

SKRIPSI

**ANALISIS PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUKSI
BERDASARKAN PESANAN UNTUK MENENTUKAN
HARGA JUAL PADA CV ABADI ADVERTISING
DI KOTA MAKASSAR**

**SUSTIKA
105730432013**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR
2018**

**ANALISIS PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUKSI
BERDASARKAN PESANAN UNTUK MENENTUKAN
HARGA JUAL PADA CV. ABADI ADVERTISING
DI KOTA MAKASSAR**

SUSTIKA

105730432013

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

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR
2018**



HALAMAN PERSETUJUAN

JUDUL SKRIPSI : ANALISIS PERHITUNGAN HARGA POKOK
PRODUKSI BERDASARKAN PESANAN UNTUK
MENENTUKAN HARGA JUAL PADA CV. ABADI
ADVERTISING DI KOTA MAKASSAR
NAMA : SUSTIKA
NO. STAMBUK : 105730432013
PROGRAM STUDI : AKUNTANSI (S1)
PERGURUAN TINGGI : UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

Menyatakan bahwa skripsi ini telah diperiksa dan diujikan di depan Dosen
Penguji Skripsi Strata Satu (S1) pada Hari Senin, 12 Februari 2018. Pada Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.


Makassar, 12 Februari 2018

Menyetujui

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Hj. Ruliaty, MM



Abd. Salam HB, SE, M.Si, Ak, CA
NIDN :0117075210

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Jurusan Akuntansi


Ismail Rasulong, SE, MM
NBM : 903078


Ismail Badollahi, SE, M.Si, Ak, CA
NBM : 1073428



HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi atas Nama SUSTIKA, Nim 105730432013 ini telah diperiksa dan diterima oleh Panitia Ujian Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis dengan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor SK 17 Tahun 1439 H/ 2018 M dan telah dipertahankan di depan penguji pada hari Senin, 12 Februari 2018 M, sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

26 Jumadil Awal 1439 H
Makassar,-----
12 Februari 2018 M

Panitia Ujian

1. Pengawas Umum: Dr. H. Rahman Rahim, SE, MM

(Rektor Unismuh Makassar)



2. Ketua: Ismail Rasulong, SE, MM

(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis)



3. Sekretaris: Drs. H. Sultan Sarda, SE, M.Si

(Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis)



4. Penguji:

a) Dr. Agussalim HR, SE, MM



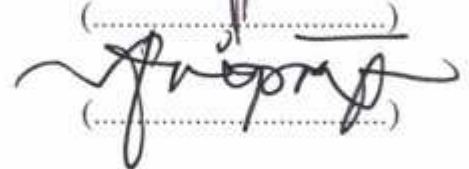
b) Andi Arman, SE, M.Si, Ak, CA



c) Muttiarni, SE, M.Si



d) Moh Aris Pasigai, SE, MM



MOTTO

Sesungguhnya bersama kesukaran itu ada keinginan. Karena itu bila kau Sudah selesai (mengerjakan yang lain). Dan berharaplah kepada Tuhanmu

.(Q.S Al-Insyirah : 68)

Untuk ribuan tujuan yang harus kucapai, untuk jutaan impian yang akan kukejar, untuk sebuah pengharapan, agar hidup jauh lebih bermakna, hidup tanpa mimpi ibarat arus sungai. Mengalir tanpa tujuan. Teruslah belajar, berusaha, dan berdoa untuk menggapainya. Jatuh berdiri lagi, kalah mencoba lagi, gagal bangkit lagi. Never give up! Sampai Allah SWT berkata “waktunya pulang”

Persembahan

Hanya sebuah karya kecil dan untaian kata-kata ini yang dapat kupersembahkan untuk kalian semua, terutama untuk kedua orang tuaku, keluarga serta sahabat-sahabatku.

ABSTRAK

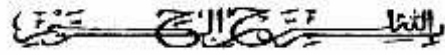
SUSTIKA. 2018. Analisis perhitungan harga pokok produksi berdasarkan pesanan untuk menentukan harga jual pada CV. Abadi Advertising di kota Makassar. Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh Hj.Ruliaty dan Abd.Salam HB.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perhitungan harga pokok produksi berdasarkan pesanan dalam penentuan harga jual pada CV. Abadi Advertising di kota Makassar. Pengumpulan data dilakukan dengan pengamatan dan dokumentasi. Data yang dikumpulkan diolah dengan menggunakan metode komparatif dengan membandingkan proses perhitungan dan pembebanan harga pokok produksi berdasarkan pesanan dengan metode perhitungan harga pokok produksi berdasarkan teori yang terdapat dalam berbagai buku referensi.

Dari hasil analisis, memperlihatkan bahwa *job order costing* dengan dua asumsi BOP 50%, BTKL, dan asumsi BOP 25% dari BBB, dapat dijelaskan bahwa pada produk yang dijadikan sampel oleh penulis yaitu kalender dan baliho menghasilkan biaya produksi dan harga jual yang lebih rendah ketika dibebankan 50% dari BTKL dibandingkan dengan pembebanan 25% dari BBB, dari ketiga jenis pesanan, yakni kalender, undangan, dan baliho menghasilkan biaya produksi yang berbeda sehingga total penjualan yang berbeda pula.

Kata Kunci: *Job order costing*, Biaya Bahan Baku (BBB), Biaya Tenaga Kerja Langsung (BTKL), Biaya Overhead Pabrik (BOP).

KATA PENGANTAR



Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga skripsi yang berjudul “**Analisis perhitungan harga pokok produksi berdasarkan pesanan untuk menentukan harga jual pada CV. Abadi Advertising di kota Makassar**” ini dapat diselesaikan. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memperoleh gelar sarjana pada program studi Akuntansi, fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Dalam menyelesaikan skripsi ini penulis mendapat bantuan, bimbingan dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Bapak Dr. H Abd Rahman Rahim, SE,MM selaku rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Bapak Ismail Rasulong, SE.,MM. Selaku dekan fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar
3. Bapak Ismail Badollahi, SE.,M.si.Ak.CA selaku ketua jurusan Akuntansi beserta seluruh stafnya
4. Ibu Hj.Ruliaty, MM Selaku pembimbing I dan bapak Abd.Salam HB, SE.M.Si, Ak, CA selaku pembimbing II yang telah membantu serta membimbing dalam menyelesaikan skripsi ini
5. Bapak Hendra Susilo di CV. Abadi Advertising di kota Makassar yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian. Dan segenap staf CV. Abadi Advertising yang telah banyak membantu memberikan data dan informasi yang berguna dalam penelitian

6. Bapakku Dahlan dan ibuku Suriani selaku orang tua penulis yang peduli pada pendidikan anaknya dan memberikan cinta kasih tulus dan doa sehingga penulisan skripsi ini dapat selesai
7. Kakak anchu yang selalu memberikan motivasi dan doa yang tiada hentinya
8. Sahabat-sahabatku Nurhidayah Arsyad SE, Kiki Ratna Sari SE, Arsi Cahyani SE dan Muh.Isnan Fachrul yang selalu memberikan semangat dan bantuan
9. Teman-teman seperjuangan Andi Wawing Sriani dan Nur Qodryati yang selalu menemani dan membantu dalam proses bimbingan skripsi dan teman-teman Akuntansi angkatan 2013 yang banyak memberikan informasi
10. Keluarga, rekan dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangannya, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Wassalamu alaikum warahmatullahi wabarakatu

Makassar, 05 februari 2018

Penulis

sustika

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian.....	3
D. Manfaat hasil Penelitian	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Pengertian akuntansi biaya	5
B. Harga pokok produksi	5
C. Harga jual	17
D. Hubungan antara harga pokok produksi dengan penetapan harga jual	22
E. Penelian terdahulu	24
F. Kerangka pikir	30
G. Hipotesis	3

BAB III METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	32
B. Jenis dan sumber data.....	32
C. Teknik pengumpulan data.....	33
D. Definisi Operasional.....	34
E. Metode penganalisaan Data.....	34

BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Singkat Perusahaan.....	37
B. Visi dan Misi.....	38
C. Stuktur Orgnisasi CV. Abadi Advertising.....	38
D. Deskripsi Pekerjaan.....	39

BAB V PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Perhitungan Harga Pokok Produksi CV Abadi Advertising.....	41
B. Perhitungan Biaya Produksi dan Harga Jual Menurut Perusahaan.....	42
C. Perhitungan Biaya Produksi dan Harga Jual Berdasarkan Pesanan Menuru Job Order Costing.....	47
D. Penentuan Selisih BOP dengan Asumsi berdasarkan 50% dari BTKL dan 25% dari BBB.....	56

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan.....	62
B. Saran.....	63

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.	Bagan Kerangka Pikir	31
2.	Struktur Organisasi	39

DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
2.1 Penelitian Terdahulu	24
5.1 Biaya bahan baku untuk pembuatan kalender 20.000 lembar	45
5.2 biaya bahan baku untuk pembuatan undangan 6.000 lembar	45
5.3 biaya bahan baku untuk pembuatan baliho 25 lembar	45
5.4 biaya tenaga kerja langsung untuk pembuatan kalender 20.000 lembar	46
5.5 biaya tenaga kerja langsung untuk pembuatan undangan 6.000 lembar	46
5.6 biaya tenaga kerja langsung untuk pembuatan baliho 25. lembar	46
5.7 biaya overhead pabrik untuk pembuatan kalender sebanyak 20.000 lembar	47
5.8 biaya overhead pabrik untuk pembuatan undangan sebanyak 6.000 lembar	47
5.9 biaya overhead pabrik untuk pembuatan baliho sebanyak 25 lembar.	48
5.10 Rincian Biaya Kalender untuk 20.000 Lembar	48
5.11 Rincian Biaya undangan untuk 6000 lembar	49
5.12 Rincian Biaya Baliho untuk 25 lembar	50
5.13 Perhitungan harga pokok produksi dan harga jual CV. Abadi Advertising di Kota Makassar	52
5.14 jumlah bahan baku kalender sebanyak 20.000 lembar.....	53
5.15 biaya tenaga kerja langsung untuk pembuatan kalender sebanyak 20.000 lembar	54
5.16 biaya overhead pabrik untuk pembuatan kalender sebanyak 20.000 lembar	54
5.17 jumlah bahan baku kalender sebanyak 6.000 lembar.....	55
5.18 biaya tenaga kerja langsung untuk pembuatan undangan sebanyak 6.000 lembar	55
5.19 biaya overhead pabrik untuk pembuatan undangan sebanyak 6.000 lembar	56
5.20 jumlah bahan baku baliho sebanyak 25 lembar	57

5.21 biaya tenaga kerja langsung untuk pembuatan baliho sebanyak 25 lembar	57
5.22 biaya overhead pabrik untuk pembuatan baliho sebanyak 25 lembar	57
5.23 jumlah bahan baku kalender sebanyak 20.000 lembar.....	59
5.24 biaya tenaga kerja langsung untuk pembuatan kalender sebanyak 20.000 lembar	59
5.25 biaya overhead pabrik untuk pembuatan kalender sebanyak 20.000 lembar	60
5.26 jumlah bahan baku kalender sebanyak 6.000 lembar.....	61
5.27 biaya tenaga kerja langsung untuk pembuatan undangan sebanyak 6.000 lembar	61
5.28 biaya overhead pabrik untuk pembuatan undangan sebanyak 6.000 lembar	61
5.29 jumlah bahan baku baliho sebanyak 25 lembar	62
5.30 biaya tenaga kerja langsung untuk pembuatan baliho sebanyak 25 lembar	63
5.31 biaya overhead pabrik untuk pembuatan baliho sebanyak 25 lembar.....	63
5.32 Perhitungan harga pokok produksi dan harga jual berdasarkan asumsi 50% BTKL <i>job order costing</i>	66
5.33 Perhitungan harga pokok produksi dan harga jual berdasarkan asumsi 25% BBB <i>job order costing</i>	66
5.34 Perbandingan harga produk dan harga jual pada CV Abadi Advertising di kota Makassar dengan <i>job order costing</i>	67
5.35 harga pokok pesanan menurut <i>job order costing</i>	68
5.36 selisih BOP berdasarkan asumsi 50% dari BTKL	71
5.37. selisih BOP berdsarkan asumsi 25% dari BBB.....	71

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Munculya persaingan dalam dunia usaha dapat mendorong setiap perusahaan untuk lebih maju dan berkembang. Untuk mencapai kemajuan dan perkembangan tersebut setiap perusahaan dituntut untuk memanfaatkan dan mengendalikan sumber daya yang ada, sehingga perusahaan dapat memperoleh keuntungan yang maksimal. Oleh karena itu pihak manajemen perusahaan harus mampu memaksimalkan faktor-faktor produksi, baik berupa sumber daya manusia maupun sumber daya alam yang akan digunakan untuk menghasilkan suatu barang (komoditas) sesuai dengan bidang usaha masing-masing.

Suatu perusahaan didirikan tentu memiliki tujuan yang ingin dicapai. Dari sekian banyak tujuan tersebut yang paling utama adalah mendapatkan keuntungan (laba). Laba yang dihasilkan perusahaan dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah biaya produksi. Ketepatan dan ketelitian dalam melakukan perhitungan harga pokok produksi menjadi salah satu faktor penentu berhasilnya perusahaan dalam menjalankan usahanya. Karena dengan mengetahui harga pokok produksi yang tepat akan membantu pimpinan perusahaan untuk mengambil kebijakan dalam penentuan harga pokok penjualan suatu produk agar menghasilkan keuntungan (laba).

