

PENENTUAN HARGA JUAL PRODUK PESANAN DAN PRODUK CACAT

**STUDI KASUS PADA PT. PENJALINDO NUSANTARA
CABANG CIREBON, JAWA BARAT**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Akuntansi**



Oleh :

AGUST. ADIBAGIA KUSDIANTA

NIM : 94 2114 088

NIRM : 940051121303120086

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SANATA DHARMA
YOGYAKARTA
1999**

SKRIPSI

PENENTUAN HARGA JUAL
PRODUK PESANAN DAN PRODUK CACAT

STUDI KASUS PADA PT. PENJALINDO NUSANTARA
CABANG CIREBON, JAWA BARAT

Oleh :

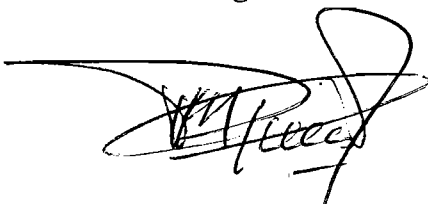
AGUST. ADIBAGIA KUSDIANTA

NIM : 94 2114 088

NIRM : 940051121303120086

Telah disetujui oleh :

Pembimbing I



Drs. Th. Gieles, S.J

Tanggal ... 26 - 3 - 199

Pembimbing II



Drs. H. Herry Maridjo, M.Si.

Tanggal ... 13 - 4 - 199

SKRIPSI
PENENTUAN HARGA JUAL
PRODUK PESANAN DAN PRODUK CACAT
STUDI KASUS PADA PT. PENJALINDO NUSANTARA
CABANG CIREBON, JAWA BARAT

Dipersiapkan dan ditulis oleh :

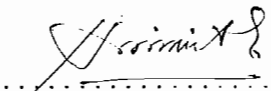
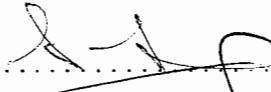

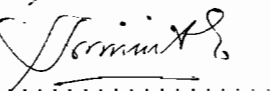
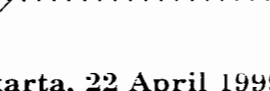
AGUST. ADIBAGIA KUSDIANTA

NIM : 94 2114 088

NIRM : 940051121303120086

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji
Pada tanggal 22 April 1999
Dan dinyatakan memenuhi syarat

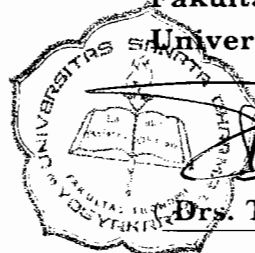
SUSUNAN PANITIA PENGUJI

	Nama Lengkap	Tanda Tangan
Ketua	: Drs. Fr. Ninik Yudianti, M.Acc.	
Sekretaris	: Drs. E. Sumardjono, M.B.A	
Anggota	: Drs. Th. Gieles, S.J	
Anggota	: Drs. Herry Maridjo, M.Si.	
Anggota	: Dra. Fr. Ninik Yudianti, M.Acc.	

Yogyakarta, 22 April 1999

Fakultas Ekonomi

Universitas Sanata Dharma




Drs. Th. Gieles, S.J

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

**“Lakukan apa yang dapat engkau lakukan dan berdoalah untuk
apa yang engkau tidak dapat lakukan”**

(St. Augustinus)

**“Orang yang bijak menyembunyikan pengetahuannya, tetapi hati
orang bebal menyeru-nyerukan kebodohnya”**

(Amsal 12:23)

Skripsi ini kupersembahkan untuk :

Bapak dan Ibu tersayang

Kadek Lui dan Lucy



PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini tidak memuat karya atau bagian karya orang lain, kecuali yang telah disebutkan dalam kutipan dan daftar pustaka, sebagaimana layaknya karya ilmiah.

Yogyakarta, 22 April 1999

Penulis

Agust. Adibagia Kusdianta

ABSTRAK

Penentuan Harga Jual Produk Pesanan dan Produk Cacat Studi Kasus pada PT. Penjalindo Nusantara Cabang Cirebon, Jawa Barat

**Agust Adibagia Kusdianta
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta, 1999**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah penentuan harga jual produk pesanan dan produk cacat yang dilakukan PT. Penjalindo Nusantara cabang Cirebon sudah tepat atau belum dibandingkan dengan kajian teori. Penelitian dilaksanakan di PT. Penjalindo Nusantara cabang Cirebon sejak tanggal 14 September 1998 sampai selesai.

Teknik pengumpulan data yang dilaksanakan adalah wawancara, dokumentasi, dan observasi. Analisis data yang digunakan untuk menjawab permasalahan adalah: pertama, mendiskripsikan harga jual produk pesanan dan produk cacat perusahaan dengan mengumpulkan seluruh biaya dan data lain yang diperlukan; kedua, menghitung harga jual menurut metode *cost-plus pricing* berdasarkan pendekatan *full costing*; ketiga, menganalisis perbedaan harga jual antara perhitungan perusahaan dengan kajian teori; keempat, menentukan apakah harga jual yang diterapkan perusahaan sudah tepat atau belum dengan menggunakan kriteria dengan toleransi sebagai berikut : selisih harga jual $\leq 5\%$ tepat; selisih harga jual $> 5\%$ tidak tepat.

Hasil penelitian yang diperoleh berdasarkan analisis data dan pembahasan adalah terdapat perbedaan atau selisih harga jual antara perhitungan perusahaan dengan kajian teori. Adapun besarnya selisih harga jual untuk keempat produk pesanan yang diteliti adalah **TV Table** Rp. 3 000 (3,41%); **Terrace Chair** Rp. 1 000 (2,50%); **Loungery Rack** Rp. 5 000 (3,52%); **Bed Double** Rp. 3 000 (1,88%), dan untuk produk cacat adalah **Bed Double** Rp. 4 000 (2,55%); **Loungery Rack** Rp. 4 000 (3,10%). Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa harga jual perusahaan untuk produk pesanan yaitu TV Table, Terrace Chair, Loungery Rack, dan Bed Double tepat. Demikian juga harga jual untuk produk cacat Bed Double dan Loungery Rack juga tepat karena selisih harga jual antara perhitungan perusahaan dengan kajian teori kurang dari 5%.

ABSTRACT

Fixing the Selling Price Of Ordered Products And Defect Products Case Study On PT. Penjalindo Nusantara Cirebon Branch, West Java

**Agust Adibagia Kusdianta
Sanata Dharma University
Yogyakarta, 1999**

The aim of this research is to know whether the fixing of the selling price of ordered products and defect products at PT. Penjalindo Nusantara Cirebon branch has been correct compared with current theory. This research is done at PT Penjalindo Nusantara Cirebon during September 1998.

Methods used to collect data are by interview, documentation, and observation. Analyzing data techniques used to answer this problem are: firstly, describing the selling price of ordered products and defect products by collecting all cost and other data needed; secondly, calculating the selling price according to the cost-plus method based on a full costing approach; thirdly, analyzing the difference in selling price between the company's calculation and the theory; and finally, ascertaining the precision of the company's selling price using a 5% tolerance limit.

The result of this research based on data analysis and discussion is that there is found a difference between the company's selling price and the theory. The differences found on the four examined ordered products are on **TV Table** Rp. 3,000 (3,41%), **Terrace Chair** Rp. 1,000 (2,50%), **Loungery Rack** Rp. 5,000 (3,52%), **Bed Double** Rp. 3,000 (1,88%), and for defect products **Bed Double** Rp. 4,000 (2,55%), **Loungery Rack** Rp. 4,000 (3,10%). Therefore it is concluded that the company's decision on the selling price of ordered products (TV table, Terrace chair, Loungery rack, and Bed double) has already been correct. The same conclusion holds also for the differences in selling price of defect products (Bed double and Loungery rack), because the selling price differences between the company's calculation and the theory is less than 5%.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya yang telah dilimpahkan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Tujuan penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma.

Dengan selesainya skripsi ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

- 1. Romo Drs. Th. Gieles, S.J, selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta dan pembimbing I, yang telah berkenan memberikan bimbingan dan saran-saran dalam penulisan skripsi ini.**
- 2. Bapak Drs. H. Herry Maridjo, M.Si, selaku dosen pembimbing II, yang telah mengorbankan waktu untuk memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis sampai selesainya skripsi ini.**
- 3. Bapak Drs. F.A. Joko Siswanto, Akt. M.M, yang telah membantu, mengorbankan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan pengarahan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.**
- 4. Bapak Drs. F.X. Muhadi, M.Pd, yang telah berkenan memberikan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.**

5. Seluruh dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan bantuan kepada penulis.
6. Bapak Oka Gunawan selaku kepala cabang, Mas Yatno, Mas Slamet, Mas Guling, Mbak Siska, Mbak Ida, dan seluruh staf serta seluruh karyawan PT. Penjalindo Nusantara Cabang Cirebon, yang telah memberikan berbagai fasilitas kepada penulis untuk mengadakan penelitian sehingga semua data yang diperlukan dapat terkumpulkan.
7. Keluargaku yang tercinta di Br. Pengilian dan Br. Kulibul, serta keluarga Bapak Ampung A.S yang telah banyak memberikan dorongan, baik materiil, moril, maupun spirituil.
8. Teman-teman dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu disini, yang telah turut serta memberikan bantuan, dorongan dan semangat dalam penulisan skripsi ini.

Penulis telah berupaya menulis skripsi ini dengan sebaik mungkin, namun sebagai manusia selalu ada kekurangan, oleh sebab itu penulis menerima adanya kritik dan saran demi lebih menyempurnakan skripsi ini.

Akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan orang lain yang membutuhkan.

Yogyakarta, April 1999

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah	3
C. Perumusan Masalah	3
D. Tujuan Penelitian	3
E. Manfaat Penelitian	3
F. Sistematika Penulisan	4



BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Definisi Harga.....	6
B. Peranan dan Tujuan Penetapan Harga.....	7
C. Penggolongan Biaya.....	10
a. Penggolongan Biaya Sesuai dengan Fungsi	
Pokok Kegiatan/ Aktivitas	10
b. Menurut Perilakunya dalam Hubungannya	
dengan Perubahan Volume Kegiatan.....	12
D. Dasar Pembebanan Biaya Overhead Pabrik.....	14
1. Satuan Produksi.....	14
2. Biaya Bahan Baku.....	14
3. Biaya Tenaga Kerja Langsung.....	16
4. Dasar Jam Tenaga Kerja Langsung.....	17
5. Jam Mesin.....	17
E. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi dalam	
Penentuan Harga Jual.....	18
1. Faktor-Faktor Internal yang Mempengaruhi	
Keputusan Penentuan Harga.....	18
2. Faktor-Faktor Eksternal yang Mempengaruhi	
Keputusan Penentuan Harga.....	19
F. Metode Penentuan Harga Jual.....	21
1. Metode Harga Jual Normal.....	21
2. Penentuan Harga Jual dalam <i>Cost-Type Contract</i>.....	21

3. Penentuan Harga Jual Pesanan Khusus.....	22
4. Penentuan Harga Jual yang Diatur dengan Peraturan Pemerintah.....	22
G. Metode Penentuan Harga Jual <i>Cost-Plus Pricing</i>	23
1. Taksiran Biaya Penuh.....	23
2. Laba yang Diharapkan.....	24
3. Harga Jual Per Unit.....	25
H. Manfaat Informasi Biaya Penuh dalam Keputusan Penentuan Harga Jual.....	27
I. Produk Cacat dalam Pengolahan.....	29
1. Pengertian Produk Cacat.....	29
2. Perlakuan Terhadap Produk cacat dalam Penentuan Harga Pokok Produk.....	29
3. Penentuan Harga Jual Produk Cacat.....	30
J. Penentuan Materialitas.....	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	32
A. Jenis Penelitian	32
B. Tempat dan Waktu Penelitian	32
C. Subjek dan Objek Penelitian	32
D. Data yang Diperlukan	33
E. Sumber Data	33
F. Teknik Pengumpulan Data	34
G. Teknik Analisis Data	34

BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	39
A. Sejarah Perusahaan.....	39
B. Struktur Organisasi.....	40
C. Personalia.....	43
D. Produksi.....	46
E. Pemasaran.....	47
BAB V ANALISIS DATA dan PEMBAHASAN.....	49
A. Deskripsi Data.....	49
1. Deskripsi Data Produk Pesanan.....	49
2. Deskripsi Data Produk Cacat.....	53
B. Analisis Data.....	55
1. Analisis Data Produk Pesanan.....	55
a. Perbandingan prosedur penentuan harga jual produk pesanan.....	55
b. Perbandingan hasil perhitungan produk pesanan.....	57
c. Alokasi biaya unit produk pesanan.....	59
d. Perhitungan harga jual unit produk pesanan.....	61
e. Metode harga pokok penuh ditambah <i>Mark up</i>	56
2. Analisis Data Produk Cacat.....	65
a. Perbandingan prosedur penentuan harga jual produk cacat.....	65
b. Perbandingan hasil perhitungan produk cacat.....	56
c. Alokasi biaya unit produk cacat.....	62

d. Perhitungan Harga Jual Unit Produk Cacat.....	69
e. Metode harga pokok ditambah <i>Mark up</i>	67
C. Pembahasan.....	71
1. Pembahasan Produk Pesanan.....	71
2. Pembahasan Produk Cacat.....	73
BAB VI KESIMPULAN dan SARAN.....	75
A. Kesimpulan.....	75
B. Keterbatasan Penelitian.....	78
C. Saran.....	78

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel V.1 Biaya bahan baku (pesanan) PT. Penjalindo Nusantara cabang Cirebon.....	50
V.2 Perhitungan BOP yang dibebankan pada produk pesanan untuk setiap jenis produk per unit berdasarkan tarif 23% dari bahan baku.....	52
V.3 Biaya bahan baku (produk cacat) PT Penjalindo Nusantara cabang Cirebon.....	54
V.4 Perhitungan BOP yang dibebankan pada produk cacat untuk setiap jenis produk per unit berdasarkan tarif 23% dari bahan baku.....	55
V.5 Perhitungan BOP yang dibebankan pada produk pesanan untuk setiap jenis produk per unit berdasarkan tarif 34% dari bahan baku.....	59
V.6 Harga pokok produk pesanan (perusahaan).....	59
V.7 Harga pokok produk pesanan (kajian teori).....	60
V.8 Perbandingan harga pokok produk pesanan menurut perhitungan perusahaan dengan menurut kajian teori.....	60
V.9 Perbandingan harga jual produk pesanan menurut perusahaan dengan menurut metode <i>cost plus pricing</i>	65
V.10 Perhitungan BOP yang dibebankan pada produk cacat untuk setiap jenis produk per unit berdasarkan tarif 34% dari bahan baku.....	67
V.11 Harga pokok produk cacat (perusahaan).....	67
V.12 Harga pokok produk cacat (kajian Teori).....	68
V.13 Perbandingan harga jual produk cacat menurut perusahaan dengan menurut metode <i>cost plus pricing</i>	71

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 4-1 Struktur organisasi PT. Penjalindo Nusantara	
cabang Cirebon.....	41
4-2 Proses produksi.....	47

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perusahaan membutuhkan manajemen yang dapat bekerja dengan baik dan efisien dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat seperti sekarang ini, sebab perusahaan membutuhkan manajemen untuk meningkatkan keberhasilan perusahaan yang telah dicapai dimasa lalu. Sejalan dengan perkembangan perusahaan, manajemen seringkali dihadapkan pada berbagai masalah pengambilan keputusan yang menyangkut pemilihan berbagai macam alternatif tindakan.

Pengambilan keputusan dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu pengambilan keputusan yang bersifat rutin dan pengambilan keputusan yang bersifat khusus. Pengambilan keputusan yang bersifat rutin pada umumnya berkaitan dengan pelaksanaan kegiatan operasi perusahaan yang bersifat teratur dan rutin. Contoh keputusan rutin antara lain keputusan pembelian bahan baku yang dipakai dalam proses produksi barang, sedangkan keputusan yang bersifat khusus pada umumnya bersifat tidak rutin dan tidak teratur waktu terjadinya. Contoh keputusan yang bersifat khusus adalah keputusan untuk menerima penjualan produk pesanan, pengurangan atau penambahan jenis produk, dan pengambilan keputusan penggantian aktiva tetap.

