

SKRIPSI

**ANALISIS PENETAPAN HARGA JUAL DENGAN METODE
DIRECT COSTING PADA CV. CITRA SARI
MAKASSAR**

RESKI AMALIA NUR

10573 04260 13



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

2017

**ANALISIS PENETAPAN HARGA JUAL DENGAN METODE
DIRECT COSTING PADA CV. CITRA SARI
MAKASSAR**

**RESKI AMALIA NUR
105 730 4260 13**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Jurusan Akuntansi

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

2017

HALAMAN PERSETUJUAN

JUDUL SKRIPSI : **ANALISIS PENETAPAN HARGA JUAL
DENGAN METODE *DIRECT COSTING* PADA
CV. CITRA SARI MAKASSAR.**

NAMA MAHASISWA : **RESKI AMALIA NUR**

NOMOR STAMBUK : **10573 04260 13**

PROGRAM STUDI : **AKUNTANSI**

JENJANG STUDI : **STRATA SATU (S-1)**

PERGURUAN TINGGI : **UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Menyatakan bahwa skripsi ini telah diperiksa dan diajukan didepan panitia penguji Skripsi Strata Satu (S1) pada hari Sabtu, 07 Oktober 2017 pada program studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, Oktober 2017

Menyetujui :

Pembimbing I,

Dra. Hj. Lilly Ibrahim.,M.Si

NBM: 904976

Pembimbing II

Abd Salam HB.,SE,M,Si,AK,CA

NIDN: 0915058801

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi
dan Bisnis



Ismail Rasulong, SE, MM

KTAM: 903078

Ketua Jurusan Akuntansi

Ismail Badollahi.,SE,M,Si,Ak,CA

NBMN: 10703428

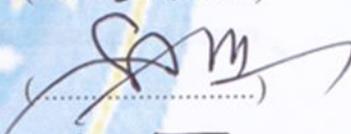
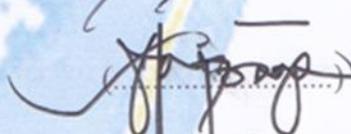
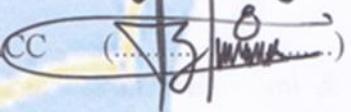
HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Atas Nama RESKI AMALIA NUR, NIM 105730426013 Ini Telah Diperiksa Dan Diteima Oleh Panitia Ujian Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor : Tahun 1439 H/ 2017 M Dan Telah Dipertahankan Didepan Penguji Pada Tanggal 07, Oktober 2017 M. Sebagai Salah Satusyarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 17 Muharram 1439 H

07 Oktober 2017

Panitia Ujian :

1. Pengawas Umum : Dr. H. Abd. Rahman Rahim ,SE. MM (.....)
(Rektor Unismuh Makassar) 
2. Ketua : Ismail Rasulong, SE., MM (.....)
(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis) 
3. Sekretaris : Drs. H. Sultan Sarda, MM (.....)
(WD. 1 Fak. Ekonomi dan Bisnis) 
4. Penguji : 1. Dr. H, Muh. Rusydi Rahman, M.Si (.....) 
2. Abd. Salam HB, SE, M.Si.Ak.CA (.....) 
3. Moh Aris Pasigai , SE, MM (.....) 
4. Agusdiwana Suarni, SE, M. ACC (.....) 

KATA PENGANTAR

اللَّهُ بِسْمِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT karena berkat Rahmat, Hidayah, dan InayahNyalah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Analisis Penetapan Harga Jual dengan Metode *Direct Costing* Pada Cv. Citra Sari Makassar.**”.

Skripsi ini merupakan tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Skripsi ini Sangatlah jauh dari kesempurnaan tanpa adanya bantuan dan dorongan serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih secara khusus kepada kedua orang tua tercinta dan terkasih Ayahanda Syarifuddin Das dan Ibunda Nurmiaty Djohan yang sangat berjasa dan senantiasa membesarkan, merawat memberikan pendidikan sampai pada jenjang saat ini, yang tidak pernah bosan mendoakan, menyemangati dan motivasi serta bantuan moril maupun materil, dan tak lupa kasih sayang yang tak hentinya beliau berikan kepada saya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Saya juga menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini. khususnya kepada :

1. Bapak Dr.H.Abdul Rahman Rahim,SE.MM selaku Rector Universitas Muhammadiyah Makassar.

2. Bapak Ismail Rasulong,SE.MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Ibu Dra. Hj. Lilly Ibrahim.,M.Si dan bapak Abd Salam HB.,SE,M,Si,AK,CA selaku pembimbing I dan pembimbing II. Terima kasih atas waktu, kesabaran, bimbingan, dan pengarahan dalam menyelesaikan Skripsi ini.
4. Bapak Ismail Badollahi,SE.M.Si.Ak.CA selaku ketua jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
5. Kakakku yang tercinta Zulham Nur & Syam Siah, Zulfitriah Nur & Rahmat, Indah Arnilah Nur & Aرسال.
6. Staf karyawan CV. Citra Sari Makassar yang bersedia memberikan bantuan untuk memperoleh data-data dan informasi terima kasih atas kerjasamanya selama ini.
7. Teman-teman yaitu Ekhy, widia, Iin, Inna, Acca, Yati, Musda, dan Dani yang telah memberikan bantuan kepada penulis selama menyusun skripsi ini serta seluruh teman-teman dari Akuntansi 2013 tanpa terkecuali terima kasih atas kerjasamanya selama ini.
8. Dan terima kasih kepada dewan senior di Himpunan Mahasiswa Akuntansi (HIMANSI), terkhusus kepada Andi Isran Safari yang selalu memberikan motifasi sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa skripsi ini sangatlah jauh dari kesempurnaan karena kesempurnaan itu hanya milik Allah SWT. dan oleh karena itu saran, kritik serta umpan balik diharapkan agar skripsi ini mendekati kesempurnaan. Semoga segala bantuan pihak, petunjuk, dorongan dan pengorbanan yang telah diberikan memungkinkan terselesaikannya skripsi ini bernilai ibadah dan memperoleh imbalan yang berlipat ganda disisi Allah SWT. Amin..

Makassar, Oktober 2017

Penulis

ABSTRAK

Reski Amalia Nur. 2013. Analisis Penerapan *Direct Costing* Sebagai Alat Untuk Menghitung Harga Pokok Produksi Pada CV. Citra Sari Makassar. Dibimbing oleh Hj Lilly Ibrahim dan Abd Salam. Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Makassar.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan *direct costing* pada CV. Citra Sari Makassar. Data Penelitian ini di peroleh dari perusahaan (sekunder) serta penulis mengadakan wawancara langsung dengan pihak terkait di CV. Citra Sari Makassar. Temuan penelitian menunjukkan bahwa penerapan *direct costing* dapat dikatakan berperan sebagai alat untuk menghitung harga pokok produksi. Hal ini dapat di lihat dari perbandingan laba menurut perusahaan dengan *direct costing*, maka akan dapat menambah laba yaitu sebesar Rp.19.382.425, Hasil analisis perbandingan harga jual menurut perusahaan dengan menurut *direct costing* yaitu sebesar Rp.37.737,90, sedangkan menurut *direct costing* sebesar Rp.22.422,35, sehingga perusahaan menggunakan *direct costing* maka diperoleh penghematan sebesar Rp.15.315,55.- per/botol.

Kata Kunci : *direct costing*, alat menghitung, harga jual

ABSTRACT

Reski Amalia Nur. 2013. Analysis of Direct Costing Implementation as Tools To Calculate Cost of Production At CV. Citra Sari Makassar. Guided by Hj Lilly Ibrahim and Abd Salam. Accounting Department Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Makassar.

This study aims to analyze the implementation of direct costing on CV. Citra Sari Makassar. Data This study was obtained from the company (secondary) as well as the author held a direct interview with the relevant parties in the CV. Citra Sari Makassar. The research findings show that the application of direct costing can be said to act as a tool to calculate the cost of production. This can be seen from the comparison of earnings by companies with direct costing, it will be able to increase profits of Rp.19.382.425, the results of comparative analysis of the selling price according to the company by direct costing that is equal to Rp.37.737.90, whereas according to direct costing of Rp.22.422,35, so the company uses direct costing then obtained savings of Rp.15.315.55.- per / bottle.

Keywords: direct costing, calculating tools, selling price

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	5
A. Pengertian Biaya	5
B. Klasifikasi Biaya	9
C. Pengertian Dan Unsure Biaya Produksi.....	11
D. Pengertian Harga Pokok Produksi	16
E. Metode Penentuan Harga Pokok Produksi.....	18
F. Penelitian Terdahulu	30
G. Kerangka Pikir	33
H. Hipotesis.....	35
BAB III. METODE PENELITIAN	36
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	36
B. Metode Pengumpulan Data.....	36
C. Jenis dan Sumber Data.....	37
D. Defenisi Operasional	38

E. Metode Analisis	39
BAB IV. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	40
A. Sejarah Berdirinya Perusahaan	40
B. Struktur Organisasi Perusahaan	42
C. Uraian Tugas	44
D. Visi Dan Misi CV. Citra Sari Makassar.....	47
BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN	48
A. Proses Poduksi	48
B. Analisis Kalkulasi Biaya Produksi menurut Perusahaan	51
C. Analisis Perhitungan Harga Jual Minuman Markisa	58
D. Analisis Perhitungan Harga Jual menurut <i>Direct Costing</i>	63
E. Analisa Pembahasan.....	69
BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	72
A. Kesimpulan	72
B. Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
2.1 Jurnal Atas Penelitian Terdahulu	30
5.1 Volume Produksi Minuman Markisa	50
5.2 Volume Produksi dan Volume Penjualan Minuman markisa	52
5.3 Kebutuhan Bahan Baku dalam Produksi Minuman Markisa	53
5.4 Biaya Tenaga Kerja Langsung	54
5.5 Biaya Overhead Pabrik (Sebelum Pemisahan Biaya Semi Variabel)	55
5.6 Struktur Biaya Produksi Minuman Markisa Menurut Perusahaan	56
5.7 Laporan Harga Pokok Produksi Minuman Markisa (Menurut Perusahaan)	58
5.8 Laporan Laba rugi (Menurut Perusahaan)	62
5.9 Biaya Reparasi dan Pemeliharaan Aktiva Tetap	64
5.10 Stuktur Biaya Setelah Pemisahan Biaya Semi Variabel	65
5.11 Kalkulasi Biaya Non Produksidengan direct costing	67
5.12 Kalkulasi Biaya Produksi dengan Direct costing	67
5.13 Laporan Laba Rugi dengan Metode Direct costing	68
5.14 Perbandingan Harga Pokok Produksi dan Laba Menurut Perusahaan Dengan Direct costing	70

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Arus Biaya Direct Costing Harga Pokok Produksi	24
2.2 Kerangka Pikir	35
4.1 Struktur Organisasi CV Citra Sari Makassar	44

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Tujuan dan sasaran yang ingin dicapai oleh perusahaan terutama perusahaan industri adalah meningkatkan jumlah produksi agar dapat mencapai laba yang optimal. Hal ini hanya dapat terlaksana jika di tunjang oleh pengelolaan manajemen perusahaan secara efisien dan efektif. Satu hal yang perlu diperhatikan bahwa dalam pengelolaan manajemen perusahaan, salah satu faktor yang dapat menunjang perusahaan dalam mencapai tujuannya adalah ketepatan dalam hal pengambilan keputusan, yakni pengendalian biaya produksi.

Pengendalian biaya produksi yang mapan dimaksudkan agar tercapai hubungan timbal balik dan saling menunjang antara fungsi yang satu dengan fungsi yang lainnya. Suatu kriteria yang penting adalah seberapa jauh suatu perusahaan menetapkan kalkulasi biaya produksi yang bebas dan berdiri sendiri dalam suatu perusahaan.

Salah satu faktor yang dapat menunjang suksesnya masing-masing bagian dalam mencapai tujuannya adalah adanya suatu penentuan harga pokok produksi. Peranan harga pokok produksi dalam perusahaan sangatlah penting. Dikatakan kalkulasi harga pokok produksi sangat penting dalam perusahaan, sebab dengan kalkulasi harga pokok produksi maka dapat diketahui berapa besar jumlah harga pokok produksi yang akan dikeluarkan oleh perusahaan dalam proses produksi.

Kalkulasi harga pokok produksi adalah merupakan permasalahan yang fundamental bagi suatu perusahaan, khususnya dibidang industri, sebab kalkulasi harga pokok produksi berkaitan dengan penentuan harga jual produk tersebut. Dengan pentingnya masalah kalkulasi harga pokok produksi dalam kegiatan produksi, maka salah satu faktor yang berpengaruh dalam kegiatan produksi adalah bagaimanakah penerapan metode penentuan harga pokok produksi dalam menetapkan harga pokok produksi dari perusahaan. Dalam kaitannya dengan uraian tersebut di atas, dengan metode penentuan harga pokok produksi dalam kegiatan industri maka akan berpengaruh terhadap laba yang akan dicapai, khususnya dalam perhitungan laba rugi. Dengan pentingnya peranan metode penentuan harga pokok produksi dalam kegiatan operasional perusahaan, maka perlunya penggunaan metode penentuan harga pokok produksi dalam kegiatan operasional perusahaan.

Salah satu metode penentuan harga pokok produksi yang digunakan adalah dengan menggunakan metode variable costing istilah "*direct costing*" biasanya diterima untuk menunjukkan metode tersebut. Menurut metode *direct costing* biaya-biaya yang diperhitungkan sebagai harga pokok produk adalah biaya produksi variabel yang terdiri dari biaya bahanbaku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* variabel. Biaya-biaya produksi tetap dikelompokkan sebagai biaya periodik bersama-sama dengan biaya non produksi.

CV.Citra Sari Makassar adalah merupakan perusahaan yang bergerak di bidang produksi minuman, di mana dalam menjalankan aktivitas usahanya

senantiasa mengalami peningkatan. Seiring dengan perkembangan tersebut maka masalah yang timbul dalam perusahaan juga semakin rumit, secara khusus penggunaan biaya produksi yang setiap tahun meningkat, sehingga perhitungan harga pokok produksi secara tepat menjadi semakin penting. Oleh karena itu perlu dilakukan langsung evaluasi tentang penggunaan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya *overhead* pabrik.

Kesalahan dalam perhitungan harga pokok produksi disebabkan adanya pembebanan biaya yang tidak relevan, yang turut diperhitungkan sebagai harga pokok produksi, akan menyebabkan harga pokok produksi menjadi tinggi.

Hal-hal tersebut di atas yang merupakan dorongan bagi penulis untuk membahas permasalahan pada CV. Citra Sari Makassar dengan memilih judul, “Analisis Penetapan Harga Jual dengan Metode *Direct Costing* pada CV. Citra Sari Makassar”.

B. Rumusan Masalah

Masalah yang dapat dikemukakan sehubungan dengan latar belakang masalah yang dihadapi oleh perusahaan adalah sebagai berikut; “Apakah menggunakan perhitungan harga pokok produksi dengan pendekatan *direct costing* pada CV. Citra Sari Makassar dapat menghasilkan harga jual yang optimal”.

