

**ANALISA HARGA POKOK PRODUKSI DALAM MENENTUKAN
HARGA JUAL PADA PT. PERKEBUNAN NUSANTARA III
(PERSERO) MEDAN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Program Studi Akuntansi*

Oleh:

MEI REZKINA AMELIA
NPM: 130517080



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2017**

ABSTRAK

MEI REZKINA AMELIA, 130517080, Analisa Harga Pokok Produksi Dalam Menentukan Harga Jual Pada Pt. Perkebunan Nusantara III (persero) Medan, 2017, Skripsi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana harga pokok produksi dalam menentukan harga jual pada PT. Perkebunan Nusantara III (persero) Medan dan untuk mengetahui penurunan harga jual dari tahun 2014-2015. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan data yang digunakan berupa data sekunder (data harga pokok produksi dan data harga jual PT. Perkebunan Nusantara III (persero) Medan). Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik dokumentasi, yaitu dengan memperoleh data- data yang bersifat teoritis yang mencakup buku-buku bahan perkuliahan dan artikel atau jurnal yang mendukung bahan- bahan penelitian dan juga berupa laporan harga pokok produksi dan harga jual perusahaan. Teknik analisis data adalah analisis deskriptif yaitu teknik analisis data yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data, menjelaskan dan menganalisis sehingga memberikan informasi dan gambaran yang jelas mengenai masalah yang diteliti.

Hasil dari penelitian ini yaitu bahwa harga pokok produksi belum tentu dapat menentukan atau meningkatkan harga jual pada PT. Perkebunan Nusantara III (persero) Medan pada setiap tahun penurunan harga jual terjadi bukan karena harga pokok produksi melainkan biaya- biaya yang tidak dapat diminimalkan sehingga banyaknya beban dan kerugian yang terjadi dan pengiriman produk yang tidak tepat waktu, pemakaian bahan yang mengakibatkan pemborosan sehingga biaya yang tidak harusnya dikeluarkan justru jadi beban.

Kata Kunci: Harga PokokProduksi, Harga Jual

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Wr. WB

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran ALLAH SWT yang telah memberikaan rahmat dan karunia-NYA, serta tidak lupa shalawat dan salam penulis sampaikan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita dari alam kegelapan yang penuh dengan ketidaktahuan ke alam yang terang benderang dengan ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal yang berjudul “**Analisis harga pokok produksi dalam menentukan harga jual pada PT.Perkebunan Nusantara III (persero) Medan**” , penelitian ini dilakukan sebagai salah satu dan syarat menyelesaikan pendidikan pada fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Terwujudnya proposal ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, untuk itu penulis mengucapkan terimah kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan proposal ini.

1. Ayahanda tercinta Alm Ir.Ramlan parinduri dan ibunda Lismarni sormin serta kakak saya Nora Nauli Mutiara yang telah memotivasi agar menjadi orang yang kuat,berguna bagi keluarga dan orang banyak.
2. Bapak Dr. Agussani, M.AP., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan.

3. Bapak Zulaspan Tupti, S.E., M.Se., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Elizar Sinambela S.E., M.Si., di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Sucipto selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing saya dalam proses penyelesaian skripsi ini.
6. Seluruh Dosen, Pegawai beserta Staf Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah banyak membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini berupa waktu maupun motivasi.
7. Seluruh staf pengajar dan Biro Akademik Fakultas Ekonomi UMSU.
8. Seluruh karyawan pimpinan dan pelaksanaan Bagian Tanaman PT. Perkebunan Nusantara III Medan khususnya kepada Ibu Lia Susanti, SP Pak Billy Aryadi, SP, Pak Waris Setiawan SP, Pak Faisal Bahriansyah Nst, Pak Budi Arianto, Pak Bambang Sutisno, Pak Seniman, Pak Kresnadi, dan lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu terima kasih banyak telah memberikan kesempatan dan bimbingan kerja kepada penulis.
9. Kepada sahabat saya Ingke Ruhwani, Fitri Yulandari, Dewi Isnaini, seseorang yang selalu di hati serta teman-teman stambuk 2013 yang telah membantu, memberikan motivasi dan doanya sehingga dapat menyelesaikan proposal ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan proposal skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan dan keterbatasan, baik dalam teknik penyajian materi

maupun pembahasan. Demi kesempurnaan proposal skripsi ini, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan.

Akhir kata penulis mengucapkan banyak terima kasih semoga proposal skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak khususnya bagi peneliti sendiri, Amin.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Medan, 2017

Penulis

MEI REZKINA AMELIA

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Batasan Masalah.....	5
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II LANDASAN TEORI	
A. URAIAN TEORI	
1. Harga Pokok Produksi	
a. Pengertian Harga pokok produksi.....	7
b. Unsur-unsur harga pokok produksi.....	8
c. Metode perhitungan harga pokok produksi.....	9
d. Tujuan dan Manfaat harga pokok produksi.....	15
e. Perhitungan harga pokok produksi.....	17
2. Harga Jual	
a. Pengertian Harga Jual.....	18
b. Sasaran Penetapan Harga Jual.....	20
c. Strategi Penentuan Harga Jual.....	21

d. Tujuan Penentuan harga jual	23
e. Faktor-faktor yang mempengaruhi harga jual.....	25
f. Penentuan Markup	30
3. Penelitian Terdahulu	32
B. Kerangka Berfikir	33
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan Penelitian	34
B. Defenisi Operasional.....	34
C. Tempat dan Waktu Penelitian.....	35
D. Jenis dan Sumber Data.....	36
E. Teknik Pengumpulan Data.....	36
F. Teknik Analisa Data.....	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	
1. Deskripsi Data	38
2. Analisa Data	39
B. Pembahasan	
1. Harga Pokok Produksi Dalam Menentukan Harga Jual Karet pada PT. Perkebunan Nusantara III (persero) Medan.....	37
2. Faktor Yang Mengakibatkan Penurunan Harga Jual pada PT. Perkebunan Nusantara III Medan.....	39
C. Kesimpulan dan Saran	
A. Kesimpulan.....	41

B. Saran.....42

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

TABEL I.I.....	4
TABEL II.I.....	26
TABEL III.I.....	29
TABEL IV.I.....	32
TABEL IV.II.....	34
TABEL IV.III.....	36

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR II.I	27
GAMBAR IV.I.....	34
GAMBAR IV.II	35

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sebagian besar perusahaan pada umumnya bertujuan untuk mendapatkan keuntungan yang optimum. Untuk memperoleh keuntungan atau laba yang optimum, khususnya untuk perusahaan manufaktur, peranan perhitungan pokok produksi dan perhitungan harga jual yang sangat berperan, hal ini berkaitan dengan persaingan harga jual produk dengan perusahaan- perusahaan lain yang sejenis. Akuntansi Biaya dalam perhitungan harga pokok produksi berperan menetapkan, menganalisa, dan melaporkan pos-pos biaya yang mendukung laporan keuangan sehingga dapat menunjukkan data yang wajar. Akuntansi biaya menyediakan data- data biaya untuk berbagai tujuan maka biaya- biaya yang terjadi dalam perusahaan harus digolongkan dan dicatat dengan sebenarnya, sehingga memungkinkan perhitungan harga pokok produksi secara teliti.

Berdasarkan perhitungan harga pokok produksi yang benar dari suatu produk akan dapat mengurangi ketidakpastian dalam penentuan harga jual. Harga pokok produksi biasanya terdiri dari dua jenis biaya yaitu biaya produksi dan biaya non produksi. Perhitungan harga pokok produksi yang tepat dan akurat merupakan hal yang perlu dilakukan oleh setiap perusahaan, karena tanpa adanya perhitungan harga pokok produksi yang tepat dan akurat, perusahaan manufaktur yang bersangkutan akan masalah dalam penentuan harga jual suatu produk. Bagi perusahaan dengan tujuan mencapai laba optimum, harga jual dan realisasi biaya produksi berpengaruh sangat besar terhadap ukuran keberhasilan pencapaian tujuan perusahaan yang bersangkutan dan memenangkan persaingan yang

semakin tajam dengan perusahaan lain yang sejenis. Salah satu faktor yang sangat penting untuk mencapai hal tersebut adalah dengan mengefesiansikan biaya produksi serendah- rendahnya sehingga akan memperbesar laba. Strategi efisiensi biaya produksi dan penetapan harga jual yang tepat harus diimbangi dengan peningkatan mutu produksi dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga memiliki nilai kompetitif yang tinggi dengan produk-produk perusahaan lain yang sejenis.