Penentuan harga jual produk atau jasa merupakan salah satu jenis pengambilan keputusan manajemen penting lainnya. Bagi manajemen,

penentuan harga jual produk atau jasa bukan hanya merupakan kebijakan dibidang pemasaran atau bidang keuangan melainkan kebijakan yang berkaitan dengan seluruh aspek kegiatan perusahaan, karena berkaitan dengan pendapatan dan laba perusahaan.

Laba perusahaan sangat dipengaruhi oleh harga jual produk, biaya-biaya dan volume penjualan. Biaya menentukan harga jual untuk mencapai tingkat laba yang dikehendaki, dan harga jual mempengaruhi volume penjualan, sedangkan volume penjualan akan mempengaruhi volume produksi dan laba yang diperoleh perusahaan.

Disamping keputusan mengenai harga jual terhadap produk-produk normal, manajemen juga harus mempertimbangkan harga jual untuk produk cacat, karena dalam suatu proses produksi seringkali ditemukan adanya produk cacat.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka penulis tertarik untuk mengangkat topik **“PENENTUAN HARGA JUAL PRODUK PESANAN dan PRODUK CACAT”**. Penelitian dilakukan di PT. Penjalindo Nusantara Cabang Cirebon, yang beralamat di Jln. Yudistira, Dusun Karang Asem, Kecamatan Plumbon, Kabupaten Cirebon, Jawa Barat, dengan jenis penelitian yang dilaksanakan berupa studi kasus.

B. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, permasalahan yang dibahas hanya mengenai penentuan harga jual produk pesanan dan produk cacat yang terjadi di PT. Penjalindo Nusantara Cabang Cirebon, dengan taksiran biaya penuh.

C. Perumusan Masalah

1. Apakah penentuan harga jual produk pesanan yang dilakukan oleh PT. Penjalindo Nusantara Cabang Cirebon sudah tepat?
2. Apakah penentuan harga jual produk cacat yang dilakukan oleh PT. Penjalindo Nusantara Cabang Cirebon sudah tepat?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah penentuan harga jual produk pesanan dan produk cacat yang dilakukan oleh PT. Penjalindo Nusantara Cabang Cirebon sudah tepat berdasarkan kajian teori.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan informasi bagi manajemen sebagai bahan pembandingan terhadap kebijaksanaan yang ada, dan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi kebijakan yang akan disusun oleh perusahaan pada waktu selanjutnya khususnya dalam penentuan harga jual produk pesanan dan produk cacat.

2. Bagi Universitas Sanata Dharma

Diharapkan dapat menambah bahan pustaka dan dapat digunakan sebagai bahan masukan bagi pembaca dan pihak lain yang membutuhkan.

3. Bagi Penulis

Menambah pengalaman dalam menerapkan teori-teori yang telah diperoleh selama kuliah dengan praktek yang terjadi dalam dunia usaha.

F. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini diuraikan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab kedua ini diuraikan teori-teori dari hasil studi pustaka yang dipakai sebagai dasar untuk mengolah data yang diperoleh dari perusahaan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini diuraikan tentang jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, subjek dan objek penelitian, data yang diperlukan, sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini menyajikan mengenai gambaran umum perusahaan yang meliputi sejarah berdirinya, lokasi perusahaan, struktur organisasi,

personalia, kegiatan produksi, dan pemasaran hasil produksi.

BAB V ANALISIS DATA dan PEMBAHASAN

Bab ini akan menguraikan tentang hasil temuan lapangan, analisa, serta pembahasan mengenai penentuan harga jual produk pesanan dan produk cacat yang dilaksanakan oleh PT. Penjalindo Nusantara Cabang Cirebon.

BAB VI KESIMPULAN dan SARAN

Dalam bab ini disajikan kesimpulan yang diambil berdasarkan hasil pembahasan dan analisa, serta saran-saran yang dianggap perlu bagi perusahaan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Definisi Harga Jual

Dewasa ini, jual beli barang atau jasa tidak lagi dilakukan secara *barter*, melainkan sudah menggunakan suatu alat tukar yang disebut uang. Pembeli membayar sejumlah uang sebesar nilai barang yang dibelinya, sedangkan penjual menerima uang sebagai imbalan usahanya menjual barang atau jasa. Harga dapat didefinisikan sebagai sejumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin), yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya (Basu Swastha dan Ibnu Sukotjo, 1993:211).

Penentuan harga merupakan salah satu keputusan penting manajemen karena harga yang ditetapkan harus dapat menutup semua biaya dan mendapatkan laba. Penetapan harga yang tidak tepat dapat menimbulkan kesulitan dalam perusahaan dan tidak jarang dapat menyebabkan kegagalan bagi perusahaan. Harga yang tinggi menyebabkan kesulitan dalam penjualan, sedangkan harga rendah mengakibatkan perusahaan rugi, karena tidak dapat menutupi biaya operasi. Dalam penentuan harga dititikberatkan pada kemauan pembeli untuk harga yang telah ditetapkan dengan jumlah yang cukup untuk menutup biaya-biaya dan menghasilkan laba.

Menurut Supriyono, harga jual adalah satuan moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan. (Supriyono, 1992:332).

B. Peranan dan Tujuan Penetapan Harga

Mekanisme harga merupakan salah satu kekuatan penting dalam perekonomian yang berorientasi pada pasar (*market oriented economy*). Harga sering menjadi faktor penentu dalam penentuan pembelian, juga merupakan salah satu unsur penting dalam menentukan bagian pasar dan tingkat keuntungan suatu perusahaan.

Mekanisme harga melaksanakan tiga fungsi vital sebagai berikut: (Winardi, 1992:33).

1. Perbandingan (*comparison*)

Harga suatu produk memungkinkan pembeli untuk mengestimasi nilainya, relatif dibandingkan dengan produk lain yang serupa.

2. Stimulasi (*stimulation*)

Mekanisme harga melaksanakan suatu fungsi stimulasi, dimana makin tinggi harga produk yang bersangkutan, makin besar hasil total yang dicapai, sehingga perusahaan yang bersangkutan makin bersedia untuk memproduksinya.

3. Distribusi (*rationing*)

Pada perekonomian yang berorientasi pasar, mekanisme harga mendeterminasi siapa yang akan membeli apa. Barang-barang didistribusikan melalui keputusan-keputusan penentuan harga.

Dalam penentuan harga, perusahaan harus mempertimbangkan sasaran penentuan harga (*pricing objectives*) karena sasaran penentuan harga merupakan tujuan-tujuan secara menyeluruh yang menguraikan peranan harga dalam rencana-rencana jangka panjang suatu organisasi.

Sasaran-sasaran penentuan harga akan mempengaruhi keputusan beberapa wilayah fungsional seperti bidang keuangan, bidang akuntansi, dan bidang produksi. Beberapa sasaran penentuan harga adalah sebagai berikut (Winardi, 1992:118):

1. Kelangsungan Usaha (*survival*)

Harga merupakan suatu variabel yang paling fleksibel dan paling mudah untuk disesuaikan. Untuk menjaga kelangsungan usaha, harga kadang-kadang digunakan untuk memperbesar volume penjualan hingga meningkat, yang sesuai dengan pengeluaran perusahaan.

2. Laba

Banyak perusahaan yang memiliki sasaran untuk memperoleh laba yang maksimal untuk kepentingan pemilik perusahaan.

3. Hasil dari Investasi (*return on investment*)

Penentuan harga untuk mencapai hasil tertentu atas investasi perusahaan merupakan sebuah sasaran penentuan harga yang berkaitan dengan laba.

4. Pangsa Pasar (*market share*)

Pangsa pasar yang merupakan perbandingan antara penjualan suatu perusahaan dengan volume penjualan total industri yang bersangkutan merupakan suatu patokan keberhasilan yang sangat penting. Banyak

perusahaan menetapkan sasaran-sasaran penentuan harga untuk mempertahankan atau memperluas pangsa pasar mereka.

5. Arus Kas (*cash flow*)

Ada perusahaan tertentu yang menetapkan harga mereka sedemikian rupa sehingga mereka dapat memperoleh uang tunai secepat mungkin. Para manajer di bidang finansial berkepentingan untuk mencapai modal kembali yang dikeluarkan untuk menghasilkan produk, khususnya untuk mengantisipasi produk yang bersiklus pendek.

6. *Status Quo*

Definisi *status quo* dalam hal ini adalah situasi tertentu dimana suatu perusahaan berada dalam posisi yang menguntungkan dan tidak berada dalam posisi yang lain. Sasaran *status quo* dapat dipusatkan pada berbagai dimensi, misalnya:

- mempertahankan pangsa pasar tertentu
- menghadapi harga-harga pesaing
- mencapai stabilitas harga dan mempertahankan citra publik yang menguntungkan.

7. Kualitas Produk

Ada perusahaan yang menetapkan sasaran untuk menjadi pemimpin kualitas suatu produk di pasar. Usaha tersebut menyebabkan tingginya harga produk tersebut untuk membiayai kualitas produk dan biaya untuk riset dan pengembangan.

C. Penggolongan Biaya

Biaya merupakan objek yang dicatat, digolongkan, diringkas, dan disajikan oleh akuntansi biaya. Dalam arti luas biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu (Mulyadi, 1990:7).

Biaya dapat digolongkan dengan berbagai macam cara:

1. Penggolongan Biaya Sesuai dengan Fungsi Pokok Kegiatan atau Aktivitas

a. Biaya Produksi

Salah satu fungsi pokok kegiatan perusahaan adalah fungsi produksi, yaitu fungsi yang berhubungan dengan kegiatan pengolahan bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Biaya-biaya yang berhubungan dengan fungsi produksi dapat digolongkan menjadi :
(Supriyono, 1985: 19)

a.1 Biaya Bahan

Dalam suatu proses produksi bahan dapat dibedakan menjadi bahan baku (*direct material*) dan bahan penolong (*indirect material*). Bahan baku adalah bahan yang akan diolah menjadi bagian produk jadi dan pemakaiannya dapat diidentifikasi atau dapat diikuti jejaknya, atau merupakan bagian integral pada produk tertentu. Biaya bahan baku adalah harga perolehan dari bahan baku yang dipakai dalam pengolahan produk. Bahan penolong adalah bahan yang akan diolah menjadi bagian produk jadi tetapi pemakaiannya tidak dapat diikuti jejaknya atau manfaatnya pada produk jadi tertentu. Biaya bahan penolong adalah harga perolehan

bahan penolong yang dipakai dalam pengolahan produk. Dalam menghitung harga pokok produk biaya bahan penolong diperlakukan sebagai elemen biaya overhead pabrik. Contoh: pada perusahaan meubel, papan kayu, papan besi, spon, adalah bahan baku, sedangkan dempul, paku, plamir, dan plitur merupakan bahan penolong.

a.2 Biaya Tenaga Kerja

Biaya tenaga kerja dapat dibedakan menjadi dua yaitu biaya tenaga kerja langsung (*direct labour*) dan biaya tenaga kerja tidak langsung (*indirect labour*). Biaya tenaga kerja langsung adalah balas jasa yang diberikan kepada karyawan pabrik, yang manfaatnya dapat diidentifikasi atau diikuti jejaknya pada produk tertentu yang dihasilkan perusahaan. Biaya tenaga kerja tidak langsung adalah balas jasa yang diberikan kepada karyawan pabrik, akan tetapi manfaatnya tidak dapat diidentifikasi pada produk tertentu yang dihasilkan perusahaan.

a.3 Biaya Overhead Pabrik (*Factory Overhead Cost*)

Biaya Overhead Pabrik (BOP) adalah biaya produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung, yang elemennya dapat digolongkan kedalam biaya bahan penolong, biaya tenaga kerja tidak langsung, penyusutan dan amortisasi aktiva tetap pabrik, reparasi dan pemeliharaan aktiva tetap pabrik, biaya listrik, air pabrik, biaya asuransi pabrik, dan apabila perusahaan memiliki

departemen pembantu didalam pabrik, semua biaya departemen pembantu merupakan elemen BOP.

b. Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran yaitu biaya dalam rangka penjualan produk jadi sampai dengan pengumpulan piutang menjadi kas. Biaya ini meliputi biaya untuk melaksanakan: (1) fungsi penjualan; (2) fungsi penggudangan produk selesai; (3) fungsi pengepakan dan pengiriman; (4) fungsi advertensi; (5) fungsi pemberian kredit dan pengumpulan piutang; (6) fungsi pembuatan faktur atau administrasi penjualan.

c. Biaya Administrasi dan Umum

Meliputi semua biaya yang berhubungan dengan fungsi administrasi dan umum. Biaya ini terjadi dalam rangka penentuan kebijaksanaan, pengarahan, dan pengawasan kegiatan perusahaan secara keseluruhan. Termasuk dalam biaya ini gaji pimpinan tertinggi perusahaan, personalia, sekretariat, akuntansi, hubungan masyarakat, dan keamanan.

d. Biaya Keuangan

Biaya keuangan adalah semua biaya yang terjadi dalam melaksanakan fungsi keuangan, misalnya biaya bunga.

2. Menurut Perilakunya dalam Hubungannya dengan Perubahan Volume Kegiatan

Penggolongan biaya dengan cara ini, terutama untuk tujuan perencanaan dan pengendalian biaya, serta pengambilan keputusan. Tendensi perubahan biaya terhadap kegiatan/ aktivitas perusahaan dapat dikelompokkan menjadi : (Supriyono, 1985:26)

a. Biaya Tetap (*Fixed Cost*)

Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya konstan/ tetap, tidak dipengaruhi oleh perubahan volume kegiatan atau aktivitas sampai dengan tingkatan tertentu. Biaya satuan (*unit cost*) akan berubah berbanding terbalik dengan perubahan volume kegiatan, semakin tinggi volume kegiatan semakin rendah biaya satuan, semakin rendah volume kegiatan semakin tinggi biaya satuan.

b. Biaya Variabel (*Variable Cost*)

Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya akan berubah secara sebanding (proporsional) dengan perubahan volume kegiatan, semakin besar volume kegiatan semakin tinggi jumlah total biaya variabel, semakin rendah volume kegiatan, semakin rendah jumlah total biaya variabel. Biaya satuan pada biaya variabel tidak dipengaruhi volume kegiatan, jadi biaya satuannya tetap/ konstan.

c. Biaya Semivariabel (*Semivariable Cost*)

Biaya Semivariabel adalah biaya yang jumlah totalnya akan berubah sesuai dengan perubahan volume kegiatan, akan tetapi sifat perubahannya tidak sebanding. Biaya satuannya akan berubah dihubungkan dengan perubahan volume kegiatan, tetapi sifatnya tidak sebanding. Sampai dengan tingkatan tertentu, semakin tinggi volume kegiatan semakin rendah biaya satuan, semakin rendah volume kegiatan semakin tinggi biaya satuan.

D. Dasar Pembebanan Biaya Overhead Pabrik

Dasar pembebanan biaya overhead pabrik (BOP) pada produk bertujuan untuk membebankan BOP dengan adil dan teliti. Ada beberapa dasar yang dapat dipakai dalam pembebanan BOP pada produk (Supriyono, 1985:304):

1. Satuan Produksi

Tarif biaya overhead pabrik yang didasarkan pada satuan produksi dihitung dengan rumus:

$$\text{Tarif BOP per satuan} = \frac{\text{Taksiran biaya overhead pabrik}}{\text{Taksiran jumlah produk yang dihasilkan}}$$

Kebaikan dasar satuan produksi yaitu:

- a. Sederhana dan mudah dipakai.
- b. Cocok untuk perusahaan yang menghasilkan satu macam produk.
- c. Membebankan biaya overhead pabrik secara langsung kepada produk.

Kelemahan dasar satuan produksi yaitu:

- a. Apabila tiap produk tidak menikmati kapasitas pabrik yang sama, dasar ini sifatnya tidak adil.
- b. Apabila perusahaan menghasilkan beberapa macam produk, metode satuan produksi harus dimodifikasi dengan dasar tertimbang atau dasar nilai (point).

2. Biaya Bahan Baku

Jika biaya overhead pabrik yang dominan bervariasi dengan nilai bahan baku, maka dasar yang dipakai untuk membebankan produk adalah biaya bahan baku yang dipakai.

