

UNIVERSITAS HKBP NOMMENSEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

MEDAN – INDONESIA

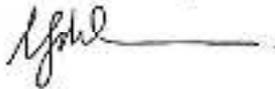
Dengan ini diterangkan bahwa Skripsi Sarjana Akuntansi Program Strata Satu (S1) dari mahasiswa:

Nama : Widya Febrina Lubis
NPM : 19510244
Program Studi : Akuntansi
Judul Skripsi : Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Dalam Penentuan Harga Jual CPO Pada PT.Perkebunan Nusantara IV Medan.

Telah diterima dan terdaftar pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas HKBP Nommensen Medan. Dengan diterimanya Skripsi ini, maka telah dilengkapi syarat-syarat akademik untuk menempuh Ujian Skripsi guna menyelesaikan studi.

**Sarjana Akuntansi Program Strata Satu (S1)
Program Studi Akuntansi**

Pembimbing Utama



Dr. Magdalena J. Siringoringo, S.E., M.Si

Dekan



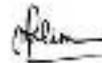
(Dr. E. Hamonangan Sallagan, S.E., M.Si)

Pembimbing Pendamping



Rimbun C.D. Sidabutar, S.E., M.Si

Ketua Program Studi



(Dr.E. Manatap Berliana Lumban Gaol, S.E., M.Si., Ak,CA)

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perusahaan merupakan organisasi yang mempunyai berbagai tujuan baik jangka panjang maupun jangka pendek. Salah satu tujuan yang penting untuk dicapai perusahaan adalah pencapaian laba semaksimal mungkin. Pencapaian laba sangat penting karena berkaitan dengan berbagai konsep akuntansi antara lain kesinambungan perusahaan (*going concern*) dan perluasan perusahaan. Untuk menjamin agar usaha perusahaan mampu menghasilkan laba, maka manajemen perusahaan harus merencanakan dan mengendalikan dengan baik, dua faktor penentu laba yaitu pendapatan dan biaya.

Pencapaian laba dapat dilakukan oleh perusahaan dengan berbagai cara antara lain penentuan harga jual, efisiensi biaya produksi dan berbagai cara lainnya yang berkaitan dengan pencapaian laba. Dalam melakukan pencapaian laba untuk periode mendatang maka perusahaan memerlukan informasi guna evaluasi atas hasil pada periode yang sekarang. Informasi yang dapat digunakan sebagai alat evaluasi dapat bersumber dari laporan keuangan perusahaan.

Penentuan harga pokok produksi merupakan hal yang sangat penting. Harga pokok produksi adalah untuk menentukan harga jual produk serta penentuan harga pokok persediaan produk jadi dan produk dalam proses yang akan disajikan dalam neraca.

Perhitungan harga pokok dilakukan dengan menjumlahkan seluruh unsur biaya produksi, sedangkan harga pokok produksi per unit ditentukan dengan membagi seluruh total biaya produksi dengan volume produksi yang dihasilkan

atau yang akan diharapkan. Cara seperti ini yang harus digunakan apabila berhubungan dengan prinsip akuntansi, mempengaruhi baik jumlah harga pokok produk maupun cara penyajiannya dalam laporan rugi laba.

Harga jual suatu produk merupakan salah satu faktor penting disamping faktor-faktor lain yang harus diperhatikan dalam bisnis perusahaan dagang maupun perusahaan manufaktur. Seorang pelanggan atau konsumen sering kali mempertimbangkan harga dalam membuat keputusan, apakah dia akan membeli suatu produk atau tidak. Walaupun tidak jarang juga kualitas lebih diunggulkan daripada harga, namun tidak dapat dipungkiri bahwa harga sangat berperan dalam proses pembuatan keputusan pembelian barang konsumen.

Harga jual sama dengan biaya produksi ditambah mark-up. Untuk menentukan harga jual dengan tepat, terlebih dahulu harus mengetahui harga pokok produksi, karena harga pokok produksi merupakan dasar bagi perusahaan untuk menentukan harga jual. Harga pokok produksi merupakan komponen biaya yang langsung berhubungan dengan produksi. Penetapan harga pokok produksi memegang peranan yang sangat penting pada suatu perusahaan, karena dari harga pokok dapat dibuat analisa rencana dan kekuatan pemasaran, penentuan harga jual dan penentuan nilai persediaan.

Banyak faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan tentang penentuan harga jual baik dari dalam perusahaan seperti biaya produksi dan biaya lain yang relevan, laba yang diinginkan, tujuan perusahaan dan sebagainya. Sedangkan faktor-faktor dari luar yang mempengaruhi penentuan harga jual di antaranya persaingan, luas pasar, sifat produk dan sebagainya. Dengan beberapa kali revisi akan membuat harga jual betul-betul bisa digunakan sesuai dengan

keinginan dan tujuan perusahaan. Penentuan harga jual yang salah sering berakibat fatal pada masalah keuangan perusahaan dan akan mempengaruhi kontinuitas usaha perusahaan misalnya: kerugian yang terus menerus atau menimbunnya produksi di gudang karena macetnya pasaran.

PT. Perkebunan Nusantara IV Medan merupakan perusahaan bergerak dalam bidang perkebunan. Perkebunan yang bergerak dalam bidang usaha perkebunan, pengolahan dan pemasaran hasil perkebunan. Kegiatan usaha Perseroan mencakup usaha budidaya dan pengolahan tanaman kelapa sawit dan karet. Produk utama Perseroan adalah Minyak Sawit (CPO) dan Inti Sawit (Kernel) dan produk hilir karet.

