodenya terjadi kenaikan biaya produksi, sehingga kenaikan biaya produksi tersebut mempengaruhi harga jual produk.

4.2.1.1. Identifikasi Biaya Produksi PT. Ever Shine Tex, Tbk.

Pada Produk Celana

Di setiap tahunnya, di perusahaan ini selalu terjadi kenaikan biaya produksi yang disebabkan oleh naiknya biaya-biaya, baik bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead, sampai biaya administrasi dan biaya pemasaran.

Kenaikkan biaya produksi dapat terlihat persentasenya dari data yang disajikan berikut:

Tabel 4.1
Kenaikkan Biaya Penuh
Produk Celana
Tahun 2007 dan Tahun 2008

Keterangan	Tahun 2007 Periode 2 Juli - Desember	Tahun 2007 Periode 1 Januari - Juni	Persentase kenaikkan biaya penuh
Total Biaya Penuh	Rp. 1.595.000.000	Rp. 1.450.000.000	10 %
	Tahun 2008 Periode 3 Januari - Juni	Tahun 2007 Periode 2 Juli - Desember	5.45 %
	Rp. 1.682.000.000	Rp. 1.595.000.000	
	Tahun 2008 Periode 4 Juli - Desember	Tahun 2008 Periode 3 Januari - Juni	1.42 %
Rp. 1.706.000.000	Rp. 1.682.000.000		

Sumber perhitungan :Dari data perusahaan yang telah diolah oleh penulis

Dari penjelasan yang telah dijabarkan di atas, total biaya produksi celana setiap periodenya mengalami kenaikan. Namun kenaikan biaya penuh yang paling tinggi yaitu antara periode 2 dan periode 1 tahun 2007 yaitu mengalami kenaikan biaya produksi sebesar 10%.

Berikut adalah rincian biaya-biaya yang masuk ke dalam biaya penuh tahun 2007 periode 1:

Untuk 20.000 unit

Harga bahan celana @ 2 yard Rp. 25.000	Rp. 500.000.000
Harga bahan lining @ 0.5 yard Rp. 12.000	Rp. 240.000.000
Accesoris:	
Zipper 5" @ Rp. 1.000	Rp. 20.000.000
Kancing pinggang @ Rp. 1.000	Rp. 20.000.000
Embroidery @ Rp. 1.000	Rp. 20.000.000
Benang @ Rp. 1.000	<u>Rp. 20.000.000+</u>
Biaya bahan baku	Rp.820.000.000
Biaya produksi /karyawan @ Rp. 22.500	Rp. 450.000.000
Biaya overhead:	
Biaya washing @ Rp. 1.000	Rp. 20.000.000

Dimana taksiran biaya penuh produk celana pada tahun 2007

periode 1 adalah sebagai berikut:

Biaya bahan baku	Rp. 820.000.000
Biaya tenaga kerja langsung	Rp. 450.000.000
Biaya overhead pabrik (tetap+variabel)	<u>Rp. 20.000.000+</u>
Taksiram total biaya produksi	Rp. 1.290.000.000
Biaya administrasi dan umum	Rp. 60.000.000
Biaya pemasaran	<u>Rp. 100.000.000+</u>
Taksiran total biaya komersial	<u>Rp. 160.000.000+</u>
Taksiran biaya penuh	<u>Rp. 1.450.000.000</u>

Sumber perhitungan :Dari data perusahaan yang telah diolah oleh penulis

Sedangkan rincian biaya-biaya yang masuk ke dalam biaya penuh tahun 2007 periode 2:

Untuk 20.000 Unit

Harga bahan celana @ 2 yard Rp. 27.500	Rp. 550.000.000
Harga bahan lining @ 0.5 yard Rp. 13.200	Rp. 264.000.000
Accesoris	
Zipper 5" @ Rp. 1.100	Rp. 22.000.000
Kancing pinggang @ Rp. 1.100	Rp. 22.000.000
Embroidery @ Rp. 1.100	Rp. 22.000.000
Benang @ Rp. 1.100	<u>Rp. 22.000.000+</u>
Biaya bahan baku	Rp. 902.000.000
Biaya produksi /karyawan @ Rp. 24.750	Rp. 495.000.000
Biaya overhead:	
Biaya washing @ Rp. 1.100	Rp. 22.000.000

Jadi taksiran biaya penuh produk celana pada tahun 2007

periode 2 adalah sebagai berikut:

Biaya bahan baku	Rp. 902.000.000
Biaya tenaga kerja langsung	Rp. 495.000.000
Biaya overhead pabrik (tetap+variabel)	<u>Rp. 22.000.000+</u>
Taksiram total biaya produksi	Rp. 1.419.000.000

Biaya administrasi dan umum	Rp. 66.000.000
Biaya pemasaran	<u>Rp. 110.000.000+</u>
Taksiran total biaya komersial	<u>Rp. 176.000.000+</u>
Taksiran biaya penuh	<u><u>Rp. 1.595.000.000</u></u>

Sumber perhitungan : Dari data perusahaan yang telah diolah oleh penulis

Pada taksiran biaya penuh produk celana tahun 2007 antara periode 1 dan periode 2, terjadi kenaikan biaya produksi yaitu, dari Rp. 1.290.000.000 naik sebesar 10% menjadi Rp. 1.419.000.000, dan biaya komersial dari Rp.160.000.000 naik sebesar 10% menjadi Rp. 176.000.000, sehingga taksiran biaya penuh pun mengalami kenaikan 10% dari Rp. 1.450.000.000 menjadi Rp. 1.595.000.000.

Sedangkan rincian biaya-biaya yang masuk ke dalam biaya penuh tahun 2008 periode 3:

Untuk 20.000 Unit

Harga bahan celana @ 2 yard Rp. 30.000	Rp. 600.000.000
Harga bahan lining @ 0.5 yard Rp. 15.000	Rp. 300.000.000
Accesoris	
Zipper 5" @ Rp. 1.100	Rp. 22.000.000
Kancing pinggang @ Rp. 1.100	Rp. 22.000.000
Embroidery @ Rp. 1.100	Rp. 22.000.000
Benang @ Rp. 1.100	<u>Rp. 22.000.000+</u>
Biaya bahan baku	Rp. 988.000.000
Biaya produksi /karyawan @ Rp. 24.750	Rp. 495.000.000
Biaya Overhead:	
Biaya washing @ Rp. 1.100	Rp. 22.000.000

Jadi taksiran biaya penuh produk celana pada tahun 2008 periode

3 adalah sebagai berikut:

Biaya bahan baku	Rp. 988.000.000
Biaya tenaga kerja langsung	Rp. 495.000.000

Biaya overhead pabrik (tetap+variabel)	<u>Rp. 22.000.000+</u>
Taksiram total biaya produksi	Rp. 1.505.000.000
Biaya administrasi dan umum	Rp. 66.000.000
Biaya pemasaran	<u>Rp. 111.000.000+</u>
Taksiran total biaya komersial	<u>Rp. 177.000.000+</u>
Taksiran biaya penuh	<u><u>Rp. 1.682.000.000</u></u>

Sumber perhitungan :Dari data perusahaan yang telah diolah oleh penulis

Pada taksiran biaya penuh produk celana tahun 2007 periode 2 tahun 2008 periode 3, terjadi kenaikan biaya produksi yaitu, dari Rp. 1.419.000.000 naik sebesar 6.06% menjadi Rp. 1.505.000.000, dan biaya komersial dari Rp.176.000.000 naik sebesar 0.57% menjadi Rp. 177.000.000, sehingga taksiran biaya penuh pun mengalami kenaikan 5.45% dari Rp. 1.595.000.000 menjadi Rp. 1.682.000.000.

Sedangkan rincian biaya-biaya yang masuk ke dalam biaya penuh tahun 2008 periode 4:

Untuk 20.000 Unit

Harga bahan celana @ 2 yard Rp. 30.000	Rp. 600.000.000
Harga bahan lining @ 0.5 yard Rp. 15.000	Rp. 300.000.000
Accesoris	
Zipper 5" @ Rp. 1.100	Rp. 22.000.000
Kancing pinggang @ Rp. 1.100	Rp. 22.000.000
Embroidery @ Rp. 1.100	Rp. 22.000.000
Benang @ Rp. 1.100	<u>Rp. 22.000.000+</u>
Biaya bahan baku	Rp. 988.000.000
Biaya produksi /karyawan @ Rp. 25.500	Rp. 510.000.000
Biaya Overhead:	
Biaya washing @ Rp. 1.100	Rp. 22.000.000

Jadi taksiran biaya penuh produk celana pada tahun 2008 periode 4 adalah sebagai berikut:

Biaya bahan baku	Rp. 988.000.000
Biaya tenaga kerja langsung	Rp. 510.000.000
Biaya overhead pabrik (tetap+variabel)	<u>Rp. 22.000.000+</u>
Taksiram total biaya produksi	Rp. 1.520.000.000
Biaya administrasi dan umum	Rp. 66.000.000
Biaya pemasaran	<u>Rp. 120.000.000+</u>
Taksiran total biaya komersial	<u>Rp. 186.000.000+</u>
Taksiran biaya penuh	<u><u>Rp. 1.706.000.000</u></u>

Sumber perhitungan :Dari data perusahaan yang telah diolah oleh penulis

Pada taksiran biaya penuh produk celana tahun 2008 antara periode 3 dan periode 4, terjadi kenaikan biaya produksi yaitu, dari Rp. 1.505.000.000 naik sebesar 0.99% menjadi Rp. 1.520.000.000, dan biaya komersial dari Rp. 177.000.000 naik sebesar 5.08% menjadi Rp. 186.000.000, sehingga taksiran biaya penuh pun mengalami kenaikan 1.42% dari Rp. 1.682.000.000 menjadi Rp. 1.706.000.000.

