

**ANALISIS PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUKSI
PADA PENENTUAN HARGA JUAL PRODUK *ENVELOPE*
(AMPLOP) SARUNG TANGAN GOLF
(STUDI KASUS PT. CATUR KREASI AKSARA)**

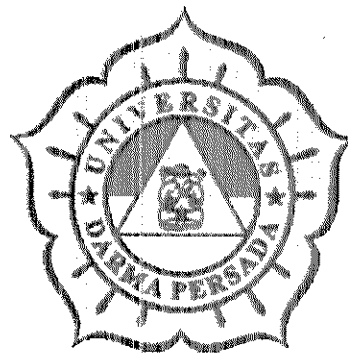
SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Tugas Akademika Dan
Melengkapi Sebagian Syarat-syarat Guna Mencapai
Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Akuntansi

Oleh

YENNY SARITOMMY

2009420051



FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS DARMA PERSADA

JAKARTA

2013

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Yenny Saritommy
No. Pokok : 2009420051
Jurusan/Peminatan : Akuntansi/Keuangan

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul **ANALISIS PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUKSI PADA PENENTUAN HARGA JUAL PRODUK *ENVELOPE* (AMPLOP) SARUNG TANGAN GOLF (STUDI KASUS PT. CATUR KREASI AKSARA)** yang dibimbing oleh Bapak Dr. Muhammad Yusuf, SE, MM, adalah benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan jiplakan maupun mengcopy sebagian dari hasil karya orang lain.

Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan ketidak sesuaian dengan pernyataan ini maka saya bersedia mempertanggungjawabkan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya di Jakarta pada tanggal 21 Juli 2013.

Yang menyatakan,



Yenny Saritommy

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Yang bertandatangan dibawah ini :

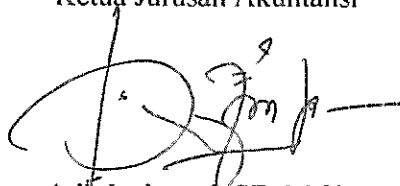
Nama : Yenny Saritommy
No. Pokok : 2009420051
Jurusan : Akuntansi
Peminatan : Keuangan
Judul Skripsi : **ANALISIS PERHITUNGAN HARGA POKOK
PRODUKSI PADA PENENTUAN HARGA JUAL
PRODUK *ENVELOPE* (AMPLOP) SARUNG
TANGAN GOLF (STUDI KASUS PT. CATUR
KREASI AKSARA)**

Telah diperiksa, dan disetujui untuk diajukan dan diujikan dalam sidang Ujian
Skripsi Sarjana tanggal 29 Juli 2013

Jakarta, 24 Juli 2013

Menyetujui

Ketua Jurusan Akuntansi



Atik Isnawati, SE, M.Si

Pembimbing I



Dr. Muhammad Yusuf, SE, MM


LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Yang bertandatangan dibawah ini :




Nama : Yenny Saritommy
No. Pokok : 2009420051
Jurusan/Peminatan : Akuntansi/Keuangan
Judul Skripsi : **ANALISIS PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUKSI PADA PENENTUAN HARGA JUAL PRODUK *ENVELOPE* (AMPLOP) SARUNG TANGAN GOLF (STUDI KASUS PT. CATUR KREASI AKSARA)**

Telah diperiksa, dikaji dan diujikan dalam sidang Ujian Skripsi Sarjana tanggal 29 Juli 2013 dengan hasil B

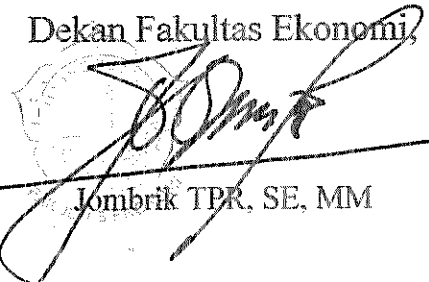
Jakarta, 30 Juli 2013
Ketua Jurusan Akuntansi,


(Atik Isniawati, SE, M.Si)

PANITIA PENGUJI SKRIPSI

	Nama Penguji	Jabatanmenguji	Tandatangan
1	Dr. Muhammad Yusuf,SE,MM	Pembimbing	
2	Jombrik TPR, SE, MM	Penguji	
3	Atik Isniawati, SE, M.Si	Penguji	