Adapun yang dimaksud dengan *Crude Palm Oil* (CPO) adalah produksi minyak sawit, sedangkan *Palm Kernel* (PK) adalah produksi inti sawit. Oleh karena itu, perusahaan sangat memperhatikan harga pokok produksinya dalam memaksimalkan labanya. Karena pada saat harga pokok produksi rendah, perusahaan berusaha menjual hasil produksi sebanyak-banyaknya untuk meningkatkan pendapatan.

Pada penelitian ini, penulis membatasi penelitian pada harga pokok produksi dan harga jual *Crude Palm Oil* (CPO) dan *Palm Kernel* (PK). Biaya produksi merupakan komponen dalam pembentukan harga pokok produksi. Dalam penelitian sebelumnya, tentang pengaruh biaya produksi terhadap harga jual menunjukkan ketidakkonsistenan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Vita Sanjani P (2007), menemukan bahwa biaya produksi pulp tidak berpengaruh secara signifikan terhadap penetapan harga jual pulp. Hasil penelitian yang berbeda dihasilkan oleh Hotma Eva Kristin N (2012), menemukan bahwa ada

pengaruh secara signifikan antara biaya produksi terhadap penetapan harga jual *Crude Palm Oil* (CPO) dan *Palm Kernel* (PK).

Berdasarkan fenomena di atas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Dalam Penentuan Harga Jual CPO Pada PT. Perkebunan Nusantara IV Medan”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: “Apakah perhitungan harga pokok produksi dijadikan dasar dalam penentuan harga jual minyak kelapa sawit (CPO) pada PT. Perkebunan Nusantara IV Medan ?”

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah perhitungan harga pokok produksi dijadikan dasar dalam penentuan harga jual minyak kelapa sawit (CPO) pada PT. Perkebunan Nusantara IV Medan ?”

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang ingin dicapai oleh peneliti dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. **Bagi Peneliti**, menambah wawasan dan memperdalam pengetahuan dalam menganalisis perhitungan harga pokok produksi dan kaitannya dengan penentuan harga jual.
2. **Bagi Perusahaan**, memberikan masukan kepada bagian-bagian yang terkait di perusahaan dalam pengambilan keputusan yang berkenaan dengan harga jual.
3. **Bagi Akademisi**, hasil penelitian ini diharapkan sebagai referensi informasi secara umum, khususnya bagi mereka yang tertarik melakukan penelitian sejenis atau lanjutan.

BAB II

LANDASAN TEORITIS

2.1 Harga Jual

2.1.1. Pengertian Harga Jual

Menurut Kotler dan Armstrong (2010:314) “Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Harga jual merupakan elemen bauran pemasaran yang dapat menghasilkan pendapatan melalui penjualan. Oleh karena itu, perusahaan harus dapat menetapkan harga produknya dengan baik dan tepat sehingga konsumen tertarik dan mau membeli produk yang ditawarkan agar perusahaan mendapatkan keuntungan.

Menurut Audrey M Siahaan “ Harga Pokok Produksi merupan refleksi kemampuan manajemen kebun dalam memproduksi tanaman menghasilkan.”

Menurut Swastha (2010:147) “harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya”.

Menurut Kotler dan Keller (2009:67) “harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, harga merupakan elemen termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan, fitur produk, saluran, dan bahkan komunikasi membutuhkan lebih banyak waktu.

Menurut Djaslim Saladin (2003:95) "harga adalah sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa".

Menurut Krismiaji & Aryani (2011:325) menyatakan bahwa "Penentuan harga jual adalah menambahkan angka perkiraan laba (*markup*) pada harga pokok. *Markup* adalah selisih antara harga jual dan harga pokok produk. Markup biasanya berupa persentase tertentu dari harga pokok produk. Pendekatan ini disebut dengan *cost-plus pricing* karena persentase markup yang telah ditentukan dimuka ditambahkan pada angka harga pokok untuk menentukan harga jual".

Menurut R.A Supriyono (2008:332) pengertian harga jual sebagai berikut "Harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan.

2.1.2. Tujuan Penetapan Harga Jual

Tujuan penetapan harga jual menurut Rahman (2010:79) terbagi menjadi tiga orientasi, yaitu:

a. Pendapatan

Hampir sebagian besar bisnis berorientasi pada pendapatan, hanya perusahaan nirlaba atau pelayanan jasa publik yang biasanya berfokus pada titik impas.

b. Kapasitas

Beberapa sektor bisnis biasanya menyelaraskan antara permintaan dan penawaran dan memanfaatkan kapasitas produksi maksimal.

c. Pelanggan

Biasanya penetapan harga yang diberikan cukup representatif dengan segala tipe pelanggan, segmen pasar, dan perbedaan daya beli. Bisa dengan

menggunakan sistem diskon, bonus, dan lain-lain.

Sedangkan tujuan penetapan harga menurut Djaslim Saladin (2003:95)

antara lain:

- a. Maksimalisasi keuntungan, yaitu untuk mencapai maksimalisasi keuntungan bagi perusahaan.
- b. Merebut pangsa pasar. Dengan harga rendah, maka pasar akan dikuasai, syaratnya:
 1. Pasar cukup sensitif terhadap harga
 2. Biaya produksi dan distribusi turun jika produksi naik
 3. Harga turun, pesaing sedikit
 4. Penetapan laba untuk pendapatan maksimal
- c. Memperoleh hasil yang cukup agar uang kas cepat kembali.
- d. Penetapan harga untuk sasaran berdasarkan target penjualan dalam periode tertentu.

- e. Penetapan harga untuk promosi. Penetapan harga untuk suatu produk dengan maksud untuk mendorong penjualan produk-produk lain.
- f. Penetapan harga yang tinggi. Jika ada sekelompok pembeli yang bersedia membayar dengan tinggi terhadap produk yang ditawarkan maka perusahaan akan menetapkan harga yang tinggi walaupun kemudian harga itu akan turun.