Rumus perhitungan tarif biaya overhead pabrik adalah sebagai berikut:

$$\text{Persentase BOP dari biaya bahan baku yang dipakai} = \frac{\text{Taksiran biaya overhead pabrik}}{\text{Taksiran biaya bahan baku yang dipakai}} \times 100\%$$

Kebaikan dasar biaya bahan baku adalah:

- a. Mudah dipakai dan praktis.
- b. Sesuai untuk digunakan apabila ada korelasi yang erat antara elemen biaya overhead pabrik dengan biaya bahan baku.

Kelemahan dasar biaya bahan baku adalah:

- a. Pemakaiannya terbatas, karena biaya overhead pabrik tidak selalu berhubungan erat dengan biaya bahan baku.
- b. Mutu bahan baku yang dipakai tidak selalu sama. Produk tertentu yang menggunakan bahan baku tinggi mengakibatkan biaya bahan baku tinggi, sehingga dibebani biaya overhead pabrik tinggi, padahal bahan baku yang tinggi mutunya dapat diproses dalam waktu relatif cepat atau menggunakan fasilitas pabrik relatif sedikit, dan sebaliknya. Jadi apabila mutu atau bahan baku bervariasi, dasar ini tidak dapat membebani biaya dengan adil dan bertentangan dengan azas manfaat.
- c. Dasar ini juga tidak adil apabila ada produk yang mengkonsumsi bahan baku disemua proses, akan tetapi ada produk yang hanya mengkonsumsi bahan baku pada proses tertentu saja.

3. Biaya Tenaga Kerja Langsung.

Jika sebagian besar elemen biaya overhead pabrik mempunyai hubungan yang erat dengan jumlah upah tenaga kerja langsung, maka dasar yang dipakai untuk membebankan biaya overhead pabrik adalah biaya tenaga kerja langsung.

Tarif biaya overhead pabrik dihitung dengan rumus:

$$\text{Persentase BOP dari biaya tenaga kerja langsung} = \frac{\text{Taksiran BOP}}{\text{Taksiran BTKL}} \times 100\%$$

Kebaikan dasar biaya tenaga kerja langsung adalah:

- a. Mudah dipakai dan praktis.
- b. Sesuai untuk digunakan pada perusahaan dimana biaya overhead pabrik mempunyai hubungan yang erat dengan biaya tenaga kerja langsung.
- c. Sesuai untuk perusahaan yang membayar upah langsung dengan tarif yang sama untuk pekerjaan yang sama, meskipun dikerjakan oleh karyawan yang berbeda.

Kelemahan dasar biaya tenaga kerja langsung adalah:

- a. Apabila biaya overhead pabrik tidak mempunyai hubungan erat dengan biaya tenaga kerja langsung.
- b. Tidak dapat digunakan dengan adil apabila tarif tenaga kerja selalu berubah dari waktu ke waktu.
- c. Dasar ini tidak adil apabila tarif upah langsung bervariasi terhadap keahlian tenaga kerja.

4. Dasar Jam Tenaga Kerja Langsung.

Dasar jam tenaga kerja langsung bermanfaat untuk menghilangkan kelemahan yang disebabkan tarif upah yang berfluktuasi dari waktu ke waktu dan perbedaan tarif upah karena tingkat keahlian karyawan.

Rumus perhitungan tarif atas dasar jam tenaga kerja langsung adalah sebagai berikut:

$$\text{Tarif BOP per jam tenaga kerja langsung} = \frac{\text{Taksiran BOP pabrik}}{\text{Taksiran jam tenaga kerja langsung}}$$

5. Jam Mesin

Apabila biaya overhead pabrik bervariasi dengan waktu penggunaan mesin, maka dasar yang dipakai untuk membebankannya adalah jam mesin. Tarif biaya overhead pabrik dihitung sebagai berikut:

$$\text{Tarif BOP pabrik per jam mesin} = \frac{\text{Taksiran BOP pabrik}}{\text{Taksiran jam kerja mesin}}$$

Kebaikan dasar jam mesin adalah:

Dasar ini dapat membebankan biaya dengan adil apabila sebagian besar elemen biaya overhead pabrik mempunyai hubungan yang erat dengan penggunaan mesin.

Kelemahan dasar jam mesin adalah:

- a. Tidak dapat membebankan biaya dengan adil apabila sebagian besar elemen biaya overhead pabrik tidak berhubungan erat dengan penggunaan mesin.
- b. Dasar ini sering tidak praktis dipakai, diperlukan tambahan biaya untuk memperoleh data jam mesin, seringkali terdapat mesin yang tidak

memiliki pencatat jam mesin secara otomatis atau pencatat jam mesin sudah rusak sehingga sulit diperoleh data jam mesin.

- c. Pemakaian dasar ini terbatas pada pabrik atau departemen di dalam pabrik yang menggunakan mesin.

E. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi dalam Penentuan Harga Jual

Keputusan penentuan harga suatu perusahaan dipengaruhi oleh faktor internal perusahaan dan faktor eksternal perusahaan (Winardi, 1992:10).

1. Faktor-Faktor Internal yang Mempengaruhi Keputusan Penentuan Harga.

a. Sasaran-Sasaran Pemasaran

Sebelum menentukan harga produknya, suatu perusahaan harus memutuskan strategi yang akan diterapkan untuk produk yang bersangkutan. Semakin jelas sasaran suatu perusahaan, semakin mudah ia menetapkan harganya. Contoh sasaran-sasaran yang bersifat umum antara lain survival perusahaan, maksimalisasi saat sekarang, maksimalisasi pangsa pasar, dan kepemimpinan kualitas produk.

b. Bauran Pemasaran

Harga merupakan salah satu diantara peralatan bauran pemasaran yang dimanfaatkan oleh suatu perusahaan untuk mencapai sasaran perusahaan tersebut. Keputusan harga perlu dikoordinasikan dengan desain produk, distribusi, dan keputusan-keputusan promosi untuk membentuk program pemasaran yang konsisten dan efektif. Biasanya perusahaan pertama-tama mengambil keputusan-keputusan

harga jual setelah keputusan-keputusan bauran pemasaran lainnya didasarkan atas harga yang ingin dimintanya. Dengan demikian perusahaan harus mempertimbangkan seluruh bauran pemasaran sewaktu ia menetapkan harga-harga.

c. Biaya-Biaya

Biaya merupakan landasan bagi harga produk yang dihasilkan perusahaan. Setiap perusahaan ingin meminta harga yang dapat menutup seluruh biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi, mendistribusikan, dan menjual produk yang dihasilkannya, ditambah dengan laba yang layak. Perusahaan dengan biaya produksi lebih rendah, dapat menetapkan harga lebih rendah, sehingga volume penjualan dan laba menjadi lebih besar.

2. Faktor-Faktor Eksternal yang Mempengaruhi Keputusan Harga

a. Pasar dan Permintaan

Pada umumnya para konsumen sering membandingkan harga suatu produk atau jasa dengan keuntungan-keuntungan bila memilikinya. Jadi sebelum menetapkan harga, perusahaan harus memahami hubungan yang ada antara harga dan permintaan akan produknya.

b. Persaingan

Kebebasan penjual untuk menentukan harga, tergantung pada tipe pasar yang ada. Ada empat tipe pasar yang menyajikan tantangan penentuan harga yang berbeda-beda.

- Persaingan murni (*pure competition*)

Dalam situasi persaingan murni, pasar yang ada terdiri dari banyak pembeli dan penjual, produknya homogen, dan tidak satupun pembeli tunggal atau penjual tunggal mempunyai pengaruh yang berarti atas harga.

- Persaingan monopolistik (*monopolistic competition*)

Dalam kondisi ini, pasar terdiri dari banyak pembeli dan penjual, para pembeli melihat adanya perbedaan-perbedaan dalam produk-produk para penjual dan mereka bersedia membayar dengan harga yang berbeda untuk produk tersebut.

- Persaingan oligopolistik (*oligopolistic competition*)

Dalam keadaan persaingan oligopolistik, pasar terdiri dari beberapa penjual yang peka terhadap penentuan harga dan strategi pemasaran masing-masing penjual lainnya, produk yang ditawarkan bersifat homogen, jumlah penjual sedikit, para calon penawar baru sulit untuk menembus pasar baru.

- Monopoli murni (*pure monopolistic*)

Dalam keadaan monopoli murni hanya terdapat seorang penjual (tunggal), dimana ia berkuasa untuk menetapkan harga produknya.

c. Faktor-Faktor Eksternal Lainnya

Dalam penetapan harga, suatu perusahaan perlu pula mempertimbangkan faktor-faktor lain dalam lingkungan eksternalnya, misalnya inflasi, resesi, tingkat suku bunga, dan kebijakan pemerintah.

F. Metode Penentuan Harga Jual

Dalam keadaan normal, harga jual harus mampu menutup biaya penuh dan menghasilkan laba yang sesuai dengan investasi. Harga jual produk suatu perusahaan harus dapat menjamin kelangsungan hidup perusahaan tersebut.

Berikut ini akan diuraikan beberapa metode penentuan harga jual: penentuan harga jual normal, penentuan harga jual dalam *cost-type contract*, penentuan harga jual pesanan khusus, dan penentuan harga jual yang diatur dengan peraturan pemerintah (Mulyadi, 1993:350). Dalam penentuan harga jual tersebut, biaya merupakan titik tolak perumusan kebijakan harga jual.

1. Metode Harga Jual Normal (*normal pricing*)

Metode penentuan harga jual normal sering disebut dengan istilah *cost-plus pricing*, karena harga jual ditentukan dengan menambah biaya masa yang akan datang dengan suatu persentase *markup* (tambahan diatas jumlah biaya). Harga jual produk atau jasa dalam keadaan normal ditentukan dengan formula sebagai berikut:

$$\text{Harga Jual} = \text{Taksiran Biaya Penuh} + \text{Laba yang Diharapkan}$$

2. Penentuan Harga Jual dalam *Cost-type Contract*

Cost-type contract adalah kontrak pembuatan produk atau jasa dimana pihak pembeli setuju untuk membeli produk atau jasa pada harga yang didasarkan pada total biaya yang sesungguhnya dikeluarkan oleh produsen ditambah dengan laba yang dihitung dengan persentase tertentu dari total biaya sesungguhnya tersebut. Dalam *cost-type contract* harga jual yang dibebankan kepada konsumen dihitung berdasarkan biaya

penyusutan yang sesungguhnya dikeluarkan untuk memproduksi dan memasarkan produk.

3. Penentuan Harga Jual Pesanan Khusus (*special order pricing*)

Pesanan khusus adalah pesanan yang diterima oleh perusahaan diluar pesanan reguler perusahaan. Pesanan reguler adalah pesanan yang dibebani tugas untuk menutup seluruh biaya tetap yang akan terjadi dalam tahun anggaran. Jika manajer penentu harga jual yakin bahwa seluruh biaya tetap dalam tahun anggaran dapat ditutup oleh biaya reguler, maka pesanan khusus dapat dibebaskan dari kewajiban untuk memberikan kontribusi dalam menutup biaya tetap. Dalam mempertimbangkan pesanan khusus, manajer penentu harga jual dapat menetapkan harga jual diatas biaya variabel, karena laba kontribusi yang dihasilkan dari pesanan khusus akan mengakibatkan kenaikan laba, asalkan manajer tersebut yakin bahwa pesanan yang reguler mampu menyerap seluruh biaya tetap.

4. Penentuan Harga Jual yang Diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Dalam perusahaan yang harga jual produk atau jasanya diatur dengan peraturan pemerintah, harga jual ditetapkan berdasarkan *cost-plus pricing*. Setiap perubahan harga jual produk atau jasa dalam perusahaan tersebut harus didasarkan pada taksiran perubahan biaya penuh masa yang akan datang yang biasanya mengguankan pendekatan *full costing*.

G. Metode Penentuan Harga Jual Cost-Plus Pricing

Metode yang lazim untuk menentukan harga jual produk standar adalah metode *cost-plus pricing*. *Cost-plus pricing* adalah penentuan harga jual dengan menambah laba yang diharapkan diatas biaya penuh masa yang akan datang untuk memproduksi dan memasarkan produk. Harga jual dengan *cost-plus pricing* dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

$$\text{Harga Jual} = \text{Taksiran Biaya Penuh} + \text{Laba yang Diharapkan}$$

Dalam keadaan normal, ada dua unsur yang diperhitungkan dalam penentuan harga jual yaitu taksiran biaya penuh dan laba yang diharapkan (Mulyadi, 1993:351).

1. Taksiran Biaya Penuh

Taksiran biaya penuh dapat dihitung menggunakan dua pendekatan yaitu *full costing* dan *variabel costing*.

a. Pendekatan *full costing*

Dalam pendekatan *full costing*, taksiran biaya penuh yang dapat dipakai sebagai dasar penentuan harga jual terdiri dari unsur-unsur sebagai berikut:

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

b. Pendekatan *Variabel Costing*

Dalam pendekatan *variabel costing*, taksiran biaya penuh yang digunakan sebagai dasar penentuan harga jual terdiri dari unsur-unsur sebagai berikut:

<u>Biaya variabel</u>		
Biaya bahan baku	xxx	
Biaya tenaga kerja langsung	xxx	
Biaya overhead pabrik variabel	<u>xxx</u> +	
Total biaya produksi variabel		xxx
<u>Biaya tetap</u>		
Biaya overhead pabrik tetap	xxx	
Biaya administrasi dan umum tetap	xxx	
Biaya pemasaran tetap	<u>xxx</u> +	
Total biaya tetap		<u>xxx</u> +
Total biaya penuh		xxx

2. Laba yang Diharapkan

Unsur kedua yang perlu diperhatikan dalam perhitungan harga jual adalah laba yang diharapkan, yang dihitung berdasarkan investasi yang ditanamkan untuk menghasilkan produk atau jasa. Hal yang perlu diperhatikan dan dipertimbangkan dalam memperkirakan besarnya laba wajar yang diharapkan yaitu: *cost of capital*, resiko bisnis, dan besarnya *capital employed*.

a. Biaya Investasi (*cost of capital*)

Merupakan biaya yang dikeluarkan untuk investasi yang dilakukan dalam perusahaan, yang besarnya dipengaruhi oleh sumber aktiva yang ditanamkan dalam perusahaan.

b. Resiko bisnis

Semakin besar resiko bisnis yang dihadapi perusahaan, maka semakin besar pula persentase yang ditambahkan pada *cost of*

capital dalam perhitungan laba yang diharapkan dan demikian pula sebaliknya.

c. Besarnya *capital employed*

Semakin besar investasi yang ditanamkan dalam memproduksi dan memasarkan produk atau jasa, akan mengakibatkan semakin besar pula laba yang diharapkan dalam perhitungan harga jual. Besarnya *capital employed* secara kasar dapat dilihat dari jumlah aktiva yang ada dalam neraca awal tahun anggaran atau taksiran rata-rata total aktiva selama tahun anggaran.

3. Harga Jual Per Unit

Biaya penuh masa yang akan datang, baik menggunakan pendekatan *full costing* maupun *variabel costing* dibagi menjadi dua yaitu biaya yang secara langsung dipengaruhi oleh volume produk dan biaya penuh yang tidak dipengaruhi oleh biaya produk. Biaya yang secara langsung berhubungan dengan volume produk digunakan sebagai dasar penentuan harga jual, sedangkan taksiran biaya penuh yang tidak dipengaruhi oleh volume produk ditambahkan pada laba yang diharapkan yang akan berpengaruh pada perhitungan persentase *markup*.

Rumus perhitungan harga jual atas dasar biaya secara umum dapat diformulasikan sebagai berikut (Mulyadi, 1993:353):

$$\text{Harga jual per unit} = \frac{\text{Biaya yang berhubungan langsung dengan volume (per unit)}}{\text{per unit}} + \text{persentase markup}$$



Persentase *markup* dapat dihitung dengan rumus:

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

Antara metode *full costing* dan metode *variabel costing*, dalam penentuan harga jual terdapat perbedaan konsep langsung dan tidak langsungnya biaya dengan volume. Konsep biaya yang berhubungan langsung dengan volume menurut metode *full costing* adalah berupa biaya produksi (BB,BTKL,BOP), sedangkan biaya yang tidak berhubungan langsung dengan volume adalah berupa biaya non produksi (BAU,BP). Laba yang diharapkan dapat diperoleh dari persentase laba yang diharapkan dikalikan dengan jumlah aktiva penuh ($y\% \times \text{Aktiva penuh}$). Dalam metode *variabel costing*, biaya penuh yang dipengaruhi secara langsung oleh volume produk terdiri dari biaya variabel (BB,BTKL,BOP variabel, BAU variabel, BP variabel), sedangkan biaya penuh yang tidak secara langsung dipengaruhi oleh volume produk terdiri dari biaya tetap (BOP tetap, BAU tetap).