C. Tujuan Penelitian

Adapun Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perhitungan harga pokok produksi dengan pendekatan *direct costing* yang dilaksanakan CV.Citra Sari Makassar dapat menetapkan harga jual yang optimal.

D. Manfaat Penelitian

Sedangkan kegunaan dalam penelitian ini adalah :

- a. Memberikan informasi kepada perusahaan dalam melakukan perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode *direct costing*.
- b. Sebagai bahan perbandingan bagi penulis dalam menata pola pikir mengenai masalah penentuan harga pokok produksi melalui *direct costing* yang dilakukan oleh perusahaan dengan teori yang telah didapatkan di bangku kuliah.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Biaya

Mengelola perusahaan, diperlukan informasi biaya yang sistematis dan komparatif serta data analisis biaya dan laba. Informasi ini membantu manajemen untuk menetapkan sasaran laba perusahaan, menetapkan target departemen yang menjadi pedoman manajemen menengah dan operasi menuju pencapaian sasaran akhir, mengevaluasi keefektifan rencana, mengungkapkan keberhasilan atau kegagalan dalam bentuk tanggung jawab yang spesifik dan menganalisis serta memutuskan pengadaan penyesuaian dan perbaikan agar seluruh organisasi tetap bergerak maju secara seimbang menuju tujuan yang telah ditetapkan. Sistem informasi yang benar sangat diperlukan oleh setiap manajer yang bertanggung jawab. Guna pencapaian tujuan ini, sistem tersebut harus dikomunikasikan secara efektif. Untuk itu, kebutuhan akan pengendalian biaya menjadi hal yang penting.

Melaksanakan tanggung jawab perencanaan dan pengendalian biaya, manajer membutuhkan informasi tentang biaya. Dari sudut pandang akuntansi, kebutuhan informasi biaya paling sering berkaitan dengan biaya-biaya organisasi. Menghasilkan pendapatan tidaklah menjamin adanya laba. Pengetahuan mengenai biaya-biaya dapat membuat perbedaan signifikan dalam keberhasilan sebuah perusahaan. Entitas-entitas bisnis yang sangat memahami dan mengendalikan biaya-biaya biasanya memperoleh sukses yang lebih baik dari pada entitas-entitas yang tidak memahaminya.

Tanpa informasi biaya, manajemen tidak memiliki ukuran apakah masukan yang dikorbankan memiliki nilai ekonomi yang lebih rendah dari nilai keluarannya, sehingga tidak ada informasi yang dijadikan dasar untuk mengetahui apakah kegiatan usahanya menghasilkan laba atau sisa hasil usaha yang sangat diperlukan untuk mengembangkan atau mempertahankan eksistensi perusahaannya. Begitu juga tanpa informasi biaya, manajemen tidak memiliki dasar untuk mengalokasikan berbagai sumber ekonomi yang dikorbankan dalam menghasilkan sumber ekonomi lain.

Berdasarkan pandangan tersebut, menurut Sunarto (2005: 2) mengungkapkan secara umum bahwa: “Biaya adalah harga pokok atau bagian yang dimanfaatkan atau dikonsumsi untuk memperoleh pendapatan”.

Perumusan definisi biaya secara umum yang dikemukakan di atas, memiliki ciri-ciri seperti pemakaian barang-barang, keterkaitan dengan suatu tujuan output dan penilaian. Melalui penggunaan ciri-ciri yang lebih dipertajam dengan memperhatikan ciri-ciri tambahan yang diperlukan dapat menghasilkan pengertian biaya secara khusus atau pengertian biaya yang lebih rinci. Pengertian biaya secara khusus merupakan pengertian yang operasional, terutama karena memberi petunjuk tentang jenis pemakaian barang-barang, banyaknya pemakaian, kaitan pemakaian dan hasil serta dasar-dasar penilaiannya, sesuai dengan kekhususan masing-masing biaya yang bersangkutan.

Muqodim (2005: 142) mengungkapkan bahwa: “Biaya adalah aliran keluar atau penggunaan aktiva, atau terjadinya utang (atau kombinasi diantara keduanya) dari penyerahan atau produksi barang, penyerahan jasa atau pelaksanaan kegiatan atau suatu perusahaan”. Sedangkan Mulyadi (2010: 9) mengatakan bahwa: “Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu”.

Menurut William K. Carter dan Milton F. Usry (2006: 29) diterjemahkan oleh Krista menyatakan bahwa: “Biaya sebagai nilai tukar, pengeluaran, dan pengorbanan untuk memperoleh manfaat”.

Pengertian biaya yang dikemukakan oleh Prawironegoro (2009: 19) adalah: “Pengorbanan untuk memperoleh harta, sedangkan beban merupakan pengorbanan untuk memperoleh pendapatan keduanya merupakan pengorbanan, namun tujuannya berbeda”.

Dalam dunia bisnis, semua aktivitas dapat diukur dengan satuan uang yang lazim disebut biaya. Aktivitas itu merupakan pengorbanan waktu, tenaga dan pikiran, material untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Tujuan bisnis adalah laba. Oleh sebab itu setiap aktivitas harus diperhitungkan secara *benefit costratio* (perhitungan keuntungan dan pengorbanan).

Mursyidi (2008: 14) menyatakan bahwa: “Biaya diartikan sebagai suatu pengorbanan yang dapat mengurangi kas atau harta lainnya untuk mencapai tujuan, baik yang dapat dibebankan pada saat ini maupun pada saat yang akan datang”.

Berdasarkan definisi yang dikemukakan di atas, terdapat 4 (empat) unsur pokok, yaitu:

- a. Biaya merupakan Pengorbanan sumber ekonomi
- b. Diukur dalam satuan uang
- c. Yang telah terjadi atau secara potensial akan terjadi
- d. Pengorbanan tersebut untuk tujuan tertentu

Menurut pendapat Bastian dan Nurlala (2007: 2) mendefinisikan, “Akuntansi biaya adalah suatu bidang akuntansi yang mempelajari bagaimana cara mencatat, mengukur, dan melaporkan tentang informasi biaya yang digunakan”.

Istilah biaya dalam akuntansi, didefinisikan sebagai pengorbanan yang dilakukan untuk mendapatkan barang atau jasa, pengorbanan mungkin diukur dalam kas, aktiva yang ditransfer, jasa yang diberikan dan lain-lain, hal ini diperkuat oleh pendapat Witjaksono (2013: 6) bahwa: “Biaya adalah suatu pengorbanan sumber daya untuk mencapai suatu tujuan tertentu”.

Berdasarkan definisi-definisi di atas tentang biaya maka digunakan akumulasi data biaya untuk keperluan penilaian persediaan dan untuk penyusunan laporan-laporan keuangan di mana data biaya jenis ini bersumber pada buku-buku dan catatan perusahaan. Tetapi, untuk keperluan perencanaan alisisdan pengambilan keputusan, Sering harus berhadapan dengan masa depan dan berusaha menghitung biaya terselubung (*imputed cost*), biaya deferensial, biaya kesempatan (*oppurtinity cost*) yang harus didasarkan pada sesuatu yang lain dari biaya masa lampau. Oleh sebab itu

merupakan persyaratan dasar bahwa biaya harus diartikan dalam hubungannya dengan tujuan dan keperluan penggunaannya sehingga suatu permintaan akan data biaya harus disertai dengan penjelasan mengenai tujuan dan keperluan penggunaannya, karena data biaya yang sama belum tentu dapat memenuhi semua tujuan dan keperluan.

B. Klasifikasi Biaya

Penggolongan adalah proses pengelompokan secara sistematis atas keseluruhan elemen yang ada ke dalam golongan-golongan tertentu yang lebih ringkas untuk dapat memberikan informasi yang lebih mempunyai arti atau lebih penting.

Akuntansi biaya bertujuan untuk menyajikan informasi biaya yang akan digunakan untuk berbagai tujuan sehingga dalam menggolongkan biaya harus disesuaikan dengan tujuan dari informasi biaya yang akan disajikan. Oleh karena itu, dalam penggolongan biaya perlu diperhatikan untuk apa biaya tersebut digolongkan, untuk tujuan yang berbeda diperlukan cara penggolongan biaya yang berbeda pula, dengan kata lain tidak ada satu cara penggolongan yang dapat dipakai untuk semua tujuan menyajikan informasi biaya.

Berikut ini akan disajikan klasifikasi biaya yang sering dilakukan untuk menyajikan informasi biaya sebagaimana yang dikemukakan oleh Rahmawati (2012: 17) mengatakan bahwa :“Klasifikasi biaya bertujuan untuk menyajikan informasi biaya yang digunakan untuk berbagai tujuan, sehingga

penggolongan biaya juga didasarkan atau disesuaikan dengan tujuan tersebut”.

Ada beberapa cara yang dapat digunakan untuk menggolongkan biaya diantaranya :

1. Berdasarkan fungsi pokok perusahaan
2. *Capital Expenditure* (Pengeluaran modal)
3. Berdasarkan pengaruh manajemen terhadap biaya
4. Karakteristik biaya dihubungkan dengan keluarannya
5. Pengaruh perubahan volume kegiatan terhadap biaya

Pengertian yang sama dikemukakan oleh Dunia dan Wasilah (2009: 23) mengemukakan bahwa: “Klasifikasi biaya diperlukan untuk menyampaikan dan menyajikan data biaya agar berguna bagi manajemen dalam mencapai berbagai tujuannya”. Sebelum memutuskan bagaimana menghimpun dan mengalokasikan biaya dengan baik, manajemen dapat melakukan pengklasifikasian biaya atas dasar :

- a. Obyek biaya
 - 1) Produk
 - 2) Departemen
- b. Perilaku biaya
- c. Periode akuntansi
- d. Fungsi manajemen atau jenis kegiatan fungsional

Selanjutnya pengertian klasifikasi biaya menurut Bastian dan Nurlela (2007: 9) adalah “Klasifikasi biaya atau golongan biaya adalah suatu proses

pengelompokkan biaya secara sistematis atas keseluruhan elemen biaya yang ada kedalam golongan-golongan tertentu yang lebih ringkas untuk dapat memberikan informasi yang lebih ringkas dan penting”.

Berdasarkan pengertian diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa klasifikasi biaya dikelompokkan menurut golongan biaya tertentu yang lebih ringkas, jelas dan terperinci sesuai dengan elemen-elemen tertentu.

C. Pengertian dan Unsur Biaya Produksi

Salah satu faktor yang kerap kali menjadi pertimbangan penting untuk menjalankan usaha dengan baik, terutama bila dikaitkan dengan masalah produksi adalah biaya produksi. Didalam pelaksanaan operasi produk dari suatu perusahaan, biaya produksi merupakan salah satu variabel yang tidak boleh dilupakan. Terkendalnya biaya produksi ini akan merupakan salah satu kunci keberhasilan dari pengendalian produksi secara keseluruhan. Didalam pelaksanaan proses produksi, meskipun seluruh aspek pelaksanaan produksi ini dapat dikendalikan dengan cukup baik, namun apabila masalah biaya produksi terlupakan oleh manajemen perusahaan yang bersangkutan maka hal ini berarti pengendalian produksi yang dilaksanakan di dalam perusahaan yang bersangkutan tersebut belum dapat mencapai sasaran dari pengendalian produksi di dalam perusahaan tersebut. Hal ini disebabkan karena walaupun proses produksi dapat berjalan dengan lancar dan baik, kualitas produk cukup memadai, namun apabila tidak didukung dengan usaha untuk dapat menekan biaya produksi menjadi serendah-rendahnya akan dapat berakibat naiknya

biaya produksi di atas batas-batas yang wajar. Dengan naiknya biaya produksi ini, maka harga pokok produksi akan menjadi naik pula di atas batas yang wajar sehingga harga pokok penjualan dari perusahaan yang bersangkutan tersebut akan menjadi naik pula. Dalam keadaan demikian, maka perusahaan yang bersangkutan tersebut akan mengalami kesulitan didalam melaksanakan pemasaran dari produk perusahaan yang bersangkutan.

Kaitannya dengan produksi dan biaya, ada tiga hal penting yang perlu diperhatikan. Pertama, kata produksi tidak hanya diartikan memproduksi barang dalam industri, melainkan lebih luas dari itu. Pengertian produksi mencakup produksi barang maupun memberikan jasa. Dengan begitu, perusahaan dagang juga melakukan proses produksi, yang terdiri dari pembelian, penyimpanan barang dagangan, pengemasan, penjualan, memberikan kredit penjualan, dan sebagainya. Kedua, dalam uraian di atas pengertian biaya tidak terbatas pada pengorbanan yang dinyatakan dalam nilai moneter. Kalau kita membatasinya pada pengertian ini saja, kita akan menyimpang dari gambaran umum yang berlaku di dunia usaha. Ketiga, kita harus membedakan dengan tajam antara biaya dan uang yang dikeluarkan. Kita berbicara mengenai biaya untuk alat-alat produksi yang dikorbankan dalam proses produksi. Sedangkan pengeluaran uang terjadi saat harga beli dari alat-alat produksi itu dibayarkan, walaupun masih belum dipakai dalam proses produksi.

Sebelum membahas lebih jauh tentang biaya produksi, terlebih dahulu harus diketahui tentang pengertian biaya produksi, sebagaimana yang

dikemukakan oleh Iman Firmansyah (2013: 34) bahwa: “Biaya produksi adalah biaya-biaya yang sejak terjadinya sudah mempunyai hubungan kausal (sebab akibat) dengan kesatuan produk yang dibiayai”.

Pengertian lain tentang biaya produksi, dikemukakan pula oleh Mursyidi (2008: 76): “Biaya produksi adalah biaya yang dialokasikan ke unit produk yang ditransfer ke departemen berikut, dan unit yang masih dalam proses (barang dalam proses akhir) yang dibagi menjadi bahan baku, tenaga kerja, dan biaya *overhead* pabrik”.

Biaya produksi akan diperlakukan sebagai beban atas pendapatan untuk tujuan penentu rugi-laba, apabila produk yang bersangkutan terjual. Karena itu, biaya produksi dianggap tetap melekat pada produk selesai dan produk dalam proses pada akhir suatu periode, sampai dengan saat produk dijual kepada pihak lain dalam bentuk produk selesai pada periode akuntansi berikutnya. Sugiri (2009: 17) menyatakan bahwa: “Biaya produksi pada perusahaan manufaktur terdiri atas elemen-elemen biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya *overhead* pabrik”.

Dari uraian tersebut diatas dapat disimpulkan bahwa biaya produksi adalah biaya yang berhubungan langsung dengan produksi dari suatu produk yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya *overhead* pabrik yang diberlakukan sebagai persediaan selama proses produksi berlangsung. Untuk menentukan harga pokok produk yang diperlukan suatu dasar penilaian persediaan dan penentuan rugi laba periodik. Disamping itu

biaya produksi perlu diklasifikasikan menurut jenis atau obyek pengeluarannya.