4.2.1.2. Identifikasi Biaya Produksi PT. Ever Shine Tex, Tbk.

Pada Produk Jacket

Sedangkan kenaikan biaya produksi pada produk jacket dapat dilihat dari persentasenya adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2
Kenaikkan Biaya Penuh
Produk Jaket

Keterangan	Tahun 2007 Periode 2 Juli - Desember	Tahun 2007 Periode 1 Januari - Juni	Persentase kenaikkan biaya penuh
Total Biaya Penuh	Rp.1.846.250.000	Rp.1.757.500.000	5.05 %
	Tahun 2008 Periode 3 Januari - Juni	Tahun 2007 Periode 2 Juli - Desember	0.34 %
	Rp.1.852.500.000	Rp.1.846.250.000	
	Tahun 2008 Periode 4 Juli - Desember	Tahun 2008 Periode 3 Januari - Juni	0.51 %
	Rp.1.862.000.000	Rp.1.852.500.000	

Sumber perhitungan :Dari data perusahaan yang telah diolah oleh penulis

Dari penjelasan yang telah dijabarkan di atas, total biaya produksi jaket setiap periodenya mengalami kenaikan. Namun kenaikan biaya produksi yang paling tinggi yaitu antara periode 2 dan periode 1 tahun 2007 yaitu mengalami kenaikan biaya produksi sebesar 5.05%.

Maka dapat disimpulkan bahwa biaya produksi yang dikeluarkan oleh PT. Ever Shine Tex, Tbk. selama 4 periode mengalami kenaikan harga. Dimana pada setiap periodenya perusahaan harus melakukan *mark up* agar dapat menutupi kekurangan biaya produksi dan perusahaan tidak akan mengalami kerugian akibat kenaikan biaya produksi tersebut.

Sedangkan rincian biaya-biaya yang masuk ke dalam biaya penuh tahun 2007 periode 1:

Untuk 25.000 Unit

Harga bahan jaket @ 1 yard 25 inci Rp. 20.000	Rp. 500.000.000
Harga bahan lining body+tangan@ 0.6 yard Rp. 10.000	Rp. 250.000.000
Accesoris	
Zipper dada depan uk 45" @ Rp. 2.000	Rp. 50.000.000
Zipper kantong depan 12" 2 pcs @ Rp. 800	Rp. 20.000.000
Kancing snap 12 pcs Rp. 1.000	Rp. 25.000.000
Rivet 4 pcs Rp. 250	Rp. 6.250.000
Embroidery @ Rp. 1.000	Rp. 25.000.000
Benang @ Rp. 1.500	<u>Rp. 37.500.000+</u>
Biaya bahan baku	Rp. 913.750.000
Biaya produksi /karyawan @ Rp. 27.500	Rp. 687.500.000
Biaya Overjead:	
Biaya washing @ Rp. 750	Rp. 18.750.000

Sedangkan taksiran biaya penuh produk jaket pada tahun 2007

periode 1 adalah sebagai berikut:

Biaya bahan baku	Rp. 913.750.000
Biaya tenaga kerja langsung	Rp. 687.500.000
Biaya overhead pabrik (tetap+variabel)	<u>Rp. 18.750.000+</u>
Taksiran total biaya produksi	Rp. 1.620.000.000
Biaya administrasi dan umum	Rp. 62.500.000
Biaya pemasaran	<u>Rp. 75.000.000+</u>
Taksiran total biaya komersial	<u>Rp. 137.500.000+</u>
Taksiran biaya penuh	<u><u>Rp. 1.757.500.000</u></u>

Sumber perhitungan :Dari data perusahaan yang telah diolah oleh penulis

Sedangkan rincian biaya-biaya yang masuk ke dalam biaya penuh tahun 2007 periode 2:

Untuk 25.000 Unit

Harga bahan jaket @ 1 yard 25 inci Rp. 21.500	Rp. 537.500.000
---	-----------------

Harga bahan lining body+tangan @ 0.6 yard Rp. 10.750	Rp. 268.750.000
Accesoris	
Zipper dada depan uk 45" @ Rp. 2.000	Rp. 50.000.000
Zipper kantong depan 12" 2 pcs @ Rp. 800	Rp. 20.000.000
Kancing snap 12 pcs Rp. 1.000	Rp. 25.000.000
Rivet 4 pcs Rp. 250	Rp. 6.250.000
Embroidery @ Rp. 1.000	Rp. 25.000.000
Benang @ Rp. 1.500	<u>Rp. 37.500.000+</u>
Biaya bahan baku	Rp. 970.000.000
Biaya produksi /karyawan @ Rp. 28.550	Rp. 713.750.000
Biaya Overhead:	
Biaya washing @ Rp. 1.000	Rp. 25.000.000

Jadi taksiran biaya penuh produk jaket pada tahun 2007 periode 2

adalah sebagai berikut:

Biaya bahan baku	Rp. 970.000.000
Biaya tenaga kerja langsung	Rp. 713.750.000
Biaya overhead pabrik (tetap+variabel)	<u>Rp. 25.000.000+</u>
Taksiran total biaya produksi	Rp. 1.708.750.000
Biaya administrasi dan umum	Rp. 62.500.000
Biaya pemasaran	<u>Rp. 75.000.000+</u>
Taksiran total biaya komersial	<u>Rp. 137.500.000+</u>
Taksiran biaya penuh	<u><u>Rp. 1.846.250.000</u></u>

Sumber perhitungan : Dari data perusahaan yang telah diolah oleh penulis

Pada taksiran biaya penuh produk jaket tahun 2007 antara periode 1 dan periode 2, terjadi kenaikan biaya produksi yaitu, dari Rp. 1.620.000.000 naik sebesar 5.48% menjadi Rp. 1.708.750.000, sedangkan biaya komersial tetap diharga Rp. 137.500.000, dan taksiran biaya penuh pun mengalami kenaikan 5.05% dari Rp. 1.757.500.000 menjadi Rp. 1.846.250.000.

Sedangkan rincian biaya-biaya yang masuk ke dalam biaya penuh tahun 2008 periode 3:

Untuk 25.000 Unit

Harga bahan jaket @ 1 yard 25 inci Rp. 21.750	Rp. 543.750.000
Harga bahan lining body+tangan@ 0.6 yard Rp. 10.750	Rp. 268.750.000
Accesoris	
Zipper dada depan uk 45" @ Rp. 2.000	Rp. 50.000.000
Zipper kantong depan 12" 2 pcs @ Rp. 800	Rp. 20.000.000
Kancing snap 12 pcs Rp. 1.000	Rp. 25.000.000
Rivet 4 pcs Rp. 250	Rp. 6.250.000
Embroidery @ Rp. 1.000	Rp. 25.000.000
Benang @ Rp. 1.500	<u>Rp. 37.500.000+</u>
Biaya bahan baku	Rp. 976.250.000
Biaya produksi /karyawan @ Rp. 28.550	Rp. 713.750.000
Biaya Overhead:	
Biaya washing @ Rp. 1.000	Rp. 25.000.000

Jadi taksiran biaya penuh produk jaket pada tahun 2008 periode 3 adalah sebagai berikut:

Biaya bahan baku	Rp. 976.250.000
Biaya tenaga kerja langsung	Rp. 713.750.000
Biaya overhead pabrik (tetap+variabel)	<u>Rp. 25.000.000+</u>
Taksiran total biaya produksi	Rp. 1.715.000.000
Biaya administrasi dan umum	Rp. 62.500.000
Biaya pemasaran	<u>Rp. 75.000.000+</u>
Taksiran total biaya komersial	<u>Rp. 137.500.000+</u>
Taksiran biaya penuh	<u><u>Rp. 1.852.500.000</u></u>

Sumber perhitungan :Dari data perusahaan yang telah diolah oleh penulis

Pada taksiran biaya penuh produk jaket tahun 2007 periode 2 dan tahun 2008 periode 3, terjadi kenaikan biaya produksi yaitu, dari Rp. 1.708.750.000 naik sebesar 0.36% menjadi

Rp.1.715.000.000, sedangkan biaya komersial tetap diharga Rp. 137.500.000, dan taksiran biaya penuh pun mengalami kenaikan 0.34% dari Rp. 1.846.250.000 menjadi Rp. 1.852.500.000.

Sedangkan rincian biaya-biaya yang masuk ke dalam biaya penuh tahun 2008 periode 4:

Untuk 25.000 Unit

Harga bahan jaket @ 1 yard 25 inci Rp. 21.850	Rp. 546.250.000
Harga bahan lining body+tangan@ 0.6 yard Rp. 10.900	Rp. 272.500.000
Accesoris	
Zipper dada depan uk 45" @ Rp. 2.000	Rp. 50.000.000
Zipper kantong depan 12" 2 pcs @ Rp. 800	Rp. 20.000.000
Kancing snap 12 pcs Rp. 1.000	Rp. 25.000.000
Rivet 4 ocs Rp. 250	Rp. 6.250.000
Embroidery @ Rp. 1.000	Rp. 25.000.000
Benang @ Rp. 1.500	<u>Rp. 37.500.000+</u>
Biaya bahan baku	Rp. 982.500.000
Biaya produksi /karyawan @ Rp. 28.680	Rp. 717.000.000
Biaya Overhead	
Biaya washing @ Rp. 1.000	Rp. 25.000.000

Jadi taksiran biaya penuh produk jaket pada tahun 2008 periode 4 adalah sebagai berikut:

Biaya bahan baku	Rp. 982.500.000
Biaya tenaga kerja langsung	Rp. 717.000.000
Biaya overhead pabrik (tetap+variabel)	<u>Rp. 25.000.000+</u>
Taksiram total biaya produksi	Rp. 1.724.500.000
Biaya administrasi dan umum	Rp. 62.500.000
Biaya pemasaran	<u>Rp. 75.000.000+</u>
Taksiran total biaya komersial	<u>Rp. 137.500.000+</u>
Taksiran biaya penuh	<u><u>Rp. 1.862.000.000</u></u>

Sumber perhitungan :Dari data perusahaan yang telah diolah oleh penulis

Pada taksiran biaya penuh produk jaket tahun 2008 antara periode 3 dan periode 4, terjadi kenaikan biaya produksi yaitu, dari Rp. 1.715.000.000 naik sebesar 0.55% menjadi Rp. 1.724.500.000, sedangkan biaya komersial tetap diharga Rp. 137.500.000, dan taksiran biaya penuh pun mengalami kenaikan 0.51% dari Rp. 1.852.500.000 menjadi Rp. 1.862.000.000.