Perbedaan antara metode *full costing (absorption costing)* dengan metode *variabel costing* juga terdapat dalam pernyataan (Don R. Hansen dan Maryanne M. Mowen, 1997:560) ssebagai berikut:

Absorption costing assigns all manufacturing cost to the product. Direct material, direct labor, variable overhead, and fixed overhead define the cost of product. Thus under this method, fixed overhead is viewed as a product cost, not a period cost.

Berdasarkan pernyataan tersebut dalam metode *full costing*, biaya overhead tetap termasuk biaya produk dan tidak dipandang sebagai biaya periode, seperti yang diterapkan dalam metode *variabel costing*.

H. Manfaat Informasi Biaya Penuh dalam Keputusan Penentuan Harga Jual

Dalam keadaan normal, harga jual produk atau jasa harus dapat menutup biaya penuh yang bersangkutan dengan produk atau jasa dan menghasilkan laba yang dikehendaki. Biaya penuh merupakan total pengorbanan sumber daya untuk menghasilkan produk atau jasa, sehingga semua pengorbanan ini harus dapat ditutup oleh pendapatan yang diperoleh dari penjualan produk atau jasa. Disamping itu harga jual harus pula dapat menghasilkan laba yang memadai, sesuai dengan investasi yang ditanamkan untuk menghasilkan produk atau jasa.

Informasi biaya penuh memberikan manfaat berikut ini bagi manajer penentu harga jual dalam pengambilan keputusan harga jual (Mulyadi, 1993:348).

1. Merupakan Titik Awal Untuk Mengurangi Ketidakpastian yang Dihadapi Oleh Pengambil Keputusan

Dalam pengambilan keputusan penentuan harga jual, manajer penentu harga jual menghadapi berbagai faktor yang tidak pasti. Satu-satunya informasi yang memberikan kepastian yang relatif tinggi adalah biaya. Meskipun harga jual produk sudah terbentuk di pasar, manajer harga jual memiliki dasar untuk menetapkan kebijakan penentuan harga jual yang

aman dengan informasi biaya penuh produk atau jasa yang akurat ditangannya.

2. Merupakan Dasar yang Memberikan Perlindungan Bagi Perusahaan dari Kemungkinan Kerugian

Untuk menghindari kerugian, salah satu cara adalah dengan berusaha memperoleh pendapatan yang dapat menutup biaya penuh.

3. Memberikan Informasi yang Memungkinkan Manajer Penentu Harga Jual Melongok Struktur Biaya Perusahaan Pesaing

Dengan informasi biaya penuh produk pesaing dan memahami struktur biaya yang membentuk harga pokok produk atau jasa yang dipasarkan, manajer penentu harga jual akan memiliki data pembandingan struktur biaya produk saingannya, sehingga berdasarkan informasi biaya tersebut, ia akan mampu memperkirakan tindakan yang dilakukan oleh perusahaan pesaing.

4. Merupakan Dasar untuk Pengambilan Keputusan Perusahaan Memasuki Pasar.

Untuk memasuki pasar tertentu, faktor yang harus dipertimbangkan adalah apakah biaya penuh produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan memungkinkan perusahaan memasuki pasar tersebut, dengan harga jual yang telah terbentuk. Jika biaya penuh produk atau jasa perusahaan melebihi harga jual yang terbentuk di pasar tertentu, perusahaan tidak memasuki pasar tersebut, karena akan mengalami kerugian. Jika biaya penuh produk atau jasa dapat ditutup dengan harga jual yang terbentuk di pasar, namun harga jual tersebut belum mampu

menghasilkan laba yang memadai jika dibandingkan dengan investasi, maka perusahaan tidak memasuki pasar tersebut.

I. Produk Cacat dalam Pengolahan

1. Pengertian Produk Cacat

Masalah lain yang dihadapi perusahaan selain produk rusak dan cacat adalah adanya produk cacat. Ada beberapa definisi mengenai produk cacat dari beberapa ekonom diantaranya:

- a. Produk cacat adalah produk yang kondisinya rusak atau tidak memenuhi ukuran mutu yang sudah ditetapkan, akan tetapi produk tersebut masih bisa diperbaiki secara ekonomis menjadi produk yang baik mutunya dalam arti biaya perbaikan produk cacat lebih rendah dibanding kenaikan nilai yang diperoleh adanya perbaikan. (Supriyono, 1985:199)
- b. Produk cacat adalah produk yang tidak memenuhi standar mutu tertentu yang telah ditetapkan, tetapi secara ekonomis maupun teknis masih dapat diperbaiki menjadi produk normal. (Mardiasmo, 1994: 61)

Dari definisi-definisi tersebut diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa produk cacat adalah hasil dari kegiatan produksi yang tidak memenuhi standar yang diharapkan, tetapi masih dapat diperbaiki lagi menjadi produk yang baik.

2. Perlakuan Terhadap Produk Cacat dalam Penentuan Harga Pokok Produk

Masalah akuntansi yang timbul dengan adanya produk cacat adalah bagaimana memperlakukan biaya perbaikan produk cacat yang dapat mengkonsumsi biaya bahan, biaya tenaga kerja, maupun biaya overhead pabrik. Dalam hal ini perlakuan perbaikan produk cacat tergantung penyebab timbulnya produk cacat yaitu: (supriyono, 1985: 199-200).

- a. Biaya perbaikan produk cacat diperlakukan sebagai penambah harga pokok pesanan tertentu yang mengakibatkan timbulnya produk cacat. Umumnya metode ini dipergunakan apabila penyebab produk cacat karena sulitnya pengerjaan pesanan tertentu.
 - b. Biaya perbaikan produk cacat diperlakukan sebagai elemen biaya overhead pabrik sesungguhnya. Metode ini digunakan apabila produk cacat sifatnya normal terjadi didalam perusahaan. Dalam menentukan tarif biaya overhead pabrik pada awal tahun, besarnya budget biaya overhead pabrik harus dimasukkan elemen budget perbaikan produk cacat.
 - c. Biaya perbaikan produk cacat diperlakukan sebagai elemen rugi produk cacat. Metode ini digunakan apabila penyebab timbulnya produk cacat karena kesalahan atau kurangnya pengawasan atas kegiatan produksi.
3. Penentuan Harga Jual Produk Cacat

Penentuan harga jual produk cacat pada umumnya sama seperti penentuan harga jual produk normal, namun biasanya persentase *markup* produk cacat lebih rendah dibandingkan persentase *markup* produk normal, sehingga harga jual produk cacat umumnya lebih rendah dari harga jual produk normal. Faktor penting yang harus dipertimbangkan dalam penentuan harga jual produk cacat adalah bagaimana memperlakukan biaya perbaikan terhadap produk cacat. Harga jual produk cacat yang sudah diperbaiki diperoleh dari total biaya ditambah persentase *markup* (biasanya lebih rendah dari persentase *markup* produk normal, tergantung kebijakan manajemen perusahaan).

J. Penentuan Materialitas

Materialitas didefinisikan oleh FASB sebagai berikut:

Materialitas adalah suatu nilai informasi akuntansi yang dihilangkan atau salah disajikan, yang mungkin akan mengubah pertimbangan seseorang yang bersandar pada informasi tersebut. karena hilangnya atau salahnya penyajian informasi tersebut. (Munawir, 1995: 210)

Dengan demikian, informasi akuntansi yang dihilangkan atau salah disajikan dalam laporan keuangan dapat dikatakan material apabila penghilangan dan salah saji tersebut dapat mempengaruhi keputusan pembaca laporan keuangan. Suatu jumlah untuk suatu perusahaan pada suatu saat merupakan jumlah yang material namun untuk perusahaan lain atau waktu yang lain mungkin tidak material. Oleh karena itu untuk penentuan tingkat materialitas harus diperhatikan keadaan atau besar kecilnya perusahaan, waktu, dan pihak yang membutuhkan informasi tersebut.

Sampai saat ini belum ada pedoman atau standar, baik dalam akuntansi maupun auditing, untuk penentuan tingkat materialitas baik secara kuantitatif maupun secara kualitatif. Berikut adalah pedoman umum yang biasa digunakan

- Salah saji 5% sampai 10% dari laba sebelum pajak, masih dianggap wajar, namun apabila salah saji >10% dianggap material.
- Salah saji 0.5% sampai 1% dari total aktiva, masih dianggap wajar, namun apabila salah saji >1% dianggap material.
- Salah saji >1% dari modal dianggap material
- Salah saji 0.5% sampai 1% dari penjualan bruto, masih bisa ditolerir dan masih dianggap wajar, namun apabila salah saji >1% dianggap material.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan dilaksanakan adalah studi kasus yaitu suatu penelitian terhadap objek tertentu yang populasinya terbatas, sehingga kesimpulan yang diambil berdasarkan penelitian ini hanya berlaku terbatas pada objek yang diteliti dan berlaku pada waktu tertentu.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan di PT. Penjalindo Nusantara Cabang Cirebon, yang beralamat di Jln. Yudistira, Dusun Karang Asem, Kecamatan Plumbon, Kabupaten Cirebon.

2. Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan pada bulan september sampai oktober tahun 1998.

C. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

- a. Kepala Bagian Akuntansi
- b. Kepala Bagian Produksi
- c. Kepala Bagian Penjualan
- d. Kepala Bagian Gudang

2. Objek Penelitian

Objek yang diteliti adalah prosedur penentuan harga jual produk pesanan dan produk cacat pada PT. Penjalindo Nusantara Cabang Cirebon.

D. Data yang Diperlukan

1. Gambaran umum perusahaan yang meliputi sejarah perusahaan, struktur organisasi, produksi, personalia, dan pemasaran.
2. Biaya Bahan Baku
3. Biaya Tenaga Kerja Langsung
4. Biaya Overhead Pabrik
5. Biaya Pemasaran
6. Biaya Administrasi dan Umum
7. Laba yang Diharapkan
8. Penentuan Harga Pokok Produksi
9. Penentuan Harga Jual

E. Sumber Data

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari perusahaan.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dengan cara mengutip dari data yang sudah tersedia di perusahaan.

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Wawancara adalah metode pengumpulan data dengan mengadakan tanya jawab secara langsung dengan pihak-pihak yang berwenang mengenai masalah yang diteliti.

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode pengumpulan data dengan cara mencatat data atau keterangan dari buku, catatan-catatan, dan laporan yang dimiliki perusahaan khususnya mengenai data biaya, dan data produksi.

3. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data dengan cara pengamatan langsung terhadap objek permasalahan atau kegiatan perusahaan.

G. Teknik Analisis Data

Berdasarkan data-data yang diperoleh melalui teknik pengumpulan data diatas, kemudian dilakukan analisis data. Analisis data dilakukan dengan membandingkan antara data dari temuan lapangan dengan landasan teori yang relevan. Untuk menjawab permasalahan yang dikemukakan diatas, maka dilakukan langkah-langkah analisis sebagai berikut:

1. Untuk menjawab permasalahan pertama, dilakukan langkah-langkah:
 - a. Mendeskripsikan penentuan harga jual produk pesanan perusahaan dengan mengumpulkan seluruh biaya (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik, biaya administrasi dan umum, dan

biaya pemasaran) serta data-data lain yang berpengaruh pada penentuan harga jual perusahaan.

- b. Menghitung harga jual produk pesanan berdasarkan kajian teori (metode *cost-plus pricing* dengan pendekatan *full costing*).

Adapun langkah-langkahnya sebagai berikut:

- 1). Menghitung total biaya dengan unsur-unsur sebagai berikut:

Biaya bahan baku	xxx	
Biaya tenaga kerja langsung	xxx	
Biaya overhead pabrik (tetap + variable)	xxx +	
Total biaya produksi		xxx
Biaya administrasi dan umum	xxx	
Biaya pemasaran	xxx +	
Total biaya komersial		xxx +
Total biaya penuh		xxx

- 2). Metode besarnya *markup*:

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

- 3). Menghitung besarnya harga jual berdasarkan metode harga pokok penuh ditambah dengan *markup*. Perhitungannya adalah sebagai berikut:

Harga pokok produksi per unit	Rp. xxx
<i>Markup</i>	xxx +
Harga jual per unit	Rp. xxx

2. Untuk menjawab permasalahan kedua, dilakukan langkah-langkah:

- a. Mendeskripsikan penentuan harga jual produk cacat perusahaan dengan mengumpulkan seluruh biaya (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik, biaya administrasi dan umum, dan

biaya pemasaran) serta data-data lain yang berpengaruh pada penentuan harga jual perusahaan.

- b. Menghitung harga jual produk cacat berdasarkan kajian teori (metode *cost-plus pricing* dengan pendekatan *full costing*).

1). Produk Cacat Disebabkan Sulitnya Pengerjaan Pesanan.

Adapun langkah-langkahnya sebagai berikut:

1.1 Menghitung total biaya dengan unsur-unsur sebagai berikut:

Biaya bahan baku	xxx	
Biaya tenaga kerja langsung	xxx	
Biaya overhead pabrik (tetap + variable)	xxx +	
Total biaya produksi		xxx
Biaya administrasi dan umum	xxx	
Biaya pemasaran	xxx +	
Total biaya komersi		xxx +
Biaya penuh		xxxx
Biaya perbaikan:		
Biaya bahan baku	xxx	
Biaya tenaga kerja langsung	xxx	
Biaya overhead pabrik (tetap + variable)	xxx +	
Total Biaya perbaikan		xxxx +
Total Biaya Penuh		xxxx

1.2 Metode besarnya *markup*:

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

1.3 Menghitung besarnya harga jual berdasarkan metode harga

pokok penuh ditambah dengan *markup*. Perhitungannya adalah sebagai berikut:

Harga pokok produksi per unit	Rp. xxx
<i>Markup</i>	xxx +
Harga jual per unit	Rp. xxx

2). Produk Cacat Disebabkan karena Kesalahan atau Kurangnya
Pengawasan atas Kegiatan Produksi

Adapun langkah-langkahnya sebagai berikut:

2.1 Menghitung total biaya dengan unsur-unsur sebagai berikut:

Biaya bahan baku	xxx
Biaya tenaga kerja langsung	xxx
Biaya overhead pabrik (tetap + variable)	xxx +
Total biaya produksi	xxx
Biaya administrasi dan umum	xxx
Biaya pemasaran	xxx +
Total biaya komersi	xxx +
Total Biaya penuh	xxx

2.2 Metode besarnya *markup*:

$$\text{Persentase } \textit{markup} = \frac{\text{Laba yang diharapkan} - \text{biaya yang tidak dipengaruhi langsung oleh volume produk}}{\text{Biaya yang dipengaruhi langsung oleh volume produk}}$$

2.3 Menghitung besarnya harga jual berdasarkan metode harga pokok penuh ditambah dengan *markup*. Perhitungannya adalah sebagai berikut:

Harga pokok produksi per unit	Rp. xxx
<i>Markup</i>	xxx +
Harga jual per unit	Rp. xxx

- c. Membandingkan antara hasil penentuan harga jual yang dilakukan perusahaan dengan hasil penentuan harga jual berdasarkan kajian teori (metode *cost-plus pricing* dengan pendekatan *full costing*)
- d. Menganalisa sebab-sebab perbedaan antara besarnya harga jual perusahaan, dengan besarnya harga jual berdasarkan kajian teori.

- e. **Menguji penentuan harga jual perusahaan dengan batas toleransi 5%.
Dikatakan tepat jika selisih antara harga jual perusahaan dengan harga jual berdasarkan teori kurang dari atau sama dengan 5%. Jika selisih tersebut lebih dari 5% maka dikatakan tidak tepat**

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Perusahaan

Pertumbuhan penduduk yang cepat merupakan salah satu modal pembangunan karena tersedianya sumber daya manusia, namun disisi lain jumlah penduduk yang besar, menimbulkan permasalahan yaitu penyediaan lapangan pekerjaan. Melihat tingkat pendidikan sumber daya manusia Indonesia secara umum yang rata-rata lulusan SMA, maka PT. Penjalindo Nusantara berusaha memanfaatkan peluang yang ada dengan menciptakan lapangan kerja yang tidak memerlukan tingkat pendidikan yang tinggi.

