

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Dalam Mencapai Nilai Laba Maksimal pada PT Tiga Serangkai. Jenis penelitian ini adalah deskriptif. Pengambilan data berupa Laporan Keuangan PT. Tiga Serangkai selama tiga tahun yaitu periode 2016-2018. Teknik pengumpulan data terdiri dari dua yaitu data kualitatif dan data kuantitatif. Metode pengumpulan data sumber data yaitu data primer dan data skunder. Analisis data dilakukan analisis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan Harga pokok produksi mengalami fluktuasi setiap tahunnya. Untuk tahun 2016 terjadi sebesar Rp. 1.502.631.237. untuk tahun 2017 harga pokok produksi sebesar Rp. 1.455.098.156, sedangkan pada tahun 2018 harga pokok produksi meningkat secara signifikan sebesar Rp. 1.594.112.756. Tahun 2016 perusahaan mengalami kerugian sebesar Rp.213.180.124, besarnya penjualan diikuti juga dengan besarnya harga pokok produksi sehingga perusahaan tidak mampu menutupi beban-beban operasional perusahaan.

Kata Kunci : Harga pokok produksi, Laba

ABSTRACT

This study aims to test and analyze the calculation of the cost of production in achieving the maximum profit value at PT Tiga Serangkai. This type of research is descriptive. Retrieval of data in the form of financial statements of PT. Tiga Serangkai for three years, namely the period 2016-2018. Data collection techniques consisted of two, namely qualitative data and quantitative data. Data collection methods data sources, namely primary data and secondary data. The data analysis was carried out by descriptive analysis. The results showed that the cost of production fluctuated every year. For the year 2016, there were Rp. 1,502,631,237. for 2017 the cost of goods manufactured is Rp. 1,455,098,156, while in 2018 the cost of goods manufactured increased significantly by Rp. 1,594,112,756. In 2016 the company suffered a loss of Rp. 213,180,124, the amount of sales was followed by the amount of the cost of production so that the company was unable to cover the company's operational expenses.

Keywords: Cost of goods manufactured, Profit

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR	v
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah dan Batasan Masalah.....	5
1.3 Rumusan Masalah.....	5
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Keaslian Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Biaya.....	8
2.1.2 Harga Pokok Produksi.....	14
2.1.3 Harga Jual Produk.....	22
2.1.4 Volume Penjualan.....	29
2.1.5 Laba.....	31
2.2 Penelitian Terdahulu.....	32
2.3 Kerangka Konseptual.....	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	38
3.1 Pendekatan Penelitian.....	38
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	38
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	38
3.4 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	39
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.6 Teknik Analisa Data.....	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Hasil Penelitian.....	43
4.2 Pembahasan.....	53
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	61
5.1 Simpulan.....	61
5.2 Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Perhitungan Laba-Rugi Full Costing PT Tiga Serangkai	26
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	34
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian dan Proses Skripsi	38
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	40
Tabel 4.1 Perhitungan Harga Pokok Produksi 2016-2018.....	53
Tabel 4.2 Perhitungan Harga Pokok Produksi Perunit 2016	55
Tabel 4.3 Perhitungan Harga Pokok Produksi Perunit 2017	57
Tabel 4.4 Perhitungan Harga Pokok Produksi Perunit 2018	59
Tabel 4.5 Perhitungan Harga Pokok Produksi Perunit 2016-2018	59
Tabel 4.6 Perhitungan Harga Pokok Produksi PT Tiga Serangkai	59
Tabel 4.7 Perhitungan Laba Bersih PT Tiga Serangkai	60

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	36

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan atas rahmat dan karunia-Nya sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: **“Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Dalam Mencapai Nilai Laba Maksimal pada PT Tiga Serangkai”**. Skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih gelar sarjana Strata Satu (S-1) Program Studi Akuntansi Fakultas Sosial Sains, Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.

Selama penelitian dan penyusunan laporan penelitian skripsi ini, penulis tidak luput dari kendala. Kendala tersebut dapat diatasi penulis berkat adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Isa Indrawan, S.E, M.M selaku Rektor Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.
2. Ibu Dr. Surya Nita, S.H., M.Hum selaku Dekan Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.
3. Bapak Junawan, SE, M.Si selaku Ketua Program Studi Fakultas Sosial Sains, Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.
4. Bapak Aulia, SE, MM selaku dosen pembimbing 1 (satu) yang telah meluangkan waktu serta dengan penuh kesabaran telah memberikan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Anggi Pratama Nasution, SE, M.Si selaku dosen pembimbing 2 (dua) yang telah meluangkan waktu serta dengan penuh kesabaran telah memberikan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.

6. Segenap Bapak/Ibu Dosen Program Studi Akuntansi atas bantuan, didikan, semangat dan bimbingannya selama ini.
7. Teman-teman seperjuangan yang ikut membantu saya dalam penulisan skripsi ini.
8. Pihak-pihak lain yang telah memberikan bantuan secara langsung maupun tidak langsung dalam pembuatan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Medan, Januari 2020
Penulis,

SARIFAH ZAIRANI

NPM: 1515100509

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Setiap perusahaan pasti mempunyai tujuan yang ingin dicapai, tujuan tersebut antara lain: Memperoleh laba yang maksimal, dapat bersaing di pasar, serta dapat memberikan manfaat bagi masyarakat. Untuk mencapai laba, perusahaan harus dapat melakukan kegiatan penjualan yang paling menguntungkan dan salah satu indikatornya adalah laba kotor. Laba kotor itu dipengaruhi oleh harga jual, biaya produksi dan volume penjualan. Harga jual suatu produk ditentukan dari harga pokok produksi, jika perhitungan harga pokok produksi tidak tepat maka akan mempengaruhi penentuan harga jual produk yang tidak tepat juga. Misalnya perhitungan harga pokok produksi yang tinggi, maka akan menghasilkan penentuan harga jual yang tinggi pula, akibatnya suatu produk tidak mampu bersaing di pasar. Begitu juga sebaliknya, jika perhitungan harga pokok produksi rendah maka akan menghasilkan penentuan harga produksi yang rendah pula akibatnya perusahaan tidak mencapai laba yang maksimal walaupun harga jual dapat bersaing di pasar.

Penetapan harga jual produk memerlukan berbagai pertimbangan yang terintegrasi, mulai dari biaya produksi, biaya operasional, target laba yang diinginkan oleh perusahaan, daya beli masyarakat, harga jual pesaing, kondisi perekonomian. Penentuan harga jual produk perusahaan haruslah merupakan kebijakan yang harus benar-benar dipertimbangkan secara matang dan terintegrasi.

Walaupun terdapat beberapa aspek yang menjadi pertimbangan perusahaan dalam menentukan harga jual produk, tetapi seringkali faktor biaya di jadikan titik tolak dalam penetapan harga jual produk. Kebijakan harga jual produk dan biaya akan selalu berubah-ubah sesuai dengan perubahan biaya produk dan kondisi pasar. Biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk menghasilkan sejumlah produk di dalam suatu periode akan di jadikan dasar untuk menetapkan harga jual produk. Besarnya margin yang di inginkan suatu perusahaan adalah pasti akan selalu berada di atas semua total biaya-biaya yang di keluarkan untuk memproduksi suatu produk. Dan yang menjadi pertimbangan, berapa besar margin laba yang diinginkan perusahaan untuk setiap unit produk yang di hasilkannya.

Penetapan margin laba diatas biaya yang di keluarkan perusahaan memerlukan suatu keahlian khusus dengan pertimbangan dari berbagai aspek sebagaimana di sebutkan diatas. Dengan mengetahui biaya produksi, maka perusahaan akan dapat menentukan harga jual produknya untuk menghasilkan laba. Dalam menentukan harga pokok produksi pun, perusahaan harus menentukan metode yang tepat sehingga nantinya dapat menghasilkan laba yang sesuai dengan harapan perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan lainnya. Harga pokok produksi sendiri terdiri dari beberapa unsur, yaitu: biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik. Biaya bahan baku terdiri dari biaya-biaya yang berkaitan langsung dengan pembuatan suatu produk. Biaya tenaga kerja langsung merupakan biaya untuk membayar orang-orang yang terlibat langsung dalam proses pembuatan produksi. Biaya *overhead* pabrik terdiri

biaya-biaya yang tidak termasuk pada biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.

PT Tiga Serangkai pada awal didirikan pada tahun 1958 merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang percetakan dan penerbitan buku pelajaran, namun pada tahun 2003, karena TS memiliki begitu banyak bisnis seperti penerbitan dan percetakan, distribusi, dan ritel, sehingga memutuskan untuk merestrukturisasi bisnis menjadi sebuah kelompok. Oleh karena itu mereka membentuk perusahaan yang akan mengamati semua unit bisnis yang disebut PT Tiga Serangkai Inti Corpora (TSIC). Hingga saat ini, Grup TS memiliki setidaknya 6 anak perusahaan yang mengelola unit bisnis yang berbeda seperti PT Tiga Serangkai Pustaka Mandiri (TSPM), PT Wangsa Jatra Lestari dan PT Pantia Simpati yang mengelola bisnis percetakan dan penerbitan. Sementara untuk bisnis distribusi dikelola oleh PT Tiga Serangkai International (TSI) dan bisnis ritel dikelola oleh PT Assalam Niaga Utama dan PT Tiga Serangkai Nusantara.

Untuk mampu bersaing dengan perusahaan yang bergerak dalam bidang yang sama PT Tiga Serangkai harus menentukan harga pokok produksi yang sesuai sebagai dasar untuk menentukan harga jual. Kesalahan perhitungan yang terjadi dalam menentukan harga pokok produksi akan mengakibatkan harga jual tidak sesuai bisa jadi harga jual terlalu tinggi maupun terlalu rendah. Karena jika harga jual produk terlalu tinggi dapat mengakibatkan produk yang di tawarkan perusahaan tidak mampu bersaing dengan produk sejenis yang beredar di pasaran dan jika harga jual terlalu rendah maka dapat memengaruhi laba yang diperoleh perusahaan akan rendah sehingga perusahaan tidak memperoleh keuntungan .

Dalam menentukan harga pokok produksi PT Tiga Serangkai hanya

menghitung biaya bahan baku ditambah dengan biaya produksi yang perhitungannya belum secara rinci sedangkan dalam penentuan harga jual ditentukan sesuai dengan harga pokok produksi tentu hal ini belum sesuai dengan perhitungan metode *full costing* yang menghitung semua biaya secara rinci yaitu biaya bahan baku, biaya produksi dan biaya non produksi. Supaya keuntungannya mencerminkan biaya yang terjadi sebenarnya maka untuk mencari harga jual yang sesuai untuk mampu bersaing di pasaran dengan produk yang sama seharusnya menggunakan metode yang tepat dalam perhitungannya.

Berikut ini perhitungan laporan laba rugi *full costing* pada PT Tiga Serangkai.

Tabel 1.1
Perhitungan Laba-Rugi *Full Costing* pada PT Tiga Serangkai Tahun 2017

Keterangan	Tahun 2017	
Penjualan		Rp. 1.954.541.985
Harga Pokok Penjualan		(Rp. 1.455.098.156)
Laba Kotor		Rp. 499.443.829
Beban Operasional		
Beban Penjualan	Rp. 152.154.612	
Beban Umum dan Adm	Rp. 282.323.890	
Total Beban Operasional		(Rp. 434.478.502)
Laba Bersih		Rp. 6.495.327

Sumber : Data Diolah, 2019

Pada tabel tabel 1.1 diatas merupakan perhitungan laba-rugi metode *full costing* pada PT Tiga Serangkai menunjukkan bahwa perusahaan tidak membedakan harga pokok produksi dan harga pokok penjualan, beban operasional hanya memuat beban penjualan dan beban umum dan adminitrasi, biaya gaji dan peneluaran operasional yang lainnya langsung dikeolpakan kedalam beban umum dan adminitrasi.

Beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya tidak memberikan

hasil yang konsisten. Andigandawistu (2014) melakukan penelitian tentang “Analisa Perhitungan Harga Pokok Produksi Dalam Menentukan Harga Jual Produk Konveksi Pada CV.Champion Dengan Metode *Full Costing* Perhitungan riil CV. Champion dengan metode *full costing* terdapat perbedaan yaitu biaya overhead pabrik yang terdiri dari biaya listrik, biaya sewa toko, biaya wifi, dan biaya pemeliharaan mesin. Sedangkan Agus dan Ulfa (2014) menyatakan bahwa Perolehan laba pada CV Atika Sukses dipengaruhi oleh dua faktor yaitu: penekanan biaya produksi (harga pokok produksi) dan peningkatan kuantitas penjualan setiap tahun.