Jadi, berdasarkan data yang telah diolah diatas, menyebutkan bahwa tiap periodenya terjadi kenaikan biaya produksi baik produk celana maupun produk jaket. Sehingga akan mempengaruhi harga jual produk tersebut di pasaran.

4.2.2. Penetapan Harga Jual PT. Ever Shine Tex, Tbk.

Penetapan harga jual merupakan pemilihan yang dilakukan oleh setiap perusahaan terhadap tingkat harga umum yang berlaku untuk produk tertentu. Umumnya harga jual produk standar ditentukan oleh perimbangan permintaan dan penawaran di pasar, sehingga biaya bukan merupakan penentu harga jual. Karena permintaan kostumer atas produk dan jasa tidak mudah ditentukan oleh manajer penentu harga jual, maka dalam penentuan harga jual, manajer tersebut akan menghadapi banyak ketidakpastian.

Didalam penetapan harga jual di PT. Ever Shine Tex, Tbk. dipengaruhi oleh informasi akuntansi penuh yang meliputi biaya-biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi. Selain itu dengan

adanya penambahan persentase *mark up* yang berbeda disetiap proses produksi.

Satu-satunya faktor yang memiliki kepastian relatif tinggi yang berpengaruh dalam penentuan harga jual adalah biaya. Biaya memberikan informasi batas bawah suatu harga jual harus ditentukan. Di bawah biaya penuh produk, harga jual akan mengakibatkan kerugian bagi perusahaan. Kerugian yang timbul akibat harga jual di bawah biaya produk, dalam jangka waktu tertentu mengakibatkan perusahaan akan berhenti sebagai *going concern* atau akan mengganggu pertumbuhan perusahaan. Dengan demikian manajer penentu harga jual senantiasa memerlukan informasi biaya produk dalam pengambilan keputusan penentuan harga jual, meskipun biaya tidak menentukan harga jual dan bukan satu-satunya factor yang harus dipertimbangkan dalam penentuan harga jual.

Disini penulis akan melakukan perhitungan penetapan harga jual dengan metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing*. Karena dengan menggunakan metode ini kita dapat menentukan harga jual secara efisien dan efektif.

Didalam penetapan harga jual di PT. Ever Shine Tex, Tbk. dipengaruhi oleh biaya-biaya yang dikeluarkan serta faktor laba yang diharapkan dalam proses produksi. Selain itu dengan adanya penambahan persentase *mark up* yang berbeda disetiap proses produksi.

4.2.2.1. Penetapan Harga Jual oleh Perusahaan

Dalam perhitungan penetapan harga jual pada perusahaan, penulis menggunakan persentase *mark up* sesuai dengan data yang diberikan oleh perusahaan. Jadi *mark up* yang digunakan adalah 10% untuk produk celana dan 15% untuk produk jaket. Karena keterbatasan data yang diterima oleh penulis dari perusahaan, maka penulis pun tidak dapat merincikan sumber berasal dari mana *mark up* tersebut. Namun dengan demikian, penulis berharap dengan melakukan perhitungan harga jual ini dapat memberikan informasi yang layak kepada pembaca tentang penentuan harga jual pada PT. Ever Shine Tex, Tbk.

Tabel 4.3
Penetapan Harga Jual
Produk Celana

Keterangan	2007	2007
	Periode 1	Periode 2
Total Biaya Penuh	Rp. 1.450.000.000	Rp. 1.595.000.000
Unit Produksi	20.000 Unit	20.000 Unit
Biaya Produksi per Unit	Rp. 72.500	Rp. 79.750
<i>Mark up</i> 10 %	Rp. 7.250	Rp. 7.975
Harga Jual per Unit	Rp. 79.750	Rp. 87.725

Sumber Perhitungan : Data Perusahaan yang telah diolah oleh penulis

Dari perhitungan data di atas dapat disimpulkan bahwa terjadi kenaikan harga jual produk celana di perusahaan yang disebabkan oleh kenaikan biaya produksi. Dimana harga jual periode 1 sebesar Rp.

79.750, sedangkan periode 2 Rp. 87.725. Sehingga telah terjadi kenaikan harga jual sebesar 10%.

Tabel 4.4
Penetapan Harga Jual
Produk Celana

Keterangan	2007	2008
	Periode 2	Periode 3
Total Biaya Penuh	Rp. 1.595.000.000	Rp.1.682.000.000
Unit Produksi	20.000 Unit	20.000 Unit
Biaya Produksi per Unit	Rp. 79.750	Rp. 84.100
Mark up 10 %	Rp. 7.975	Rp. 8.410
Harga Jual per Unit	Rp. 87.725	Rp. 92.510

Sumber Perhitungan : Data Perusahaan yang telah diolah oleh penulis

Dari perhitungan data di atas dapat disimpulkan bahwa terjadi kenaikan harga jual produk celana di perusahaan yang disebabkan oleh kenaikan biaya produksi. Dimana harga jual periode 2 sebesar Rp. 87.725, sedangkan periode 3 Rp. 92.510. Sehingga telah terjadi kenaikan harga jual sebesar 5.45%.

Tabel 4.5
Penetapan Harga Jual
Produk Celana

Keterangan	2008	2008
	Periode 3	Periode 4
Total Biaya Penuh	Rp.1.682.000.000	Rp.1.706.000.000
Unit Produksi	20.000 Unit	20.000 Unit
Biaya Produksi per Unit	Rp. 84.100	Rp. 85.300
Mark up 10 %	Rp. 8.410	Rp. 8.530
Harga Jual per Unit	Rp. 92.510	Rp. 93.830

Sumber Perhitungan : Data Perusahaan yang telah diolah oleh penulis

Dari perhitungan data di atas dapat disimpulkan bahwa terjadi kenaikan harga jual produk celana di perusahaan yang disebabkan oleh kenaikan biaya

produksi. Dimana harga jual periode 3 sebesar Rp. 92.510, sedangkan periode 4 Rp. 93.830. Sehingga telah terjadi kenaikan harga jual sebesar 1.43%.

Tabel 4.6
Penetapan Harga Jual
Produk Jaket

Keterangan	2007	2007
	Periode 1	Periode 2
Total Biaya Penuh	Rp.1.757.500.000	Rp.1.846.250.000
Unit Produksi	25.000 Unit	25.000 Unit
Biaya Produksi per Unit	Rp. 70.300	Rp. 73.850
Mark up 15 %	Rp. 10.545	Rp. 11.077,5
Harga Jual per Unit	Rp. 80.845	Rp. 84.927,5

Sumber Perhitungan : Data Perusahaan yang telah diolah oleh penulis

Dari perhitungan data di atas dapat disimpulkan bahwa terjadi kenaikan harga jual produk jaket di perusahaan yang disebabkan oleh kenaikan biaya produksi. Dimana harga jual periode 1 sebesar Rp. 80.845, sedangkan periode 2 Rp. 84.927,5. Sehingga telah terjadi kenaikan harga jual sebesar 5.05%.

Tabel 4.7
Penetapan Harga Jual
Produk Jaket

Keterangan	2007	2008
	Periode 2	Periode 3
Total Biaya Penuh	Rp.1.846.250.000	Rp.1.852.500.000
Unit Produksi	25.000 Unit	25.000 Unit
Biaya Produksi per Unit	Rp. 73.850	Rp. 74.100
Mark up 15%	Rp. 11.077,5	Rp. 11.115
Harga Jual per Unit	Rp. 84.927,5	Rp. 85.215

Sumber Perhitungan : Data Perusahaan yang telah diolah oleh penulis

Dari perhitungan data di atas dapat disimpulkan bahwa terjadi kenaikan harga jual produk jaket di

perusahaan yang disebabkan oleh kenaikan biaya produksi. Dimana harga jual periode 2 sebesar Rp. 84.927,5 , sedangkan periode 3 Rp. 85.215. Sehingga telah terjadi kenaikan harga jual sebesar 0.34%.

Tabel 4.8
Penetapan Harga Jual
Produk Jaket

Keterangan	2008	2008
	Periode 3	Periode 4
Total Biaya Penuh	Rp.1.852.500.000	Rp.1.862.000.000
Unit Produksi	25.000 Unit	25.000 Unit
Biaya Produksi per Unit	Rp. 74.100	Rp. 74.480
Mark up 15%	Rp. 11.115	Rp. 11.172
Harga Jual per Unit	Rp. 85.215	Rp. 85.652

Sumber Perhitungan : Data Perusahaan yang telah diolah oleh penulis

Dari perhitungan data di atas dapat disimpulkan bahwa terjadi kenaikan harga jual produk jaket di perusahaan yang disebabkan oleh kenaikan biaya produksi. Dimana harga jual periode 3 sebesar Rp. 85.215, sedangkan periode 4 Rp. 85.652. Sehingga telah terjadi kenaikan harga jual sebesar 0.48%.

