

**EVALUASI PENENTUAN HARGA POKOK PRODUK
DAN HARGA JUAL PRODUK PESANAN**

Studi Kasus Pada PT Nagasaki Paramashose Tangerang

SKRIPSI

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



Oleh:

SRI WINARSIH

NIM : 972114099

NIRM : 970051121303/20093

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SANATA DHARMA
YOGYAKARTA
2004**

SKRIPSI
EVALUASI PENENTUAN HARGA POKOK PRODUK
DAN HARA JUAL PRODUK PESANAN
Studi Kasus Pada PT Nagasakti Paramashose Tangerang

Oleh:

SRI WINARSIH

NIM : 972114099

NIRM : 970051121303/20093

Telah disetujui oleh :

Pembimbing I



Drs. FA. Joko Siswanto, MM.Akt.

Tanggal 5 September 2003

Pembimbing II



Dra. YFG. Agustinawansari., MM.Akt.

Tanggal 22 September 2003.

SKRIPSI
EVALUASI PENENTUAN HARGA POKOK PRODUK
DAN HARGA JUAL PRODUK PESANAN
Studi Kasus Pada PT Nagasaki Paramashose Tangerang

Yang dipersiapkan dan ditulis oleh :

SRI WINARSIH

NIM : 972114099

NIRM : 970051121303/20093

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji
pada tanggal 24 Februari 2004
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

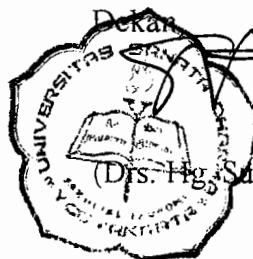
Susunan Panitia Penguji

	Nama lengkap
Ketua	: Drs. Y.P. Supardiono, M.Si.,Akt.
Sekretaris	: Drs. G. Anto Listianto, MSA.,Akt.
Anggota	: Drs. FA. Joko Siswanto, MM., Akt.
Anggota	: Dra. YF. Gien Agustinawansari, MM., Akt.
Anggota	: Lilis Setiawati, S.E., M.Si., Akt.

Tanda tangan

.....
.....
.....
.....
.....

Yogyakarta, 28 Februari 2004
Fakultas Ekonomi
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta

Dekan

(Drs. Hg. Suseno TW, MS.)

MOTTO :

- ❖ *Untuk segala sesuatu ada masanya, untuk apapun di bawah langit ada waktunya dan ia membuat segala sesuatu indah pada waktunya (Pkh 3:1, 11).*
- ❖ *Cita-cita dan keinginan akan terwujud apabila ada kemauan dan keberanian untuk mencoba terlebih dahulu dan yang penting jangan takut gagal.*
- ❖ *Yakinlah dengan apa yang kita jalani dan jangan biarkan keraguan dan kebingungan mematahkan semangatmu.*
- ❖ *Janganlah kau biarkan kemalasan membelenggu dirimu, karena kemalasan akan menghambat kesuksesan cita-citamu.*
- ❖ *Berpeganglah pada keyakinan yang kau miliki bagi dirimu sendiri di hadapan Allah.*

HALAMAN PERSEMBAHAN

Kupersembahkan kepada :

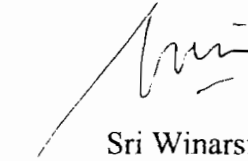
- ♥ *Tuhan Yesus & Bunda Maria*
- ♥ *Kedua orang tuaku bapak siswa smarto & Ibu Florentina Suswanti terima kasih atas doa dukungan, cinta kasih dan segalanya yang telah kau berikan untukku.*
- ♥ *Mas Widodo mbak Yanyah dan putri rantikanya (Dwi).*
- ♥ *Mbak Widayati Mas Agus dan putra-putrinya (Nosi + Cahyo)*
- ♥ *Mbak Sria Mas Kentho dan putranya yang lucu (FCQ)*
- ♥ *Kakakku tersayang mas F.A. Wilanta.*
- ♥ *Mas Pulky tersayang.*
- ♥ *Teman-temanku yang baik semua.*
- ♥ *Keluarga besar trah Hardjo Suwarno*

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa 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, 28 Februari 2004

Penulis,



Sri Winarsih

ABSTRAK

EVALUASI PENENTUAN HARGA POKOK PRODUK DAN HARGA JUAL PRODUK PESANAN STUDY KASUS PADA PT NAGASAKTI PARAMASHOES TANGERANG

SRI WINARSIH
UNIVERSITAS SANATA DHARMA
YOGYAKARTA
2004

Tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah untuk mengetahui apakah penentuan harga pokok produk dan harga jual produk pesanan di PT Nagasakti Paramashoes Tangerang tepat atau tidak.

Penelitian ini dilakukan pada PT Nagasakti Paramashoes Tangerang dengan studi kasus, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, dokumentasi kuisioner dan observasi langsung ke obyek penelitian.

Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis deskriptif dan teknik analisis komparatif. Analisis dilakukan dengan cara mendeskriptifkan harga pokok produk dan harga jual produk dalam perusahaan. Langkah analisis penentuan harga pokok produk adalah mengumpulkan data-data biaya yang berhubungan dengan penentuan harga pokok produk dan membandingkan penentuan harga pokok produk yang dilakukan oleh perusahaan dengan penentuan menurut kajian teori. Langkah-langkah analisis harga jual adalah mengumpulkan data biaya dan data lain yang dibutuhkan, menghitung harga jual menurut metode *cost-plus pricing* dengan pendekatan *full costing*, menganalisis perbedaan harga jual menurut perusahaan dengan kajian teori dan menentukan apakah penentuan harga jual yang diterapkan oleh perusahaan sudah tepat atau belum.

Berdasarkan analisis data dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa penentuan besarnya harga pokok produk antara perusahaan dengan kajian teori sama, yang berbeda hanya pengelompokan biayanya. Untuk penentuan harga jual antara perusahaan dengan kajian teori berbeda, perbedaan tersebut terjadi karena besarnya penentuan yang dibebankan berbeda pada masing-masing produk. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa penentuan harga pokok produk dan harga jual produk tepat.

ABSTRACT

THE EVALUATION OF PRODUCT COSTING AND SALES PRICING

**SRI WINARSIH
FACULTY OF ECONOMIC
SANATA DHARMA UNIVERSITY
YOGYAKARTA
2004**

The aim of this research is to know whether or not the product costing and sales pricing in PT Nagasaki Paramashoes is right. This research is done at PT Nagasaki Paramashoes by case study and the technique of collecting data through interview, questionnaire and direct observation to the object.

The technique of data analysis is descriptive analysis and comparative analysis technique. This analysis is done by describing product cost and the selling price of merchandise in the company. The analyzing step of product costing is by collecting the data of the costs related to product costing and comparing the pricing done by the company and the pricing based on the theory. The analyzing step of sales pricing is by collecting data; counting selling price based on cost plus pricing method with full costing approach; analyzing the difference between sales pricing based on company and theory and determining whether sales applied by the company is right or not.

Based on data analysis and discussion product costing and sales pricing have the same amount except for the cost element classification. Sales pricing based company policy is different with the theory because of the same amount on each merchandise. In conclusion, product costing and sales pricing is right.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas karunianya begitu besar, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “EVALUASI PENENTUAN HARGA POKOK PRODUK DAN HARGA JUAL PRODUK PESANAN”. Skripsi ini disusun dalam rangka untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi, Jurusan Akuntansi, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa terselesainya penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, maka dari itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bp. Drs. Hg. Suseno TW., M.S selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Sanata Dharma.
2. Ibu Reni Retno Anggraini, SE, M.S, Akt, selaku Ketua Jurusan Ekonomi, Universitas Sanata Dharma.
3. Bp. Drs. FA. Joko Siswanto, MM.Akt. selaku pembimbing I yang telah banyak memberi saran, masukan, dorongan dan kesabaran dalam membimbing penulis dalam penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Dra. YF. Gien Agustinawansari, MM. Akt. selaku pembimbing II yang telah memberikan saran, masukan, bimbingan, dan kesabaran selama penulis menyelesaikan skripsi ini.
5. Bp. Drs. P. Rubiyatno, MM. dan Bp. Drs. Kuntoro, Akt, selaku dosen pembimbing kelas yang selalu memberikan dukungan kepada penulis selama ini.

6. Bp. Pimpinan, staf dan seluruh karyawan PT. NASA Tangerang yang telah memberikan peluang pada penulis dalam mencari data-data.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi, Universitas Sanata Dharma yang telah membimbing dan membantu penulis selama kuliah.
8. Staf sekretariat Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
9. Bapak dan Ibu tercinta serta kakak-kakakku tersayang yang selalu memberikan do'a dan dorongan serta telah mengorbankan segalanya demi kelangsungan dan terselesainya studi penulis.
10. Mas Rully yang telah setia menemaniku dalam suka dan duka, yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan semangat dan kasih sayangnya kepadaku.
11. Thank's to teman-temanku Akuntansi B angkatan 1997 Rahma, Linda, Ani, Tanti, Sri (pend. Akt ayo cepet selesaiin), Mas Wuyung (makasih atas segala masukannya), Sigit, Tami, Mas Sulis, Endah dan mbak Yani yang selalu kasih saran bantuan serta dukungan sehingga dapat terselesaikan skripsi ini
12. Semua pihak yang telah memberikan bantuan atas terselesainya skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Akhirnya, penulis menyadari bahwa masih banyak sekali kekurangan-kekurangan yang ada dalam penyusunan skripsi ini, oleh karena itu penulis berharap adanya koreksi, kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan dalam skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Penulis



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
PERNYATAN KEASLIAN KARYA	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	3
C. Rumusan Masalah	3
D. Tujuan Penelitian	3
E. Manfaat Penelitian	3
F. Sistematika Penelitian	4

BAB II. LANDASAN TEORI	6
A. Pengertian Harga Pokok dan Harga Pokok Produk	6
B. Elemen Harga Pokok Produk	7
C. Penggolongan Biaya	7
D. Metode Pengumpulan Harga Pokok Produk	12
E. Pengertian Harga Jual	13
F. Peranan dan Tujuan Penentuan Harga Jual	14
G. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Dalam Penentuan Harga Jual	18
H. Metode Penentuan Harga Jual	20
I. Manfaat Informasi Biaya Penuh Dalam Keputusan Penentuan Harga Jual	24
BAB III. METODE PENELITIAN	27
A. Jenis Penelitian	27
B. Tempat dan Waktu Penelitian	27
C. Subyek dan Obyek Penelitian	27
D. Data Yang Dicari	28
E. Teknik Pengumpulan Data	28
F. Teknik Analisis Data	29
BAB IV. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	32
A. Sejarah Berdirinya Perusahaan	32
B. Struktur Organisasi Perusahaan	34
C. Personalia	39

D. Produksi	41
E. Pemasaran	43
BAB V. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	48
A. Deskripsi Data	48
1. Penentuan Harga Pokok Produk	48
2. Penentuan Harga Jual Produk	52
B. Analisis Data	54
1. Analisis Data Harga Pokok Produk	54
2. Analisis Data Harga Jual Produk	60
C. Pembahasan	68
BAB VI. PENUTUP	71
A. Kesimpulan	71
B. Saran	72

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel V.1 Penentuan Biaya Bahan Baku	49
Tabel V.2 Penentuan Biaya Tenaga Kerja Langsung	50
Tabel V.3 Penentuan Biaya Overhead Pabrik	51
Tabel V.4 Perhitungan Harga Pokok Produk	51
Tabel V.5 Biaya Bahan Baku Sesungguhnya	55
Tabel V.6 Biaya Tenaga Kerja Langsung Sesungguhnya	56
Tabel V.7 Biaya Overhead Pabrik Sesungguhnya	57
Tabel V.8 Harga Pokok Produk Per Unit	58
Tabel V.9 Perbandingan Penentuan Harga Pokok Produk (sepatu Jogger)	58
Tabel V.10 Perbandingan Penentuan Harga Pokok Produk (sepatu BB Cupsole)	59
Tabel V.11 Perbandingan Penentuan Harga Pokok Produk (sepatu Aerobic)	60
Tabel V.12 Harga Pokok Produk (perusahaan)	63
Tabel V.13 Perbandingan Harga Pokok Produk Pesanan Menurut Perhitungan Perusahaan dan Kajian Teori	64
Tabel V.14 Perbandingan Harga Jual Produk Menurut Perusahaan Dengan Metode <i>Cost Plus Pricing</i>	67

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar IV.1 Struktur Organisasi PT NASA	34
Gambar IV.2 Proses Produksi Pada PT NASA	42
Gambar IV.3 Skema Jaringan Distribusi Pemasaran PT NASA	44

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perusahaan dalam menghadapi persaingan ekonomi yang semakin ketat seperti sekarang ini, manajemen yang handal dan akurat sangat dibutuhkan, agar perusahaan dapat bertahan hidup dan dapat berkembang seperti apa yang diharapkan, seiring dengan kelangsungan hidup perusahaan.

Manajemen saat mengambil keputusan seringkali dihadapkan pada berbagai macam alternatif pilihan yang tepat. 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, seperti misalnya keputusan pembelian bahan baku yang dipakai dalam proses produksi barang, sedangkan pengambilan keputusan yang bersifat khusus pada umumnya bersifat tidak rutin dan tidak teratur waktu terjadinya, seperti misalnya 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 atau jasa hanya merupakan kebijakan yang berkaitan dengan seluruh aspek kegiatan perusahaan yang juga berkaitan dengan

pendapatan dan laba yang diperoleh selama berlangsungnya proses produksi didalam perusahaan. Laba perusahaan dipengaruhi oleh harga jual produk, biaya-biaya dan volume penjualan. Biaya penentuan harga jual untuk mencapai tingkat laba yang dikehendaki oleh perusahaan, sedangkan harga jual mempengaruhi volume penjualan. Volume penjualan akan mempengaruhi volume produksi dan laba perusahaan.