Berdasarkan uraian dan fenomena yang telah dikemukakan di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul “**Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Dalam Mencapai Nilai Laba Maksimal pada PT Tiga Serangkai**”.

B. Identifikasi dan Batasan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka penulis membuat identifikasi masalah dalam penelitian ini, yaitu : “Perhitungan harga pokok produksi kurang efektif karena masih menggunakan *variable costing* yaitu hanya menghitung biaya produksi berdasarkan biaya variabel saja”.

2. Batasan Masalah

Untuk menghindari pembahasan yang tidak terarah, maka penulis membatasi masalah dalam penelitian ini : “Penulis hanya membahas tentang

perhitungan harga pokok produksi dalam mencapai laba maksimal dan mengabaikan faktor lain yang dapat mempengaruhi laba” .

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian maka masalah yang hendak diteliti dalam penelitian ini adalah: Bagaimana metode perhitungan harga pokok produksi dalam mencapai laba maksimal pada PT Tiga Serangkai?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah: untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana metode perhitungan harga pokok produksi dalam mencapai laba maksimal pada PT Tiga Serangkai.

2. Manfaat Penelitian

a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk menambah wawasan dan pengembangan ilmu pengetahuan serta pola pikir perhitungan harga pokok produksi.

b. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan pengetahuan yang lebih luas mengenai perhitungan harga pokok produksi sehingga dapat menjadi referensi yang dapat digunakan oleh mahasiswa/mahasiswi lain untuk melakukan penelitian.

c. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi perusahaan mengenai harga pokok produksi dalam mencapai laba

maksimal, sehingga dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam hal pengambilan keputusan .

E. Keaslian Penelitian

Penelitian tentang perhitungan harga pokok produksi sudah banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Penelitian ini memodifikasi hasil penelitian Agus dan Ulfa yang berjudul “Analisis Harga Pokok Produksi Dalam Perolehan Laba Pada CV Atika Sukses Sungai Raya”. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan Agus dan Ulfa (2014) yaitu:

1. Variabel penelitian Agus dan Ulfa adalah Analisis Harga Pokok Produksi Dalam Perolehan Laba, sedangkan variabel penelitian ini adalah Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Dalam Mencapai Nilai Laba Maksimal
2. Periode observasi penelitian Agus dan Ulfa adalah tahun 2014, sedangkan observasi penelitian ini adalah tahun 2016-2018.
3. Objek penelitian Agus dan Ulfa adalah Pada CV Atika Sukses Sungai Raya Dalam, sedangkan penelitian ini adalah pada PT Tiga Serangkai.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Biaya

a. Definisi Biaya

Biaya adalah aliran sejumlah anggaran dalam mata uang yang harus dikeluarkan dalam proses produksi suatu usaha. Biaya bisa juga dikatakan sebagai pengorbanan sejumlah material dalam bentuk mata uang yang dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi input menjadi output yang memiliki nilai jual. Biaya menurut *The Committee on Cost concepts-American Accounting Association*, merupakan suatu peristiwa/kejadian yang diukur berdasarkan nilai uang, yang timbul atau mungkin akan timbul untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Hansen dan Mowen (2004) menyatakan bahwa biaya-biaya bagi perusahaan yang memproduksi sesuatu merupakan harga factor-faktor produksi yang digunakan untuk menghasilkan outputnya. Pernyataan tersebut mengungkapkan bahwa harga atau cost atau ongkos sebagai pengorbanan yang diukur menurut perbandingannya dengan pengeluaran barang dan jasa yang dihitung terhadap penghasilan untuk menentukan pendapatan. Oleh karena itu, dari pengertian diatas dapat disimpulkan empat unsur pokok dalam defenisi biaya yaitu :

- 1) Biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi dari perusahaan
- 2) Yang diperhitungkan saat terjadi maupun yang belum terjadi
- 3) Diukur dalam satuan uang

- 4) Pengorbanan tersebut memiliki tujuan

b. Klasifikasi Biaya

Menurut Mulyadi (2010) biaya dapat digolongkan sebagai berikut:

1. Penggolongan Biaya sesuai dengan Fungsi Pokok dari Kegiatan / Aktivitas Perusahaan

Fungsi pokok dari kegiatan perusahaan – perusahaan dapat digolongkan ke dalam :

- a. Fungsi produksi, yaitu fungsi yang berhubungan dengan kegiatan pengolahan bahan baku menjadi produk selesai yang siap untuk dijual.
- b. Fungsi pemasaran, yaitu fungsi yang berhubungan dengan kegiatan penjualan produk selesai yang siap dijual dengan cara yang memuaskan pembeli dan dapat memperoleh laba sesuai yang diinginkan perusahaan sampai dengan pengumpulan kas dari hasil penjualan.
- c. Fungsi administrasi dan umum, adalah fungsi yang berhubungan dengan kegiatan penentuan kebijakan, pengarahan, dan pengawasan kegiatan secara keseluruhan agar dapat berhasil guna (efektif) dan berdaya-guna (efisien). Kegiatan fungsi ini berhubungan dengan fungsi pokok perusahaan yang lain, tetapi manfaatnya tidak dapat diidentifikasi langsung pada fungsi lain tersebut.
- d. Fungsi Keuangan (*Financial*), yaitu fungsi yang berhubungan dengan kegiatan keuangan atau penyediaan dana yang diperlukan perusahaan. Apabila dana selalu dapat dicukupi dari dalam perusahaan fungsi ini tidak begitu penting, akan tetapi apabila sering diperlukan dana dari luar perusahaan fungsi ini memegang peranan penting di dalam perusahaan.

Atas dasar fungsi tersebut diatas, biaya dapat dikelompokkan menjadi :

1) Biaya Produksi, yaitu semua biaya yang berhubungan dengan fungsi produksi atau kegiatan pengolahan bahan baku menjadi produk selesai. Biaya produksi dapat digolongkan ke dalam :

- a. Biaya bahan Baku ;
- b. Biaya Tenaga Kerja Langsung ;
- c. Biaya *Overhead* Pabrik

2) Biaya pemasaran, yaitu biaya dalam rangka penjualan produk selesai sampai dengan pengumpulan piutang menjadi kas. Biaya ini meliputi biaya untuk melaksanakan :

- a. fungsi penjualan
- b. fungsi penggundangan produk selesai
- c. fungsi pengepakan dan pengiriman
- d. fungsi adpertensi
- e. fungsi pemberian kredit dan pengumpulan piutang
- f. fungsi pembuatan faktur atau administrasi penjualan

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

4) Biaya keuangan adalah semua biaya yang terjadi dalam melaksanakan fungsi keuangan, misalnya : biaya bunga

2. Penggolongan Biaya Sesuai dengan Periode Akuntansi di mana Biaya akan Dibebankan

Untuk dapat menggolongkan biaya sesuai dengan periode akuntansi dimana biaya dibebankan, lebih dahulu perlu dibahas penggolongan pengeluaran (*expenditures*), di mana penggolongan pengeluaran akan berhubungan dengan kapan pengeluaran tersebut akan menjadi biaya.

Penggolongan pengeluaran adalah sebagai berikut :

a) Pengeluaran Modal (*Capital Expenditures*)

Pengeluaran modal penulis cenderung menamakan : pengeluaran (untuk memperoleh aktiva) adalah pengeluaran yang akan dapat memberikan manfaat (*benefit*) pada beberapa periode akuntansi atau pengeluaran yang akan dapat memberikan manfaat pada periode akuntansi yang akan datang. Pada saat terjadinya pengeluaran ini dikapitalisasi ke dalam harga perolehan aktiva, dan diperlakukan sebagai biaya pada periode akuntansi yang menikmati manfaatnya.

b) Pengeluaran Penghasilan (*Revenues Expenditures*)

Pengeluaran penghasilan (penulis cenderung menamakan pengeluaran biaya) adalah pengeluaran yang akan memberikan manfaat hanya pada periode akuntansi dimana pengeluaran terjadi. Umumnya pada saat terjadinya pengeluaran langsung diperlakukan ke dalam biaya, atau tidak dikapitalisasi sebagai aktiva.

c) Penggolongan Biaya Sesuai dengan Tendensi Perubahannya terhadap

Aktivitas atau Kegiatan atau Volume Pengolongan biaya sesuai dengan tendensi perubahannya terhadap aktivitas terutama untuk tujuan perencanaan dan pengendalian biaya serta pengambilan keputusan. Tendensi perubahan biaya terhadap kegiatan dapat dikelompokkan menjadi :

1. Biaya Tetap (*Fixed Cost*)

Biaya tetap memiliki karakteristik sebagai berikut :

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

2. Biaya Variabel (*Variable Cost*)

Biaya Variabel memiliki karakteristik sebagai berikut :

- a) Biaya yang jumlah totalnya akan berubah secara sebanding (proporsional) dengan perubahan volume kegiatan, semakin besar volume kegiatan semakin tinggi jumlah total biaya variabel, semakin rendah volume kegiatan semakin rendah jumlah total biaya variabel.
- b) Pada biaya variabel, biaya satuan tidak dipengaruhi oleh perubahan volume kegiatan, jadi biaya satuan konstan.
- c) Biaya Semi Variabel (*Semi Variable Cost*)

Biaya Semi Variabel memiliki karakteristik sebagai berikut :

1. Biaya yang jumlah totalnya akan berubah sesuai dengan perubahan volume kegiatan, akan tetapi sifat perubahannya tidak sebanding. Semakin tinggi volume kegiatan semakin besar jumlah biaya total, semakin rendah volume kegiatan semakin rendah biaya, tetapi perubahannya tidak sebanding.

2. Pada biaya semi variabel, biaya satuan akan berubah terbalik dihubungkan dengan perubahan volume kegiatan tetapi sifatnya tidak sebanding. Sampai dengan tingkatan kegiatan tertentu semakin tinggi volume kegiatan semakin rendah biaya satuan, semakin rendah volume kegiatan semakin tinggi biaya satuan.

c. Penggolongan Biaya untuk Tujuan Pengendalian Biaya

Untuk pengendalian biaya informasi biaya yang ditujukan kepada manajemen dikelompokkan ke dalam :

1) Biaya Terkendalikan (*Controllable Cost*)

Biaya terkendalkan adalah biaya yang secara langsung dapat dipengaruhi oleh seorang pimpinan tertentu dalam jangka waktu tertentu.

Untuk menentukan seorang pimpinan bertanggungjawab terhadap biaya atau tidak dapat dipakai pedoman sebagai berikut :

- a. Apabila seseorang memiliki wewenang dalam mendapatkan atau menggunakan barang dan jasa tertentu, maka biaya yang berhubungan dengan pemakaian barang dan jasa tersebut merupakan tanggung jawab dari orang tersebut.
- b. Apabila seseorang secara berarti dapat mempengaruhi jumlah biaya tertentu melalui tindakannya sendiri, maka orang tersebut harus dibebani tanggung jawab atas biaya tersebut.
- c. Apabila seseorang ditunjuk oleh manajemen membantu pejabat yang sesungguhnya bertanggung jawab atas suatu elemen biaya tertentu, maka orang tersebut (meskipun tidak secara langsung dapat mempengaruhi

biaya melalui tindakannya sendiri) ikut bertanggung jawab terhadap biaya tertentu tersebut bersama dengan pejabat yang dia bantu.

2) Biaya Tidak Terkendalikan (*Uncontrollable Cost*)

Biaya tidak terkendalkan adalah biaya yang tidak dapat dipengaruhi oleh seorang pimpinan / pejabat tertentu berdasar wewenang yang dia miliki atau tidak dapat dipengaruhi oleh seorang pejabat dalam jangka waktu tertentu.

3) Penggolongan Biaya Sesuai dengan Tujuan Pengambilan

Untuk tujuan pengambilan keputusan oleh manajemen data biaya dikelompokkan di dalam :

a. Biaya relevan (*Relevant Cost*)

Biaya relevan adalah biaya yang akan mempengaruhi pengambilan keputusan, oleh karena itu biaya tersebut harus diperhitungkan di dalam pengambilan keputusan. Pengambilan keputusan dapat berupa pemilihan dua alternatif atau pemilihan lebih dari dua alternatif.

b. Biaya tidak relevan (*Irrelevant Cost*)

Biaya tidak relevan adalah biaya yang tidak mempengaruhi pengambilan keputusan, oleh karena itu biaya ini tidak perlu diperhitungkan atau dipertimbangkan dalam proses pengambilan keputusan.