Dapat saya simpulkan bahwa dari penjabaran di atas tentang penetapan harga jual yang dilakukan oleh PT. Ever Shine Tex, Tbk. Dalam kurun waktu 2007 dan 2008 mengalami kenaikan harga jual yang dipengaruhi oleh kenaikan harga jual di setiap periodenya. Pada tahun 2007 produk celana dan jaket masing-masing

mengalami kenaikan harga jual 10% untuk celana dan 5.05% untuk jaket.

Dari kenaikan harga jual yang dialami oleh perusahaan selama kurun waktu 2 tahun yang dibagi menjadi 4 periode dalam 2 produk mengalami kenaikan harga jual di setiap periodenya, hal ini disebabkan karena adanya kenaikan biaya produksi dari periode 1 sampai periode 4 baik produk celana maupun produk jaket.

4.2.2.1. Penetapan Harga Jual oleh Penulis

Pada penetapan harga jual yang dilakukan oleh penulis, menggunakan persentase *mark up* yang diperoleh dari proses perhitungan *mark up* dengan menggunakan metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing*.

Akan tetapi, karena keterbatasan data yang diperoleh penulis dan dengan tidak menyalahgunakan fungsi data yang diperoleh maka dengan persetujuan pembimbing utama, penulis melakukan perhitungan *mark up* dengan menggunakan total aktiva penuh yang kemudian dialokasikan ke total biaya pokok produksi. Dan berdasarkan asumsi sendiri, penulis menggunakan persentase alokasi total biaya pokok produksi yaitu untuk produk celana mendapatkan alokasi sebesar 25%

dari total biaya pokok produksi pada aktiva, sedangkan untuk produk jaket mendapatkan alokasi sebesar 20% dari total biaya pokok produksi pada aktiva.

Persentase alokasi biaya pokok produksi terhadap aktiva penuh yaitu sebagai berikut:

$$\text{Persentase alokasi} = \frac{\text{Alokasi biaya pokok produksi}}{\text{Total aktiva penuh}} \times 100\%$$

Tahun 2007 periode 1:

$$\begin{aligned} \text{Persentase alokasi} &= \frac{\text{Rp. 16.666.471.391}}{\text{Rp. 10.247.615.810.071}} \times 100\% \\ &= 0.16\% \end{aligned}$$

Tahun 2007 periode 2:

$$\begin{aligned} \text{Persentase alokasi} &= \frac{\text{Rp. 26.203.769.391}}{\text{Rp. 10.128.204.018.570}} \times 100\% \\ &= 0.25\% \end{aligned}$$

Tahun 2008 periode 3:

$$\begin{aligned} \text{Persentase alokasi} &= \frac{\text{Rp. 18.736.953.669}}{\text{Rp. 10.750.271.772.427}} \times 100\% \\ &= 0.17\% \end{aligned}$$

Tahun 2008 periode 4:

$$\begin{aligned} \text{Persentase alokasi} &= \frac{\text{Rp. 17.651.023.496}}{\text{Rp. 9.784.647.116.970}} \times 100\% \\ &= 0.18\% \end{aligned}$$

Tabel 4.9
Alokasi Total Biaya Pokok Produksi

Tahun	Total Alokasi Biaya Pokok Produksi	Alokasi Produk Celana 25%	Alokasi Produk Jaket 20%
Periode 1	Rp. 16.666.472.391	Rp. 4.166.618.098	Rp. 3.333.294.478
Periode 2	Rp. 26.203.769.391	Rp. 6.550.942.348	Rp. 5.240.753.878
Periode 3	Rp. 18.736.953.669	Rp. 4.684.238.415	Rp. 3.747.390.732
Periode 4	Rp. 17.651.023.496	Rp. 4.412.755.873	Rp. 3.530.204.698

Sumber Perhitungan : Data Perusahaan yang telah diolah oleh penulis

Penetapan harga jual dengan metode *cost plus pricing*:

1) Produk Celana tahun 2007 periode 1:

Dengan ROI = 20%

$$\begin{aligned}
 \text{Mark up} &= \frac{(20\% \times \text{Rp. } 4.166.618.098) + \text{Rp. } 160.000.000}{\text{Rp. } 1.290.000.000} \times 100\% \\
 &= \frac{\text{Rp. } 833.323.619,6 + \text{Rp. } 160.000.000}{\text{Rp. } 1.290.000.000} \times 100\% \\
 &= \frac{\text{Rp. } 993.323.619,6}{\text{Rp. } 1.290.000.000} \times 100\% = 77\%
 \end{aligned}$$

$$\text{Harga jual} = \text{Rp. } 72.500 + (77\% \times \text{Rp. } 72.500)$$

$$\text{Harga Jual} = \text{Rp. } 72.500 + \text{Rp. } 55.825$$

$$\text{Harga Jual} = \text{Rp. } 128.325$$

2) Produk Celana tahun 2007 periode2:

Dengan ROI = 20%

$$\begin{aligned}
 \text{Mark up} &= \frac{(20\% \times \text{Rp. } 6.550.942.348) + \text{Rp. } 176.000.000}{\text{Rp. } 1.419.000.000} \times 100\% \\
 &= \frac{\text{Rp. } 1.310.188.470 + \text{Rp. } 176.000.000}{\text{Rp. } 1.419.000.000} \times 100\% \\
 &= \frac{\text{Rp. } 1.486.188.470}{\text{Rp. } 1.419.000.000} \times 100\% = 104,7\%
 \end{aligned}$$

Harga jual = Rp. 79.750 + (104.7% x Rp. 79.700)
 Harga Jual = Rp. 79.750 + Rp. 83.498,25
 Harga Jual = Rp. 163.248,25

3) Produk Celana tahun 2008 periode 3:
 Dengan ROI = 20%

$$\begin{aligned} \text{Mark up} &= \frac{(20\% \times \text{Rp. } 4.684.238.415) + \text{Rp. } 177.000.000}{\text{Rp. } 1.505.000.000} \times 100\% \\ &= \frac{\text{Rp. } 936.847.683 + \text{Rp. } 177.000.000}{\text{Rp. } 1.505.000.000} \times 100\% \\ &= \frac{\text{Rp. } 1.113.847.683}{\text{Rp. } 1.505.000.000} \times 100\% = 74\% \end{aligned}$$

Harga jual = Rp. 84.100 + (74% x Rp 84.100)
 Harga Jual = Rp. 84.100 + Rp. 62.234
 Harga Jual = Rp. 146.334

4) Produk Celana tahun 2008 periode 4:
 Dengan ROI = 20%

$$\begin{aligned} \text{Mark up} &= \frac{(20\% \times \text{Rp. } 4.412.755.873) + \text{Rp. } 186.000.000}{\text{Rp. } 1.520.000.000} \times 100\% \\ &= \frac{\text{Rp. } 882.551.174,6 + \text{Rp. } 186.000.000}{\text{Rp. } 1.520.000.000} \times 100\% \\ &= \frac{\text{Rp. } 1.068.551.174,6}{\text{Rp. } 1.520.000.000} \times 100\% = 70,3\% \end{aligned}$$

Harga jual = Rp. 85.300 + (70,3% x Rp 85.300)
 Harga Jual = Rp. 85.300 + Rp. 59.965,9
 Harga Jual = Rp. 145.265,9

- 5) Produk Jaket tahun 2007 periode 1:
 Dengan ROI = 20%

$$\begin{aligned} \text{Mark up} &= \frac{(20\% \times \text{Rp. } 3.333.294.478) + \text{Rp. } 137.500.000}{\text{Rp. } 1.620.000.000} \times 100\% \\ &= \frac{\text{Rp. } 666.658.895,6 + \text{Rp. } 137.500.000}{\text{Rp. } 1.620.000.000} \times 100\% \\ &= \frac{\text{Rp. } 804.158.895,6}{\text{Rp. } 1.620.000.000} \times 100\% = 49,64\% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Harga jual} &= \text{Rp. } 70.300 + (49,64\% \times \text{Rp. } 70.300) \\ \text{Harga Jual} &= \text{Rp. } 70.300 + \text{Rp. } 34.896,92 \\ \text{Harga Jual} &= \text{Rp. } 105.196,92 \end{aligned}$$

- 6) Produk Jaket tahun 2007 periode 2:
 Dengan ROI = 20%

$$\begin{aligned} \text{Mark up} &= \frac{(20\% \times \text{Rp. } 5.240.753.878) + \text{Rp. } 137.500.000}{\text{Rp. } 1.708.750.000} \times 100\% \\ &= \frac{\text{Rp. } 1.048.150.776 + \text{Rp. } 137.500.000}{\text{Rp. } 1.708.750.000} \times 100\% \\ &= \frac{\text{Rp. } 1.185.650.776}{\text{Rp. } 1.708.750.000} \times 100\% = 69,4\% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Harga jual} &= \text{Rp. } 73.850 + (69,4\% \times \text{Rp. } 73.850) \\ \text{Harga Jual} &= \text{Rp. } 73.850 + \text{Rp. } 51.221,9 \\ \text{Harga Jual} &= \text{Rp. } 125.101,9 \end{aligned}$$