Harga pokok produksi merupakan komponen penting untuk menilai tingkat keberhasilan suatu perusahaan. Adanya informasi harga pokok produksi

ini dapat membantu pihak manajemen untuk mengambil keputusan mengenai suatu produk yang dihasilkan baik tentang harga jual maupun keputusan-keputusan lain yang dapat menunjang kelanjutan suatu produk. Pada perusahaan yang mengolah bahan baku menjadi produk jadi, biaya produksi dikelompokkan dalam tiga macam biaya yaitu biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik. Pengelompokan tersebut dimaksudkan untuk membantu dalam perencanaan dan penentuan harga pokok produksi.

Metode harga pokok pesanan merupakan suatu metode yang digunakan didalam mengumpulkan biaya-biaya produksi untuk pesanan tertentu dengan tujuan untuk mengetahui besarnya harga pokok persatuan barang yang diproduksi. Metode ini hanya dapat digunakan oleh perusahaan yang memproduksi berdasarkan pesanan dan pihak luar. Misalnya, perusahaan yang bergerak dibidang percetakan, perusahaan meubel dan perusahaan lain.

CV. Abadi Advertising di kota Makassar merupakan perusahaan yang bergerak dibidang percetakan yang menghasilkan produk berupa undangan, baliho, kalender, mug bergambar, ID card, poster dan lain-lain. Dalam menjalankan operasinya, produk yang dilakukan tidak tergantung pada anggaran produksi tetapi produksi dilakukan berdasarkan order-order yang diterima.

Biaya overhead belum bisa dipastikan atau ditelusuri biaya-biayanya karena perusahaan akan memproduksi produk ketika ada pesanan yang masuk, jadi ada kesepakatan dalam penetapan harga produk sebelum produk tersebut diproses, seharusnya dengan penggunaan *job order costing BOP* dibebankan berdasarkan tarif yang ditentukan dimuka. Menurut Supriyono (2005:304-312)

dasar-dasar pembebanan BOP ada beberapa jam kerja langsung, dan berdasarkan jam mesin. Demikian halnya dengan penentuan harga jual menurut Swastha (2007:154) ada beberapa metode penentuan harga jual yaitu *Cost-Plus Pricing Method* dan *Mark-Uo Pricing Method*. Dari uraian yang dikemukakan tersebut penulis tertarik melakukan penelitian yang diberi judul “Analisis perhitungan harga pokok produksi berdasarkan pesanan untuk menentukan harga jual pada CV. Abadi advertising di kota Makassar”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimanakah perhitungan harga pokok produksi berdasarkan pesanan dalam penentuan harga jual pada CV. Abadi Advertising di kota Makassar”.

C. Tujuan Penelitian

Sehubungan dengan permasalahan diatas maka tujuan yang ingin dicapai dalam penulisan ini adalah untuk mengetahui perhitungan harga pokok produksi berdasarkan pesanan dalam penentuan harga jual pada CV. Abadi Advertising di kota Makassar.

D. Manfaat Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat terutama bagi:

1. Lembaga pendidikan tinggi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah/memperkaya karya-karya ilmiah bagi lembaga pendidikan tinggi, yang dapat dijadikan

sebagai liberator atau acuan bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian selanjutnya.

2. Bagi perusahaan

Dapat memberikan informasi kepada pimpinan perusahaan rehadap kebijakan yang telah ditempuh sehingga bisa digunakan sebagai alat perbandingan untuk kebijaksanaan selanjutnya.

3. Bagi peneliti

Sebagai bahan pustaka bagi mahasiswa dan pihak yang ingin melakukan penelitian lanjutan tentang topik dan masalah yang sama.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Akuntansi Biaya

Akuntansi secara umum adalah proses pencatatan , penggolongan, peringkasan dan penyajian dengan cara-cara tertentu dari transaksi keuangan yang terjadi. Sedangkan biaya dalam pengertian luas merupakan pengorbanan yang telah terjadi atau mungkin akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu.

Akuntansi biaya adalah salah satu cabang akuntansi yang merupakan alat manajemen dalam memonitor dan merekam transaksi biaya secara sistematis, serta menyajikan informasi biaya dalam bentuk laporan biaya (Supriyon,12;2011).

Dari pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa akuntansi biaya adalah cabang atau konsentrasi dari akuntansi secara umum yang bertugas melakukan proses pencatatan, penggolongan dan penyajian biaya pembuatan produk dengan tujuan untuk memonitor dan merekam transaksi biaya secara sistematis, serta menyajikan informasinya dalam bentuk laporan biaya.

B. Harga pokok produksi

1. Pengertian harga pokok produksi

Pada pembahasan sebelumnya telah dikemukakan bahwa yang dimaksud dengan biaya adalah seluruh pengeluaran yang harus dikeluarkan dan dikorbankan dalam menciptakan suatu barang dan jasa mulai dari kegiatan produksi sampai barang atau jasa siap dijual atau dipasarkan. Mengingat harga pokok produksi merupakan satuan barang yang dihasilkan dalam perhitungan

harga pokok produksi yang sangat penting, jadi terlebih dahulu dihitung unsur-unsur dari setiap jenis biaya yang terlibat dalam menciptakan barang atau jasa yang akan disalurkan dari produsen ke konsumen.

Pembuatan produk dalam menentukan harga pokok produksi terdiri dari dua kelompok biaya yaitu biaya produksi dan non produksi. Biaya produksi merupakan biaya yang dikeluarkan dalam pengolahan bahan baku menjadi produk, sedangkan biaya non produksi seperti kegiatan administrasi umum. Biaya produksi membentuk harga pokok produksi yang digunakan untuk menghitung harga pokok produksi yang sudah jadi dan yang masih dalam proses selama satu periode tertentu. Biaya non produksi ditambahkan pada harga pokok produksi untuk menghitung total harga pokok produksi.

Berbicara mengenai harga pokok produksi, berikut ini akan diuraikan elemen-elemen harga pokok produksi dengan mengemukakan pendapat pakar akuntansi biaya yaitu Carter (2009:40) mengemukakan bahwa: “elemen-elemen biaya produksi terdiri dari biaya bahan langsung, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik”.

Hal ini sangat penting mengingat harga pokok produksi merupakan biaya dari satuan barang yang dihasilkan sehingga dalam perhitungan harga pokok produksi terlebih dahulu dihitung dari unsur-unsur setiap jenis biaya yang terlibat dalam menciptakan suatu barang atau jasa tersebut yang akan disalurkan dari produsen ke konsumen. Sedapat mungkin menghitung harga pokok produksi dilakukan dengan teliti dan tepat, baik oleh perusahaan yang bergerak di bidang produksi, maupun bidang usaha lainnya. Bila terjadi

perhitungan harga pokok produksi yang tidak teliti atau tidak ekonomis maka dapat mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan.

Harga pokok produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi dalam pengolahan bahan baku menjadi produk jadi untuk siap dipasarkan. Untuk dapat menentukan harga jual secara tepat, maka diperlukan perhitungan harga pokok suatu produk secara benar. Harga pokok produksi juga merupakan dasar untuk menentukan harga jual, karena harga pokok memberikan tingkat restasi yang diusahakan untuk diperoleh bagi pengorbanan yang telah dilakukan.

Harga pokok produksi yaitu biaya yang menunjukkan bahan langsung, tenaga kerja langsung, dan overhead pabrik yang terjadi selama satu periode dan di bebaskan ke barang dalam proses dan barang jadi (Garrison,79;2006).

Sukirno (2008:207) menyebutkan harga pokok produksi adalah semua pengeluaran yang dilakukan perusahaan untuk memperoleh faktor-faktor produksi dan bahan mentah yang akan digunakan untuk menciptakan barang-barang yang diproduksi untuk perusahaan tersebut.

Kemudian R.A Supriyono (2013:16) memberikan pengertian bahwa harga pokok produksi adalah jumlah yang dapat diukur oleh satuan uang dalam bentuk kas yang dibayarkan, nilai aktiva lainnya yang diserahkan/dikorbankan, atau hutang yang timbul, atau tambahan modal dalam rangka pemilikan barang dan jasa yang diperlukan perusahaan, baik pada masa lalu (harga perolehan yang telah terjadi) maupun pada masa yang akan datang (harga perolehan yang akan terjadi).

Dari pengertian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa harga pokok produksi merupakan biaya-biaya yang dapat diukur dengan satuan uang untuk memperoleh faktor-faktor produksi dan bahan mentah yang digunakan untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi siap untuk dijual, dimana biaya-biaya ini terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik.

2. Manfaat informasi harga pokok produksi

Dalam perusahaan manufaktur, informasi harga pokok produksi yang dihitung untuk jangka waktu tertentu bermanfaat bagi manajemen, menurut Mulyadi (2007:39) adalah untuk:

- 1) Menentukan harga jual yang akan dibebankan kepada pemesan
Perusahaan yang produksinya berdasarkan pesanan memproses produknya berdasarkan spesifikasi yang ditentukan oleh pemesan. Dengan demikian biaya produksi antara pesanan yang satu akan berbeda dengan biaya produksi pesanan yang lain, tergantung spesifikasi yang dikehendaki pemesan. Oleh karena itu harga jual yang dibebankan kepada pemesan sangat ditentukan oleh besarnya biaya produksi yang akan dikeluarkan untuk memproduksi pesanan tersebut.
- 2) Mempertimbangkan penerimaan atau penolakan pesanan
Ada kalanya harga jual produk yang dipesan oleh pemesan telah terbentuk dipasar, sehingga keputusan yang perlu dilakukan oleh manajemen adalah menerima atau menolak pesanan. Untuk memungkinkan pengambilan keputusan tersebut, manajemen memerlukan informasi total harga pokok pesanan memberikan dasar perlindungan bagi manajemen agar didalam menerima pesanan perusahaan tidak mengalami kerugian.
- 3) Memantau realisasi biaya produksi
Setelah pesanan diterima maka manajemen memerlukan informasi biaya produksi yang sesungguhnya dikeluarkan didalam memenuhi pesanan tersebut. Oleh karena itu, akuntansi biaya digunakan untuk mengumpulkan informasi biaya produksi tiap pesanan diterima untuk memantau apakah proses produksi untuk memenuhi pesanan tertentu menghasilkan total biaya produksi pesanan sesuai dengan yang diperhitungkan sebelumnya.

- 4) Menghitung laba atau rugi bruto tiap pesanan
Untuk mengetahui apakah pesanan tertentu mampu menghasilkan laba atau rugi bruto, manajemen memerlukan informasi biaya produksi yang telah dikeluarkan untuk memproduksi pesanan tertentu. Informasi laba atau rugi bruto tiap pesanan diperlukan untuk mengetahui kontribusi tiap pesanan dalam menutup biaya produksi dalam menghasilkan laba atau rugi.
- 5) Menentukan harga pokok persediaan produk jadi dan produk dalam proses yang disajikan dalam neraca
Pada saat manajemen dituntut untuk membuat pertanggungjawaban periodik, manajemen harus menyajikan laporan keuangan berupa neraca dan laporan rugi laba. Didalam neraca, manajemen harus menyajikan harga pokok persediaan produk jadi dan harga pokok produk yang pada tanggal neraca yang masih dalam proses. Untuk tujuan tersebut, manajemen perlu menyelenggarakan catatan biaya produksi tiap pesanan. Berdasarkan catatan biaya produksi tiap pesanan manajemen dapat menentukan biaya produksi yang melekat pada pesanan yang telah diproduksi, namun pada tanggal neraca belum diserahkan pada pemesan. Disamping itu berdasarkan catatan tersebut, manajemen dapat pula menentukan biaya produksi yang melekat pada pesanan yang pada tanggal neraca masih dalam proses pengerjaan.

Dalam menentukan efisiensi biaya produksi, kita dapat memantau realisasi biaya produksi, yaitu apabila rencana produksi untuk jangka waktu tertentu telah diputuskan untuk dilaksanakan, pihak manajemen membutuhkan informasi biaya produksi yang dikeluarkan dalam jangka waktu tertentu untuk memantau apakah proses produksi mengkonsumsi total biaya sesuai dengan yang diperhitungkan sebelumnya. Pengumpulan biaya produksi untuk jangka waktu tertentu dilakukan dengan menggunakan metode harga pokok produksi.

3. Metode penentuan harga pokok produksi

Pengumpulan harga pokok produksi dapat dikelompokkan menjadi dua metode yaitu metode harga pokok proses dan metode harga pokok pesanan. Mulyadi (2012:39) menyatakan bahwa dalam perusahaan yang produksinya

berdasarkan pesanan, informasi harga pokok produksi per pesanan bermanfaat bagi manajemen untuk menentukan harga jual yang akan dibebankan kepada pemesan, mempertimbangkan penerimaan atau penolakan pesanan, memantau realisasi biaya produksi, menghitung laba atau rugi bruto tiap pesanan, dan menentukan harga pokok persediaan produk jadi dan produk dalam proses yang disajikan dalam neraca.

Metode penentuan harga pokok produksi adalah cara untuk memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam harga pokok produksi. Dalam memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam harga pokok produksi, terdapat dua pendekatan sebagaimana menurut Mulyadi (2007:17) yaitu *full costing* dan *variabel costing*.