2.1.3. Peranan Harga Jual

Menurut Fandy Tjiptono (2008:471) “Harga memainkan peranan penting bagi perekonomian secara makro, konsumen, dan perusahaan”.

a. Bagi Perekonomian

Harga produk mempengaruhi tingkat upah, sewa, bunga dan laba. Harga merupakan regulator dasar dalam sistem perekonomian, karena harga berpengaruh terhadap alokasi faktor-faktor produksi seperti tenaga kerja, tanah, modal, dan kewirausahaan.

b. Bagi Konsumen

Mayoritas konsumen agak sensitif terhadap harga, namun juga mempertimbangkan faktor lain (seperti citra, merek, lokasi toko, layanan, nilai (value) dan kualitas). Selain itu, persepsi konsumen terhadap kualitas produk sering kali dipengaruhi oleh harga. Dalam beberapa kasus, harga yang mahal dianggap mencerminkan kualitas tinggi, terutama dalam kategori *specialty products*.

c. Bagi Perusahaan

Harga produk adalah determinan utama bagi permintaan pasar atas produk bersangkutan. Harga mempengaruhi posisi bersaing dan pangsa pasar perusahaan. Dampaknya, harga berpengaruh pada pendapatan dan laba bersih perusahaan. Singkat kata, perusahaan mendapatkan uang melalui harga yang dibebankan atas produk atau jasa yang dijualnya.

2.1.4. Penetapan Harga Jual

Menurut Kotler dan Keller (2012:411) “perusahaan dapat mengharapkan salah satu dari lima tujuan utama melalui penetapan harga, yaitu: bertahan hidup (*survival*), laba saat ini yang maksimum (*maximum curent profit*), pangsa pasar yang maksimum (*maximum market share*), pemerahan pasar yang maksimum (*maximum market skimming*), pemimpin dalam kualitas (*product quality leadership*), dan tujuan lain (*other objectives*)”.

2.1.5. Strategi Penentuan Harga Jual

Menurut Sukirno (2006:226) harga yang ditentukan untuk sebuah produk akan mempengaruhi pendapatan perusahaan dan pada akhirnya tingkat laba. Perusahaan menentukan harga jual produknya dengan tiga dasar pertimbangan yaitu biaya produksi, suplai persediaan, dan harga persaingan.

5. Penentuan Harga Berdasarkan Biaya Produksi

Pada strategi ini, perusahaan menentukan harga untuk sebuah produk dengan mengestimasi biaya per unit untuk memproduksi produk tersebut dan menambahkan suatu kenaikan. Jika metode ini digunakan, perusahaan harus mencatat semua biaya yang melengkapi produksi sebuah produk dan diupayakan agar harga tersebut dapat menutupi semua biaya tersebut. Sebuah strategi harga harus menghitung skala ekonomis. Bagi produk atau jasa yang berada di dalam skala ekonomis, harga harus cukup rendah agar dapat mencapai volume tingkat penjualan yang tinggi sehingga biaya produksi mengalami penurunan.

6. Penentuan Harga Berdasarkan Suplai Persediaan

Pada umumnya perusahaan cenderung menurunkan harga jika mereka harus mengurangi persediaan.

7. Penentuan Harga Berdasarkan Harga Persaingan

Penentuan harga berdasarkan harga pesaing dibagi atas tiga yaitu:

1. Penentuan harga *penetrasi*, dimana perusahaan menentukan harga yang lebih rendah dari harga pesaing agar dapat menembus pasar. Keberhasilan penentuan harga penetrasi tergantung pada seberapa besar tanggapan konsumen terhadap penurunan harga dan juga perusahaan tidak perlu menggunakan strategi ini bila produknya tidak elastis terhadap harga karena kebanyakan konsumen tidak akan beralih ke produk pesaing untuk mengambil keuntungan dari harga yang lebih rendah.

2. Penentuan harga *defensive*, dimana perusahaan menurunkan harga produk untuk mempertahankan pangsa pasarnya. Selain itu beberapa perusahaan juga menurunkan harga untuk menyerang pesaing baru yang masuk ke dalam pasar.
3. Penentuan harga *prestise*, harga *prestise* ditentukan dengan tujuan untuk memberikan kesan terbaik bagi produk perusahaan. Perusahaan yang memiliki diversifikasi bauran produk akan menggunakan strategi *penetrasi* harga pada beberapa produk dan penentuan harga *prestise* untuk produk lainnya.

2.1.6. Metode Penentuan Harga Jual

Menurut Mulyadi (2001: 348-363) metode penentuan harga jual terbagi atas:

a. Penentuan Harga Jual Normal (*Normal Pricing*)

Metode penentuan harga jual normal seringkali disebut dengan istilah *cost-plus pricing* yaitu penentuan harga jual dengan cara menambahkan laba yang diharapkan di atas biaya penuh masa yang akan datang untuk memproduksi dan memasarkan produk, karena harga jual ditentukan dengan menamnah biaya dimasa yang akan datang dengan suatu persentase markup (tambahan diatas jumlah biaya) yang dihitung dengan formula tertentu.

Harga jual produk atau jasa dalam keadaan normal ditentukan dengan formula sebagai berikut:

$$\text{Harga Jual} = \text{taksiran biaya penuh} + \text{laba yang diharapkan}$$

Sumber : Mulyadi (2001:348)

Dengan demikian ada dua unsur yang diperhitungkan dalam penentuan harga jual ini yaitu taksiran biaya penuh dan laba yang diharapkan.

b. Perhitungan Harga Jual per Unit

Jika biaya dipakai sebagai dasar penentuan harga jual, baik dalam pendekatan full costing maupun variable costing, biaya penuh masa yang akan datang dibagi menjadi dua yaitu biaya yang dipengaruhi secara langsung oleh volume produk dan biaya penuh yang tidak dipengaruhi oleh volume produk. Dalam penentuan harga jual, taksiran biaya penuh yang secara langsung berhubungan dengan volume produk dipakai sebagai dasar penentuan harga jual, sedangkan taksiran biaya penuh yang tidak dipengaruhi oleh volume produk ditambahkan kepada laba yang diharapkan untuk kepentingan perhitungan persentase markup.