Hal ini penting agar pengumpulan data biaya dan alokasinya yang seringkali menuntut adanya ketelitian yang tinggi, seperti misalnya, penentuan tingkat penyelesaian produk dalam proses produksi secara massal dapat dilakukan dengan mudah.

Bahan baku adalah bahan yang digunakan untuk membentuk produk selesai. Bahan baku dapat diidentifikasi ke produk dan merupakan bagian integral dari produk tersebut. Bahan baku juga merupakan bahan utama yang dipakai di dalam produksi yang kemudian diproses menjadi produk jadi melalui penambahan upah langsung dan biaya *overhead* pabrik.

Biaya bahan baku adalah nilai uang bahan baku yang digunakan dalam proses produksi, atau dengan kata lain biaya bahan baku adalah biaya yang timbul karena pemakaian bahan baku. Biaya bahan baku meliputi harga pokok dari semua bahan yang secara praktis dapat diidentifikasi sebagai bagian produk selesai. Misalnya, papan atau kayu pada perusahaan produsen meubel, pasir dan semen pada perusahaan tegel. Tidak semua bahan yang dipakai dalam pembuatan suatu produk diklasifikasikan sebagai bahan baku. Paku dan lempada pada perusahaan produsen meubel, umpamanya tidak diklasifikasikan sebagai bahan baku. Ini disebabkan oleh karena biaya yang diperlukan untuk pengidentifikasiannya dianggap tidak sebanding dengan manfaat yang didapat dari ketelitian harga pokok produknya. Bahan-bahan

yang relatif kecil nilainya seperti itu disebut bahan penolong dan diklasifikasi sebagai bagian dari biaya produksi tidak langsung.

Biaya tenaga kerja adalah biaya yang dikeluarkan untuk membayar para pekerja dan pegawai yang bekerja pada suatu perusahaan. Biaya tenaga kerja pada fungsi produksi lebih lanjut diklasifikasikan menjadi biaya tenaga kerja langsung dan biaya tenaga kerja tidak langsung. Biaya tenaga kerja langsung adalah jumlah upah yang dibayarkan kepada tenaga kerja yang langsung menangani proses produksi. Gaji dan upah operator mesin merupakan biaya tenaga kerja langsung. Sedangkan biaya tenaga kerja tidak langsungnya adalah jumlah upah yang dibayarkan kepada tenaga kerja yang secara tidak langsung menangani kegiatan dalam proses produksi. Gaji dan upah mandor adalah salah satu contoh dari biaya tenaga kerja tidak langsung.

Biaya *overhead* pabrik adalah biaya produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung atau semua biaya produksi tak langsung. Biaya-biaya selain bahan baku dan tenaga kerja langsung yang diperlukan untuk memproduksi barang disebut biaya *overhead* pabrik (*factory overhead* atau *manufacturing overhead* atau *factory burden*). Hubungan biaya *overhead* terhadap produk adalah hubungan tak langsung. Oleh karena itu, biaya disebut juga biaya tak langsung.

Biaya-biaya yang termasuk dalam klasifikasi *overhead* pabrik adalah unsur-unsur biaya berikut: bahan tak langsung, upah tak langsung, penyusutan mesin dan peralatan pabrik, penyusutan gedung pabrik, bahan habis pakai untuk pabrik, pajak bumi dan bangunan (PBB) untuk gedung

pabrik, biaya pemeliharaan mesin-mesin dan peralatan pabrik, dan biaya listrik untuk penerangan dan pembangkit tenaga listrik.

Menentukan harga pokok produksi sebagai dasar penilaian persediaan, terdapat perbedaan yang fundamental tentang apa yang harus dilakukan terhadap biaya produksi langsung dan biaya *overhead* pabrik. Untuk biaya produksi langsung pengumpulan data biaya dilakukan dengan menggunakan dokumen-dokumen transaksi seperti, surat permintaan bahan untuk bahan baku, dan jam kerja untuk tenaga kerja langsung. Melalui dokumen tersebut dicatat data kuantitas dan harga atau tarif per satuannya pada setiap kali terjadi transaksi pemakaian bahan baku atau pelaksanaan suatu order produksi. Sedangkan biaya *overhead* pabrik, tidak dapat diidentifikasi secara langsung kepada produk tertentu, sebab manfaatnya dinikmati oleh semua produk yang dihasilkan oleh perusahaan dan hanya dapat dialokasikan kepada masing-masing produk berdasar pada suatu taksiran. Untuk mengatasi hal ini, perusahaan pada umumnya menetapkan jumlah biaya *overhead* pabrik untuk jangka waktu tertentu, misalnya satu tahun, kemudian membebankannya kepada produk yang dihasilkan dalam jangka waktu tersebut berdasarkan tarif tertentu.

D. Pengertian Harga Pokok Produksi

Sebagaimana diketahui bahwa biaya adalah merupakan bagian dari padaharga pokok produksi yang dikorbankan dalam usaha untuk memperoleh penghasilan, sedangkan harga pokok dapat pula disebut dengan bagian

daripada harga pokok perolehan atau harga beli aktiva yang ditunda pembebanannya. Sehingga dapat dikatakan bahwa biaya produksi adalah biaya yang terjadi dalam hubungannya dengan proses pengolahan bahan baku menjadi produk jadi. Biaya produksi dapat dibagi menjadi tiga elemen yaitu bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya *overhead* pabrik.

Harga pokok produksi merupakan elemen penting untuk untuk menilai keberhasilan dari perusahaan dagang dan manufaktur. Harga pokok produk mempunyai kaitan erat dengan indikator-indikator tentang sukses perusahaan, seperti misalnya laba kotor penjualan dan laba bersih. Tergantung pada rasio antara harga jual dan harga produknya. Perubahan pada harga pokok produk yang relatif kecil biasa jadi berdampak signifikan pada indikator keberhasilannya. Informasi biaya bermanfaat untuk menentukan harga pokok produk yang dihasilkan oleh organisasi (perusahaan). Harga pokok produk merupakan akumulasi dari biaya-biaya yang dibebankan pada produk yang dihasilkan oleh perusahaan.

Penentuan harga pokok produk, akuntansi biaya merupakan bagian dari akuntansi keuangan. Penentuan harga pokok produk digunakan untuk menghitung laba atau rugi perusahaan yang akan dilaporkan kepada pihak eksternal perusahaan. Informasi mengenai harga pokok produk menjadi dasar bagi manajemen dalam pengambilan keputusan harga jual produk yang bersangkutan.

Menurut Bastian Bustami dan Nurlela (2007: 49), harga pokok produksi adalah “Kumpulan biaya produksi yang terdiri dari bahan baku langsung,

tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik ditambah persediaan produk dalam proses awal dan dikurang persediaan produk dalam proses akhir. Harga pokok produksi terikat pada periode waktu tertentu. Harga pokok produksi akan sama dengan biaya produksi apabila tidak ada persediaan produk dalam proses awal dan akhir”.

Sunarto (2005: 46) mengemukakan bahwa: “Harga pokok produksi adalah salah satu tugas sistem biaya produksi. Harga pokok hasil merupakan perhitungan harga pokok produk dengan menunjukkan penyerahan terhadap biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya *overhead* pabrik”.

Dengan demikian, maka harga pokok produksi adalah seluruh biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan didalam membuat suatu produk tertentu. Salah satu unsur yang sangat penting adalah masalah pengendalian biaya produksi sebab seperti diketahui bahwa seringkali perusahaan di dalam mengelolah suatu bahan baku menjadi produk jadi tidak memiliki konsep atau dasar yang jelas dalam melakukan pengendalian biaya produksi, sehingga perusahaan yang bersangkutan tidak dapat menetapkan harga pokok produksi secara tepat.

E. Metode Penentuan Harga Pokok Produksi

Metode penentuan harga pokok produksi adalah cara memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam harga pokok produksi. Dalam memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam harga pokok produksi, terdapat dua pendekatan yaitu :

1. *Full Costing*

Full costing adalah metode penentuan harga pokok produk dengan memasukkan seluruh komponen biaya produksi sebagai unsur harga pokok, yang meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik variabel dan biaya *overhead* pabrik tetap. Di dalam metode *full costing*, biaya *overhead* pabrik yang bersifat variabel maupun tetap dibebankan kepada produk yang dihasilkan atas dasar tarif yang ditentukan di muka pada kapasitas normal atau atas dasar biaya *overhead* pabrik sesungguhnya. Oleh karena itu biaya *overhead* pabrik tetap akan melekat pada harga pokok persediaan produk selesai yang belum dijual, dan baru dianggap sebagai biaya (elemen harga pokok penjualan) apabila produk selesai tersebut tidak dijual.

2. Pengertian *Direct Costing*

Direct costing adalah metode penentuan harga pokok yang hanya memasukkan komponen biaya produksi yang bersifat variabel sebagai unsur harga pokok, yang meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik variabel.

Penilaian prestasi manajer seringkali dikaitkan dengan kemampuannya dalam meningkatkan laba perusahaan atau suatu divisi yang di bawah kendalinya. Perubahan laba dari suatu periode ke periode berikutnya dan perbedaan antara budget laba dengan realisasi merupakan dasar untuk menilai kemampuan manajemen. Secara umum, seorang manajer mempunyai asumsi bahwa :

- 1) Jika penjualan meningkat dibanding periode sebelumnya, sedangkan biaya tidak berubah, maka laba seharusnya ikut naik
- 2) Jika penjualan menurun dibanding periode sebelumnya, sedangkan biaya tidak mengalami perubahan, maka laba seharusnya ikut turun.
- 3) Jika penjualan tidak berubah dibanding periode sebelumnya, sedangkan biaya tidak mengalami perubahan, maka laba seharusnya tetap.

Metode *direct costing* produk hanya dibebani biaya variabel, yaitu biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead variabel. Kebaikan *direct costing* dapat dipandang dari segi kegunaan data yang diperoleh dari metode tersebut dan juga dari kesesuaiannya dengan teori akuntansi yang umum.

Beberapa anggota manajemen berpendapat bahwa metode *direct costing* menyediakan data yang lebih dapat dimengerti mengenai biaya, volume, pendapatan, dan laba kepada manajemen yang tidak ahli dalam teknik dan prosedur akuntansi. Metode *direct costing* menyajikan data biaya dalam hubungannya dengan pendapatan dalam bentuk yang sederhana tanpa menyebabkan penyimpangan laba selama periode terjadinya fluktuasi produksi dan penjualan, karena variabel cenderung berubah sesuai dengan penjualan. Lebih jauh lagi, metode *direct costing* membantu perencanaan manajemen sebab *direct costing* memberikan gambaran yang lebih jelas tentang efek tambahan produksi terhadap biaya dan laba.

Menurut Mulyadi (2005: 122) mengemukakan bahwa *direct costing* adalah metode penentuan harga pokok produksi yang hanya memberikan biaya-biaya produksi variabel saja ke dalam harga pokok produk. Harga pokok produk menurut *direct costing* terdiri dari :

Biaya bahan baku	Rp xx
Biaya tenaga kerja langsung	xx
Biaya overhead pabrik variabel	<u>xx</u>
Harga pokok produk	xx

Menurut Witjaksono (2013:184) mengemukakan bahwa: “*Direct costing* diperlukan sebagai biaya-biaya periode. Konsekuensi akan terdapat perbedaan dalam pelaporan jumlah laba periode yang dilaporkan keuangan (*Income Statement*)”. Dengan asumsi bahwa dari waktu ke waktu tidak terdapat perbedaan atau perubahan dalam jumlah unit produk yang diproduksi dan atau dijual.

Pendekatan ini juga dikenal sebagai pendekatan biaya langsung (*variable costing approach*) karena biaya variabel yang menjadi harga pokok dalam perhitungannya terdiri dari biaya-biaya langsung. Dalam pendekatan ini hanya biaya-biaya produksi yang berubah sejalan dengan perubahan output yang diperlakukan sebagai elemen harga pokok produk. Jika perusahaan menggunakan metode *direct costing*, maka seperti yang dikemukakan di atas bahwa biaya tetap perlu dipisah menjadi biaya tetap langsung dan biaya tetap bersama.

Biaya tetap langsung adalah biaya tetap yang dapat ditelusuri secara langsung pada suatu segmen atau dapat dihindarkan jika segmen tersebut dihilangkan karena terjadinya biaya tersebut disebabkan oleh segmen bersangkutan. Contoh biaya tetap langsung adalah gaji pengawas produk tertentu atau penyusutan mesin. Sedangkan biaya tetap bersama adalah biaya yang disebabkan adanya dua atau lebih segmen secara bersama dalam perusahaan. Biaya ini masih tetap dikeluarkan perusahaan sekalipun salah satu segmen ditutup. Contoh biaya bersama adalah gaji manajer atau penyusutan gedung pabrik.

Direct costing adalah 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 variabel. Dengan demikian harga pokok produksi menurut metode *direct costing (variable costing)* terdiri dari unsur biaya produksi berikut ini :

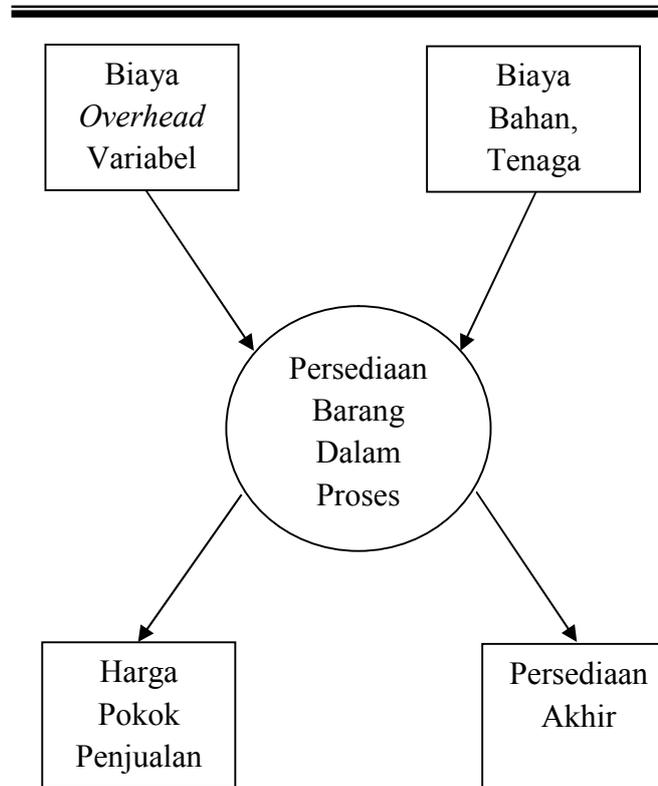
Biaya bahan baku	xx
Biaya tenaga kerja langsung	xx
Biaya <i>overhead</i> pabrik	xx
	<hr/>
Harga pokok produksi	xx

Dalam pendekatan *direct costing*, dari semua unsur biaya produksi hanyalah biaya-biaya produksi variabel yang diperhitungkan sebagai elemen harga pokok produksi. Oleh karena itu pendekatan *variable costing* bagi manajemen lebih baik digunakan sebagai alat perencanaan dan pengambilan

keputusan-keputusan jangka pendek yang tidak mengharuskan pertimbangan tentang biaya-biaya non produksi.