- 7) Produk Jaket tahun 2008 periode 3:
 Dengan ROI = 20%

$$\begin{aligned} \text{Mark up} &= \frac{(20\% \times \text{Rp. } 3.747.390.732) + \text{Rp. } 137.500.000}{\text{Rp. } 1.715.000.000} \times 100\% \\ &= \frac{\text{Rp. } 749.478.164,4 + \text{Rp. } 137.500.000}{\text{Rp. } 1.715.000.000} \times 100\% \end{aligned}$$

$$= \frac{\text{Rp. } 886.978.146,4}{\text{Rp. } 1.715.000.000} \times 100\% = 51,7\%$$

Harga jual = Rp. 74.100 + (51,7% x Rp 74.100)

Harga Jual = Rp. 74.100 + Rp. 38.309,7

Harga Jual = Rp. 112.409,7

8) Produk Jaket tahun 2008 periode 4:

Dengan ROI = 20%

$$\text{Mark up} = \frac{(20\% \times \text{Rp. } 3.530.204.698) + \text{Rp. } 137.500.000}{\text{Rp. } 1.724.500.000} \times 100\%$$

$$= \frac{\text{Rp. } 706.040.939,6 + \text{Rp. } 137.500.000}{\text{Rp. } 1.724.500.000} \times 100\%$$

$$= \frac{\text{Rp. } 843.540.939,6}{\text{Rp. } 1.724.500.000} \times 100\% = 48,9\%$$

Harga jual = Rp. 74.480 + (48,9% x Rp 74.480)

Harga Jual = Rp. 74.480 + Rp. 36.420,72

Harga Jual = Rp. 110.090,72

4.2.2.3. komparatif harga jual

Tabel 4.10
Komparatif Harga Jual
Produk Celana

periode	Harga jual dengan <i>mark up</i> perusahaan	Harga jual dengan <i>mark up</i> hitung	Selisih pendapatan
1	Rp. 79.750	Rp. 128.325	Rp. 48.575
2	Rp. 87.725	Rp. 163.248,25	Rp. 75.523,25
3	Rp. 92.510	Rp. 146.334	Rp. 53.824
4	Rp. 93.830	Rp. 145.265,9	Rp. 51.435,9

Sumber Perhitungan : Data Perusahaan yang telah diolah oleh penulis

Jadi berdasarkan data di atas terlihat bahwa penetapan harga jual produk celana yang dilakukan oleh perusahaan belum cukup efektif, dilihat pada besarnya selisih

pendapatan yang dihasilkan cukup besar. Besar selisih itu merupakan pendapatan yang akan diperoleh perusahaan untuk menutupi kekurangan biaya produksi jika menggunakan harga jual yang dihitung oleh penulis.

Tabel 4.11
Komparatif Harga Jual
Produk Jaket

periode	Harga jual dengan <i>mark up</i> perusahaan	Harga jual dengan <i>mark up</i> hitung	Selisih pendapatan
1	Rp. 80.845	Rp. 105.196,92	Rp. 24.351,92
2	Rp. 84.927,5	Rp. 125.101,9	Rp. 40.147,4
3	Rp. 85.215	Rp. 112.409,7	Rp. 27.194,7
4	Rp. 85.652	Rp. 110.090,72	Rp. 24.438,72

Sumber Perhitungan : Data Perusahaan yang telah diolah oleh penulis

Jadi berdasarkan data di atas terlihat bahwa penetapan harga jual produk jaket yang dilakukan oleh perusahaan belum cukup efektif, dilihat pada besarnya selisih pendapatan yang dihasilkan cukup besar. Besar selisih itu merupakan pendapatan yang akan diperoleh perusahaan untuk menutupi kekurangan biaya produksi jika menggunakan harga jual yang dihitung oleh penulis.

4.2.3. Penggunaan Informasi Akuntansi Penuh Terhadap Penentuan

Harga Jual Pada PT. Ever Shine Tex, Tbk.

Penggunaan informasi akuntansi penuh merupakan cara perusahaan untuk mendapatkan penetapan harga jual yang efektif dan efisien. Penggunaan informasi akuntansi penuh di PT. Ever Shine Tex, Tbk. dilakukan dalam upaya untuk menetapkan harga jual

agar sesuai dengan biaya produksi yang telah dikeluarkan perusahaan, sehingga perusahaan tidak akan mengalami kerugian. Jadi harga jual yang ditetapkan perusahaan telah sesuai dengan biaya produksi yang telah dikeluarkan.

Dengan melihat perhitungan persentase kenaikan biaya penuh di atas, kita dapat mengetahui seberapa besar pengaruh kenaikan biaya penuh tersebut terhadap penetapan harga jual. Pada produk celana, kenaikan biaya produksi terjadi mulai dari tahun 2007 periode 1 dengan total biaya penuh sebesar Rp. 1.450.000.000 hingga tahun 2008 periode 4 menjadi Rp. 1.706.000.000. jadi selama kurun waktu 2 tahun selama 4 periode, biaya produksi mengalami total kenaikan sebesar 17.65%. sedangkan pada produk jaket, kenaikan biaya produksi juga terjadi mulai dari tahun 2007 periode 1 Rp. 1.757.500.000 hingga periode 4 menjadi Rp. 1.862.000.000. jadi dalam kurun waktu 2 tahun selama 4 periode, biaya produksi mengalami total kenaikan sebesar 5.94%

Penetapan harga jual merupakan strategi yang dilakukan oleh pihak perusahaan untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal. Penetapan harga jual di PT. Ever Shine Tex, Tbk. ditetapkan berdasarkan pemakaian total biaya penuh yang dikeluarkan untuk melakukan produksi. Selain itu penetapan harga jualnya juga dipengaruhi oleh *mark up* yang telah ditetapkan oleh pihak perusahaan.

Persentase *mark up* ini berguna untuk menambah tingkat laba yang diharapkan. Selain itu juga *mark up* dapat membantu perusahaan untuk menutupi kekurangan biaya produksi. Dengan melihat hasil perhitungan penetapan harga jual yang dilakukan oleh PT. Ever Shine Tex, Tbk. pada produk celana di tahun 2007 periode 1, dengan persentase *mark up* sebesar 10% menghasilkan pendapatan sebesar Rp 1.595.000.000 (Rp. 1.450.000.000 + (Rp. 7250 X 20.000 unit)) serta periode 2 dengan persentase *mark up* sebesar 10% menghasilkan pendapatan sebesar Rp. 1.754.500.000 (Rp. 1.595.000.000 + (Rp. 7.975 X 20.000 unit)) sedangkan pada produk jaket di tahun 2007 periode 1 dengan persentase *mark up* sebesar 15% menghasilkan pendapatan sebesar Rp. 2.021.125.000 (Rp. 1.757.500.000 + (Rp 10.545 X 25.000 unit)) serta periode 2 dengan persentase *mark up* sebesar 15% menghasilkan pendapatan sebesar Rp. 2.123.187.500 (Rp. 1.846.250.000 + (Rp. 11.077,5 X 25.000 unit)). Dilihat dari penjabaran di atas terlihat pendapatan pada produk celana tahun 2007 periode 2 lebih besar dari pada periode 1 yang dimana pengaruh penambahan persentase *mark up* sangat menentukan besarnya pendapatan yang diterima oleh pihak perusahaan.

Sedangkan apabila menggunakan harga jual dengan *mark up* yang dihitung berdasarkan metode yang berlaku, maka pada produk celana tahun 2007 periode 1 perusahaan akan mendapatkan pendapatan sebesar Rp. 2.566.500.000 (Rp. 1.450.000.000 + (Rp.

55.825 x 20.000 unit)) serta periode 2 akan memperoleh pendapatan sebesar Rp. 3.264.965.000 (Rp. 1.595.000.000 + (Rp. 83.498,25 x 20.000 unit)) sedangkan pada produk jaket tahun 2007 periode 1 perusahaan akan memperoleh pendapatan sebesar Rp. 2.629.923.000 (Rp. 1.757.500.000 + (Rp. 34.896.92 x 25.000 unit)) serta periode 2 akan diperoleh pendapatan sebesar Rp. 3.126.797.500 (Rp. 1.846.250.000 + (Rp. 51.221,9 x 25.000 unit))

Jadi terlihat jelas perbedaan dalam perhitungan penetapan harga jual dilakukan perusahaan sepenuhnya belum cukup efektif. Dapat dilihat dari tabel komparatif berikut:

Tabel 4.12
Komparatif Pendapatan Perusahaan

produk	Perhitungan 1 *	Perhitungan 2 **	Selisih pendapatan
Celana	Rp 1.595.000.000	Rp. 2.566.500.000	Rp. 971.500.000
jaket	Rp. 2.021.125.000	Rp. 2.629.923.000	Rp. 608.798.000

- Data komparatif diambil dari salah satu perhitungan masing-masing produk

Keterangan: *) merupakan perhitungan pendapatan yang dilakukan dengan *mark up* atas kebijakan perusahaan
 **) merupakan perhitungan pendapatan yang dilakukan dengan *mark up* atas perhitungan berdasarkan ketentuan yang berlaku

Dengan menggunakan perhitungan harga jual yang dilakukan oleh penulis, diharapkan agar perusahaan mendapatkan pendapatan yang sesuai dengan biaya yang dikeluarkan sehingga dapat menutupi kekurangan biaya produksi dan tidak mengalami kerugian.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

5.1.1. Simpulan Umum

Dari hasil penelitian yang penulis lakukan terhadap PT. Ever Shine Tex, Tbk. dapat saya simpulkan sebagai berikut :

- 1) PT. Ever Shine Tex, Tbk. didirikan pada tahun 1974 dan didaftarkan di pasar bursa pada tahun 1992. PT. Ever Shine Tex, Tbk. yang beralamat di Jl. Raya Bogor KM. 50 Ciluar Bogor.
- 2) PT. Ever Shine Tex, Tbk. bergerak di bidang fasion yaitu textil dan garmen yang diproduksi, didistribusikan dan dipasarkan ke berbagai kostumer untuk kemudian dijual kembali.
- 3) Dalam operasi kegiatan usaha PT. Ever Shine Tex, Tbk. melaksanakan kegiatan usaha sebagai berikut :

Garmen: membuat kebutuhan sandang, seperti pakaian, celana, jaket yang siap pakai dan siap untuk dipasarkan ke kostumer.