2. Harga Pokok Produksi

Terlebih dahulu kita lihat pengertian dari biaya sebelum membahas mengenai harga pokok produksi. Menurut (Mulyadi, 2010:5) biaya dalam arti luas merupakan pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu. Terdapat empat unsur pokok dalam definisi biaya :

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

Secara sempit, definisi atau pengertian biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh aktiva jika tujuannya adalah pengorbanan untuk memperoleh barang dan jasa. Jika tujuannya untuk menghasilkan pendapatan, maka dianggap sebagai beban (*expense*) yang kemudian akan dilaporkan pada laporan laba rugi sebagai pengurang antara pendapatan dalam perhitungan laba. (Ikatan Akuntan Indonesia, 2012: 17.94) beban adalah penurunan manfaat ekonomi selama satu periode akuntansi dalam bentuk arus keluar atau bekurangnya aktiva atau terjadinya kewajiban yang mengakibatkan terjadinya penurunan ekuitas yang tidak menyangkut pembagian kepada penanam modal. Seluruh biaya yang menjadi pengorbanan dalam menghasilkan suatu produk jadi berpengaruh terhadap penentuan harga pokok produksi yang dihasilkan.

a. Unsur – Unsur Harga Pokok Produksi

Menurut Mulyadi (2010:25) Secara umum unsur dari harga pokok produksi dapat dibagi menjadi bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead.

1) Biaya bahan baku langsung (*direct material cost*)

Biaya bahan baku langsung yaitu biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh bahan baku yang digunakan dalam proses untuk memproduksi suatu produk. Oleh karenanya jumlah total biaya bahan baku

langsung ini sebanding dengan jumlah unit produk yang dihasilkan atau jumlah volume produksi. bahan baku langsung membentuk bagian integral dari produk jadi. Biaya ini meliputi biaya untuk memperoleh bahan baku dan menemukannya dalam keadaan yang siap diolah. Kemudahan penelusuran item bahan baku ke produk jadi merupakan pertimbangan utama dalam pengklasifikasian biaya sebagai bahan baku langsung.

2) Biaya Tenaga kerja Langsung (*Direct Labor Costs*)

Biaya tenaga kerja langsung merupakan biaya yang dibayarkan kepada tenaga kerja yang ikut secara langsung dapat diidentifikasi kepada suatu produk sebagai obyek biayanya. Seperti halnya bahan baku langsung, jumlah total biaya tersebut. Biaya tenaga kerja langsung merupakan bagian dari upah atau gaji yang dapat secara khusus dan secara konsisten ditugaskan atau berhubungan dengan proses pembuatan produk, urutan pekerjaan tertentu, atau penyediaan layanan juga, hal tersebut dapat dikatakan pula sebagai biaya pekerjaan yang dilakukan oleh para pekerja yang benar-benar membuat produk pada lini produksi. Tenaga kerja langsung adalah seluruh karyawan yang secara langsung ikut serta memproduksi produk jadi, yang jasanya dapat diusut secara langsung pada produk, dan upahnya merupakan bagian yang besar dalam memproduksi produk. Upah tenaga kerja langsung diperlakukan sebagai biaya tenaga kerja langsung serta diperhitungkan langsung sebagai unsur biaya produksi.

3) Biaya Overhead Pabrik

Dalam perusahaan yang produksinya berdasarkan pesanan, biaya overhead pabrik adalah biaya produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Biaya overhead pabrik juga merupakan komponen biaya produksi yang tidak memiliki hubungan langsung dengan suatu produk tertentu dengan dan tidak diidentifikasi atau ditelusuri kepada produk tersebut dengan cara yang secara ekonomis memungkinkan. Dengan kata lain, biaya produksi tidak langsung ini adalah biaya yang berkaitan dengan proses produksi diluar biaya bahan baku langsung dan biaya upah langsung. Oleh karenanya biaya ini tidak dapat diperhitungkan atau dibebankan langsung kepada suatu produk tertentu sebagai obyek biayanya. Biaya *overhead* pabrik menurut Mulyadi (2010) adalah dikelompokkan menjadi beberapa golongan berikut:

- a. Biaya bahan penolong
- b. Biaya reparasi dan pemeliharaan
- c. Biaya tenaga kerja tidak langsung
- d. Biaya yang timbul sebagai akibat penilaian terhadap aktiva tetap
- e. Biaya yang timbul sebagai akibat berlalunya waktu
- f. Biaya *overhead* lain yang secara langsung memerlukan pengeluaran uang.

Sedangkan menurut Bustami dan Nurlela (2010) Biaya *overhead* dapat dikelompokkan menjadi beberapa elemen, yakni:

- a. Bahan tidak langsung (bahan pembantu atau penolong) adalah bahan yang digunakan dalam penyelesaian produk tetapi pemakaiannya relatif lebih kecil dan biaya ini tidak dapat ditelusuri secara langsung kepada produk

selesai. Contoh: amplas, pola kertas, oli dan minyak pelumas, paku, sekrup dan mur, staples, asesoris pakaian, vanili, garam, pelembut, pewarna.

- b. Biaya tenaga kerja tidak langsung adalah biaya tenaga kerja yang membantu dalam pengolahan produk selesai, tetapi dapat ditelusuri kepada produk selesai. Contoh: gaji satpam pabrik, gaji pengawas pabrik, pekerja bagian pemeliharaan, penyimpanan dokumen pabrik, gaji operator telepon pabrik, pegawai pabrik, pegawai bagian gudang pabrik, gaji resepsionis pabrik, dan pegawai yang menangani barang.
- c. Biaya tenaga kerja langsung lainnya adalah biaya selain bahan tidak langsung dan tenaga kerja tidak langsung yang membantu dalam pengolahan produk selesai, tetapi tidak dapat ditelusuri kepada produk selesai. Contoh: pajak bumi dan bangunan pabrik, listrik pabrik, air, dan telepon pabrik, sewa pabrik, asuransi pabrik, penyusutan pabrik, peralatan pabrik, pemeliharaan mesin pabrik, gaji akuntan pabrik, reparasi mesin dan peralatan pabrik.

b. Tujuan Penentuan Harga Pokok Produksi

Penentuan harga pokok produksi bertujuan untuk mengetahui berapa besarnya biaya yang dikorbankan dalam hubungannya dengan pengolahan bahan baku menjadi barang jadi atau jasa yang siap untuk dijual (Hartanto (2012:90)). Penentuan harga pokok sangat penting bagi perusahaan, karena merupakan salah satu elemen yang dapat digunakan sebagai pedoman dan sumber informasi bagi pimpinan untuk mengambil keputusan.

Adapun tujuan penentuan harga pokok produksi yang lain diantaranya :

- 1) Sebagai dasar untuk menilai efisiensi perusahaan

- 2) Sebagai dasar dalam penentuan kebijakan pimpinan perusahaan
- 3) Sebagai dasar penilaian bagi penyusun neraca yang menyangkut penilaian terhadap aktiva
- 4) Sebagai dasar untuk menetapkan harga penawaran atau harga jual terhadap konsumen
- 5) Menentukan nilai persediaan dalam neraca, yaitu harga pokok persediaan produk jadi
- 6) Untuk menghitung harga pokok produksi dalam laporan laba rugi perusahaan
- 7) Sebagai evaluasi kerja
- 8) Pengawasan terhadap efisiensi biaya, terutama biaya produksi
- 9) Sebagai dasar pengambilan keputusan
- 10) Untuk tujuan perencanaan laba

c. Metode Penentuan Harga Pokok Produksi

Menurut Hartanto (2012:112) metode penentuan harga pokok produksi adalah cara perhitungan unsur – unsur biaya kedalam harga pokok produksi. Terdapat dua pendekatan yaitu *full costing* dan *variable costing*.

- 1) Metode *full costing* adalah metode penentuan biaya pokok produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi kedalam biaya pokok dimana terdiri atas biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik baik yang bersifat tetap maupun variabel. Di dalam konsep penentuan harga pokok penuh (*Full Costing*) semua elemen biaya produksi baik tetap maupun variabel dibebankan ke dalam biaya pokok produk. Dalam metode ini terdapat beberapa unsur diantaranya unsur biaya pokok produksi

(biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, *overhead* pabrik variabel dan biaya *overhead* pabrik tetap. Oleh karena itu elemen harga pokok produk meliputi :

Biaya bahan baku	:	x	
Biaya tenaga kerja langsung	:	x	
Biaya <i>overhead</i> pabrik variabel	:	x	
Biaya <i>overhead</i> pabrik tetap	:	x	
<hr style="width: 100%;"/>			+
Harga pokok produksi		xx.....	

Karakteristik dalam penentuan biaya pokok produksi dengan metode *full costing* ini diantaranya :

- a) Perhitungan biaya produksi dengan memasukkan biaya tetap dan biaya variabel.
 - b) Menganut konsep biaya produk untuk perhitungan biaya produksi variabel, dan menganut konsep biaya periodik untuk perhitungan biaya produksi non variabel.
 - c) Laporan biaya untuk memenuhi pihak Eksternal.
 - d) Laporan Rugi Laba disajikan dengan format tradisional.
 - e) Analisa biaya dilakukan oleh pihak Internal untuk perhitungan biaya persediaan, penentuan laba dan pelaporan keuangan untuk pihak eksternal.
- 2) *Variable Costing* adalah suatu metode penentuan biaya pokok dimana biaya produksi variabel saja yang dibebankan sebagai bagian dari biaya pokok produksi. Biaya pokok produk yang dihitung dengan pendekatan variabel costing yang terdiri dari unsur biaya pokok produksi variabel (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik variabel) ditambah dengan biaya nonproduksi variabel (biaya pemasaran variabel,

biaya administrasi dan biaya umum variabel) dan biaya tetap (biaya overhead pabrik tetap, biaya pemasaran tetap dan biaya administrasi dan biaya umum tetap).

d. Sistem Perhitungan Biaya Produksi

Perhitungan harga pokok produksi memerlukan suatu proses pengumpulan dari biaya-biaya yang telah dikeluarkan terhadap suatu produk (Mulyadi 2010:54).

Adapun sistem perhitungan biaya produksi terdiri dari :

1) Sistem perhitungan biaya berdasarkan pesanan (*job order costing*)

Dalam sistem perhitungan biaya berdasarkan pesanan (*job order costing* atau *job costing*), biaya produksi dikumulasikan untuk setiap pesanan (*job*) yang terpisah. Suatu pesanan adalah output yang diidentifikasi untuk memenuhi pesanan pelanggan tertentu atau untuk mengisi kembali suatu item persediaan. Hal ini berbeda dengan sistem perhitungan biaya berdasarkan proses, di mana biaya diakumulasikan untuk suatu operasi atau subdivisi dari perusahaan, seperti departemen. Dalam sistem perhitungan biaya berdasarkan pesanan, biaya ditelusuri dan dialokasikan ke pekerjaan dan biaya untuk menyelesaikan pekerjaan tersebut dibagi dengan jumlah unit yang dihasilkan untuk mendapatkan harga rata-rata perunit.

2) Sistem perhitungan biaya berdasarkan proses (*process costing*)

Perhitungan biaya berdasarkan proses (*process costing*) digunakan dalam perusahaan yang memproduksi satu jenis produk dalam jumlah besar dalam jangka panjang. Prinsip dasar dari perhitungan biaya berdasarkan proses adalah mengakumulasikan biaya dari operasi atau departemen tertentu selama satu periode penuh (bulanan, kuartalan, dan tahunan) dan

kemudian membaginya dengan unit yang diproduksi selama periode tersebut.

3) Metode kalkulasi biaya lainnya

Metode kalkulasi biaya yaitu metode campuran antara metode biaya pesanan dan metode biaya proses. Beberapa perusahaan industry yang memiliki biaya bahan baku langsung yang secara signifikan berbeda namun melewati proses produksi dalam kapasitas yang besar.

e. Manfaat Informasi Biaya Pokok Produksi

Manfaat informasi biaya pokok produksi yang dihitung untuk jangka waktu tertentu diantaranya :

- 1) Menentukan harga jual produk
- 2) Memantau realisasi biaya produk produksi
- 3) Menghitung laba atau rugi periodik
- 4) Menentukan harga pokok persediaan produk jadi dan produk dalam proses yang disajikan dalam neraca.

3. Harga Jual Produk

a. Pengertian Harga Jual

Menurut Gitosudarmo (2012:272) “harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah barang beserta jasa-jasa tertentu atau kombinasi dari keduanya”. Harga jual merupakan jumlah tertentu yang dibayarkan oleh konsumen terhadap barang atau jasa yang diterima. Harga dapat didefinisikan sebagai jumlah uang yang ditagih untuk suatu produk atau jasa, jumlah nilai ditukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan barang atau jasa yang diperlukan itu. Harga atau tarif adalah jumlah uang

(ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. Harga adalah nilai suatu barang dan jasa diukur dengan sejumlah uang dimana berdasarkan nilai tersebut seseorang atau pengusaha bersedia melepaskan barang dan jasa yang dimiliki kepada pihak lain.

b. Sasaran Penetapan Harga Jual

Dalam pengambilan keputusan dalam menetapkan harga jual suatu produk atau jasa, perusahaan mempunyai tujuan dan sasaran tertentu, baik itu untuk tujuan dan sasaran jangka panjang maupun pendek. Hal ini dimaksudkan agar berkelanjutan hidup suatu perusahaan dapat terjaga dan dapat ditingkatkan untuk masa – masa yang akan datang.