Keputusan penentuan harga jual sangat mempengaruhi laba yang akan diperoleh perusahaan, penentuan harga jual berhubungan dengan kebijakan penentuan harga jual (*pricing policies*) dan keputusan penentuan harga jual (*pricing decision*). Kebijakan penentuan harga jual adalah pernyataan sikap manajemen terhadap penentuan harga jual produk atau jasa. Kebijakan tersebut tidak menentukan harga jual produk atau jasa, namun menetapkan faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dan aturan dasar yang perlu diikuti dalam penentuan harga jual. Keputusan penentuan harga jual produk atau jasa suatu organisasi yang pada umumnya dibuat untuk jangka pendek, keputusan ini dipengaruhi oleh kebijakan penentuan kapasitas dan tujuan organisasi. Berdasar latar belakang masalah di atas, maka penelitian ini diberi judul "EVALUASI PENENTUAN HARGA POKOK PRODUK DAN HARGA JUAL PRODUK PESANAN".

B. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, permasalahan yang dibahas hanya mengenai penentuan harga jual produk pesanan sepatu NIKE yang terjadi pada PT NAGASAKTI PARAMASHOES (NASA) dengan pendekatan metode *full costing*.

C. Perumusan Masalah

1. Apakah penentuan harga pokok produk yang ditetapkan oleh PT NAGASAKTI PARAMASHOES sudah tepat ?
2. Apakah penentuan harga jual produk pesanan yang dilakukan oleh PT NAGASAKTI PARAMASHOES sudah tepat ?

D. Tujuan Penelitian

1. Ingin mengetahui apakah penentuan harga pokok produk yang telah ditetapkan oleh PT NAGASAKTI PARAMASHOES sudah tepat.
2. Ingin mengetahui apakah penentuan harag jual produk pesanan yang dilakukan oleh PT NAGASAKTI PARAMASHOES sudah tepat.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumbangan pemikiran bagi perusahana yang menjadi obyek penelitian tentang

masalah penentuan harga jual produk pesanan sepatu yang dilakukan oleh perusahaan.

2. Bagi Universitas Sanata Dharma

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi kepustakaan dan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi peneliti selanjutnya yang berhubungan dengan harga jual produk pesanan.

3. Bagi Penulis

Hasil penelitian sebagai tambahan pengetahuan dan wawasan tentang penentuan harga jual produk pesanan dengan cara membandingkan antara teori-teori yang dapat dari bangku kuliah dengan praktek yang sebenarnya.

F. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Dalam pendahuluan ini akan dibahas mengenai latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam landasan teori ini akan dibahas mengenai pengertian harga pokok dan harga pokok produksi, elemen harga pokok produksi, penggolongan biaya, metode penentuan harga pokok produk, metode pengumpulan harga pokok produk, pengertian harga jual, peranan dan tujuan harga jual, faktor-faktor yang mempengaruhi dalam penentuan harga jual, metode penentuan harga

jual, metode penentuan harga jual dan metode penentuan harga jual *cost-plus pricing*.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini akan dibahas mengenai jenis penelitian, subjek dan obyek penelitian, tempat dan waktu penelitian, data yang dicari, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Dalam bab ini berisi tentang sejarah berdirinya perusahaan, struktur organisasi, kegiatan produksi dan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan.

BAB V ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan menjelaskan tentang analisis data dan pembahasan mengenai perhitungan harga pokok produk dan perhitungan harga jual produk pesanan yang dilakukan oleh perusahaan dibandingkan dengan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*.

BAB VI PENUTUP

Dalam bab ini berisi kesimpulan yang diambil berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, serta saran-saran yang dianggap perlu bagi perusahaan.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pengertian Harga Pokok dan Harga Pokok Produk

- 1.a. Harga pokok adalah jumlah yang dapat diukur dalam satuan uang dalam bentuk kas yang dibayarkan, nilai aktiva lainnya yang diserahkan atau dikorbankan, harga yang timbul dan tambahan modal (Supriyono, 1989:16).
- b. Harga pokok adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi untuk memperoleh aktiva atau secara tidak langsung untuk memperoleh penghasilan (Mulyadi, 1973:4).
- 2.a. Harga pokok produk adalah merupakan akumulasi dari biaya-biaya yang dibebankan pada produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan (Mardiasmo, 1994:2).
- b. Harga pokok produk yaitu biaya produksi yang dianggap melekat kepada setiap unit produknya dan harga pokok produk tidak lain adalah hasil bagi dari total biaya produksi dengan jumlah unit produk yang dihasilkan dalam suatu periode proses produksi (Harnanto, 1992:204).

Jadi dari pengertian harga pokok di atas dapat disimpulkan bahwa harga pokok produksi merupakan biaya produksi yang telah dinikmati dari setiap unit yang dihasilkan dalam proses produksi.

B. Elemen Harga Pokok Produksi

Dalam akuntansi biaya harga pokok produksi terdiri dari elemen-elemen biaya sebagai berikut :

1. Biaya bahan baku adalah harga perolehan dari bahan baku yang dipakai didalam pengolahan produk yang manfaatnya dapat diidentifikasi atau diikuti jejaknya pada produk tertentu yang dihasilkan oleh perusahaan.
2. Biaya tenaga kerja langsung adalah balas jasa yang diberikan kepada karyawan pabrik yang manfaatnya dapat diidentifikasi atau diikuti jejaknya pada produk tertentu yang dihasilkan oleh perusahaan.
3. Biaya overhead pabrik adalah biaya produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung yang elemennya digolongkan menjadi :
 - a. Biaya bahan penolong
 - b. Biaya tenaga kerja tidak langsung
 - c. Penyusutan dan amortisasi aktiva tetap pabrik
 - d. Reparasi dan pemeliharaan aktiva tetap pabrik
 - e. Biaya listrik, air pabrik
 - f. Biaya asuransi pabrik
 - g. Biaya overhead lain-lain.

C. Penggolongan Biaya

Biaya dalam arti luas adalah merupakan 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 antara lain :

1. Penggolongan Biaya Sesuai Dengan Fungsi Pokok Kegiatan atau Aktivis

- 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).

1. Biaya Bahan

Dalam proses produksi suatu perusahaan 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, dan 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 tetap 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. Misalnya : pada perusahaan meubel, papan kayu, papan besi, spon, adalah merupakan bahan baku, sedangkan dempul, paku, plamir dan plitus adalah merupakan bahan penolong.

2. Biaya Tenaga Kerja

Biaya tenaga kerja dapat dibedakan menjadi 2 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 oleh 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 oleh perusahaan.

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 ke dalam 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 di dalam pabrik, semua 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 : fungsi penjualan, fungsi penggudangan produk selesai, fungsi pengepakan dan pengiriman, fungsi advertensi, fungsi pemberian kredit dan pengumpulan piutang, dan fungsi pembuatan faktur atau administrasi penjualan.

c. Biaya Administrasi 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 adalah gaji pimpinan tertinggi perusahaan, personalia, sekretariat, akuntansi, hubungan masyarakat, dan keamanan.

d. Biaya Keuangan

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

2. Menurut Perilaku Dalam Hubungan Dengan Perubahan Volume Kegiatan
- Penggolongan biaya dengan cara ini, sering digunakan untuk tujuan perencanaan dan pengendalian biaya, serta pengambilan keputusan.

Perubahan biaya terhadap kegiatan atau aktivitas dalam perusahaan dapat digolongkan menjadi : (Supriyono, 1985:26).

a. Biaya Tetap (*Fixed Cost*)

Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya konstan atau 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 (*Variabel 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 oleh volume kegiatan, jadi biasa satuannya tetap atau konstan.

c. Biaya Semivariabel (*Semivariabel 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 bila dihubungkan dengan perubahan volume kegiatan, tetapi sifatnya

tidak sebanding. Sampai dengan tingkatan tertentu, semakin tinggi volume kegiatan semakin tinggi biaya satuannya.

D. Metode Pengumpulan Harga Pokok

Ada 2 metode yang digunakan dalam pengumpulan harga pokok yang dipakai yaitu :

1. Metode harga pokok pesanan

Karakteristiknya :

- a. Berguna untuk mengumpulkan biaya produksi dalam perusahaan yang memproduksi berdasarkan pesanan.
- b. Dikelola dengan cara terputus-putus.
- c. Produk yang dihasilkan tergantung pada pemesan.
- d. Tujuan produksi adalah untuk memenuhi pesanan.
- e. Biaya produksi dikumpulkan untuk tiap-tiap pesanan dan ditentukan setelah pesanan selesai.
- f. Harga pokok persatuan dihitung dengan rumus sbb :

$$\frac{\text{Biaya produksi untuk pesanan tertentu}}{\text{Satuan produk dihasilkan dalam periode yang sama}}$$

2. Metode harga pokok proses

Karakteristiknya :

- a. Berguna untuk pengumpulan biaya produksi dalam perusahaan yang memproduksi massa.
- b. Pengolahan produk dilakukan secara terus-menerus.
- c. Produk yang dihasilkan merupakan produk standar.

- d. Tujuan produksi adalah untuk mengisi persediaan.
- e. Biaya produksi dikumpulkan untuk tiap-tiap periode penentuan harga pokok produksi dan tiap departemen.
- f. Harga pokok persatuan dihitung per departemen pada akhir periode penentuan harga pokok produksi dengan rumus :

$$\frac{\text{Biaya produksi selama periode tertentu}}{\text{Satuan produk dihasilkan dalam periode yang sama}}$$

Dari kedua metode di atas maka pembahasan akan ditekankan pada metode harga pokok pesanan. Hal ini disebabkan oleh karena perusahaan yang dijadikan kasus memproduksi atas dasar pesanan, bukan secara maju. Perusahaan akan memproduksi setelah datangnya pesanan dari langganan melalui dokumen pesanan penjualan yang memuat jenis produk dan jumlah produk yang dipesan oleh pemesan, spesifikasi pesanan, tanggal pesanan diterima dan harus diserahkan kepada perusahaan, maka karakteristik tersebut di atas sangat berhubungan erat dengan metode harga pokok pesanan.

E. Pengertian Harga Jual

Dewasa ini, barter dalam jual beli barang atau jasa tidak berlaku lagi, tetapi saat ini jual beli barang atau jasa sudah dilakukan dengan alat tukar yang disebut uang. Pembeli membayar sejumlah uang sebesar nilai yang ia beli, sedangkan penjual menerima uang sebagai imbalan usaha menjual barang atau jasanya. Harga dapat didefinisikan sebagai sejumlah uang (ditambah beberapa kalau mungkin), yang dibutuhkan untuk mendapatkan

sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya (Basu Swastha dan Ibnu Sukotjo, 1993:211).

Penentuan harga jual produk atau jasa adalah merupakan suatu keputusan penting yang akan diambil oleh manajemen, karena penentuan harga jual produk atau jasa bukan hanya merupakan kebijakan dalam bidang pemasaran atau bidang keuangan saja, melainkan merupakan kebijakan yang berkaitan dengan seluruh aspek kegiatan perusahaan. Harga jual produk atau jasa selain mempengaruhi volume penjualan atau jumlah pembeli juga akan mempengaruhi jumlah pendapatan perusahaan. 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 perusahaan. Dalam penentuan harga dititikberatkan pada kemauan pembeli untuk harga yang telah ditetapkan dengan jumlah yang cukup untuk menutupi biaya-biaya dan menghasilkan laba bagi perusahaan. Adapun definisi harga jual menurut RA. Supriyono adalah sebagai berikut (Supriyono, 1991:332) :

Jumlah moneter yang dibebankan oleh satuan unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan.

F. Peranan dan Tujuan Penentuan Harga Jual

Mekanisme harga merupakan salah satu unsur penting dalam perekonomian yang berorientasi pada dasar (*market oriented economy*). Harga

menjadi faktor penentu utama dalam masalah pembelian, dan merupakan salah satu unsur penting dalam menentukan bagian dari pasar dan tingkat laba perusahaan.

Tiga fungsi utama yang berperan dalam mekanisme penentuan harga tersebut (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 semakin besar pula hasil total yang akan dicapai, sehingga perusahaan yang bersangkutan makin bersedia untuk memproduksinya.

3. Distribusi (*rationing*)

Perekonomian yang berorientasi pada pasar, mekanisme harga mendeterminasi siapa yang akan membeli barang tersebut. Barang-barang tersebut didistribusikan melalui keputusan-keputusan dalam penentuan harga.

Perusahaan dalam menentukan harga harus mempertimbangkan beberapa sasaran penentuan harga (*Inpricing objectives*) karena sasaran penentuan harga merupakan tujuan secara menyeluruh yang menguraikan peranan penentuan harga dalam rencana-rencana jangka panjang dalam suatu organisasi. Sasaran-sasaran penentuan harga akan mempengaruhi beberapa

keputusan wilayah fungsional seperti dalam bidang keuangan, bidang akuntansi, dan bidang produksi. Beberapa sasaran dalam 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 dalam perusahaan, harga kadang-kadang digunakan untuk memperbesar volume penjualan hingga meningkat, yang sesuai dengan pengeluaran perusahaan.

2. Laba

Setiap perusahaan mempunyai sasaran atau tujuan untuk memperoleh laba yang maksimal untuk kepentingan dan perkembangan usaha dalam 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 penentuan harga untuk mempertahankan atau memperluas pangsa pasar mereka.

5. Arus Kas (*Cash Flow*)

Ada sebagian 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

Status quo adalah merupakan situasi dimana suatu perusahaan berada dalam posisi yang menguntungkan dan tidak berada dalam posisi yang lainnya. Sasaran status quo dapat dipusatkan pada berbagai dimensi, seperti :

- a. Mempertahankan pangsa pasar tertentu
- b. Menghadapi harga-harga pesaing.
- c. Mencapai stabilitas harga dan mempertahankan citra publik yang menguntungkan.

7. Kualitas Produk

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

G. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Dalam Penentuan Harga Jual

Keputusan penentuan harga suatu perusahaan dipengaruhi oleh faktor internal 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 ditetapkan untuk produk yang bersangkutan. Semakin jelas sasaran suatu perusahaan, semakin mudah ia menetapkan harganya.

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 harga jual setelah keputusan bauran pemasaran lainnya didasarkan atas harga yang ingin dimintanya. Dengan demikian perusahaan harus mempertimbangkan seluruh bauran pemasaran sewaktu ia menetapkan 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 sesuai. Perusahaan dengan biaya produksi yang lebih rendah, dapat menetapkan harga yang lebih rendah pula, sehingga volume penjualannya 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 menjadikan tantangan penentuan harga yang berbeda-beda seperti :

1. 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.

2. Persaingan monopolistic (*Monopolistic Competition*)

Oleh 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.

3. 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.