1. *Full costing*

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

Pendekatan *full costing* yang biasa dikenal sebagai pendekatan tradisional menghasilkan laporan laba rugi dimana biaya-biaya di organisir dan disajikan berdasarkan fungsi-fungsi produksi, administrasi dan penjualan. Laporan laba rugi yang dihasilkan dari pendekatan ini banyak digunakan untuk memenuhi pihak luar perusahaan, oleh karena itu sistematikanya harus disesuaikan dengan prinsip akuntansi yang berlaku umum untuk menjamin informasi yang tersaji dalam laporan tersebut.

2. *Variabel costing*

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

Pendekatan biaya-biaya yang dapat diperhitungkan sebagai harga pokok adalah biaya produksi variabel yang terdiri dari biaya

bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik variabel. Biaya-biaya produksi tetap dikelompokkan sebagai biaya periodik bersama-sama dengan biaya tetap non produksi.

Pendekatan *variabel costing* dikenal sebagai *contribution approach* merupakan suatu format laporan laba rugi yang mengelompokkan biaya berdasarkan perilaku biaya dimana biaya-biaya dipisahkan menurut kategori biaya variabel dan biaya tetap dan tidak dipisahkan menurut fungsi-fungsi produksi, administrasi dan penjualan.

Pada pendekatan *full costing* dan pendekatan *variabel costing* ini biaya-biaya dapat berubah sejalan dengan perubahan output yang diperlakukan sebagai elemen harga pokok produk. Laporan laba rugi yang dihasilkan dari pendekatan ini banyak digunakan untuk memenuhi kebutuhan pihak internal oleh karena itu tidak harus disesuaikan dengan prinsip akuntansi yang berlaku umum.

4. Metode pengumpulan biaya produksi (*job order method*)

Perusahaan yang memproduksi berdasarkan pesanan, mengumpulkan biaya produksinya dengan menggunakan metode biaya pesanan. Dalam metode ini biaya-biaya produksi dikumpulkan untuk pesanan tertentu dan biaya persatuan produk yang dihasilkan untuk memenuhi pesanan tersebut dengan jumlah satuan produk dalam pesanan bersangkutan.

Menurut Mulyadi (2007:17) dalam bukunya :

Metode harga pokok pesanan adalah cara penentuan harga pokok produk dimana biaya-biaya produksi dikumpulkan untuk pesanan-pesanan tertentu dan harga pokok produksi untuk pesanan tersebut dengan jumlah satuan produk dalam pesanan yang bersangkutan.

Adapun Supriyono (2005:36) mendefinisikan sebagai berikut :

Metode harga pokok pesanan adalah metode pengumpulan harga pokok produk dimana biaya dikumpulkan untuk setiap pesanan atau kontrak atau jasa secara terpisah, dan setiap pesanan atau kontrak dapat dipisahkan identitasnya.

Dari kedua pendapat diatas maka dapat diketahui bahwa yang dimaksud dengan harga pokok produksi berdasarkan pesanan (*job order costing*) adalah perhitungan harga pokok yang dihitung dengan menjumlah biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung (disebut biaya produksi langsung) juga dihitung berdasarkan biaya sebenarnya (*Actual cost*) sementara biaya overhead pabrik atau biaya produksi tak langsung dibebankan berdasarkan tarif ditentukan dimuka, dengan berbagai cara dalam membebankan tarif biaya overhead pabrik seperti satuan produksi, biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, jam kerja langsung, dan jam mesin.

Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa metode *job order costing* tidak dapat digunakan untuk mengumpulkan harga pokok produksi pada perusahaan yang memproduksi secara massa.

Pengumpulan biaya produksi dalam penentuan harga pokok produksi berdasarkan pesanan terdiri atas serangkaian proses akuntansi sebagai berikut :

a. Akuntansi biaya bahan baku dan bahan penolong

1) Pembelian bahan

Jurnal yang dibuat untuk mencatat pembelian bahan baku dan bahan penolong adalah sebagai berikut :

Persediaan bahan baku Rp. xxx

Kas/utang dagang Rp. xxx

(Untuk mencatat pemakaian bahan baku secara tunai atau kredit)

Persediaan bahan penolong Rp. xxx

Kas/utang dagang Rp. xxx

(Untuk mencatat pembelian bahan penolong secara tunai atau kredit)

2) Pemakaian bahan

Jurnal untuk mencatat pemakaian bahan baku dan bahan penolong adalah sebagai berikut :

Barang dalam proses

Biaya bahan baku Rp. xxx

Persediaan bahan baku Rp. xxx

(Untuk mencatat pemakaian bahan baku dalam proses produksi)

Biaya overhead pabrik sesungguhnya Rp. xxx

Persediaan bahan penolong Rp. xxx

(untuk mencatat pemakaian bahan penolong dalam proses produksi)

b. Akuntansi biaya tenaga kerja

1) Pengakuan biaya tenaga kerja

Jurnal untuk mencatat pengakuan biaya tenaga kerja adalah sebagai berikut :

Biaya gaji dan upah Rp. xxx

Utang gaji dan upah Rp. xxx

(Untuk mencatat gaji dan upah yang terutang)

2) Pembayaran biaya tenaga kerja

jurnal untuk mencatat pembayaran biaya tenaga kerja adalah sebagai berikut :

Utang gaji dan upah Rp. xxx

Kas Rp. xxx

(Untuk mencatat pembayaran gaji dan upah)

c. Akuntansi biaya overhead pabrik

Biaya overhead pabrik yang sesungguhnya baru dapat dihitung pada akhir periode, padahal harga pokok pesanan harus dihitung saat pesanan selesai tanpa menunggu akhir periode, jadi untuk membebankan biaya overhead pabrik kepada pemesan harus digunakan tarif yang ditentukan di muka.

Rumus perhitungan :

$$T = \frac{B}{K}$$

Tarif biaya overhead pabrik adalah sebagai berikut :

T = Tarif biaya overhead pabrik

B = Budget biaya overhead pabrik periode tertentu

K = Budget kapasitas pembebanan untuk periode yang bersangkutan

Apabila biaya overhead pabrik sudah ditentukan, prosedur akuntansi biaya overhead pabrik selanjutnya sebagai berikut :

1) Biaya overhead pabrik yang dibebankan

Jurnal yang dibuat untuk mencatat pembebanan biaya overhead pabrik adalah sebagai berikut :

Barang dalam proses-biaya overhead pabrik	Rp. xxx
---	---------

Biaya overhead pabrik dibebankan	Rp. xxx
----------------------------------	---------

(Untuk mencatat pembebanan biaya overhead pabrik berdasarkan tarif yang ditentukan dimuka)

2) Biaya overhead pabrik sesungguhnya

Berikut ini beberapa contoh jurnal untuk mencatat biaya overhead pabrik sesungguhnya :

Biaya overhead pabrik sesungguhnya	Rp. xxx
------------------------------------	---------

Persediaan bahan penolong	Rp. xxx
---------------------------	---------

(Untuk mencatat biaya bahan penolong)

Biaya overhead pabrik sesungguhnya	Rp. xxx
------------------------------------	---------

Biaya gaji dan upah	Rp. xxx
---------------------	---------

(Untuk mencatat biaya tenaga kerja tidak langsung)

Biaya overhead pabrik sesungguhnya	Rp. xxx
------------------------------------	---------

Akumulasi penyusutan mesin pabrik	Rp. xxx
-----------------------------------	---------

Akumulasi gedung pabrik	Rp. xxx
-------------------------	---------

(Untuk mencatat penyusutan aktiva tetap pabrik)

3) Selisih biaya overhead pabrik

a) Jurnal untuk menutup biaya overhead pabrik dibebankan ke biaya overhead pabrik sesungguhnya :

Biaya overhead pabrik dibebankan Rp. xxx

 Biaya overhead pabrik sesungguhnya Rp. xxx

(Untuk memindahkan saldo rekening biaya overhead pabrik dibebankan ke rekening biaya overhead pabrik sesungguhnya)

- b) Jurnal untuk menutup biaya overhead pabrik sesungguhnya dan menghitung selisih :

Selisih biaya overhead pabrik Rp. xxx

 Biaya overhead pabrik sesungguhnya Rp. xxx

(Untuk mencatat selisih biaya overhead pabrik yang tidak menguntungkan)

Biaya overhead pabrik sesungguhnya Rp. xxx

 Selisih biaya overhead pabrik Rp. xxx

(Untuk mencatat selisih biaya overhead yang menguntungkan)

- c) Salah satu perlakuan selisih yaitu masuk ke rekening laba rugi, dengan jurnal sebagai berikut :

Laba rugi Rp. xxx

 Selisih biaya overhead pabrik Rp. xxx

(Untuk menutup selisih biaya overhead pabrik yang menguntungkan)

d. Akuntansi produk selesai

Jurnal untuk mencatat produk pesanan yang telah selesai pengerjaannya adalah sebagai berikut :

Persediaan produk selesai Rp. xxx

 Barang dalam proses-biaya bahan baku Rp. xxx

 Barang dalam proses biaya tenaga kerja langsung Rp. xxx

(Untuk mencatat produk pesanan yang telah selesai dikerjakan).

C. Harga Jual

1. Pengertian Harga Jual

Harga jual adalah sejumlah kompensasi (uang ataupun barang) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi barang atau jasa. Perusahaan selalu menetapkan harga produknya dengan harapan produk tersebut laku terjual dan boleh memperoleh laba yang maksimal. Harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan (Hansen dan Mowen, 633; 2003). Menurut Mulyadi (2003:78) pada prinsipnya harga jual harus dapat menutupi biaya penuh ditambah dengan laba yang wajar. Harga jual sama dengan biaya produksi ditambah mark-up.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa harga jual adalah harga produk yang ditawarkan kepada konsumen yang merupakan jumlah biaya produksi ditambah biaya non produksi dan ditambah dengan laba yang diharapkan. Oleh karena itu untuk mencapai laba yang diinginkan perusahaan

salah satu cara yang dilakukan untuk menarik minat konsumen adalah dengan cara menentukan harga yang tepat untuk produk yang terjual. Harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk suatu barang dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.

2. Sasaran Penetapan Harga Jual

Para pemasar berusaha untuk mencapai sasaran tertentu melalui komponen-komponen penetapan harga. Beberapa perusahaan mencoba untuk meningkatkan keuntungan dengan menetapkan harga rendah untuk menarik bisnis baru. Menurut Boone dan Kurtz (2004:70) “ada empat kategori dasar atau sasaran penetapan harga, yaitu: 1) profitabilitas, 2) volume, 3) tingkat kompetisi, 4) prestige”.

1) Sasaran profitabilitas

Sebagian besar perusahaan mengejar sejumlah sasaran profitabilitas dalam strategi penetapan harganya. Para pemasar mengerti bahwa laba diperoleh dari selisih pendapatan dan beban, dimana pendapatan merupakan harga jual dikalikan dengan kuantitas penjualan. Saat ini banyak perusahaan beralih pada sasaran profitabilitas yang lebih sederhana, yaitu *target return goal* karena prinsip maksimalisasi keuntungan (*profit maximization*) yang diterapkan sebelumnya pada kenyataannya sulit diterapkan. *Target return goal* yaitu penetapan harga dengan tingkat profitabilitas yang diinginkan sebagai pengembalian financial atas penjualan ataupun investasi.

2) Sasaran volume

Pendekatan yang lain dalam strategi penetapan harga disebut maksimalisasi penjualan (*sales maximization*), para manajer menetapkan tingkat minimum profitabilitas yang dapat diterima dan kemudian menetapkan harga yang akan menghasilkan volume penjualan tertinggi tanpa menyebabkan laba turun dibawah level itu. Strategi ini memandang ekspansi penjualan sebagai suatu prioritas yang lebih penting bagi posisi persaingan jangka panjang perusahaan dari pada laba jangka pendek.

3) Tingkat kompetisi

Sasaran penetapan harga ini hanyalah untuk menyamakan harga dengan pesaing. Jadi perusahaan berusaha untuk menghindari perang harga dengan tidak menekankan elemen harga dari bauran pemasaran dan memfokuskan usaha persaingannya pada variabel selain harga seperti menambah nilai, meningkatkan kualitas, mendidik konsumen, dan menciptakan hubungan.

4) Sasaran prestige

Sasaran penetapan harga pada prestige merupakan penetapan harga yang tinggi untuk suatu produk guna meningkatkan image tentang kualitas

3. Strategi Penentuan Harga Jual

Harga yang ditentukan untuk sebuah produk akan mempengaruhi pendapatan perusahaan dan pada akhirnya tingkat laba. Menurut Boone dan Kurtz (2004:73) perusahaan menentukan harga jual produknya dengan tiga

dasar pertimbangan yaitu biaya produksi, suplai persediaan dan harga persaingan.

1) Penentuan harga berdasarkan biaya produksi

Pada strategi ini, perusahaan menentukan harga untuk sebuah produk dengan mengestimasi biaya per unit untuk memproduksi produk tersebut dan menambahkan suatu kenaikan. Jika metode ini digunakan, perusahaan harus mencatat semua biaya yang melengkapi produksi sebuah produk dan diupayakan agar harga dapat menutupi semua biaya tersebut. Oleh karena itu strategi harga yang digunakan diatas harus menghitung skala ekonomis, hal ini disebabkan karena produk atau jasa yang berada didalam skala ekonomis, harganya harus cukup rendah agar dapat mencapai volume penjualan yang tinggi.