Berikut adalah empat kategori penetapan harga menurut (Boone dan Kurtz, 2012:70).

1) Sasaran profitabilitas

Sebagian besar perusahaan mengejar sejumlah sasaran profitabilitas dalam strategi penetapan harganya. Mereka mengerti bahwa laba merupakan hasil dari pendapatan dikurang beban dimana pendapatan merupakan harga jual dikalikan kuantitas yang terjual

2) Sasaran volume

Sasaran volume yang pertama dalam strategi penetapan harga adalah maksimalisasi penjualan (*sales maximalization*). Dan sasaran yang kedua mendasarkan keputusan penetapan harga pada pangsa pasar (*market share*) yaitu persentase dari sebuah pasar yang dikontrol oleh perusahaan atau produk tertentu.

3) Tingkat kompetisi

Sasaran penetapan harga ini bertujuan untuk menyamai harga yang ditetapkan pesaing. Dalam banyak bisnis, perusahaan menetapkan harga mereka sendiri untuk menyamakan dengan harga yang telah ditetapkan oleh pemimpin industri dalam hal ini perusahaan yang telah mapan.

4) Sasaran prestise

Prestise membuat sebuah harga menjadi relatif tinggi untuk mengembangkan, menjaga citra, kualitas dan eksklusivitas.

c. Faktor – Faktor Penentu Harga Jual

Menurut Herman (2009:149) Keputusan penetapan harga jual sebuah perusahaan dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu sebagai berikut :

1) Tujuan Pemasaran

Sebelum menetapkan harga jual, perusahaan seharusnya menentukan strateginya atas produk tersebut, jika perusahaan telah memilih pasar sasaran dan memosisikanya dengan baik, maka strategi bauran pemasarnya termasuk harga jual akan berjalan dengan baik.

2) Strategi Bauran Pemasaran

Harga jual adalah salah satu alat bauran pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaanya. Keputusan harga jual harus dihubungkan dengan keputusan rancangan pokok, distribusi dan promosi untuk membentuk program pemasaran yang efektif. Keputusan yang dibuat untuk variabel – variabel bauran pemasaran lainnya mempengaruhi keputusan harga jual.

3) Biaya produksi

Perusahaan menjadikan biaya sebagai dasar untuk menetapkan harga suatu produk. Biaya – biaya tersebut termasuk biaya produksi, distribusi, promosi, biaya perpajakan, biaya penjualan, dan biaya – biaya operasional lainnya yang membebani perusahaan.

4) Penentuan harga jual berdasarkan harga pesaing

Semakin tinggi tingkat persaingan harga maka akan semakin sulit bagi perusahaan menetapkan harga yang menguntungkan. Ada beberapa strategi yang dipakai oleh perusahaan untuk menentukan harga jual dan termasuk cara untuk menghadapi harga pesaing. Penentuan harga berdasarkan harga pesaing terbagi menjadi tiga, yaitu :

a) Penentuan harga penetrasi

Penentuan harga penetrasi merupakan penentuan harga suatu produk standar. Metode ini dilakukan dengan cara menetapkan harga awal perdana yang rendah, dengan tujuan agar dapat diterima pasar secara luas. Salah satu tujuan dengan menetapkan tujuan ini adalah mendapatkan loyalitas pelanggan. Keberhasilan penentuan harga penetrasi tergantung pada seberapa besar tanggapan konsumen terhadap penurunan harga.

b) Penentuan harga defensif

Perusahaan menurunkan harga dengan tujuan untuk mempertahankan pasar. Sebagai respon atas penurunan harga produk pesaing

c) Penentuan harga prastise

Penggunaan harga yang lebih tinggi bagi sebuah produk yang dimaksudkan untuk memberikan citra yang mewah. Tujuan dari penetapan harga prestise yaitu untuk memberi kesan lini terbaik bagi produk perusahaan.

d) Metode Penetapan Harga

Metode penetapan harga (*methods of price determination*) Menurut (Herman, 2009:175) memiliki beberapa hal yang dapat dilakukan budgeter dalam perusahaan yaitu :

1) Metode Taksiran (*Judgemental Method*)

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

2) Metode Berbasis Pasar (*Market-Based Pricing*)

a) Harga pasar saat ini (*Current Market Price*)

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

mengetahui profil produk baru perusahaan tersebut, seperti kualitas, rasa, dan sebagainya.

b) Harga Pesaing (*Competitor Price*)

Metode ini hampir sama dengan metode harga pasar saat ini. Perbedaannya menetapkan harga produknya dengan mereplikasi langsung harga produk perusahaan saingannya untuk produk yang sama atau berkaitan. Dengan metode perusahaan berpotensi mengalami kehilangan pangsa pasar karena dianggap sebagai pemalsu. Ini dapat terjadi apabila produk perusahaan tidak mampu menyaingi produk pesaing dalam hal kualitas, ketahanan, rasa, dan sebagainya.

c) Harga pasar yang disesuaikan (*Adjusted Current Market Price*)

Penyesuaian dapat dilakukan berdasarkan pada faktor eksternal dan internal. Faktor eksternal tersebut dapat berupa antisipasi terhadap inflasi, nilai tukar mata uang, suku bunga perbankan, tingkat keuntungan yang diharapkan (*required rate of return*), tingkat pertumbuhan ekonomi nasional atau internasional, perubahan dalam *trend consumer spending*, siklus dalam trendi dan model, perubahan cuaca, dan sebagainya. Faktor internalnya yaitu kemungkinan kenaikan gaji dan upah, peningkatan efisiensi produk atau operasi, peluncuran produk baru, penarikan produk lama dari pasar, dan sebagainya. Dengan metode ini, perusahaan mengidentifikasi harga pasar yang berlaku pada saat penyiapan anggaran dengan melakukan survey pasar atau memperoleh data sekunder. Harga yang berlaku

tersebut dikalikan dengan penyesuaian (price adjustment) setelah mempertimbangkan faktor internal dan eksternal yang ditetapkan dalam angka indeks (persentase).

3) Metode Berbasis Biaya (*Cost-Based Pricing*)

a) Biaya penuh plus tambahan tertentu (*full cost plus mark-up*)

Dalam metode ini budgeter harus mengetahui berapa proyeksi full cost untuk produk tertentu. *Full cost* adalah seluruh biaya yang dikeluarkan dan atau dibebankan sejak bahan baku mulai diproses sampai produk jadi siap untuk dijual. Hasil penjumlahan antara full cost dengan tingkat keuntungan yang diharapkan (*required profit margin*) yang ditentukan oleh direktur pemasaran atau personalia yang diberikan wewenang dalam penetapan harga, akan membentuk proyeksi harga untuk produk itu pada tahun anggaran mendatang. Required profit margin dapat juga ditetapkan dalam persentase. Untuk menetapkan profit, budgeter harus mengalikan *full cost* dengan *persentase required profit margin*. Penjumlahan antara profit dengan full cost akan menghasilkan proyeksi harga.

b) Biaya variabel plus tambahan tertentu (*variable cost plus mark-up*)

Dengan metode ini budgeter menggunakan basis variabel cost. Proyeksi harga diperoleh dengan menambahkan mark-up laba yang diinginkan. Mark-up yang diinginkan pada metode ini lebih tinggi dari mark-up dengan basis *full cost*. Hal ini disebabkan biaya variabel selalu lebih rendah dari pada *full cost*.

4. Volume Penjualan

Menurut Kotler (2010:50) bagi setiap perusahaan tujuan yang hendak dicapai adalah memaksimalkan profit disamping perusahaan ingin tetap berkembang. Realisasi dari pada tujuan ini adalah melalui volume penjualan yang mantap karena masalah penjualan merupakan kunci sukses tidaknya suatu perusahaan. Dalam kegiatan pemasaran kenaikan volume penjualan adalah jumlah dari kegiatan penjualan suatu produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan dalam suatu ukuran waktu tertentu.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan menurut (Kotler, 2010:55) antara lain adalah :

a) Harga Jual

Faktor harga jual merupakan hal-hal yang sangat penting dan mempengaruhi penjualan atas barang atau jasa yang dihasilkan. Apakah barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan dapat dijangkau oleh konsumen sasaran.

b) Produk

Produk salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat volume penjualan sebagai barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan apakah sesuai dengan tingkat kebutuhan para konsumen.

c) Biaya Promosi

Biaya promosi adalah aktivitas-aktivitas sebuah perusahaan yang dirancang untuk memberikan informasi-informasi membujuk pihaklain tentang perusahaan yang bersangkutan dan barang-barang serta jasa-jasa yang ditawarkan.

d) Saluran Distribusi

Merupakan aktivitas perusahaan untuk menyampaikan dana menyalurkan barang yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen yang diujinya.

e) Mutu

Mutu dan kualitas barang merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi volume penjualan. Dengan mutu yang baik maka konsumen akan tetap loyal terhadap produk dari perusahaan tersebut, begitu pula sebaliknya apabila mutu produk yang ditawarkan tidak bagus maka konsumen akan berpaling kepada produk lain. Setiap perusahaan memiliki design atau rancang bangun tertentu, akan sangat baik jika sebagian sifat uniknya membedakannya dengan perusahaan lain. Peluang terobosan atau bagian keunggulan bersaing dalam hal-hal tertentu timbul dari penggunaan kekuatan ini pada saat yang sama dalam design atau rancang bangun.

Penjualan juga dipengaruhi oleh 2 faktor lingkungan yaitu :

- 1) Faktor lingkungan tak terkendali adalah faktor yang mempengaruhi pemasaran termasuk penjualan perusahaan yang berbeda diluar perusahaan. Faktor-faktor lingkungan antara lain:
 - a. Sumber daya dan tujuan perusahaan
 - b. Lingkungan persaingan
 - c. Lingkungan ekonomi dan teknologi
 - d. Lingkungan politik dan hukum
 - e. Lingkungan sosial dan budaya

- 2) Faktor lingkungan terkendali adalah faktor lingkungan yang mempengaruhi pemasaran termasuk penjualan yang berada didalam perusahaan.

5. Laba

Harahap (2009:113) “Laba adalah kelebihan penghasilan diatas biaya selama satu periode akuntansi”. Sedangkan menurut Suwardjono (2008:464) “Laba dimaknai sebagai imbalan atas upaya perusahaan menghasilkan barang dan jasa. Ini berarti laba merupakan kelebihan pendapatan di atas biaya (biaya total yang melekat dalam kegiatan produksi dan penyerahan barang/jasa)”.

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa laba adalah kelebihan pendapatan di atas biaya sebagai imbalan menghasilkan barang dan jasa selama satu periode akuntansi.

Laba merupakan empat elemen utama yaitu pendapatan (*revenue*), beban (*expense*), keuntungan (*gain*), dan kerugian (*loss*). Menurut Stice, dkk (2009) definisi dari elemen-elemen laba tersebut sebagai berikut:

- a) Pendapatan (*revenue*) adalah arus masuk atau peningkatan lain dari aktiva suatu entitas atau pelunasan kewajibannya (atau kombinasi dari keduanya) dari penyerahan atau produksi suatu barang, pemberian jasa, atau aktivitas lain yang merupakan usaha terbesar atau usaha pertama yang sedang dilakukan entitas tersebut.
- b) Beban (*expense*) adalah arus keluar atau penggunaan lain dari aktiva atau timbulnya kewajiban (atau kombinasi keduanya) dari penyerahan atau produksi suatu barang, pemberian jasa, atau aktivitas lain yang merupakan usaha terbesar atau usaha pertama yang sedang dilakukan entitas tersebut.