Dalam arus biaya *direct costing* elemen biaya periodik terdiri dari biaya *overhead* tetap ditambah biaya administrasi dan penjualan. Elemen harga pokok produksinya hanya terdiri dari komponen biaya *overhead* variabel serta biaya bahan baku dan tenaga kerja langsung, tidak termasuk biaya *overhead* tetap. Berdasarkan dari uraian di atas maka akan disajikan skema arus biaya *direct costing*, sebagai berikut :

Gambar 2.1
 Arus Biaya *Direct Costing*
 Harga Pokok Produksi



Sumber : Samryn (2005: 66)

Di muka telah disebutkan bahwa metode *variable costing* ini dikenal dengan nama *direct costing*. Pengertian langsung dan tidak langsungnya suatu biaya tergantung kepada erat tidaknya hubungan biaya dengan obyek penentuan biaya, misalnya: produk, proses, departemen, dan pusat biaya yang lain. Dalam hubungannya dengan produk, biaya langsung (*direct costing*) adalah biaya yang mudah diidentifikasi (diperhitungkan) secara langsung kepada produk. Apabila pabrik hanya memproduksi satu jenis produk, maka semua biaya produksi adalah merupakan biaya langsung dalam hubungan

dengan produk. Oleh karena itu tidak selalu biaya langsung dalam hubungannya dengan produk merupakan biaya variabel.

Sebagai contoh misalnya suatu pabrik mori hanya menghasilkan satu jenis produk yang berupa mori saja. Upah tenaga kerja pabrik yang dibayar bulanan dan tidak tergantung dari hasil produksinya, merupakan biaya langsung terhadap produk mori tersebut, namun bukan merupakan biaya variabel, karena tidak berubah sebanding dengan perubahan volume produksi. Metode *direct costing* ini berhubungan dengan penentuan harga pokok produk yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku variabel, dan bukan biaya langsung (*direct costing*) saja.

Dalam metode *direct costing*, biaya *overhead* pabrik tetap diperlakukan sebagai periode *costs* dan bukan sebagai unsur harga pokok produk, sehingga biaya *overhead* pabrik tetap dibebankan sebagai biaya dalam periode selanjutnya. Dengan demikian biaya *overhead* pabrik tetap di dalam metode *direct costing* tidak melekat pada persediaan produk yang belum laku dijual, tetapi langsung dianggap sebagai biaya dalam periode terjadinya. Meskipun *direct costing* banyak menarik perhatian, metode ini masih kontroversial, karena tidak sesuai dengan teori akuntansi.

Pengukuran laba dalam teori akuntansi tradisional didasarkan pada perbandingan pendapatan dengan biaya yang menyebabkan pendapatan tersebut. Dalam metode *absorption costing* harga pokok meliputi semua biaya variabel dan biaya nonvariabel. Biaya ini dibandingkan dengan pendapatan penjualan pada periode terjadinya penjualan barang-barang. Sedangkan

metode *direct costing* hanya menandingkan biaya produksi variabel dengan pendapatan.

Ada keterbatasan-keterbatasan lain dari *direct costing*, salah satu kelemahannya adalah dalam pemisahan biaya tetap dan biaya tidak tetap dan biaya variabel. Meskipun teknik statistik yang canggih digunakan untuk memisahkan biaya menjadi biaya tetap dan biaya variabel, teknik ini mungkin menyebabkan kesimpulan yang keliru. Prosedur pemisahan tersebut seringkali menggunakan data historis yang disesuaikan untuk membentuk kelompok biaya tetap dan biaya variabel di masa yang akan datang, tetapi terjadinya kejadian-kejadian yang tidak dapat diperkirakan mungkin memiliki pengaruh yang nyata terhadap kategori biaya yang telah ditetapkan tersebut.

a. Pengertian Perencanaan laba

Tujuan setiap perusahaan adalah mendapatkan laba (net profit), yaitu suatu keuntungan yang berhubungan dengan tanggung jawab perusahaan, baik terhadap karyawan, pelanggan maupun pemilik. Profit tidak muncul secara otomatis, melainkan membutuhkan perencanaan yang baik. Profit atau keuntungan berasal dari keberhasilan manajemen dalam mengorganisasikan kekuatan perusahaan kedalam suatu tim yang bertujuan mencari laba.

Prawironegoro dan Purwanti (2009 : 243) bahwa: “Perencanaan laba adalah memprediksikan penjualan dan harga serta mengatakan klasifikasi biaya semi variabel untuk menetapkan perilaku biaya tetap dan biaya

variabel". Untuk dapat mencapai laba yang besar menurut Manullang (2005:172) manajemen dapat melakukan berbagai langkah, misalnya:

- a. Menekan biaya produksi maupun biaya operasi serendah mungkin dengan mempertahankan tingkat harga jual dan volume penjualan yang ada.
- b. Menentukan harga jual sedemikian rupa sesuai dengan laba yang dikehendaki.
- c. Meningkatkan volume penjualan sebesar mungkin.

Tetapi perlu diingat dan diperhatikan bahwa ketiga langkah tersebut dapat dilakukan secara terpisah-pisah atau sendiri-sendiri karena ketiganya (biaya, harga jual, volume) mempunyai hubungan yang erat atau bahkan saling berkaitan. Biaya akan menentukan harga jual, harga jual akan mempengaruhi volume penjualan, volume penjualan akan mempengaruhi volume produksi dan volume produksi akan mempengaruhi biaya per unit. Perubahan salah satu factor akan mempengaruhi laba yang akan dicapai dan informasi tersebut tidak nampak dalam program anggaran, karena budget biasanya hanya merencanakan laba untuk tingkatan kegiatan atau kapasitas tertentu. Oleh karena itu, penggunaan anggaran akan lebih bermanfaat bagi manajemen apabila disertai dengan teknik-teknik perencanaan atau analisis yang lain.

Analisis perencanaan laba dapat membantu menjawab pertanyaan yang berkaitan dengan jumlah penjualan yang diperlukan untuk mendapatkan sejumlah laba tertentu. Untuk mengetahui besarnya laba

tertentu perlu diadakan analisis terhadap keterhubungan (*relationship*) antara laba tersebut dengan biaya, volume penjualan, harga jual. Bahkan bagi perusahaan yang memproduksi atau memperdagangkan lebih dari satu macam barang, analisis biaya-volume-laba akan lebih bermanfaat bagi manajemen karena bagi perusahaan yang memproduksi atau memperdagangkan lebih dari satu macam barang juga perlu menganalisis mengenai pengaruh komposisi penjualan terhadap laba.

b. Hubungan Metode *Direct Costing* dengan Analisis Titik Impas dan Biaya Volume Laba

Pengertian impas menurut Mursyidi (2008: 184) adalah suatu keadaan dimana dalam oprasi perusahaan, perusahaan tidak memperoleh laba dan tidak menderita rugi ($\text{penghasilan} = \text{Total Biaya}$). Menurut Riyanto (2006:360), “Volume penjualan di mana penghasilannya tepat sama besarnya dengan biaya totalnya, sehingga perusahaan tidak mendapatkan keuntungan atau menderita kerugian dinamakan *Break-EvenPoint*”.

Menurut Carter dan Usry (2006: 272) berpendapat bahwa: “Analisis *break even point* digunakan untuk menentukan tingkat penjualan dan bauran produk yang diperlukan hanya untuk menutup semua biaya yang terjadi selama periode tersebut”.

Dari uraian diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa analisis *break even point* adalah suatu cara atau alat atau teknik yang digunakan untuk mengetahui volume kegiatan produksi (usaha) dimana dari volume

produksi tersebut perusahaan tidak memperoleh laba dan juga tidak menderita rugi.

Hansen Mowen (2010: 45), mendefinisikan analisis biaya volume laba sebagai berikut, “Analisis biaya volume laba (*Cost-Volume-Profit Analysis* = Analisis CVP) merupakan suatu alat yang sangat berguna untuk perencanaan dan pengambilan keputusan. Karena analisis biaya-volume-laba menekankan pada keterkaitan biaya, kuantitas yang terjual, dan harga, maka semua informasi keuangan perusahaan terkandung didalamnya. Analisis CVP dapat menjadi alat yang sangat bermanfaat untuk mengidentifikasi cakupan dan besarnya kesulitan ekonomi yang dihadapi suatu divisi dan membantu mencari pemecahannya”.

Di dalam analisa impas titik berat analisa diletakkan pada tingkat penjualan minimum agar perusahaan tidak menderita rugi, tetapi juga belum memperoleh laba serta seberapa jauh volume penjualan yang direncanakan boleh turun sebelum perusahaan mulai menderita kerugian (*margin of safety*). Analisa impas merupakan salah satu bentuk analisa biaya-volume-laba karena untuk mengetahui impas maupun *margin of safety* perlu dilakukan analisa sampai seberapa jauh perubahan-perubahan pada biaya, volume, dan harga jual berakibat pada perubahan laba perusahaan.

F. Penelitian Terdahulu

Sebelum dilakukannya penelitian ini, telah ditulis beberapa penelitian mengenai penelitian penetapan perhitungan suatu produk menggunakan metode *direct costing*. Penelitian-penelitian tersebut dikemukakan sebagai berikut:

Table 2.1

Jurnal Atas Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Tahun Peneliti	Judul Peneliti	Variabel dan Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Putri Trisyana Septiningtvas 2010	Analisis Studi Komparatif tentang Penerapan Traditional <i>Costing Concept</i> dengan <i>Activity Based Costing</i>	Metode deskriptif kualitatif dengan mensurvei lapangan. (Interview/wawancara, observasi, analisis dokumen).	Menunjukkan bahwa penerapan <i>system activity based costing</i> (ABC) memberikan dampak yang sangat baik dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas penggunaan SD internal perusahaan dalam kaitannya dengan proses penentuan tarif kamar.
2.	Tety Helga Bawole 2013	Evaluasi Penerapan <i>Direct Costing</i> sebagai Dasar Pengambilan Keputusan Harga Produk Pesanan	Metode deskriptif kualitatif dengan mensurvey lapangan (Interview/wawancara, observasi, analisis dokumen)	Hasil dari penelitian yang di dapat bahwa Perhitungan dengan menggunakan metode <i>direct costing</i> akan memperlihatkan hasil yang frukturasi, yaitu apabila terjadi penjualan yang sangat tinggi maka laba yang dicapai meningkat, sedangkan apabila penjualan menurun, frukturasi ini disebabkan karena tidak ada lagi biaya <i>overhead</i> pabrik

				tetap yang ditunda pembebanannya, melainkan langsung dibebankan seluruhnya.
3.	Cynthia Stella Loise Coutrier 2013	Analisis Penerapan <i>Direct Costing</i> sebagai Alat untuk Menghitung Harga Pokok Produksi Pada PT. Sinar Bintang Selatan Makassar	Metode deskriptif kuantitatif dengan mensurvey lapangan (Interview/wawancara, observasi, analisis dokumen)	Penerapan dapat dikatakan berperan sebagai alat untuk menghitung harga pokok produksi. Hal ini dapat dilihat dari perbandingan laba menurut perusahaan dengan <i>direct costing</i> , maka akan dapat menambah laba yaitu Rp.18.235.628,-
4.	Endra Setiyaningsih 2009	Analisis Metode <i>Full Costing</i> dalam Perhitungan Harga Pokok Produksi untuk Penetapan Harga Jual	Metode kuantitatif dengan mensurvey lapangan (Interview/wawancara, observasi, analisis dokumen)	Menunjukkan bahwa dari perhitungan HPP dengan metode <i>full costing</i> , apabila dibandingkan dengan HPP yang digunakan dengan metode pada Pabrik memberikan hasil yang berbeda yaitu lebih besar menggunakan metode <i>full costing</i> . Hal ini disebabkan karena perhitungan yang dilakukan pabrik belum tepat dalam membebankan biaya <i>overhead</i> pabrik kesetiap produknya.
5.	Olivia Hellen Repple 2013	Penerapan Metode <i>Direct Costing</i> dalam Perencanaan Laba Pada UD. Roma Di Bitung.	Metode deskriptif kualitatif mensurvey lapangan (Interview/wawancara, observasi, analisis dokumen)	Metode <i>direct costing</i> bermanfaat dalam pembuatan rencana jangka pendek karena <i>direct costing</i> memisahkan biaya variable dan tetap dalam laporan laba rugi sehingga

				akan diketahui <i>contribution margin</i> (penjualan-biaya variable) dengan demikian manajemen bisa merencanakan berapa laba yang akan diperoleh bila penjualan berjumlah “X” unit dan berapa penjualan terendah harus direalisasi supaya perusahaan tidak menderita rugi lagi
6.	Nurawaliah Mahmud 2016	Analisis Penerapan Harga Pokok dan Tarif Kamar Rawat Inap (Studi Kasus Pada Rs Tk II Plamonia	Metode deskriptif kuantitatif dengan mensurvey lapangan (Interview/wawancara, observasi, analisis dokumen)	Terdapat perbedaan antara tarif rawat inap yang ditetapkan dengan harga pokok tarif rawat inap yang dihasilkan menggunakan perhitungan metode <i>activity based costing</i> . Tarif rawat inap yang ditetapkan RS PLAMONIA jauh lebih tinggi jika dibandingkan dengan menggunakan metode ASC.
7.	Ika Mafidatuul Laeli 2015	Analisi Harga Pokok Produk Batik Guna Menentukan Harga Jual Pada Saung Batik Puspa Bahari Situbondo	Metode deskriptif kualitatif dengan mensurvey lapangan (Interview/wawancara, observasi, analisis dokumen)	Dalam menentukan biaya <i>overhead</i> pabrik, perhitungan yang dilakukan perusahaan masih kurang tepat, karena perusahaan belum menentukan tarif ditentukan dimuka dalam pembebanan biaya <i>overhead</i> pabrik untuk setiap produk pesanan yang yang dikerjakan.
8.	Yuliana Purnama Sari 2013	Evaluasi Penetapan Harga Pokok Produksi	Metode deskriptif komparatif studi kasus	Perhitungan harga pokok produksi yang dilakukan perusahaan tidak akurat karena terjadi pada