Dekan Fakultas Ekonomi,


Jombrik TPR, SE, MM

ABSTRAK

NIM : 2009420051 **Judul :** ANALISIS PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUKSI PADA PENENTUAN HARGA JUAL PRODUK *ENVELOPE* (AMPLOP) SARUNG TANGAN GOLF (STUDI KASUS PT CATUR KREASI AKSARA)

Jumlah Hal :

Kata Kunci : Harga Pokok Produksi Untuk Harga Jual Produk

Penelitian ini bertujuan secara umum mengetahui perhitungan harga pokok produksi produk *Envelope* (Amplop) sarung tangan golf pada PT. Catur Kreasi Aksara dan jenis-jenis biaya apa saja yang dimasukkan dalam komponen dalam perhitungan harga pokok produksi. Apakah sudah dihitung secara cermat, metode apakah yang digunakan oleh PT. Catur Kreasi Aksara dalam melakukan perhitungan harga pokok produksi dan harga jual serta bagaimana cara menetapkan harga pokok dan harga jual

Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei yang dimaksudkan cara pengumpulan data untuk memperoleh fakta-fakta dari kejadian/peristiwa yang ada. Penelitian ini merupakan suatu penelitian deskriptif dengan pengujian kasus. Strategi penelitian deskriptif bertujuan untuk mendapatkan keterangan tentang informasi mengenai situasi dan kondisi yang sebenarnya dari masalah yang diteliti. Alasan penelitian ini karena penelitian yang dilakukan adalah penelitian kasus yang melibatkan pemilik usaha *Envelope* (Amplop) sarung tangan golf, yaitu dengan mengadakan kunjungan ke PT. Catur Kreasi Aksara guna mendapatkan data dan informasi yang sebenarnya yang berhubungan dengan topik skripsi ini. Populasi dalam penelitian ini adalah perhitungan harga pokok produksi yang dilakukan oleh PT. Catur Kreasi Aksara. Sampel pada penelitian ini adalah data harga pokok produksi pada bulan November 2012 yang memproduksi *Envelope* (Amplop) sarung tangan golf

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa biaya-biaya yang masuk dalam produksi *Envelope* (Amplop) sarung tangan golf pada PT. Catur Kreasi Aksara adalah biaya bahan baku langsung dan pembantu, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik. Perhitungan biaya produksi *Envelope* (Amplop) sarung tangan golf pada PT. Catur Kreasi Aksara menggunakan pendekatan *full costing*, sedangkan dalam menentukan harga jual *Envelope* (Amplop) sarung tangan golf menggunakan suatu metode yang dikenal dengan metode penetapan harga jual normal atau disebut dengan istilah *Cost Plus Pricing* dimana semua biaya dalam proses produksi dihitung kemudian ditambahkan dengan persentase laba yang diharapkan oleh perusahaan.

Daftar Acuan : (2009 -2012)

Jakarta, Juli 2013

Penulis,

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala karunia dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan waktu yang telah ditentukan dengan judul **“ANALISIS PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUKSI PADA PENENTUAN HARGA JUAL PRODUK *ENVELOPE* (AMPLOP) SARUNG TANGAN GOLF (STUDI KASUS PT. CATUR KREASI AKSARA)”**. Penulis menyadari bahwa dalam menyelesaikan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, sehingga segala kendala yang dihadapi dapat diatasi. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti sampaikan ungkapan terima kasih kepada :

1. Bapak DR.Ir.Olon P.Siahaan, M.Eng, MAEP selaku Rektor Universitas Darma Persada.
2. Bapak Jombrik TPR, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
3. Ibu Atik Isnawati, SE, M.Si selaku Pembimbing Akademik Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
4. Bapak Dr. Muhammad Yusuf,SE,MM selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing penulis dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.
5. Bapak Makhdonal Nursewan Selaku Dosen Metodologi Penelitian Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan saran-saran dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Boedi Setyo Hartono, Drs, Ak, MM selaku Dosen Akuntansi Biaya Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
7. Kedua orangtua, Bapak (Alm) dan Ibu yang selalu memberikan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini .

8. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang juga sangat berperan dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Para Staff Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang telah membantu segala keperluan administrasi selama penulis belajar sampai dengan penyelesaian skripsi ini.
10. Seluruh teman-teman Fakultas Ekonomi Akuntansi Universitas Darma Persada angkatan 2009 terutama teman-teman di kelas malam yang telah berbagi dan bertukar pikiran, sukses buat teman-teman semuanya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan atau kelemahan, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk penyempurnaan skripsi ini.

Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada segenap pihak yang telah mendukung dan membantu dalam penyusunan skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung, dan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak yang membutuhkannya.

Jakarta, Juli 2013

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
SAMPUL DALAM	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
1. Akuntansi Biaya	8
2. Tujuan Akuntansi Biaya	9
3. Fungsi Akuntansi Biaya	10
4. Definisi Biaya	11
5. Klasifikasi Biaya	13
B. Perumusan Masalah	18
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	19
1. Tujuan Penelitian	19
2. Kegunaan Penelitian	19

	Halaman
BAB II LANDASAN TEORI	21
A. Landasan Teori.....	21
1. Teori Harga Pokok Produksi	21
2. Teori Harga Pokok Penjualan	31
B. Kerangka Pemikiran	38
C. Hipotesis Penelitian	39
 BAB III METODELOGI PENELITIAN	 40
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	40
B. Jenis Data Penelitian	40
C. Populasi dan Sampel Penelitian	41
D. Pegumpulan Data Penelitian	41
E. Analisa Data Penelitian	42
F. Definisi Variabel Data Penelitian	44
 BAB IV PEMBAHSAN DAN ANALISA	 47
A. Gambaran Umum Perusahaan	47
1. Sarana Dan Prasarana Perusahaan	49
2. Skala Bisnis / <i>Customer</i>	52
3. Proses Produksi Pemesanan	55
B. Analisa	63
1. Unsur-unsur Biaya Dalam Harga Pokok Produksi	63
2. Analisis Hasil Penelitian	64
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	 84
A. Kesimpulan	84
B. Saran	84

DAFTAR PUSTAKA.....

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Perbedaan Metode Harga Pokok Pesanan dan Proses	29
Tabel 4.3 Perbandingan HPP dengan Harga Jual (per unit)	80

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1.** Struktur Organisasi Perusahaan
- Lampiran 2.** Flowcart (Alur) Pemesanan *Envelope*
- Lampiran 3.** Contoh Bon Permintaan Bahan Baku Kertas Dan SPK
- Lampiran 4.** Gambar Hasil Produk, Mesin, dan Suasana Di Sekitar Perusahaan
- Lampiran 5.** Daftar Riwayat Hidup
- Lampiran 6.** Lembar Permohonan Bimbingan Skripsi
- Lampiran 7.** Lembar Konsultasi Bimbingan Skripsi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi dan kompetisi yang semakin tajam, perusahaan-perusahaan mengubah strategi pemasarannya dengan meletakkan kepuasan konsumen sebagai prioritas utamanya dalam mengarahkan kegiatan bisnis mereka. Hal ini disebabkan karena masing-masing pemilik usaha ingin agar dapat mencapai tujuannya yang pada umumnya adalah untuk memperoleh keuntungan dari usaha yang dilakukannya. Oleh sebab itu, pemilik usaha tersebut harus berusaha semaksimal mungkin untuk memproduksi barangnya dengan biaya yang serendah-rendahnya agar dapat bertahan didalam persaingan tersebut. Dalam hal ini penentuan harga pokok barang yang dihasilkan sangatlah berpengaruh.

Penentuan harga pokok produksi disamping sulit secara teknis, terkadang juga disebabkan ketidak tahuan dan kurangnya pengetahuan secara teoritis. Selain itu minimnya penguasaan akan proses produksi dari bahan baku sampai menjadi barang jadi juga merupakan kendala yang dihadapi dalam melakukan perhitungan harga pokok produksi yang tepat. Oleh sebab itu maka proses produksi sangat mempengaruhi dalam penentuan harga pokok suatu barang. Selain itu penentuan harga pokok produksi juga berguna untuk memenuhi keperluan dalam hal penilaian

persediaan untuk menentukan laba, pemilik perusahaan membutuhkan data harga pokok produksi untuk pedoman pengambilan keputusan mengenai harga dan strategi produk. Dan pemilik usaha membutuhkan data biaya dari usahanya tersebut untuk meningkatkan prestasi usahanya.

Seperti yang telah kita ketahui, biaya produksi merupakan jumlah biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya produksi tidak langsung yang dibebankan kedalam proses produksi selama satu periode tertentu dimana didalamnya termasuk biaya yang dipergunakan untuk menyelesaikan barang dalam proses akhir. Sedangkan harga pokok produksi merupakan jumlah biaya yang dikeluarkan untuk menyelesaikan barang jadi. Pemilik usaha harus melakukan perhitungan harga pokok produksi yang tepat dan untuk mengetahui apakah suatu usahanya telah melakukan perhitungan harga pokok produksi secara tepat dibutuhkan data biaya yang akurat dan teliti.