Kegiatan produksi memerlukan pengorbanan sumber ekonomi berbagai jenis biaya untuk menghasilkan produk yang akan dipasarkan. Biaya- biaya ini akan menjadi dasar dalam penentuan harga pokok produksi(HPP). Elemen-elemen yang membentuk Harga Pokok Produksi dapat dikelompokkan menjadi tiga golongan besar yakni Bahan Baku Langsung, Tenaga Kerja Langsung, dan Biaya Overhead Pabrik. Ketiga biaya tersebut harus dicatat dan diklasifikasikan secara cermat sesuai dengan jenis dan sifat biaya tersebut. Hal ini dimaksudkan untuk mempermudah perusahaan, mengetahui berapa besarnya biaya sebenarnya yang dikeluarkan perusahaan untuk menghasilkan produk yang disebut dengan harga pokok produksi. Harga pokok produksi dalam industry merupakan bagian terbesar dari biaya yang harus dikeluarkan perusahaan. Jika informasi biaya untuk pekerjaan atau proses tersedia dengan cepat, maka manajemen mempunyai dasar yang kuat untuk merencanakan kegiatannya. Bustami dan Nurlela (2013:4) mendefenisikan “Harga Pokok Produksi adalah kumpulan biaya produksi yang terdiri dari bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik ditambah persediaan produk dalam proses awal dan dikurang persediaan produk dalam proses akhir. Harga pokok produksi terikat pada periode tertentu”.

Harga pokok produksi akan sama dengan biaya produksi apabila tidak ada persediaan produk dalam proses awal dan akhir.

Witjaksono (2006:10) menyatakan bahwa “harga pokok adalah sejumlah nilai aktiva, tetapi apabila selama tahun berjalan aktiva tersebut dimanfaatkan untuk membantu memperoleh penghasilan”.

Krismiaji dan Aryani (2011:17) menyatakan bahwa “biaya atau cost adalah kas atau ekuivalen kas yang dikorbankan untuk membeli barang atau jasa yang diharapkan akan memberikan manfaat bagi perusahaan saat sekarang atau untuk periode mendatang”.

Warindrani (2006:17) menyatakan pada umumnya perusahaan mengklasifikasikan “biaya sebagai dasar penetapan harga pokok produksi menjadi dua yaitu biaya produksi dan biaya non produksi”.

Krismiaji dan Aryani (2011:324) menyatakan bahwa “pendekatan umum 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 harga pokok untuk menentukan harga jual.

Objek penelitian yaitu PT. Perkebunan Nusantara III (persero) Medan adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang Agro industry mengusahakan perkebunan dan pengolahan komoditas kelapa sawit, karet dan lain-lain yang mencakup pengolahan areal dan tanaman, kebun bibit, dan pemeliharaan tanaman menghasilkan, pengolahan pemasaran komoditas menjadi bahan baku industry, pemasaran komoditas yang dihasilkan dan kegiatan pendukung lainnya.

Perusahaan ini juga melakukan kegiatan ekspor, dimana barang yang di hasilkan juga dijual hingga keluar negeri. Berikut ini adalah data harga pokok produksi dan harga jual pada PT.Perkebunan Nusantara III (persero) Medan.

Tabel 1.1
Harga Pokok Produksi dan Harga Jual Karet
Tahun 2011- 2015

TAHUN	HARGA POKOK PRODUKSI	HARGA JUAL
	KARET	KARET
2011	15.539,87	38.228,26
2012	16.859,43	29.706,66
2013	19.026,87	27.631,86
2014	19.182,42	22.789,93
2015	17.702,94	19.470,30

Sumber data : laporan hpp dan harga jual karet PT. Perkebunan Nusantara III

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa harga pokok produksi perkg karet mengalami fluktuasi dari tahun ke tahun 2011- 2015. Pada tahun 2012 hhp/kg karet mengalami kenaikan sebesar 1.320 (16.859-15.540) namun harga jual karet pada tahun 2012 mengalami penurunan yang cukup besar yaitu sebesar 8.521 (38.229-29.707). Pada tahun 2013 hpp/kg karet juga mengalami kenaikan 2.167 (16.859-19.027) tetapi harga jual/kgnya mengalami penurunan 2.075 (29.707-27.639) dan pada tahun 2014 hpp/kg karet mengalami kenaikan 155 (19.027-19.182) akan tetapi harga jual/kgnya mengalami penurunan yang cukup besar yaitu 4.812 (27.632-22.790).

Dari uraian diatas, penulis tertarik membuat skripsi yang berjudul “Analisa Harga Pokok Produksi dalam Menentukan Harga Jual pada PT.Perkebunan Nusantara III (Persero) Medan.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis mengidentifikasi masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Terjadinya kenaikan harga pokok produksi dari tahun 2011- 2015 menunjukkan biaya produksi yang tidak efisien.
2. Harga pokok produksi karet yang semakin meningkat mengakibatkan perusahaan menetapkan harga jual rendah tahun 2011- 2015 sehingga pendapatan dan laba semakin menurun.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan maka permasalahan yang ingin penulis kemukakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Faktor- faktor apa saja yang mengakibatkan penurunan harga jual karet dari tahun 2012-2014?
2. Bagaimana harga pokok produksi dapat meningkatkan harga jual dan karet?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan batasan yang telah dikemukakan maka penulis memiliki tujuan penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui faktor- faktor apa yang mengakibatkan penurunan harga jual karet dari tahun 2011- 2015

2. Untuk mengetahui bagaimana penurunan harga jual karet dari tahun 2011-2015.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman lebih mendalam dan kemampuan berfikir serta kemampuan menganalisa setiap permasalahan yang dihadapi terutama dalam hal menentukan harga pokok produksi dan harga jual perusahaan.
2. Bagi perusahaan, sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi PT. Perkebunan Nusantara III (persero) Medan dalam mengambil langkah-langkah dan kebijakan dalam menentukan harga pokok produksi dan harga jual pada masa yang akan datang supaya dapat bekerja seoptimal mungkin serta tercapai tujuan perusahaan.
3. Bagi pihak lain, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi bagi peneliti yang akan melakukan penelitian dalam bidang harga pokok produksi dan harga jual dimasa yang akan datang.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Uraian Teoritis

1. Harga Pokok Produksi

a. Pengertian Harga Pokok Produksi

Pengertian Harga Pokok Produksi menurut Bustami dan Nurlela (2006:60) adalah kumpulan biaya yang terdiri dari bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik ditambah persediaan produk dalam proses awal dikurang persediaan produk dalam proses. Harga pokok produksi terikat pada periode waktu tertentu.

Menurut Hansen dan Mowen (2012:60) pengertian Harga pokok produksi yaitu harga pokok produksi mencerminkan total biaya yang diselesaikan selama periode berjalan. Biaya yang hanya dibebankan kebarang yang diselesaikan adalah biaya manufaktur bahan langsung, tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik.

RA. Supriyono mendefenisikan harga pokok produksi sebagai berikut: jumlah biaya produksi yang melekat pada produk atau barang yang dihasilkan yang diukur dalam satuan mata uang dalam bentuk kas yang dibayarkan atau nilai jasa yang diserahkan atau dikorbankan, atau hutang yang timbul , atau tambahan modal yang diperlukan perusahaan dalam rangka proses produksi baik pada masa lampau maupun madsa yang akan datang.

Menurut Cashin dan Polimeni (1986:34) “Harga pokok produksi merupakan biaya yang secara langsung berkaitan dengan biaya bahan baku, upah langsung dan biaya *overhead* pabrik yang dikeluarkan dalam proses produksi”.