PT. Penjalindo Nusantara merupakan salah satu anak usaha dalam kelompok Kompas Gramedia yang mempunyai bidang usaha manufaktur. Produk utama perusahaan adalah berbagai jenis meubel rotan, dimana dalam proses produksinya, berdasarkan atas pesanan yang sesuai dengan spesifikasi pemesan, serta hampir 80% proses produksi dilakukan secara manual sehingga merupakan suatu produksi padat karya. Perusahaan ini didirikan pada tanggal 1 Maret 1988, berlokasi di Jl. Palmerah Selatan No. 22 Jakarta Pusat. Pendirian perusahaan berdasarkan akte notaris No. 05 tertanggal 1 Maret 1988, dengan penanggung jawab pengelolaan diserahkan kepada Bapak Drs. Indra Gunawan, yang kemudian menjabat sebagai komisaris utama.

Setelah beroperasi selama tiga tahun, pada tanggal 10 April 1991 perusahaan memutuskan untuk membuka cabang di daerah Palimanan

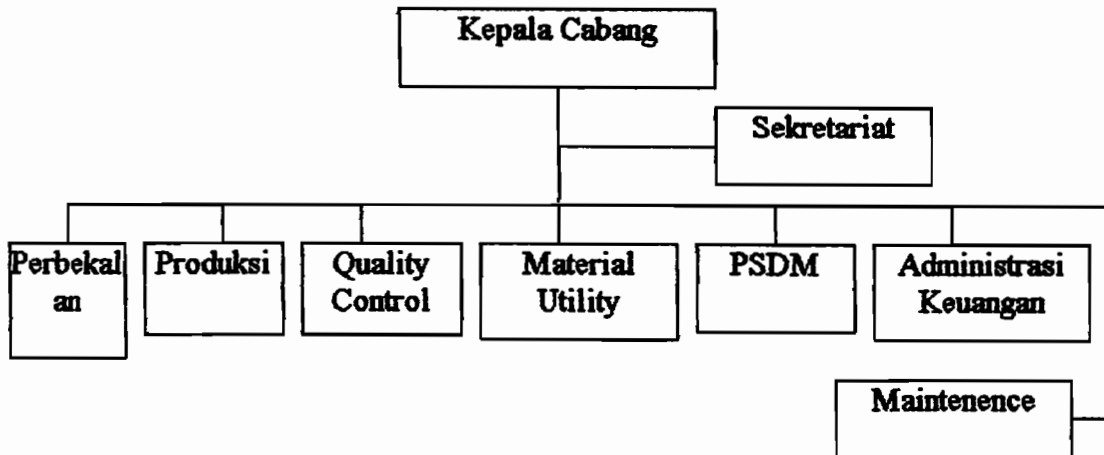
Kabupaten Cirebon. Pemilihan Cirebon, karena masyarakat disekitar lokasi sudah secara turun temurun sebagai pengrajin rotan sehingga sudah trampil, disamping faktor lain yaitu masih banyak terdapat rotan di hutan, sehingga memudahkan penyediaan bahan baku.

Pembukaan cabang dan pemberian kuasa berdasarkan akte notaris No. 02 tanggal 10 April 1991, dengan penanggung jawab harian diserahkan kepada Bapak Triatmoko sebagai kepala cabang. Awalnya PT. Penjalindo Nusantara Cabang Cirebon beroperasi diatas tanah kontrakan dan baru pada Januari 1995, setelah memiliki tanah dan gedung sendiri perusahaan pindah ke Jl. Yudistira Dusun Karang Asem, Kecamatan Plumbon, Kabupaten Cirebon, dengan kepala cabang Bapak Oka Gunawan.

B. Struktur Organisasi

Agar perusahaan dapat beroperasi dengan baik, maka diperlukan struktur organisasi yang jelas, sehingga setiap bagian dalam organisasi dapat bekerja dan melaksanakan fungsinya dengan baik. Struktur organisasi pada PT. Penjalindo Nusantara Cabang Cirebon dapat dilihat pada gambar 4.1:

Gambar 4.1
Struktur Organisasi PT. Penjalindo Nusantara Cabang Cirebon



Sumber: PT. Penjalindo Nusantara Cabang Cirebon

Struktur organisasi dibentuk untuk menentukan posisi, wewenang, kewajiban, tanggung jawab, serta hubungan antar manajemen di dalam perusahaan. Pembentukan struktur organisasi membantu setiap lini akan setiap fungsi dan tanggung jawabnya terhadap tugas dan atasan. Deskripsi tugas dan tanggung jawab dari masing-masing bagian dalam struktur organisasi PT. Penjalindo Nusantara Cabang Cirebon adalah sebagai berikut:

1. Kepala Cabang

- a. Tugas dari kepala cabang secara umum adalah: Penanggung jawab tertinggi dalam kegiatan yang dilakukan perusahaan dari segi manajemen dan pengambilan keputusan.
- b. Membina dan mengawasi seluruh kegiatan perusahaan dalam rangka mengkoordinir seluruh bagian yang ada.

2. Sekretariat

Melaksanakan tugas yang berupa membuka surat menyurat suatu perusahaan baik masuk / keluar serta bertanggung jawab atas ketuhanan dan keamanan arsip perusahaan.

3. Departemen Perbekalan

Tugas dari departemen perbekalan adalah mengusahakan tersedianya bahan baku yaitu mengorder bahan baku dalam hal ini rotan dan bahan penolong, sesuai dengan kebutuhan produksi yang meliputi diameter rotan, warna, dan sebagainya.

4. Departemen Produksi

Departemen ini bertugas dalam melakukan proses produksi dari bahan baku sampai barang siap dikirim. Departemen produksi dibantu oleh beberapa orang mandor.

5. Departemen Quality Control

Departemen ini bertugas dalam menjaga mutu produk yang dihasilkan, dengan jalan mengontrol dan menentukan kualitas, baik kualitas rotan sebagai bahan baku maupun kualitas barang yang dihasilkan.

6. Departemen Material Utility

Departemen ini menyiapkan bahan-bahan yang akan diproses diantaranya pemotongan, pemilahan serta pemilihan ukuran rotan / diameter rotan yang diperlukan, serta jenis rotannya.

7. Departemen Pengelolaan Sumber Daya Manusia (PSDM)

Tugas bagian PSDM secara umum

- a. Hubungan perburuhan, pelayanan, pendidikan, dan latihan tenaga kerja.
- b. Mengatur peraturan-peraturan perusahaan sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang berlaku dari pihak departemen tenaga kerja.
- c. Employment, yang meliputi pencarian, interview dan seleksi, pengangkatan dan penempatan, pemberhentian, penentuan tarif gaji dan upah, cuti dari tenaga kerja dan sebagainya.

8. Departemen Administrasi dan Keuangan

Tugas bagian administrasi dan keuangan secara umum adalah mengurus administrasi perusahaan seperti: mengontrol surat perjanjian jual beli, pembuatan kuitansi dan surat lainnya serta bertanggung jawab terhadap keuangan perusahaan.

9. Departemen Maintenance

Departemen ini bertugas dalam memelihara dan memperbaiki alat-alat atau mesin, serta bertanggung jawab terhadap penyediaan alat bantu produksi.

C. Personalia

Setiap perusahaan baik besar maupun kecil selalu membutuhkan tenaga kerja manusia. Pada dasarnya tenaga kerja merupakan faktor penggerak utama bagi setiap kegiatan yang menunjang tercapainya suatu tujuan. Perhatian terhadap faktor tenaga kerja perlu selalu ditingkatkan baik dari segi kualitas maupun kuantitasnya.

Karyawan PT. Penjalindo Nusantara Cabang Cirebon pada dasarnya dibagi dalam tiga golongan yaitu:

1. Karyawan Borongan

Karyawan borongan adalah karyawan yang menerima upah berdasarkan jumlah hasil pekerjaan setiap hari selama satu minggu. Jumlah karyawan ini sebanyak 103 orang.

2. Karyawan Harian

Karyawan harian adalah karyawan yang bekerja dan mendapat balas jasa berdasarkan jumlah hari kerja selama satu minggu, dan upah akan dibayarkan pada setiap akhir pekan. Jumlah karyawan harian sebanyak 4 orang.

3. Karyawan Bulanan

Karyawan bulanan pada PT. Penjalindo Nusantara Cabang Cirebon adalah karyawan yang bekerja pada perusahaan dan menerima upah pada akhir bulan. Termasuk dalam karyawan bulanan adalah para koordinator departemen. Jumlah karyawan bulanan ada sebanyak 39 orang.

Jam kerja yang berlaku di PT. Penjalindo Nusantara adalah: hari senin sampai hari jumat jam 08.00 – 17.00. Istirahat setiap hari jam 12.00 – 13.00, sedangkan hari sabtu dan minggu serta hari besar lainnya perusahaan libur.

Sebagai bagian dari tugas perusahaan dalam mensejahterakan karyawan, perusahaan memberikan beberapa pelayanan yaitu:

1. Fasilitas Karyawan

a. Transfortasi

Untuk karyawan yang jauh dan daerahnya mudah dijangkau disediakan kendaraan jemputan.

b. Makanan, Minuman, dan Pakaian

Fasilitas ini diberikan bagi seluruh karyawan, untuk fasilitas minum diberikan pada setiap hari kerja, sedangkan makanan dan pakaian diberikan pada waktu-waktu tertentu setahun dua kali yaitu menjelang tahun baru dan lebaran.

2. Jaminan Sosial

a. Tunjangan Hari Raya

Diberikan kepada semua karyawan sebanyak sekali dalam setahun yaitu menjelang hari raya lebaran.

b. Tunjangan Kesehatan

Jaminan kesehatan diberikan kepada karyawan yang mengalami gangguan kesehatan. Fasilitas ini meliputi biaya pengobatan di rumah sakit dengan sebagian ditanggung perusahaan.

c. Cuti

Bagi karyawan yang hamil diberikan pesangon dan cuti untuk melahirkan, disamping itu dalam setahun setiap karyawan juga berhak mengambil cuti selama 12 hari. Perusahaan juga memberikan cuti khusus bila ada kematian atau pernikahan.

D. Produksi

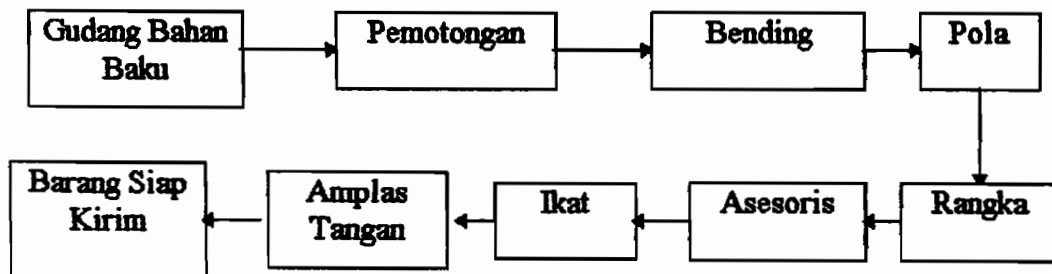
Tugas bagian produksi adalah mengelola kegiatan-kegiatan untuk menghasilkan barang. Selain itu bagian produksi bertugas mengusahakan agar proses produksi dapat dilakukan secara efektif dan efisien.

PT. Penjalindo Nusantara berproduksi menurut pesanan, maksudnya bahwa tujuan produksi untuk melayani pesanan pembeli yang bentuknya tergantung dari spesifikasi pembeli, sehingga sifat produksinya terputus-putus dan setiap pesanan dapat dipisahkan identitasnya secara jelas.

Dalam kegiatan proses produksi, PT. Penjalindo Nusantara membutuhkan bahan baku. Secara umum bahan baku yang diperlukan adalah rotan batang, rotan core, rotan peel, rotan webbing, peel kulit sapi, triplek dan kayu, namun model, ukuran, diameter rotan, serta warna rotan disesuaikan dengan kriteria yang diminta pembeli. Bahan baku diperoleh dari daerah sekitar perusahaan, tetapi kadangkala perusahaan juga membeli dari Sulawesi. Bahan penolong yang digunakan adalah paku, besi, dan baut.

Proses produksi dimulai dari mengambil bahan baku dari gudang bahan baku kemudian dipilih warna dan diameter yang sesuai dengan kriteria pemesan. Setelah rotan dipotong, dilakukan pembentukan berdasarkan pola-pola yang telah disusun, guna membentuk rangka. Setelah rangka terbentuk diberi asesoris dan kemudian diampelas sehingga halus. Setelah diplitur atau diwarnai barang siap untuk dikirim. Tahapan proses produksi adalah sebagai berikut:

Gambar 4.2
Proses Produksi



Sumber: Bagian Produksi PT. Penjalindo Nusantara Cabang Cirebon

E. Pemasaran

Kegiatan pemasaran merupakan kegiatan yang sangat penting bagi perusahaan, disamping kegiatan lainnya. Hal ini disebabkan karena pemasaran yang baik akan menunjang tercapainya tujuan perusahaan. Pemasaran sebagai suatu sistem dari keseluruhan perusahaan, bermanfaat untuk mempromosikan produknya kepada konsumen atau calon konsumen agar bersedia membeli produk yang dihasilkan perusahaan.

1. Promosi

Kegiatan promosi merupakan kegiatan yang perlu diperhatikan perusahaan dalam memasarkan produknya. Kegiatan ini bertujuan untuk memperkenalkan produknya kepada konsumen. Promosi juga dapat digunakan sebagai sarana untuk menjelaskan keunggulan produk perusahaan, menumbuhkan citra baik perusahaan dan mendorong permintaan. Kegiatan promosi yang dilakukan PT. Penjalindo Nusantara Cabang Cirebon adalah:

a. Periklanan

Periklanan dilakukan melalui media internet, surat kabar, dan brosur.

b. Promosi Penjualan

Promosi penjualan dilakukan dengan mengadakan pameran.

2. Daerah Pemasaran

PT. Penjalindo Nusantara Cabang Cirebon adalah perusahaan yang berorientasi ekspor, dengan negara-negara tujuan eksportnya adalah Jepang, Polandia, Amerika Serikat, dan Eropa.

BAB V

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

1. Deskripsi Data Produk Pesanan

PT. Penjalindo Nusantara Cabang Cirebon merupakan perusahaan manufaktur yang memproduksi meubel dari rotan dengan berbagai jenis koleksi, ukuran, dan warna. Proses produksi di PT. Penjalindo Nusantara Cabang Cirebon dilaksanakan berdasarkan pesanan. Dari berbagai macam koleksi meubel rotan yang diproduksi, dalam skripsi ini hanya akan memfokuskan pada empat jenis produk saja yaitu: TV table, Terrace Chair, Laundry Rack dan Bed Double. Keempat jenis produk ini dipilih dengan pertimbangan produk yang jumlah pesannya sedikit, menengah dan banyak, serta tingkat kesulitan dan kerumitan pengerjaan pesanan.

Perusahaan dalam memproduksi produk-produk tersebut membutuhkan biaya produksi yang meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik.

a. Biaya Bahan Baku

Bahan baku yang dipergunakan masing-masing produk hampir sama yaitu: rotan batang, rotan core, rotan peel, rotan webbing, triplek dan kayu. Hal yang membedakan adalah kualitas, kuantitas, diameter, dan warna rotan yang disesuaikan dengan spesifikasi yang diminta pembeli. Perhitungan biaya bahan baku yang dipakai dalam proses produksi keempat

c. Biaya Overhead Pabrik

Biaya Overhead Pabrik (BOP) adalah biaya produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung yang elemennya dapat digolongkan ke dalam biaya bahan penolong, biaya tenaga kerja tidak langsung, penyusutan dan amortisasi aktiva tetap pabrik, reparasi dan pemeliharaan aktiva tetap pabrik, biaya listrik, biaya air pabrik, perlengkapan kerja, pemakaian bahan bakar mesin pabrik, dan biaya asuransi pabrik.