4. Monopoli Murni (*Pure Monopolistic*)

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

3. Faktor-faktor eksternal lainnya

Dalam penerapan harga, suatu perusahaan perlu pula mempertimbangkan faktor-faktor lain dalam lingkungan eksternalnya, seperti inflasi, resesi, tingkat suku bunga dan kebijaksanaan pemerintah.

H. Metode Penentuan Harga Jual

Manajemen selalu dituntut untuk menentukan harga jual yang tepat, yang mampu menutup semua pengorbanan yang telah dilakukan agar dapat memperoleh laba yang diharap. Karena permintaan konsumen atas produk dan jasa tidak mudah ditentukan oleh manajer penentu harga jual, maka dalam penentuan harga jual tersebut manajer akan menghadapi banyak

ketidakpastian seperti selera konsumen, jumlah pesaing yang memasuki pasar, dan harga jual yang ditentukan oleh pesaing merupakan contoh faktor-faktor yang sulit diramalkan, yang mempengaruhi pembentukan harga jual produk oleh jasa (Mulyadi, 1993:347).

Ada lima metode yang dapat diinginkan dalam penentuan harga jual, dalam metode penentuan harga jual tersebut biaya merupakan titik tolak untuk perumusan kebijakan harga jual (Mulyadi, 1993:350).

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 *mark up* (tambahan di atas jumlah biaya) yang dihitung dengan rumus tertentu, *cost plus pricing* adalah penentuan harga jual cara menambahkan laba yang diharapkan di atas biaya penuh masa yang akan datang untuk memproduksi dan memasarkan produk. Harga jual produk atau jasa dalam keadaan normal ditentukan dengan rumus sebagai berikut :

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

Taksiran biaya penuh dapat dihitung dengan 2 pendekatan yaitu pendekatan full costing dan variable costing (Mulyadi, 1993:351).

a. *Full Costing*

Dalam pendekatan *Full Costing* ini membebankan semua elemen biaya produksi baik tetap maupun variabel ke dalam harga pokok produk. Oleh karena itu elemen biaya produksi pada metode *Full Costing* ini dapat

meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik yang berperilaku baik variabel maupun tetap. 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)	xxx	+
<u>Total Biaya Produksi</u>		xxx
Biaya administrasi dan umum	xxx	
Biaya pemasaran	xxx	
<u>Total biaya Komersial</u>		xxx
Total Biaya Penuh		xxx +

b. *Variabel Costing*

Metode penentuan harga pokok variabel adalah merupakan suatu konsep penentuan harga pokok yang hanya memasukkan biaya produksi variabel sebagai elemen harga pokok produk. (Mulyadi, 1991:20).

Harga pokok produk yang merupakan biaya penuh dengan pendekatan variabel costing terdiri dari unsur harga pokok produksi variabel (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan BOP variabel) ditentukan dengan biaya non produksi variabel (biaya pemasaran variabel dan biaya administrasi dan umum variabel) dan biaya tetap (BOP, biaya pemasaran tetap, biaya administrasi dan administrasi tetap).

Biaya variabel

Biaya bahan baku	xxx	
Biaya tenaga kerja langsung	xxx	
Biaya Overhead pabrik	xxx	+
Taksiran Total Biaya Produksi variabel		xxx
Biaya overhead pabrik	xxx	
Biaya administrasi & umum variabel	xxx	
Biaya pemasaran variabel	xxx	
Taksiran Total biaya Komersial variabel		xxx

Biaya tetap

BOP tetap	xxx	
Biaya administrasi dan umum tetap	xxx	
Biaya pemasaran tetap	xxx	
Taksiran total biaya tetap		xxx
Taksiran biaya penuh		xxx

Unsur yang ke dua yang perlu diperhitungkan dalam penentuan harga jual adalah lembar yang diharapkan. Pendekatan *return on investment* (ROI) dapat digunakan untuk menentukan besarnya persentase *mark up* yang ditentukan pada biaya. *Mark Up* yang dihitung dengan pendekatan ROI menggambarkan biaya yang harus ditutup dan *return* atas investasi yang diinginkan. Pendekatan ini dapat digunakan untuk harga pokok jenuh dan biaya variabel. Adapun pengertian ROI menurut Lukman Syamsuddin adalah ROI merupakan pengukur kemampuan perusahaan, secara keseluruhan didalam menghasilkan keuntungan dengan jumlah keseluruhan aktiva yang tersedia di dalam perusahaan (Lukman Syamsuddin, 1985:56). Apabila biaya dipakai sebagai dasar penentuan harga jual, baik dalam pendekatan *full costing* maupun *variabel*

costing, biaya penuh masa yang akan datang dibagi menjadi 2 yaitu :
(Mulyadi 1993:353).

- 1). Biaya yang dipengaruhi secara langsung oleh volume produk. Biaya ini dipakai sebagai dasar penentuan harga jual.
- 2). Biaya yang tidak dipengaruhi oleh volume produk. Biaya ini akan ditentukan kepada laba yang diharapkan untuk kepentingan perhitungan prosentase *mark up*

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

Harga jual perusahaan = biaya yang berhubungan langsung dengan volume perusahaan + % *mark up*.

Persentase *mark up* dihitung dengan rumus :

$$\% \text{ mark up} = \frac{\text{Laba yang dihipkan} + \text{Biaya yang tidak dipengaruhi secara langsung oleh volume produk}}{\text{Biaya yang dipengaruhi langsung oleh volume produk}}$$

Dalam pendekatan *full costing* biaya yang berhubungan langsung dengan volume produk berupa biaya produksi dan biaya yang tidak berhubungan langsung dengan volume produk beberapa biaya non produksi. Dalam pendekatan *variabel costing*, biaya yang dipengaruhi langsung oleh volume produksi terdiri dari biaya variabel dan biaya yang tidak dipengaruhi langsung volume produksi terdiri dari biaya tetap.

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 penuh 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 di luar 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 di atas 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. Penentu Harga 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 menggunakan pendekatan *full costing*.

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

Berikut ini informasi biaya penuh yang memberikan manfaat 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 penentu 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 di tangannya.

2. Merupakan Dasar yang Memberikan Perlindungan Bagi Perusahaan dari Kemungkinan Kerugian. Salah satu cara untuk menghindari kerugian yaitu

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. Faktor yang harus dipertimbangkan dalam memasuki pasar tertentu 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.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

a. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan dilakukan adalah studi kasus, dengan cara melakukan pengamatan secara langsung terhadap objek penelitian dengan mempelajari dan mengumpulkan data sehubungan dengan masalah yang akan diteliti, sehingga hasil yang diperoleh benar-benar hasil penelitian dari perusahaan.

2. Tempat dan Waktu Penelitian

- a. Tempat penelitian akan dilakukan di PT NASA
- b. Waktu penelitian akan dilaksanakan antara bulan Oktober sampai bulan November tahun 2002.

3. Subyek dan Obyek Penelitian

a. Obyek Penelitian

1. Pimpinan perusahaan
2. Kepala bagian akuntansi
3. Kepala bagian produksi
4. Kepala bagian personalia

b. Obyek Penelitian

Adapun yang menjadi obyek penelitian adalah prosedur penentuan harga jual produk pesanan sepatu NIKE pada PT NASA.

4. Data yang dicari

- a. Gambaran umum perusahaan
- b. Biaya bahan baku
- c. Biaya tenaga kerja langsung
- d. Biaya overhead pabrik
- e. Biaya administrasi dan umum
- f. Biaya pemasaran
- g. Jumlah produk selesai yang dihasilkan
- h. Penentuan harga pokok produksi
- i. Penentuan harga jual
- j. Data penjualan
- k. Besarnya produk pesanan di setiap tahunnya
- l. Informasi lain yang relevan dengan penelitian

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Teknik pengumpulan data dengan cara mengadakan tanya jawab langsung dengan pihak yang terlibat dalam perusahaan.

b. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara melihat catatan-catatan yang ada di perusahaan serta menyalin hal-hal yang dipandang relevan.

c. Observasi

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara melihat secara langsung kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh PT NASA dengan maksud agar mendapatkan gambaran yang jelas yang berhubungan dengan penelitian.

6. Teknik Analisis Data

Berdasarkan dari data yang diperoleh melalui teknik pengumpulan data di atas, tahap selanjutnya yaitu dilakukan dengan teknik analisis data. Adapun dari teknik analisis data dilakukan dengan cara membandingkan antara data dari lapangan dengan landasan teori yang relevan. Untuk menjawab permasalahan yang pertama pada perumusan masalah di atas, akan dilakukan dengan cara melakukan langkah-langkah analisis yaitu dengan cara:

- a. Mendeskripsikan penentuan harga pokok produk menurut perusahaan.
- b. Menentukan prosedur harga pokok berdasarkan kajian teori
 1. Mengumpulkan data biaya produksi langsung yang terdiri dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung serta biaya produksi tidak langsung yang berupa biaya overhead pabrik (BOP) untuk pesanan tertentu.
 2. Menghitung biaya produksi

Menghitung biaya produksi langsung yaitu biaya yang berpengaruh langsung dengan proses terjadinya suatu produk. Biaya overhead pabrik diperhitungkan ke dalam harga pokok

pesanan berdasarkan tarif yang ditentukan di muka, yaitu dengan membagi antara anggaran biaya overhead pabrik periode tertentu dengan anggaran kapasitas pembebanan untuk periode yang bersangkutan.

$$\text{BOP} = \frac{\text{Anggaran BOP periode tertentu}}{\text{Anggaran kapasitas pembebanan untuk periode yang bersangkutan}}$$

Biaya bahan baku	xxx	
Biaya tenaga kerja langsung	xxx	
Biaya overhead pabrik	xxx	
	—	+
Total biaya produksi	xxx	

3. Menghitung harga pokok per unit pada saat pesanan selesai di produksi dengan cara membagi jumlah biaya produksi yang dikeluarkan untuk pesanan dengan jumlah unit produksi yang dihasilkan dalam pesanan yang bersangkutan.
- c. Membandingkan antara hasil penentuan harga pokok produk menurut perusahaan dengan penentuan harga pokok produk hasil kajian teori
- d. Melakukan evaluasi terhadap penentuan harga pokok produk yang telah dilakukan oleh perusahaan tepat atau belum.

Untuk menjawab permasalahan yang kedua akan dilakukan langkah-langkah analisis sebagai berikut :

- a. Mendiskripsikan penentuan harga jual produk pesanan perusahaan dengan cara mengumpulkan seluruh biaya-biaya yang terjadi selama proses produksi. Seperti: biaya overhead pabrik dan biaya administrasi

dan umum, serta data-data lain yang berpengaruh terhadap penentuan harga jual dalam perusahaan.

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

Adapun langkah-langkahnya sebagai berikut:

1. Menghitung total biaya

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

2. Menentukan besarnya *mark up* dengan rumus :

$$\% \text{ mark up} = \frac{\text{Laba yang diharapkan} + \text{Biaya yang tidak dipengaruhi secara langsung oleh volume produk}}{\text{Biaya yang dipengaruhi langsung oleh volume produk}}$$

3. Menghitung besarnya harga jual berdasarkan metode harga pokok penuh ditambah dengan *mark up* perhitungannya sebagai berikut:

Biaya produksi per unit	xxx	
<i>Mark up</i>	xxx	
Harga jual per unit	xxx	+

4. Membandingkan antara hasil penentuan harga jual yang ditentukan di perusahaan, dengan harga jual menurut kajian teori (dengan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*).
5. Melakukan evaluasi terhadap penentuan harga jual yang dilakukan oleh perusahaan. Evaluasi ini dilakukan untuk menilai apakah penentuan harga jual yang dilakukan oleh perusahaan sudah tepat atau tidak.

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Berdirinya Perusahaan

PT Nagasaki Paramashoes Industry (NASA) merupakan perusahaan yang bergerak di bidang industri sepatu olah raga dengan merk NIKE, yang didirikan di atas tanah seluas 26.000 m² pada tanggal 12 Agustus 1988 yang beralamat di Jl. Agarindo, desa Sukamantri, kec. Pasar Kemis, kab. Tangerang dengan akta notaris No.58 yang dikeluarkan oleh Kartini Mulyadi SH. Dengan status PMA (Peranan Modal Asing) yang berkantor pusat di Jl.Cikini Raya No.69 Jakarta. Pada tanggal 20 Januari 1992 terjadi perubahan status dari PMA menjadi PMDN (Peranan Modal Dalam Negeri) yang disahkan dengan akta notaris No.55 yang dikeluarkan oleh James Herman Raharja, SH pada tanggal 8 Agustus 1992. Komposisi penanaman modal saham terdiri dari 65% lokal dan 35% TAE KWANG INDUSTRIAL co.Ltd, KOREA dengan komposisi rencana produksi pertahun sebanyak 2.000.000 pasang sepatu olah raga, sedangkan komposisi pemasarannya adalah 85% ekspor ke luar negeri.

Lokasi pabrik yang sangat strategis dan menguntungkan bagi PT NASA, yaitu dengan berbagai pertimbangan antara lain :

1. Bandara Soekarno – Hatta yang menghubungkan negara Indonesia dengan negara lain melalui udara.
2. Pelabuhan laut Tanjung Priuk yang menghubungkan kota Jakarta dengan negara lain melalui laut.

3. Jalan-jalan yang cukup baik melalui darat yang ditunjang alat-alat transport yang lebih memadahi untuk memperlancar pengangkutan bahan baku, hasil produksi dari atau ke pabrik.
4. Terdapatnya tenaga kerja yang cukup banyak di lokasi pabrik.