Dapat disimpulkan bahwa harga pokok produksi merupakan semua biaya yang telah dikorbankan dalam proses produksi atau kegiatan mengubah bahan menjadi produk jadi yang meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik. Biaya- biaya yang tidak berhubungan dengan unit yang masuk dalam penentuan harga pokok produksi merupakan biaya non produksi.

b. Unsur-unsur Harga Pokok Produksi

Untuk menentukan harga pokok produksi yang mutlak di perlukan dasar penilaian dan penentuan laba rugi periodik. Biaya produksi perlu diklarifikasikan menurut jenis dan obyek pengeluarannya. Hal ini penting agar pengumpulan data biaya dan alokasinya yang sering kali menuntut adanya ketelitian yang tinggi, seperti misalnya penentuan tingkat penyelesaian produk dalam proses pada produksi secara massal dapat dilakukan dengan mudah. Biaya produksi adalah biaya yang digunakan dalam proses produksi yang terdiri dari biaya bahan baku langsung, tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik.

Menurut Bustami dan Nurlala (2013:4) unsur-unsur harga pokok produksi sebagai berikut:

1. Biaya Bahan Baku Langsung

Biaya bahan baku langsung adalah bahan baku yang merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari produk selesai dan dapat ditelusuri langsung kepada produk selesai.

Contoh: karet dalam pembuatan ban, kelapa sawit dalam pembuatan minyak

2. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Tenaga kerja langsung adalah tenaga kerja yang digunakan dalam merubah atau mengonversi bahan baku menjadi produk selesai dan dapat ditelusuri secara langsung kepada produk selesai.

3. Biaya Overhead Pabrik

Biaya overhead pabrik adalah biaya selain bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung tetapi membantu dalam mengubah bahan menjadi produk selesai. Biaya ini tidak dapat ditelusuri secara langsung kepada produk selesai. Biaya overhead dapat dikelompokkan menjadi elemen :

a. Bahan tidak langsung (bahan pembantu atau penolong)

Bahan tidak langsung adalah bahan yang digunakan dalam penyelesaian produk tetapi pemakaiannya relatif lebih kecil dan biaya ini tidak dapat ditelusuri secara langsung kepada produk selesai.

b. Tenaga kerja tidak langsung

Tenaga kerja tidak langsung adalah tenaga kerja yang membantu dalam pengolahan produk selesai, tetapi tidak dapat ditelusuri langsung kepada produk selesai.

Contoh: Gaji satpam pabrik, Gaji pengawas pabrik, pegawai bagian gudang pabrik dan pegawai pabrik.

c. Biaya tidak langsung lainnya

Biaya tidak langsung lain adalah biaya selain bahan tidak langsung dan tenaga kerja tidak langsung yang membantu dalam pengolahan produk selesai, tetapi tidak dapat ditelusuri langsung kepada produk selesai.

Contoh: listrik pabrik, sewa pabrik, penyusutan pabrik, asuransi pabrik, gaji akuntan pabrik, reparasi mesin dan peralatan pabrik.

c. Metode Perhitungan Harga Pokok Produksi

Menurut Mulyadi (2007: 18) metode penentuan harga pokok produk adalah menghitung semua unsur biaya kerja dalam harga pokok produksi. Ada dua jenis utama dalam membebankan biaya ke produk. Kedua jenis tersebut adalah:

1. Metode penentuan **Harga Pokok Pesanan** (*Job Order Costing*)

Supriyono (1987: 217) menyebutkan harga pokok pesanan adalah metode pengumpulan harga pokok produksi yang biayanya

dikumpulkan untuk setiap pesanan atau kontrak atau jasa secara terpisah dan setiap pesanan atau kontrak dapat dipisahkan identitasnya. Proses produksi akan dimulai setelah ada pesanan dari langganan melalui dokumen pesanan penjualan yang memuat jenis dan jumlah produk yang dipesan, spesifikasi pesanan, tanggal pesanan diterima dan harus diserahkan.

2. Metode penentuan Harga pokok proses

Supriyono (1987:217) menyebutkan metode harga pokok proses adalah metode pengumpulan harga pokok produksi yang biayanya dikumpulkan untuk setiap satuan waktu tertentu. Pada metode ini perusahaan menghasilkan produk yang homogen dan jenis produk bersifat standar. Ada dua metode yang namun digunakan yaitu metode weighted average cost) dan metode first in first out (FIFO). Daljono (2009:34) menyebutkan pada metode ini yang menjadi obyek biayanya adalah produk yang bersifat massa dimana tiap unitnya identik. Tujuan produksinya bukan untuk memenuhi pesanan pelanggan, akan tetapi untuk persediaan barang jadi yang disimpan digudang barang jadi dan nantinya dijual ke konsumen.

Ada tiga metode perhitungan harga pokok produksi :

a) Metode Harga Pokok Sesungguhnya

Dalam metode ini perhitungan harga pokok produksi per unit berdasarkan biaya bahan baku sesungguhnya, biaya tenaga kerja langsung sesungguhnya, dan biaya overhead pabrik sesungguhnya. Metode ini juga biasanya digunakan pada metode harga pokok proses yang menggunakan pencatatan persediaan produk jadi dengan metode periodik.

b) Metode Harga Pokok Normal

Pada metode ini, biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung berdasarkan biaya sesungguhnya karena biaya tersebut mudah untuk ditelusuri kepada produk tertentu, dan biaya overhead pabrik menggunakan tarif pembebanan di muka. Metode ini biasanya digunakan pada metode harga pokok pesanan yang menggunakan pencatatan persediaan produk jadi dengan metode perpetual.

c) Metode Harga Pokok Standar

Dalam metode ini, perusahaan terlebih dahulu harga pokok produk per unit dengan menggunakan standart tertentu, sehingga harga pokok per unit bukan harga pokok sesungguhnya, tetapi harga pokok yang seharusnya. Metode ini biasanya digunakan pada perusahaan yang memproduksi secara massal dan menggunakan pencatatan persediaan produk jadi dengan metode perpetual.

Menurut Muyadi (1999,) dalam memperhitungkan unsur-unsur biaya kedalam harga pokok produksi terdapat dua pendekatan, yaitu :

1. Full Costing

Merupakan metode penentuan harga pokok yang memperhitungkan semua unsur biaya kedalam harga pokok produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik baik yang berperilaku variabel maupun yang berperilaku tetap. Dan juga ditambah dengan biaya non produksi yang terdiri dari biaya Administrasi & umum dan biaya pemasaran.

Dengan demikian harga pokok produksi menurut metode *Full Costing* terdiri dari unsur biaya produksi berikut ini:

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

Harga pokok produksi yang dihitung dengan pendekatan *Full Costing* terdiri dari unsur harga pokok produksi (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik variabel, dan biaya overhead pabrik tetap) ditambah dengan biaya nonproduksi (biaya pemasaran, biaya administrasi dan umum).

Biaya bahan baku	xxxxx
Biaya tenaga kerja langsung	xxxxx
Biaya overhead pabrik variabel	xxxxx
Biaya overhead pabrik tetap	<u>xxxxx +</u>
Harga pokok produksi	xxxxx
Biaya administrasi dan umum	xxxxx
Biaya pemasaran	<u>xxxxx +</u>
Biaya nonproduksi	<u>xxxxx +</u>
Total harga pokok produk	xxxxx

b. Variabel costing

Merupakan metode penentuan Harga Pokok Produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku Variabel kedalam Harga Pokok Produksi, yang terdiri dari Biaya Bahan Baku, Biaya tenaga kerja langsung, dan Biaya Overhead Pabrik Variabel. Harga Pokok Produk yang dihitung dengan pendekatan Variabel Costing terdiri dari unsur Harga Pokok Produksi Produksi Variabel ditambah dengan biaya non produksi variabel (Biaya Overhead Pabrik tetap, Biaya administrasi dan umum tetap). Dengan demikian harga pokok produksi menurut metode *Variable Costing* terdiri dari unsur biaya produksi sebagai berikut ini:

Biaya bahan baku	XXXXX
Biaya tenaga kerja variabel	XXXXX
Biaya overhead pabrik variabel	<u>XXXXX +</u>
Harga pokok produksi	XXXXX

Harga pokok produk yang dihitung dengan pendekatan *Variable Costing* terdiri dari unsur harga pokok produksi variabel (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik variabel) ditambah dengan biaya nonproduksi variabel (biaya pemasaran variabel dan biaya administrasi dan umum variabel) dan biaya tetap (biaya overhead pabrik tetap, biaya pemasaran tetap, biaya administrasi dan umum tetap).