PT. Penjalindo Nusantara Cabang Cirebon membebankan BOP kepada produk pesanan dengan menggunakan tarif berdasarkan pada biaya bahan baku yang dipakai. Besarnya tarif BOP dihitung dengan cara membandingkan anggaran BOP dalam periode tertentu dengan anggaran biaya bahan baku yang bersangkutan. Adapun anggaran BOP PT. Penjalindo Nusantara Cabang Cirebon pada tahun 1998 adalah sebagai berikut:

Listrik	Rp. 50 607 480
Perlengkapan kerja produksi	37 506 648
Pemeliharaan mesin dan peralatan produksi	14 603 600
Biaya tenaga kerja tidak langsung	81 359 100
Biaya administrasi dan umum	43 872 300
Penyusutan gedung dan bangunan	26 672 400
Penyusutan mesin dan peralatan	24 892 800
Biaya Angkut	28 648 685 +
Jumlah	Rp. 308 163 013

Anggaran biaya bahan baku dan bahan tambahan tahun 1998:

- Rotan Batang	Rp. 256 135 265
- Rotan Core	216 784 293
- Rotan Peel	137 849 251
- Rotan Webbing	284 571 017
- Triplek	128 548 502
- Kayu	<u>154 230 872 +</u>
Anggaran biaya bahan baku	Rp. 1 178 119 200
- Bahan Tambahan	<u>164 883 900 +</u>
Total anggaran biaya bahan baku	Rp. 1 343 003 100

$$\begin{aligned} \text{Tarif BOP (\%)} &= \frac{\text{Anggaran BOP}}{\text{Anggaran Biaya Bahan Baku}} \times 100\% \\ &= \frac{308\,163\,013}{1\,343\,003\,100} \times 100\% \\ &= 23\% \text{ (pembulatan)} \end{aligned}$$

Setelah tarif BOP diketahui, selanjutnya penghitungan BOP dibebankan pada produk, untuk setiap jenis produk dapat dilihat pada tabel V.2.

Tabel V.2

Perhitungan BOP yang Dibebankan pada Produk Pesanan untuk Setiap Jenis Produk Per Unit Berdasarkan Tarif 23 % dari Bahan Baku (Dalam Rupiah)

Jenis Produk	Biaya Overhead Pabrik {%x(Bahan Baku+ Bahan Tambahan)}	Jumlah
TV Table	{23% x (44 353 + 2 306)} = 10 732	10 732
Terrace Chair	{23% x (21 234 + 3 065)} = 5 588	5 588
Loungery Rack	{23% x (89 116 + 4 043)} = 21 427	21427
Bed Double	{23% x (84 942 + 4050)} = 20 468	20468

2. Deskripsi Data Produk Cacat

Selain menjual produk pesanan, produk-produk cacat yang terjadi dalam suatu proses produksi juga dijual setelah terlebih dahulu diperbaiki kecacatannya. Dalam skripsi ini difokuskan dua macam produk yaitu Bed Double dan Laundry Rack. Keduanya dipilih dengan pertimbangan Bed Double karena penyebab cacatnya produk oleh sulitnya pengerjaan pesanan, sedangkan Laundry Rack dipilih karena berdasarkan pengalaman PT. Penjalindo Nusantara Cabang Cirebon, dimana dalam suatu produksi yang padat karya faktor kesalahan manusia sangat dominan, dan banyaknya pesanan terhadap Laundry Rack mengakibatkan kurangnya pengawasan, dengan kata lain Laundry Rack dipilih karena cacatnya produk akibat kesalahan atau kurangnya pengawasan atas kegiatan produksi.

Biaya-biaya yang diperlukan dalam memproduksi kedua produk serta biaya perbaikan produk adalah sebagai berikut:

a. Biaya Bahan Baku

Perhitungan biaya bahan baku yang dipakai dalam proses produksi Bed Double dan Laundry Rack dapat dilihat dalam tabel V.3

Tabel V.4

Perhitungan BOP yang Dibebankan pada Produk Cacat untuk Setiap Jenis Produk Per Unit Berdasarkan Tarif 23 % dari Bahan Baku
(Dalam Rupiah)

Jenis Produk	Biaya Overhead Pabrik {%x(Bahan Baku+ Bahan Tambahan)}	Jumlah
Bad Double	{23% x (84 942 + 4 050)} = 20 468	20468
Loungery Rack	{23% x (89 116 + 4 043)} = 21 427	21427

Biaya-biaya perbaikan yang dikeluarkan dalam memperbaiki produk cacat adalah sebagai berikut: Rp. 12 394 untuk Bed Double yang terdiri dari biaya bahan baku Rp. 6 752, bahan tambahan Rp. 983, BTKL Rp. 2880, dan BOP Rp 1779, serta biaya untuk memperbaiki Loungery Rack Rp. 8 299 yang meliputi biaya bahan baku Rp. 5 218, bahan tambahan Rp. 513, BTKL Rp. 1250 dan BOP Rp. 1318.

B. Analisis Data

1. Analisis Data Produk Pesanan

a. Perbandingan Prosedur Penentuan Harga Jual Produk Pesanan

Dalam suatu proses produksi bahan dapat dibedakan menjadi bahan baku (*direct material*) dan bahan penolong (*indirect material*). Bahan baku adalah bahan yang akan diolah menjadi bagian produk jadi dan pemakaiannya dapat diidentifikasi atau dapat diikuti jejaknya, atau merupakan bagian integral pada produk tertentu. Biaya bahan baku adalah harga perolehan dari bahan baku yang dipakai dalam pengolahan produk. Bahan penolong adalah bahan yang akan diolah menjadi bagian produk jadi

tetapi pemakaiannya tidak dapat diikuti jejaknya atau manfaatnya pada produk jadi tertentu. Biaya bahan penolong adalah harga perolehan bahan penolong yang dipakai dalam pengolahan produk. Bahan baku yang dipakai dalam memproduksi keempat produk yang diteliti hampir sama yaitu rotan batang, rotan core, rotan peel, rotan webbing, triplek, dan kayu, dimana masing-masing bahan dapat diikuti jejaknya pada tiap tiap produk. Hal ini berarti bahan baku yang dimaksudkan oleh perusahaan sudah sesuai dengan bahan baku menurut kajian teori.

Sama halnya dengan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dapat dibedakan menjadi dua yaitu biaya tenaga kerja langsung (*direct labour*) dan biaya tenaga kerja tidak langsung (*indirect labour*). Biaya tenaga kerja langsung adalah balas jasa yang diberikan kepada karyawan pabrik, yang manfaatnya dapat diidentifikasi atau diikuti jejaknya pada produk tertentu yang dihasilkan perusahaan. Biaya tenaga kerja tidak langsung adalah balas jasa yang diberikan kepada karyawan pabrik, akan tetapi manfaatnya tidak dapat diidentifikasi pada produk tertentu yang dihasilkan perusahaan. Biaya tenaga kerja langsung yang dimaksudkan perusahaan adalah balas jasa yang diberikan pada satu orang karyawan untuk menghasilkan satu macam produk yang tarifnya telah ditentukan oleh perusahaan, ini berarti manfaat karyawan perusahaan tersebut dapat diikuti jejaknya pada produk yang dihasilkan perusahaan, sehingga biaya tenaga kerja langsung yang dimaksud perusahaan telah sesuai dengan biaya tenaga kerja langsung menurut kajian teori.

Biaya Overhead Pabrik (BOP) adalah biaya produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung yang elemennya dapat digolongkan ke dalam biaya bahan penolong, biaya tenaga kerja tidak langsung, penyusutan dan amortisasi aktiva tetap pabrik, reparasi dan pemeliharaan aktiva tetap pabrik, biaya listrik, biaya air pabrik, perlengkapan kerja, pemakaian bahan bakar mesin pabrik, dan biaya asuransi pabrik. Biaya pemasaran (biaya angkut), dan biaya administrasi dan umum, diperlakukan sebagai biaya overhead pabrik oleh perusahaan, padahal seharusnya diperlakukan sebagai biaya nonproduksi, sedangkan biaya bahan tambahan yang seharusnya dimasukkan dalam elemen BOP, oleh perusahaan tidak dimasukkan dalam anggaran BOP. Hal ini berarti BOP yang dibebankan perusahaan tidak sesuai dengan BOP menurut kajian teori.

Berdasarkan prosedur penentuan harga jual produk pesanan yang dilakukan oleh perusahaan dapat disimpulkan bahwa prosedur biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung sudah tepat, tetapi prosedur BOP tidak tepat.

b. Perbandingan Hasil perhitungan Produk Pesanan

Kesalahan perusahaan dalam perlakuan biaya pemasaran (biaya angkut), biaya administrasi dan umum yang diperlakukan sebagai BOP, padahal menurut kajian teori seharusnya biaya-biaya tersebut dikeluarkan dari biaya produksi dan diperlakukan sebagai biaya non produksi, serta kesalahan dalam perlakuan biaya tambahan yang seharusnya masuk dalam elemen BOP, tetapi oleh perusahaan tidak dimasukkan dalam anggaran BOP. Hal ini

mengakibatkan tarif BOP yang dibebankan terlalu rendah. BOP yang dibebankan dan tarif BOP yang seharusnya menurut kajian teori terdiri dari:

Anggaran BOP tahun 1998

Bahan Tambahan	Rp. 164 883 900
Listrik	50 607 480
Perlengkapan Kerja Produksi	37 506 648
Pemeliharaan Mesin dan Peralatan Produksi	14 603 600
Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung	81 359 100
Penyusutan Gedung dan bangunan	26 672 400
Penyusutan Mesin dan Peralatan	<u>24 892 800 +</u>
Jumlah	Rp. 400 525 928
Anggaran biaya bahan baku	Rp. 1 178 119 200

Tarif BOP menurut kajian teori

$$\text{Tarif BOP} = \frac{400\,525\,928}{1\,178\,119\,200} \times 100\%$$

$$= 34\% \text{ (pembulatan)}$$

BOP yang dibebankan pada produk TV Table, Terrace Chair, Laundry Rack dan Bed Double dapat dilihat pada tabel V.5

Tabel V.5
Perhitungan BOP yang Dibebani pada Produk Pesanan untuk
Setiap Jenis Produk Per Unit Berdasarkan Tarif 34% dari Bahan Baku
(Dalam Rupiah)

Jenis Produk	Biaya Overhead Pabrik %xBahan Baku	Jumlah
TV Table	34% x 44 353 = 15 080	15080
Terrace Chair	34% x 21 234 = 7 219	7219
Loungery Rack	34% x 89 116 = 30 299	30299
Bed Double	34% x 84942 = 28 880	28880

c. Alokasi Biaya Unit Produk Pesanan

Dari perhitungan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan BOP, biaya-biaya tersebut kemudian dijumlahkan menjadi harga pokok produk per unit setiap jenis produk pesanan. Perhitungan harga pokok produk untuk masing-masing produk adalah sebagai berikut:

Tabel V.6
Harga Pokok Produk Pesanan (Perusahaan)
(Dalam Rupiah)

Jenis Biaya	TV Table	Terrace Chair	Loungery Rack	Bed Double
Bahan Baku	44353	21234	89116	84942
Bahan Tambahan	2306	3065	4043	4050
BTKL	16581	6223	3746	23645
BOP	10732	5588	21427	20468
Jumlah	73972	36110	118332	133105

Kesalahan perusahaan dalam perlakuan biaya-biaya non produksi dan biaya tambahan , mengakibatkan tarif BOP yang dibebankan lebih kecil dari

yang seharusnya menurut kajian teori. Perbedaan pembebanan tarif BOP mengakibatkan harga pokok produk pesanan juga berbeda. Perhitungan harga pokok produk untuk masing-masing produk yang diteliti menurut kajian teori adalah sebagai berikut:

Tabel V.7
Harga Pokok Produk Pesanan (Kajian Teori)
(Dalam Rupiah)

Jenis Biaya	TV Table	Terrace Chair	Loundry Rack	Bed Double
Bahan Baku	44353	21234	89116	84942
BTKL	16581	6223	3746	23645
BOP	15080	7219	30299	28880
Jumlah	76014	34676	123161	137467

Adanya perbedaan pembebanan tarif BOP antara perusahaan dan kajian teori, menyebabkan harga pokok produk yang dibebankan juga berbeda. Perbandingan perhitungan HPP menurut perusahaan dengan kajian teori dapat dilihat pada tabel V.8

Tabel V.8
Perbandingan HPP Pesanan Menurut Perhitungan
Perusahaan dan Kajian Teori
(Dalam Rupiah)

Jenis Produk	Harga Pokok Produk		Selisih
	Perusahaan	Kajian Teori	
TV Table	73972	76014	-2042
Terrace Chair	36110	34676	1434
Loundry Rack	118332	123161	-4829
Bed Double	133105	137467	-4362

d. Perhitungan Harga Jual Unit Produk Pesanan

Harga jual menggunakan metode *cost-plus pricing* ditentukan sebesar biaya produksi ditambah *mark up* yang diinginkan. *Mark up* yang ditambahkan digunakan untuk menutup biaya non produksi dan untuk menghasilkan laba yang diinginkan.

Dalam hal ini, digunakan pendekatan ROI untuk menentukan besarnya persentase *mark up* yang ditambahkan pada biaya. *Mark up* yang dihitung dengan pendekatan ROI menggambarkan biaya non produksi yang harus ditutup dan *return* yang diinginkan atas investasi yang ditanamkan perusahaan. ROI yang diinginkan perusahaan sebesar 15% dari aktiva, dimana aktiva perusahaan adalah sebesar Rp. 938 430 000 (Lampiran 1)

Adapun perhitungan *mark up* (dalam bentuk persentase) yang diharapkan dapat dilihat dalam perhitungan dibawah ini:

$$\begin{aligned}
 \text{Mark up (\%)} &= \frac{\text{Return yang Diinginkan atas + Biaya Non Produksi}}{\text{Aktiva yang Ditanam}} \\
 &= \frac{\text{Biaya Produksi}}{\text{Biaya Produksi}} \\
 &= \frac{(15\% \times 938\,430\,000) + 247\,380\,185}{2\,471\,857\,120} \\
 &= 15.70\%
 \end{aligned}$$

PT Penjalindo Nusantara Cabang Cirebon mempunyai kebijakan tersendiri dalam menentukan besarnya *mark up* yang disesuaikan dengan tingkat kesulitan dan kerumitan pesanan pembeli. Untuk keempat jenis produk yang diteliti, perusahaan menambahkan *mark up* 15% untuk TV Table dan

Terrace Chair, 16% untuk Laundry Rack, dan 17% untuk Bed Double.

e. Metode Harga Pokok Penuh Ditambah *Mark up*

Setelah besarnya persentase *Mark up* diketahui kemudian dihitung besarnya harga jual. Untuk menghitung harga jual per unit, rumus perhitungannya menurut metode *cost-plus pricing* dengan pendekatan *full costing* adalah sebagai berikut:

Harga Pokok Penuh per unit	Rp. xxx
<i>Mark up</i> = Y% x Harga Pokok Penuh per unit	<u>xxx +</u>
Harga Jual per unit	xxx

Adapun perhitungan harga jual untuk masing masing produk yang diteliti adalah sebagai berikut:

1. TV Table

PERUSAHAAN

Harga Pokok Produksi	Rp. 73 972.00
<i>Mark up</i> = 15% x 73 972	<u>11 095.80 +</u>
Harga Jual per unit	85 067.80
Dibulatkan menjadi	Rp. 85 000.00

KAJIAN TEORI

Harga Pokok Produksi	Rp. 76 014.00
<i>Mark up</i> = 15.70% x 76 014	<u>11 934.19 +</u>
Harga Jual per unit	87 948 19
Dibulatkan menjadi	Rp. 88 000.00

2. Terrace Chair

PERUSAHAAN

Harga Pokok Produksi	Rp. 36 110.00
<i>Mark up</i> = 15% x 36 110	5 416.50 +
Harga Jual per unit	41 526.50
Dibulatkan menjadi	Rp. 41 000.00

KAJIAN TEORI

Harga Pokok Produksi	Rp. 34 676.00
<i>Mark up</i> = 15.70% x 34 676	5 444.13 +
Harga Jual per unit	40 120.13
Dibulatkan menjadi	Rp. 40 000.00

3. Laundry Rack

PERUSAHAAN

Harga Pokok Produksi	Rp. 118 332.00
<i>Mark up</i> = 16% x 118 332	18 933.12 +
Harga Jual per unit	137 265.12
Dibulatkan menjadi	Rp. 137 000.00

KAJIAN TEORI

Harga Pokok Produksi	Rp. 123 161.00
<i>Mark up</i> = 15.70% x 123 161	19 336.28 +
Harga Jual per unit	142 497.28
Dibulatkan menjadi	Rp. 142 000.00

4 Bed Double

PERUSAHAAN

Harga Pokok Produksi	Rp. 133 105.00
<i>Mark up</i> = 17% x 133 105	22 627.85 +
Harga Jual per unit	<u>155 732.85</u>
Dibulatkan menjadi	Rp. 156 000.00

KAJIAN TEORI

Harga Pokok Produksi	Rp. 137 4671.00
<i>Mark up</i> = 15.70% x 137 467	21 582.32 +
Harga Jual per unit	<u>R 159 049.32</u>
Dibulatkan menjadi	Rp. 159 000.00

Hasil perhitungan harga jual menurut perusahaan dan kajian teori dapat diringkas dalam bentuk tabel, yang dapat dilihat dalam tabel V.9 Dari tabel ini kita dapat langsung membandingkan perbedaan yang ada sehingga dapat dianalisis. Berikut adalah ringkasan hasil perhitungan harga jual menurut perusahaan dan menurut kajian teori:

Tabel V.9.
Perbandingan Harga Jual Produk Pesanan Menurut perusahaan
dengan Harga Jual Menurut *Metode Cost-Plus Pricing*
(Dalam Rupiah)

Jenis Produk	Harga Jual Perusahaan	Harga Jual <i>Cost Plus Pricing</i>	Selisih	%
TV Table	85000	88000	-3000	3.41%
Terrace Chair	41000	40000	1000	2.50%
Loundry Rack	137000	142000	-5000	3.52%
Bed Double	156000	159000	-3000	1.88%

Berdasarkan kriteria dengan batas toleransi yang telah dibuat, maka dapat disimpulkan bahwa harga jual untuk TV Table, Terrace Chair, loundry Rack, dan Bed Double tepat karena selisih perhitungan perusahaan dengan kajian teori $< 5\%$.