Textil: membuat bahan baku untuk pembuatan berbagai macam kebutuhan sandang, dan juga membuat berbagai macam bahan baku sandang, seperti benang, dan lain-lain.

5.1.2. Simpulan Khusus

Dari hasil pembahasan yang telah penulis kerjakan dalam suatu perhitungan dapat saya simpulkan sebagai berikut :

- 1) Dalam penggunaan informasi akuntansi penuh PT. Ever Shine Tex, Tbk. sudah cukup baik namun masih kurang efektif. Dengan melihat perhitungan persentase kenaikan biaya penuh di atas, kita dapat mengetahui seberapa besar pengaruh kenaikan biaya penuh tersebut terhadap penetapan harga jual. Pada produk celana, kenaikan biaya produksi terjadi mulai dari tahun 2007 periode 1 dengan total biaya penuh sebesar Rp. 1.450.000.000 hingga tahun 2008 periode 4 menjadi Rp. 1.706.000.000. jadi selama kurun waktu 2 tahun selama 4 periode, biaya produksi mengalami total kenaikan sebesar 17.65%. sedangkan pada produk jaket, kenaikan biaya produksi juga terjadi mulai dari tahun 2007 periode 1 Rp. 1.757.500.000 hingga periode 4 menjadi Rp. 1.862.000.000. jadi dalam kurun waktu 2 tahun selama 4 periode, biaya produksi mengalami total kenaikan sebesar 5.94%
- 2) Tingkat jumlah pendapatan perusahaan akan lebih besar jika perusahaan menggunakan perhitungan harga jual dengan metode *cost plus pricing*. Dengan catatan bahwa *mark up* yang digunakan adalah *mark up* yang telah dihitung berdasarkan metode yang berlaku. Dengan melihat hasil perhitungan penetapan harga jual yang dilakukan oleh PT. Ever Shine

Tex, Tbk. pada produk celana di tahun 2007 periode 1, dengan persentase *mark up* sebesar 10% menghasilkan pendapatan sebesar Rp 1.595.000.000 (Rp. 1.450.000.000 + (Rp. 7250 x 20.000 unit)) namun pada perhitungan penulis dengan *mark up* 77% perusahaan akan mendapatkan pendapatan sebesar Rp. 2.566.500.000 (Rp. 1.450.000.000 + (Rp. 55.825 x 20.000 unit)) sedangkan pada produk jaket di tahun 2007 periode 1 dengan persentase *mark up* sebesar 15% menghasilkan pendapatan sebesar Rp. 2.021.125.000 (Rp. 1.757.500.000 + (Rp 10.545 x 25.000 unit)) namun pada perhitungan penulis dengan *mark up* 49,64% perusahaan akan memperoleh pendapatan sebesar Rp. 2.629.923.000 (Rp. 1.757.500.000 + (Rp. 34.896.92 x 25.000 unit)). Dilihat dari penjabaran di atas terlihat pendapatan pada tiap produk pendapatan dengan *mark up* hitung lebih besar dari pada *mark up* kebijakan perusahaan yang dimana pengaruh penambahan persentase *mark up* sangat menentukan besarnya pendapatan yang diterima oleh pihak perusahaan.

- 3) Tetapi total pendapatan yang diperoleh perusahaan lebih kecil dibandingkan dengan total pendapatan yang diperoleh dengan cara melakukan perhitungan *mark up*. Karena persentase *mark up* yang di hasilkan oleh perusahaan tidak cukup efektif untuk menentukan harga jual dan penggunaan informasi akuntansi penuh di perusahaan pun belum cukup efektif. Jadi terlihat jelas

perbedaan dalam perhitungan penetapan harga jual dilakukan perusahaan sepenuhnya belum cukup efektif. Hal tersebut sesuai dengan yang dituangkan didalam hipotesis bahwa penetapan harga jual sangat mempengaruhi laba kotor celana dan jaket di PT. Ever Shine Tex, Tbk.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil analisis dan pembahasan yang telah dikemukakan, dapat disampaikan beberapa saran untuk dijadikan acuan bahan perbaikan bagi perusahaan, yaitu :

- 1) Dalam menggunakan informasi akuntansi penuh, perusahaan harus lebih teliti lagi dalam melakukan penggunaannya. Sehingga perusahaan akan mendapatkan pendapatan sesuai target yang diinginkan.
- 2) Sebaiknya pihak PT. Ever Shine Tex, Tbk. harus lebih teliti lagi dalam penentuan harga jual produk celana dan jaket, terutama dalam penambahan prosentase *Mark up* didalam harga jual celana dan jaket. Oleh sebab itu PT. Ever Shine Tex, Tbk. harus lebih memperhatikan lagi dalam menetapkan harga jual celana dan jaket terutama dalam penambahan prosentase *mark up*. Oleh karena itu untuk memperoleh pendapatan dan harga jual yang sesuai dengan keinginan perusahaan untuk mencapai target, dapat menggunakan metode *cost plus pricing* yang sebagaimana telah digunakan oleh penulis untuk melakukan perhitungan *mark up* dan harga jual pada perusahaan.

- 3) Dalam penggunaan informasi akuntansi penuh terhadap penetapan harga jual celana dan jaket sudah cukup baik tetapi harus dipertahankan. lebih baik lagi apabila dalam penggunaan informasi akuntansi penuh harus efektif dan penambahan prosentase *mark up* lebih diperhatikan lagi.

JADWAL PENELITIAN

No	Kegiatan	Bulan										
		Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags	Sep	Okt	Nov
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	Pengesahan											*

Keterangan:

* Tanda bintang menyatakan satuan unit waktu (minggu).

DAFTAR PUSTAKA

- Anthony, A. Atkinson, Rajiv D. Banker, Robert S. Kaplan and S. mark Young. 1995. *Management Accounting*.
- Armila Krisna Warindrani. 2006. *Akuntansi Manajemen*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Darsono Prawironegoro. 2008. *Akuntansi Manajemen*, Edisi 2.
- Darsono Prawironegoro. 2008 , *Kajian Pengambilan Keputusan Berdasarkan Informasi Akuntansi*, 2005.
- Edhi Asmirantho. 2009. *Diktat Kuliah Managerial Accounting*. Universitas Pakuan.
- Garrison, H., Ray, Erick W Noreen dan Peter C Brewer. 2006. *Management Accounting*. The McGraw Hill Companies Inc. USA.
- Halim, Abdul dan bambang Supomo. 2005. *Akuntansi Manajemen*, BPFE. Yogyakarta.
- Hansen dan Mowen. 2000. *Management Accounting*, alih bahasa: Dewi Fitriyani. Salemba Empat. Jakarta.
- Hongren, Datar dan Foster. 2005. *Akuntansi Biaya*. Edisi kesebelas, alih bahasa : Desi Adhariani. PT. INDEKS kelompok GRAMEDIA. Jakarta.
- <http://translate.google.co.id/translate?hl=id&sl=en&u=http://www.evershinetex.com>
- <http://forddine.blogspot.com/2009/06/akuntansi-manajemen.html>
- <http://blogelyteknologi.blogspot.com/2008/03/karakteristik-akuntansi-manajemen.html>
- <http://merah-saga.blogspot.com/2009/06/kegunaan-informasi-akuntansi-manajemen.html>
- Kusnadi, Zainul Arifin, Syadeli. 2002. *Akuntansi Manajemen*. Universitas Brawijaya. Malang.
- Lili, M Sadeli dan Bedjo Siswanto. 2004. *Akuntansi Manajemen*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Mas'ud Machfoedz. 1996. *Akuntansi Manajemen*. FE UGM. Yogyakarta.
- Mulyadi. *Akuntansi Manajemen Edisi 2*. YKPN. Yogyakarta.

Mulyadi. 2001. Akuntansi Manajemen. Edisi 3. Salemba Empat. Yogyakarta.

Mulyadi, 2009. Akuntansi Biaya Edisi 5. YKPN. Yogyakarta.

Mulyadi. Akuntansi Biaya Untuk Manajemen Edisi 4. BPFE. Yogyakarta.

Rudianto. 2006. Informasi Untuk Pengambilan Keputusan Manajemen, Grasindo, Jakarta.

Slamet Sugiri, Sulastiningsih, 2004. *Akuntansi Manajemen Sebuah Pengantar*, Edisi III, AMP YKPN : Yogyakarta.

Supriyono. 1991. Akuntansi Manajemen Edisi 3, YKPN, Yogyakarta.

PT EVER SHINE TEX Tbk.

A PUBLIC LISTED COMPANY

(GARMENT DIVISION)

OFFICE & FACTORY : JL. RAYA BOGOR KM. 50 CILUAR – BOGOR.