Biaya bahan baku	XXXXX
Biaya tenaga kerja variabel	XXXXX
Biaya overhead pabrik variabel	<u>XXXXX +</u>
Harga pokok produksi variabel	XXXXXX
Biaya administrasi dan umum variabel	XXXXX
Biaya pemasaran variabel	<u>XXXXX+</u>
Biaya nonproduksi variabel	XXXXX
Biaya overhead pabrik tetap	XXXXX
Biaya administrasi dan umum tetap	XXXXX
Biaya pemasaran tetap	<u>XXXXX +</u>
Biaya tetap	<u>XXXXX+</u>
Total harga pokok produk	XXXXX

d. Tujuan dan Manfaat Harga Pokok Produksi

Pada dasarnya tujuan penentuan harga pokok produksi adalah untuk menentukan secara tepat jumlah biaya perunit produk jadi, sehingga dapat diketahui laba atau rugi suatu perusahaan per periode. Menurut Mulyadi (2007: 41) manfaat dari penentuan harga pokok produksi secara garis besar adalah:

1. Menentukan Harga Jual Produk

Perusahaan yang memproduksi massal produknya untuk memenuhi persediaan di gudang dengan demikian biaya produksi dihitung untuk jangka waktu tertentu untuk menghasilkan informasi biaya produksi per satuan produk. Penentuan Harga Jual produk, biaya produksi per unit merupakan salah satu data yang dipertimbangkan disamping data biaya lain serta data non biaya.

2. Memantau Realisasi Biaya Produksi

Manajemen memerlukan biaya informasi biaya produksi yang sesungguhnya dikeluarkan dibandingkan dengan rencana produksi yang telah ditetapkan, oleh sebab itu akuntansi biaya digunakan dalam jangka waktu tertentu untuk memantau apakah produksi mengkonsumsi total biaya produksi sesuai dengan yang diperhitungkan sebelumnya.

3. Menghitung Laba Rugi Periodik

Guna mengetahui apakah kegiatan produksi dan pemasaran perusahaan dalam periode tertentu mampu menghasilkan laba bruto. Manajemen memerlukan ketepatan penentuan laba periodik,

sedangkan laba periodik yang tepat harus berdasarakan informasi biaya dan penentuan biaya yang tepat pula.

4. Menentukan Harga Pokok Persediaan Produk Jadi dan produk dalam proses yang disajikan dalam Neraca

Saat manajemen dituntut untuk membuat pertanggungjawaban perperiode. Manajemen harus menyajikan laporan keuangan berupa neraca dan laba rugi yang menyajikan harga pokok persediaan produk jadi dan harga pokok yang pada tanggal neraca yang masih dalam proses. Berdasarkan catatan biaya produksi yang masih melekat pada produk jadi yang belum dijual pada tanggal neraca serta dapat diketahui biaya produksinya. Biaya yang melekat pada produk jadi pada tanggal neraca disajikan dalam harga pokok persediaan produk jadi. Biaya yang melekat pada produk jadi yang pada tanggal neraca masih dalam proses pengerjaan disajikan dalam neraca sebagai harga pokok persediaan produk dalam proses.

e. Perhitungan Harga Pokok Produksi

Perhitungan harga pokok produksi sangat penting bagi perusahaan untuk menentukan laba/rugi.

Adapun cara perhitungan harga pokok produksi yaitu:

Persediaan bahan awal		Rp.....
Pembelian bahan	Rp.....	
Ongkos angkut pembelian	<u>Rp.....(+)</u>	
	Rp.....	
Retur dan potongan pembelian	<u>Rp.....(-)</u>	
Pembelian bersih	<u>Rp.....(+)</u>	
Bahan tersedia untuk dipakai		Rp.....
Kurang:		
Bahan penolong	Rp.....	
Persediaan bahan akhir	<u>Rp.....(+)</u>	
	<u>RP.....(-)</u>	
Bahan baku langsung digunakan		Rp.....
Tenaga kerja langsung		Rp.....
Bop :		
Bahan penolong	Rp.....	
Bop lain-lain	Rp.....	
Total bop	<u>Rp.....(+)</u>	
Biaya produksi		Rp.....
Persediaan produk dalam proses awal		<u>RP.....(+)</u>
Persediaan produk dalam proses akhir	<u>Rp.....(-)</u>	
Harga Pokok Produksi		Rp.....

B. Harga Jual

a. Pengertian Harga Jual

Harga jual adalah sejumlah kompensasi (uang ataupun barang) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi barang atau jasa. Perusahaan selalu menetapkan harga produknya dengan harapan produk tersebut laku terjual dan boleh memperoleh laba yang maksimal. Hansen dan Mowen (2001:633) mendefinisikan “harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan”. Menurut Mulyadi (2001:78) “pada prinsipnya harga jual harus dapat menutupi biaya penuh ditambah dengan laba yang wajar. Harga jual sama dengan biaya produksi ditambah mark-up”.

Harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan. (Supriyono, 2001:314).

Mulyadi (2005:65) mendefinisikan harga jual adalah harga yang dapat menutup semua biaya (biaya produksi dan nonproduksi) ditambah dengan laba yang wajar, umumnya biaya tidak menentukan harga jual produk atau jasa. Perusahaan yang berproduksi massa memproses produknya untuk memenuhi persediaan di gudang. Dengan demikian biaya produksi dihitung untuk jangka waktu tertentu untuk menghasilkan informasi biaya lain serta informasi non biaya.

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa harga jual adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi suatu barang atau jasa

ditambah dengan persentase laba yang diinginkan perusahaan, karena itu untuk mencapai laba yang diinginkan oleh perusahaan salah satu cara yang dilakukan untuk menarik minat konsumen adalah dengan cara menentukan harga yang tepat untuk produk yang terjual. Harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk suatu barang dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.

Perusahaan melakukan penetapan harga dengan berbagai cara. Pada perusahaan-perusahaan kecil harga biasanya ditetapkan oleh manajemen puncak bukannya oleh bagian pemasaran. Sedangkan pada perusahaan-perusahaan besar penetapan harga biasanya ditangani oleh manajer divisi dan lini produk. Bahkan manajemen puncak juga menetapkan tujuan dan kebijakan umum penetapan harga serta memberikan persetujuan atas usulan harga dari manajemen bawahannya.

Ada sejumlah cara dalam menetapkan harga, tetapi cara apapun yang digunakan seharusnya memperhitungkan faktor-faktor situasional. Faktor-faktor itu meliputi:

1. Strategi perusahaan dan komponen-komponen lain didalam bauran pasaran.
2. Perluasan produk sedemikian rupa sehingga produk dipandang berbeda dari produk-produk lain yang bersaing dalam mutu atau tingkat pelayanan konsumen.
3. Biaya dan harga pesaing.
4. Ketersediaan dan harga dari produk pengganti.

b. Sasaran Penetapan Harga jual

Para pemasar berusaha untuk mencapai sasaran tertentu melalui komponen-komponen penetapan harga. Beberapa perusahaan mencoba untuk meningkatkan keuntungan dengan menetapkan harga rendah untuk menarik bisnis baru. Menurut Boone dan Kurtz (2002:70) “ada empat kategori dasar atau sasaran penetapan harga, yaitu: 1) profitabilitas, 2) volume, 3) tingkat kompetisi, dan 4) pretise”.

1) Sasaran profitabilitas

Sebagian besar perusahaan mengejar sejumlah sasaran profitabilitas dalam strategi penetapan harganya. Para pemasar mengerti bahwa laba diperoleh dari selisih pendapatan dan beban. Dan juga pendapatan merupakan harga jual dikalikan dengan jumlah yang terjual. Berbagai teori ekonomi mendasari prinsip maksimalisasi keuntungan (*profit maximization*). Akan tetapi pada kenyatannya prinsip ini masih sulit diterapkan. Maka banyak perusahaan beralih pada sasaran profitabilitas yang lebih sederhana, yaitu *Target Return Goal*, dimana perusahaan menetapkan harga dengan tingkat profitabilitas yang diinginkan sebagai pengembalian finansial atas penjualan ataupun investasi.