PT NASA merupakan perusahaan yang tergabung dalam CCM (Central Corporate Management Group) dengan member atau urutan ke 27, serta bergerak dalam bidang industri sepatu olah raga dengan merk NIKE. Jenis sepatu olah raga yang di produksi adalah type :

1. Jogger
2. BB Cupsole
3. Aerobic

Mengenai bahan baku dan bahan pembantu yang digunakan oleh PT NASA hampir 70% masih di impor dari luar negeri, tetapi hal ini tidak mengganggu kelancaran produksi sepatu yang dihasilkan. Dimana bahan yang dipakai dapat diklasifikasikan dalam :

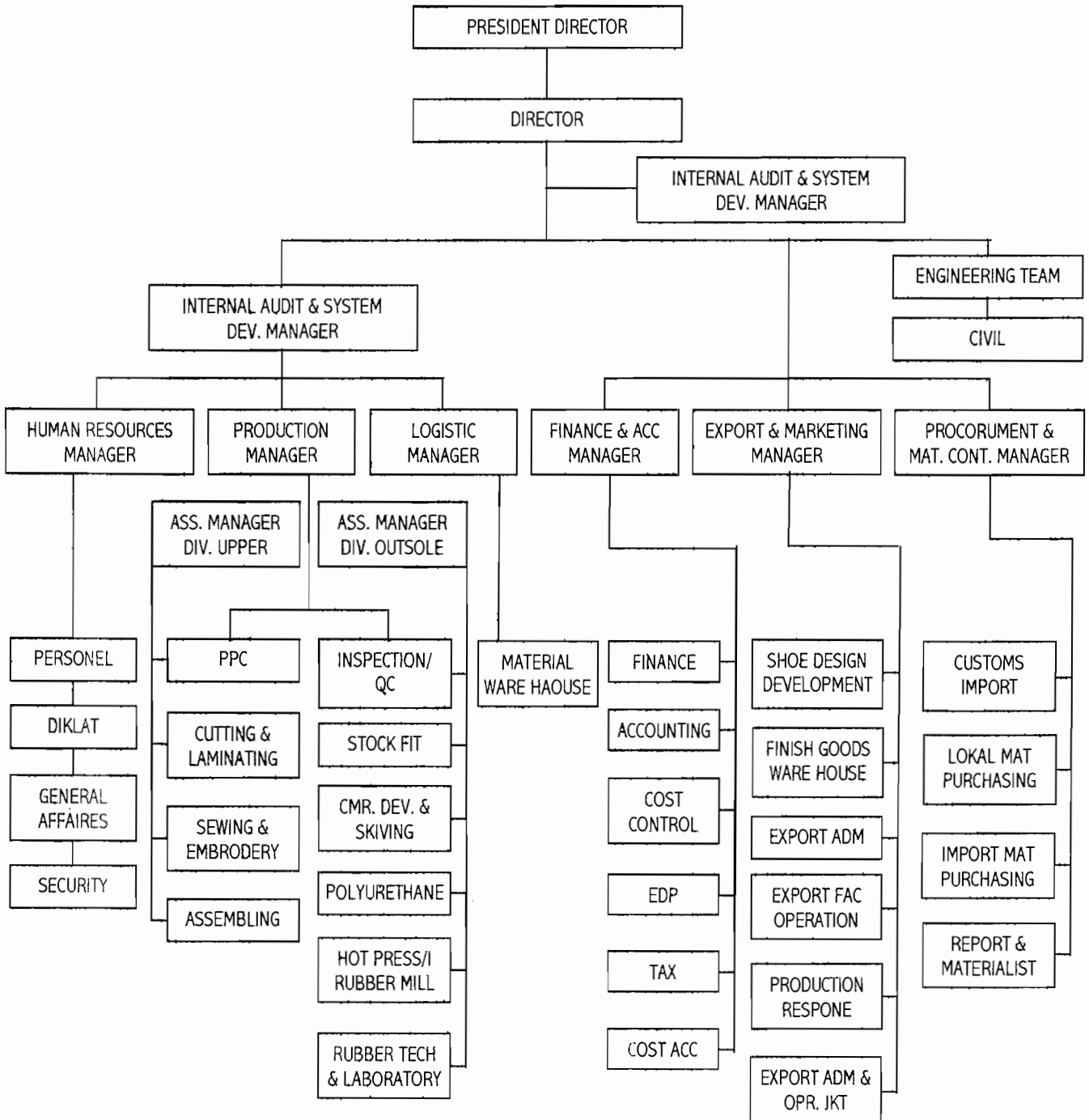
- | | |
|----------|---------------------|
| 1. Kulit | 5. Benang |
| 2. Karet | 6. Tali sepatu |
| 3. Kain | 7. Lem |
| 4. Busa | 8. Label dan karton |

PT NASA memulai produksi pertamanya pada tanggal 20 April 1990. Hingga saat ini produksi yang mampu dicapai sekitar 600.000 pasang sepatu pertahun yang dikerjakan oleh sekitar 8.600 orang karyawan.

B. Struktur Organisasi Perusahaan

PT NASA mempunyai struktur organisasi yang terdiri dari beberapa unit departemen yang saling berkaitan antara yang satu dengan yang lainnya sehingga membentuk suatu sistem organisasi yang mampu menjalin kerjasama dan saling mendukung. Berikut ini bagan struktur organisasi PT NASA :

Gambar 1
STRUKTUR ORGANISASI
PT NAGASAKTI PARAMASHOES INDUSTRY



Sumber: PT Nagasaki Paramashoes Industry

Berdasarkan struktur organisasi di atas terlihat bahwa PT NASA dalam melaksanakan kegiatannya dibagi dalam beberapa departemen. Berikut ini penjabaran dari struktur organisasi PT NASA tersebut di atas :

1. Presiden Direktur bertugas untuk :
 - a. Menentukan kebijaksanaan tertinggi dalam perusahaan
 - b. Memegang kekuasaan tertinggi dalam perusahaan
2. Direktur tugasnya antara lain :
 - a. Pemegang tertinggi kepemimpinan umum di perusahaan
 - b. Merencanakan, mengorganisasikan dan mengendalikan jalannya perusahaan.
 - c. Meminta laporan dari para manajer yang diberi tugas
 - d. Mewakili atas nama perusahaan dalam hubungan keluar
3. Internal Audt tugasnya adalah :
 - a. Pemeriksaan dan penelitian terhadap baik tidaknya pengendalian akuntansi dan administrasi dan mendorong penggunaan cara-cara efektif dengan biaya minimum.
 - b. Menentukan pelaksanaan kebijaksanaan manajemen.
 - c. Menentukan sampai seberapa jauh kekayaan perusahaan dipertanggungjawabkan dan dilindungi dari segala macam kerugian.
 - d. Menentukan dapat dipercaya atau tidak informasi yang dihasilkan oleh setiap bagian di perusahaan.
 - e. Memberikan rekomendasi dari kegiatan-kegiatan perusahaan.

4. Manager *Finance* dan *Accounting* tugasnya :
 - a. Mengawasi prosedur untuk penerimaan dan pengeluaran uang kas serta perbaikan-perbaikan kebijaksanaan yang telah ada.
 - b. Membuat rencana anggaran as (*cash flow*)
 - c. Menganalisa kebutuhan dana perusahaan untuk investasi sehingga tersedia pada saat diperlukan.
 - d. Membuat dan mempertahankan serta mengatur dana di bank seefisien mungkin.
 - e. Memperhatikan dan memonitor resiko perusahaan melalui kebijaksanaan asuransi untuk menghindari kerugian terhadap harta milik perusahaan.

5. Manager personalia tugasnya :
 - a. Mempersiapkan, merencanakan, dan penyelenggaraan pelaksanaan pencarian, penerimaan, pembinaan serta pengakhiran kerja.
 - b. Merumuskan peraturan dan ketentuan perusahaan serta kebijaksanaan pimpinan perusahaan untuk diterapkan dan dilaksanakan di lingkungan perusahaan.
 - c. Membuat prosedur administrasi kepersonaliaan guna terjaminnya tertib administrasi serta membuat kesepakatan kerja.
 - d. Mempersiapkan, membimbing dan mengkoordinasikan dengan departemen yang lain dalam rangka pengisian jabatan, juga program pengembangan tugas serta jenjang bagi karyawan yang berpotensi dan berprestasi.

- e. Mengumpulkan, mengolah, dan menyajikan data kepersonaliaan sebagai bahan pertimbangan dalam rangka mengambil kebijaksanaan pimpinan perusahaan.
 - f. Merencanakan dan mengkoordinasi kompensasi gaji karyawan, merencanakan peningkatan kesejahteraan, pengobatan dan kesehatan, keselamatan kerja serta rekreasi.
6. *General Affair* tugasnya adalah :
- a. Mempersiapkan, merencanakan, dan mengkoordinasi penyelenggaraan, kenyamanan, pemeliharaan, dan perbaikan gedung-gedung, ruang-ruangan serta halaman milik perusahaan.
 - b. Melaksanakan pengurusan dan perpanjangan perijinan yang diperlukan sehubungan dengan usaha kegiatan perusahaan baik yang berhubungan dengan instansi pemerintah maupun dengan negara asing serta pihak swasta.
 - c. Mengadakan negosiasi dengan pihak Buyer (NIKE) mengenai harga, jumlah, dan waktu pengirimannya.
 - d. Mengatur pengadaan material agar tidak terjadi penumpukan yang berlebihan di gudang.
 - e. Menjalin dan membina hubungan baik dengan Buyer (NIKE) maupun supplier baik lokal maupun internasional.
7. *Manager Produksi* tugasnya adalah :
- a. Mengontrol dan mengawasi semua kegiatan produksi masing-masing departemen.

- b. Mengupayakan agar produksi yang ditargetkan perusahaan tercapai dengan baik.
 - c. Mempertahankan kapasitas produksi dengan mengupayakan pemakaian bahan-bahan baku yang kualitasnya baik dan mengontrol serta mengawasi pemeliharaan mesin-mesin produksi.
 - d. Mengontrol dan mengawasi pengadaan material agar tiba di perusahaan tepat pada waktunya dalam jumlah dan mutu yang sesuai dengan kebutuhan.
8. Manager Perdagangan tugasnya adalah :
- a. Menerima order pembelian dari pihak Buyer (NIKE)
 - b. Menyusun spesifikasi material berdasarkan jumlah mutu, waktu, warna, dan lain-lain.
 - c. Menghubungi supplier, baik lokal maupun internasional serta memutuskan pengadaan material dengan mutu dan jumlah terjamin.

C. Personalia

Dalam menjalankan usahanya suatu perusahaan memerlukan orang-orang yang mampu menggerakkan usahanya tersebut. Orang-orang tersebut biasa disebut sebagai tenaga kerja yang melakukan kegiatan dengan bekerja dalam suatu organisasi. Para tenaga kerja tersebut melaksanakan kewajibannya sesuai dengan tugas dan tanggung jawabnya masing-masing yang telah dibebankan oleh perusahaan guna mencapai tujuan yang telah ditentukan oleh perusahaan. Tenaga kerja yang ada pada PT NASA terdiri

dari warga negara Indonesia dan tenaga kerja dari asing, untuk tenaga kerja bagian produksi diwajibkan minimal lulusan SLTA atau yang sederajat, untuk tenaga kerja bagian office kebanyakan lulusan Diploma/sarjana.

Untuk dapat menjaga kelancaran usaha perusahaan dan ketertiban karyawan, perusahaan menetapkan tata tertib yang harus dipatuhi oleh seluruh karyawan dan pengawasannya dilakukan oleh seksi pembina karyawan, apabila terjadi pelanggaran yang dilakukan oleh karyawan, maka akan diberikan sanksi-sanksi sebagai berikut :

1. Teguran tertulis sebanyak 3 kali
2. Peringatan sebanyak 3 kali
3. Skorsing
4. Pemutusan Hubungan Kerja (PHK)

PT NASA juga menyediakan berbagai sarana yang dapat menunjang kesejahteraan karyawan seperti : Asuransi Sosial Tenaga Kerja yaitu dengan mengikuti program Jamsostek (Jaminan Sosial Tenaga Kerja), fasilitas kesehatan, gaji karyawan yang sesuai dengan ketentuan yang digariskan yaitu sesuai dengan Upah Minimum Regional (UMR) yang masih ditambah dengan uang transpor, premi hadir, tunjangan departemen dan prestasi kerja, cuti, sarana tempat ibadah, sarana olah raga, Tunjangan Hari Raya (THR), kantin karyawan, asrama karyawan, hiburan dan rekreasi.

D. Produksi

PT NASA merupakan perusahaan yang bergerak di bidang industri pembuatan sepatu olah raga yang bermerek NIKE untuk mendapatkan lisensi dengan lisensi tersebut PT NASA dalam memproduksi sepatu tersebut sangat tergantung dari pihak Buyer (NIKE), sebagai pemesan tunggal yang telah memberikan kepercayaan penuh pada perusahaan karena setiap bulannya selalu mengalami peningkatan yang cukup tinggi.

Mengenai jenis atau model sepatu yang dipesan, juga sangat tergantung dari pihak pemesan. Jenis atau model yang dipesan selalu berganti-ganti. Hal ini disebabkan karena pemesan selalu mengikuti selera konsumen yang selalu berubah-ubah mengikuti perkembangan dan dimensi jaman. Mekanisme sistem pemesanan pihak Buyer kepada perusahaan dapat diterangkan sbb : pihak pemesan menyiapkan dan memilih model yang akan dipesan kepada perusahaan dengan mengirimkan contoh model, baik mengenai bentuk, warna, maupun spesifikasi bahannya. Pihak perusahaan kemudian mengembangkan model-model tersebut melalui departemen development, tanpa menyimpang dari bentuk aslinya. Setelah tercapai kesepakatan antara pihak pemesan dengan perusahaan, kemudian perusahaan memproduksi sepatu tersebut sesuai dengan jumlah yang dipesan. Perusahaan tidak memproduksi model sepatu yang sudah tidak dipesan lagi, tetapi tidak menutup kemungkinan untuk memproduksi model sepatu lama, karena perkembangan mode selalu berputar kembali.