Rumusan perhitungan harga jual atas dasar biaya secara umum dapat dinyatakan sebagai berikut

biaya yang
Harga Jual per Unit = berhubungan langsung + persentase mark up

Persentase mark up ini dihitung dengan rumus:

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

Sumber : Mulyadi (2001:351)

Konsep biaya yang berhubungan langsung dengan volume menurut metode full costing adalah biaya produksi yang tidak berhubungan langsung adalah biaya non produksi. Sedangkan dalam pendekatan variabel costing, biaya penuh yang

dipengaruhi secara langsung oleh volume produk terdiri dari biaya variabel sedangkan yang tidak dipengaruhi secara langsung adalah biaya tetap.

c. Penentuan Harga Jual Waktu dan Bahan (*Time and Material Pricing*)

Penentuan harga jual ini ditentukan sebesar biaya penuh ditambah dengan arapkan. Metode penentuan harga jual ini biasanya digunakan pada perusahaan jasa atau perusahaan yang menjual jasa reparasi suku cadang sebagai pelengkap penjualan jasa. Volume jasa dihitung berdasarkan waktu yang diperlukan untuk melayani konsumen, sehingga perlu dihitung harga jual per satuan waktu yang dinikmati oleh konsumen.

d. Penentuan Harga Jual dalam cost-type contract

Cost type-contract adalah kontrak pembuatan produk atau jasa yang setuju untuk membeli produk atau jasa pada harga yang didasarkan pada total biaya yang sesungguhnya dikeluarkan oleh produsen ditambah dengan laba yang dihitung sebesar persentase tertentu dari total biaya sesungguhnya.

e. Penentuan Harga Jual Produk atau Jasa yang dihasilkan oleh Perusahaan yang diatur dengan Peraturan Pemerintah

Dalam penentuan harga jual yang diatur dengan peraturan pemerintah, asa yang akan datang yang dipakai sebagai dasar penentuan harga jual tersebut dihitung dengan menggunakan pendekatan full costing saja, karena pendekatan variabel costing tidak diterima sebagai prinsip akuntansi yang lazim.

2.2 Pengertian dan Unsur-unsur Biaya Produksi

2.2.1. Pengertian Biaya Produksi

Menurut Mulyadi (2015:14) biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual.

2.2.2. Unsur-unsur Biaya Produksi

Menurut Haryono (2005:407) unsur-unsur biaya produksimerupakan semua jenis barang yang dikorbankan untuk memproduksi barang dari bahan baku sampai barang tersebut selesai diproduksi dan siap untuk dijual. Pada umumnya unsur-unsur biaya produksi yang terdapat di perusahaan manufaktur terdiri dari tiga biaya, yaitu:

a. Biaya Bahan Baku Langsung

Biaya bahan baku langsung adalah semua beban atau pengeluaran untuk pemakaian bahan-bahan yang menjadi bagian dari produk jadi.

Dari pengertian diatas, dapat diketahui bahwa biaya bahan langsung adalah biaya seluruh bahan yang digunakan untuk menghasilkan produk dan dapat dimasukkan dalam perhitungan harga pokok produksi.

b. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja langsung atau upah langsung adalah semua biaya yang dikeluarkan untuk pekerja yang langsung ikut dalam pembuatan suatu produk. Contohnya adalah gaji dan tunjangan yang dibayarkan kepada operator mesin serta pekerja pada lini perakitan yang mengkonversi bahan baku yang dibeli menjadi barang jadi.

c. Biaya Tidak Langsung (*Overhead Pabrik*)

Biaya tidak langsung atau biaya overhead pabrik adalah semua pengeluaran yang terjadi di pabrik yang tidak dapat secara langsung dihubungkan dengan proses pembuatan produk. Jadi biaya ini tidak termasuk biaya langsung dan buruh langsung. Contohnya adalah biaya tenaga listrik, perlengkapan, bahan baku tidak langsung seperti pelumas.

2.2.3. Metode Perhitungan Biaya Produksi

Metode hitung biaya produksi adalah suatu cara dalam memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam cost produksi (harga pokok produksi / HPP).

a. Metode full costing

Metode full costing ini diartikan sebagai metode penentu cost produksi yang memperhitungkan segala unsur biaya produksi ke dalam cost produksi, yaitu terdiri dari BBB (biaya bahan baku), BTKL (biaya tenaga kerja langsung), dan BOP (biaya overhead pabrik), baik itu yang berperilaku variable maupun yang berperilaku tetap. Contohnya:

Biaya Bahan baku	xxxxx
Biaya tenaga kerja langsung	xxxxx
<u>Biaya overhead</u>	<u>xxxxx +</u>
Cost produksi	Rp xxxxx

b. Metode Variabel Costing

Metode variable costing ini merupakan metode yang menentukan cost produksi berdasarkan menghitung biaya produksi yang berperilaku variable saja, yaitu terdiri dari biaya bahan baku (BBB), biaya tenaga kerja langsung (BTKL), dan biaya overhead pabrik variable (BOP). Contohnya :

Biaya Bahan baku	xxxxx
Biaya tenaga kerja langsung	xxxxx
<u>Biaya overhead pabrik variable</u>	<u>xxxxx +</u>
Cost produksi	Rp xxxxx