2. Analisis Data Produk Cacat

a. Perbandingan Prosedur Penentuan Harga Jual Produk Cacat.

Bahan Baku adalah bahan yang akan diolah menjadi bagian produk jadi dan pemakaiannya dapat diidentifikasi atau diikuti jejaknya atau merupakan bagian integral pada produk tertentu. Bahan baku yang dipakai perusahaan sudah sesuai menurut kajian teori karena bahan-bahan tersebut dapat diikuti jejaknya atau manfaatnya pada produk-produk yang diproduksi. Demikian pula halnya dengan biaya tenaga kerja langsung yang dimaksud perusahaan sudah sesuai dengan definisi biaya tenaga kerja langsung menurut kajian teori. Tetapi untuk BOP, kesalahan yang sama dilakukan

perusahaan dimana perusahaan memperlakukan biaya-biaya non produksi sebagai BOP oleh perusahaan, seharusnya biaya-biaya tersebut dikeluarkan dari biaya produksi. Bahan tambahan yang seharusnya menjadi elemen BOP oleh perusahaan tidak dimasukkan dalam anggaran BOP.

Selain Biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan BOP, dalam penentuan harga jual produk cacat juga perlu diperhatikan adanya biaya perbaikan produk cacat. Biaya perbaikan produk cacat adalah biaya -biaya yang dikeluarkan atau diperlukan untuk memperbaiki produk cacat menjadi produk yang baik, dimana dapat mengkonsumsi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan BOP. Biaya -biaya perbaikan produk cacat yang dikeluarkan oleh perusahaan sudah sesuai dengan definisi biaya perbaikan produk cacat menurut kajian teori.

Dilihat dari prosedur penentuan harga jual produk cacat, dapat disimpulkan bahwa prosedur biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya perbaikan produk cacat sudah tepat, tetapi prosedur BOP tidak tepat.

b. Perbandingan Hasil Perhitungan Produk Cacat.

Kekeliruan yang dilakukan perusahaan dalam perlakuan terhadap biaya-biaya non produksi dan biaya tambahan mengakibatkan perusahaan salah dalam menentukan besarnya tarif BOP, dan ini mengakibatkan BOP yang dibebankan juga berbeda yaitu lebih kecil dari yang seharusnya. Tarif BOP yang seharusnya menurut kajian teori sebesar 34% (Lampiran 3), dan perhitungan BOP yang seharusnya dapat dilihat dalam tabel V.10

Tabel V.10
Perhitungan BOP yang Dibebankan pada Produk Cacat untuk Setiap Jenis
Produk Per Unit Berdasarkan Tarif 34 % dari Bahan Baku
(Dalam Rupiah)

Jenis Produk	Biaya Overhead Pabrik % x Bahan Baku	Jumlah
Bad Double	34% x 84 942 = 28 880	28880
Loungdry Rack	34% x 89 116 = 30 299	30299

c. Alokasi Biaya Unit Produk Cacat

Biaya-biaya produksi yang dikeluarkan kemudian ditambahkan dengan biaya perbaikan produk cacat, sehingga diperoleh harga pokok produk cacat. Harga pokok produk cacat menurut perhitungan perusahaan terdiri dari unsur biaya bahan baku (pengganti / komponen), ditambah biaya tenaga kerja langsung dan Harga Pokok Produk barang jadi yang cacat. Perhitungan harga pokok produk cacat menurut perusahaan dapat dilihat dalam tabel V.11

Tabel V.11
Harga Pokok Produk Cacat (Perusahaan).
(Dalam Rupiah)

Jenis Biaya	Bad Double	Loungdry Rack
Bahan Baku	84942	89116
Bahan Tambahan	4050	4043
BTKL	23645	3746
BOP	20468	21427
Biaya Perbaikan	12394	8299
Jumlah	145499	126631

Kesalahan perusahaan dalam perlakuan biaya-biaya non produksi dan biaya tambahan mengakibatkan tarif BOP yang dibebankan lebih kecil dari seharusnya. Disamping itu perusahaan juga keliru dalam memperlakukan biaya perbaikan produk cacat. Perusahaan memperlakukan biaya perbaikan produk cacat sebagai penambah harga pokok produk sedangkan menurut kajian teori perlakuan biaya perbaikan produk cacat tergantung dari penyebab terjadinya produk cacat. Penyebab cacatnya produk karena sulitnya pengerjaan pesanan maka biaya perbaikan produk cacat diperlakukan sebagai penambah harga pokok produk. Tetapi bila penyebab timbulnya produk cacat karena kesalahan atau kurangnya pengawasan atas kegiatan produksi, maka biaya perbaikan produk cacat diperlakukan sebagai elemen rugi produk cacat yang nantinya masuk dalam laporan rugi laba. Perhitungan harga pokok produk cacat yang seharusnya dapat dilihat dalam tabel V.12

Tabel V.12
 Harga Pokok Produk Cacat (Kajian Teori).
 (Dalam Rupiah)

Jenis Biaya	Bad Double	Loundry Rack
Bahan Baku	84942	89116
BTKL	23645	3746
BOP	28880	30299
Biaya Perbaikan	11927	
Jumlah	149394	123161

d. Perhitungan Harga Jual Unit Produk Cacat

Sama halnya dengan penentuan harga jual produk normal, dalam menentukan harga jual produk cacat juga menggunakan persentase *mark up* tetapi persentase *mark up* produk cacat biasanya lebih rendah dari persentase *mark up* produk pesanan normal. PT. Penjalindo Nusantara Cabang Cirebon menambahkan *mark up* untuk produk cacat sebesar 5% dari harga pokok produk, dengan pertimbangan *mark up* 5% tersebut mampu menutupi biaya-biaya non produksi yang dikeluarkan dalam proses produksi barang tersebut.

e. Metode Harga Pokok Produk Cacat Ditambah *Mark Up*

Harga jual produk cacat dihitung dengan cara menambahkan *mark up* terhadap harga pokok produk penuh per unit (biaya produksi dan biaya perbaikan). Harga jual produk cacat untuk masing-masing produk yang diteliti menurut perhitungan perusahaan dan kajian teori adalah sebagai berikut:

1. Bed Double

PERUSAHAAN

Harga Pokok Produksi	Rp. 145 499.00
<i>Mark up</i> = 5% x 145 499	7 274.95 +
Harga Jual per unit	<hr/> 152 773.95
Dibulatkan menjadi	Rp. 153 000.00

KAJIAN TEORI

Harga Pokok Produksi	Rp. 149 394.00
<i>Mark up</i> = 5% x 149 394	7 469.70 +
Harga Jual per unit	<u>157 863.70</u>
Dibulatkan menjadi	Rp. 157 000.00

2. Laundry Rack

PERUSAHAAN

Harga Pokok Produksi	Rp. 126 631.00
<i>Mark up</i> = 5% x 126 631	6 331.55 +
Harga Jual per unit	<u>132 962.55</u>
Dibulatkan menjadi	Rp. 133 000.00

KAJIAN TEORI

Harga Pokok Produksi	Rp. 123 161.00
<i>Mark up</i> = 5% x 123 161	6 158.05 +
Harga Jual per unit	<u>129 319.05</u>
Dibulatkan menjadi	Rp. 129 000.00

Hasil perhitungan harga jual menurut perusahaan dan perhitungan menurut kajian teori kemudian diperbandingkan, yang dapat dilihat pada tabel V.13

Tabel V.13
Perbandingan Harga Jual Produk Cacat Menurut Perusahaan
dengan Harga Jual Menurut Metode *Cost Plus Pricing*
(Dalam Rupiah)

Jenis Produk	Harga Jual Perusahaan	Harga Jual <i>Cost Plus Pricing</i>	Selisih	%
Bad Double	153000	157000	-4000	2.55
Loundry Rack	133000	129000	4000	3.1

Berdasarkan kriteria batas toleransi 5% , maka dapat dikatakan bahwa harga jual untuk Bed Double dan Loundry Rack tepat karena selisih harga jual kurang dari 5%.

C. Pembahasan

1. Pembahasan Produk Pesanan

Setelah dilakukan analisis data sampai dengan perhitungan harga jual terdapat perbedaan antara perhitungan perusahaan dengan kajian teori. Perbedaan ini timbul karena adanya konsep perhitungan dan prosedur yang berbeda. Perbedaan-perbedaan itu antara lain:

a. Perbedaan Pembebanan BOP

Perbedaan ini terjadi karena adanya perbedaan dalam membebankan tarif BOP dan dasar perhitungan BOP. Menurut perusahaan tarif BOP sebesar 23%, sedangkan menurut kajian teori 34%. Hal ini terjadi karena adanya kesalahan yang dilakukan perusahaan yaitu kesalahan perlakuan terhadap biaya-biaya non produksi (biaya angkut, administrasi dan umum)

oleh perusahaan diperlakukan sebagai biaya produksi (BOP). Seharusnya biaya-biaya tersebut dikeluarkan dari biaya produksi. Disamping itu bahan tambahan yang seharusnya menurut kajian teori merupakan elemen BOP, dalam perhitungan perusahaan tidak dimasukkan dalam anggaran BOP.

b. Perbedaan dalam Perhitungan Jumlah Harga Pokok Produk

Adanya perbedaan pembebanan tarif BOP antara perusahaan dan kajian teori, menyebabkan harga pokok produk yang dibebankan juga berbeda. Setelah dilakukan perhitungan dan kemudian dilakukan perbandingan antara hasil perhitungan perusahaan dan perhitungan kajian teori dapat dilihat bahwa harga pokok produk untuk TV Table, Laundry Rack, dan Bed Double, menurut perhitungan perusahaan lebih rendah dibandingkan menurut perhitungan kajian teori, sedangkan untuk Terrace Chair perhitungan menurut perusahaan lebih tinggi dari perhitungan kajian teori. Ini terjadi karena adanya perbedaan tarif maupun dasar perhitungan BOP yang dibebankan pada masing-masing jenis produk sehingga BOP dan HPP nya pun berbeda.

c. Perbedaan dalam Penentuan Besarnya *Mark Up*

Menurut kajian teori, besarnya *mark up* dihitung dengan pendekatan ROI. Adapun penentuan *mark up* dihitung dengan cara menambahkan biaya non produksi pada *return* yang diinginkan atas investasi. Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan, besarnya ROI yang diinginkan perusahaan sebesar 15% dari aktiva, sedangkan *mark up* adalah 15.70% dari harga pokok produksi penuh.

Besarnya persentase *mark up* menurut perusahaan didasarkan pada kebijakan perusahaan dimana untuk keempat jenis produk yang diteliti *mark up* yang ditambahkan adalah 15% untuk TV Table dan Terrace Chair, 16% untuk Laundry Rack, dan 17% untuk Bed Double.

Perbedaan konsep-konsep tersebut diatas menyebabkan harga jual produk TV Table, Laundry Rack, dan Bed Double menurut perhitungan perusahaan lebih rendah dari harga jual menurut perhitungan kajian teori, sedangkan untuk Terrace Chair perhitungan perusahaan lebih besar dari perhitungan kajian teori. Berdasarkan kriteria dengan batas toleransi yang telah dibuat, maka dapat disimpulkan bahwa harga jual untuk TV Table, Terrace Chair, laundry Rack, dan Bed Double tepat karena selisih perhitungan perusahaan dengan kajian teori $< 5\%$.

2. Pembahasan Produk Cacat

Dalam perhitungan harga jual untuk produk cacat terjadi selisih antara perhitungan perusahaan dengan perhitungan kajian teori. Selisih ini timbul karena adanya perbedaan dalam konsep penentuan harga jual produk cacat. Perbedaan itu antara lain:

a. Perbedaan dalam pembebanan BOP

Perusahaan keliru dalam memperlakukan pembebanan biaya-biaya non produksi dan biaya tambahan. Biaya pemasaran (biaya angkut), dan biaya administrasi dan umum, diperlakukan sebagai biaya overhead pabrik oleh perusahaan, padahal seharusnya diperlakukan sebagai biaya nonproduksi,

sedangkan biaya bahan tambahan yang seharusnya dimasukkan dalam elemen BOP, oleh perusahaan tidak dimasukkan dalam anggaran BOP.

b. Perbedaan dalam Perhitungan Harga Pokok Produk Cacat

Menurut kajian teori, biaya perbaikan produk cacat perlakuannya tergantung penyebab timbulnya produk cacat. Penyebab cacatnya produk pada Bed Double karena sulitnya pengerjaan pesanan sehingga biaya perbaikan produk cacat diperlakukan sebagai penambah harga pokok produk. Tetapi pada Laundry Rack, penyebab timbulnya produk cacat karena kesalahan atau kurangnya pengawasan atas kegiatan produksi, sehingga biaya perbaikan produk cacat diperlakukan sebagai elemen rugi produk cacat yang nantinya masuk dalam laporan rugi laba. Perusahaan membebankan biaya perbaikan produk cacat sebagai penambah harga pokok produk, tanpa memperhatikan penyebab timbulnya produk cacat. Kesalahan dalam pembebanan biaya-biaya diatas menyebabkan perhitungan harga pokok produk cacat juga berbeda.

Berdasarkan kriteria batas toleransi 5% , maka dapat dikatakan bahwa harga jual untuk Bed Double dan Laundry Rack tepat karena selisih harga jual kurang dari 5%.



BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisa data dan pembahasan, dapat diambil kesimpulan bahwa harga jual produk pesanan maupun harga jual untuk produk cacat terjadi selisih antara perhitungan perusahaan dan perhitungan menurut kajian teori, dan berdasarkan kriteria batas toleransi 5% disimpulkan bahwa harga jual produk pesanan untuk TV Table, Terrace Chair, Laundry Rack, dan Bed Double sudah tepat karena selisih harga jual menurut perhitungan perusahaan dengan perhitungan kajian teori lebih kecil dari 5%. Begitupun dengan harga jual produk cacat dapat ditarik kesimpulan bahwa harga jual produk cacat untuk Bed Double dan Laundry Rack tepat, karena selisih harga jual antara perhitungan perusahaan dan kajian teori lebih kecil dari 5%.