- c) Keuntungan (*gain*) adalah peningkatan dalam ekuitas atau (aktiva bersih) dari transaksi sampingan atau transaksi yang terjadi sesekali dari suatu entitas dan dari semua transaksi. Kejadian dan kondisi lainnya yang mempengaruhi entitas tersebut, kecuali yang berasal dari pendapatan atau investasi pemilik.
- d) Kerugian (*loss*) adalah penurunan dalam ekuitas (aktiva bersih) dari transaksi sampingan atau transaksi yang terjadi sesekali dari suatu entitas dan dari semua transaksi. Kejadian dan kondisi lainnya yang mempengaruhi entitas tersebut, kecuali yang berasal dari pendapatan atau investasi pemilik

B. Penelitian Terdahulu

Litdia (2016) melakukan penelitian tentang “Analisis Penetapan Harga Pokok Produksi Sebagai Dasar Penentuan Harga Jual Pada PT Veneer Products Indonesia” Hasil penelitian ini memberikan hasil bahwa PT Veneer Products Indonesia dalam menetapkan harga pokok produksi menggunakan metode harga pokok pesanan. Pengklasifikasian biaya dalam proses produksi terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik. Dalam penentuan harga jual PT Veneer Products Indonesia menggunakan metode yang sederhana yaitu total harga pokok atas produk yang dibuat ditambahkan dengan persentase margin laba yang diinginkan yaitu 40%. Masalah yang dihadapi dalam perusahaan diantaranya faktor harga dan tawaran pesaing, biaya perizinan yang mahal dan kerusakan atas produk diperjalanan

Sudarman (2016) melakukan penelitian tentang “Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi dengan Metode *Full Costing* Sebagai Dasar Penetapan

Harga Jual”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Perhitungan harga pokok produksi dan penentuan harga jual pada CV Salwa Meubel masih sederhana dan belum terperinci dalam pengklasifikasian biayanya. Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa dari perhitungan harga pokok produksi berdasarkan teori akuntansi dengan menggunakan metode *full costing* pada setiap produk pesanan masih dapat menghasilkan laba atau keuntungan dengan harga jual yang bersaing (kompetitif).

Yuliandhari dan Prajoko (2016) melakukan penelitian tentang “Pengaruh Perhitungan Harga Pokok Produksi Metode *Process Costing* Terhadap Laba Bersih. (Studi Kasus pada PT Federal Izmumi Manufacturing Priode 2011-2013)” Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut: Harga pokok produksi metode *process costing* dan laba bersih di PT FIM periode 2011-2013 mengalami pergerakan kenaikan dan penurunan yang fluktuatif., Harga pokok produksi metode *process costing* berpengaruh signifikan secara positif terhadap laba bersih.

Agus dan Ulfa (2014) melakukan penelitian tentang “Analisis Harga Pokok Produksi Dalama Perolehan Laba Pada CV Atika Sukses Sungai Raya Dalam” hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya bahan baku per unit tahun 2011=Rp200,92, tahun 2012=Rp174,5, tahun 2013=Rp164,52. Untuk biaya tenaga kerja per unit tahun 2011=Rp38,21, tahun 2012=Rp32,82, tahun 2013=Rp30,93. Biaya overhead pabrik per unit tahun 2011=Rp7,00, tahun 2012=Rp3,34, tahun 2013=Rp2,95. Dari ketiga biaya tersebut harga pokok produksi per unit tahun 2011=Rp245,5, tahun 2012=Rp210,66, tahun 2013=Rp198,4. Laba kotor yang diperoleh CV Atika Sukses untuk tahun 2011

sebesar Rp9.451.125, tahun 2012 sebesar Rp45.997.194,22, tahun 2013 sebesar Rp55.044.981. Perolehan laba pada CV Atika Sukses dipengaruhi oleh dua faktor yaitu: penekanan biaya produksi (harga pokok produksi) dan peningkatan kuantitas penjualan setiap tahun.

Andigandawistu (2014) melakukan penelitian tentang “ Analisa Perhitungan Harga Pokok Produksi Dalam Menentukan Harga Jual Produk Konveksi Pada CV.Champion Dengan Metode Full Costing. Hasil peneiltian ini disimpulkan bahwa perhitungan biaya produksi dan harga jual menggunakan metode full costing lebih tinggi dibandingkan yang dibuat oleh CV. Champion. Perhitungan riil CV. Champion dengan metode full costing terdapat perbedaan yaitu biaya overhead pabrik yang terdiri dari biaya listrik, biaya sewa toko, biaya wifi, dan biaya pemeliharaan mesin.

Berdasarkan uraian di maka review penelitian dapat di lihat pada tabel 2.1 sebagai berikut :

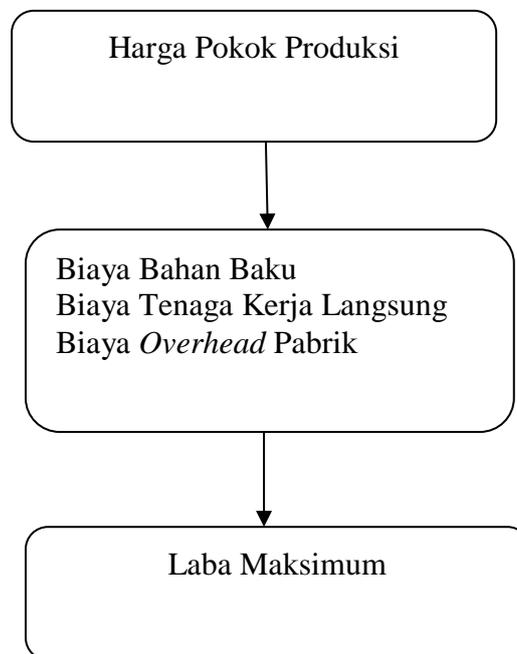
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
1	Litdia (2016)	Analisis Penetapan Harga Pokok Produksi Sebagai Dasar Penentuan Harga Jual Pada PT Veneer Products Indonesia.	Hasil penelitian ini memberikan hasil bahwa PT Veneer Products Indonesia dalam menetapkan harga pokok produksi menggunakan metode harga pokok pesanan. Pengklasifikasian biaya dalam proses produksi terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik. Dalam penentuan harga jual PT Veneer Products Indonesia menggunakan metode yang sederhana yaitu total harga pokok atas produk yang dibuat ditambahkan dengan persentase margin laba yang diinginkan yaitu 40%. Masalah yang dihadapi dalam perusahaan diantaranya faktor harga dan tawaran pesaing, biaya perizinan yang mahal dan kerusakan atas produk diperjalanan.
2	Sudarman (2016)	Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi dengan Metode <i>Full Costing</i> Sebagai	Perhitungan harga pokok produksi dan penentuan harga jual pada CV Salwa Meubel masih sederhana dan belum

		Dasar Penetapan Harga Jual	terperinci dalam pengklasifikasian biayanya. Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa dari perhitungan harga pokok produksi berdasarkan teori akuntansi dengan menggunakan metode <i>full costing</i> pada setiap produk pesanan masih dapat menghasilkan laba atau keuntungan dengan harga jual yang bersaing (kompetitif).
3	Yuliandhari dan Prajoko (2016)	Pengaruh Perhitungan Harga Pokok Produksi Metode <i>Process Costing</i> Terhadap Laba Bersih. (Studi Kasus pada PT Federal Izmumi Manufacturing Priode 2011-2013).	Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut: Harga pokok produksi metode <i>process costing</i> dan laba bersih di PT FIM periode 2011-2013 mengalami pergerakan kenaikan dan penurunan yang fluktuatif., Harga pokok produksi metode <i>process costing</i> berpengaruh signifikan secara positif terhadap laba bersih.
4	Agus dan Ulfa (2014)	Analisis Harga Pokok Produksi Dalama Perolehan Laba Pada CV Atika Sukses Sungai Raya Dalam	hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya bahan baku per unit tahun 2011=Rp200,92, tahun 2012=Rp174,5, tahun 2013=Rp164,52. Untuk biaya tenaga kerja per unit tahun 2011=Rp38,21, tahun 2012=Rp32,82, tahun 2013=Rp30,93. Biaya overhead pabrik per unit tahun 2011=Rp7,00, tahun 2012=Rp3,34, tahun 2013=Rp2,95. Dari ketiga biaya tersebut harga pokok produksi per unit tahun 2011=Rp245,5, tahun 2012=Rp210,66, tahun 2013=Rp198,4. Laba kotor yang diperoleh CV Atika Sukses untuk tahun 2011 sebesar Rp9.451.125, tahun 2012 sebesar Rp45.997.194,22, tahun 2013 sebesar Rp55.044.981. Perolehan laba pada CV Atika Sukses dipengaruhi oleh dua faktor yaitu: penekanan biaya produksi (harga pokok produksi) dan peningkatan kuantitas penjualan setiap tahun
5	Andigandawistu (2014)	Analisa Peerhitungan Harga Pokok Produksi Dalam Menentukan Harga Jual Produk Konveksi Pada CV.Champion Dengan Metode Full Costing	Hasil peneiltian ini disimpulkan bahwa perhitungan biaya produksi dan harga jual menggunakan metode <i>full costing</i> lebih tinggi dibandingkan yang dibuat oleh CV. Champion. Perhitungan riil CV. Champion dengan metode <i>full costing</i> terdapat perbedaan yaitu biaya overhead pabrik yang terdiri dari biaya listrik, biaya sewa toko, biaya wifi, dan biaya pemeliharaan mesin

C. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual adalah suatu model yang menerangkan bagaimana hubungan suatu teori dengan faktor-faktor yang penting yang telah diketahui dalam suatu masalah tertentu.



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

Harga pokok produksi ialah merupakan pengorbanan ekonomi yang dilakukan oleh perusahaan untuk menghasilkan produknya. Kemudian produk tersebut akan dijual kepasar oleh perusahaan. Dalam penentuan harga pokok produksi beberapa unsur jadi pertimbangan diantaranya biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik variabel, biaya *overhead* pabrik tetap. Setiap perusahaan menginginkan perolehan laba secara maksimal maka dengan hal itu para manajer penjualan harus meningkatkan tingkat penjualannya secara signifikan, dalam hal ini berlaku teori harga mempengaruhi tingkat permintaan suatu barang. Semakin rendah harga suatu produk maka tingkat

permintaan terhadap produk tersebut akan tinggi juga, begitu juga sebaliknya. Maka berhubungan dengan itu semua biaya harus di hitung dengan baik oleh perusahaan dalam penentuan harga jual suatu barang dan harus mengklasifikasikan biaya yang ditanggung oleh suatu produk yang di produksi tersebut. Informasi harga pokok produksi bermanfaat bagi manajemen diantaranya untuk: menentukan harga jual produk, memantau realisasi biaya, menghitung laba atau rugi periodik, dan menentukan harga pokok persediaan produk jadi dan produk dalam proses yang disajikan dalam neraca.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian yang dilakukan adalah metode deskriptif yaitu analisis yang didasarkan pada sifat karakteristik baik atau tidaknya suatu masalah yang diteliti. Penyajian dilakukan dalam bentuk keterangan, penjelasan dan perubahan secara teoritis. Penelitian ini menganalisis perhitungan harga pokok produksi dalam mencapai laba maksimal pada PT. Tiga Serangkai.

B. Lokasi dan Jadwal Penelitian

Penelitian dilakukan pada PT. Tiga Serangkai Jl.Sei Bilah No. 45 Medan Baru. Jadwal penelitian dapat dilihat pada tabel 3.1 dibawah ini.

Tabel 3.1. Jadwal Penelitian dan Proses Skripsi

No	Kegiatan	2019																			
		Juni				Juli				Agustus				September				Oktober			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Judul	■																			
2	Pembuatan Proposal		■	■	■	■															
3	Seminar Proposal																				
4	Riset							■													
5	Penyusunan Data								■	■											
6	Analisis Data										■	■	■	■							
7	Bimbingan Skripsi													■	■	■	■				
8	Sidang Meja Hijau															■	■	■	■	■	■

Sumber : Diolah Penulis

C. Jenis dan Sumber Data

Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Data kuantitatif adalah jenis data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung, yang berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan bilangan atau berbentuk

angka. Dalam hal ini data kuantitatif yang diperlukan adalah: Laporan Keuangan PT. Tiga Serangkai selama tiga tahun yaitu periode 2016-2018.

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah skunder. Sumber data skunder, yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti sebagai penunjang dari sumber pertama. Dapat juga dikatakan data yang tersusun dalam bentuk dokumen-dokumen seperti laporan keuangan PT. Tiga Serangkai

D. Definisi Operasional Variabel

Untuk memberikan gambaran yang jelas dan memudahkan pelaksanaan penelitian ini, maka perlu diberikan definisi variabel operasional yang akan diteliti.