2) Sasaran volume

Pendekatan yang lain dalam strategi penetapan harga disebut maksimalisasi penjualan (*sales maximization*), para manajer menetapkan tingkat minimum profitabilitas yang dapat diterima dan kemudian menetapkan harga yang akan menghasilkan volume penjualan tertinggi tanpa menyebabkan laba turun di bawah level itu. Strategi ini memandang

ekspansi penjualan sebagai suatu prioritas yang lebih penting bagi posisi persaingan jangka panjang perusahaan daripada laba jangka pendek

3) Tingkat Kompetisi

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

4) Sasaran Prestise.

Pengaruh harga pada prestise membuat sebuah harga menjadi relatif tinggi untuk mengembangkan dan menjaga sebuah citra dari kualitas dan eksklusivitas. Para pemasar menetapkan sasaran tersebut karena mereka mengakui peran harga dalam mengkomunikasikan citra suatu perusahaan dan produk-produknya.

c. Strategi Penentuan Harga Jual

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.

1) Penentuan harga berdasarkan biaya produksi

Pada strategi ini, perusahaan menentukan harga untuk sebuah produk dengan mengestimasi biaya per unit untuk memproduksi produk tersebut dan menambahkan suatu kenaikan. Jika metode ini digunakan, perusahaan

harus mencatat semua biaya yang melengkapi produksi sebuah produk dan berada di dalam skala ekonomis, harga harus cukup rendah agar dapat mencapai volume tingkat penjualan yang tinggi sehingga biaya produksi mengalami penurunan.

2) Penentuan harga berdasarkan suplai persediaan

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

3) Penentuan harga berdasarkan harga pesaing Penentuan harga berdasarkan harga pesaing dibagi atas tiga yaitu:

- a. 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.
- b. Penentuan harga *defensive*, dimana perusahaan menurunkan harga produk untuk mempertahankan pangsa pasarnya. Selain itu beberapa perusahaan juga menurunkan harga untuk menyerang pesaing baru yang masuk ke dalam pasar, disebut dengan biaya predatori.
- c. Penentuan harga *prestise*, harga prestise ditentukan dengan tujuan untuk memberikan kesan lini terbaik bagi produk perusahaan.

Perusahaan yang memiliki diversifikasi bauran produk akan menggunakan strategi penetrasi harga pada beberapa produk dan penentuan harga prestise untuk produk lainnya.

d. Tujuan Penentuan Harga Jual

Tujuan penentuan harga jual ada bermacam-macam. Tujuan penentuan harga jual yang dilakukan perusahaan terhadap produk yang dihasilkan adalah sebagai berikut (Kotler, 1996:356):

1. Kelangsungan hidup perusahaan.

Perusahaan menetapkan tujuan ini apabila menghadapi kelebihan kapasitas produksi, persaingan yang ketat atau perubahan selera konsumen. Dalam hal ini, bertahan hidup lebih utama daripada menghasilkan keuntungan. Demi kelangsungan hidup perusahaan, disusun strategi dengan menetapkan harga jual yang rendah dengan asumsi pasar akan peka terhadap harga.

2. Peningkatan arus keuntungan.

Perusahaan dapat memaksimalkan laba jangka pendek apabila perusahaan lebih mementingkan prestasi keuangan jangka pendeknya dibandingkan jangka panjang. Perusahaan mempunyai keuntungan untuk menetapkan harga yang dapat memaksimalkan laba jangka pendek dengan anggapan bahwa terdapat hubungan antara permintaan dan biaya dengan tingkatan harga yang akan menghasilkan laba maksimum yang ingin dicapai.

3. Kepemimpinan kualitas produk.

Dalam hal ini, perusahaan menetapkan harga yang tinggi supaya kualitas produksi tetap terjamin. Ada kemungkinan perusahaan mempunyai keinginan untuk memasarkan produk dengan kualitas tinggi atau ingin menjadi pemimpin dalam kualitas produk di pasarnya. Pada umumnya perusahaan semacam ini menetapkan harga yang tinggi dengan tujuan agar dapat menutup tingginya biaya dalam menghasilkan mutu produk yang tinggi.

4. Meningkatkan penjualan.

Peningkatan penjualan akan mempengaruhi penerimaan perusahaan, jumlah produksi dan laba perusahaan. Perusahaan selalu menginginkan jumlah penjualan yang tinggi untuk menunjang kelangsungan hidupnya. Peningkatan penjualan dapat dilakukan melalui bauran pemasaran yang agresif. Pengembangan produk dengan memperbaiki atau menawarkan produk-produk baru dapat meningkatkan penjualan. Pada satu sisi, perusahaan dapat meningkatkan volume penjualan dengan tetap mempertahankan tingkat labanya. Sedangkan di sisi lain, manajemen dapat memutuskan untuk meningkatkan volume penjualan melalui strategi pemotongan harga atau penetapan harga yang agresif dengan menanggung resiko.

5. Mempertahankan dan meningkatkan bagian pasar. Salah satu strategi yang dapat ditempuh perusahaan adalah mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar. Banyak perusahaan menetapkan

harga yang rendah untuk mempertahankan dan memperbesar pangsa pasar.

6. Menstabilkan harga.

Perusahaan berupaya menstabilkan harga dengan tujuan untuk menghindari adanya perang harga pada waktu permintaan meningkat atau menurun (tidak stabil).

Oleh karena itu perusahaan perlu menentukan tujuan utama agar fokus perusahaan menjadi lebih jelas. Untuk mencapai tujuan-tujuan tersebut di atas ada beberapa hal yang perlu dipertimbangkan.

e. Faktor- faktor yang Mempengaruhi Harga Jual

Banyak faktor yang mempengaruhi pembuatan keputusan penentuan harga jual baik dari lingkungan internal maupun dari lingkungan eksternal perusahaan.

Faktor-faktor tersebut antara lain adalah sebagai berikut:

1. Faktor Bukan Biaya

Faktor bukan biaya ini meskipun sulit diukur dan diramalkan namun harus juga dipertimbangkan dalam penentuan harga jual. Faktor bukan biaya biasanya merupakan faktor yang berasal dari luar perusahaan yang dapat mempengaruhi keputusan manajemen dalam menentukan harga jual. Faktor-faktor tersebut antarlain adalah :

a. Keadaan Perekonomian

Keadaan perekonomian sangat mempengaruhi tingkat harga yang berlaku. Perubahan kondisi perekonomian dalam keadaan inflasi, yaitu turunnya daya beli uang maka akan menyebabkan harga jual barang atau jasa akan naik. Sebaliknya apabila perekonomian dalam keadaan deflasi, yaitu naiknya daya beli uang maka harga jual barang atau jasa akan menjadi lebih rendah.

2. Elastisitas Permintaan Berubah tidaknya harga produk tergantung pada elastisitas permintaan produk Karakteristik elastisitas permintaan adalah (Supriyono, 2001:327) :
 - a. Jika permintaan elastis, peningkatan harga berakibat penurunan permintaan sehingga total pendapatan menurun.
 - b. Jika permintaan produk tidak elastik, peningkatan harga berakibat penurunan permintaan, namun total pendapatan meningkat.
 - c. Elastisitas permintaan diukur berdasar persentase perubahan kuantitas dibagi persentase perubahan harga.
 - d. Jika elastisitas kurang dari 1, permintaan disebut tidak elastik. Jika elastisitas permintaan lebih besar dari 1, permintaan disebut elastik.
 - e. Elastisitas saling mengukur pengaruh harga barang substitusi terhadap permintaan produk tertentu.

Elastisitas permintaan dan penawaran mempengaruhi keputusan manajemen untuk menaikkan atau menurunkan harga jual produk. Jika permintaan suatu produk bersifat elastik maka keputusan untuk menurunkan harga jual berakibat dapat meningkatkan volume penjualan dalam jumlah yang relatif besar. Sebaliknya, jika permintaan suatu produk tidak elastik, maka keputusan untuk menurunkan harga jual berakibat hanya dapat meningkatkan volume penjualan yang relatif kecil.