2.2.4. Penggolongan Biaya Produksi

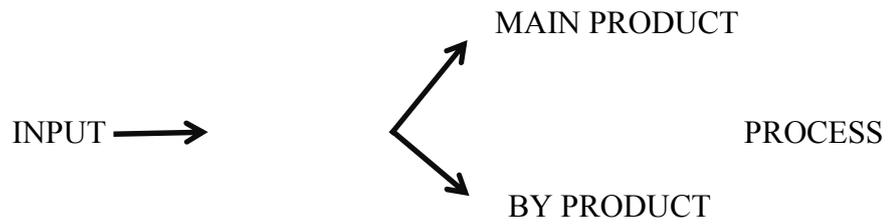
Di dalam metode harga pokok pesanan, biaya produksia harus dipisahkan menjadi biaya produksi langsung dan biaya produksi tidak langsung. Biaya produksi langsung dibebankan kepada produk berdasar biaya yang sesungguhnya terjadi, sedangkan biaya produksi tidak langsung dibebankan kepada produk berdasarkan tariff yang ditentukan di muka. Di dalam metode harga pokok proses, perbedaan biaya produksi langsung dan biaya produksi tidak langsung seringkali diperlukan, terutama jika perusahaan hanya menghasilkan satu macam produk (seperti perusahaan semen, pupuk, bumbu masak). Karena harga pokok per satuan produk dihitung setiap akhir bulan, maka umumnya biaya *overhead* pabrik dibebankan kepada produk atas dasar biaya yang sesungguhnya terjadi.

2.3 Pengumpulan Biaya Produksi

Pengumpulan biaya produksi ditentukan oleh sifat dari pengolahan produk. Pengolahan produk dapat dilakukan atas dasar pesanan dari langganan atau proses produksi yang dilakukan oleh perusahaan lain.

2.3.1. Biaya Produk Bersama

Jika beberapa jenis produk gabungan atau produk sampingan yang berbeda dihasilkan dari faktor biaya yang sama, maka akan menimbulkan biaya gabungan. Biaya gabungan terjadi sebelum titik pemisahan. Atau, dapat juga kita katakan bahwa biaya bersama akan timbul apabila dua atau lebih produk akan dihasilkan oleh produksi yang sama.



Perbedaan Joint Cost dan Common Cost

Joint Cost	Common Cost
1. Merupakan produk-produk utama yang dihasilkan dengan sengaja sesuai dengan tujuan produksi melalui suatu proses atau serangkaian proses dan dilakukan secara simultan	1. Dihasilkan bersama dengan produk utama dalam suatu proses atau serangkaian proses tanpa dimaksudkan untuk membuat produk-produk ini.
2. Nilai penjualan adalah relatif besar bila dibandingkan dengan produk-produk sampingan yang dihasilkan dan relatif sama antara produk utama.	2. Nilai penjualan adalah relatif kecil atau tidak berarti, bila dibandingkan dengan produk-produk utama.
3. Biasanya dihasilkan dalam jumlah unit atau kualitas yang besar.	3. Dihasilkan dalam jumlah unit yang lebih sedikit.
4. Sering kali memerlukan pengolahan lebih lanjut.	4. Kadang memerlukan pengolahan lebih lanjut dan pembungkusan.
5. Salah satu produk tidak dapat dihasilkan tanpa memproduksi yang lain	5. produk ini tidak akan dapat dihasilkan tanpa memproduksi produk utama

Sumber: Firdaus Ahmad Dunia dan Wasilah, **Akuntansi Biaya**, Edisi Kedua:

Salemba Empat, 2009

2.3.2 Alokasi Biaya Bersama.

Biaya bersama harus dialokasikan ke masing-masing jenis produk supaya dapat menentukan nilai persediaan akhir ke barang dalam proses, persediaan barang jadi, harga pokok produksi dan laba kotor per segmen produk. Biaya bersama dapat dialokasikan dengan menggunakan salah satu metode yang ada. Pemilihan metode alokasi mana yang baik digunakan lebih baik melihat

hubungan yang bisa diterima akal. Metode alokasi biaya bersama

adalah sebagai berikut:

A. Nilai Jual Relatif

Biaya bersama dialokasikan ke setiap jenis produk bersama berdasarkan proporsi nilai jualnya. Metode ini dipakai dengan asumsi bahwa produk yang memiliki nilai jual yang lebih tinggi, tentu memerlukan biaya yang tinggi juga. Produk yang memiliki nilai jual yang tinggi mendapat alokasi biaya bersama yang tinggi juga. Biaya bersama dialokasikan ke produk sesuai dengan perbandingan setiap nilai jualnya. Dalam metode ini biasanya besarnya nilai jual merupakan cerminan dari besarnya harga pokok produk yang bersangkutan.

B. Satuan Fisik

Pada metode ini, biaya bersama akan dialokasikan ke setiap jenis produk memakai output per jenis produk.C.

C. Rata- rata Biaya

Biaya rata-rata satuan ditentukan dengan jumlah biaya bersama akan dibagi dengan total unit produk bersama yang dihasilkan. Setiap jenis produk bersama akan mendapatkan alokasi biaya bersama sebesar biaya rata-rata per unit yang dikaitkan dengan besarnya unit pada jenis tertentu.

D. Rata- Rata Terimbang

Metode ini mirip dengan metode nilai jual, dimana metode nilai jual setiap

produk diberi bobot dengan harga jualnya. Pada metode rata-rata terimbang, tiap produk diberi bobot sesuai dengan keinginan kita. Tentu dengan mempertimbangkan berbagai faktor dalam menentukan besarnya bobot untuk setiap produk.