1. Harga Pokok Produksi

Harga pokok produksi merupakan sejumlah biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual (Mulyadi, 2012). Untuk menghitung harga pokok produksi dapat dilakukan dengan rumus berikut ini.

$$\begin{array}{r}
 \text{Biaya Bahan Baku} \quad \quad \quad : \dots \\
 \text{Biaya Tenaga Kerja Langsung} \quad : \dots \\
 \text{Biaya } \textit{Overhead} \text{ Pabrik Variabel} : \dots \\
 \text{Biaya } \textit{Overhead} \text{ Pabrik Tetap} \quad : \dots \\
 \hline
 \text{Harga Pokok Produksi} \quad \quad \quad : \dots \quad +
 \end{array}$$

2. Laba

Laba merupakan hasil penandingan antara pendapatan dan beban atau selisih antara pendapatan atau beban yang berdasarkan pada prinsip realisasi atau aturan *matching* yang memadai. Untuk menghitung laba dapat dilakukan dengan rumus berikut ini.

$$\text{Laba} = \text{Pendapatan} - \text{Beban}$$

Tabel 3.2 Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Harga Pokok Produksi	Sejumlah biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual (Sumber : Mulyadi :2012)	Biaya bahan baku : Biaya tenaga kerja langsung : Biaya <i>overhead</i> pabrik variabel : Biaya <i>overhead</i> pabrik tetap : ----- Harga pokok produksi ...	Nominal
Laba	Laba merupakan hasil penandingan antara pendapatan dan beban atau selisih antara pendapatan atau beban yang berdasarkan pada prinsip realisasi atau aturan <i>matching</i> yang memadai. (Sumber :Yudianti :2010)	Laba = Pendapatan -Beban	Nominal

E. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan teknik atau cara yang dilakukan untuk mengumpulkan data. Metode yang dilakukan dalam penelitian ini berupa :

1) Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka dan tanya jawab langsung antara peneliti terhadap narasumber. Yang menjadi narasumber dalam penelitian ini adalah pegawai bagian keuangan PT Tiga Serangkai Cabang Medan.

2) Observasi

Observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang tidak hanya mengukur sikap dari responden namun juga digunakan untuk merekam fenomena yang terjadi (situasi dan kondisi). Teknik ini gunanya untuk mempelajari perilaku manusia dalam proses kerja.

3) Studi Dokumentasi (Kepustakaan)

Studi dokumentasi merupakan pengumpulan data yang dapat melalui kepastakaan untuk mendukung data sekunder sebagai landasan teoritis.

F. Teknik Analisis Data

Menurut Sugiono (2012) “ teknik data adalah suatu proses mencari dan menyusun secara sistematis yang diperoleh dari wawancara dan sumber dari lapangan terkait focus permasalahan”. Analisis data dilakukan melalui tiga tahap yaitu data reduksi, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

1. Reduksi data adalah proses pemilihan , pemusatan perhatian pada penyederhanaan , pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Proses ini berlangsung terus menerus selama ini penelitian berlangsung. Reduksi data merupakan bentuk analisis yang menajamkan , menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasikan data secara demikian rupa sehingga kesimpulan akhir dapat diambil.
2. Penyajian data adalah kegiatan ketika kesimpulan informasi disusun, sehingga memberi kemungkinan akan adanya muncul penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Bentuk penyajian data kualitatif bisa berupa teks naratif hasil catatan lapangan, matrik, dan grafik atau bagan. Bentuk-bentuk ini menggabungkan informasi yang tersusun dalam bentuk yang padu dan mudah diraih, sehingga memudahkan untuk melihat apa yang sedang terjadi apakah kesimpulan sudah tepat atau sebaliknya melakukan analisis kembali.
3. Penarikan kesimpulan dilakukan peneliti secara terus menerus selama berada di lapangan. Dari permulaana pengumpulan data, peneliti kualitatif

mulai mencari arti benda-benda, mencatat keteraturan pola-pola , penjelasan-penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin alur sebab akibat, dan proporsi, kesimpulan-kesimpulan ini ditangai secara longgar, tetap terbuka tetapi kesimpulan sudah disediakan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Perusahaan

PT. Tiga Serangkai didirikan oleh H. Abdullah Marzuki (Alm). Beliau berasal dari desavPadi, Kecamatan Tulakan, Kabupaten Pacitan, Jawa Timur yang memulai karier dengan menjadi guru SD di Kecamatan Watukelir, Kabupaten Sukoharjo. Di tahun 1958 beliau pindah mengajar di kelas VI SD Watugenuk Wuryantoro, Wonogiri dan membuat Kumpulan-Kumpulan Soal-Soal Ujian Untuk Kelas VI SD, Himpunan Pengetahuan Alam dan Himpunan Pengetahuan Umum.

Hasil kumpulan soal itu beliau cetak di toko buku “Tiga” dengan menggunakan mesin Retrotari. Animo permintaan buku pun meningkat sehingga tidak mampu memenuhi permintaan buku. Kemudian beliau membuka percetakan buku sendiri dengan nama CV Tiga Serangkai untuk mengenang jasa toko buku “Tiga”. Dengan pengelolaan yang baik, CV. Tiga Serangkai terus berkembang dengan pesat dan pada tahun 1968 pindah ke Solo. Pada tahun 1972, beliau membangun gedung di Solo. Adapun yang menjadi alasan pemilihan lokasi tersebut adalah mudah dalam memperoleh bahan mentah, bahan pembantu, dan tenaga kerja. Selain itu lokasi yang terletak di tengah kota sehingga mempermudah perusahaan untuk memasarkan produknya. CV. Tiga Serangkai mengalami perkembangan yang baik dari tahun ke tahun. Pada tahun 1980 CV. Tiga Serangkai telah dilengkapi dengan mesin-mesin produksi yang modern. Tahun 1989 didatangkan peralatan foto separasi *Scanner* untuk meningkatkan kualitas pencetakan berwarna. Kemudian tahun 1990 ditambah pula dengan armada mesin cetaknya dengan memasang mesin *offset* Rotary Webb empat

warna, melengkapi jajaran peralatan canggih PT. Tiga Serangkai Pustaka Mandiri. Kini dengan armada pemasaran dilebih dari tiga puluh kota besar di seluruh Indonesia, perusahaan siap melayani kebutuhan buku-buku bermutu sebagai penunjang pendidikan untuk TK, SD, SLTP, SLTA, bahkan sampai Perguruan Tinggi, dan tidak ketinggalan buku-buku umum lainnya.

H. Abdullah Marzuki wafat pada tanggal 14 Desember 1990, kemudian usaha dilanjutkan oleh Ny. Siti Aminah Marzuki dan putera-puteranya yaitu Syamsu Hidayat, Eny Rahma Zaenah dan Ridwan Djauhari. Karena semakin berkembang dan luasnya usaha yang dikelola, maka pada tanggal 1 Januari 1992 bentuk badan usaha CV diubah menjadi PT. Tiga Serangkai dengan 5 orang sebagai pemegang saham. Kemudian pada tahun 2000 mengembangkan usaha dengan membuat beberapa unit bisnis.. Perusahaan aktif dalam organisasi profesi penerbit buku agar tidak ketinggalan dalam pengadaan naskah, mutu cetak dan penyebarannya yaitu dengan masuknya penerbit Tiga Serangkai menjadi Anggota IKAPI (Ikatan Penerbit Indonesia). Keuntungan yang diperoleh adalah untuk menjaga konsistensi pengadaan naskah, mutu cetak dan pemasarannya sebagai industri yang berwawasan sosial dan lingkungan.

Pada tahun 2003, perusahaan PT. Tiga Serangkai mengalami perubahan portofolio. Sebagai perusahaan induk (Holding) dari Tiga Serangkai Group berdirilah PT. Tiga Serangkai Inti Corpora (TSIC). Sebagai perusahaan yang memfokuskan kegiatannya pada produksi buku, lahirnya PT. Tiga serangkai pustaka Mandiri (TSPM) dan sebagai perusahaan yang memfokuskan kegiatannya pada distribusi, pemasaran dan penjualan lahirnya PT. Tiga Serangkai Internasional (TSI).

Dasar hukum berdirinya PT. Tiga Serangkai Pustaka Mandiri sebagai berikut:

1. Penerbit PT Tiga Serangkai Pustaka Mandiri di dirikan di Surakarta pada hari Selasa, 12 April 1977 melalui akta notaris nomor 17 oleh notaris R. Soegondo

Notosoerjo, dengan nama “Penerbit dan Toko Buku Tiga Serangkai” yang berbentuk perusahaan perseorangan/swasta.

2. Surat Ijin Perdagangan (SIUP) PT. Tiga Serangkai Pustaka Mandiri dari Departemen Perdagangan RI bernomor SIUP : 25/11.2/PB/XI/1986, tertanggal 25 November 1986.
3. Tanda Daftar Perusahaan dari Departemen Perdagangan RI untuk PT. Tiga Serangkai Pustaka Mandiri dengan nomor pendaftaran: 11 16 02085 tanggal 17 Desember 1986.
4. Ijin HO No. 503/591/I/III/88 tanggal 20 November 1989. Ijin dari Departemen Perindustrian RI, berdasarkan SK Menteri Perindustrian RI tanggal 7 September 1987 No. 464/DJA/TUT - DV/NON.PMA - PMA_PMDN/IX/87.

2. Visi dan Misi PT. Tiga Serangkai

Visi Perusahaan

Menjadi perusahaan penerbitan dan percetakan yang terkemuka di Indonesia dengan mengutamakan selera konsumen dan kualitas isi, serta dapat memberikan kontribusi yang berharga bagi pendidikan nasional.

Misi Perusahaan

1. Untuk mengembangkan Tiga Serangkai sebagai sebuah group bisnis yang diperhitungkan di Indonesia melalui perbaikan dan pengembangan berbagai aspek bisnis dan memaksimalkan sinergi antar unit bisnis.
2. Untuk mengembangkan organisasi yang kuat, dinamis, dan fokus dalam mendukung rencana pengembangan bisnis.
3. Memasarkan buku pelajaran, buku umum, buku agama, serta produk-produk lain yang berkualitas dengan harga terjangkau.

3. Tujuan PT. Tiga Serangkai

Tujuan utama didirikannya usaha penerbitan dan percetakan PT. Tiga Serangkai yaitu:

- a) Membantu masyarakat memenuhi kebutuhan buku-buku yang bersifat ilmiah untuk pelajar dan mahasiswa.
- b) Membantu pemerintah dalam pengadaan buku-buku pelajaran untuk pengembangan kurikulum.
- c) Membantu pemerintah dalam pengembangan pendidikan nasional karena perusahaan ini turut memberikan sumbangan dalam usaha penyediaan prasarana pendidikan khususnya buku-buku pelajaran untuk pendidikan dasar dan menengah.

PT. Tiga Serangkai adalah perusahaan yang berorientasi pada perolehan keuntungan (*profit oriented*), namun demikian tidak melupakan tugas mulia sebagai perusahaan yang berwawasan sosial dan lingkungan yakni:

- a) Ikut serta membangun negara, khususnya meningkatkan kecerdasan bangsa dengan menyediakan buku-buku pendidikan yang bermutu, melalui pencarian naskah produksi penerbitan dan memasarkan pada masyarakat.
- b) Ikut aktif dalam upaya meningkatkan kesejahteraan umum dengan menyediakan lapangan kerja.

4. Struktur Organisasi PT. Tiga Serangkai

Struktur organisasi merupakan satuan usaha yang memberikan kerangka kerja yang menyeluruh mulai dari perencanaan, pelaksanaan, pengawasan, evaluasi dan tindakan pengendalian setiap lini dalam organisasi, serta adanya hubungan sinergis antar elemen dalam organisasi sehingga setiap kegiatan perusahaan dapat berjalan lancar sesuai dengan jadwal kerja demi tercapainya tujuan perusahaan.

Struktur organisasi pada PT Tiga Serangkai berbentuk lini dan staff sesuai dengan perkembangan perusahaan dari waktu ke waktu, sehingga menggambarkan dengan jelas mengenai tugas, wewenang dan kepada siapa tugas tersebut dipertanggungjawabkan. Dengan demikian diharapkan terjalin interaksi antar individu yang terintegrasi dan mampu mendukung tercapainya tujuan organisasi. Adapun struktur organisasinya dapat dilihat pada lampiran 1.

Berdasarkan struktur organisasi Gambar 4.1 dapat dijelaskan tugas, wewenang, dan tanggung jawab masing-masing bagian sebagai berikut:

a. Dewan Komisaris

1) Tugas

Mengawasi kegiatan yang dilakukan oleh Direktur dan memberikan nasehat serta petunjuk kepada Direktur.

2) Wewenang

Mengambil keputusan-keputusan yang penting bagi perusahaan.

3) Tanggung jawab

Menjaga kelangsungan perusahaan.

b. Direktur Utama

1) Tugas

Mengawasi semua bagian perusahaan baik bagian intern maupun ekstern, merencanakan kegiatan perusahaan, mengadakan koordinasi yang tepat dari semua usaha dan semua bagian, menggerakkan pegawai dengan memberi perintah, mengusahakan agar pelaksanaan pekerjaan dan juga hasil-hasilnya sesuai dengan rencana dan petunjuk dan juga sebagai pengawas jalannya kegiatan perusahaan.