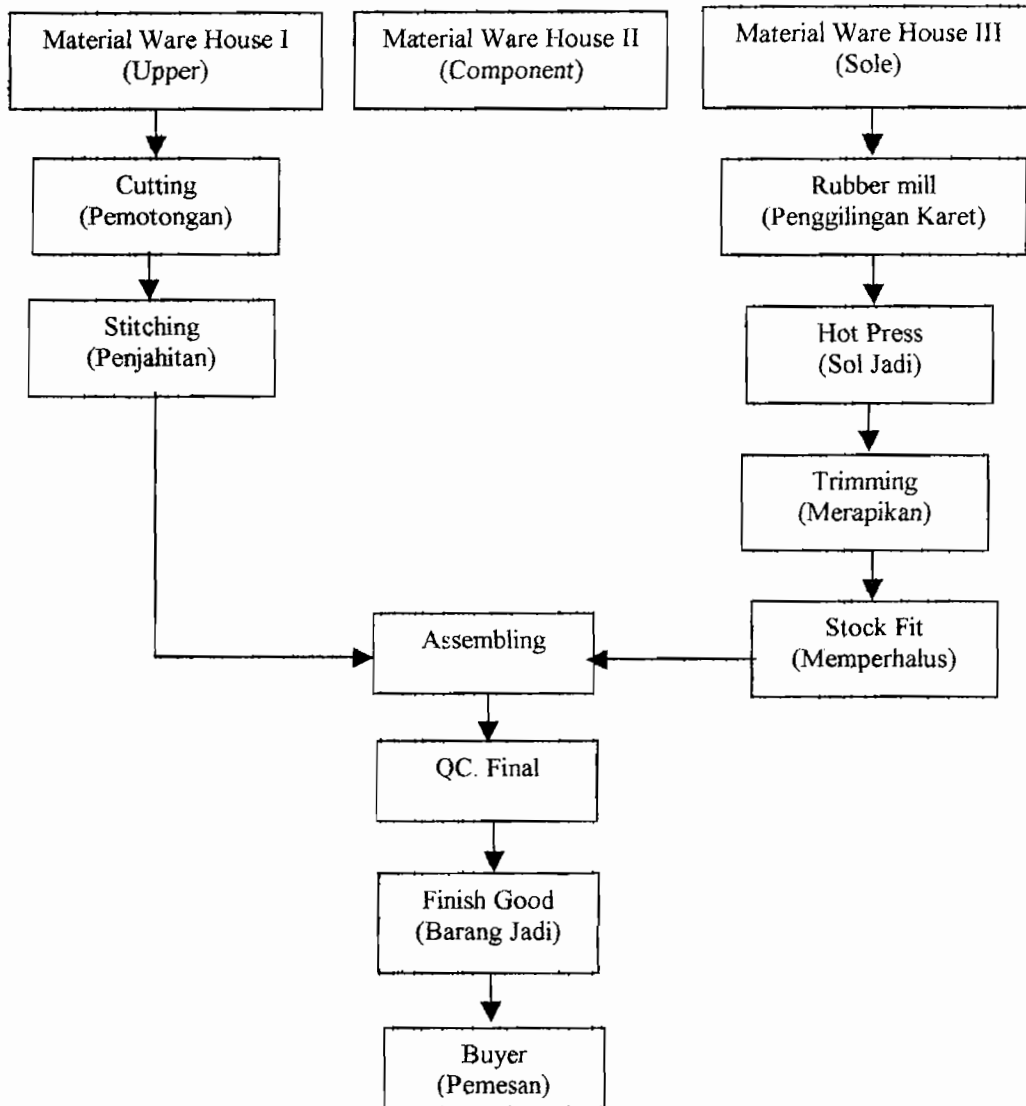
Bahan baku merupakan unsur terpenting didalam proses produksi, oleh sebab itu perlu adanya suatu sistem pengaturan pengadaan bahan baku sepatu, dimaksudkan agar tidak terjadi keterlambatan persediaan bahan baku yang dapat mengganggu kelancaran proses produksi, dalam hal ini PT NASA mengadakan suatu sistem pengecekan isi gudang bahan baku dengan perhitungan kebutuhan produksi pada kurun waktu tertentu.

Proses pembuatan sepatu secara umum dapat dibagi menjadi 3 tahap kerja yaitu :

1. Pengerjaan atasan, persiapan bahan yang dilakukan di bagian gudang material dan bagian laminating, proses pemotongan, pemberian logo dan merek, proses penjahitan atas sepatu.
 2. Pengerjaan bawahan, persiapan bahan baku untuk sol luar dan sol tengah di gudang material sol, pembuatan sol luar dan sol tengah di bagian hot pres, lalu proses perakitan bawahan yang dilakukan di bagian stock fit.
 3. Perakitan atasan dengan bawahan, tahap persiapan, proses lasting, perakitan atasan dengan bawahan, quality control, finishing dan packing.
- Di bawah ini disajikan proses produksi PT NASA.

Gambar 2

Proses Produksi Pada PT Nagasaki Paramashoes Industry

**E. Pemasaran**

Dalam dunia industri, pasar adalah memegang peranan penting dalam hal pemasaran hasil produksi yang diproduksi oleh industri PT NASA. Ada beberapa hal yang berpengaruh dalam pemasaran antara lain :

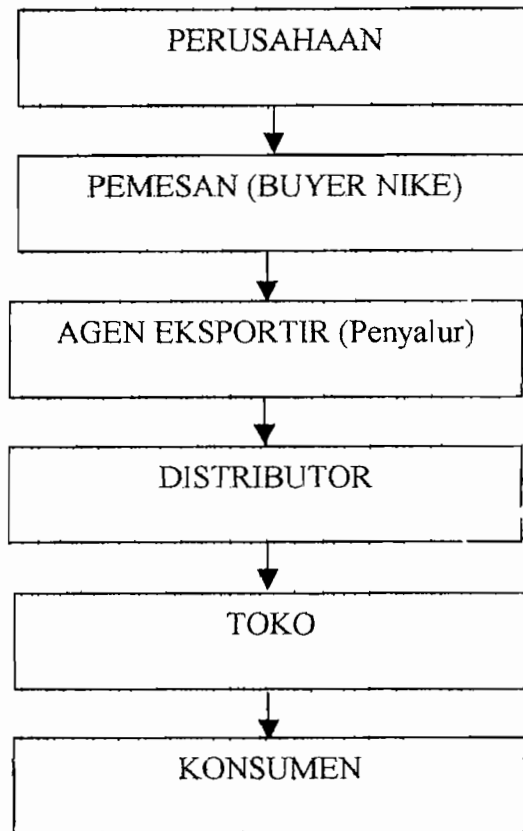
1. Harga

PT NASA adalah perusahaan sepatu yang produksinya tergantung dari order yang diperoleh dari pihak pemesan. Sehingga mengenai masalah harga, perusahaan ini tidak bisa menentukan secara sepihak, tetapi sebelumnya harus ada kesepakatan dengan pihak pemesan. Harga antara sepatu yang satu dengan yang lainnya berbeda, disesuaikan dengan kualitas dari sepatu tersebut.

2. Distribusi

Distribusi dari pemasaran produk sepatu yang dihasilkan oleh perusahaan ini, sepenuhnya dilakukan oleh Pihak Buyer (NIKE) sebagai pemesan tunggal. Tetapi untuk pemesanan lokal, perusahaan mempunyai agen distributor yaitu PT Berca Sportindo. Untuk jaringan distribusi pemasaran, dapat digambarkan dalam bentuk skema sebagai berikut :

Gambar 3. Skema Jaringan Distribusi Pemasaran di PT NASA



Sumber : PT Nagasaksi Paramashouse Industry

3. Promosi

Memperkenalkan produk atau promosi dilakukan oleh suatu perusahaan untuk lebih dikenal hasil produksi perusahaan tersebut kepada masyarakat atau konsumen. Begitu halnya dengan produk sepatu yang dihasilkan perusahaan ini, untuk masalah promosi, ditangani sendiri oleh pihak *Buyer* (NIKE). Karena pihak *Buyer* dalam memesan sepatu tidak hanya pada satu perusahaan, tetapi kepada banyak perusahaan, dengan harapan adanya keseragaman tujuan promosi. Sedangkan jalur-jalur yang digunakan untuk promosi adalah jalur media elektronik maupun media cetak.

BAB V

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

PT Nagasaki Paramashoes Industry (PT NASA) merupakan perusahaan manufaktur yang bergerak dalam bidang industri sepatu olah raga yang terbuat dari kulit maupun karet. Perusahaan tersebut dalam melakukan kegiatan produksi berdasarkan pesanan dari pihak luar sesuai dengan yang ditentukan oleh pemesan.

Pada penelitian ini hanya akan dibatasi pada tiga jenis produk pesanan yang paling banyak peminatnya model sepatu olah raga seperti model Jogger, BB Cupsole dan Aerobic. Perhitungan harga pokok produk dilakukan perusahaan pada saat pesanan selesai dikerjakan yaitu dengan membagi jumlah biaya produksi dengan unit produk yang dihasilkan. Dalam penentuan harga jual perusahaan menggunakan dasar taksiran biaya. Elemen-elemen dari taksiran total biaya tersebut terdiri dari taksiran biaya produksi seperti biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik, taksiran biaya administrasi dan umum serta taksiran biaya pemasaran.

1. Penentuan harga pokok produk menurut perusahaan

Dalam menentukan harga pokok produk PT NASA mengumpulkan seluruh biaya-biaya yang terjadi dalam proses pengolahan bahan baku menjadi produk jadi. Biaya-biaya produksi tersebut terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik. Sedangkan harga pokok produk per unit diperoleh dengan membagi setiap elemen biaya yang

sesungguhnya telah dipakai dengan jumlah unit produk yang dihasilkan, untuk lebih jelasnya mengenai penentuan harga pokok produk yang dilakukan perusahaan maka akan dideskripsikan elemen-elemen biaya pembentuk harga pokok produk berdasarkan data dan informasi yang diperoleh dari perusahaan.

a. Penentuan biaya bahan baku

Biaya baku pada PT NASA dibedakan menjadi dua yaitu biaya bahan pokok dan biaya bahan penolong. Bahan pokok yang dipakai dalam proses produksi sebagian besar terbuat dari kulit, sedangkan bahan penolongnya berupa benang, busa, tali sepatu, lem, label dan karton. Dalam tabel berikut akan disajikan penentuan biaya bahan baku sesungguhnya yang dipakai dalam proses produksi.

Tabel V. 1
Penentuan Biaya Bahan Baku Sesungguhnya
Yang dipakai dalam proses produksi

Jenis Biaya	Jogger	BB.Cupsole	Aerobic
Bahan Pokok			
- kulit	Rp 18.150	-	Rp 4.575
- kain	Rp 9.756	Rp 12.302,06	Rp 8.113
- karet	Rp 16.307	Rp 16.545,02	Rp 21.162
	Rp 44.213	Rp 28.847,08	Rp 33.850
Bahan penolong			
- benang	Rp 2.233	Rp 1.630	Rp 1.442
- busa	Rp 1.825	Rp 926	Rp 1.613
- tali sepatu	Rp 1.408	Rp 575	Rp 564,13
- lem	Rp 1.657	Rp 840	Rp 1.362
- label dan karton	Rp 1.610	Rp 519	Rp 616,07
	Rp 8.733	Rp 4.490	Rp 5.597,20
Jumlah	Rp 52.946	Rp 33.337,08	Rp 39.447,20

Sumber: PT NASA

Lampiran 2



b. Penentuan biaya tenaga kerja langsung

PT NASA dalam melakukan kegiatan produksi sebagian besar pesanan dikerjakan oleh tenaga manusia. Hal ini menyebabkan tenaga kerja langsung menjadi sangat penting karena selain dengan menggunakan mesin tenaga manusia juga masih sangat dibutuhkan dalam produksi tersebut. Biaya tenaga kerja langsung pada PT NASA terdiri dari biaya tenaga kerja bagian *upper*, bagian *outsole* dan bagian *assembly*. Penentuan biaya tenaga kerja langsung didasarkan pada jumlah unit produk yang mampu dihasilkan oleh tenaga kerja tersebut. Dalam tabel berikut akan disajikan penentuan biaya tenaga kerja langsung sesungguhnya yang dipakai dalam proses produksi.

Tabel V. 2

Penentuan Biaya Tenaga kerja langsung sesungguhnya
yang dipakai dalam proses produksi per unit

Jenis Biaya	Jogger	BB.Cupsole	Aerobic
Biaya Tenaga Kerja Langsung			
Bagian <i>upper</i>	Rp 3.560	Rp 9.000	Rp 5.453
Bagian <i>outsole</i>	Rp 7.160	Rp 5.004	Rp 8.597
Bagian <i>assembly</i>	Rp 7.001	Rp 3.667	Rp 4.750
Jumlah	Rp 17.721	Rp 17.671	Rp 18.800

Sumber: PT NASA

Lampiran: 3

c. Penentuan biaya Overhead Pabrik (BOP)

Perusahaan dalam melakukan proses produksi selain menggunakan biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung juga diperlukan biaya overhead pabrik (BOP). BOP dibebankan dengan menggunakan tarif yang ditentukan dimuka. PT. NASA dalam memperhitungkan BOP per unit

sepatu dihitung dengan cara membagi anggaran BOP dengan jumlah produk yang dihasilkan per unit selama proses produksi. Perhitungan dapat dilihat pada lampiran 4. Penentuan BOP dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel V.3

Penentuan BOP dibebankan

Dalam proses produksi per unit (perusahaan)

Jenis Biaya	Jenis Sepatu		
	Jogger	BB. Cupsole	Aerobic
Biaya Overhead Pabrik	Rp 24.250	Rp 13.980	Rp 17.280

Sumber: PT NASA

Lampiran:4

Dari penentuan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik yang dilakukan oleh perusahaan, maka perhitungan harga pokok produk pesanan untuk setiap jenis produk dapat disajikan dalam tabel berikut:

Tabel V.4

Perhitungan Harga Pokok Produk Pesanan Per Unit (perusahaan)

Jenis Biaya	Jenis sepatu		
	Jogger	BB. Cupsole	Aerobic
Biaya Bahan Baku			
- bahan pokok	Rp 44.213	Rp 28.847,08	Rp 33.850
- bahan penolong	Rp 8.733	Rp 4.490	Rp 5.597,20
	Rp 52.946	Rp 33.337,08	Rp 39.447,20
Biaya Tenaga kerja langsung			
- bagian <i>upper</i>	Rp 3.560	Rp 9.000	Rp 5.453
- bagian <i>outsole</i>	Rp 7.160	Rp 5.004	Rp 8.597
- bagian <i>assembly</i>	Rp 7.001	Rp 3.667	Rp 4.750
	Rp 17.721	Rp 17.671	Rp 18.800
Biaya Overhead Pabrik	Rp 24.250	Rp 13.980	Rp 17.280
Jumlah	Rp 94.917	Rp 64.988,08	Rp 75.524,20

Sumber: PT NASA

2. Penentuan harga jual produk

PT Nagasaki Paramashoes Industry (PT NASA) merupakan perusahaan manufaktur yang memproduksi jenis sepatu olah raga. Proses produksi di PT NASA dilaksanakan berdasarkan pesanan. Ada berbagai macam koleksi sepatu yang diproduksi oleh PT NASA, adapun dalam skripsi ini hanya akan memfokuskan pada tiga jenis produk sepatu saja yaitu: sepatu Jogger, BB Cupsole dan Aerobic. Dari ketiga jenis produk sepatu tersebut dipilih dengan pertimbangan produk yang jumlah pesannya sedikit, menengah dan banyak serta tingkat kesulitan dan kerumitan dalam mengerjakan pesanan tersebut.