Perusahaan-perusahaan harus mampu menghasilkan produk atau jasa yang bermutu dengan harga yang rendah untuk dapat bertahan dipasar. Perusahaan-perusahaan berlomba-lomba untuk menghasilkan produk atau jasa yang bermutu dengan biaya-biaya aktivitas penambahan nilai. Dengan demikian dalam persaingan yang semakin tajam, manajemen memerlukan informasi biaya yang teliti, yang memperhitungkan secara cermat sumber daya yang dikorbankan untuk aktivitas penambah nilai bagi konsumen.

Dalam situasi seperti ini, harga jual harus ditentukan berdasarkan informasi biaya penuh atau jasa yang dihitung secara cermat.

Umumnya harga jual produk/jasa standar ditentukan oleh pertimbangan permintaan dan penawaran di pasar, sehingga biaya bukan merupakan satu-satunya penentu harga jual. Karena permintaan konsumen atas produk/jasa tidak ditentukan oleh manajer penentu harga jual, maka dalam penentuan harga jual manajer tersebut akan banyak menghadapi banyak ketidakpastian. Selera konsumen, jumlah pesaing yang masuk di pasar, dan harga jual yang ditentukan oleh pesaing, merupakan contoh faktor-faktor yang sulit untuk diramalkan yang mampu mempengaruhi harga jual produk atau jasa di pasar. Menurut Garrison (2006:50) penetapan harga jual produk dipengaruhi oleh beberapa hal sebagai berikut:

1. Pelanggan

Perusahaan harus selalu mengkaji dan mempelajari masalah yang dapat mempengaruhi penetapan harga jual dari sudut pandang pelanggan.

2. Pesaing

Perusahaan harus cepat tanggap terhadap pesaing dengan cara meramalkan reaksi pesaing, analisa biaya pesaing dalam membuat produksinya karena adanya pesaing atau tidak akan sangat mempengaruhi keputusan perusahaan tentang harga jual produknya.

3. Biaya

Perusahaan juga harus memikirkan bagaimana menentukan harga jual yang tepat agar konsumen tidak beralih ke pesaing.

PT. Catur Kreasi Aksara menapak dari usaha kecil yang bertempat di rumah tinggal "*Home Industry*" yang bergerak dalam bidang usaha percetakan dengan bantuan fasilitas mesin cetak perusahaan lain, dan untuk pengerjaan akhir/*finishing* dikerjakan oleh PT. Catur Kreasi Aksara. PT. Catur Kreasi Aksara barulah mulai sedikit lebih berkembang dengan membeli 1 (satu) unit mesin GTO-52-2, sehingga tidak perlu lagi menggunakan fasilitas mesin cetak perusahaan lain (sudah mampu berdiri sendiri). Seiring dengan perkembangan bisnis usaha sarung tangan di Indonesia yang semakin pesat dimana pada umumnya dikuasai oleh perusahaan asing (Korea), memacu PT. Catur Kreasi Aksara untuk lebih mengembangkan usaha secara profesional hingga bisa seperti saat ini. Peneliti mengambil beberapa referensi seperti jurnal dan penelitian-penelitian dari beberapa pihak sebagai bahan perbandingan dalam penelitian yang akan dilakukan.

Pertama yaitu jurnal ilmiah yang dilakukan oleh Ande Sofiani (2009) yang dalam penelitiannya ini penulis menggunakan teknik analisis dengan menggunakan metode *Full Costing* dan *Variabel Costing* dan selanjutnya dilakukan perencanaan laba yang menyimpulkan hasil penelitiannya sebagai berikut :

- a. PT. BRI (Persero) Cabang Bogor memiliki keunggulan (*strength*) dalam hal keamanan nasabah dan lokasi yang strategis. Hal ini menunjukkan bahwa PT. BRI merupakan salah satu Bank yang terpercaya. Hal ini antara lain didukung oleh status BRI sebagai Bank Pemerintah (Persero) dan nasabah merasa terjamin jika menabung ke BRI Cabang Bogor
- b. Dari produk yang dihasilkan BRI diperoleh gambaran bahwa BRI memiliki keunggulan pada segmen pasar pada masyarakat pedesaan. Hal ini tercermin dari besarnya proporsi nasabah Simpedes (87.5%) sedangkan proporsi nasabah Simaskot adalah (12.5%). Disamping itu, juga didukung oleh *trend* pertumbuhan nasabah yang cukup besar , yakni dengan laju pertumbuhan rata-rata 24.19% per tahun.
- c. Faktor rendahnya pelayanan dan faktor bunga serta fasilitas lainnya merupakan faktor yang berpengaruh negatif terhadap perkembangan giro dan deposito pada BRI Cabang Bogor.
- d. Faktor bunga, ATM, promosi dan transportasi merupakan prioritas utama bagi pihak manajemen BRI Cabang Bogor.