2.3.3 Produk Sampingan (By Product)

Produk sampingan (*by product*) merupakan produk yang relatif lebih kecil apabila dibandingkan dengan nilai produk utama (*main product*). Produk sampingan tidak dapat dihindarkan. Apabila kita akan melakukan proses produksi dimana akan menghasilkan produk utama pasti akan menghasilkan juga produk sampingan.

Apabila kita membandingkan antara produk sampingan dengan produk utama, produk sampingan nilainya relatif lebih rendah. Oleh karena itu, alokasi biaya bersama ke produk sampingan tidak perlu dilakukan. Ada beberapa metode yang diperkenankan untuk menetapkan harga pokok produksi sampingan, yaitu:

1. Metode Pengakuan Pendapatan Kotor

Hasil penjualan produk sampingan dalam perhitungan laba rugi akan diberlakukan sebagai:

- A. Pendapatan lain-lain.
- B. Hasil penjualan tambahan
- C. Pengurang total biaya produksi utama

2. Metode Pengakuan Pendapatan Bersih

Hasil penjualan produk sampingan setelah dikurangi dengan biaya pemasaran dan administrasi serta biaya pemrosesan lanjutan, dalam perhitungan laba rugi akan diberlakukan sebagai:

- A. Pendapatan lain-lain
 - B. Hasil penjualan tambahan
 - C. Pengurang total biaya produksi utama
3. Metode Sebagian Biaya Gabungan Dialokasikan Ke Produk Sampingan

Metode ini akan dapat dibedakan dengan 2 metode, yaitu:

- A. Metode biaya pengganti (*replacement cost*)
- B. Metode nilai pembatalan (*reversal cost*).

2.4 Harga Pokok Produksi

2.4.1. Pengertian Harga Pokok Produksi

Perhitungan harga pokok produksi dalam suatu perusahaan industri bertujuan untuk memenuhi kebutuhan baik pihak manajemen perusahaan maupun pihak luar perusahaan. Untuk memenuhi tujuan perhitungan harga pokok produksi tersebut akuntansi biaya mencatat, mengklasifikasi, dan meringkas biaya-biaya pembuatan produk.

Pengertian menurut Mulyadi (2012: 14) yaitu “Harga pokok produksi adalah sejumlah biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual”.

Menurut Witjaksono (2006), adalah sejumlah nilai aktiva (asset), tetapi apabila selama tahun berjalan aktiva tersebut dimanfaatkan untuk membantu memperoleh penghasilan, aktiva tersebut harus dikonversikan ke beban (expense), sedangkan menurut Bustami dan Nurlela (2010: 49), harga pokok produksi adalah: Kumpulan biaya produksi yang terdiri dari bahan baku langsung, tenaga langsung, dan 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.

Pengertian-pengertian diatas dapat diambil sebuah kesimpulan bahwa harga pokok produksi adalah biaya-biaya yang digunakan selama proses produksi, dimana biaya-biaya tersebut meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik.

“Harga pokok produksi adalah biaya yang terjadi untuk mengubah bahan baku menjadi barang jadi”.

Sedangkan metode *full costing* terdiri dari unsur biaya produksi berikut ini:

- a. Biaya Bahan Baku
- b. Biaya Tenaga Kerja Langsung
- c. Biaya *Overhead* Pabrik Variabel
- d. Biaya *Overhead* Pabrik Tetap.

Harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk suatu barang dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen, dengan demikian keterkaitan harga pokok produksi untuk menentukan harga jual dengan menerapkana metode *full costing* sangat erat kaitanya, dengan perhitungan yang tepat diharapkan perusahaan bisa mendapat laba atau keuntungan sesuai dengan apa yang diharapkan.

2.4.2. Penentuan Harga Pokok Produksi

Metode penentuan harga produksi ialah cara memperhitungkan unsur-unsur biaya kedalam harga produksi. Dalam memperhitungkan biaya kedalam harga pokok produksi terdapat dua pendekatan :

a. Metode Full Costing

Mulyadi (2012:17) menyatakan bahwa, “Full costing merupakan metode penentuan kos produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi ke dalam kos produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik, baik yang berperilaku variabel maupun tetap”.

Widilestariningtyas et al. (2012:16), mengatakan bahwa: Full costing merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik, baik variabel maupun tetap ditambah dengan biaya nonproduksi (biaya pemasaran, biaya administrasi dan umum).

Dari pengertian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa unsur harga pokok produk menurut metode ini meliputi :

Biaya bahan baku	Rp. xxx
Biaya tenaga kerja langsung	Rp. xxx
Biaya overhead pabrik tetap	Rp. xxx
Biaya overhead pabrik variable	<u>Rp. xxx</u> +
Harga pokok produksi	Rp. Xxx

Penentuan harga pokok produksi berdasarkan full costing pada umumnya ditujukan untuk kepentingan penyusunan laporan keuangan untuk pihak eksternal. Laporan laba rugi yang disusun dengan metode ini menitikberatkan pada penyajian unsur-unsur biaya menurut hubungan biaya dengan fungsi pokok yang ada di perusahaan yaitu fungsi produksi, fungsi pemasaran, serta fungsi administrasi dan umum. Dengan demikian laporan laba rugi menurut full costing akan tampak sebagai berikut:

Penjualan	Rp. xxx	
Harga pokok penjualan	<u>(Rp. xxx)</u> -	
Laba kotor atas penjualan		Rp. xxx
Biaya komersial: Pemasaran	Rp. xxx	
Administrasi dan umum	<u>Rp. xxx</u> -	
	<u>(Rp. xxx)</u> -	
Laba bersih		Rp. Xxx

b. Metode Variabel Costing

Mulyadi (2012: 18) menjelaskan bahwa, “Variable costing merupakan metode penentuan kos produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku variabel ke dalam kos produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik variabel.