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

a. Biaya bahan baku

Bahan baku yang dipergunakan dalam masing-masing jenis produk sepatu hampir sama yaitu: kulit, karet, benang, kain, busa, tali sepatu, lem, label dan karton. Hal yang membedakan adalah kualitas, kuantitas ukuran dan warna sepatu yang disesuaikan dengan spesifikasi yang diminta oleh pemesan. Perhitungan bahan baku yang dipakai dalam proses produksi dari ketiga jenis produk yang diteliti dapat dilihat pada tabel V. 1.

b. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja langsung adalah balas jasa yang diberikan kepada karyawan yang telah bekerja di perusahaan, dimana manfaatnya dapat

diidentifikasi atau diikuti jejaknya pada produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Adapun taksiran biaya tenaga kerja langsung per unit masing-masing produk yang diteliti adalah :

- | | |
|----------------------|-----------|
| 1. Sepatu Jogger | Rp 17.721 |
| 2. Sepatu BB Cupsole | Rp 17.671 |
| 3. Sepatu Aerobic | Rp 18.800 |

c. Biaya Overhead Pabrik

Biaya overhead pabrik (BOP) adalah biaya produksi selain biaya bahan baku dan biaya bahan penolong, biaya tenaga kerja tidak langsung, penyusutan dan amortisasi aktiva tetap pabrik, biaya listrik, biaya air pabrik, perlengkapan kerja, pemakaian bahan bakar mesin pabrik dan biaya asuransi pabrik.

PT NASA dalam membebankan kepada produk pesanan dengan menggunakan dasar unit produksi. Adapun BOP dihitung dengan cara membagi anggaran BOP dengan jumlah produk yang dihasilkan per unit selama proses produksi.

Setelah BOP diketahui, untuk selanjutnya perhitungan BOP dibebankan pada produk untuk setiap jenis sepatu, yang dapat dilihat pada tabel V. 3.

B. Analisis Data

1. Analisis data harga pokok produk

Berdasarkan data yang didapatkan dari PT NASA maka dalam skripsi ini akan dilakukan analisis terhadap penentuan harga pokok produk yang akan membandingkan antara penentuan harga pokok produk perusahaan dengan penentuan harga pokok produk berdasarkan teori. Metode pengumpulan harga pokok produk yang digunakan adalah metode harga pokok pesanan dan sistem akuntansi yang digunakan adalah metode harga pokok sesungguhnya, analisis ini dilakukan agar dapat ditarik kesimpulan apakah penentuan harga pokok produk yang dilakukan perusahaan sudah tepat atau tidak.

Harga pokok produk meliputi semua biaya produksi yang terdiri dari tiga elemen biaya yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik. Pengumpulan biaya produksi dilakukan setelah pesanan selesai dikerjakan yaitu dengan menghitung pemakaian biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik. Penentuan biaya overhead pabrik yang dibebankan pada produk yang didasarkan pada tarif yang ditentukan dimuka. Harga pokok produk per unit diperoleh dengan cara membagi biaya produksi sesungguhnya dari pesanan tersebut dengan jumlah unit produk yang dihasilkan dalam pesanan. Dan untuk selanjutnya akan dilakukan perhitungan harga pokok produk berdasarkan kajian teori yang kemudian akan dibandingkan dengan perhitungan harga pokok produk yang dilakukan perusahaan, agar dapat disimpulkan apakah penentuan harga pokok produk yang dilakukan oleh perusahaan sudah tepat atau tidak.

Pada metode harga pokok pesanan, harga pokok produk per unit dihitung pada saat pesanan selesai diproduksi dengan cara membagi jumlah biaya produksi yang dikeluarkan untuk pesanan tersebut dengan jumlah unit produk yang dihasilkan dalam pesanan yang bersangkutan. Adapun elemen-elemen produksi tersebut terdiri dari :

a. Biaya bahan baku

Biaya bahan baku yang digunakan dalam proses produksi pada PT NASA adalah semua bahan baku yang telah digunakan untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi. Adapun penentuan biaya bahan baku sesungguhnya yang dipakai dalam proses produksi per unit berdasarkan kajian teori sebagai berikut:

Tabel V.5
Biaya Bahan Baku Sesungguhnya
Yang dipakai dalam proses produksi per unit

Jenis Biaya	Jogger	BB. Cupsole	Aerobic
Biaya Bahan Baku	Rp 44.213	Rp 28.847,08	Rp 33.850

Dalam menghitung harga pokok produk, biaya bahan penolong tidak dimasukkan dalam elemen biaya bahan baku tetapi diperlakukan sebagai elemen biaya overhead pabrik.

b. Biaya tenaga kerja langsung

Biaya tenaga kerja adalah balas jasa yang diberikan perusahaan kepada semua karyawan. 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. Penentuan biaya tenaga kerja langsung pada PT NASA didasarkan pada jumlah unit produk yang dihasilkan. Adapun penentuan biaya tenaga kerja langsung yang sesungguhnya dipakai dalam proses produksi per unit berdasarkan kajian teori adalah:

Tabel V.6
Biaya Tenaga Kerja Langsung Sesungguhnya
yang dipakai dalam proses produksi per unit

Jenis Biaya	Jogger	BB. Cupsole	Aerobic
Biaya tenaga kerja langsung			
Bagian <i>upper</i>	Rp 3.560	Rp 9.000	Rp 5.453
Bagian <i>outsole</i>	Rp 7.160	Rp 5.004	Rp 8.597
Bagian <i>assembly</i>	Rp 7.001	Rp 3.667	Rp 4.750
Jumlah	Rp 17.721	Rp 17.671	Rp 18.800

Biaya tenaga kerja langsung per unit diperoleh berdasarkan data harga pokok pesanan yaitu dengan membagi pemakaian biaya tenaga kerja langsung sesungguhnya dengan jumlah unit produk yang dihasilkan. Perhitungan biaya tenaga kerja langsung per unit dapat dilihat pada lampiran: 3

c. Biaya overhead pabrik

Biaya overhead pabrik adalah semua komponen biaya produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Didalam metode harga pokok pesanan, produk dibebani biaya overhead pabrik dengan menggunakan tarif yang ditentukan dimuka, tarif ini dihitung pada awal tahun anggaran yaitu dengan membagi anggaran biaya overhead pabrik dengan anggaran kapasitas pembebanan pada periode yang bersangkutan.

langkah selanjutnya adalah menghitung pembebanan biaya Biaya Overhead Pabrik per unit yaitu dengan cara membagi anggaran Biaya Overhead Pabrik dengan jumlah produk yang dihasilkan per unit selama proses produksi. Perhitungan pembebanan Biaya Overhead Pabrik tersebut dapat dilihat pada lampiran 5.

Pada penyusunan anggaran biaya overhead pabrik, anggaran biaya bahan penolong dimasukkan sebagai bagian dari anggaran biaya overhead pabrik. Hal ini karena anggaran biaya bahan penolong oleh perusahaan dimasukkan kedalam elemen biaya bahan baku. Dengan demikian maka penentuan biaya overhead pabrik yang dibebankan dalam proses produksi dapat dilihat pada tabel V.7.

Tabel V.7
Penentuan BOP Dibebankan
Dalam Proses Produksi per Unit (kajian teori)

Jenis Biaya	Jenis Sepatu		
	<i>Jogger</i>	BB. Cupsole	Aerobic
Biaya Overhead Pabrik	Rp. 32.983	Rp. 18.470	Rp. 22.877

Lampiran 5

Dari penentuan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik berdasarkan uraian diatas, maka perhitungan harga pokok produk pesanan per unit menurut kajian teori dapat disajikan dalam tabel berikut:

Tabel V.8
 Harga Pokok Produk Pesanan per unit (kajian teori)

Jenis Biaya	Jogger	BB. Cupsole	Aerobic
Biaya Bahan Baku	Rp 44.213	Rp 28.847,08	Rp 33.850
Biaya tenaga kerja langsung			
Bagian upper	Rp 3.560	Rp 9.000	Rp 5.433
Bagian outsole	Rp 7.160	Rp 5.004	Rp 8.597
Bagiam assembly	Rp 7.001	Rp 3.667	Rp 4.750
	Rp 17.721	Rp 17.671	Rp 18.800
Biaya overhead pabrik	Rp 32.983	Rp 18.470	Rp 22.877
Jumlah	Rp 94.917	Rp 64.988,08	Rp 75.527

Setelah melakukan perhitungan terhadap harga pokok produk berdasarkan teori, maka untuk selanjutnya akan membandingkan hasil perhitungan tersebut dengan perhitungan yang dilakukan perusahaan.

a. Sepatu Jogger

Perbandingan perhitungan harga pokok produk antara perusahaan dengan kajian teori untuk produk sepatu jogger dapat disajikan dalam tabel dibawah ini:

Tabel V.9
 Perbandingan Penentuan Harga Pokok Produk per unit
 Untuk sepatu jogger

Jenis Biaya	Harga Pokok Produk	
	Menurut Perusahaan	Menurut Kajian Teori
Biaya Bahan Baku		Rp 44 213
- Bahan pokok	Rp 44 213	
- bahan penolong	<u>Rp 8 733</u> +	
	Rp 52 946	
Biaya Tenaga Kerja Langsung		
- Bagian <i>Upper</i>	Rp 3 560	Rp 3 560
- Bagian <i>Outsole</i>	Rp 7 160	Rp 7 160
- Bagian <i>Assembly</i>	<u>Rp 7 001</u> +	<u>Rp 7 001</u> +
	Rp 17 721	Rp 17 721
Biaya Overhead Pabrik	Rp 24 250	Rp 32.983
Jumlah	Rp 94 917	Rp 94.917

b. Sepatu BB Cupsole

Perbandingan perhitungan harga pokok produk antara perusahaan dengan kajian teori untuk produk sepatu BB Cupsole dapat disajikan pada tabel dibawah ini:

Tabel V.10
Perbandingan Penentuan Harga Pokok Produk per unit
Untuk sepatu BB Cupsole

Jenis Biaya	Harga Pokok Produk	
	Menurut Perusahaan	Menurut Kajian Teori
Biaya Bahan Baku		Rp 28.847,08
- Bahan pokok	Rp 28.847,08	
- bahan penolong	<u>Rp 4.490</u> +	
	Rp 33.337,08	
Biaya Tenaga Kerja Langsung		
- Bagian <i>Upper</i>	Rp 9.000	Rp 9.000
- Bagian <i>Outsole</i>	Rp 5.004	Rp 5.004
- Bagian <i>Assembly</i>	<u>Rp 3.667</u> +	<u>Rp 3.667</u> +
	Rp 17.671	Rp 17.671
Biaya Overhead Pabrik	Rp 13.980	Rp 18.470
Jumlah	Rp 64.988,08	Rp 64.988,08

b. Sepatu Aerobik

Perbandingan perhitungan harga pokok produk antara perusahaan dengan kajian teori untuk produk sepatu Aerobik dapat disajikan pada tabel dibawah ini:

Tabel V.11
Perbandingan penentuan harga pokok produk per unit
Untuk sepatu Aerobic

Jenis Biaya	Harga Pokok Produk	
	Menurut Perusahaan	Menurut Kajian Teori
Biaya Bahan Baku		Rp 33.850
- Bahan pokok	Rp 33.850	
- bahan penolong	<u>Rp 5.597,20</u> +	
	Rp 39.447,20	
Biaya Tenaga Kerja Langsung		
- Bagian <i>Upper</i>	Rp 5.453	Rp 5.453
- Bagian <i>Outsole</i>	Rp 8.597	Rp 8.597
- Bagian <i>Assembly</i>	<u>Rp 4.750</u> +	<u>Rp 4.750</u> +
	Rp 18.800	Rp 18.800
Biaya Overhead Pabrik	Rp 17.280	Rp 22.877
Jumlah	Rp 75.527,20	Rp 75.527

Setelah melakukan analisis dengan membandingkan antara perhitungan harga pokok produk yang dilakukan perusahaan dengan kajian teori maka dapat ditarik kesimpulan bahwa penentuan harga pokok produk yang dilakukan oleh PT NASA tidak tepat, alasan ini disimpulkan karena terdapat perbedaan hasil perhitungan harga pokok produk. Perbedaan terletak pada perhitungan pemakaian biaya bahan baku dengan memasukkan unsur biaya bahan penolong didalamnya. Sesuai dengan teori, untuk menghitung harga pokok produk, biaya bahan penolong diperlakukan sebagai elemen biaya overhead pabrik yang telah ditentukan pada awal penyusunan anggaran.

2. Analisis Data Harga Jual Produk

a. Perbandingan penentuan harga jual produk

Dalam proses produksi bahan dapat dibedakan menjadi; bahan baku adalah bahan yang akan diolah menjadi produk jadi yang

pemakaiannya dapat diikuti jejaknya dimana biaya bahan baku merupakan harga perolehan dari bahan baku yang dipakai dalam pengolahan produk. Bahan penolong adalah bahan yang akan diolah menjadi bagian produk jadi yang 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 proses produksi dari ketiga jenis produk yang diteliti hampir sama yaitu: kulit, karet, kain, benang, busa, tali sepatu, lem, label dan karton, dimana dari masing-masing bahan tersebut dapat diikuti jejaknya pada tiap-tiap produk. Hal ini berarti bahan baku yang dimaksudkan oleh perusahaan sudah sesuai dengan bahan baku menurut kajian teori.

Biaya tenaga kerja dapat dibedakan menjadi dua yaitu: biaya tenaga kerja langsung adalah balas jasa yang diberikan pada karyawan pabrik yang manfaatnya dapat diikuti jejaknya pada produk tertentu yang dihasilkan oleh perusahaan. Biaya tenaga kerja tidak langsung adalah balas jasa yang diberikan pada karyawan perusahaan, akan tetapi manfaatnya tidak dapat diidentifikasi pada produk tertentu yang dihasilkan oleh 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, berarti bahwa manfaat karyawan perusahaan tersebut dapat diikuti jejaknya pada produk yang dihasilkan oleh

perusahaan, sehingga biaya tenaga kerja langsung yang dimaksudkan oleh perusahaan sudah sesuai dengan biaya tenaga kerja langsung menurut kajian teori.