		Crabmeat Pada PT Sigerjaya Abadi		pengalokasian biaya <i>overhead</i> pabrik.
9.	Pradana Setiadi, David P.E Saerang 2013	Perhitungan Harga Pokok Produksi dalam Penentuan Harga Jual Pada CV Minahasa Mantap Perkasa	Metode deskriptif komparatif dengan mensurvey lapangan (Interview/wawancara, observasi, analisis dokumen)	Proses pembuatan roti akan selalu dilakukan perusahaan tanpa menunggu ada atau tidaknya pesanan dari pelanggan. Walaupun demikian, bukan berarti perusahaan mengabaikan permintaan atau keinginan konsumen. Hal ini dikarenakan, banyaknya jumlah roti yang diproduksi atau dihasilkan tergantung pada permintaan konsumen serta situasi dan kondisi pada saat itu
10.	Sari Widianingsih 2009	Peranan Biaya untuk Menetapkan Tarif Sewa Kamar Rawat Inap Pada Rumah Sakit Persahabatan	Metode deskriptif kuantitatif dengan mensurvey lapangan (Interview/wawancara, observasi, analisis dokumen)	Hasilnya yaitu rumah sakit menggunakan biaya produksi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan semua biaya <i>overhead</i> pabrik dan juga mark up untuk menentukan penetapan sewa kamar,

G. Kerangka Pikir

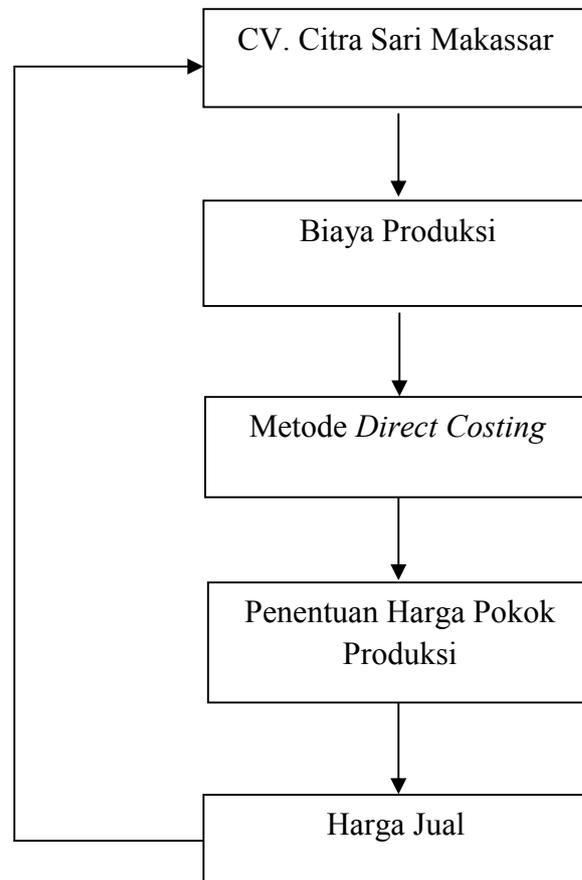
CV. Citra Sari Makassar adalah merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang produksi, sebagai perusahaan industri maka salah satu hal yang perlu diperhatikan oleh perusahaan adalah mengenai penentuan harga pokok produksi yang dimaksudkan untuk menentukan harga jual agar biaya yang

dikeluarkan untuk memproduksi produk sebanding dengan perolehan laba yang diharapkan. Adapun metode penentuan harga pokok produksi yang dilakukan oleh perusahaan adalah dengan menggunakan *direct costing*.

Direct costing adalah metode penentuan harga pokok produksi dengan memperhitungkan biaya-biaya produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya *overhead* pabrik. Ketiga biaya-biaya ini perlu diperhatikan oleh perusahaan agar perusahaan dapat memperoleh laba sesuai dengan yang diharapkan.

Berdasarkan uraian-uraian di atas, kerangka pemikiran dapat dikemukakan dengan gambar berikut ini:

Gambar 2.2
Kerangka pikir



H. Hipotesis

Sesuai dengan masalah pokok di atas, maka hipotesis yang diajukan bahwa CV. Citra Sari menggunakan perhitungan harga pokok dengan pendekatan direct costing dapat menghasilkan harga jual yang optimal.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Dalam pelaksanaan kegiatan penelitian ini, penulis memilih lokasi dalam wilayah Kota Makassar tepatnya Jalan Manuruki II No 69, Kota madya Makassar, dengan pertimbangan bahwa baik data maupun informasi yang dibutuhkan mudah diperoleh.

Waktu penelitian direncanakan berjalan selama 2 bulan yaitu mulai bulan Maret hingga bulan April 2017.

B. Metode Pengumpulan data

Dalam upaya menghasilkan hasil yang sebenarnya sesuai dengan apa yang akan dilaporkan oleh penulis, maka penulis menggunakan teknik pengumpulan data melalui :

1. Penelitian lapangan (*Field Research*) yaitu penelitian langsung pada obyek yang diteliti dengan menggunakan cara :

- a. Observasi

Teknik observasi dilakukan dengan mengadakan pengamatan secara langsung dalam proses kegiatan pengolahan data biaya produksi, dan data lainnya yang menunjang pembahasan ini.

b. Interview

Interview dilakukan wawancara secara langsung dengan pimpinan perusahaan, kepala bagian produksi dan sejumlah personil yang berhubungan dengan penulisan ini.

2. Penelitian Pustaka (*Library Research*) yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara membaca buku-buku literatur, laporan-laporan tertulis dan tulisan ilmiah yang ada kaitannya dengan masalah yang akan dibahas.

C. Jenis dan sumber data

1. Jenis Data

- a) Data kuantitatif, berupa data yang berhubungan dengan penetapan harga pokok produk perusahaan.
- b) Data kualitatif, berupa sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi, proses produksi dan informasi lainnya yang relevan dengan penulisan ini.

2. Sumber Data

- a) Data primer, penulis meneliti secara langsung pada obyek penelitian dengan jalan menyusun daftar pertanyaan, mengadakan wawancara langsung pada bagian keuangan dan akuntansi serta bagian produksi.
- b) Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari perusahaan baik berupa biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya *overhead*

pabrik serta informasi tertulis dari pihak lain dalam kaitannya dengan pembahasan ini.

D. Defenisi Operasional

Biaya adalah suatu pengorbanan yang dapat mengurangi kas atau harta lainnya untuk mencapai tujuan, baik yang dapat dibebankan pada saat ini maupun pada saat yang akan datang. Berdasarkan definisi yang dikemukakan di atas, terdapat 4 (empat) unsur pokok, yaitu; biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi, diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau secara potensial akan terjadi, dan pengorbanan tersebut untuk tujuan tertentu.

Harga Pokok Produksi adalah seluruh biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan didalam membuat suatu produk tertentu. Salah satu unsur yang sangat penting adalah masalah pengendalian biaya produksi sebab seperti diketahui bahwa seringkali perusahaan di dalam mengelolah suatu bahan baku menjadi produk jadi tidak memiliki konsep atau dasar yang jelas dalam melakukan pengendalian biaya produksi, sehingga perusahaan yang bersangkutan tidak dapat menetapkan harga pokok produksi secara tepat.

Direct costing adalah 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 variable.

Harga jual merupakan biaya penuh ditambah biaya wajar atau laba yang diinginkan oleh perusahaan yang dibebankan kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual.

E. Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan dalam pembahasan ini adalah sebagai berikut: “Analisis deskriptif Kuantitatif yakni suatu analisis yang, menghitung, menelaah, menjelaskan atau menggambarkan dan menguraikan metode penentuan harga pokok produksi dengan menggunakan metode *direct costing* agar dapat dijadikan sebagai alat penetapan harga jual dengan alat analisa cost push pricing method dengan pendekatan *direct costing*”.

Harga pokok biaya produksi *direct costing* terdiri dari :

Biaya produksi variable	xxx
Biaya pemasaran variable	xxx
Biaya adm dan umum variable	<u>xxx</u> +
Laba kontribusi	xxx

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Berdirinya Perusahaan

CV. Citra Sari Makassar merupakan perusahaan yang bergerak di bidang usaha minuman khususnya mengolah buah markisa menjadi sirup markisa. CV. Citra Sari Makassar memiliki karyawan sekitar 20 orang yang terdiri dari karyawan tetap dan karyawan harian. Saat ini CV. Citra Sari Makassar mulai mengembangkan usaha produksinya tidak hanya memproduksi minuman markisa tetapi juga memproduksi air mineral kemasan dan lain sebagainya.

CV. Citra Sari Makassar adalah suatu perusahaan yang bergerak di bidang usaha industri minuman markisa. Didirikan diMakassar dan telah memperoleh aspek legalitas berupa surat izin tempat usaha (SITU), surat izin usaha perdagangan, tanda daftar perusahhan (TDP), dan tanda daftar industri (TDI).

Sebelum mendirikan CV. Citra Sari Makassar, H. Muhammad Siri selaku pimpinan perusahaan sebelumnya berusaha sebagai pedagang barang pecah belah seperti kebutuhan rumah tangga di pasar sentral Makassar dan di pasar daya diMakasar sekitar tahun 1968 sampai 1994. Namun penjualan barang pecah belah tidak bertahan dan mengalami kerugian setelah pasar daya terbakar disusul terjadinya krisis ekonomi yang membuat daya beli masyarakat menurun dan akhirnya banyak usaha ditutup.

Selanjutnya kami mencoba membuka usaha pembuatan minuman markisa pada tahun 1996 skala kecil yang sebelumnya kami pelajari dari suatu kegiatan penyuluhan dari instansi pemerintahan.

Dalam mengembangkan produk, organisasi dan manajemen perusahaan lebih mendahulukan permintaan pasar dan melihat perkembangan zaman sesuai visi dan misi perusahaan yang terus mengembangkan produk yang dihasilkan yang awalnya tahun 2000 baru menghasilkan sirup dan tahun 2011 sudah mengembangkan dodol markisa.

Awalnya perusahaan membeli bahan baku di pasar, tetapi sekarang ini sudah mengadakan kerja sama dengan kelompok tani, sehingga bahan baku markisa selalu tersedia, begitupun dengan pencucian botol dan packing berupa keranjang telah melatih masyarakat sekitar, sehingga penyerapan tenaga diharapkan mengurangi tingkat pengangguran dan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat, utamanya sekitar perusahaan dan petani di desa cikoro kecamatan Tompobulu Kabupaten Gowa, sebagai mana diketahui kebutuhan akan buah markisa meningkat terus.

Perusahaan mempunyai harapan bahwa pengembangan IKM markisa dapat meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar, mengelolah potensi unggulan lokal secara optimal, mengurangi pengangguran dan meningkatkan semangat para pelaku industri kecil dan menengah yang sejenis, olehnya kami selalu berusaha untuk mencoba membuat terobosan baru, baik dari segi produksi dengan membuat dodol markisa yang masih berbahan dari buah

markisa, dan sekarang ini merencanakan pembuatan minuman markisa siap minum dan selei markisa.

Tahun 1997 perusahaan kami sudah memiliki izin Depkes (sp.396/20.01/96) dan pada tahun 1998 mengalami perkembangan pesat sehingga memutuskan untuk mendirikan tempat produksi berukuran 10x10 meter dan saat ini telah berubah menjadi pabrik yang cukup presentatif untuk mengolah markisa.

Sejak tahun 2003 dimulailah memproduksi sirup markisa secara mekanis untuk memenuhi permintaan yang cukup banyak. Dan pada tahun 2007-2008 kami mendapat bantuan mesin-mesin dari dinas Perindag Propinsi Sulawesi Selatan dan Perindag kota Makassar, disamping itu ada mesin-mesin yang kami rancang sendiri dan bantuan mesin dari pemerintah kami rekayasa kembali sehingga mesin tersebut bisa efektif beroperasi. Tahun 2011 sudah didaftarkan di balai POM untuk mendapatkan sertifikat MD.

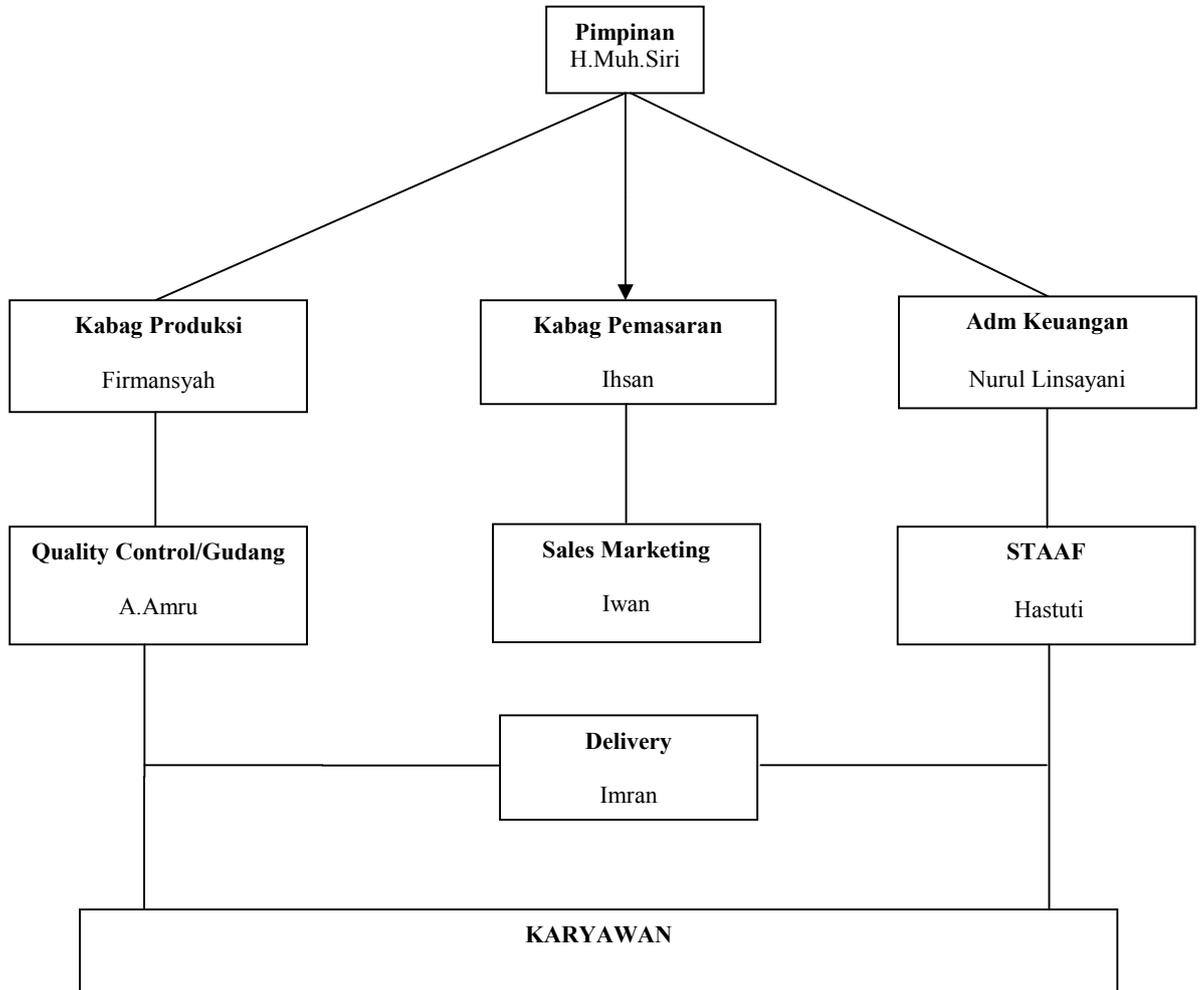
B. Struktur Organisasi Perusahaan

Didalam usaha untuk mewujudkan tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan, perlu diketahui sampai mana batas-batas dan wewenang pertanggungjawaban masing-masing personil yang ada dalam perusahaan. Didalam suatu organisasi baik perusahaan maupun organisasi lain, wewenang dan tanggungjawab masing-masing bagian atau personil yang ada didalam organisasi harus ada saling kerjasama.