2) Penentuan harga berdasarkan suplai persediaan

Dalam penentuan harga ini perusahaan akan cenderung mengurangi harga untuk persediaan yang tergolong lama atau persediaan yang terdahulu ketika terjadi penambahan atau terdapat produk baru yang akan dipasarkan. Hal ini dilakukan agar supaya produk lama yang telah tersimpan mampu laku dipasaran dan bersaing dengan produk baru dalam hal kemampuan untuk terjualnya. Dengan menurunkan harga persediaan yang lama maka akan menjadi strategi tertentu agar supaya persediaan tersebut mampu terjual. Berbeda dengan persediaan baru karena memiliki spesifikasi terbaru maka harganya cenderung lebih tinggi dari harga persediaan yang lama.

3) Penentuan harga berdasarkan harga pesaing

Penentuan harga berdasarkan harga pesaing dibagi atas tiga yaitu :

- i. Penentuan harga *penetrasi*, dimana perusahaan menentukan harga yang lebih rendah dari harga pesaing agar dapat menembus pasar. Keberhasilan penentuan harga penetrasi tergantung pada seberapa besar tanggapan konsumen terhadap penurunan harga dan juga perusahaan tidak perlu menggunakan strategi ini bila produknya tidak elastik terhadap harga karena kebanyakan konsumen tidak akan beralih ke produk pesaing untuk mengambil keuntungan dari harga yang lebih rendah.
- ii. Penentuan harga *defensive*, dimana perusahaan menurunkan harga produk untuk mempertahankan pangsa pasarnya. Selain itu beberapa perusahaan juga menurunkan harga untuk menyerang pesaing baru yang masuk ke dalam pasar, disebut dengan biaya predatori.
- iii. Penentuan harga *prestise*, harga prestise ditentukan dengan tujuan untuk memberikan kesan lini terbaik bagi produk perusahaan. Perusahaan yang memiliki diversifikasi bauran produk akan menggunakan strategi penetrasi harga pada beberapa produk dan penentuan harga prestise produk lainnya.

4. Metode Penetapan Harga

Menurut Usman (2006:175) ada beberapa metode penetapan harga (*methods of price determination*) yang dapat dilakukan *budgeter* dalam perusahaan, yaitu :

1) Metode taksiran (*judgemental method*)

Perusahaan yang baru saja berdiri biasanya memakai metode ini. Penetapan harga dilakukan dengan menggunakan insting saja walaupun market survey telah dilakukan. Biasanya metode ini digunakan oleh para pengusaha yang tidak terbiasa dengan data statistik. Penggunaan metode ini sangat murah karena perusahaan tidak memerlukan konsultan untuk surveyor. Akan tetapi tingkat kekuatan prediksi sangat rendah karena ditetapkan oleh insting.

2) Metode berbasis pasar (*market-based pricing*)

i. Harga pasar saat ini (*current market price*)

Metode ini dipakai apabila perusahaan mengeluarkan produk baru, yaitu hasil modifikasi dari produk yang lama. Perusahaan akan menetapkan produk baru tersebut seharga dengan produk yang lama. Penggunaan metode ini murah dan cepat. Akan tetapi pangsa pasar yang didapat pada tahun pertama relatif kecil karena konsumen belum mengetahui profil produk baru perusahaan tersebut, seperti kualitas, rasa dan sebagainya.

ii. Harga pesaing (*competitor price*)

Metode ini hampir sama dengan metode harga pasar saat ini. Perbedaannya menetapkan harga produknya dengan mereplikasi langsung harga produk perusahaan saingannya untuk produk yang sama atau berkaitan. Dengan metode perusahaan berpotensi mengalami kehilangan pangsa pasar karena dianggap sebagai pemalsu.

D. Hubungan Antara Harga Pokok Produksi Dengan Penetapan Harga Jual

Pada perusahaan manufaktur, informasi biaya dapat terlihat pada perhitungan harga pokok produksi yang mencerminkan total biaya yang digunakan untuk memproduksi satuan produk yang dihasilkan. Biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, serta biaya overhead pabrik merupakan unsur-unsur yang harus dipertimbangkan dalam menetapkan harga pokok produksi yang nantinya akan dijadikan dasar untuk menetapkan harga pokok penjualan dan kemudian harga jual itu sendiri. Penetapan harga pokok produksi adalah proses pembebanan biaya produksi kepada produk yang dibuat. Adapun tujuan dari penetapan harga pokok produksi itu sendiri adalah memberikan informasi biaya

yang membantu manajemen untuk merencanakan, mengendalikan, mengarahkan perusahaan, dan membuat keputusan terutama dalam hal keputusan kebijakan penetapan harga jual. Perusahaan yang memproduksi berdasar pesanan, mengumpulkan harga pokok produksinya dengan menggunakan metode harga pokok pesanan (*job order cost method*), sedangkan perusahaan yang memproduksi massa, mengumpulkan harga pokok produksinya dengan menggunakan metode harga pokok proses (*process cost method*). Meskipun demikian, bukan berarti sebuah perusahaan hanya akan menggunakan satu metode saja.

Mulyadi (2007:39) menyatakan bahwa informasi harga pokok pesanan bermanfaat bagi manajemen untuk: “(1) menentukan harga jual produk yang akan dibebankan kepada pemesan; (2) mempertimbangkan penerimaan atau penolakan pesanan; (3) memantau realisasi biaya produksi; (4) menghitung laba atau rugi pesanan; (5) menentukan harga pokok persediaan produk jadi dan produk dalam proses yang disajikan pada neraca”.

Satu-satunya faktor yang memiliki kepastian relatif tinggi yang mampu dikendalikan manajemen dalam menentukan harga jual yaitu biaya. Biaya memberikan gambaran batas bawah suatu harga ditentukan. Sehingga informasi biaya menjadi dasar yang lebih pasti bagi manajemen dalam membuat kebijakan mengenai harga jual dengan tetap memperhitungkan laba yang diharapkan perusahaan serta faktor-faktor lainnya yang tidak bisa diramalkan dan dikendalikan sepenuhnya oleh perusahaan. Dengan menekan biaya produksi secara efisien dan mengendalikan komponen biaya-biaya sehingga biaya produksi yang dikeluarkan dapat ditekan seminimal mungkin. Biaya produksi

yang tidak terkendali akan menyebabkan harga pokok terlalu tinggi, untuk itu biaya produksi harus dicatat dengan baik dan dihitung dengan benar sehingga dapat menghasilkan harga pokok produk yang tepat. Dengan demikian perusahaan dapat menetapkan harga jual yang kompetitif agar manajemen dapat menggunakan biaya secara efisien, maka ia memerlukan informasi biaya yang handal. Pengertian harga pokok menurut Mulyadi (2007:10) adalah sebagai berikut: “harga pokok adalah pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh aktiva atau pengorbanan sumber ekonomi dalam mengolah bahan baku menjadi produk”. Dengan demikian, apabila perhitungan harga pokok telah dilakukan dengan tepat dan benar, maka akan memungkinkan tercapainya penetapan harga jual yang efektif

E. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 penelitian terdahulu

No	Nama/ Tahun/universitas	Judul skripsi	Metode penelitian	Hasil penelitian
1	Yohanes Anes, R.Y Susanto, Dr. Nur Ida Iriani/2016/ Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang	Analisis perhitungan harga pokok produksi berdasarkan metode harga pokok pesanan untuk efisiensi biaya produksi	Deskriptif kuantitatif	Dalam menentukan harga pokok produksi perlu merincikan kebutuhan operasional yang dikeluarkan seperti biaya tenaga kerja langsung sehingga mudah menentukan harga jual produk kepada konsumen

2	Mila Ariskawati, Sumanto/2014/Politeknik Negeri Semarang	Perhitungan harga pokok produksi dengan metode harga pokok pesanan	Metode deskripsi dan metode eksposisi	Berdasarkan perhitungan harga pokok produksi dengan metode harga pokok pesanan yang dilakukan pada UD Galih Jati maka dapat disimpulkan bahwa hasil perhitungan harga pokok produksi menurut metode harga pokok pesanan dengan pembeban biaya <i>overhead</i> pabrik yang ditentukan dimuka lebih besar dari perhitungan yang dilakukan perusahaan.
3	Danang Rahmaji/ 2013/ Universitas Sam Ratulangi Manado	Penerapan <i>activity-based costing</i> system untuk menentukan harga pokok produksi PT. Celebes Mina Pratama	Metode analisis deskriptif	Perhitungan harga pokok produksi menggunakan <i>activity-based costing system</i> memberikan hasil yang lebih mahal dari sistem tradisional. Sistem tradisional memberikan perhitungan laba yang lebih besar dibandingkan dengan sistem <i>activity-based costing</i> , dikarenakan perhitungan dengan sistem tradisional hanya

				menggunakan satu <i>cost driver</i> sehingga banyak terjadi distorsi-distorsi biaya dan menghasilkan perhitungan laba yang tidak relevan.
4	Hendrawan santosa putra dan wahyu agus winarno/ 2013/ universitas jember	Perancangan aplikasi penentuan harga pokok produksi produk turunan tape singkong dalam usaha mencapai harga kompetitif	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif interpretif	Deskripsi mengenai gambaran proses produksi produk turunan tape singkong di kabupaten jember yang mempunyai ciri khas dan keunikan tersendiri akan mampu memberikan analisis value chains pada setiap proses produksi masing-masing produsen
5	Fachmi Pachlevi Yandra/2016/Universitas Mulawrman Samarinda	Penentuan harga pokok pesanan pada perusahaan fortuna meuble	Deskriptif kualitatif	Dari selisih perhitungan harga pokok pesanan menurut perusahaan yang lebih tinggi dibanding perhitungan berdasarkan teori akuntansi biaya. Maka harga jual yang ditetapkan perusahaan pun akan tinggi atau mahal, dan bisa mengakibatkan perusahaan mengalami

				<p>kemunduran atau gagal bersaing dengan perusahaan lain yang sejenis . namun segi positifnya jika perusahaan mampu mendapatkan pelanggan, maka hal ini akan membuat perusahaan mendapatkan margin keuntungan yang lebih besar</p>
6	<p>Pradana Setiadi, David P.E. Saerang, Treesje Runtu/ 2014/ Universitas Sam Ratulangi Manado</p>	<p>Perhitungan harga pokok produksi dalam penentuan harga jual pada CV. Minahasa mantap perkasa</p>	<p>Metode deskriptif</p>	<p>pengumpulan biaya produksi dilakukan dengan metode harga pokok proses dengan pendekatan <i>full costing</i>, tujuannya untuk memenuhi persediaan di gudang, dan jumlahnya sama dari waktu ke waktu. -penentuan harga jual produk yang dibebankan kepada konsumen dibuat berdasarkan biaya produksi per unit ditambah persentase markup yang diinginkan perusahaan</p>

7	Heriyansyah/ 2013/ universitas islam negeri sultan syarif kasim pekanbaru riau	Penentuan harga pokok produksi berdasarkan metode harga pokok pesanan (job order costing) pada konveksi takzim di pekanbaru	Metode deskriptif	perusahaan tidak memasukkan biaya angkut sebagai salah satu penambah harga pokok bahan baku yang dibeli. Tidak memisahkan antara upah langsung dengan upah tidak langsung. Tidak memisahkan antara biaya THR (bagian produksi) dan biaya THR (bagian operasional). Sehingga harga pokok produksi menjadi lebih rendah.
8	Ainur rohmah/ 2013/ universitas dian nuswantoro semarang	Perhitungan harga pokok produksi berdasarkan metode harga pokok pesanan untuk efisiensi biaya produk studi kasus pada usaha kana jaya	Metode deskriptif	perhitungan harga pokok produksi usaha kana jaya dalam memasukkan unsur-unsur biaya tenaga kerja adalah dengan cara persentase 15% dari total biaya bahan baku, hal tersebut mwnyebabkan kurang tepatnya perhitungan biaya tenaga kerja lebih akurat jika dilihat dari beberapa lama proses penyelesaian pesanan sampai dengan finishing.