PHONE : +62 – 251 – 8652401 (HUNTING). FAX : +62 – 251 – 8651403 (HUNTING)

E-MAIL : est@cbn.net.id

Laporan biaya produksi celana tahun 2007 (periode Januari – Juni)

Untuk 20.000 Unit

Harga bahan celana @ 2 yard Rp. 25.000	Rp. 500.000.000
Harga bahan lining @ 0.5 yard Rp. 12.000	Rp. 240.000.000
Accesoris	
Zipper 5" @ Rp. 1.000	Rp. 20.000.000
Kancing pinggang @ Rp. 1.000	Rp. 20.000.000
Embroidery @ Rp. 1.000	Rp. 20.000.000
Benang @ Rp. 1.000	Rp. 20.000.000
Biaya produksi /karyawan @ Rp. 22.500	Rp. 450.000.000
Biaya washing @ Rp. 1.000	Rp. 20.000.000
Biaya pemasaran @ Rp 5.000	Rp. 100.000.000
Biaya administrasi dan umum @ Rp. 3.000	Rp. 60.000.000
Total biaya produksi @ Rp. 72.500	Rp. 1.450.000.000
Mark Up 10 %	
Rp. 1.450.000.000 x 10% =	Rp. 145.000.000
Total Pendapatan	Rp. 1.595.000.000

PT EVER SHINE TEX Tbk.

A PUBLIC LISTED COMPANY

(GARMENT DIVISION)

OFFICE & FACTORY : JL. RAYA BOGOR KM. 50 CILUAR - BOGOR.
PHONE : +62 - 251 - 8652401 (HUNTING). FAX : +62 - 251 - 8651403 (HUNTING)
E-MAIL : cst@cbn.nct.id



Laporan biaya produksi celana tahun 2007 (periode Juli - Desember)

Untuk 20.000 Unit

Harga bahan celana @ 2 yard Rp. 27.500	Rp. 550.000.000
Harga bahan lining @ 0.5 yard Rp. 13.200	Rp. 264.000.000
Accesoris	
Zipper 5" @ Rp. 1.100	Rp. 22.000.000
Kancing pinggang @ Rp. 1.100	Rp. 22.000.000
Embroidery @ Rp. 1.100	Rp. 22.000.000
Benang @ Rp. 1.100	Rp. 22.000.000
Biaya produksi /karyawan @ Rp. 24.750	Rp. 495.000.000
Biaya washing @ Rp. 1.100	Rp. 22.000.000
Biaya pemasaran @ Rp 5.500	Rp. 110.000.000
Biaya administrasi dan umum @ Rp. 3.300	Rp. 66.000.000
Total biaya produksi @ Rp. 79.750	Rp. 1.595.000.000
Mark Up 10 %	
Rp. 1.595.000.000 x 10% =	Rp. 159.500.000
Total Pendapatan	Rp. 1.754.500.000

PT EVER SHINE TEX Tbk.

A PUBLIC LISTED COMPANY

(GARMENT DIVISION)

OFFICE & FACTORY : JL. RAYA BOGOR KM. 50 CILUAR – BOGOR.

PHONE : +62 – 251 – 8652401 (HUNTING). FAX : +62 – 251 – 8651403 (HUNTING)

E-MAIL : est@cbn.net.id



Laporan biaya produksi celana tahun 2008 (Periode januari – Juni)

Untuk 20.000 Unit

Harga bahan celana @ 2 yard Rp. 30.000	Rp. 600.000.000
Harga bahan lining @ 0.5 yard Rp. 15.000	Rp. 300.000.000
Accesoris	
Zipper 5" @ Rp. 1.100	Rp. 22.000.000
Kancing pinggang @ Rp. 1.100	Rp. 22.000.000
Embroidery @ Rp. 1.100	Rp. 22.000.000
Benang @ Rp. 1.100	Rp. 22.000.000
Biaya produksi /karyawan @ Rp. 24.750	Rp. 495.000.000
Biaya washing @ Rp. 1.100	Rp. 22.000.000
Biaya pemasaran @ Rp. 5.550	Rp. 111.000.000
Biaya administrasi dan umum @ Rp. 3.300	Rp. 66.000.000
Total biaya produksi @ Rp. 84.100	Rp. 1.682.000.000
Mark Up 10 %	
Rp. 1.682.000.000 x 10% =	Rp. 168.200.000
Total Pendapatan	Rp. 1.850.200.000

PT EVER SHINE TEX Tbk.

A PUBLIC LISTED COMPANY

(GARMENT DIVISION)

OFFICE & FACTORY : JL. RAYA BOGOR KM. 50 CILUAR – BOGOR.
PHONE : +62 – 251 – 8652401 (HUNTING). FAX : +62 – 251 – 8651403 (HUNTING)
E-MAIL : est@cbn.net.id



Laporan biaya produksi celana tahun 2008 (Periode Juli - Desember)

Untuk 20.000 Unit

Harga bahan celana @ 2 yard Rp. 30.000	Rp. 600.000.000
Harga bahan lining @ 0.5 yard Rp. 15.000	Rp. 300.000.000
Accesoris	
Zipper 5" @ Rp. 1.100	Rp. 20.000.000
Kancing pinggang @ Rp. 1.100	Rp. 20.000.000
Embroidery @ Rp. 1.100	Rp. 20.000.000
Benang @ Rp. 1.100	Rp. 20.000.000
Biaya produksi /karyawan @ Rp. 25.500	Rp. 510.000.000
Biaya washing @ Rp. 1.100	Rp. 20.000.000
Biaya pemasaran @ Rp. 6.000	Rp. 120.000.000
Biaya administrasi dan umum @ Rp. 3.300	Rp. 66.000.000
Total biaya produksi @ Rp. 85.300	Rp. 1.706.000.000
Mark Up 10 %	
Rp. 1.706.000.000 x 10% =	Rp. 170.600.000
Total Pendapatan	Rp. 1.876.600.000

PT EVER SHINE TEX Tbk.

A PUBLIC LISTED COMPANY

(GARMENT DIVISION)

OFFICE & FACTORY : JL. RAYA BOGOR KM. 50 CILUAR – BOGOR.

PHONE : +62 – 251 – 8652401 (HUNTING). FAX : +62 – 251 – 8651403 (HUNTING)

E-MAIL : est@cbn.net.id



Laporan biaya produksi jaket tahun 2007 (Periode Januari – Juni)

Untuk 25.000 Unit

Harga bahan jaket @ 1 yard 25 inci Rp. 20.000	Rp. 500.000.000
Harga bahan lining body+tangan@ 0.6 yard Rp. 10.000	Rp. 250.000.000
Accesoris	
Zipper dada depan uk 45” @ Rp. 2.000	Rp. 50.000.000
Zipper kantong depan 12” 2 pcs @ Rp. 800	Rp. 20.000.000
Kancing snap 12 pcs Rp. 1.000	Rp. 25.000.000
Rivet 4 pcs Rp. 250	Rp. 6.250.000
Embroidery @ Rp. 1.000	Rp. 25.000.000
Benang @ Rp. 1.500	Rp. 37.500.000
Biaya produksi /karyawan @ Rp. 27.500	Rp. 687.500.000
Biaya washing @ Rp. 750	Rp. 18.750.000
Biaya pemasaran @ Rp 3.000	Rp. 75.000.000
Biaya administrasi dan umum @ Rp. 2.500	Rp. 62.500.000
Total biaya produksi @ Rp. 70.300	Rp. 1.757.500.000
Mark Up 15 %	
Rp. 1.757.500.000 x 15% =	Rp. 263.625.000
Total Pendapatan	Rp. 2.021.125.000

PT EVER SHINE TEX Tbk.

A PUBLIC LISTED COMPANY
(GARMENT DIVISION)

OFFICE & FACTORY : JL. RAYA BOGOR KM. 50 CILUAR – BOGOR.
PHONE : +62 – 251 – 8652401 (HUNTING). FAX : +62 – 251 – 8651403 (HUNTING)
E-MAIL : est@cbn.net.id



Laporan biaya produksi jaket tahun 2007 (Periode Juli - Desember)

Untuk 25.000 Unit

Harga bahan jaket @ 1 yard 25 inci Rp. 21.500	Rp. 537.500.000
Harga bahan lining body+tangan@ 0.6 yard Rp. 10.750	Rp. 268.750.000
Accesoris	
Zipper dada depan uk 45" @ Rp. 2.000	Rp. 50.000.000
Zipper kantong depan 12" 2 pcs @ Rp. 800	Rp. 20.000.000
Kancing snap 12 pcs Rp. 1.000	Rp. 25.000.000
Rivet 4 pcs Rp. 250	Rp. 6.250.000
Embroidery @ Rp. 1.000	Rp. 25.000.000
Benang @ Rp. 1.500	Rp. 37.500.000
Biaya produksi /karyawan @ Rp. 28.550	Rp. 713.750.000
Biaya washing @ Rp. 1.000	Rp. 25.000.000
Biaya pemasaran @ Rp 3.000	Rp. 75.000.000
Biaya administrasi dan umum @ Rp. 2.500	Rp. 62.500.000
Total biaya produksi @ Rp. 73.850	Rp. 1.846.250.000

Mark Up 15 %

Rp. 1.846.250.000 x 15% =

Rp. 276.937.500

Total Pendapatan

Rp. 2.123.187.500

PT EVER SHINE TEX Tbk.

A PUBLIC LISTED COMPANY

(GARMENT DIVISION)

OFFICE & FACTORY : JL. RAYA BOGOR KM. 50 CILUAR – BOGOR.