Widilestariningtyas et al (2012: 67) menyatakan bahwa, “variable costing merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang hanya membebankan biaya-biaya produksi variabel saja ke dalam harga pokok produk. Metode variable costing ini dikenal dengan nama direct costing”. Biaya produksi yang bersifat tetap pada variable costing diperlakukan sebagai biaya periode akuntansi dimana biaya tersebut terjadi. Dari pengertian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa unsur harga pokok produk menurut metode ini meliputi:

Biaya bahan baku	Rp. xxx
Biaya tenaga kerja langsung	Rp. xxx
Biaya overhead pabrik variabel	<u>Rp. xxx +</u>
Harga pokok produksi	Rp. xxx

Penentuan harga pokok berdasarkan metode ini pada umumnya ditujukan untuk pihak manajemen dalam rangka pengambilan kebijakan harga. Laporan laba rugi yang disusun dengan metode ini menitik beratkan pada penyajian biaya sesuai dengan perilaku biaya dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan. Laporan laba rugi menurut metode variable costing akan tampak sebagai berikut:

Penjualan	Rp. xxx
Harga pokok penjualan variable	(Rp.xxx)

Batas kontribusi bersih	Rp. xxx
Biaya komersial variabel:	
Pemasaran variabel	Rp. xxx
Administrasi dan umum variabel	Rp. xxx
<u>(Rp.xxx)</u>	
Batas kontribusi bersih	Rp. xxx
Biaya tetap: Overhead pabrik	Rp. xxx
Pemasaran tetap	Rp. xxx
Administrasi dan umum tetap	Rp. xxx
<u>(Rp.xxx)</u>	
Laba bersih	Rp. xxx

2.4.3. Manfaat Informasi Harga Pokok Produksi

Dalam perusahaan yang memproduksi masaa, informasi harga pokok produksi yang dihitung untuk jangka waktu tertentu bermanfaat bagi manajemen untuk:

a. Menentukan Harga Jual Produk

Perusahaan yang memproduksi di massa memproses produknya untuk memenuhi persediaan di gudang. Dengan demikian biaya produksi dihitung untuk jangka waktu tertentu untuk menghasilkan informasi biaya produksi per satuan produk. Dalam penetapan harga jual produk, biaya produksi per unit merupakan salah satu informasi yang dipertimbangkan di samping informasi biaya lain serta informasi nonbiaya.

b. Memantau Realisasi Biaya Produksi

Jika rencana produksi untuk jangka waktu tertentu telah diputuskan untuk dilaksanakan, manajemen memerlukan informasi biaya produksi yang

sesungguhnya dikeluarkan di dalam pelaksanaan rencana produksi tersebut. Oleh karena itu, akuntansi biaya digunakan untuk memantau apakah proses produksi mengkonsumsi total biaya produksi sesuai dengan yang diperhitungkan sebelumnya. Pengumpulan biaya produksi untuk jangka waktu tertentu tersebut dilakukan dengan menggunakan metode harga pokok proses.

c. Menghitung Laba atau Rugi Bruto Periode Tertentu

Untuk mengetahui apakah kegiatan produksi dan pemasaran perusahaan dalam periode tertentu mampu menghasilkan laba bruto atau mengakibatkan rugi bruto, manajemen memerlukan informasi biaya produksi yang telah dikeluarkan untuk memproduksi produk dalam periode tertentu. Informasi laba atau rugi bruto periodik diperlukan untuk mengetahui kontribusi produk dalam menutup biaya nonproduksi dan menghasilkan laba atau rugi. Oleh karena itu, metode harga pokok proses digunakan oleh manajemen untuk mengumpulkan informasi biaya produksi yang sesungguhnya dikeluarkan untuk periode tertentu guna menghasilkan informasi laba atau rugi bruto tiap periode.

d. Menentukan Harga Pokok Persediaan Produk Jadi dan Produk Dalam Proses yang Disajikan Dalam Neraca

Pada saat manajemen dituntut untuk membuat pertanggungjawaban keuangan periodik, manajemen harus menyajikan laporan keuangan berupa neraca dan laporan laba rugi. Di dalam neraca, manajemen harus menyajikan harga pokok persediaan produk jadi dan harga pokok prroduk yang pada tanggal neraca masih dalam proses. Untuk tujuan tersebut, manajemen perlu menyelenggarakan catatan biaya produksi tiap periode. Berdasarkan catatan biaya produksi tiap periode tersebut manajemen dapat menentukan biaya produksi yang melekat pada

produk jadi yang belum laku dijual pada tanggal neraca. Disamping itu, berdasarkan catatan tersebut, manajemen dapat pula menentukan biaya produksi yang melekat pada produk yang pada tanggal neraca masih dalam proses pengerjaan. Biaya produksi yang melekat pada produk jadi yang belum laku dijual pada tanggal neraca disajikan dalam neraca sebagai harga pokok persediaan produk jadi. Biaya produksi yang melekat pada produk yang pada tanggal neraca masih dalam proses pengerjaan disajikan dalam neraca sebagai harga pokok persediaan produk dalam proses.

2.5 Penelitian Terdahulu

Tabel II.3
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	NAINGGOLAN (2012)	Analisis Pengaruh Harga Pokok Produksi Terhadap Penetapan Harga Jual Pada PT. Eastern Sumatera Indonesia Simalungun Pematang Siantar	Biaya produksi berpengaruh positif terhadap penetapan harga jual. Secara parsial ada pengaruh signifikansi antara biaya produksi dengan harga jual.
2.	TAMPUBOLON (2012)	Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Penentuan Harga Jual Pada PT. Mabar Feed Indonesia Medan	Biaya produksi berhubungan secara signifikan terhadap penetapan harga jual pakan ternak.