9	Erawati, lili syafitri/ 2013/ STIE MDP	Analisis harga pokok produksi sebagai dasar penentuan harga jual pada CV. Harapan inti usaha Palembang	Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif	Kesalahan dalam pengklasifikasian atas biaya bahan baku utama karena perusahaan memasukkan semua bahan yang diperlukan untuk pekerjaan kayu kedalam biaya bahan baku utama perusahaan seperti lem kuning, lem putih, paku dan veneer. Seharusnya biaya bahan baku tersebut dikelompokkan ke dalam biaya overhead pabrik sebagai biaya bahan baku. Akibatnya, dengan kesalahan dalam pengklasifikasian biaya produksi untuk pengambilan keputusan yang terkait dengan data tersebut menjadi kurang tepat.
10	Ayu W. suratinoyo/ 2013/ universitas sam ratulangi manado	Penerapan sistem abc untuk penentuan harga pokok produksi pada bangun wenang beverage	Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif	Perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode ABC dilakukan secara dua tahap yaitu tahap pertama biaya ditelusuri

				keaktivitas yang menimbulkan biaya dan kemudian tahap kedua membebankan biaya aktivitas ke produk
--	--	--	--	---

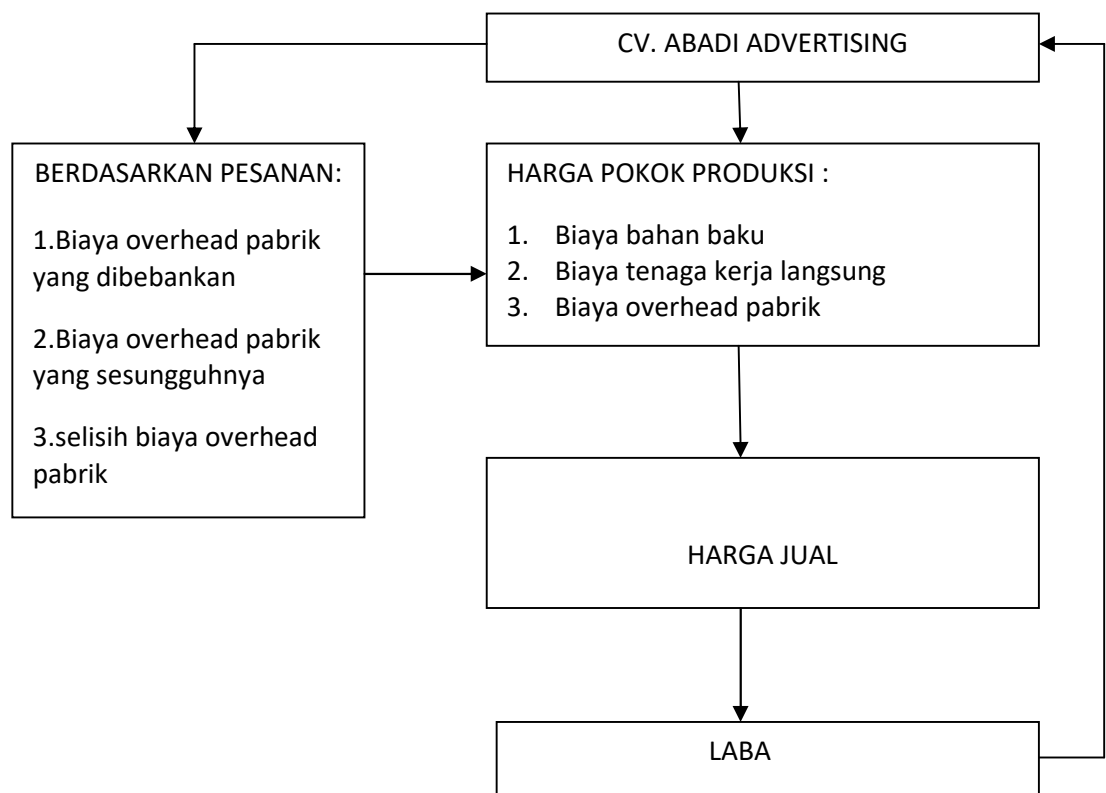
F. Kerangka Pikir

Dalam rangka menjamin kuantitas dan perkembangan perusahaan, maka suatu perusahaan harus memperhatikan berbagai aspek. Salah satu diantaranya yaitu persaingan dimana persaingan antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya adalah selain dari segi kualitas juga dari segi harga suatu produk. Apabila suatu perusahaan kalah bersaing dari segi harga dipasaran yaitu dimana harga jual yang ditetapkan perusahaan untuk suatu produknya lebih tinggi dari pada harga jual pesaing maka perusahaan tersebut tidak akan dapat mempertahankan eksistensi perusahaannya apalagi menghasilkan laba.

Agar dapat menghasilkan suatu produk yang mampu bersaing dipasaran, maka seorang manajer harus mempunyai suatu keterampilan dalam mengalokasikan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan didalam memproduksi suatu produk agar harga pokok dari produk yang dihasilkan tidak terlalu besar atau tidak terlalu kecil. Dari analisis diatas, maka CV. Abadi Advertising di kota Makassar sebagai suatu perusahaan yang memproduksi berdasarkan pesanan harus mempunyai suatu metode di dalam menentukan harga pokok produksinya. Dimana harga pokok produksi tersebut terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik, kemudian ditambahkan dengan non

produksi untuk menentukan harga pokok pesanan. Setelah biaya produksi dan non produksi diketahui maka penentuan harga jual msudah ditentukan berdasarkan target laba yang di inginkan oleh perusahaan.

Lebih jelasnya kerangka pikir dapat dilihat pada gambar.



Gambar 1. Bagan Kerangka Pikir

G. Hipotesis

Untuk menguji permasalahan yang telah dikemukakan, penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut “Diduga bahwa perhitungan harga pokok produksi berdasarkan pesanan untuk menentukan harga jual yang diterapkan pada CV. Abadi Advertising di Kota Makassar belum sesuai dengan metode perhitungan menurut *job order costing*.”

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di CV Abadi Advertising di kota Makassar dalam waktu penelitian selama kurang lebih dua bulan mulai april sampai bulan juni pada tahun 2017.

B. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Dalam penelitian ini akan dilakukan analisis terhadap biaya tetap, biaya variabel dengan menggunakan pendekatan *Total Cost* berdasarkan rupiah. Metode yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Data Kualitatif

Data yang diperoleh secara langsung dalam bentuk informasi dari perusahaan. Data tersebut mengenai sejarah, struktur organisasi dan perlakuan akuntansi perusahaan.

b. Data Kuantitatif

Data yang diperoleh secara langsung dalam bentuk angka-angka dari perusahaan. Data tersebut mengenai biaya-biaya dan volume penjualan di perusahaan.

2. Sumber Data

a. Data primer

Data yang di ambil secara langsung diperoleh dari perusahaan CV. Abadi Advertising. Dalam hal ini penulis menanyakan kepada pihak yang bersangkutan dengan penelitian ini.

b. Data sekunder

Penulis menggunakan data sekunder untuk melengkapi data-data yang diperlukan dalam penulisan penelitian ini. Data sekunder yang digunakan yakni, berpedoman pada buku-buku dan bahan-bahan kuliah yang mempunyai relevansi dengan penulisan penelitian ini maupun dari berbagai sumber lainnya yang masih berhubungan dengan materi yang digunakan penulis. Selain itu penulis juga menggunakan data berupa gambaran umum perusahaan dan perhitungan yang digunakan oleh perusahaan dalam perhitungan harga jual.

C. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini ada beberapa teknik yang ditempuh dalam hal pengumpulan data yang diperlukan. Adapun teknik tersebut adalah :

a. Pengamatan (observasi)

Pengamatan yaitu mengadakan pengamatan langsung pada perusahaan CV. Abadi Advertising di kota Makassar dengan mengadakan pengamatan sistematis, sehingga diperoleh gambaran jelas dan dapat memberi petunjuk jelas untuk memecahkan masalah yang diteliti.

b. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu mengumpulkan data-data melalui dokumen yang ada dan erat kaitannya dengan masalah yang ada.

c. Wawancara

Wawancara yaitu tanya jawab secara langsung dengan informan yaitu dengan pimpinan perusahaan, kepala bagian atau petugas yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

D. Definisi operasional

Untuk menghindari terjadinya kerancuan yang dimaksud dalam penafsiran variabel yang diteliti dibawah ini akan dijelaskan rumusan variabel yang lebih operasional. Variabel yang dimaksud adalah :

1. Harga pokok produksi berdasarkan pesanan (*job order costing*) adalah perhitungan harga pokok yang dihitung dengan menjumlah biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung (biaya produksi langsung) yang dihitung berdasarkan biaya sebenarnya (*Actual cost*) sementara biaya overhead pabrik atau biaya produksi tak langsung dibebankan berdasarkan tarif ditentukan dimuka, dengan berbagai cara dalam membebankan tarif biaya overhead pabrik seperti satuan produksi, biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan jam mesin.
2. Harga jual adalah harga produk yang ditawarkan kepada konsumen yang merupakan jumlah biaya produksi ditambah biaya non produksi dan ditambah dengan laba yang diharapkan.

E. Metode Penganalisaan Data

Untuk menguji hipotesis maka peneliti menggunakan metode komparatif yaitu dengan membandingkan proses perhitungan dan pembebanan harga pokok

produksi berdasarkan pesanan untuk menentukan harga jual pada CV. Abadi Advertising di kota Makassar dengan metode perhitungan harga pokok produksi berdasarkan teori yang terdapat dalam berbagai buku referensi. Dari hasil analisis tersebut maka akan terlihat adanya perbedaan harga pokok pesanan.

a. Analisis harga pokok pesanan

Berikut ini akan disajikan format perhitungan harga pokok pesanan sebagai berikut (Mulyadi 2007:43)

Harga pokok pesanan

Biaya produksi pesanan :

- | | |
|--------------------------|-----------------|
| 1. biaya bahan baku | Rp xxx |
| 2. biaya tenaga kerja | Rp xxx |
| 3. biaya overhead pabrik | <u>Rp xxx +</u> |

total biaya produksi	Rp xxx
----------------------	--------

Biaya non produksi

- | | |
|------------------------------|-----------------|
| 1. biaya administrasi & umum | Rp xxx |
| 2. biaya promosi | <u>Rp xxx +</u> |

total biaya non produksi	<u>Rp xxx +</u>
--------------------------	-----------------

total harga pokok pesanan	Rp xxx
---------------------------	--------

Perhitungan harga pokok pesanan diatas merupakan analisis yang akan diterapkan oleh peneliti, akan tetapi peneliti menggunakan dua persepsi yaitu yang pertama dengan menggunakan asumsi berdasarkan biaya overhead pabrik 50% dari biaya tenaga kerja langsung, kemudian yang kedua dengan menggunakan asumsi berdasarkan biaya overhead pabrik 25% dari biaya bahan baku.

b. Menurut mulyadi (2007:42) dalam menentukan harga jual berdasarkan pendekatan biaya total sebagai berikut:

$$\text{Harga jual} = \text{Biaya total} + \text{persentase laba yang diharapkan}$$

Laba yang diharapkan = kisaran persentase dari biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan (dalam hal ini perusahaan telah menentukan sebesar 40%)

Perusahaan menetapkan persentase laba yang diharapkan sebesar 40% karena untuk menutupi resiko pengembalian investasi yang sesuai, akan tetapi perusahaan juga mempertimbangkan harga jual yang akan ditetapkan karena dengan banyaknya pesaing sehingga dengan demikian laba yang ditetapkan harus sesuai dan profesional. Berikut penetapan harga jual yang dikemukakan oleh Swastha (2001:256-257) yaitu:

$$\begin{aligned} \text{Harga jual} &= \text{biaya produksi} + \text{mark up} \\ &= \text{biaya produksi} + (\% \times \text{biaya produk}) \end{aligned}$$

Berdasarkan rumus diatas dapat diketahui bahwa mark-up merupakan persentase laba yang diharapkan kemudian ditambahkan dengan biaya produk untuk menghasilkan harga jual.

Jadi kesimpulannya setelah harga pokok produksi berdasarkan pesanan diperoleh, maka dapat ditentukan harga jualnya. Kemudian dari metode perhitungan harga pokok pesanan dari harga jual tersebut diketahui selanjutnya diperbandingkan dengan perhitungan CV Abadi Advertising di kota Makassar. Dari hasil perbandingan tersebut akan dilihat manakah yang akan menghasilkan harga jual atau laba yang lebih akurat, apakah metode penetapan harga yang telah ditetapkan oleh CV Abadi Advertising di kota Makassar ataukah metode harga dengan menggunakan *job order costing*.

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah singkat perusahaan

Berbekal pengalaman sejak bulan Juli tahun 2007 yang didirikan oleh Hendra Susilo dengan jumlah karyawan sebanyak 10 orang, CV. Abadi Advertising berkembang dalam industri percetakan dan reklame (outdoor-indoor) kemudian merambah ke usaha lainnya yaitu meubel dan architecture consulting.

Dengan adanya tenaga kerja/skill individu yang handal dan para professional muda berbakat dalam setiap bidangnya, serta sarana dan prasarana dari kemajuan dunia informasi dan teknologi yang kian memadai dan berkembang dengan pesatnya, CV. Abadi Advertising terus berupaya mengadakan perluasan dalam pemasaran produk serta jasa pelayanan yang lebih baik bagi setiap konsumen.

Harga yang kompetitif merupakan suatu hal yang terpenting bagi perusahaan untuk para pelanggan. Tentunya dengan terus memperhatikan dan meningkatkan kualitas setiap produk. Oleh karena itu, CV. Abadi Advertising mampu untuk tetap bersaing ditengah era globalisasi serta menjadi mitra usaha terpercaya untuk dapat memenuhi segala keperluan personal maupun corporat yang berkaitan dengan dunia advertising, sablon, reklame, meubel, dan architecture consulting.

B. Visi dan Misi

1. Visi

Perkembangan dari setiap perusahaan, tidak terlepas dari loyalitas konsumen, maka CV.Abadi Advertising terus berusaha untuk meningkatkan pelayanan prima dan maksimal serta kreatif disetiap bidang khususnya advertisement.

2. Misi

Senantiasa memberikan karya dan kreatifitas terbaik yang memadukan antara unsur estetika dan teknologi dengan biaya yang terjangkau serta bersaing.