3. Tipe Pasar

Pada model ekonomi, harga jual disusun berdasarkan tipe pasar yang dihadapi oleh perusahaan. Beberapa tipe pasar yang penting adalah sebagai berikut (Supriyono, 2001:315):

- a. Persaingan sempurna
- b. Persaingan monopolistic
- c. Oligopoli
- d. Monopoli

4. Penawaran dan Permintaan

Penawaran adalah berbagai jumlah barang yang ditawarkan oleh penjual pada suatu tingkat harga tertentu yang menganggap hal-hal lain sama. Permintaan adalah jumlah barang yang diminta pembeli pada tingkat harga tertentu dengan asumsi hal-hal lainnya sama. Pertemuan antara kurva penawaran dan permintaan menghasilkan suatu keseimbangan yang menunjukkan besarnya harga (harga jual). Bentuk pasar yang dihadapi produsen dan konsumen juga

sangat mempengaruhi keseimbangan harga pada kurva penawaran dan permintaan.

5. Tindakan atau Reaksi Pesaing.

Tindakan atau reaksi pesaing juga dapat mempengaruhi tingkat harga yang ditetapkan oleh perusahaan. Perusahaan yang menghasilkan barang atau jasa yang sejenis akan berusaha menarik minat konsumen dengan cara menjual produk atau jasanya dengan tingkat harga yang lebih rendah apabila dibandingkan dengan harga yang ditetapkan oleh pesaingnya.

6. Pengaruh Pemerintah.

Pengaruh pemerintah yang dimaksudkan dalam penentuan harga jual khususnya adalah undang-undang, keputusan, peraturan, dan kebijakan pemerintah yang ada (Supriyono,2001:315). Penentuan harga jual barang atau jasa yang menyangkut hajat hidup orang banyak sangat dipengaruhi oleh kebijaksanaan atau aturan pemerintah. Pengawasan pemerintah berpengaruh dalam penentuan harga maksimum dan minimum bagi produk atau jasa yang merupakan kebutuhan pokok masyarakat.

7. Citra atau Kesan Masyarakat.

Citra atau kesan masyarakat terhadap suatu barang atau jasa dapat mempengaruhi harga. Barang atau jasa yang telah dikenal masyarakat mempunyai harga jual yang lebih tinggi dibanding dengan barang atau jasa yang masih baru di pasar.

8. Tujuan Nonlaba (Nirlaba)

Perusahaan non laba mempunyai tujuan melayani masyarakat, misalnya membantu pemerintah dalam rangka memcerdaskan kehidupan bangsa dengan mendirikan sekolah. Pada umumnya, perusahaan non laba bergerak di bidang jasa. Harga jual produknya ditentukan sama dengan total biaya yang dikeluarkan. Biaya total dapat mencakup keseluruhan dana operasi perusahaan, beban bunga yang ditanggung, dana untuk meningkatkan jasa pelayanan serta perluasan operasi.

9. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Sebuah perusahaan didirikan bukan sekedar untuk mencari laba, tetapi juga untuk melayani masyarakat. Rasa tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dapat mempengaruhi penentuan harga jual. Harga jual ditentukan berdasarkan tingkat ekonomi masyarakat yang dilayani.

Faktor-faktor tersebut di atas berinteraksi dan mempengaruhi harga jual tergantung pada pembuat keputusan harga jual. Dua hal yang perlu diperhatikan dalam mempelajari pengaruh faktor-faktor tersebut adalah (Supriyono, 2001:315)

1. Dalam penentuan harga jual, setiap pembuat keputusan mungkin lebih menekankan pertimbangannya pada faktor-faktor tertentu. Faktor yang dipertimbangkan tersebut dapat berbeda di antara pembuat keputusan yang satu dengan pembuat keputusan yang lainnya.
2. Cara-cara penentuan harga jual juga dipengaruhi oleh pasar yang dihadapi oleh perusahaan.

3. Faktor Biaya

Faktor yang menjadi perhatian khusus bagi manajemen dalam penentuan harga jual adalah biaya. Dalam penentuan harga jual, faktor biaya digunakan sebagai batas bawah karena dalam kondisi wajar harga jual harus dapat menutup semua biaya yang bersangkutan dengan produk/jasa dan dapat menghasilkan laba yang diharapkan. Maka dapat diasumsikan bahwa harga jual yang ditetapkan harus lebih tinggi dari total biaya yang telah dikeluarkan supaya menguntungkan bagi perusahaan. Manajemen harus mampu menekan dan mengendalikan biaya agar struktur biaya tetap rendah sehingga harga jual produk yang ditawarkan dapat ditekan.

f. Penentuan Markup

Masalah penting dalam penerapan penentuan harga jual cost-plus adalah penentuan besarnya persentase markup yang ditambah pada biaya. Baik pada pendekatan harga pokok produksi penuh maupun pada harga pokok produksi variabel, elemen biaya tertentu tidak dimasukkan ke dalam pengertian biaya, harga pokok produksi penuh tidak memasukkan biaya nonproduksi sebagai elemen biaya dan harga pokok produksi variabel tidak memasukkan biaya tetap sebagai elemen biaya. Oleh karena itu, markup harus mampu menutup elemen biaya yang tidak dimasukkan ke dalam biaya dan harus dapat menghasilkan laba yang diinginkan.

Pendekatan *return on investment* (ROI) dapat digunakan untuk menentukan besarnya persen markup yang ditambahkan pada biaya. Markup yang dihitung dengan pendekatan ROI menggambarkan biaya yang harus ditutup dan return atas investasi yang diinginkan. Pendekatan ini dapat digunakan untuk harga pokok penuh dan biaya variabel. Rumus persentase markup adalah sebagai berikut (Supriyono, 2001:337) :

Rumus perhitungan markup dalam pendekatan harga pokok produksi penuh ditambah markup:

Persentase markup

$$= \frac{\text{retur yang diinginkan diatas aktiva yang ditanamkan} + \text{biaya nonproduksi}}{\text{Volume penjualan dalam unit} \times \text{biaya produksi per unit}}$$

Rumus perhitungan markup dalam pendekatan harga pokok produksi variabel ditambah markup:

Persentase markup

$$= \frac{\text{return yang diinginkan diatas aktiva yang ditanamkan} + \text{biaya tetap}}{\text{Volume penjualan dalam unit} \times \text{biaya variabel per unit}}$$

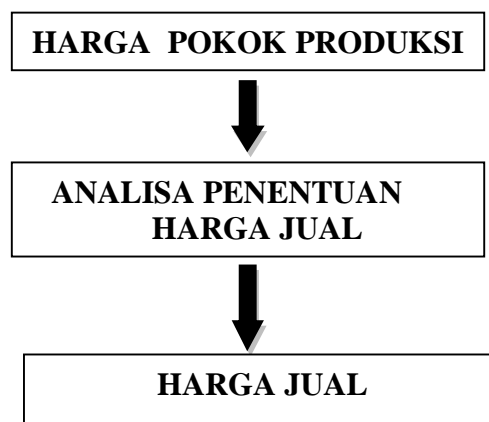
3. Penelitian Terdahulu

NO	PENELITI	JUDUL PENELITIAN	VARIABEL PENELITIAN	HASIL PENELITIAN
1	PRADANA SETIADI (2014)	Perhitungan Harga pokok produksi dalam penentuan harga jual pada CV. Mihasa Mantap Perkasa	Harga pokok produksi, harga jual	Pengumpulan biaya produksi dilakukan dengan harga pokok proses dengan pendekatan full costing
2	LATIFA PUTRI UTAMI (2012)	Analisis perhitungan harga pokok produksi pada CV. Abadi Jasa	Harga pokok produksi	Belum tepatnya pengklasifikasian unsure-unsur harga pokok produksi terutama biaya bahan baku langsung dan tidak langsung dalam perhitungan hpp yang mengakibatkan perusahaan tidak dapat memantau dan mengendalikan biaya-biaya yang digunakan secara tepat.
3	RISMA CHATARIN A RAHMAWATI SIRAIT (2006)	Analisa perhitungan harga pokok produksi dan penentuan harga jual PT. Coca Cola Bottling Indonesia Unit Medan	Harga pokok produksi, harga jual	Bahwa perhitungan harga pokok produksi dan harga jual Coca Cola telah efisien dan efektif.
4	VITA SANJANI PARANGIN-ANGIN (2007)	Hubungan biaya produksi terhadap penetapan harga jual pulp pada PT. Toba Pulp Lestari Tbk. Sosor Ladang Porsea	Biaya produksi, harga jual	Bahwa biaya produksi tidak berhubungan secara signifikan terhadap penetapan harga jual pulp

B. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir merupakan unsur-unsur pokok dalam penelitian dimana konsep teoritis akan berubah kedalam defenisi operasional yang dapat menggambarkan rangkaian variabel yang akan diteliti. Dalam hal ini, peneliti melakukan analisis berdasarkan laporan keuangan yang didapat dari PT. Perkebunan Nusantara III (persero) Medan dan kemudian dilakukan analisa terhadap laporan harga pokok produksi dan harga jual. Kemudian melihat komponen-komponen yang menyebabkan kenaikan dan penurunan harga pokok produksi dan harga jual serta faktor-faktornya.