2) Wewenang

Memberi pertimbangan mengenai pelaksanaan dan hasil kerja dari semua bagian dan menentukan bentuk dan struktur organisasi.

3) Tanggung jawab

Melaksanakan kebijaksanaan yang telah ditetapkan oleh Dewan Komisaris, mengadakan komunikasi dan penafsiran kebijaksanaan untuk eksekutif dan bawahan. Dalam melaksanakan tugas dan memperlancar jalannya kegiatan perusahaan, Direktur Utama dibantu oleh seorang Direktur dan Wakil Direktur. Direktur ini membagi organisasinya ke dalam beberapa bagian, dimana tiap bagian mempunyai tugas pokok masing-masing, yaitu mengkoordinasi dan mengawasi kegiatankegiatan Kepala Divisi di bawahnya, karena mereka inilah yang melaksanakan aktivitas perusahaan secara langsung.

c. Sekretaris

Tugasnya yaitu mengurus administrasi direksi dan menjadi ujung tombak perusahaan yang berhubungan dengan masyarakat secara formal maupun informal.

d. Kepala Divisi Keuangan dan Umum

1) Tugas

Mengurus tata usaha kepegawaian, keuangan dan administrasi perusahaan.

2) Wewenang

Menetapkan kebijakan keuangan dan administrasi perusahaan.

3) Tanggung jawab

Menjaga kelancaran kegiatan administrasi perusahaan dan setiap akhir tahun harus menyusun laporan keuangan kepada Direktur perusahaan. Divisi ini mengkoordinir beberapa bagian:

a. Kepala Bagian Personalia dan Umum.

Tugasnya yaitu mengurus tentang kepegawaian, baik saat penerimaan pegawai, pengangkatan maupun memberhentikan pegawai serta menjamin kesejahteraan bagi seluruh karyawan perusahaan. Dalam menjalankan tugas Kepala Bagian Personalia dan umum dibantu oleh Kepala Seksi Keamanan, Humas dan rumah tangga serta Kepala Seksi Personalia.

b. Kepala Bagian Keuangan

Tugasnya yaitu mengurus segala hal yang berhubungan dengan lalu lintas keuangan seperti gaji, pajak, asuransi, membuat laporan keuangan beserta analisisnya, dan lain-lain. Dalam menjalankan tugasnya Kepala Bagian Keuangan dibantu oleh seorang Kasir yang bertugas mengurus segala sesuatu yang berhubungan dengan pemasukan dan pengeluaran kas.

c. Kepala Bagian Administrasi

Tugasnya mengurus tentang segala hal yang menyangkut administrasi perusahaan.

d. Kepala Divisi Produksi

1) Tugas

Mengelola proses produksi dan mengawasi jalannya produksi beserta aspek-aspeknya.

2) Wewenang

Menentukan kebijakan yang berhubungan dengan proses produksi.

3. Tanggung jawab

Menjaga kelancaran proses produksi.

Divisi ini mengkoordinir beberapa bagian:

1) Kepala Bagian Percetakan

Tugasnya yaitu mencetak berbagai jenis produk, ukuran dan warna sehingga memenuhi selera konsumen. Selain itu juga bertanggung jawab terhadap barang-barang yang akan dan telah dicetak. Kepala Bagian Percetakan membawahi:

a) Kepala Sie Tipe Setting

Tugasnya yaitu mensetting (memindahkan huruf) dari bagian perwajahan ke dalam kertas pajang.

b) Kepala Sie Repro Susun Huruf dan Plate Making

Tugas yaitu terdiri dari bagian fotografi yang bertugas memotret hasil layout guna mengatur letak film dari hasil pemotretan di atas astrolon yang teratur.

c) Kepala Sie Cetak Lipat Potong

Tugasnya yaitu memotong kertas yang telah selesai dicetak oleh bagian offset.

d) Kepala Sie Penjilidan

Tugasnya yaitu menjilid kertas yang telah dilipat.

2) Kepala Bagian Pembinaan

Tugasnya yaitu merancang desain buku yang akan dicetak dan juga harus mempertanggung jawabkan hasil rancangan buku yang dicetak kepada pimpinan.

Kepala bagian pembinaan ini membawahi:

a) Kepala Sie Perencanaan dan Perwajahan

Tugas merencanakan buku yang akan diterbitkan.

b) Kepala Sie Gudang Bahan

Tugas menyediakan bahan-bahan untuk keperluan produksi.

c) Kepala Sie Pengawasan dan Pemeliharaan Teknik

Tugas mengawasi jalannya proses produksi, sedangkan Kasie pemeliharaan bertugas merawat alat-alat produksi yang bertujuan untuk menghindari adanya gangguan selama produksi.

Tugas yaitu terdiri dari bagian fotografi yang bertugas memotret hasil layout guna mengatur letak film dari hasil pemotretan di atas astrolon yang teratur.

c) Kepala Sie Cetak Lipat Potong

Tugasnya yaitu memotong kertas yang telah selesai dicetak oleh bagian offset.

d) Kepala Sie Penjilidan

Tugasnya yaitu menjilid kertas yang telah diilipat.

2) Kepala Bagian Pembinaan

Tugasnya yaitu merancang desain buku yang akan dicetak dan juga harus mempertanggung jawabkan hasil rancangan buku yang dicetak kepada pimpinan.

Kepala bagian pembinaan ini membawahi:

a) Kepala Sie Perencanaan dan Perwajahan

Tugas merencanakan buku yang akan diterbitkan.

b) Kepala Sie Gudang Bahan

Tugas menyediakan bahan-bahan untuk keperluan produksi.

c) Kepala Sie Pengawasan dan Pemeliharaan Teknik

Tugas mengawasi jalannya proses produksi, sedangkan Kasie pemeliharaan bertugas merawat alat-alat produksi yang bertujuan untuk menghindari adanya gangguan selama produksi.

f. Kepala Divisi Penaskahan dan Pemasaran

1. Tugas

Mengawasi jalannya pemasaran produk.

2. Wewenang

Menentukan strategi pemasaran dan pemilihan naskah

Tanggung jawab

Mengurusi hal-hal yang berkaitan dengan macam bentuk dan kualitas buku-buku yang akan diterbitkan. Divisi ini mengkoordinir beberapa bagian:

1) Kepala Bagian Pemasaran

Tugasnya mengadakan transaksi yang berhubungan dengan pemasaran untuk meningkatkan penjualan, dan mengkoordinir unit-unit pemasaran yang tersebar di seluruh Indonesia. Selain itu juga bertugas untuk mengusahakan promosi dan kerjasama dengan toko buku dan sekolah untuk meningkatkan volume penjualan. Kepala bagian pemasaran membawahi:

a) Kepala Sie Gudang Buku

Tugasnya menyimpan buku-buku yang telah siap untuk dipasarkan.

b) Kepala Sie Penyiapan Barang dan Pengiriman

Tugasnya mengirimkan hasil produksi ke cabang-cabang di seluruh Indonesia.

c) Kepala Sie Penyalur dan Toko

Tugasnya memasok kebutuhan buku para penyalur dan toko buku PT. Tiga Serangkai.

g. Editor

Tugasnya yaitu meneliti isi naskah, apakah sudah sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan atau belum.

B. PEMBAHASAN

Tabel 4.1
Data Perhitungan Harga Pokok Produksi PT Tiga Serangkai Tahun 2016-2018

Keterangan	Tahun		
	2016	2017	2018
Biaya Bahan Baku	Rp. 1.130.259.759	Rp. 1.109.096.600	Rp. 1.192.942.076
Biaya Tenaga Kerja	Rp. 345.789.456	Rp. 315.600.879	Rp. 367.127.891
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	Rp. 26.582.022	Rp. 30.400.677	Rp. 34.042.789
Harga Pokok Produksi	Rp. 1.502.631.237	Rp.1.455.098.156	Rp.1.594.112.756

Sumber : Data Diolah, 2019

Berikut ini adalah perhitungan unit ekuivalen dari tahun 2016 sampai tahun 2018:

Tahun 2016

1. Biaya bahan baku

Biaya bahan baku untuk tahun 2016 sebesar Rp. 1.130.259.759,- telah digunakan untuk menyelesaikan produk jadi sebanyak 94.517 unit. Dengan demikian unit ekuivalen biaya bahan baku sebagai berikut:

= produk jadi + produk dalam proses

= 94.517 unit + 0

= 94.517 unit

2. Biaya tenaga kerja

Biaya tenaga kerja sebesar Rp. 345.789.456 telah digunakan untuk menyelesaikan produk jadi sebanyak 94.517 unit. Dengan demikian unit ekuivalen biaya bahan baku sebagai berikut:

= produk jadi + produk dalam proses

= 94.517 unit + 0

= 94.517 unit

3. Biaya overhead pabrik

Biaya overhead pabrik adalah sebesar Rp. 26.582.022 telah digunakan untuk menyelesaikan produk jadi sebanyak 94.517 unit. Dengan demikian unit ekuivalen biaya bahan baku sebagai berikut:

= produk jadi + produk dalam proses

= 94.517 unit + 0

= 94.517 unit

Harga pokok per unit dari ketiga biaya tersebut yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik serta harga pokok produksi per unit di hitung sebagai berikut:

Harga pokok produksi per unit untuk tahun 2016 yaitu sebagai berikut:

Biaya bahan baku

= Rp. $\frac{1.130.259.759}{94.517}$

= Rp. 11.958

Biaya tenaga kerja

= Rp. $\frac{345.789.456}{94.517}$

= Rp. 3.658

Biaya overhead pabrik

= Rp. $\frac{26.582.022}{94.517}$

= Rp. 281

Berdasarkan perhitungan diatas maka dapat rekapitulasi kedalam tabel berikut ini:

Tabel 4.2
Perhitungan Harga Pokok Produksi Per Unit Tahun 2016

Elemen Biaya Produksi	Biaya Produksi	Unit Ekuivalen	Harga Pokok Per Unit
Biaya Bahan Baku	Rp. 1.130.259.759	94.517 Unit	Rp. 11.958
Biaya Tenaga Kerja	Rp. 345.789.456	94.517 Unit	Rp.3.658
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	Rp. 26.582.022	94.517 Unit	Rp.281
Jumlah			Rp.15.897

Sumber : Data Diolah, 2019

Tahun 2017

1. Biaya bahan baku

Biaya bahan baku untuk tahun 2017 sebesar Rp. 1.109.096.600 ,- telah digunakan untuk menyelesaikan produk jadi sebanyak 87.791 unit. Dengan demikian unit ekuivalen biaya bahan baku sebagai berikut:

= produk jadi + produk dalam proses

= 87.791 unit + 0

= 87.791 unit

2. Biaya tenaga kerja

Biaya tenaga kerja sebesar Rp. 315.600.879 telah digunakan untuk menyelesaikan produk jadi sebanyak 87.791 unit. Dengan demikian unit ekuivalen biaya bahan baku sebagai berikut:

= produk jadi + produk dalam proses

= 87.791 unit + 0

= 87.791 unit

3. Biaya overhead pabrik

Biaya overhead pabrik adalah sebesar Rp.30.400.677 telah digunakan untuk menyelesaikan produk jadi sebanyak 87.791 unit. Dengan demikian unit ekuivalen biaya bahan baku sebagai berikut:

= produk jadi + produk dalam proses

= 87.791 unit + 0

= 87.791 unit

Harga pokok per unit dari ketiga biaya tersebut yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik serta harga pokok produksi per unit di hitung sebagai berikut:

Harga pokok produksi per unit untuk tahun 2017 yaitu sebagai berikut:

Biaya bahan baku

= Rp. 1.109.096.600

87.791

= Rp.12.633

Biaya tenaga kerja

= Rp. 315.600.879

87.791

= Rp.3.595

Biaya overhead pabrik

= Rp. 30.400.677

87.791

= Rp.346

Berdasarkan perhitungan diatas maka dapat rekapitulasi kedalam tabel berikut ini:

Tabel 4.3
Perhitungan Harga Pokok Produksi Per Unit Tahun 2017

Elemen Biaya Produksi	Biaya Produksi	Unit Ekuivalen	Harga Pokok Per Unit
Biaya Bahan Baku	Rp. 1.109.096.600	87.791 Unit	Rp.12.633
Biaya Tenaga Kerja	Rp. 315.600.879	87.791 Unit	Rp.3.595
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	Rp. 30.400.677	87.791 Unit	Rp.346
Jumlah			Rp.16.574