C. Struktur organisasi CV. Abadi Advertising

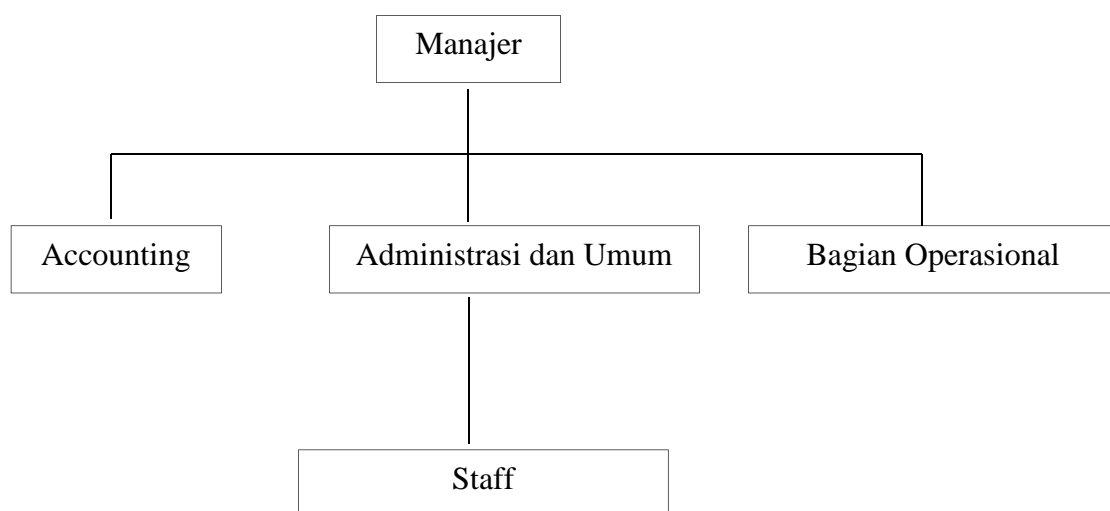
Dalam organisasi dengan segala aktivitas, terdapat hubungan antara orang-orang yang menjalankan aktifitasnya. Makin banyak kegiatan yang dilakukan dalam organisasi, makin kompleks pula hubungan-hubungan dalam organisasi tersebut. Struktur organisasi yang baik merupakan salah satu syarat keberhasilan untuk menangani kegiatan usaha dalam rangka pencapaian sasaran perusahaan. Tetapi struktur organisasi yang tepat bagi suatu perusahaan yang bersangkutan haruslah menguntungkan jika ditinjau dari segi ekonomi dan bersifat fleksibel sehingga bila ada perluasan keadaan, tidak akan mengganggu susunan yang telah ada.

Struktur organisasi dimaksudkan sebagai alat ukur kontrol bahkan diharapkan struktur organisasi dapat membawa persatuan dan dinamika

suatu perusahaan, atau dapat dikatakan bahwa struktur organisasi yang mempersatukan fungsi-fungsi yang ada dalam lingkungan tersebut.

Adapun struktur organisasi dapat dilihat berikut :

STRUKTUR ORGANISASI



Gambar 3. Struktur organisasi CV. Abadi Advertising di kota Makassar

Sumber : bagian administrasi dan umum CV. Abadi Advertising

D. Deskripsi pekerjaan

Dalam sebuah organisasi penting adanya pembagian tugas agar operasional perusahaan dapat berjalan lancar sesuai dengan tujuan. Adapun pembagian tugas-tugas masing-masing fungsi dalam struktur organisasi perusahaan adalah sebagai berikut :

1. Manajer

- Menentukan visi dan misi perusahaan
- Menyusun rencana kerja dan APBD

- Mengkordinasi dan mengawasi tugas masing-masing bagian
- Meningkatkan SDM yang bermutu

2. Administrasi dan umum

- Mencatat buku pembelian, buku penjualan dan buku stock barang
- Mencatat masuk dan keluar uang kas
- Bertanggung jawab atas administrasi kantor

3. Accounting

- Membuat invoice
- Memelihara daftar inventaris dan akuntansi penyusutan
- Bersama manajer membuat laporan pajak
- Mengkordinir pelaksanaan internal audit
- Membuat laporan penjualan, laporan keuangan dan cash flow dari penjualan selama 1 bulan

4. Bagian operasional

- Bertanggung jawab terhadap kegiatan eksternal perusahaan
- Bertanggung jawab atas keberadaan barang yang dibeli dan dikirimkan ke pelanggan
- Sebagai marketing dalam mempromosikan dan mencari pelanggan yang bisa diajak kerjasama dalam pengadaan barang

BAB V

PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Perhitungan harga pokok produksi CV. Abadi Advertising

Perhitungan harga pokok produksi untuk setiap pesanan yang telah dilakukan perusahaan selama ini masih sangat sederhana. Biaya-biaya yang diperhitungkan dalam penetapan harga pokok produksi meliputi biaya bahan baku, upah tenaga kerja langsung, dan biaya-biaya lainnya yang merupakan satu-satunya biaya overhead pabrik yang dihitung oleh perusahaan. Dalam perhitungan biaya produksi, perusahaan melakukan perhitungan dari bahan-bahan yang digunakan berdasarkan jumlah bahan yang dibeli misalkan perhitungan berdasarkan jumlah vinil yang dibeli per roll atau tinta yang digunakan per set. Perhitungan biaya overhead pabrik oleh perusahaan biasanya tidak dihitung secara rinci tetapi beberapa biaya dihitung sesuai biaya yang diestimasi oleh perusahaan.

Bahan baku utama yang digunakan dalam mengerjakan beberapa jenis pesanan yaitu bahan kain yang terdiri dari kain tetron dan vinil, plano kertas untuk pembuatan kelender serta tinta. Sementara upah tenaga kerja dihitung berdasarkan jumlah pesanan yang dikerjakan. Selanjutnya semua perhitungan biaya produksi yang dihitung secara manual dan melakukan estimasi untuk setiap biaya overhead yang tidak termasuk kedalam biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.

Adapun jenis pesanan yang diproduksi atau dikerjakan oleh CV. Abadi Advertising selama satu periode (2016) yaitu : Pesanan Baliho dengan menggunakan vinil, Pesanan Baliho/spanduk menggunakan kain tetron, Pesanan Kalender, Pesanan Undangan, Pesanan Mug Bergambar, Pesanan ID Card, Pesanan Pin Tetes, Pesanan Gantungan Kunci, Pesanan Reklame, Pesanan Poster.

Dari sepuluh jenis pesanan tersebut tiga diantaranya peneliti akan analisis yaitu pesanan kalender, undangan, dan baliho. Peneliti mengangkat sampel tersebut karena kalender dan undangan memperoleh harga jual per unit yang sedikit dan jenis pesanan untuk baliho merupakan harga jual per unit yang lebih besar dibandingkan jenis pesanan lainnya. Untuk setiap jenis pesanan perusahaan membebankan biaya tenaga kerja langsung dengan tarif yang berbeda. Namun untuk pembebanan biaya overhead pabrik perusahaan mengenakan tarif yang sama yaitu jumlah waktu penggunaan mesin produksi.

Dalam perhitungan harga pokok produksi, ada beberapa unsur-unsur pembentuk HPP yang perlu dipahami. Unsur-unsur tersebut antara lain persediaan awal, persediaan akhir, pembelian bersih barang dagangan dan biaya-biaya selama proses produksi.

B. Perhitungan biaya produksi dan harga jual menurut perusahaan

1. Perhitungan biaya produksi

Analisis perhitungan CV. Abadi Advertising masih sederhana, berikut adalah biaya-biaya yang digunakan untuk setiap jenis pesanan, yaitu :

- a. Pesanan Kalender sebanyak 20.000 lembar yang dikerjakan selama 6 hari, bahan-bahan yang dibutuhkan adalah :

Kertas plano sebanyak 5.000 lembar @Rp 2.400	Rp 12.000.000
Tinta yang digunakan 25 liter @Rp 200.000	Rp 5.000.000
Biaya tenaga kerja langsung @Rp 100.000/hr untuk 5 org	Rp 3.000.000
Biaya overhead yang sesungguhnya	Rp 1.000.000
Biaya administrasi dan umum	<u>Rp 1.000.000</u>
Total biaya	Rp 22.000.000

Total biaya yang dikeluarkan Rp 22.000.000 atau Rp 1.100/unit

Tabel 5.1 Rincian Biaya Kalender untuk 20.000 Lembar

Jenis Biaya	Bahan	Biaya per Unit	Total Biaya
Bahan Baku	Kertas plano	Rp 2.400	Rp12.000.000
	Tinta	Rp 200.000	Rp 5.000.000
Tenaga Kerja Langsung		Rp 100.000	Rp 3.000.000
Overhead Pabrik		Rp1.000.000	Rp 1.000.000
Administrasi dan Umum		Rp1.000.000	Rp 1.000.000

- b. Pesanan undangan sebanyak 6.000 buah yang dikerjakan selama 8 hari, dengan bahan-bahan yang dibutuhkan adalah sebagai berikut :

Kertas Jasmine 150 plano @ Rp.15.000,-	Rp 2.250.000
Tinta yang digunakan 5 liter @ Rp.200.000,-	Rp.1.000.000

Biaya tenaga kerja langsung @ Rp 75.000/hari untuk 4 org	Rp 2.400.000
Biaya overhead yang sesungguhnya	Rp 1.300.000
Biaya administrasi dan umum	<u>Rp 1.450.000</u>
Total biaya	Rp 8.400.000

Total biaya produksi yang dikeluarkan Rp 8.400.000,- atau Rp 1.400/unit

Tabel 5.2 Rincian Biaya undangan untuk 6000 Buah

Jenis Biaya	Bahan	Biaya per Unit	Total Biaya
Bahan Baku	Kertas jasmine	Rp 15.000	Rp 2.250.000
	Tinta	Rp 200.000	Rp 1.000.000
Tenaga Kerja Langsung		Rp 75.000	Rp 2.400.000
Overhead Pabrik		Rp1.300.000	Rp 1.300.000
Administrasi dan Umum		Rp1.450.000	Rp 1.450.000

- c. Pesanan baliho sebanyak 25 buah yang dikerjakan selama 7 hari, dengan bahan-bahan yang dibutuhkan sebagai berikut :

Besi dan vinil @ Rp 50.000,- untuk 25 bh	Rp 1.250.000
Tinta yang digunakan 3 liter @ Rp.200.000,-	Rp 600.000
Biaya tenaga kerja langsung @ Rp 200.000,- 3 orang	Rp 4.200.000
Biaya overhead pabrik yang sesungguhnya	Rp 700.000
Biaya administrasi dan umum	<u>Rp 300.000</u>
Total biaya	Rp 7.050.000

Total biaya produksi Rp 7.050.000,- atau Rp 282.000/unit

Tabel 5.3 Rincian Biaya Baliho untuk 25 buah

Jenis Biaya	Bahan	Biaya per Unit	Total Biaya
Bahan Baku	Besi dan vinil	Rp 50.000	Rp 1.250.000
	Tinta	Rp 200.000	Rp 600.000
Tenaga Kerja Langsung		Rp 200.000	Rp 4.200.000
Overhead Pabrik		Rp 700.000	Rp 700.000
Administrasi dan Umum		Rp 300.000	Rp 300.000

2. Perhitungan Harga Jual

Harga jual adalah harga yang ditetapkan perusahaan atas produk yang dihasilkan berdasarkan perhitungan harga pokok produksi dan ditambah laba yang diharapkan oleh perusahaan atas produk atau barang yang dihasilkan. Perhitungan harga jual dapat diasumsikan sebagai berikut :

$$\text{Harga jual} = \text{Biaya total} + \text{Persentase laba yang diharapkan}$$

Perusahaan menetapkan harga jual berdasarkan harga jual yang berlaku dipasaran, dimana harga jual tersebut tidak mengutamakan harga yang dengan tingkat laba yang diinginkan sebesar 40%, namun lebih kepada harga yang melebihi biaya produksi yang diperhitungkan.

a. Pesanan kalender 20.000 lbr

Total biaya produksi untuk 20.000 lbr kalender Rp.22.000.000

Laba yang diharapkan Rp. 8.800.000

Harga jual untuk 20.000 lbr kalender Rp.30.800.000

Harga jual kalender yaitu Rp.30.800.000 : 20.000 lbr @Rp.1.540/unit

b. Pesanan undangan 6.000 bh

Total biaya produksi untuk 6.000 bh undangan Rp. 8.400.000

Laba yang diharapkan Rp. 3.360.000

Harga jual untuk 6.000 bh undangan Rp.11.760.000

Jadi harga jual undangan yaitu Rp 11.760.000 : 6.000 bh @Rp 1.960/unit

c. Pesanan baliho 25 bh

Total biaya produksi 25 bh baliho Rp.7.050.000

Laba yang diharapkan Rp.2.820.000

Harga jual yang diharapkan Rp.9.870.000

Jadi harga jual yang ditetapkan yaitu Rp 9.870.000 : 25 bh @Rp 394.800/unit

Rekapitulasi dan perhitungan harga pokok di atas dapat dilihat pada tabel 5.4

Tabel 5.4 Perhitungan harga pokok produksi dan harga jual CV. Abadi Advertising di Kota Makassar

Produk	kuantitas	Biaya produksi/unit	Total biaya produksi	Harga jual/unit	Total penjualan
Kalender	20.000	Rp. 1.100	Rp.22.000.000	Rp.1.540	Rp.30.800.000
Undangan	6.000	Rp. 1.400	Rp. 8.400.000	Rp.1.960	Rp.11.760.000
Baliho	25	Rp.138.000	Rp.3.450.000	Rp.193.200	Rp.4.830.000

Sumber : data perusahaan

Dari data tersebut nampak bahwa harga yang ditetapkan oleh CV. Abadi Advertising berbeda-beda dengan jenis pesanan yang berbeda-beda pula. Dimana kalender memproduksi sebanyak 20.000 unit dengan total biaya produksi Rp. 22.000.000 dan total penjualan Rp.30.800.000, kemudian undangan memproduksi 6.000 unit dengan total biaya produksi Rp. 8.400.000 dan total penjualan Rp. 11.760.000, sedangkan baliho hanya menghasilkan 25 unit akan tetapi total biaya produksinya Rp.3.450.000 sehingga menghasilkan total penjualan Rp.4.830.000. Jadi ketiga jenis pesanan tersebut akan mengalami peningkatan harga jual ketika biaya produksinya mengalami peningkatan, disebabkan karena harga jual produk ditentukan berdasarkan harga pasar, maka dari itu tidak semua jenis pesanan mendapatkan laba kotor 40% seperti yang diharapkan oleh perusahaan.