CV. Citra Sari Makassar dalam pengoperasian usahanya struktur organisasi merupakan serangkaian aktivitas yang menyusun suatu kerangka yang menjadi wadah bagi segenap kegiatan yang menunjukkan hubungan-hubungan seluruh pekerjaan atau jabatan masing-masing agar tugas-tugas dalam organisasi menjadi efektif dan efisien. Bentuk dari struktur organisasi CV. Citra Sari Makassar adalah organisasi lini yaitu merupakan hubungan wewenang dan tanggung jawab langsung secara vertical yang dikaitkan dengan tugas jabatan tiap tingkatan atasan dan bawahan.

CV. Citra Sari Makassar mempunyai karakteristik bentuk organisasi dimana di dalamnya terdapat pembagian tugas, wewenang, dan tanggung jawab yang didelegasikan kepada anggota-anggotanya serta mempersiapkan kegiatan-kegiatan tersebut untuk dapat menjalankan rencana yang telah ditetapkan agar tujuan dapat tercapai.

Adapun struktur organisasi CV. Citra Sari Makassar sebagai berikut:



Gambar 4.1

Struktur Organisasi CV. Citra Sari Makassar

C. Uraian Tugas

Adapun perincian tugas (fungsi) dari masing-masing bagian yang ada dalam perusahaan dapat dijelaskan satu persatu berikut ini :

1. Pimpinan

- a. Menetapkan target dari penjualan per tahun
- b. Menetapkan garis-garis kebijakan dan menetapkan tujuan perusahaan.

2. Bagian Perwakilan Manajemen

- a. Menyediakan informasi yang dibutuhkan untuk kepentingan manajemen
- b. Memberikan informasi yang diperlukan untuk melaksanakan kegiatan secara efektif dan memberi dampak kelancaran pada bidang lainnya.

3. Kabag Keuangan

- a. Melakukan analisis terhadap laporan keuangan perusahaan.
- b. Melaksanakan pengendalian dan pengawasan bidang keuangan sesuai dengan target yang ditentukan.

4. Kabag Produksi

- a. Mengatur waktu pekerjaan agar sesuai dengan waktu pengiriman
- b. Memberikan harga produksi untuk kepentingan marketing dalam membuat harga jual.

5. Bagian Pemasaran

- a. Merencanakan, mengontrol, dan mengkoordinir proses penjualan dan pemasaran untuk mencapai target penjualan dan pengembangan pasar secara efektifitas dan efisien
- b. Merencanakan, pemasaran untuk mencapai target penjualan dan mengembangkan pasar secara efektif dan efisien.

- c. Menganalisis dan mengembangkan strategi marketing untuk meningkatkan jumlah pelanggan dan layanan terhadap pelanggan.

6. Bagian Penagihan

- a. Menerima nota penjualan atau tanda terima faktur dari bagian administrasi untuk ditagih ke pelanggan
- b. Menyerahkan hasil tagihan berupa uang cash, giro, tanda terima faktur atau nota penjualan pada hari itu juga ke bagian administrasi dengan melakukan tanda terima sesuai dengan yang ditentukan.

7. Bagian administrasi/Personalia

- a. Mengatur masalah yang berhubungan dengan penyediaan dan penggunaan dana
- b. Mengatur kebijaksanaan dan pengendalian keuangan untuk penghematan biaya pengeluaran perusahaan.
- c. Membuat daftar gaji dan upah karyawan

8. Bagian *Quality Control*/gudang

- a. Memeriksa barang secara detail
- b. Memberikan instruksi untuk mengulang kembali pekerjaan karena belum sesuai dengan standar kualitas perusahaan

9. Bagian Teknisi mesin.

- a. Melaksanakan pemeliharaan mesin
- b. Membuat rencana jadwal pemeliharaan, rencana biaya dan jumlah material yang diperlukan untuk pemeliharaan mesin dan kelengkapannya.

10. Bagian Penjualan

- a. Mengkoordinir penjualan agar memenuhi target.
- b. Menyusun rencana penjualan
- c. Memberikan kebijakan-kebijakan atas rencana penjualan.

11. Bagian pembelian

- a. Membuat pemesanan pembelian dan memesan barang/bahan baku kepada pemasok
- b. Menentukan pemasok yang dipilih dalam pengadaan barang/bahan baku.

D. Visi Dan Misi CV. Citra Sari Makassar

1. Visi CV. Citra Sari Makassar

- a. Menghasilkan produk olahan markisa yang berkualitas
- b. Diversifikasi produk antara lain dodol markisa, selai markisa, dan markisa bubuk.
- c. Membuka lapangan kerja seluas-luasnya.

2. Misi CV. Citra Sari Makassar

- a. Mengoptimalkan sumber daya manusia agar mampu menghasilkan mesin produksi
- b. Mengoptimalkan peran petani untuk menghasilkan buah markisa berkualitas
- c. Melakukan penelitian atau eksperimen agar bisa menghasilkan produk-produk dari olahan buah markisa.

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Proses Poduksi

Proses produksi adalah suatu cara atau metode maupun teknik bagaimana menciptakan atau menambah faedah suatu barang atau jasa dengan menggunakan sumber-sumber yang ada.

Perusahaan industri Minuman markisa CV. Citra Sari Makassar menggunakan tenaga manual dan mesin untuk menghasilkan minuman markisa. Adapun bahan baku dan mesin yang digunakan dalam proses produksi adalah :

1. Bahan Baku

Adapun bahan baku yang dibutuhkan dalam memproduksi minuman markisa antara lain Buah markisa matang (sari markisa), Gula pasir, Air kaporit, pengawet bensoal (aroma, pengawet, pewarna).

2. Alat (mesin) yang digunakan

Dalam proses produksinya perusahaan juga menggunakan mesin-mesin antara lain :

1. Mesin pengilah buah
 - a) Mesin pengeruk buah
 - b) Mesin pencampur
 - c) Mesin pemisah biji dan buah

2. Mesin untuk pembuatan minuman markisa

- a) Mesin pencampur
- b) Mesin pengisian/vil mesin
- c) Ban berjalan
- d) Pengepakan(mesin skring plastik/mesin segel)
- e) Kompor
- f) Timbangan digital

Secara singkat proses produksi dapat dijelaskan sebagai berikut :

Buah markisa dicuci memakai air sabun dan selanjutnya dibilas dengan air bersih, kemudian dikeringkan, setelah kering buah markisa dipotong dengan menggunakan mesin pemotong, kemudian isinya dikeruk dengan menggunakan mesin pengeruk, kemudian pisahkan biji dengan buah menggunakan mesin pemisah biji dan buah dengan menggunakan mesin pemisah biji dan buah.

Setelah sari markisa siap, air dimasak setelah mendidih masukkan gula pasir, kira-kira panas 70% masukkan sari markisa, aduk sampai tercampur rata sampai masukkan pengawet bensoal, selanjutnya panasi sampai sekitar 80%, jangan lebih, setelah mencapai 80% matikan api dan dinginkan kemudian masukkan ke dalam botol yang telah disiapkan.

Perusahaan CV. Citra Sari telah memproduksi sari markisa dalam berbagai kemasan untuk dipasarkan. Adapun data produksi minuman markisa yang telah dibuat untuk bulan Januari s/d Desember 2016 yang dapat dilihat pada tabel, sebagai berikut;

Tabel 5.1
CV. Citra Sari Makassar
Volume Produksi Minuman Markisa
Tahun 2016

Bulan	Kemasan dalam botol		
	500 ml	630 ml	1 liter
Januari	1.380	1.050	470
Februari	1.265	1.100	455
Maret	1.495	1.280	325
April	1.438	1.178	390
Mei	1.282	1.157	330
Juni	1.495	1.240	357
Juli	1.610	1.265	403
Agustus	1.725	1.173	422
September	1.380	1.431	462
Oktober	1.478	1.234	450
November	1.378	1.230	471
Desember	1.395	1.205	390
	17.321	13.339	4.925

Pada tabel 5.1 terlihat jelas bahwa minuman markisa kemasan 500 ml/ perbotol lebih banyak diproduksi karena permintaan konsumen yang meningkat, sehingga penelitian ini lebih berfokus pada minuman markisa kemasan 500 ml.

B. Kalkulasi Biaya Produksi Markisa CV. Citra Sari

Biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam proses produksi. Biaya-biaya tersebut meliputi biaya bahan baku langsung, biaya tenagakerja langsung dan biaya overhead pabrik. Berkaitan dengan uraian tersebut di atas, yang menjadi obyek penelitian penulis adalah produksi markisa kemasan 500 ml pada CV.Citra Sari makassar yakni perusahaan yang bergerak dibidang industri minuman markisa, sehingga dalam melakukan aktivitas produksi minuman markisa maka yang menjadi titik pokok dalam penelitian ini adalah biaya produksi sebagai dasar dalam penentuan harga jual. Harga jual tidak bisa ditentukan apabila biaya produksi tidak diketahui.

Oleh karena itu, maka penulis mengawali pembahasan ini dengan melakukan klasifikasi atau pembagian biaya produksi baik menurut sifat terutama berdasarkan proses produksinya, yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead variable dan biaya overhead tetap. Selain itu penulis akan mengelompokkan pula biaya non produksi kedalam biaya tetap dan biaya variable. Sementara biaya semi variable akan penulis kelompokkan sendiri sebagai suatu biaya yang akan didistribusi kedalam biaya tetap dan biaya variable.

Data biaya produksi pada CV. Citra sari markisa pada dasarnya suah terkelompok kedalam biaya tetap, biaya variable, dan biaya semi variable yang terdiri dari biaya reparasi dan pemeliharaan aktiva tetap.

Seperti uraian penulis sebelumnya yang menyatakan focus pada penelitian produksi markisa 500 ml, maka data yang berhubungan dengan

biaya produksi yaitu volume produksi, biaya produksi, penjualan perusahaan, dan sebagainya adalah data yang berhubungan dengan produksi merkisa kemasan 500 ml saja. Hal ini dilakukan untuk tidak mengacaukan pada analisa perhitungan harga jual produk. Berikut ini akan disajikan data bahan baku tenaga kerja dan Bop. Namun pada awalnya penulis akan menyajikan terlebih dahulu data volume produksi dan volume penjualan 500 ml untuk tahun 2016, sebagai tahun penelitian penulis, yaitu sebagai berikut;

Tabel 5.2
CV.Citra Sari Makassar
Volume Produksi dan Volume Penjualan Minuman merkisa
(Kemasan 500 ml/perbotol)
Tahun 2016

Bulan	Volume Produksi	Volume Penjualan
Januari	1,380	2,013
Februari	1,265	1,150
Maret	1,495	1,380
April	1,438	1,380
Mei	1,282	1,265
Juni	1,495	1,438
Juli	1,610	1,495
Agustus	1,725	1,553
September	1,380	1,265
Oktober	1,478	1,380
November	1,378	1,223
Desember	1,395	1,338
	17,321	16,880

Sumber: CV.Citra Sari Makassar

Tabel 5.2 yakni data produksi dan data penjualan minuman merkisa yang diperoleh dari perusahaan CV. Citra Sari Makassar maka penjualan

minuman markisa dari bulan Januari s/d Desember tahun 2016 sebesar 17.321botol sedangkan penjualan minuman markisa sebesar 16.880 botol. Dari data produksi dan penjualan minuman markisa masih akan disajikan kalkulasi biaya produksi yaitu sebagai berikut:

a. Biaya bahan baku langsung

Besarnya biaya bahan baku langsung yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam memproduksi minuman markisa sebesar 17.321botol, yang dapat disajikan pada tabel 5.3yaitu sebagai berikut:

Tabel 5.3
CV.Citra Sari Makassar
Kebutuhan Bahan Baku dalam Produksi Minuman Markisa
(kemasan 500 ml/perbotol)
Tahun 2016

No	Jenis Bahan Baku	SP	Produksi	Kuantitas	Harga	Biaya Bahan Baku
			(Botol)	(KG)	(Rp)	(Rp)
1	Gula Pasir	0,20	17,321	3.464,2	15,000	51.963.000
2	Sari Markisa	0,30	17,321	5.196,3	24,000	124.711.200
3	Aroma	0,08	17,321	1.385,68	6,000	8.314.080
4	Pengawet	0,07	17,321	1.212,47	2,500	3.031.175
5	Pewarna	0,10	17,321	1.732,1	4,500	7.794.450
Jumlah biaya bahan baku langsung (Rp)						195.813.905

Sumber: CV.Citra Sari Makassar

Tabel 5.3yakni data biaya bahan baku langsung dalam produksi minuman markisa yang diperoleh dari CV. Citra Sari Makassar maka besarnya biaya bahan baku langsung dalam produksi minuman markisa sebesar Rp.195.813.905 atau botol sebesar Rp.9.785

b. Biaya tenaga kerja langsung

Berdasarkan biaya tenaga kerja langsung yang dikeluarkan oleh perusahaan CV. Citra Sari Makassar selama tahun 2016 dapat disajikan melalui table 5.4 yaitu;

Tabel 5.4
CV.Citra Sari Makassar
Biaya Tenaga Kerja Langsung
Tahun 2016

No	Jenis tenaga kerja bagian produksi	Jumlah Tenaga kerja (orang)	Jumlah hari kerja (hari)	Upah tenaga kerja (Rp)	Biaya tenaga Kerja (Rp)
1	Penyortiran/pencucian	3	250	40	30.000.000
2	Pengeringan	2	250	40	20.000.000
3	Pencampuran	2	250	40	20.000.000
4	Pengepakan	4	250	45	45.000.000
5	Pemasaran	4	250	50	50.000.000
Total Biaya tenaga kerja		15			165.000.000

Sumber: CV.Citra Sari Makassar

*) Jumlah hari kerja = 25 hari x 12 bulan

Tabel 5.4 yakni biaya tenaga kerja langsung yang dikeluarkan oleh perusahaan selama tahun 2016 yaitu sebesar Rp. 165.000.000.

c. Biaya overhead pabrik

Besarnya biaya overhead pabrik yang dikeluarkan oleh perusahaan selama tahun 2016 dapat disajikan melalui tabel 5.5 yaitu sebagai berikut:

Tabel 5.5
CV.Citra Sari Makassar
Biaya Overhead Pabrik (Sebelum Pemisahan Biaya Semi Variabel)