Biaya overhead pabrik (BOP) merupakan 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 dan air pabrik, perlengkapan kerja, pemakaian bahan bakar mesin pabrik dan biaya asuransi pabrik. Biaya pemasaran dan biaya administrasi dan umum diperlakukan sebagai BOP oleh perusahaan padahal seharusnya diperlakukan sebagai biaya non produksi, sedangkan biaya bahan tambahan yang seharusnya dimasukkan dalam elemen BOP oleh perusahaan tidak dimasukkan dalam anggaran BOP. Hal ini berarti bahwa BOP yang dibebankan perusahaan tidak sesuai dengan BOP menurut kajian teori, jadi 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, sedangkan prosedur BOP tidak tepat.

b. Perbandingan Hasil Perhitungan Harga Jual produk Pesanan

Perusahaan tidak tepat dalam memperlakukan biaya pemasaran, 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, dan kesalahan dalam memperlakukan biaya penolong yang seharusnya masuk dalam elemen BOP, tetapi oleh perusahaan tidak dimasukkan dalam anggaran BOP. Hal tersebut mengakibatkan tarif BOP yang dibebankan terlalu rendah. Dibawah ini akan disajikan BOP yang dibebankan menurut kajian teori yaitu:

BOP yang dibebankan pada sepatu Jogger, BB Cupsole dan Aerobic dapat dilihat pada tabel V.7.

c. Alokasi Unit Biaya Produksi

Perhitungan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan BOP dijumlahkan menjadi harga pokok produk per unit setiap jenis produk pesanan. Perhitungan harga pokok produk untuk masing-masing produk tersebut dapat dilihat pada tabel V.4.

Kesalahan Perusahaan dalam memperlakukan biaya-biaya non produksi dan biaya tambahan, mengakibatkan tarif BOP yang dibebankan lebih kecil dari kajian teori sehingga mengakibatkan perbedaan pada harga pokok produk pesanan. Perhitungan harga pokok produk untuk masing-masing produk yang diteliti menurut kajian teori adalah:

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

Jenis Biaya	Jogger	BB. Cupsole	Aerobic
Biaya Bahan Baku	Rp 44.213	Rp 28.847,08	Rp 33.850
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp 17.721	Rp 17.671	Rp 18.800
Biaya Overhead Pabrik	Rp 32.983	Rp 18.470	Rp 22.877
Jumlah	Rp 94.917	Rp 64.988,08	Rp 75.527

Adanya perbedaan pembebanan pada tarif BOP antara perusahaan dan kajian teori, juga menyebabkan perbedaan pada harga pokok produk yang dibebankan. Dibawah ini akan disajikan tabel perbandingan perhitungan harga pokok produk menurut perusahaan dengan kajian teori.

Tabel V. 13
Perbandingan Harga Pokok Produk Pesanan Menurut
Perhitungan Perusahaan dan Kajian Teori
(Dalam Rupiah)

Jenis Biaya	Harga Pokok Produk		Selisih
	Perusahaan	Kajian Teori	
Jogger	94.917	94.917	0
BB.Cupsole	64.988,08	64.988,08	0
Aerobic	75.524	75.524	0

d. Perhitungan Harga Jual Unit Produk Pesanan

Perhitungan harga jual dengan menggunakan metode *cost-plus pricing* ditentukan sebesar biaya produksi ditambah *mark-up* yang diinginkan. *Mark-up* yang ditambahkan digunakan untuk menutup besarnya presentasi *mark-up* yang ditambahkan pada biaya. *Mark-up* yang dihitung dengan pendekatan ROI menggambarkan biaya non produksi ditentukan sebesar Rp.575.290.165 (biaya yang tidak dipengaruhi secara langsung oleh volume produk) yang harus ditutup dan return yang diinginkan perusahaan sebesar 15% dari aktiva, dimana aktiva perusahaan adalah sebesar Rp 1.164.000.000 (Lampiran 6), yang dibagi dengan biaya produksi (biaya yang dipengaruhi langsung oleh volume produk) ditentukan sebesar Rp. 3.545.627.120. Perhitungan *mark-up* yang diharapkan dapat dilihat dalam perhitungan dibawah ini:

$$\begin{aligned} \% \text{ mark up} &= \frac{\text{Labu yang diharapkan} + \text{Biaya yang tidak dipengaruhi secara langsung oleh volume produk}}{\text{Biaya yang dipengaruhi langsung oleh volume produk}} \\ &= \frac{(15\% \times 1.164.000.000) + 575.290.155}{3.545.627.120} \\ &= 0,2114 = 0,21 \text{ (pembulatan)} \end{aligned}$$

Perusahaan juga mempunyai kebijakan tersendiri dalam menentukan besarnya mark-up yang disesuaikan dengan tingkat kesulitan dalam pengerjaan produk pesanan tersebut, dari ketiga jenis produk yang diteliti perusahaan menambahkan *mark-up* masing-masing 10% untuk sepatu Jogger dan untuk BB.Cupssole dan 12% untuk sepatu Aerobic

e. Metode harga pokok penuh ditambah dengan *mark-up*

Setelah tadi menghitung persentase *Mark-up* langkah selanjutnya akan menghitung besarnya harga jual. Untuk menghitung harga jual per pasang sepatu, rumus dengan metode *Cost-plus Pricing* dengan pendekatan *Full Costing* sebagai berikut:

Harga pokok penuh per pasang	Rp xxx
<i>Mark-up</i> = y% x Harga Pokok per Pasang	xxx
	----- +
Harga Jual per Pasang	Rp xxx

Perhitungan harga jual untuk masing-masing produk adalah:

1. Sepatu Jogger

MENURUT PERUSAHAAN

Harga pokok Produksi	Rp 94.917,00
Mark-up = $10\% \times 94.917,00$	9.491,70
	<hr style="width: 100%; border: 0.5px solid black;"/>
Harga Jual per Pasang	Rp 104.408,70
Dibulatkan	Rp 104.000

MENURUT KAJIAN TEORI

Harga Pokok Produksi	Rp 94.917,00
Mark-up = $0,21 \times 94.917,00$	29.932,57
	<hr style="width: 100%; border: 0.5px solid black;"/>
Harga Jual per Unit	Rp 114.849,57
Dibulatkan	Rp 115.000

2. Sepatu BB.Cupsole

MENURUT PERUSAHAAN

Harga Pokok Produksi	Rp 64.988,08
Mark-up = $10\% \times 64.988,08$	6.498,81
	<hr style="width: 100%; border: 0.5px solid black;"/>
Harga Jual per Pasang	Rp 71.486,89
Dibulatkan	Rp 71.000

MENURUT KAJIAN TEORI

Harga Pokok Produk	Rp 64.988,08
Mark-up = $0,21 \times 64.988,08$	13.647,49
	<hr style="width: 100%; border: 0.5px solid black;"/>
Harga Jual per Pasang	Rp 78.635,57
Dibulatkan	Rp 79.000

3. Sepatu Aerobic

MENURUT PERUSAHAAN

Harga Pokok Produksi	Rp	75.527,20
$Mark-up = 12\% \times 75.527,20$		9.063,24
		+
Harga Jual per Pasang	Rp	84.590,44
Dibulatkan	Rp	85.000

MENURUT KAJIAN TEORI

Harga Pokok Produksi	Rp	75.527,20
$Mark-up = 0,21 \times 75.527,20$		15.860,71
		+
Harga Jual per Pasang	Rp	91.387,91
Dibulatkan	Rp	91.000

Berikut akan disajikan ringkasan hasil perhitungan harga jual menurut perusahaan dan menurut kajian teori, dimana perbandingan tersebut dapat langsung dianalisis.

Tabel V. 14
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	%
Sepatu Jogger	104.000	115.000	-11.000	3,98
Sepatu BB.Cupsole	71.000	79.000	-8.000	2,59
Sepatu Aerobic	85.000	91.000	6.000	1,70

Hasil penentuan harga jual menurut perusahaan dan menurut kajian teori ada perbedaan, penyebab dari perbedaan penentuan harga jual tersebut dikarenakan perusahaan tidak menetapkan perhitungan menurut

yang sebenarnya. Padahal menurut kajian teori sekecil apapun selisihnya tetap harus diperhitungkan. Namun demikian penentuan harga jual oleh PT NASA dikatakan sudah tepat.

C. Pembahasan

1. Pembahasan penentuan harga pokok produk

Setelah dilakukan analisis data terdapat perbedaan antara perhitungan menurut perusahaan dengan kajian teori. Perbedaan ini timbul karena adanya konsep perhitungan yang berbeda. Pertama, perbedaan tersebut dikarenakan perhitungan harga pokok produk perusahaan memasukkan bahan penolong pada elemen biaya bahan baku. Kedua, perbedaan pada penentuan biaya overhead pabrik. Menurut kajian teori, penyusunan anggaran biaya overhead pabrik, anggaran biaya bahan penolong dimasukkan sebagai bagian dari anggaran biaya overhead pabrik. Sedangkan oleh perusahaan anggaran biaya bahan penolong dimasukkan ke dalam elemen biaya bahan baku.

Perbedaan konsep tersebut di atas tidak menyebabkan hasil penentuan harga pokok produk antara perhitungan menurut perusahaan dengan perhitungan harga pokok produk menurut kajian teori berbeda. Dari hasil perhitungan tersebut dapat disimpulkan bahwa penentuan harga pokok produk tidak tepat, ketidaktepatan penentuan harga pokok produk tersebut tidak disadari karena perbedaan tersebut terletak pada penggolongan biaya dan penentuan biaya overhead pabrik.

2. Pembahasan penentuan harga jual produk pesanan

Dalam penentuan harga jual produk terdapat perbedaan antara perhitungan perusahaan dengan kajian teori. Perbedaan ini timbul karena adanya konsep perhitungan dan prosedur perhitungan yang berbeda, perbedaan tersebut antara lain : pertama, perbedaan pembebanan BOP terjadi karena adanya perbedaan dalam membebankan tarif BOP dan dasar perhitungan BOP. Hal ini terjadi karena adanya kesalahan yang dilakukan oleh perusahaan yaitu kesalahan dalam memperlakukan biaya-biaya non produksi yang diperlakukan sebagai biaya produksi. Disamping itu bahan tambahan dalam perhitungan menurut perusahaan tidak dimasukkan dalam anggaran BOP, sedangkan menurut kajian teori bahan tambahan tersebut merupakan elemen BOP. Kedua, perbedaan dalam perhitungan jumlah harga pokok produk, setelah dilakukan perhitungan dan kemudian dilakukan perbandingan antara hasil penentuan perusahaan dengan kajian teori dapat dilihat bahwa harga pokok produk untuk sepatu Jogger, BB outsole dan sepatu Aerobic menurut perhitungan perusahaan lebih rendah dari perhitungan menurut kajian teori. Hal ini terjadi karena adanya perbedaan tarif maupun dasar perhitungan BOP yang dibebankan pada masing-masing produk. Ketiga, perbedaan penentuan besarnya *mark up*, besarnya *mark up* dihitung dengan pendekatan ROI yaitu dihitung dengan cara menambahkan biaya non produksi pada *return* yang diinginkan atas investasi. Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan, besarnya ROI yang diinginkan perusahaan adalah sebesar 15% dari aktiva perusahaan, sedangkan *mark up* nya 21% dari

harga pokok penuh. Besarnya prosentase *mark up* menurut perusahaan didasarkan pada kebijakan perusahaan, dimana untuk ketiga jenis produk yang diteliti *mark up* yang ditambahkan untuk sepatu Jogger dan Bb Cupsole 10% dan untuk sepatu Aerobic 12%.

Perbedaan dasar dan konsep di atas menyebabkan harga jual produk sepatu Jogger, sepatu BB Cupsole dan sepatu Aerobic menurut penentuan perusahaan lebih rendah dari penentuan menurut kajian teori. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa harga jual sepatu Jogger, sepatu BB Cupsole dan sepatu Aerobic tepat karena konsep penentuan antara penentuan menurut perusahaan dan penentuan menurut kajian teori sudah sesuai.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan berdasarkan uraian data-data yang diperoleh dari PT Nagasaki Paramashoes Tangerang, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Penentuan Harga Pokok Produk

Pada PT Nagasaki Paramashoes dalam Penentuan Harga Pokok Produk tidak tepat, hal ini dikarenakan terdapat perbedaan dalam memasukkan elemen data biaya.

Perusahaan dalam pemakaian biaya bahan penolong dimasukkan ke dalam elemen biaya bahan baku, sedangkan menurut kajian teori biaya bahan penolong seharusnya dimasukkan ke dalam biaya overhead pabrik. Dari analisis yang dilakukan terdapat perbedaan dalam penentuan pembebanan biaya overhead pabrik, namun demikian hasil perhitungannya tetap sama.

Pada dasarnya penentuan harga pokok produk antara perhitungan menurut perusahaan dengan perhitungan menurut kajian teori hasilnya sama, yang berbeda hanyalah pada cara penghitungannya.

2. Penentuan Harga Jual Produk

Penentuan harga pokok produk antara perusahaan dengan kajian teori tepat, yang berbeda adalah pengelompokan biaya dalam pembebanan BOP. Perbedaan tersebut terjadi pada elemen biaya biaya penolong yang

seharusnya menurut teori bahan penolong tersebut dimasukkan ke dalam elemen biaya overhead pabrik namun oleh perusahaan elemen biaya penolong dimasukkan dalam elemen biaya bahan baku. Namun demikian hanya konsep penggolongan elemen biaya yang berbeda tetapi hasil perhitungannya tetap sama. Penentuan harga jual produk antara menurut perusahaan dengan kajian teori terjadi perbedaan ini disebabkan karena terjadi perbedaan prosentase *mark-up* antara sepatu Jogger, BB Cupsole dan Aerobic. Dengan demikian penentuan harga jual produk sudah tepat.

B. Saran

Berdasarkan dari hasil analisis data dan pembahasan di atas, penulis akan memberikan saran yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan.