Sumber : Data Diolah, 2019

Tahun 2018

1. Biaya bahan baku

Biaya bahan baku untuk tahun 2018 sebesar Rp. 1.192.942.076,- telah digunakan untuk menyelesaikan produk jadi sebanyak 101.111 unit. Dengan demikian unit ekuivalen biaya bahan baku sebagai berikut:

= Produk jadi + produk dalam proses

= 101.111 unit + 0

= 101.111 unit

2. Biaya tenaga kerja

Biaya tenaga kerja sebesar Rp. 367.127.891 telah digunakan untuk menyelesaikan produk jadi sebanyak 101.111 unit. Dengan demikian unit ekuivalen biaya bahan baku sebagai berikut:

= Produk jadi + produk dalam proses

= 101.111 unit + 0

= 101.111 unit

3. Biaya overhead pabrik

Biaya overhead pabrik adalah sebesar Rp. 34.042.789 telah digunakan untuk menyelesaikan produk jadi sebanyak 101.111 unit. Dengan demikian unit ekuivalen biaya bahan baku sebagai berikut:

= Produk jadi + produk dalam proses

= 101.111 unit + 0

= 101.111 unit

Harga pokok per unit dari ketiga biaya tersebut yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik serta harga pokok produksi per unit di hitung sebagai berikut:

Harga pokok produksi per unit untuk tahun 2018 yaitu sebagai berikut:

Biaya bahan baku

= Rp. 1.192.942.076,-

$$\frac{\quad}{101.111}$$

= Rp.11.798

Biaya tenaga kerja

= Rp. 367.127.891

$$\frac{\quad}{101.111}$$

= Rp.3.631

Biaya overhead pabrik

= Rp. 34.042.789

$$\frac{\quad}{101.111}$$

= Rp.337

Berdasarkan perhitungan diatas maka dapat rekapitulasi kedalam tabel berikut ini:

Tabel 4.4
Perhitungan Harga Pokok Produksi Per Unit Tahun 2018

Elemen Biaya Produksi	Biaya Produksi	Unit Ekuivalen	Harga Pokok Per Unit
Biaya Bahan Baku	Rp. 1.192.942.076	101.111 Unit	Rp.11.798
Biaya Tenaga Kerja	Rp. 367.127.891	101.111 Unit	Rp.3.631
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	Rp. 34.042.789	101.111 Unit	Rp.337
Jumlah			Rp.15.765

Sumber : Data Diolah, 2019

Tabel 4.5
Perhitungan Harga Pokok Produksi Per Unit Tahun 2016-2018

Elemen Biaya Produksi	Tahun		
	2016	2017	2018
Biaya Bahan Baku	Rp. 11.958	Rp.12.633	Rp.11.798
Biaya Tenaga Kerja	Rp.3.658	Rp.3.595	Rp.3.631
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	Rp.281	Rp.346	Rp.337
Jumlah	Rp.15.897	Rp.16.574	Rp.15.765

Sumber : Data Diolah, 2019

Tabel 4.6
Harga Pokok Produksi PT Tiga Serangkai Tahun 2016-2018

Keterangan	Harga Pokok Produksi (Total)
2016	Rp. 1.502.631.237
2017	Rp. 1.455.098.156
2018	Rp. 1.594.112.756

Sumber : Data Diolah, 2019

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa harga pokok produksi mengalami fluktuasi setiap tahunnya. Untuk tahun 2016 terjadi sebesar Rp. 1.502.631.237. untuk tahun 2017 harga pokok produksi sebesar Rp. 1.455.098.156, sedangkan pada tahun 2018 harga pokok produksi meningkat secara signifikan sebesar Rp. 1.594.112.756. Harga pokok produksi merupakan acuan bagi perusahaan dalam menetapkan harga jual. Harga pokok produksi diperoleh dari pemakaian biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik. Tetapi jika ketiga biaya tersebut belum ditetapkan akan menimbulkan kesulitan

dalam menetapkan harga pokok sekaligus akan berimbas dalam menentukan harga jual di pasar. Keterkaitan antara biaya produksi dengan harga pokok produksi terletak pada manfaatnya. Biaya produksi bermanfaat untuk menetapkan harga pokok produksi sehingga harga jual akan dapat ditetapkan.

Tabel 4.7
Perhitungan Laba Bersih PT Tiga Serangkai Tahun 2016-2018

Keterangan	Tahun		
	2016	2017	2018
Penjualan	Rp. 1.978.855.946	Rp. 1.954.541.985	Rp. 2.187.554.570
Harga Pokok Penjualan	Rp. 1.502.631.237	Rp. 1.455.098.156	Rp. 1.594.112.756
Laba Kotor	Rp. 476.224.709	Rp. 499.443.829	Rp. 593.441.814
Total Beban Operasional	Rp. 689.404.832	Rp. 434.478.502	Rp. 486.530.610
Laba Bersih	(Rp.213.180.124)	Rp. 6.495.327	Rp. 106.911.204

Sumber : Data Diolah, 2019

Dari tabel 4.7 diatas dapat dilihat tahun 2016 perusahaan mengalami kerugian sebesar Rp.213.180.124, besarnya biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan tidak sebanding dengan penjualan terhadap produk. Tahun 2017 perusahaan PT Tiga Serangkai mencatat laba sebesar Rp. 6.495.327, sedangkan pada tahun 2018 mengalami peningkatan laba yang diperoleh oleh perusahaan yaitu sebesar Rp. 106.911.204. naiknya penjualan pada tahun 2018 secara signifikan dapat menutupi biaya operasional yang dikeluarkan oleh perusahaan.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data serta pembahasan yang telah dilakukan, maka .:

1. Harga pokok produksi PT Tiga Serangkai tahun 2016 adalah sebesar Rp. 1.502.631.237. dan perusahaan mengalami kerugian sebesar Rp.213.180.124
2. Harga pokok produksi PT Tiga Serangkai tahun 2017 adalah sebesar Rp 1.455.098.156, sedangkan laba yang diperoleh adalah sebesar Rp. 6.495.327,
3. Harga pokok produksi PT Tiga Serangkai tahun 2018 adalah sebesar Rp1.594.112.756, sedangkan laba yang diperoleh adalah sebesar Rp. 106.911.204.

B. Saran

Beberapa saran yang dapat dikemukakan oleh penulis berkaitan dengan hasil penelitian ini antara lain:

1. Penelitian selanjutnya dapat menambah data-data yang lebih spesifik dalam laporan harga pokok produksi sehingga penelitian dapat menambah pembahasan yang jelas dan mendalam.
2. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan referensi bagi penelitian selanjutnya dibidang yang sama yang akan datang untuk dikembangkan dan diperbaiki, misalnya dengan memperpanjang periode pengamatan sehingga dapat lebih mencerminkan hasil penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Andigandawistu .2014. Analisa Peerhitungan Harga Pokok Produksi Dalam Menentukan Harga Jual Produk Konveksi Pada CV.Champion Dengan Metode Full Costing. *Jurnal Akuntansi*. Program Studi Akuntansi-S1, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro Semarang.
- Agus, Endang dan Ulfa, Maria. 2014. Analisis Harga Pokok Produksi Dalama Perolehan Laba Pada CV Atika Sukses Sungai Raya Dalam. *Jurnal Akuntansi*. Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP UNTAN. Pontianak.
- Ardian, N. (2019). Pengaruh Insentif Berbasis Kinerja, Motivasi Kerja, Dan Kemampuan Kerja Terhadap Prestasi Kerja Pegawai UNPAB. *JEpa*, 4(2), 119-132.
- Boone, Louis E. dan Davi, Kurtz. 2012. Pengantar Bisnis. Jilid kedua. Erlangga. Jakarta.
- Gitosudarmo, Indriyo. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : BPFY-Yogyakarta.
- Harahap, Sofyan Syafri. 2009. Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan. Rajawali Persada. Jakarta.
- Harnanto, 2012. *Akuntansi Biaya untuk Perhitungan Harga Pokok Produk (Sistem Biaya Historis)*, Edisi Pertama. BPFY, Yogyakarta
- Ikatan Akuntansi Indonesia 2012.
- Irawan, I., & Pramono, C. (2017). Determinan Faktor-Faktor Harga Obligasi Perusahaan Keuangan Di Bursa Efek Indonesia.
- Kotler, Philip, dan Kevin, Keller. 2010. Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Erlangga. Jakarta.
- Litdia (2016) Analisis Penetapan Harga Pokok Produksi Sebagai Dasar Penentuan Harga Jual Pada PT Veneer Products Indonesia. *Journal of Applied Business And Economics Vol. 3 No. 2 (Des 2016) 61-68*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Jakarta.
- Malikhah, I. (2019). PENGARUH MUTU PELAYANAN, PEMAHAMAN SISTEM OPERASIONAL PROSEDUR DAN SARANA PENDUKUNG TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI. *JUMANT*, 11(1), 67-80.
- Mesra, B. (2018). Factors That Influencing Households Income And Its Contribution On Family Income In Hamparan Perak Sub-District, Deli Serdang Regency, North. *Int. J. Civ. Eng. Technol*, 9(10), 461-469.
- Mulyadi. 2010. *Akuntansi Biaya*. Edisi kelima. Yogyakarta: Unit Penerbit dan

Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN.

- Nasution, M. D. T. P., & Rossanty, Y. (2018). Country of origin as a moderator of halal label and purchase behaviour. *Journal of Business and Retail Management Research*, 12(2).
- Nasution, M. D. T. P., Rossanty, Y., Achmad Daengs, G. S., Sahat, S., Rosmawati, R., Kurniasih, N., ... & Rahim, R. (2018). Decision support rating system with Analytical Hierarchy Process method. *Int. J. Eng. Technol*, 7(2.3), 105-108.
- Ritonga, H. M., Setiawan, N., El Fikri, M., Pramono, C., Ritonga, M., Hakim, T., ... & Nasution, M. D. T. P. (2018). Rural Tourism Marketing Strategy And Swot Analysis: A Case Study Of Bandar PasirMandoge Sub-District In North Sumatera. *International Journal of Civil Engineering and Technology*, 9(9).
- Saragih, M. G. (2019). PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP E-LOYALTY MELALUI E-SATISFACTION (STUDI PADA PELANGGAN TOKO ONLINE SHOPEE DI KOTA MEDAN): PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP E-LOYALTY MELALUI E-SATISFACTION (STUDI PADA PELANGGAN TOKO ONLINE SHOPEE DI KOTA MEDAN). *Jurnal Mantik*, 3(1), 190-195.
- Sari, I. (2018). Motivasi belajar mahasiswa program studi manajemen dalam penguasaan keterampilan berbicara (speaking) bahasa Inggris. *JUMANT*, 9(1), 41-52.
- Sari, I. (2019). Kesulitan Mahasiswa dalam Pembelajaran Bahasa Inggris. *JUMANT*, 11(1), 81-98.
- Sari, M. M. (2019). FAKTOR-FAKTOR PROFITABILITAS DI SEKTOR PERUSAHAAN INDUSTRI MANUFAKTUR INDONESIA (STUDI KASUS: SUB SEKTOR ROKOK). *JUMANT*, 11(2), 61-68.
- Setiawan, N., Nasution, M. D. T. P., Rossanty, Y., Tambunan, A. R. S., Girsang, M., Agus, R. T. A., ... & Nisa, K. (2018). Simple additive weighting as decision support system for determining employees salary. *Int. J. Eng. Technol*, 7(2.14), 309-313.
- Setiawan, N. (2018). PERANAN PERSAINGAN DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN (Resistensi Terhadap Transformasi Organisasional). *JUMANT*, 6(1), 57-63.
- Siregar, M. Y. (2019). PENGARUH KEPEMIMPINAN DAN REMUNERASI TERHADAP PRESTASI KERJA MELALUI ETOS KERJA PEGAWAI DI LINGKUNGAN UNIVERSITAS NEGERI. *JUMANT*, 11(1), 151-164.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Administrasi*. Alfabeta. Bandung.
- Stice, James dan Brigham. 2009. *Akuntansi Keuangan*. Salemba Empat. Jakarta.
- Sudarman. 2016. Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi dengan Metode *Full Costing* Sebagai Dasar Penetapan Harga Jual Pada CV Salwa

Meubel. Jurnal Akuntansi, Vol 5 Edisis 9 2016 Universitas Muhammadiyah Sukabumi.

Suwardjono. 2009. Teori Akuntansi: Perekayasa Pelaporan Keuangan. BPF. Yogyakarta.

Yuliandhari dan Clara, Prajoko. 2016. Pengaruh Perhitungan Harga Pokok Produksi Metode *Process Costing* Terhadap Laba Bersih. (Studi Kasus pada PT Federal Izumi Manufacturing Priode 2011-2013). *E-Proceeding of Management* .Prodi S1 Akuntansi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Telkom.