No	Jenis Biaya overhead Pabrik	Biaya overhead Pabrik(Rp)
1	Biaya bahan penolong	25.000.000
2	Biaya tenaga kerja tak langsung	15.500.000
3	Biaya penyusutan aktiva tetap	25.000.000
4	Biaya reparasi dan pemeliharaan	15.000.000
5	Biaya listrik dan telepon	15.000.000
6	Biaya air pam	12.500.000
7	Biaya bahan bakar	10.000.000
8	Biaya kesejahteraan karyawan pabrik	24.000.000
Total Biaya overhead pabrik		142.000.000

Sumber: CV.Citra Sari Makassar

Berdasarkan tabel data biaya produksi, maka akan disajikan rincian biaya produksi yang dikeluarkan oleh perusahaan selama tahun 2016 yang dapat dilihat pada tabel 5.6 yaitu sebagai berikut;

Tabel 5.6
CV.Citra Sari Makassar
Struktur Biaya Produksi Minuman Markisa Menurut Perusahaan
(Sebelum pemisahan biaya semi variabel)
Tahun 2016

Jenis Biaya produksi	Biaya produksi	
	(Rp)	per botol
A. Biaya Bahan baku langsung		
1.Gula Pasir	51.963.000	2.600
2.Sari markisa	124.711.200	6.000
3.Aroma	8.314.080	560
4.pengawet	3.031.175	175
5.pewarna	7.794.450	450
Jumlah Biaya Bahan Baku	195.813.905	9.785
B. Biaya Tenaga Kerja Langsung		
1.Penyortiran/pencucian	30.000.000	1.236,39
2.Pengeringan	20.000.000	824,26
3.Pencampuran	20.000.000	824,26
4.Pengepakan	45.000.000	1.483,67
5.Pemasaran	50.000.000	2.307,94
Jumlah Biaya Tenaga Kerja Langsung	165.000.000	6.676,52
C. Biaya Overhead Pabrik		
1. Biaya bahan penolong	25.000.000	1.351,79
2.Biaya tenaga kerja tak langsung	15.500.000	695,68
3.Biaya penyusutan aktiva tetap	25.000.000	989,11

4. Biaya reparasi dan pemeliharaan	15.000.000	659,41
5. Biaya listrik dan telepon	15.000.000	659,41
6. Biaya air pam	12.500.000	593,47
7. Biaya bahan bakar	10.000.000	461,58
8. Biaya kesejahteraan karyawan pabrik	24.000.000	1,186,94
Jumlah Overhead pabrik	142.000.000	6.597,39
Total Biaya produksi (A+B+C)	502.813.905	22.993

Sumber: CV. Citra Sari Makassar

Tabel 5.6 yakni struktur biaya produksi yang dikeluarkan oleh perusahaan maka biaya produksi selama pengeluaran sebesar Rp.502.813.905. Hal ini dapat dirinci untuk biaya bahan baku yaitu sebesar Rp.195.813.905 atau botol Rp. 9.785, biaya tenaga kerja langsung Rp.165.000.000 atau botol Rp. 6.676,52 dan biaya overhead pabrik Rp.142.000.000 atau botol Rp.6.597,39. Dengan demikian dari data biaya produksi yang diperoleh dari CV. Citra Sari Makassar akan dapat disajikan harga pokok produksi minuman markisa yang dapat dilihat pada tabel 5.6 yaitu sebagai berikut:

Tabel 5.7
CV.Citra Sari Makassar
Laporan Harga Pokok Produksi Minuman Markisa (Menurut Perusahaan)
Tahun 2016

Persediaan awal bahan baku	Rp.110.209.698
Pembelian bahan baku (netto)	<u>Rp.118.964.055 (+)</u>
Tersedia untuk digunakan	Rp.229.173.753
Persediaan akhir bahan baku	<u>Rp.33.359.848(-)</u>
Biaya bahan baku	Rp.195.813.905
Biaya tenaga kerja langsung	Rp.165.000.000
Biaya overhead pabrik	<u>Rp.142.000.000 (+)</u>
Harga pokok produksi	Rp.502.813.905

Sumber: CV.Citra Sari Makassar

Dari tabel 5.7 yakni kalkulasi harga pokok produksi maka besarnya harga pokok produksi minuman markisa dapat ditentukan dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Harga pokok produksi} = \frac{\text{Rp.502.813.905}}{17.321}$$

$$500 \text{ ml/perbotol} = 29.029,15$$

C. Perhitungan Harga Jual Minuman Markisa Kemasan 500 Ml Dan Laporan Laba Rugi CV. Citra Sari Makassar

Harga jual adalah merupakan suatu ukuran perusahaan dalam melakukan aktifitas pemasaran produk kepada konsumen. Harga jual ini

sebagai nilai suatu produk yang dihitung berdasarkan rumus tertentu dengan mempertimbangkan unsur biaya yang dikeluarkan serta margin atau kelebihan harga di atas harga pokok. Pada CV. Citra Sari Makassar margin sebagai kelebihan di atas harga pokok ditentukan oleh manajemen yaitu sebesar 30%, standar 30% ini yang ditentukan oleh manajemen adalah keputusan yang didasarkan pada historis atau anggaran yang telah lewat sebelumnya.

Sementara itu perhitungan menurut perusahaan CV. Citra Sari Makassar seperti pada rumus sebagai berikut;

$$\text{Harga jual} = \frac{\text{total biaya} + (\text{presentase margin} * \text{total biaya})}{\text{Unit produksi}}$$

Berdasarkan data yang ada maka harga jual minuman markisa kemasan 500 ML pada CV. Citra Sari Makassar adalah sebagai berikut;

$$\begin{aligned} \text{Harga jual} &= \frac{502.813.905 + (30\% * 502.813.905)}{17.321} \\ &= 37.737,90 \end{aligned}$$

Dengan demikian maka besarnya harga jual produk minuman markisa kemasan 500 ml pada CV. Citra Sari Makassar sebesar Rp.37.737,90,-, dimana harga pokok produksi minuman markisa kemasan 500 ml berdasarkan perhitungan sebelumnya sebesar Rp. 29.029,15.

Dengan demikian berdasarkan harga jual dan harga pokok produksi yang di atas dapat diketahui besarnya tingkat keuntungan yang dicapai atau diperoleh perusahaan yaitu sebesar Rp. 8.708,75, (Rp.37.737,90- Rp.29.029,15).

Jika dikaitkan dengan jumlah produksi minuman markisa CV. Citra Sari makasar tahun 2016 untuk kemasan 500 ml maka jumlah penjualan tahun 2016 mencapai angka sebesar Rp. 502.813.907 (Rp.29.029,15*17.321).

Nilai penjualan markisa kemasan 500 ml Cv. Citra sari Makassar secara terinci selama 2016 dapat dilihat pada tabel berikut ini ;

Tabel 5.7
Penjualan produksi markisa CV. Citra Sari Makassar
(kemasan 500 ml)
Tahun 2016

Bulan	Volume Produksi	Harga Penjualan	Jumlah
Januari	1,380	2,013	2.777.940
Februari	1,265	1,150	1.454.750
Maret	1,495	1,380	2.063.100
April	1,438	1,380	1.984.440
Mei	1,282	1,265	1.621.730
Juni	1,495	1,438	2.149.810
Juli	1,610	1,495	2.406.950
Agustus	1,725	1,553	2.678.925
September	1,380	1,265	1.745.700
Oktober	1,478	1,380	2.039.640
November	1,378	1,223	1.685.294
Desember	1,395	1,338	1.866.510
	17,321	16,880	24.474.744

sumber: hasil olahan data

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa sering terjadi peningkatan dan penurunan terhadap penjualan yang terjadi pada CV. Citra Sari Makassar.

Berdasarkan harga jual dan penjualan seperti pada uraian diatas maka berikut ini dapat disajikan laporan laba rugi CV. Citra Sari Makassar tahun 2016 khusus penjualan minuman markisa kemasan 500 ml sebagai berikut;

Tabel 5.8
CV.Citra Sari Makassar
Laporan Laba rugi (Menurut Perusahaan)
Tahun 2016

Penjualan		Rp.835.031.487
Harga Pokok penjualan		
Persediaan awal	Rp.10.500.000	
Harga pokok produksi tersedia untuk dijual	Rp. <u>348.689.525 (+)</u>	
Persediaan akhir	Rp. <u>15.475.000 (-)</u>	
Harga pokok penjualan	Rp.374.664.525	
Overhead pabrik (kurang) dibebankan	Rp. <u>16.981.000 (+)</u>	
Harga pokok penjualan sesungguhnya	Rp. <u>391.645.525 (-)</u>	
Laba kotor		Rp.443.385.962
Biaya penjualan		
Gaji Bagian penjualan	Rp.22.000.000	
Biaya promosi	Rp.10.782.200	
Biaya angkutan	Rp. <u>11.000.000(+)</u>	
jumlah biaya penjualan		Rp.43.782.200
Biaya adm/umum		
Gaji bagian adm umum	Rp.30.500.000	
Biaya penyusutan Aktiva tetap	Rp.15.000.000	
Biaya listrik/telepon	Rp.10.000.000	
Biaya bunga bank	Rp. <u>10.452.345(+)</u>	
Jumlah biaya adm/umum		Rp.65.952.345
Jumlah beban usaha		Rp. <u>109.734.545 (-)</u>
Laba bersih sebelum pajak		Rp.333.651.417
Pajak Penghasilan		Rp. <u>29.331.052(+)</u>
Laba bersih setelah pajak		Rp.304.430.365

Sumber: CV.Citra Sari Makassar

Berdasarkan tabel 5.8 yakni laporan laba rugi penjualan menurut olahan data maka besarnya laba bersih setelah pajak adalah sebesar Rp.304.430.365 dari penjualan Rp. 835.031.487

D. Analisis Perhitungan Harga Jual menurut *Direct costing*

Biaya langsung merupakan biaya yang dapat dipisahkan dan dikenali secara langsung digunakan untuk memproduksi suatu satuan output sedangkan biaya tak langsung adalah biaya gabungan (*joint cost*) atau biaya-biaya overhead untuk semua satuan output yang diproduksi.

Tabel 5.9
Klasifikasi biaya langsung dan tidak langsung
Tahun 2016

Unsur Biaya	Biaya Langsung	Biaya Tenaga Langsung
Biaya bahan baku	Rp.195.813.905	
Biaya tenaga kerja langsung	Rp.165.000.000	
Biaya Overhead pabrik	Rp. 62.061.935	
Biaya Oprasional		Rp.105.172.610
	Rp.422.875.840	Rp.105.172.610

Sumber: Hasil olahan data

Salah satu faktor yang mempengaruhi perusahaan dalam peningkatan laba operasional harga pokok produksi. Dimana dalam pembahasan ini ditekankan pada kalkulasi harga pokok produksi dengan metode *direct costing*.

Direct costing yaitu suatu metode penentuan harga pokok produksi yang hanyamemperhitungkan biaya produksi variabel saja atau yang berpengaruh langsung dengan hasil produksi. Namun sebelum dilakukan kalkulasi harga pokok produksidengan metode *direct costing* maka terlebih

dahulu akan disajikan data biaya semi variabel yang dapat dilihat pada tabel

5.10 yaitu sebagai berikut:

Tabel 5.10
CV. Citra Sari Makassar
Biaya Reparasi dan Pemeliharaan Aktiva Tetap
Bulan Januari s/d Desember Tahun 2016

Bulan	Biaya Semi Variabel		Total Biaya Semi Variabel
	Biaya Reparasi dan Pemeliharaan aktifa Tetap (Rp)	Biaya Listrik Dan Telefon (Rp)	
Januari	Rp 853.500	Rp 852.400	Rp 1.605.900
Februari	Rp 743.300	Rp 765.500	Rp 1.508.800
Maret	Rp 752.600	Rp 930.075	Rp 1.482.675
April	Rp 771.400	Rp 890.000	Rp 1.561.900
Mei	Rp 832.550	Rp 910.200	Rp 1.742.750
Juni	Rp 765.350	Rp 869.500	Rp 1.634.850
Juli	Rp 850.250	Rp 869.075	Rp 1.719.325
Agustus	Rp 923.700	Rp 998.000	Rp 1.847.200
September	Rp 922.500	Rp 922.600	Rp 1.845.100
Oktober	Rp 869.350	Rp 990.000	Rp 1.734.950
November	Rp 850.500	Rp 1.005.500	Rp 1.700.850
Desember	Rp 865.000	Rp 1.200.000	Rp 1.715.700
Total	Rp 10.000.000	Rp 11.202.850	Rp 20.000.000

Sumber: CV.Citra Sari Makassar

Berdasarkan tabel 5.10, maka biaya semua variabel yang dikeluarkan oleh perusahaan sebesar Rp.20.000.000 yang dapat dirinci bahwa biaya reparasi dan pemeliharaan aktiva tetap Rp.10.000.000 dan biaya listrik/telepon sebesar Rp.11.202.850.