C. Perhitungan biaya produksi dan harga jual berdasarkan pesanan menurut *job order costing*

1. Perhitungan biaya produksi

Setelah perusahaan selesai menganalisis ketiga jenis pesanan tersebut yaitu jenis pesanan kalender , undangan, dan baliho. Sekarang peneliti akan memaparkan analisis perhitungan berdasarkan pesanan (*job order costing*) dengan dua asumsi BOP 50% dan BTKL dan asuransi BOP 25% dari BBB.

Berikut adalah biaya-biaya yang digunakan untuk setiap jenis pesanan yaitu :

a. Dengan asumsi BOP dibebankan 50% biaya tenaga kerja (BTKL)

1. Kalender

Biaya produksi untuk kalender

Biaya bahan (kertas plano) Rp.12.000.000

Tinta Rp. 5.000.000

Rp.17.000.000

Biaya tenaga kerja langsung Rp. 3.000.000

Biaya produksi langsung Rp.20.000.000

BOP diasumsikan dibebankan berdasarkan 50% BTKL Rp. 1.500.000

Jumlah biaya produksi Rp.21.500.000

Biaya administrasi Rp. 1.000.000

Rp.22.500.000

Unit yang dihasilkan 20.000 unit

Jadi biaya produksi/unit = $\text{Rp.22.500.000} : 20.000 \text{ unit}$ adalah **Rp.1.125**

Laba yang diinginkan sebesar 40% dari biaya produksi Rp. 450

Harga jual per unit **Rp.1.575**

2. Undangan

Biaya produksi untuk undangan

Biaya bahan (kertas jasmine) Rp.2.250.000

Tinta Rp.1.000.000

Rp.3.250.000

Biaya tenaga kerja langsung Rp.2.400.000

Biaya produksi langsung Rp.5.650.000

BOP diasumsikan dibebankan berdasarkan 50% BTKL Rp.1.200.000

Jumlah biaya produksi Rp.6.850.000

Biaya administrasi Rp.1.450.000

Rp.8.300.000

Unit yang dihasilkan 6.000 unit

Jadi biaya produksi /unit = Rp.8.300.000 : 6.000 unit adalah **Rp.1.383.33**

Laba yang diinginkan sebesar 40% dari biaya produksi Rp. 553,33

Harga jual per unit Rp.1.936,66

3. Baliho

Biaya produksi untuk baliho

Biaya bahan Rp.1.250.000

Tinta Rp. 600.000

Rp.1.850.000

Biaya tenaga kerja langsung Rp.4.200.000

Biaya produksi langsung Rp.6.050.000

BOP diasumsikan dibebankan berdasarkan 50% BTKL Rp.2.100.000

Jumlah biaya produksi Rp.8.150.000

Biaya administrasi Rp. 300.000

Rp.8.450.000

Unit yang dihasilkan 25 unit

Jadi biaya produksi /unit = Rp.8.450.000 : 25 unit adalah Rp.338.000

Laba yang diinginkan sebesar 40% dari biaya produksi Rp.135.200

Harga jual per unit **Rp.473.200**

b. Dengan asumsi BOP dibebankan 25% biaya bahan baku (BBB)

1. Kalender

Biaya produksi untuk kalender

Biaya bahan Rp.12.000.000

Tinta Rp. 5.000.000

Rp.17.000.000

Biaya tenaga kerja langsung Rp. 3.000.000

Biaya produksi langsung Rp.20.000.000

BOP diasumsikan dibebankan berdasarkan 25% BBB Rp. 4.250.000

Jumlah biaya Rp.24.250.000

Biaya administrasi Rp. 1.000.000

Rp.25.250.000

Unit yang dihasilkan 20.000 unit

Jadi biaya produksi per unit = $25.250.000 : 20.000$ unit adalah **Rp.1.262,50**

Laba yang diinginkan sebesar 40% dari biaya produksi Rp. 505,00

Harga jual per unit **Rp.1.767,50**

2. Undangan

Biaya produksi untuk undangan

Biaya bahan Rp.2.250.000

Tinta Rp.1.000.000

Rp.3.250.000

Biaya tenaga kerja langsung Rp.2.400.000

Biaya produksi langsung	Rp.5.650.000
BOP diasumsikan dibebankan berdasarkan 25% BBB	Rp. 812.500
Jumlah biaya produ	Rp.6.462.500
Biaya administrasi	<u>Rp.1.450.000</u>
	Rp.7.912.500

Unit yang dihasilkan 6.000 unit

Jadi biaya produksi per unit = $7.912.500 : 6.000$ unit adalah **Rp.1.318,75**

Laba yang diinginkan sebesar 40% dari biaya produksi _____ Rp. 527,50

Harga jual per unit **Rp.1.846,25**

3. Baliho

Biaya produksi untuk baliho

Biaya bahan Rp.1.250.000

Tinta Rp. 600.000

Rp.1.850.000

Biaya tenaga kerja langsung Rp.4.200.000

Biaya produksi langsung Rp.6.050.000

BOP diasumsikan dibebankan berdasarkan 25% BBB Rp. 462.500

Jumlah biaya produksi Rp.6.512.500

Biaya administrasi Rp. 300.000

Rp.6.812.500

Unit yang dihasilkan 25 unit

Jadi biaya produksi per unit $6.812.500 : 25$ unit adalah **Rp. 272.500**

Laba yang diinginkan sebesar 40% dari biaya produksi	<u>Rp. 109.000</u>
Harga jual per unit	Rp. 381.500

2. Perhitungan harga jual

Perusahaan mengharapkan laba sebesar 40% dari harga pokok produksi untuk setiap pesanan yang dikerjakan. Laba tersebut merupakan laba kotor karena belum dikurangi dengan berbagai biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam operasionalnya. Berikut adalah perhitungan harga jual oleh penulis dengan asumsi laba kotor yang diharapkan 40% dengan berdasarkan BOP 50% dari BTKL dan berdasarkan BOP 25% dari BBB yaitu :

a. Dengan asumsi berdasarkan BOP 50% dari BTKL dan laba kotor 40%

1. Pesanan kalender 20.000lbr dengan laba yang diharapkan 40%

Total biaya produksi untuk 20.000 lbr kalender	Rp.22.500.000
Laba yang diharapkan (22.500.000 x 40%)	<u>Rp.9.000.000,</u>
Harga jual untuk 20.000 lbr kalender	Rp.31.500.000
Jadi harga jual yaitu Rp.31.500 : 20.000 lbr	Rp.1.575/unit

2. Pesanan undangan 6.000 bh dengan laba yang diharapkan 40%

Total produksi untuk 6.000 bh undangan	Rp.8.300.000,-
Laba yang diharapkan (8.300.000 x 40%)	<u>Rp.3.320.000,-</u>
Harga jual untuk 6.000 bh undangan	Rp.11.620.000
Jadi harga jual untuk undangan yaitu Rp.11.620.000:6.000 =Rp.1.936,67/unit	

3. Pesanan baliho 25 bh dengan laba yang diharapkan 40%

Total biaya produksi 25 bh baliho	Rp.8.450.000
Laba yang diharapkan (8.450.000 x 40%)	<u>Rp.3.380.000</u>

Harga jual yang ditetapkan Rp.11.830.000

Jadi harga jual yang ditetapkan yaitu Rp.11.830.000 : 25 bh Rp.473.200/unit

b. Dengan asumsi berdasarkan BOP 25% dari BBB dan laba kotor 40%

1. Pesanan kalender 20.000lbr dengan laba yang diharapkan 40%

Total biaya produksi untuk 20.000 lbr kalender Rp.25.250.000

Laba yang diharapkan (25.250.000 : 40%) Rp.10.100.000

Harga jual untuk 20.000 lbr kalender Rp.35.350.000

Jadi harga jual untuk yaitu Rp.35.350.000 : 20.000 lbr Rp1.767,50/unit

2. Pesanan Undangan 6.000 bh dengan laba yang diharapkan 40%

Total biaya produksi untuk 6.000 bh undang Rp.7.912.500

Laba yang diharapkan (7.912.500 x 40%) Rp3.165.000

Harga jual untuk 6.000 bh undang Rp.11.077.500

Jadi harga jual undangan yaitu Rp11.077.500 : 6.000 bh Rp 1.846,25/unit

3. Pesanan baliho 25 bh dengan laba yang diharapkan 40%

Total biaya produksi 25 bh baliho Rp.6.812.500

Laba yang diharapkan (6.812.500 x 40%) Rp.2.725.000

Harga jual yang ditetapkan Rp.9.537.500

Jadi harga jual yang ditetapkan yaitu Rp.9.537.500 : 25 bhRp.381.500/unit

Dari analisis di atas yang diterapkan oleh *job order costing* dengan dua persepsi yaitu berdasarkan 50% dari BTKL dan berdasarkan 25% dari BBB merupakan analisis yang cukup jelas dan dapat diketahui oleh orang yang mudah memahami, karena perhitungan harga pokok pesanan yang

peneliti paparkan dapat membantu mengetahui harga jual per unitnya. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada table. 5.5 dan 5.6. yaitu sebagai berikut :

Tabel. 5.5. Perhitungan harga pokok produksi dan harga jual berdasarkan asumsi 50% BTKL *job order costing*

Produk	Kuantitas	Biaya produksi/unit	Total biaya produksi	Harga jual/unit	Total penjualan
Kalender	20.000	Rp. 1.125	Rp.22.500.000	Rp. 1.575	Rp.31.500.000
Undangan	6.000	Rp. 1.383	Rp. 8.300.000	Rp. 1.936	Rp.11.620.000
Baliho	25	Rp.338.000	Rp.8.450.000	Rp.473.200	Rp.11.830.000

Sumber : data perusahaan yang di olah

Tabel. 5.6 Perhitungan harga pokok produksi dan harga jual berdasarkan asumsi 25% BBB *job order costing*

Produk	Kuantitas	Biaya produksi/unit	Total biaya produksi	Harga jual/unit	Total penjualan
Kalender	20.000	Rp. 1.262,50	Rp.25.250.000	Rp.1.676,50	Rp.35.350.000
Undangan	6.000	Rp.1.318,75	Rp.7.912.500	Rp.1.846,25	Rp.11.077.500
Baliho	25	Rp.272.500	Rp.6.812.500	Rp.381.500	Rp. 9.537.500

Sumber : data perusahaan yang di olah

Dari kedua asumsi data di atas yang diterapkan oleh *job order costing* yaitu dengan asumsi 50% dari BTKL dan asumsi berdasarkan 25% dari BBB,dapat dijelaskan bahwa pada produk undangan dan baliho yang menghasilkan biaya produksi dan harga jual yang lebih tinggi ketika dibebankan 50% dari BTKL dibandingkan dengan pembebanan 25% dari BBB.

Untuk jenis pesanan kalender, ketika diasumsikan dengan 50% dari BTKL maka dapat menghasilkan total biaya produksi Rp.22.500.000 dengan

total penjualan Rp31.500.000 dengan asumsi berdasarkan 25% dari BBB dapat memperoleh total biaya produksi yaitu sebesar Rp25.250.000 dengan total penjualan Rp35.350.000, jadi hanya jenis pesanan kalender yang lebih tinggi total penjualannya ketika diasumsikan 25% dari BBB. Hal tersebut disebabkan karena ketiga jenis pesanan tersebut yaitu kalender, undangan, dan baliho menghasilkan biaya produksi yang berbeda sehingga jika dikalikan dengan persentase laba yang diharapkan yaitu 40% maka akan menghasilkan total penjualan yang berbeda pula. Setelah semua analisis diatas diketahui maka dapatlah disimpulkan dalam bentuk tabel perbandingan yaitu dapat dilihat pada table 5.7.

Tabel 5.7. Perbandingan harga produk dan harga jual pada CV Abadi Advertising di kota Makassar dengan *job order costing*

Produk	Kuantitas	Harga produk (Rp)			Harga jual (Rp)		
		perusahaan	Job order		perusahaan	Job order	
			50%	25%		50%	25%
Kalender	20.000	1.100	1.125	1.262	1.540	1.575	1.767
Undangan	6.000	1.400	1.383	1.318	1.960	1.936	1.846
Baliho	25	282.000	338.000	272.500	394.800	473.200	381.500

Dari tabel diatas terlihat bahwa penentuan harga produk pada perusahaan lebih kecil biayanya dibandingkan job order costing dan ketika dilihat dari penentuan harga jualnya perusahaan lebih rendah dibandingkan job order costing. Hal ini disebabkan karena perusahaan menentukan harga jual berdasarkan harga pasar namun laba kotor yang diharapkan yaitu 40% tidak menentu dari setiap pesanan.