1. Perusahaan sebaiknya dalam melakukan perhitungan dan pencatatan biaya lebih efisien agar diperoleh hasil yang lebih baik.
2. Dalam perhitungan harga pokok produk, sebaiknya perusahaan memisahkan bahan penolong dari elemen biaya bahan baku. Sesuai dengan kajian teori, bahwa biaya bahan penolong seharusnya diperlakukan sebagai elemen biaya overhead pabrik yang dihitung pada awal tahun anggaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Basu Swasta, DH, dan Irawan, 1990. *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Liberty.
- 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.
- Lukman Syamsuddin, 1985. *Manajemen Keuangan Perusahaan, Konsep Aplikasi Dalam Perencanaan, Pengawasan dan Pengambilan Keputusan*, Yogyakarta: YP2LPM Hanindita.
- Mulyadi, 1990. *Akuntansi Biaya*. Edisi ke-4. Yogyakarta: BPFE
- _____, 1984. *Akuntansi Biaya Untuk Manajemen*. Edisi ke-4. Yogyakarta: BPFE.
- _____, 1991. *Akuntansi Biaya*, Edisi 5. Yogyakarta: BPSTIE YKPN.
- _____, 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, 1992. *Akuntansi Manajemen: Proses Pengendalian Manajemen*, Yogyakarta: STIE YKPN.
- _____, 1985. *Akuntansi Biaya, Pengumpulan Biaya dan Penentuan Harga Pokok*. Edisi ke-2. Yogyakarta: BPFE..

LAMPIRAN

PT NAGASAKTI PARAMASHOES
TANGERANG

Kartu Harga Pokok Pesanan

Nama Pemesan : Jaco American. Ltd No. Pesanan : 051
 Jenis Produk : Sepatu Jogger Tanggal Pesanan : 26/04/2001
 Jumlah : 1.250 pasang Tanggal selesai : 21/06/2001

Biaya Bahan Baku

Tgl.	Keterangan	Pemakaian (Rp)	Jumlah (Rp)
	Bahan Pokok		
	▪ Kulit	18.241 m	32.485.346
	▪ Karet	16.722 m	23.772.400
Jumlah pemakaian biaya bahan pokok			56.257.746
	Bahan Penolong		
	▪ Busa	8.335 m	1.647.530
	▪ Texon	6.975 m	1.753.750
	▪ Benang	7.210 m	1.874.564
	▪ Tali sepatu	5.036 m	1.785.746
	▪ Lem	5.861 kg	1.886.105
	▪ Label dan karton	7.213 m	977.059
Jumlah pemakaian biaya bahan penolong			9.924.754
Jumlah pemakaian biaya bahan baku			66.182.500

Biaya Tenaga Kerja Langsung

Tgl.	Keterangan	Pemakaian (Rp)	Jumlah (Rp)
	▪ Bagian upper	6.250 kg	4.450.000
	▪ Bagian outsole	1.250 pasang	8.950.000
	▪ Bagian Assembly	1.250 pasang	8.751.250
Jumlah pemakaian biaya tenaga kerja langsung			22.151.250

Biaya Overhead Pabrik

Tgl.	Keterangan	Tarif	Jumlah (Rp)
Jumlah pemakaian biaya overhead pabrik			30.312.499
Jumlah biaya produksi			118.646.249



PT NAGASAKI PARAMASHOES
TANGERANG

Kartu Harga Pokok Pesanan

Nama Pemesan : Jaco American. Ltd No. Pesanan : 052
Jenis Produk : Sepatu BB Cupsole Tanggal Pesanan : 26/04/2001
Jumlah : 750 pasang Tanggal selesai : 27/06/2001

Biaya Bahan Baku

Tgl.	Keterangan	Pemakaian (Rp)	Jumlah (Rp)
	Bahan Pokok		
	▪ Karet	13.921 m	5.450.235
	▪ Kain	10.187 m	8.540.320
	▪ Sponge	9.801 m	4.464.525
	Jumlah pemakaian biaya bahan pokok		18.455.080
	Bahan Penolong		
	▪ Busa	9.380 m	1.775.441
	▪ Texon	7.194 m	1.583.652
	▪ Benang	8.285 m	795.750
	▪ Tali sepatu	5.625 m	968.564
	▪ Lem	4.821 m	857.373
	▪ Label dan karton	6.910 m	566.950
	Jumlah pemakaian biaya bahan penolong		6.547.730
	Jumlah pemakaian biaya bahan baku		25.002.810

Biaya Tenaga Kerja Langsung

Tgl.	Keterangan	Pemakaian (Rp)	Jumlah (Rp)
	▪ Bagian upper	3.350 kg	6.750.000
	▪ Bagian outsole	750 psg	3.753.000
	▪ Bagian Assembly	750 psg	2.750.250
	Jumlah pemakaian biaya tenaga kerja langsung		13.253.250

Biaya Overhead Pabrik

Tgl.	Keterangan	Tarif	Jumlah (Rp)
	Jumlah pemakaian biaya overhead pabrik		10.485.000
	Jumlah biaya produksi		48.741.060

PT NAGASAKTI PARAMASHOES

TANGERANG

Kartu Harga Pokok Pesanan

Nama Pemesan : Jaco American. Ltd No. Pesanan : 053
Jenis Produk : Sepatu Aerobic Tanggal Pesanan : 26/04/2001
Jumlah : 1.000 pasang Tanggal selesai : 27/06/2001

Biaya Bahan Baku

Tgl.	Keterangan	Pemakaian (Rp)	Jumlah (Rp)
	Bahan Pokok		
	▪ Karet	8.450 m	23.563.730
	▪ Kain	6.408 m	11.286.273
	Jumlah pemakaian biaya bahan pokok		34.850.003
	Bahan Penolong		
	▪ Busa	5.864 m	1.133.400
	▪ Benang	8.725 m	975.461
	▪ Tali sepatu	6.243 m	752.575
	▪ Head counter	5.670 m	925.682
	▪ Lem	4.176 kg	864.324
	▪ Label dan karton	5.840 m	945.758
	Jumlah pemakaian biaya bahan penolong		5.597.200
	Jumlah pemakaian biaya bahan baku		39.447.203

Biaya Tenaga Kerja Langsung

Tgl.	Keterangan	Pemakaian (Rp)	Jumlah (Rp)
	▪ Bagian upper	4.400 m	5.453.000
	▪ Bagian outsole	1.000 psg	8.597.000
	▪ Bagian Assembly	1.000 psg	4.750.000
	Jumlah pemakaian biaya tenaga kerja langsung		18.800.000

Biaya Overhead Pabrik

Tgl.	Keterangan	Tarif	Jumlah (Rp)
	Jumlah pemakaian biaya overhead pabrik		17.280.000
	Jumlah biaya produksi		75.527.203

Lampiran 2

Perhitungan Biaya Bahan Baku

- **Sepatu Jogger**

Biaya Bahan Baku

- Kulit	Rp. 32.485.346,-	
- Karet	Rp. 23.772.400,-	
	<hr/>	+
	Rp. 56.257.746,-	
Biaya Bahan Penolong	Rp. 9.924.754,-	
	<hr/>	+
Total pemakaian biaya bahan baku	Rp. 66.182.500,-	

Jumlah produk yang dihasilkan 1.250 pasang.

Jumlah biaya bahan baku per pasang $\frac{Rp.66.182.500}{1.250} = Rp.52.946$

- **Sepatu BB. Cupsole**

Biaya Bahan Baku

- Kulit	Rp. 5.450.235,-	
- Kain	Rp. 8.540.320,-	
- Karet	Rp. 4.464.525,-	
	<hr/>	+
	Rp.18.455.080,-	
Biaya Bahan Penolong	Rp. 6.547.730,-	
	<hr/>	+
Total pemakaian biaya bahan baku	Rp. 25.002.810,-	

Jumlah produk yang dihasilkan 750 pasang.

Jumlah biaya bahan baku per pasang $\frac{Rp.25.002.810}{750} = Rp.33.337,08$

- **Sepatu Aerobic**

Biaya Bahan Baku

- Karet	Rp. 23.53.730,-	
- Kain	Rp. 11.286.273,-	
	<hr/>	+
	Rp. 34.850.003,-	

Biaya Bahan Penolong	Rp. 5.597.200,-	
	<hr/>	+
Total pemakaian biaya bahan baku	Rp. 39.447.203,-	

Jumlah produk yang dihasilkan 750 pasang.

Jumlah biaya bahan baku per pasang $\frac{Rp.39.447.203}{1.000} = Rp.39.447.20$

Lampiran 3

Perhitungan Biaya Tenaga Kerja Langsung

❖ Sepatu Jogger

Bahan Tenaga Kerja Langsung

- Bagian Upper Rp. 4.450.000,-

Jumlah produk yang dihasilkan 1.250 pasang

Biaya per pasang $\frac{\text{Rp. 4.450.000,-}}{1.250} = \text{Rp. 3.560,-}$

- Bagian Outsole Rp. 8.950.000,-

Jumlah produk yang dihasilkan 1.250 pasang

Biaya per pasang $\frac{\text{Rp. 8.950.000,-}}{1.250} = \text{Rp. 7.160,-}$

- Bagian Assembly Rp. 8.751.250,-

Jumlah produk yang dihasilkan 1.250 pasang

Biaya per pasang $\frac{\text{Rp. 8.751.250,-}}{1.250} = \text{Rp. 7.001,-}$

❖ Sepatu BB. Cupsole

Biaya Tenaga Kerja Langsung

- Bagian Upper Rp. 6.750.000,-

Jumlah produk yang dihasilkan 750 pasang

Biaya per pasang $\frac{\text{Rp. 6.750.000,-}}{750} = \text{Rp. 9.000,-}$

- Bagian Outsole Rp. 3.753.000,-

Jumlah produk yang dihasilkan 750 pasang

Biaya per pasang $\frac{\text{Rp. 3.753.000,-}}{750} = \text{Rp. 5.004,-}$

- Bagian Assembly Rp. 2.750.250,-

Jumlah produk yang dihasilkan 750 pasang

Biaya per pasang $\frac{\text{Rp. 2.750.250,-}}{750} = \text{Rp. 3.667,-}$

❖ Sepatu Aerobic

Biaya Tenaga Kerja Langsung

- Bagian Upper Rp. 5.453.000,-

Jumlah produk yang dihasilkan 1.000 pasang

Biaya per pasang $\frac{\text{Rp. 5.453.000,-}}{1.000} = \text{Rp. 5.453,-}$

- Bagian Outsole Rp. 8.597.000,-

Jumlah produk yang dihasilkan 1.000 pasang

Biaya per pasang $\frac{\text{Rp. 8.597.000,-}}{1.000} = \text{Rp. 8.597,-}$

- Bagian Assembly Rp. 4.750.000,-

Jumlah produk yang dihasilkan 1.000 pasang

Biaya per pasang $\frac{\text{Rp. 4.750.000,-}}{1.000} = \text{Rp. 4.750,-}$

Lampiran 4

Perhitungan BOP Menurut Perusahaan

- **Sepatu Jogger**

Biaya Overhead Pabrik Rp. 30.312.499,-

Jumlah produk yang dihasilkan 1.250 pasang

Jumlah biaya overhead pabrik per pasang $\frac{\text{Rp.30.312.499,-}}{1.250} = \text{Rp.24.250,-}$

- **Sepatu BB. Cupsole**

Biaya Overhead Pabrik Rp. 10.485.000,-

Jumlah produk yang dihasilkan 750 pasang

Jumlah biaya overhead pabrik per pasang $\frac{\text{Rp.10.485.000,-}}{750} = \text{Rp.13.980,-}$

- **Sepatu Aerobic**

Biaya Overhead Pabrik Rp. 17.280.000,-

Jumlah produk yang dihasilkan 1.000 pasang

Jumlah biaya overhead pabrik per pasang $\frac{\text{Rp.17.280.000,-}}{1.000} = \text{Rp.17.280,-}$

Lampiran 5

Perhitungan BOP Menurut Kajian Teori

▪ Sepatu Jogger

Biaya Overhead Pabrik	Rp. 30.312.499,-	
Biaya bahan penolong	Rp. 10.916.250,-	
	<hr/>	+
	Rp. 41.228.749,-	

Jumlah produk yang dihasilkan 1.250 pasang

$$\text{Jumlah Biaya Overhead Pabrik per pasang} = \frac{\text{Rp.41.228.749}}{1.250} = \text{Rp.32.983}$$

▪ Sepatu BB. Cupsole

Biaya Overhead Pabrik	Rp. 10.485.000,-	
Biaya bahan penolong	Rp. 3.367.500,-	
	<hr/>	+
	Rp. 13.852.500,-	

Jumlah produk yang dihasilkan 750 pasang

$$\text{Jumlah Biaya Overhead Pabrik per pasang} = \frac{\text{Rp.13.852.500}}{750} = \text{Rp.18.470}$$

▪ Sepatu Aerobic

Biaya Overhead Pabrik	Rp. 17.280.000,-	
Biaya bahan penolong	Rp. 5.597.200,-	
	<hr/>	+
	Rp. 22.877.200,-	

Jumlah produk yang dihasilkan 1.000 pasang

$$\text{Jumlah Biaya Overhead Pabrik per pasang} = \frac{\text{Rp.22.877.200}}{1.000} = \text{Rp.22.877}$$

Lampiran 7

PT. NAGASAKTI PARAMOSHOES					
NERACA					
Per 31 Des 2001					
AKTIVA			PASSIVA		
AKTIVA LANCAR			HUTANG LANCAR		
Kas dan Bank	Rp.	41.375.280	Hutang Bank	Rp.	375.413.720
Piutang Dagang		165.281.193	Hutang Dagang		250.116.285
Persed. Barang Jadi		223.116.050	Total Hutang Lancar	Rp.	625.530.005
Persed. Bahan Baku		249.627.520	HUTANG JANGKA PANJANG		
Persed. BPD		68.243.072	Hutang Bank		62.663.740
Total Aktiva Lancar		747.643.115	Total Hutang Jangka Panjang		62.663.740
AKTIVA TETAP BERSIH			MODAL		
Tanah	Rp.	100.369.856	Modal Saham		450.500.000
Gedung		159.285.103	Laba Ditahan		25.306.255
Kendaraan		61.354.100	Total Modal		475.806.255
Mesin		58.324.400			
Peralatan kantor		37.023.426			
	Rp.	416.356.885			
TOTAL AKTIVA	Rp.	<u>1.164.000.000</u>	TOTAL PASSIVA		<u>1.164.000.000</u>