Sehingga biaya variable dan biaya tetap untuk listrik dan telpon dapat ditentukan sebagai berikut;

Biaya listrik/telepon	=11.202.850
Biaya variable	= 8.077.000
Biaya tetap	= 3.125.850

Berdasarkan hasil pemisahan biaya semi variable, maka selanjutnya akan dilakukan kalkulasi biaya setelah pemisahan biaya semi variable yang dapat dilihat pada table berikut;

Tabel 5.11
Struktur Biaya Setelah Pemisahan Biaya Semi Variabel
Tahun 2016

Jenis Biaya Produksi	Biaya		Total Biaya
	Biaya Variabel	Biaya Tetap	
A. Biaya bahan Baku Langsung			
1. Gula Pasir	51.963.000	-	51.963.000
2. Sari Markisa	124.711.200	-	124.711.200
3. Aroma	8.314.080	-	8.314.080
4. pengawet	3.031.175	-	3.031.175
5. Pewarn	7.794.450	-	7.794.450
Jumlah	195.813.905	-	195.813.905
B. Biaya Tenaga Kerja Langsung			
1. Penyortiran	30.000.000	-	30.000.000
2. Pengeringan	20.000.000	-	20.000.000
3. Pencampuran	20.000.000	-	20.000.000
4. Pengemasan	45.000.000	-	45.000.000
5. Pemasaran		-	

	50.000.000		50.000.000
Jumlah	165.000.000	-	165.000.000
C.Biaya Overhead Pabrik			
1.Biaya Bahan Penolong	25.000.000	-	20.500.000
2.Biaya tenaga Kerja Tidak langsung	-	15.500.000	10.550.000
	-	25.000.000	25.000.000
3.Biaya Penyusutan aktifa Tetap	5.561.935	9.438.065	15.000.000
4.Biaya Reparasi	9.000.000	6.000.000	15.000.000
5.Biaya Listrik dan Telefon	12.500.000	-	12.500.000
6.Biaya Air Pam	10.000.000	-	10.000.000
7.Biaya bahan bakar		18.000.000	18.000.000
8.Biaya Kesejahteraan karyawan			
Jumlah	62.061.935	73.938.065	136.000.000
D.Biaya Operasional			
1.Gaji Bagian Penjualan	-	22.000.000	22.000.000
2.Biaya Promosi	-	10.782.200	10.782.200
3.Biaya Angkutan	-	11.000.000	11.000.000
4.Gaji Bagian Adm/Umum	-	30.500.000	30.500.000
5.Biaya Penyusutan Aktifa Tetap	-	15.000.000	15.000.000
6.Biaya Listrik dan Telepon	4.561.935	5.438.065	10.000.000
7.Biaya Bunga Bank	-	10.452.345	10.452.345
Jumlah	4.561.935	105.172.610	109.734.545
Total Biaya (A+B+C+D)	231.623.870	179.110.675	410.734.545

Sumber: Hasil olahan data

Berdasarkan kalkulasi biaya setelah pemisahan biaya semi variabel maka selanjutnya akan dilakukan kalkulasi biaya produksi dan non produksi menurut *direct costing* yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5.12
Kalkulasi biaya non produksi dengan *direct costing*
Tahun 2016

Biaya produksi variable	62.061.935
Biaya pemasaran variable	43.782.200
Biaya adm dan umum variable	<u>65.952.345+</u>
Laba kontribusi	171.796.480
<hr/>	
Sumber: Hasil olahan data	

Bedasarkan tabel 5.11 maka kalkulasi biaya non produksi dengan metode *direct costing* sebesar Rp.171.796.480, sedangkan kalkulasi biaya produksi dapat dilihat pada tabel sebagai berikut;

Tabel 5.12
Kalkulasi biaya Produksi dengan *direct costing*
Tahun 2016

Biaya bahan baku	195.813.905
Biaya tenaga kerja langsung	165.000.000
Biaya overhead pabrik variabel	<u>62.061.935+</u>
Harga pokok produksi variabel	298.751.970
<hr/>	
Sumber: Hasil olahan data	

Dari tabel 5.12 yakni kalkulasi biaya produksi maka besarnya harga pokok produksi minuman markisa dapat ditentukan dengan rumus sebagai berikut;

$$\text{Harga pokok produksi} = \frac{\text{Rp.298.751.970}}{17.321}$$

$$\text{Perbotol ml} = 17.247,96$$

Sedangkan menentukan harga jual menurut *direct costing* sebagai berikut;

$$\begin{aligned} \text{Harga jual} &= \frac{298.751.970 + (30\% * 298.751.970)}{17.321} \\ &= 22.422,35 \end{aligned}$$

Dengan demikian maka harga pokok produksi minuman markisa kemasan 500 ml/perbotol dengan metode *direct costing* sebesar Rp. 17.247,96, dengan harga jual Rp.22.422,35.-, selanjutnya akan disajikan perhitungan laba rugi dengan metode *direct costing* yang dapat dilihat pada tabel berikut ini;

Tabel 5.13
Laporan Laba Rugi dengan Metode Direct costing
Tahun 2016

Penjualan		835.031.487
Biaya variabel		
Persediaan awal barang jadi	10.500.000	
Harga pokok produksi variabel tersedia untuk dijual	<u>298.751.970 (+)</u> 309.251.970	
Persediaan akhir barang jadi	<u>15.475.000 (-)</u>	
Harga pokok penjualan variabel	293.776.970	
Biaya operasional variabel		
Biaya listrik/telepon	<u>9.000.000(+)</u>	
jumlah biaya variabel		<u>302.776.970</u>
Contribution Margin		532.254.517
Biaya tetap (Period cost)		
Biaya overhead pabrik tetap	73.938.065	
Biaya operasional tetap	<u>105.172.610(+)</u>	
Jumlah biaya tetap		<u>179.110.675</u>
Laba bersih sebelum pajak		353.143.842
Pajak penghasilan		<u>29.331.052(-)</u>
Laba bersih setelah pajak		323.812.790

Sumber: Hasil olahan data

Berdasarkan tabel 5.13 yakni laporan laba rugi dengan menggunakan metode direct costing laba setelah pajak sebesar Rp.323.812.790.

E. Analisa Pembahasan

Penentuan harga jual yang ditetapkan CV. Citra Sari Makassar untuk produk masa kemasan 500 ml/Botol ditetapkan berdasarkan *full costing* yaitu membebankan semua biaya, baik biaya tetap maupun biaya variabel sebagai dasar penentuan harga jual. Harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan menghasilkan laba bersih setelah pajak Rp 304.430.365,- dari harga jual/unit sebesar Rp 37.737,90. Dalam tahun penelitian diperoleh informasi penjualan sebanyak 16.880 sehingga total penjualan yang dicapai sebesar Rp 835.031.487,.

Sedangkan analisa penulis yang mencoba menghitung harga jual dengan *direct costing* akan menghasilkan harga jual yang lebih rendah yaitu sebesar Rp 22.422,35, ini berarti harga jual yang lebih rendah memungkinkan volume penjualan akan meningkat. Dari hasil analisa dan hasil perhitungan dengan harga yang lebih kecil akan menghasilkan laba bersih setelah pajak jauh lebih besar daripada harga jual per unit yang lebih tinggi. Dengan demikian maka penulis dapat mengatakan bahwa penggunaan metode *direct costing* lebih baik daripada *full costing* karena metode *direct costing* sekalipun harga jual per unit lebih rendah namun pada akhirnya laba bersih setelah pajak lebih tinggi.

Dari hasil perhitungan penulis dengan data yang sama akan menghasilkan laba setelah pajak lebih tinggi daripada *full costing* sebesar Rp 19.382.425. lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini;

Tabel 5.14
Perbandingan Harga Pokok Produksi dan Laba Menurut Perusahaan
Dengan Direct costing
Tahun 2016

Uraian	Menurut perusahaan	Menurut direct costing	Selisih (Rp)
Harga jual	Rp. 37.737,90	Rp. 22.422,35	Rp. 15.315,55
Laba bersih setelah pajak	Rp. 304.430.365	Rp. 323.812.790	Rp. 19.382.425

Sumber: Hasil olahan data

Berdasarkan hasil analisis mengenai perbandingan harga pokok produksi menurut perusahaan dengan *direct costing* khususnya pada CV.CitraSari Makassar, yang menunjukkan bahwa harga jual yang dikeluarkan oleh perusahaan yaitu sebesar Rp.37.737,90, sedangkan menurut *direct costing* sebesar Rp.22.422,35, sehingga perusahaan menggunakan *direct costing* maka diperoleh penghematan sebesar Rp.15.315,55.- per/botol.

Kemudian dilihat dari laba yang diperoleh perusahaan, dimana laba bersih setelah pajak sebesar Rp.304.430.365, sedangkan dengan penerapan *direct costing* adalah sebesar Rp.323.812.790, sehingga dengan penerapan *direct costing* maka perusahaan akan dapat diperoleh tambahan laba bersih sebesar Rp.19.382.425,-.

Dari hasil analisis mengenai penerapan *direct costing* maka dapatlah disimpulkan bahwa adanya perbedaan harga jual produksi yang lebih

rendahdan perhitungan laba bersih yang lebih tinggi dengan menggunakan metode *directcosting* dikarenakan adanya biaya overhead pabrik tetap yang tidak dihitung dalam biaya produksi dan adanya persediaan akhir barang jadi yang lebih rendah dibandingkan dengan metode *full costing* yang menyebabkan laba bersih pada metode *direct costing* lebih tinggi dibandingkan metode *full costing* yang dipakai dalam perusahaan.

Oleh karena itu maka penulis beranggapan bahwa apabila perusahaan ingin lebih efektif dan berguna dalam hal penentuan harga jual produksi seharusnya menggunakan metode *direct costing*, karena cocok untuk perhitungan biaya-volume-labayang sangat penting untuk perencanaan dan pengendalian dalam perusahaan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tety Helga Bawole (2013) yang hasil penelitian yang didapat bahwa perhitungan dengan menggunakan metode *direct costing* akan memperlihatkan hasil yang frakturasi, yaitu apabila terjadi penjualan yang sangat tinggi maka laba yang dicapai meningkat, sedangkan apabila penjualan menurun, frakturasi ini disebabkan karna tdak ada lagi biaya overhead pabrik tetap yang ditunda pembebanannya, melainkan langsung dibebankan seluruhnya.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka dapat disajikan beberapa kesimpulan yaitu sebagai berikut,

1. CV. Citra Sari Makassar menggunakan metode *full costing* dalam penetapan harga jual Markisa yaitu sebesar Rp 37.737,90 sedangkan dengan menggunakan pendekatan *direct costing* akan menghasilkan harga jual yang lebih rendah yaitu sebesar Rp 22.422,35, namun dapat menghasilkan laba bersih setelah pajak yang lebih tinggi sebesar Rp 19.382.425.
2. Berdasarkan hasil analisa, maka penetapan harga jual dengan metode *direct costing* memungkinkan tercapainya laba yang optimal pada CV. Citra Sari Makassar khususnya pada kemasan 500 ML, dengan demikian maka hipotesis yang penulis ajukan terbukti.

B. Saran-saran

Adapun saran-saran yang dapat penulis berikan sehubungan dengan hasil penelitian ini yaitu sebagai berikut;

1. Disarankan agar perlunya perusahaan menerakan metode *direct costing* dalam perhitungan harga jual.
2. Disarankan agar perusahaan perlu meningkatkan efisiensi dan mengklasifikasikan biaya variable secara tetap.
- 3.

DAFTAR PUSTAKA

- Bastian Bustami dan Nurlisela. 2007, **Akuntansi Biaya : Teori dan Aplikasi**, Edisi 1, Yogyakarta Penerbit Graha Ilmu.
- Bawole, T.H. (2013). **Evaluasi Penerapan Direct Costing sebagai Dasar Pengambilan Keputusan Harga Produk Pesanan**. Jurnal EMBA. Vol. 1 No 4 Desember hal. 709-717
- Countrier Cynthia, S.L. (2013). **Analisis Penerapan Direct Costing sebagai Alat untuk Menghitung Harga Pokok Produksi pada PT. Sinar Bintang Selatan Makassar**. Makassar
Email: cute_na_stroberry@yahoo.com
- Dunia Firdaus Ahmad dan Wasilah. 2009, **Akuntansi Biaya**, Edisi kedua, Jakarta: Salemba Empat.
- Firmansyah Iman, 2013, **Akuntansi Biaya Itu Gampang**, Bandung.
- Hansen dan Mowen. 2010, **Manajemen Accounting**, edisi ketujuh, Jakarta : Salemba Empat.
- Laeli Mafidatul Ika. (2015). **Analisis Harga Pokok Produk Batik Guna Menentukan Harga Jual pada Saung Batik Puspa Bahari Situbondo**. Jember
- Manullang, 2005, **Pengantar Manajemen Keuangan**, edisi pertama, cetakan kelima, Yogyakarta : Andi.
- Mulyadi, 2010, **Akuntansi biaya**, edisi kelima, Yogyakarta: Aditya Media.
- Muqodim, 2005, **Teori Akuntansi**, edisi pertama, cetakan pertama, Yogyakarta: Ekonisia
- Mursyidi, 2008, **Akuntansi Biaya**, cetakan pertama, Bandung : Refika Aditama, Prawironegoro, Darsono, dan Ari Purwanti, 2009, **Akuntansi Manajemen**, Yogyakarta : UPP STIM YKPN.
- Rahmawati, 2012, **Akuntansi Biaya 1 DC**, cetakan pertama, Jakarta: PustakaRefleksi.
- Repple O.H. (2013). **Penerapan Metode Direct Costing dalam Perencanaan Laba pada UD. Roma di Bitung**. Jurnal EMBA, Vol 1 No. 3 September 2013 hal. 1060-1068
Email: oliviareppie@yahoo.co.id

- Riyanto, 2006, **Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan**, edisi keempat, cetakan ketujuh, Yogyakarta : BPFE, Gadjah Mada.
- Saerang Pradana Setiadi, David P.E. (2013). **Perhitungan Harga Pokok Produksi dalam Penentuan Harga Jual pada CV Minahasa Mantap Perkasa**. Jurnal berkala ilmiah efisiensi vol. 14 no.2 Mei 2014 Manado
- Samryn, L,M, 2008, **Akuntansi Manajemen Suatu Pengantar**, Jakarta : Raja Grafindo Persada
- Sari Purnama Yuliana. (2013). **Evaluasi Penetapan Harga Pokok Produksi Crabmeat pada PT Sigerjaya Abadi**
- Septiningtvas, P.T. (2010). **Analisis Studi Komparatif tentang Penerapan Traditional Costing Concept dengan Activity Based Costing**. Jakarta
Email: pradanasetiadi@rocketmail.com
- Septianingsih Endra, (2009). **Analisis Metode Full Costing dalam Perhitungan Harga Pokok Produksi untuk Penetapan Harga Jual**.
Email: tetybawole@yahoo.co.id
- Sunarto, 2005, **Akuntansi Biaya**, edisi kedua, Yogyakarta : Amus.
- Widianingsih sari.(2009). **Peranan Biaya untuk Menetapkan Tarif Sewa Kamar Rawat Inap pada Rumah Sakit Persahabatan**.
- William K dan Milton F. Usry, 2006 **Akuntansi Biaya**, Penerjemah : Krista,SE.Ak, Buku I, Edisi Ketida belas, Penerbit-Salemba Empat, Jakarta.
- Witjaksono, 2013, **Akuntansi Biaya**, edisi revisi, cetakan pertama, Jakarta: Graha Ilmu

RIWAYAT HIDUP



Reski Amalia Nur, Lahir di Kalosi, 15 Agustus 1995 merupakan anak keempat dari empat bersaudara buah hati dari **Syarifuddin Das** dan **Nurmiaty Djohan**. Penulis mengawali di Madrasah Ibtidaiyah (MI) di **Madrasah Ibtidaiyah Kec. Alla Kab. Enrekang**. Kemudian melanjutkan pendidikan sekolah Madrasah Tsanawiyah (MTs) pada tahun 2007 dan Tamat pada tahun 2010 di **Madrasah Tsanawiyah Kalosi Kec. Alla Kab. Enrekang**. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) pada tahun 2010 dan tamat pada tahun 2013 di **SMK Negeri 1 Enrekang Kec. Alla Kab. Enrekang**. Setelah dinyatakan lulus pada tahun 2013 penulis melanjutkan pendidikan ke **Universitas Muhammadiyah Makassar** pada Jurusan Akuntansi. Kuliah Kerja Profesi (KKP) di **Sekretariat DPRD Kota Makassar Prov. Sulawesi Selatan**.

Berkat petunjuk dan pertolongan Allah SWT, usaha dan di doa kedua orang tua dalam menjalani aktivitas akademik Perguruan Tinggi Universitas Muhammadiyah Makassar sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan skripsi yang berjudul “ Penetapan harga jual dengan metode *direct costing* pada CV. Citra Sari Makassar”.

L
A
M
P
I
R
A
N