Berdasarkan uraian diatas maka kerangka berfikir pada penelitianini adalah sebagai berikut:



Gambar II.I

Kerangka berfikir

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif yaitu metode yang berusaha menggambarkan suatu fenomena yang terjadi dalam keadaan nyata pada waktu penelitian. Sugiono (2003,hal 142) mengatakan “penelitian deskriptif yaitu suatu penelitian untuk menyusun, mengklasifikasikan, menafsirkan serta menginterpretasikan data sehingga memberikan suatu gambaran tentang masalah penelitian”.

B. Defenisi Operasional

Defenisi operasional adalah petunjuk bagaimana suatu variabel diukur dan diuji yang berguna untuk melihat sejauh mana pentingnya variabel yang digunakan pada penelitian ini. Adapun variabel yang akan di teliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Harga pokok produksi

Harga pokok produksi adalah bagaimana memperhitungkan biaya kepada suatu produk atau pesanan atau jasa, yang dapat dilakukan dengan cara memasukkan seluruh biaya produksi atau hanya memasukkan unsur biaya produksi variabel saja.

D. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah jenis data kuantitatif. Data kuantitatif merupakan data yang dapat dihitung dengan angka- angka, yaitu berupa data laporan harga pokok produksi dan data harga jual PT. Perkebunan III (persero) Medan.

2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh secara tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data melalui dokumen. Data sekunder diambil dari data yang diperoleh dari perusahaan berupa data tertulis yaitu laporan harga pokok produksi.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah studi dokumentasi yaitu dengan memperoleh data-data yang bersifat teoritis yang mencakup buku-buku bahan perkuliahan dan artikel atau jurnal yang mendukung bahan-bahan penelitian dan juga dokumen berupa laporan harga pokok produksi.

F. Teknik Analisa Data

Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisa deskriptif. Analisa deskriptif merupakan teknik analisa data yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data, mengklasifikasikan data, menjelaskan dan menganalisa sehingga memberikan informasi dan gambaran yang jelas mengenai masalah yang diteliti.

Dalam hal ini peneliti melihat data laporan harga pokok produksi dan harga jual perusahaan. Adapun langkah-langkah yang dilakukan peneliti sebagai berikut:

1. Mengumpulkan data-data yang berhubungan dengan penelitian seperti data harga pokok produksi dan data mengenai harga jual.
2. Melakukan analisa terhadap hpp dan harga jual
3. Melakukan perbandingan dan analisa hpp selama tahun 2011 sampai dengan 2014.
4. Melakukan perbandingan dan analisa harga jual selama tahun 2011 sampai dengan 2014.
5. Melakukan interpretasi atas temuan hasil penelitian serta menyimpulkannya secara deskripsi.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Data

Berdasarkan laporan harga pokok produksi dan harga jual yang didapatkan penulis yaitu dari PT. Perkebunan Nusantara III (persero) Medan dari tahun 2011 s/d 2015 yaitu sebagai berikut:

TAHUN	HARGA POKOK PRODUKSI	HARGA JUAL
	KARET	KARET
2011	15.539,87	38.228,26
2012	16.859,43	29.706,66
2013	19.026,87	27.631,86
2014	19.182,42	22.789,93
2015	17.702,94	19.470,30

Sumber :laporan harga pokok produksidan harga jual PT. Perkebunan Nusantara III (persero) Medan

Berdasarkan tabel dapat dilihat bahwa harga pokok produksi pada PT. Perkebunan Nusantara III Medan mengalami kenaikan dan penurunan (fluktuasi) dari tahun ke tahun dimana:

- a. Harga pokok produksi karet tertinggi yaitu pada tahun 2014 sebesar 19.182,42.

- b. Harga pokok produksi karet terendah yaitu pada tahun 2011 sebesar 15.539,87
- c. Penurunan tersebut disebabkan oleh kurang efisiensi biaya sehingga menyebabkan pendapatan dan laba semakin menurun.

Kemudian dapat dilihat bahwa harga jual karet PT. Perkebunan Nusantara III (persero) Medan mengalami penurunan setiap tahunnya dimana :

- a. Harga jual karet tertinggi yaitu pada tahun 2011 sebesar 38.228,26
- b. Harga jual karet terendah yaitu pada tahun 2015 sebesar 19.470,30
- c. Penurunan tersebut disebabkan oleh keadaan perekonomian, permintaan dan penawaran, persaingan dan biaya yang tidak stabil.

2. Analisa Data

Berdasarkan tabel untuk menghitung persentase harga pokok produksi dan harga jual karet PT. Perkebunan Nusantara III (persero) Medan 2011 s/d 2015 dihitung dengan rumus:

1) Analisa harga pokok produksi

Harga pokok produksi merupakan seluruh biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi barang yang dijual atau harga perolehan dari barang yang di jual. Harga pokok produksi juga akan menentukan laba yang akan diperoleh perusahaan nantinya. Jika manajemen perusahaan mampu mengendalikan biaya- biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi barang yang akan dijual, maka pendapatan dan laba yang akan dihasilkan akan stabil. Tetapi, jika manajemen perusahaan tidak dapat mengendalikan biaya- biaya yang

dikeluarkan tersebut, maka laba yang akan dihasilkan tidak akan stabil meskipun harga jual mengalami peningkatan.

2) Analisis Harga Jual

Harga jual merupakan sejumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi suatu barang ditambah persentase laba yang diinginkan perusahaan, karena itu untuk mencapai laba yang diinginkan oleh perusahaan salah satu cara yang dilakukan untuk menarik minat konsumen adalah dengan cara menentukan harga yang tepat untuk produk yang dijual. Harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk suatu barang dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.

B. Pembahasan

1. Harga Pokok Produksi Dalam Menentukan Harga Jual Karet pada PT. Perkebunan Nusantara III (persero) Medan

Berdasarkan hasil analisis data dapat dilihat bahwa pada tahun 2012 harga jual mengalami penurunan. Penurunan tersebut disebabkan oleh kurang efisiennya biaya- biaya yang dikeluarkan selama proses produksi. Meskipun harga pokok produksi meningkat tetapi tidak diikuti dengan harga jual sehingga berkurangnya pendapatan dan laba yang akan dihasilkan perusahaan. Pada tahun 2013 dan 2014 harga pokok produksi mengalami peningkatan hal ini disebabkan karena besarnya biaya langsung, biaya tidak langsung, biaya overhead pabrik, beban gaji karyawan, pemeliharaan dan pemupukan serta biaya penyusutan yang harus ditanggung oleh perusahaan dan hal ini terjadi

ketidaksesuaian antara teori yang menyatakan apabila harga pokok produksi meningkat maka kekonsistenan dalam meningkatkan harga jual lebih optimal dengan kenyataan yang ada seperti pada tahun 2013 dan 2014. Sedangkan harga jual mengalami penurunan yang sangat drastis.

Pada tahun 2015 harga pokok produksi mengalami penurunan dan harga jual juga mengalami penurunan. Penurunan harga jual dapat menyebabkan perusahaan mengalami kerugian karena harga jual barang tidak biasa menutupi seluruh biaya produksi. Batas bawah harga jual tersebut haruslah harga yang dapat menutupi biaya produksi walaupun dengan perolehan laba minimum.