Selisih perhitungan harga jual antara perusahaan dengan kajian teori terjadi karena beberapa sebab diantaranya:

1. Perusahaan keliru membebankan biaya pemasaran (biaya angkut), serta biaya administrasi dan umum, yang seharusnya sebagai biaya non produksi, diperlakukan sebagai BOP, juga perlakuan terhadap bahan tambahan yang seharusnya diperlakukan sebagai elemen BOP, tetapi oleh perusahaan tidak dimasukkan dalam anggaran BOP. Selain kesalahan dalam perlakuan biaya produksi, perusahaan juga salah memperlakukan biaya perbaikan produk cacat. Perusahaan memperlakukan biaya perbaikan produk cacat sebagai

penambah harga pokok produk padahal menurut kajian teori perlakuan terhadap biaya perbaikan produk cacat tergantung dari sebab terjadinya produk cacat, apabila cacatnya produk disebabkan oleh sulitnya pengerjaan pesanan maka biaya perbaikan produk cacat diperlakukan sebagai penambah harga pokok pesanan tertentu yang mengakibatkan timbulnya produk cacat, sedangkan apabila produk cacat disebabkan karena kesalahan atau kurangnya pengawasan atas kegiatan produksi maka biaya perbaikan produk cacat diperlakukan sebagai elemen rugi produk cacat. Akibat kesalahan itu, perusahaan juga salah dalam menentukan besarnya harga pokok produk. Harga pokok produk pesanan normal menurut perusahaan adalah Rp. 73 972 untuk TV Table, Rp. 36 110 untuk Terrace Chair, Rp. 118 332 untuk Laundry Rack, dan Rp. 133 105 untuk Bed Double padahal menurut perhitungan kajian teori untuk TV Table sebesar Rp. 76 014, untuk Terrace Chair Rp. 34 676, untuk Laundry Rack Rp. 123 161, dan untuk Bed Double Rp. 137 467. Kesalahan pembebanan biaya perbaikan produk cacat juga mengakibatkan kekeliruan dalam menentukan besarnya harga pokok produk cacat. Menurut perusahaan harga pokok produk cacat untuk Bed Double adalah Rp.145 499, dan untuk Laundry Rack Rp. 126 631, sedangkan perhitungan menurut kajian teori untuk Bed Double Rp. 149 394 dan Laundry Rack Rp. 123 161.

2. Perbedaan kedua yaitu adanya perbedaan dalam penentuan besarnya persentase *mark up*. Menurut kebijakan perusahaan, besarnya *mark up* yang ditambahkan terhadap produk pesanan (normal) tergantung tingkat kesulitan

dan kerumitan pesanan yaitu adalah 15% untuk TV Table dan Terrace Chair, 16% untuk Laundry Rack, dan 17% untuk Bed Double. Menurut kajian teori berdasarkan pendekatan *return on investmen* (ROI), maka *mark up* yang ditambahkan untuk produk normal sebesar 15,70% dari harga pokok produk penuh.

3. Adanya perbedaan perhitungan, harga pokok produk dan persentase *mark up* mengakibatkan adanya perbedaan penentuan harga jual. Menurut perusahaan harga jual untuk keempat produk pesanan (normal) adalah Rp. 85 000 untuk TV Table, Rp. 41 500 untuk Terrace Chair, Rp. 137 000 untuk Laundry Rack, dan Rp. 156 000 untuk Bed Double, sedangkan harga jual untuk produk cacat Rp. 153 000 untuk Bed Double dan Rp. 133 000 untuk Laundry Rack. Menurut kajian teori harga jual keempat produk pesanan yang diteliti adalah Rp. 80 000 untuk TV Table, Rp. 40 000 untuk Terrace Chair, Rp.142 000 untuk Laundry Rack, Rp. 159 000 untuk Bed Double. Harga jual produk cacat menurut kajian teori Rp.157 000 untuk Bed Double dan Rp.129 000 untuk Laundry Rack.

Harga jual antara produk cacat dan produk normal, selisihnya tidak jauh. Hal ini karena adanya tambahan biaya perbaikan pada harga pokok produk cacat yaitu biaya untuk mengganti komponen yang rusak, namun *mark up* yang ditambahkan lebih kecil dari *mark up* yang ditambahkan untuk produk pesanan normal. Produk-produk yang sudah diperbaiki, sehingga layak dijual kembali tidak diekspor tetapi hanya ditawarkan pada pembeli lokal.

B. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menemui berbagai keterbatasan. Adapun keterbatasan yang ditemui adalah sebagai berikut:

1. Data dan informasi yang diperoleh sudah sesuai dengan keadaan yang sebenarnya atau belum, tidak dapat ditelusuri kebenarannya, disamping itu perusahaan baru mulai membenahi laporan keuangannya pada awal tahun 1997.
2. Penentuan harga jual yang dilakukan perusahaan yang diperoleh melalui penelitian ini merupakan harga jual yang berlaku untuk satu periode yang bersangkutan saja. Banyaknya jenis dan koleksi meuble rotan yang diproduksi tidak memungkinkan bagi peneliti untuk meneliti semua produk, oleh sebab itu dalam skripsi ini difokuskan hanya pada tiga produk untuk produk pesanan yaitu TV Table, Terrace Chair, dan Laundry Rack, serta Bed Double dan Laundry Rack untuk produk cacat.

C. Saran

Berdasarkan analisa dan pembahasan diatas, berikut beberapa saran yang dapat diberikan pada PT. Penjalindo Nusantara Cabang Cirebon :

1. Perusahaan perlu memperhatikan perlakuan terhadap biaya baik biaya produksi maupun biaya non produksi, serta perlakuan terhadap biaya perbaikan produk cacat, sehingga tidak terjadi kesalahan pembebanan biaya,

- yang akan berakibat dalam penghitungan harga pokok produk yang nantinya berpengaruh pada penentuan harga jual.
2. Perusahaan juga perlu mengoptimalkan pengawasan agar produk-produk cacat akibat kurangnya pengawasan dan kesalahan dapat ditekan seminimal mungkin.
 3. Kekeliruan-kekeliruan perusahaan dalam perlakuan pembebanan biaya-biaya diatas perlu diperbaiki karena tidak menutup kemungkinan suatu saat tertentu dimasa yang akan datang kesalahan-kesalahan tersebut dapat mengakibatkan selisih perhitungan harga jual menurut perusahaan dengan perhitungan harga jual menurut kajian teori bisa lebih besar dari 5%.
 4. Akhirnya perusahaan perlu lebih memperhatikan kebijakan-kebijakan dalam penentuan harga jual yang ditetapkan terhadap produk, dengan memperhatikan dan memperlakukan secara tepat unsur-unsur biaya dalam metode *cost-plus pricing*, karena metode *cost-plus pricing* lebih menunjukkan keadaan yang sebenarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Budiyuwono Nugroho, 1993. *Pengantar Statistik Ekonomi dan Perusahaan*, Edisi revisi. Yogyakarta : UPP-AMP YKPN.
- Hansen, Don R dan Maryanne M. Mowen, 1997. *Management Accounting*, South Western College Publishing.
- Matz – Usry, *Akuntansi Biaya : Perencanaan dan Pengendalian*. Edisi ke-8. Jakarta: Erlangga.
- Mulyadi, 1990. *Akuntansi Biaya*. Edisi ke-4. Yogyakarta: BPFE.
- Mulyadi, 1984. *Akuntansi Biaya untuk Manajemen*. Edisi ke-4. Yogyakarta: BPFE.
- Mulyadi, 1993. *Akuntansi Manajemen : Konsep, Manfaat, dan Rekayasa*. Edisi ke-2. Yogyakarta : BPSTIE YKPN.
- Soemarso, 1990. *Peranan Harga Pokok dalam Penentuan Harga Jual*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Supriyono. R.A, 1985. *Akuntansi Biaya : Pengumpulan Biaya dan Penentuan Harga Pokok*. Edisi ke-2. Yogyakarta : BPFE.
- Supriyono.R.A, 1992. *Akuntansi Manajemen : Proses Pengendalian Manajemen*. Yogyakarta : STIE YKPN.
- Basu Swastha dan Ibnu Sukotjo, 1993. *Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern*. Edisi ke-3. Yogyakarta : Liberty.
- Winardi, 1992. *Harga dan Penetapan Harga dalam Bidang Pemasaran*. Edisi revisi. PT. Citra Aditya Bakti.
- Mardiasmo, 1994. *Akuntansi Biaya*, Edisi ke-1. Yogyakarta : Andi Offset.
- Munawir, 1995. *Auditing Modern*. Edisi ke-1. Yogyakarta : BPFE.

LAMPIRAN

Lampiran 1

PT. Penjalindo Nusantara Cabang Cirebon

NERACA

Per 31 Desember 1998

AKTIVA		PASSIVA	
AKTIVA LANCAR		PASSIVA LANCAR	
Kas Dan Bank	Rp. 22 240 791	Hutang Bank	Rp. 312 872 562
Piutang Dagang	122 465 115	Hutang Dagang	...140 295 285 +
Persd. Barang Jadi	186 841 413	Total Hutang Lancar	Rp. 453 167 847
Persd. Bahan Baku	213 962 040	HT. JGK. PANJANG	
Persd. BDP	...56 024 271 +	Hutang Bank	<u>Rp. 138 230 739 +</u>
Total Aktiva Lancar	Rp. 601 533 630	Total Hutang	Rp. 591 398 586
AKTIVA TETAP BERSIH			
Tanah	Rp. 100 881 225	MODAL	
Gedung	136 072 350	Modal Saham	Rp. 260 500 000
Kendaraan	36 461 368	Laba Ditahan	...86 531 414 +
Mesin	33 319 102	Total Modal	<u>Rp. 347 031 414</u>
Meuble	10 266 408		
Peralatan Kantor	...19 895 917 +		
Total Akt. Tetap Netto	Rp. <u>336 893 370 +</u>		
TOTAL AKTIVA	Rp. <u>938 430 000</u>	TOTAL PASSIVA	<u>Rp. 938 430 000</u>

Sumber: PT. Penjalindo Nusantara Cabang Cirebon

Lampiran 2

PERHITUNGAN TARIF BIAYA OVERHEAD PABRIK
MENURUT PERUSAHAAN

Anggaran Biaya Overhead Pabrik (BOP) PT. Penjalindo Nusantara Cabang

Cirebon pada tahun 1998 adalah sebagai berikut:

Listrik	Rp. 50 607 480
Perlengkapan kerja produksi	37 506 648
Pemeliharaan mesin dan peralatan produksi	14 603 600
Biaya tenaga kerja tidak langsung	81 359 100
Biaya administrasi dan umum	43 872 300
Penyusutan gedung dan bangunan	26 672 400
Penyusutan mesin dan peralatan	24 892 800
Biaya Angkut	28 648 685 +
Jumlah	<u>Rp. 308 163 013</u>

Anggaran biaya bahan baku dan bahan tambahan tahun 1998:

Rotan Batang	Rp. 256 135 265
Rotan Core	216 784 293
Rotan Peel	137 849 251
Rotan Webbing	284 571 017
Triplek	128 548 502
Kayu	<u>154 230 872 +</u>
Anggaran biaya bahan baku	Rp. 1 178 119 200
Bahan Tambahan	<u>164 883 900 +</u>
Total anggaran biaya bahan baku	Rp. 1 343 003 100

Anggaran BOP 1 Tahun

$$\text{Tarif BOP (\%)} = \frac{\text{Anggaran BOP 1 Tahun}}{\text{Anggaran Biaya Bahan Baku 1 Tahun}} \times 100\%$$

Anggaran Biaya Bahan Baku 1 Tahun

308 163 013

$$= \frac{308\,163\,013}{1\,343\,003\,100} \times 100\%$$

1 343 003 100

$$= 23 \% \text{ (pembulatan)}$$

Lampiran 3

PERHITUNGAN TARIF BIAYA OVERHEAD PABRIK
MENURUT KAJIAN TEORI

Anggaran Biaya Overhead Pabrik (BOP) PT. Penjalindo Nusantara Cabang
Cirebon tahun 1998

Bahan Tambahan	Rp. 164 883 900
Listrik	50 607 480
Perlengkapan Kerja Produksi	37 506 648
Pemeliharaan Mesin dan Peralatan Produksi	14 603 600
Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung	81 359 100
Penyusutan Gedung dan bangunan	26 672 400
Penyusutan Mesin dan Peralatan	<u>24 892 800 +</u>
Jumlah	Rp. 400 525 928
Anggaran biaya bahan baku	Rp. 1 178 119 200

Tarif BOP menurut kajian teori

$$\text{Tarif BOP} = \frac{\text{Anggaran BOP 1 Tahun}}{\text{Anggaran Biaya Bahan Baku 1 Tahun}} \times 100\%$$
$$\text{Tarif BOP} = \frac{400\,525\,928}{1\,178\,119\,200} \times 100\%$$
$$= 34\% \text{ (pembulatan)}$$

Lampiran 4

DAFTAR PERTANYAAN

A. Sejarah Perusahaan.

1. Perusahaan didirikan pada tahun berapa, di mana, dan oleh siapa?
2. Pendirian perusahaan berdasarkan surat keputusan nomor berapa?
3. Perusahaan berbentuk apa? Namanya apa? Sejak berdirinya pernahkah terjadi perubahan nama?
4. Dimana lokasi perusahaan pada awal berdirinya dan pada saat ini? Pemilihan lokasi berdasarkan apa?
5. Siapa pemimpin perusahaan ini sejak pertama kali hingga sekarang?

B. Struktur Organisasi

1. Bagaimana struktur organisasi perusahaan sekarang?
2. Bagaimana pembagian tugas untuk tiap-tiap bagian yang ada dalam perusahaan?
3. Wewenang apa saja yang dimiliki oleh setiap bagian?

C. Produksi

1. Berapa jenis produk yang dihasilkan perusahaan? apa saja?
2. Apa bahan baku yang dipakai, darimana diperoleh, dan apa saja bahan penolongnya?
3. Bagaimana tahap-tahap produksi dari bahan baku menjadi produk jadi?

4. Bagaimana cara yang ditempuh perusahaan untuk memuaskan konsumen yang menggunakan produk perusahaan?

D. Pemasaran

1. Siapa saja konsumen yang menggunakan produk yang dihasilkan perusahaan?
2. Bagaimana cara penjualan yang dilakukan perusahaan? secara kredit atau tunai?
3. Bagaimana cara perusahaan dalam hal promosi?
4. Daerah mana saja atau sejauh mana jangkauan pemasaran produk?

E. Personalia

1. Berapa jumlah karyawan di perusahaan? Pria? Wanita?
2. Bagaimana cara memperoleh karyawan dan apa syarat-syaratnya?
3. Bagaimana jam kerja yang berlaku diperusahaan?
4. Bagaimana sistem penggajian yang berlaku?
5. Apakah ada jaminan sosial yang diberikan perusahaan?
6. Bagaimana cara presensi karyawan?

F. Bagian Akuntansi

1. Bagaimana pengumpulan harga pokok produk?
2. Periode pencatatan biaya produksi dilakukan setiap bulan, tahun atau periode tertentu?

G. Produk cacat.

- 1. Apakah dalam melakukan perbaikan terhadap produk cacat diperlukan tambahan biaya?**
- 2. Kalau ada tambahan biaya perbaikan, bagaimana cara perusahaan memperlakukan biaya perbaikan produk cacat?**
- 3. Kalau tidak ada biaya atau tambahan biaya, bagaimana perusahaan memperlakukan produk cacat yang terjadi?**
- 4. Bagaimana laporan harga pokok produksinya dengan adanya produk cacat?**

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama Lengkap : Agust Adibagia Kusdianta
Tempat/ tanggal lahir : Pengilian, Dalung/ 16 Januari 1976
Agama : Katolik
Warga Negara : Indonesia
Alamat : Br. Pengilian, Dalung, Kuta, Badung, Bali.

Pendidikan :

- * 1982-1988 : SD Swastiastu Tuka, di Kecamatan Kuta.
- * 1988-1991 : SMP Katolik Swastiastu Tangeb, di Kecamatan Mengwi, Kabupaten Badung.
- * 1991-1994 : SMU Katolik Swastiastu Tangeb, di Kecamatan Mengwi, Kabupaten Badung.
- * 1994-1999 : Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, Fakultas Ekonomi, Jurusan Akuntansi.

Demikian daftar riwayat hidup ini, saya buat dengan sesungguhnya.

Yogyakarta, April 1999

Saya yang Menyatakan

Agust Adibagia. K