D. Penentuan selisih BOP dengan asumsi berdasarkan 50% dari BTKL dan 25% dari BBB

Perusahaan telah menetapkan harga jual untuk setiap jenis pesanan dan telah menjadi harga pasar yang berlaku pada setiap perusahaan yang bergerak pada usaha yang sejenis yaitu percetakan. Namun tak sedikit juga perusahaan yang menetapkan harga jual yang rendah, namun sekedar melakukan promosi atau untuk menghadapi persaingan dalam usaha percetakan yang saat ini sangat ketat. Maka dari itu peneliti akan memaparkan selisih BOP, dari BOP sesungguhnya yaitu CV Abadi Advertising sedangkan BOP yang dibebankan merupakan BOP dari job order costing, dimana peneliti menggunakan dua asumsi yaitu BOP berdasarkan BTKL sebesar 50% dan BOP 25% dari BBB, sebagai tolak ukur untuk menentukan selisih BOP, Adapun analisisnya yaitu :

1. Perhitungan perusahaan dan peneliti dengan selisih BOP berdasarkan asumsi 50% dari BTKL yaitu sebagai berikut :

- a. Kalender

BOP di bebankan	Rp.1.500.000
BOP sesungguhnya	(Rp.1.000.000)
Selisih laba BOP	Rp. 500.000

- b. Undangan

BOP di bebankan	Rp.1.200.000
BOP sesungguhnya	Rp.1.300.000
Selisih rugi BOP	(Rp. 100.000)

c. Baliho

BOP di bebaskan	Rp.2.100.000
BOP sesungguhnya	Rp. 700.000
Selisih laba BOP	Rp.1.400.000
Selisih rugi BOP	Rp.100.000
Selisih laba BOP (Rp.500.000+Rp.1.400.000) =	Rp.1.900.000
Total seluruh laba BOP	Rp.1.800.000

2. Perhitungan perusahaan dan peneliti dengan selisih BOP berdasarkan asumsi 25% dari BBB yaitu sebagai berikut :

a. Kalender

BOP dibebankan	Rp.4.250.000
BOP sesungguhnya	Rp.1.000.000
Selisih laba BOP	Rp.3.250.000

b. Undangan

BOP dibebankan	Rp. 812.500
BOP sesungguhnya	Rp.1.300.000
Selisih rugi BOP	(Rp. 487.500)

c. Baliho

BOP dibebankan	Rp.462.500
BOP sesungguhnya	Rp.700.000
Selisih rugi BOP	(Rp.237.500)

Selisih rugi BOP (Rp.487.500 + Rp.237.500) = Rp. 725.000

Selisih laba BOP	Rp.3.250.000
Total selisih laba BOP	Rp.2.525.000

Dari analisis diatas peneliti dapat menampilkan tabel untuk selisih biaya produksi dan harga jualnya dalam per unit. Adapun data tersebut dapat dilihat pada tabel 5.8 dan tabel 5.9. yaitu sebagai berikut :

Tabel.5.8 selisih BOP berdasarkan asumsi 50% dari BTKL

Produk	Peneliti	Perusahaan	Selisih	Keterangan
Kalender	Rp.1.500.000	Rp.1.000.000	Rp.500.000	Perusahaan
Undangan	Rp.1.200.000	Rp.1.300.000	(Rp100.000)	Perusahaan
Baliho	Rp.2.100.000	Rp. 700.000	Rp.1.400.000	Perusahaan
Laba			Rp.1.800.000	Perusahaan

Sumber : data perusahaan yang di olah

Tabel.5.9.selisih BOP berdsarkan asumsi 25% dari BBB

Produk	Peneliti	Perusahaan	Selisih	Keterangan
Kalender	Rp.4.250.000	Rp.1.000.000	Rp.3.250.000	Perusahaan
Undangan	Rp. 812.500	Rp.1.300.000	(Rp. 487.500)	Perusahaan
Baliho	Rp. 462.500	Rp. 700.000	(Rp. 237.500)	Perusahaan
Laba			Rp.2.525.000	Perusahaan

Sumber : data perusahaan yang di olah

Berdasarkan kedua asumsi data diatas menjelaskan bahwa ketika diasumsikan dalam 50% dari BTKL akan menghasilkan selisih BOP laba sebesar Rp.1.800.000 sedangkan untuk asumsi 25% dari BBB menghasilkan selisih BOP laba sebesar Rp.2.525.000. Hal tersebut disebabkan karena adanya perbedaan biaya pada BOP yang dibebankan dengan BOP

sesungguhnya, dimana BOP ketika diasumsikan 50% dari BTKL lebih besar BOP yang sesungguhnya dari pada BOP yang dibebankan daripada BOP sesungguhnya selisih BOP laba.

Meskipun data diatas menjelaskan bahwa ketika diasumsikan 50% dari BTKL. Itu menghasilkan selisih BOP laba Rp.1.800.000 dan asumsi 25% dari BBB telah menghasilkan selisih BOP laba, akan tetapi tidak menutup kemungkinan akan menghasilkan rugi atau laba jika dihitung dalam laporan laba rugi. Maka dari itu peneliti (job order costing) akan menampilkan dan membandingkan perhitungan laporan laba-rugi. Adapun analisis laporan laba rugi CV Abadi Advertising dan job order costing dapat dilihat sebagai berikut :

CV Abadi Advertising**Laporan laba/rugi****Penjualan**

Kalender (20.000 X Rp.1.250) = Rp.25.000.000

Undangan (6.000 X Rp.1.750) = Rp.10.500.000

Baliho (25 X Rp.394.800) = Rp. 9.870.000

Total penjualan **Rp.45.370.000**

Biaya produksi

Kalender (20.000 X Rp.1.100) = Rp.22.000.000

Undangan (6.000 X Rp.1.400) = Rp.8.400.000

Baliho (25 X Rp. 282.000) = Rp.7.050.000

Total biaya produksi **Rp.37.450.000**

Laba kotor **Rp. 7.920.000**

Biaya administrasi **Rp. 2.750.000**

Laba bersih **Rp. 5.170.000**

Job order costing
BOP berdasarkan 50% BTKL
Laporan laba/rugi

Penjualan

Kalender (20.000 X Rp.1.575,00) = Rp.31.500.000

Undangan (6.000 X Rp.1.936,00) = Rp.11.616.000

Baliho (25 X Rp.473.200) = Rp.11.830.000

Total penjualan **Rp.54.946.000**

Biaya produksi

Kalender (20.000 X Rp.1.125,00) = Rp.22.500.000

Undangan (6.000 X Rp.1.383,33) = Rp. 8.299.980

Baliho (25 X Rp.338.000) = Rp. 8.450.000

Total biaya produksi **Rp.39.249.980**

Laba kotor **Rp.15.696.020**

Biaya administrasi **Rp. 2.750.000**

Laba bersih **Rp.12.946.020**

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian analisis perhitungan harga pokok produksi berdasarkan pesanan untuk menentukan harga jual pada CV. Abadi Advertising di Makassar, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Dari data yang telah diperoleh penulis, nampak bahwa harga yang ditetapkan oleh CV. Abadi Advertising berbeda-beda sesuai dengan jenis pesanan yang berbeda-beda pula.
2. Peneliti menggunakan analisis perhitungan berdasarkan pesanan (*job order costing*) dengan dua asumsi BOP 50% dan BTKL dan asuransi BOP 25% dari BBB. Dari kedua asumsi data yang diterapkan oleh *job order costing* yaitu dengan asumsi 50% dari BTKL dan asumsi berdasarkan 25% dari BBB, dapat dijelaskan bahwa pada produk yang dijadikan sampel oleh penulis yaitu kalender dan baliho menghasilkan biaya produksi dan harga jual yang lebih rendah ketika dibebankan 50% dari BTKL dibandingkan dengan pembebanan 25% dari BBB. Sedangkan, untuk jenis pesanan undangan biaya produksi dan harga jualnya lebih tinggi ketika diasumsikan 50% dari BTKL dibandingkan dengan pembebanan 25% dari BBB. Ketiga jenis pesanan tersebut yaitu kalender, undangan, dan baliho menghasilkan biaya produksi yang berbeda sehingga jika dikalikan dengan persentase laba yang

diharapkan yaitu 40% maka akan menghasilkan total penjualan yang berbeda pula.

B. Saran

Adapun saran yang dapat diberikan kepada CV Abadi Advertising di Makassar antara lain adalah sebagai berikut:

1. Dalam hal pengklasifikasian biaya, perusahaan sebaiknya mengelompokkan biaya sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai agar informasi biaya lebih akurat.
2. Pembebanan biaya overhead pabrik kepada produk perlu dipertimbangkan perusahaan dengan memilih dasar tepat untuk menentukan tarif overhead pabrik guna mengetahui jumlah biaya yang sewajarnya dibebankan kepada produk itu.
3. Perusahaan sebaiknya menggunakan sistem biaya taksiran (estimasi) sebelum melakukan produksi yang berfungsi sebagai alat pengendalian biaya dan sebagai dasar untuk menganalisis kegiatan-kegiatannya. Dengan ditetapkannya sistem biaya taksiran maka akan terlihat perbandingan antara biaya yang sesungguhnya dengan biaya taksiran, yang nantinya dapat memberikan petunjuk mengenai pemborosan.

DAFTAR PUSTAKA

- Boone & Kurtz.2004. *Pengantar Bisnis*. Jakarta. Penerbit Erlangga.
- Carter, K. William, Usry, Wilton.2009. *Akuntansi Biaya*. Edisi Keempat Belas Buku 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Garrison, Ray H. D.B.A., CPA dkk. 2006. *Akuntansi Manajerial*. Edisi Kesebelas. Buku 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Hansen, Don. R. Dan M.Mowen, Mayane.2001, *Manajemen biasa akuntansi dan pengendalian*. Buku dua. Edisi kesatu. Jakarta. Salemba empat.
- Mulyadi 2003. *Akuntansi Manajemen, Konsep, Manfaat dan Rekayasa*. Edisi Ketiga. Jakarta. Salemba Empat.
- _____. 2007. *Akuntansi Biaya*. Edisi V. Cetakan Kedelapan. Yogyakarta:UPPSTIM YKPN.
- _____. 2012. *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: Unit Penerbitan dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Sukirno, Sadono. 2008. *MikroekonomiTteori Pengantar*, Cetakan Ketiga. Jakarta. PT. RajaGrafindo Persada.
- Supriyono, R.A. 2005. *Akuntansi Biaya: Pengumpulan Biaya dan Penentuan Harga Pokok*, Buku 1, Edisi Kedua, Yogyakarta:BPFE-UGM.
- _____. 2011. *Akuntansi Biaya dan Penentuan Harga Pokok*. Cetakan Kelima Belas. Yogyakarta.BPFE.
- _____. 2013. *Akuntansi Biaya: Pengumpulan Biaya dan Penentuan Harga Pokok*. Yogyakarta: BPFE.
- Swastha, Basu. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedelapan. Jakarta: Liberty.
- Usman, Husaini. 2006. *Pengantar Statistik*. Edisi Kedua. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Bumi Aksara.

LAMPIRAN

CV Abadi Advertising

Laporan laba/rugi

Penjualan

Kalender (20.000 X Rp.1.250) = Rp.25.000.000

Undangan (6.000 X Rp.1.750) = Rp.10.500.000

Baliho (25 X Rp.394.800) = Rp. 9.870.000

Total penjualan **Rp.45.370.000**

Biaya produksi

Kalender (20.000 X Rp.1.100) = Rp.22.000.000

Undangan (6.000 X Rp.1.400) = Rp.8.400.000

Baliho (25 X Rp. 282.000) = Rp.7.050.000

Total biaya produksi **Rp.37.450.000**

Laba kotor **Rp. 7.920.000**

Biaya administrasi **Rp. 2.750.000**

Laba bersih **Rp. 5.170.000**

Job order costing
BOP berdasarkan 50% BTKL
Laporan laba/rugi

Penjualan

Kalender (20.000 X Rp.1.575,00) = Rp.31.500.000

Undangan (6.000 X Rp.1.936,00) = Rp.11.616.000

Baliho (25 X Rp.473.200) = Rp.11.830.000

Total penjualan **Rp.54.946.000**

Biaya produksi

Kalender (20.000 X Rp.1.125,00) = Rp.22.500.000

Undangan (6.000 X Rp.1.383,33) = Rp. 8.299.980

Baliho (25 X Rp.338.000) = Rp. 8.450.000

Total biaya produksi **Rp.39.249.980**

Laba kotor **Rp.15.696.020**

Biaya administrasi **Rp. 2.750.000**

Laba bersih **Rp.12.946.020**

RIWAYAT HIDUP PENULIS



SUSTIKA, dilahirkan di kabupaten Sinjai tepatnya di dusun Kalimbu desa Batu Belerang kecamatan Sinjai Borong pada hari Kamis tanggal 24 September 1994. Anak pertama dari empat bersaudara dari pasangan Dahlan dan Suriani. Peneliti menyelesaikan pendidikan di sekolah dasar SDN 187 Maccini di kecamatan Sinjai Borong kabupaten Sinjai pada tahun 2001 dan tamat pada tahun 2007. Pada tahun itu juga peneliti melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 1 Sinjai Borong kabupaten Sinjai tamat pada tahun 2010. Kemudian pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 1 Sinjai Borong dan tamat pada tahun 2013. Pada tahun 2013 peneliti melanjutkan pendidikan di Perguruan Tinggi pada jurusan akuntansi fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar dengan program Strata Satu (S1).