Dari uraian diatas didukung dengan teori Sofyan Assauri dalam buku manajemen produksi (2000 : 7) menyatakan bahwa harga jual yang telah disesuaikan berdasarkan perhitungan hasil harga pokok produksi, jika harga pokok produksi mengalami penurunan maka harga jual harus mengalami peningkatan dan jika harga pokok produksi mengalami peningkatan maka harga jual pun harus mengalami peningkatan. Pada setiap tahunnya yaitu tahun 2011 sampai dengan 2015 perusahaan mengalami kondisi dimana harga pokok produksi mengalami kenaikan. Akan tetapi teori tidak sejalan dengan perusahaan ini karena pada tahun 2011 sampai dengan 2015 perusahaan mengalami kondisi dimana harga jual mengalami penurunan yang sangat drastis namun harga pokok produksi mengalami peningkatan.

Dalam hal itu manajemen PT. Perkebunan Nusantara III Medan harus lebih memperhatikan kembali harga pokok produksi serta meminimalkan seluruh biaya- biaya yang dikeluarkan selama proses produksi berlangsung sehingga dapat terjual dan dapat menghasilkan laba yang seoptimal mungkin.

Harga jual akan sangat menentukan laba yang akan diperoleh perusahaan nantinya. Jika manajemen perusahaan mampu mengendalikan biaya- biaya yang dikeluarkan selama proses produksi maka pendapatan dan laba yang akan dihasilkan nantinya akan stabil pula. Tetapi jika manajemen perusahaan tidak dapat mengendalikan biaya- biaya yang dikeluarkan selama proses produksi , maka laba yang akan dihasilkan tidak akan stabil meskipun harga jual mengalami peningkatan.

Dari pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa harga pokok produksi belum tentu dapat meningkatkan harga jual pada PT. Perkebunan Nusantara III Medan karena pada setiap tahun harga jual mengalami penurunan bukan terjadi karena tingkat harga pokok produksi melainkan aadanya biaya- biaya yang harus diminimalkan perusahaan sehingga dapat meningkatkan pendapatan dan laba perusahaan.

2. Faktor Yang Mengakibatkan Penurunan Harga Jual pada PT. Perkebunan Nusantara III Medan

Pada tahun 2012 sampai dengan 2015 harga jual terus- menerus mengalami penurunan hal ini disebabkan karena biaya- biaya yang tidak dapat dikendalikan perusahaan, tingkat perekonomian yang tidak stabil, semakin meningkatnya persaingan industry dan hal ini terjadi ketidaksesuaian antara teori yang menyatakan apabila harga pokok produksi cukup baik maka kekonsisitenan dalam menentukan harga jual akan lebih optimal dengan kenyataan yang ada pada setiap tahunnya.

Menurut Basu Swasta dan Irawan, (2010:202) faktor- faktor yang mempengaruhi harga jual adalah keadaan perekonomian, permintaan dan penawaran, elastisitas permintaan, persaingan dan biaya.

Menurut Kotler dan Anstrong (2010: 152) secara umum ada dua faktor utama yang perlu dipertimbangkan yaitu faktor internal perusahaan dan lingkungan eksternal.

a. Faktor internal

- a) Tujuan pemasaran, perusahaan faktor utama yang menentukan dalam penetapan harga adalah tujuan pemasaran. Tujuan tersebut bisa maksimalisasi laba, mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, meraih pangsa pasar menciptakan kepemimpinan dalam kualitas, mengatasi persaingan, mengatasi tanggungjawab sosial dan lain-lain.
- b) Strategi bauran pemasaran (marketing mix). Harga hanyalah satu komponen dari bauran pemasaran. Oleh karena itu harga perlu dikoordinasikan dan saling mendukung dengan bauran pemasaran lainnya.
- c) Biaya. Biaya merupakan faktor yang menentukan harga minimal yang ditetapkan agar perusahaan tidak mengalami kerugian.
- d) Organisasi. Manajemen perlu memutuskan siapa didalam organisasi yang harus menetapkan harga.

b. Faktor Eksternal

1. Sifat pasar dan permintaan. Setiap perusahaan perlu memahami sifat pasar dan permintaan yang dihadapinya apakah termaksud persaingan pasar, persaingan obligasi atau monopoli.
2. Persaingan. Kekuatan pokok yang mempengaruhi persaingan dalam industry ada lima yaitu persaingan dalam industry yang bersangkutan, produk substitusi, pemasok, pelanggan dan ancaman baru.
3. Selain faktor tersebut perusahaan juga perlu memperhatikan kondisi ekonomi (inflasi atau resensi tingkat bunga).

- a. Strategi bauran pemasaran
- b. Organisasi
- c. Sifat pasar dan permintaan
- d. Persaingan
- e. Kondisi perekonomian

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisa harga pokok produksi dalam menentukan harga jual dan juga faktor- faktor penurunan harga jual pada PT. Perkebunan Nusantara III (persero) Medan khususnya pada tahun 2011 sampai dengan 2015 maka dapat disajikan sebagai berikut:

1. Bahwa harga pokok produksi belum tentu dapat meningkatkan harga jual PT. Perkebunan Nusantara III (persero) Medan karena setiap tahunnya penurunan atau peningkatan harga jual terjadi bukan karena harga pokok produksi yang seoptimal mungkin melaikan biaya- biaya yang dapat dikendalikan perusahaan seperti biaya produksi, biaya pemeliharaan biaya penyusutan sehingga dapat menghasilkan pendapatan dan meningkatkan laba perusahaan.
2. Bahwa faktor yang mengakibatkan penurunan harga jual pada PT. Perkebunan Nusantara III (persero) Medan yaitu pada tahun 2011 sampai dengan 2015 diantaranya diakibatkan oleh biaya- biaya yang tidak stabil selama proses produksi .

B. Saran

Adapun saran- saran yang diberikan sehubungan dari hasil penelitian ini sebagai berikut:

1. Disarankan agar manajemen PT. Perkebunan Nusantara III (persero) Medan lebih memperhatikan tingkat harga jual serta meminimalkan seluruh biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh barang yang dijual atau harga perolehan barang yang dijual (harga pokok produksi) yang nantinya dapat menentukan laba yang akan diperoleh perusahaan sehingga dapat mencerminkan kinerja keuangan perusahaan yang baik.
2. Disarankan agar manajemen perusahaan PT.Perkebunan Nusantara III (persero) Medan lebih memperhatikan kembali faktor lain yang mengakibatkan turunnya harga jual perusahaan seperti adanya ketidakpastian selama memproduksi barang yang mengakibatkan pemborosan. Misalkan pengiriman barang (produk) yang tidak tepat waktu, pemakaian bahan baku yang mengakibatkan pemborosan sehingga biaya yang tidak seharusnya dikeluarkan justru menjadi beban. Memperhatikan kondisi ekonomi (inflasi dan resensi tingkat bunga) yang tidak stabil. Persaingan juga harus diperhatikan perusahaan yaitu persaingan dalam industry yang bersangkutan, produk substitusi, pemasok, pelanggan dan ancaman baru.

DAFTAR PUSTAKA

- Bustami, Bastian dan Nurlela. 2013. *Akuntansi Biaya: Teori dan Aplikasi*. Edisi I Graha Ilmu Yogyakarta.
- Carter, William K dan Milton F Usry. 2006. *Cost Accounting*. Edisi Tiga Belas. Salemba Empat , jakarta
- Mulyadi. 2009. *Akuntansi Biaya*. Edisi ke-5. Cetakan Sembilan. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN
- Witjaksono. 2006. *Akuntansi Biaya*. Edisi 1. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Setiadi, Pradana. 2014 “ Perhitungan harga pokok produksi dalam penentuan harga jual pada CV. Minahasa Mantap Perkasa”. Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Utami, Tri Latifa. 2012. “ Analisis perhitungan harga pokok produksi pada CV. Abadi Jasa”. Jurusan Akuntansi Politeknik PalComTech Palembang.
- Parangin- angin, Vita Sanjani. 2007 “Hubungan biaya produksi terhadap penetapan harga jual pada PT. Toba Pulp Lestari Tbk. Sosor Ladangn Porsea.
- Slat, Andre.2013. “Anlisis harga pokok produk dengan metode full costing dan penentuaan harga jual. Jurnal Bisnis Manajemen & Ekonomi. ISSN 2303-1174. Universitas Samratulangi . Manado.
- Rudianto.2012. *Pengantar Akuntansi: Konsep & Teknik Penyusunan Laporan Keuangan*. Erlangga , Jakarta.