PHONE : +62 – 251 – 8652401 (HUNTING). FAX : +62 – 251 – 8651403 (HUNTING)

E-MAIL : est@cbn.net.id



Laporan biaya produksi jaket tahun 2008 (Periode januari – Juni)

Untuk 25.000 Unit

Harga bahan jaket @ 1 yard 25 inci Rp. 21.750	Rp. 543.750.000
Harga bahan lining body+tangan @ 0.6 yard Rp. 10.750	Rp. 268.750.000
Accesoris	
Zipper dada depan uk 45” @ Rp. 2.000	Rp. 50.000.000
Zipper kantong depan 12” 2 pcs @ Rp. 800	Rp. 20.000.000
Kancing snap 12 pcs Rp. 1.000	Rp. 25.000.000
Rivet 4 pcs Rp. 250	Rp. 6.250.000
Embroidery @ Rp. 1.000	Rp. 25.000.000
Benang @ Rp. 1.500	Rp. 37.500.000
Biaya produksi /karyawan @ Rp. 28.550	Rp. 713.750.000
Biaya washing @ Rp. 1.000	Rp. 25.000.000
Biaya pemasaran @ Rp 3.000	Rp. 75.000.000
Biaya administrasi dan umum @ Rp. 2.500	Rp. 62.500.000
Total biaya produksi @ Rp. 74.100	Rp. 1.852.500.000

Mark Up 15 %

Rp. 1.852.500.000 x 15% =

Rp. 277.875.000

Total Pendapatan

Rp. 2.130.375.000

P T EVER SHINE TEX Tbk.

A PUBLIC LISTED COMPANY

(GARMENT DIVISION)

OFFICE & FACTORY : JL. RAYA BOGOR KM. 50 CILUAR – BOGOR.

PHONE : +62 – 251 – 8652401 (HUNTING). FAX : +62 – 251 – 8651403 (HUNTING)

E-MAIL : cst@cbn.net.id



Laporan biaya produksi jaket tahun 2008 (Periode Juli - Desember)

Untuk 25.000 Unit

Harga bahan jaket @ 1 yard 25 inci Rp. 21.850	Rp. 546.250.000
Harga bahan lining body+tangan@ 0.6 yard Rp. 10.900	Rp. 272.500.000
Accesoris	
Zipper dada depan uk 45" @ Rp. 2.000	Rp. 50.000.000
Zipper kantong depan 12" 2 pcs @ Rp. 800	Rp. 20.000.000
Kancing snap12 pcs Rp. 1.000	Rp. 25.000.000
Rivet 4 pcs Rp. 250	Rp. 6.250.000
Embroidery @ Rp. 1.000	Rp. 25.000.000
Benang @ Rp. 1.500	Rp. 37.500.000
Biaya produksi /karyawan @ Rp. 28.680	Rp. 717.000.000
Biaya washing @ Rp. 1.000	Rp. 25.000.000
Biaya pemasaran @ Rp 3.000	Rp. 75.000.000
Biaya administrasi dan umum @ Rp. 2.500	Rp. 62.500.000
Total biaya produksi @ Rp. 74.480	Rp. 1.862.000.000
Mark Up 15 %	
Rp. 1.862.000.000 x 15% =	Rp. 279.300.000
Total Pendapatan	Rp. 2.141.300.000

PT. EVER SHINE TEX Tbk. DIVISI GARMENT
NERACA KONSOLIDASI
periode 1 (Januari-Juni) dan periode 2 (Juli-Desember) Tahun 2008
(Disajikan dalam rupiah)

AKTIVA	<u>periode 3</u>	<u>periode 4</u>
AKTIVA LANCAR		
Kas dan setara kas	612.803.105.789	194.115.312.674
Deposito berjangka	4.475.592.996	7.349.397.564
Penempatan jangka pendek	-	5.729.300.000
Piutang usaha		
Pihak yang mempunyai hubungan istimewa	29.239.460.739	60.663.379.289
Pihak ketiga-setelah dikurangi		
Penyisihan piutang ragu-ragu sebesar		
Rp. 12.904.975.199 pada periode 2		
dan Rp. 11.347.612.391 pada periode 1	939.690.358.412	620.637.523.119
Piutang lain-lain dari pihak ketiga – setelah		
dikurangi penyisihan piutang ragu-ragu		
sebesar Rp. 5.672.157.875 pada periode 2		
dan Rp. 7.271.980.358 pada periode 1	8.268.964.974	8.248.102.445
Aktiva derivatif – bersih	-	450.345.236
Persediaan – bersih	1.328.999.912.134	1.002.554.831.808
Uang muka dan jaminan	141.203.011.264	82.085.460.533
Pajak dibayar di muka	11.928.707.040	8.447.704.937
Alokasi Biaya Pokok Produksi	18.736.953.669	17.651.023.496
JUMLAH AKTIVA LANCAR	<u>3.095.346.067.017</u>	<u>2.007.932.381.137</u>
AKTIVA TIDAK LANCAR		
Piutang hubungan istimewa	32.772.451.831	44.728.276.350
Aktiva pajak tangguhan – bersih	14.049.096.855	7.007.392.393
Penyerahan jangka panjang dan uang muka		
kepada perusahaan asosiasi – setelah		
dikurangi penyisihan uang muka sebesar		
Rp. 13.720.944.026 pada periode 2		
dan periode 1	53.848.182.389	54.075.051.094
Aktiva tetap – setelah dikurangi akumulasi		
penyusutan, amortisasi dan depresiasi		
sebesar Rp. 5.137.322.330.683 pada		
periode 2 dan Rp. 4.585.336.107.978		
pada periode 1	7.461.630.368.096	7.605.657.521.102
kas dan deposito berjangka yang		
penggunaannya dibatasi	-	479.000.000
Aktiva tidak lancar lainnya	92.625.606.239	64.767.494.894
JUMLAH AKTIVA TIDAK LANCAR	<u>7.654.925.705.410</u>	<u>7.776.714.735.833</u>
JUMLAH AKTIVA	<u><u>10.750.271.772.427</u></u>	<u><u>9.784.647.116.970</u></u>

PT. EVER SHINE TEX Tbk. DIVISI GARMENT
NERACA KONSOLIDASI
periode 1 (Januari-Juni) dan periode 2 (Juli-Desember) Tahun 2007
(Disajikan dalam rupiah)

AKTIVA	<u>periode 2</u>	<u>periode 1</u>
AKTIVA LANCAR		
Kas dan setara kas	443.154.589.486	557.267.546.812
Deposito berjangka	6.630.946.422	-
Penempatan jangka pendek	4.594.200.000	4.750.200.000
Piutang usaha		
Pihak yang mempunyai hubungan istimewa	90.157.225.980	34.435.249.623
Pihak ketiga-setelah dikurangi		
Penyisihan piutang ragu-ragu sebesar		
Rp 11.295.820.287 pada periode 2		
dan Rp. 14.184.435.448 pada periode 1	777.405.259.153	684.728.164.947
Piutang lain-lain dari pihak ketiga – setelah		
dikurangi penyisihan piutang ragu-ragu		
sebesar Rp. 7.271.980.358 pada periode 2		
dan Rp. 7.371.980.358 pada periode 1	6.986.911.881	11.199.253.883
Aktiva derivatif -- bersih	555.700.005	-
Persediaan – bersih	1.018.664.896.929	921.908.321.373
Uang muka dan jaminan	92.208.904.218	90.836.301.351
Pajak dibayar dimuka	11.279.157.021	23.560.834.495
Alokasi biaya pokok produksi	16.666.472.391	26.203.769.391
JUMLAH AKTIVA LANCAR	<u>2.468.304.263.477</u>	<u>2.318.907.641.902</u>
AKTIVA TIDAK LANCAR		
Piutang hubungan istimewa	40.925.539.315	51.218.987.050
Aktiva pajak tangguhan – bersih	7.915.003.829	6.163.882.272
Penyertaan jangka panjang dan uang muka		
kepada perusahaan asosiasi – setelah		
dikurangi penyisihan uang muka sebesar		
Rp. 13.720.944.026 pada periode 2		
dan periode 1	56.859.114.011	51.508.236.089
Aktiva tetap – setelah dikurangi akumulasi		
penyusutan, amortisasi dan depresiasi		
sebesar Rp. 4.705.429.225.651 pada		
periode 2 dan Rp. 4.229.667.295.079	7.597.512.992.481	7.637.546.669.905
pada periode 1		
kas dan deposito berjangka yang		
penggunaannya dibatasi	479.000.000	2.736.067.280
Aktiva tidak lancar lainnya	75.619.896.958	60.122.534.072
JUMLAH AKTIVA TIDAK LANCAR	<u>7.779.311.546.594</u>	<u>7.809.296.376.668</u>
JUMLAH AKTIVA	<u>10.247.615.810.071</u>	<u>10.128.204.018.570</u>

T EVER SHINE TEX Tbk.

A PUBLIC LISTED COMPANY

(GARMENT DIVISION)

OFFICE & FACTORY : JL. RAYA BOGOR KM. 50 CILUAR – BOGOR.

PHONE : +62 – 251 – 8652401 (HUNTING). FAX : +62 – 251 – 8651403 (HUNTING)

E-MAIL : est@cbn.net.id



SURAT KETERANGAN PENELITIAN

No. 921/EST/X/09

Sehubungan dengan surat Universitas Pakuan No. : 795/D.1/FE-UP/IX/2009, tanggal 12 September 2009, dengan ini diberitahukan bahwa :

Nama : Erdi Herdiansyah
NIM : 021105189
Program : Strata satu (S.1)
Semester : IX
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi

Telah selesai melakukan penelitian yang meliputi mencari dan mengumpulkan data di Pusat Referensi Pasar Modal yang dimulai tanggal 9 Februari 2009 s/d 19 Maret 2009 dalam rangka penyelesaian Tugas Skripsi.

Demikian surat keterangan penelitian ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Bogor, 12 Oktober 2009

Arman Hendiyanto
Manajer