3.	BAKHTIAR (2012)	Evaluasi Harga Pokok Produksi Untuk Menetapkan Harga Jual Dan Laba Produksi Pada Usaha Pabrik Batu Bata Di Desa Paloh Lada	Hasil penelitian ini yaitu dapat diketahui harga pokok produksi batu bata sehingga lebih memudahkan ditetapkan harga jual produk dan laba. hasil analisis mengenai penerapan target <i>costing</i> , menunjukkan bahwa untuk menilai efisiensi biaya
----	--------------------	--	--

			produksi pada usaha Pabrik Batu Bata dapat digunakan dengan menggunakan pendekatan target <i>costing</i> , dimana dengan penerapan target <i>costing</i> maka perusahaan dapat memperoleh penghematan biaya sehingga laba bisa diperoleh sesuai dengan yang diharapkan.
--	--	--	---

Sumber: Data diolah peneliti 2018

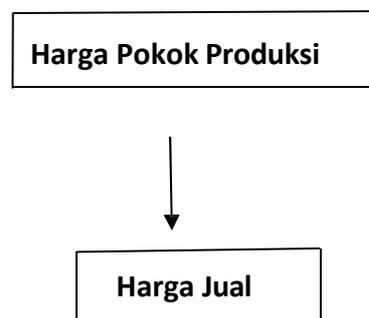
2.6 Kerangka Pemikiran

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

Menurut Nawawi (2005:40) kerangka pemikiran merupakan hasil pemikiran rasional yang bersifat kritis dalam memperkirakan kemungkinan hasil yang akan dicapai yang akan menuntun dalam merumuskan hipotesa dalam penelitian. Agar konsep-konsep tersebut dapat diteliti secara empiris, maka harus dioperasionalkan dengan mengubahnya menjadi variabel.

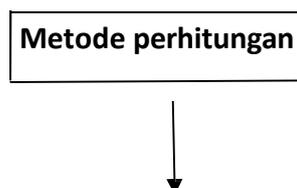
Setiap perusahaan pasti mempunyai tujuan yang ingin dicapai. Untuk mencapai tujuan tersebut perusahaan harus mempunyai strategi, salah satunya yaitu penentuan harga jual. Penelitian ini hanya mengkaji satu faktor biaya produksi saja yaitu harga pokok produksi yang meliputi biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Faktor biaya produksi sangat berperan dalam penentuan harga jual, agar harga jual sesuai dengan yang diinginkan maka harus memperhatikan biaya-biaya untuk memproduksi suatu produk. Dengan, memperhatikan biaya produksi tersebut

diharapkan akan tepat dalam penetapan harga jual, hal ini menunjukkan suatu keterkaitan antara biaya produksi dan harga jual.



Gambar II.1 kerangka pemikiran

Kerangka Pemikiran



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1. Jenis Penelitian

Menurut Punaji Setyosari, ia menjelaskan bahwa penelitian deskriptif adalah “Penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan atau mendeskripsikan suatu keadaan, peristiwa, objek apakah orang, atau segala sesuatu yang terkait dengan variabel-variabel yang bisa dijelaskan baik dengan angka-angka maupun kata-kata”.

3.1.2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan pada PT. Perkebunan Nusantara IV Medan. Jalan Letjen Suprpto No. 2 Medan 20122, Propinsi Sumatera Utara Indonesia.

Penelitian ini direncanakan mulai bulan November 2023 sampai dengan Desember 2023.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi

Menurut Sugiyono (2012) “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek dan subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Populasi yang akan diambil oleh peneliti adalah laporan keuangan pada PT. Perkebunan Nusantara IV Medan tahun 2018 dan tahun 2019

3.2.2. Sampel

Menurut Sugiyono (2012) “Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi”.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Biaya Produksi PT. Perkebunan Nusantara IV Medan tahun 2018 dan tahun 2019.

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1. Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yaitu sejumlah data berbentuk angka-angka yang diperoleh dari penelitian langsung dengan sampel yang dipilih serta laporan harga pokok produksi PT. Perkebunan Nusantara IV.

3.3.2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah data sekunder. Menurut Sugiono (2008;16) Data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bahan yang sudah jadi. Data sekunder berupa bukti, catatan atau laporan historis telah berbentuk dalam arsip (data sekunder) yang dipublikasikan. Sumber data yang diperoleh dari peneliti ini adalah laporan harga pokok produksi dari PT. Perkebunan Nusantara IV Medan.

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu:

1. Wawancara, yaitu melakukan tanya jawab kepada bagian yang terkait dalam perusahaan dengan masalah yang diteliti.
2. Dokumentasi, yaitu dengan mengumpulkan data yang berkaitan dengan biaya produksi dalam penetapan harga jual.

3.4 Teknik Analisis Data

Dalam menganalisis perusahaan-perusahaan atas masalah-masalah yang sebelumnya telah di uraikan pada sumber sebelumnya, maka untuk memecahkan masalah tersebut maka penulis menggunakan jenis metode Kuantitatif yang bersifat deskriptif yaitu merumuskan dan menapsirkan data serta bentuk-bentuk lain untuk memecahkan masalah dengan mengumpulkan, menyusun, mengklarifikasikan data dan menjadikan analisis sehingga memberikan suatu jawaban atas permasalahan yang dianalisis.

Teknik analisis data deskriptif dengan pendekatan teori yang berhubungan dengan harga pokok produksi, penentuan harga jual dengan rumus :

Biaya bahan baku langsung	xxx
Biaya tenaga kerja langsung	xxx
Biaya overhead pabrik	<u>xxx</u> +
Harga pokok produksi	xxx