Jurnal kedua dilakukan oleh Irwan Sofyandi (2010) dengan menggunakan metode observasi deskriptif yaitu dimana data diperoleh dengan mengadakan peninjauan langsung pada objek penelitian dan mendapatkan keterangan serta informasi mengenai permasalahan sebenarnya diteliti. Populasinya adalah laporan biaya produksi tahun 2008. Sampel yang digunakan adalah biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik tahun 2008. Adapun analisis penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif yaitu dimana analisis dilakukan dengan membaca tabel-tabel atau angka-angka yang tersedia kemudian dilakukan suatu penguraian atau tafsiran. Penulis menggunakan metode harga pokok penuh (*full costing*) yaitu dengan memperhitungkan semua unsur biaya produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik baik yang berperilaku tetap maupun variabel. Dan perhitungan harga jual yang dilakukan oleh penulis adalah dengan menggunakan metode *Cost Plus Pricing* dengan pendekatan *Full Costing* yaitu dimana semua biaya untuk menggiling beras dihitung kemudian ditambah dengan persentase laba yang diharapkan. Berdasarkan hasil analisis penulis diperoleh kesimpulan bahwa dalam perhitungan harga pokok produksi perusahaan harus lebih memperhatikan biaya bahan yang selalu mengalami perubahan, karena dengan perubahan harga bahan tersebut akan menaikkan harga jual produk sehingga perusahaan tidak dapat menetapkan harga jual standar.

Penelitian ketiga dilakukan oleh Deny Andrian (2011) penelitian ini merupakan suatu penelitian deskriptif dengan pengujian kasus. Strategi penelitian deskriptif bertujuan untuk mendapatkan keterangan tentang informasi mengenai situasi dan kondisi yang sebenarnya dari masalah yang diteliti. Alasan penelitian ini karena penelitian yang dilakukan adalah penelitian kasus yang melibatkan pemilik usaha produk jaket, yaitu dengan mengadakan kunjungan ke Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung guna mendapatkan data dan informasi yang sebenarnya yang berhubungan dengan topik skripsi ini. Populasi dalam penelitian ini adalah perhitungan harga pokok produksi yang dilakukan oleh semua pemilik usaha yang memproduksi jaket di Perkampungan Industri Kecil (PIK). Sampel pada penelitian ini adalah data harga pokok produksi bulan Mei dan Juni 2010 untuk Lima pemilik usaha yang memproduksi jaket di Perkampungan Industri Kecil (PIK). Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa biaya-biaya yang masuk dalam produksi jaket pada pemilik usaha di Perkampungan Industri Kecil (PIK) adalah biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Perhitungan biaya produksi jaket pada pemilik usaha di Perkampungan Industri Kecil (PIK) menggunakan pendekatan *full costing*, sedangkan dalam menentukan harga jual produk jaketnya, para pemilik usaha di Perkampungan Industri Kecil (PIK) menggunakan suatu metode yang dikenal dengan metode penentuan harga jual normal atau sering kali disebut dengan istilah *Cost Plus Pricing*.

penentuan harga pokok produksi bagi perusahaan merupakan elemen dasar dalam menentukan harga jual suatu produknya. Apabila harga jual yang ditentukan oleh perusahaan terlalu tinggi dapat mengakibatkan beralihnya konsumen pada produk lain yang sejenis. Namun jika harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan terlalu rendah akan mengakibatkan perusahaan mengalami kesulitan dalam menutup biaya produksinya.

Dalam penelitian ini penulis juga ingin menyampaikan beberapa referensi tentang penelitian yang penulis lakukan yaitu seperti :

1. Akuntansi Biaya

Perkembangan informasi akuntansi dan kebutuhan sektor industri (*manufacturer*) menuntut adanya informasi akuntansi yang dapat mewakili keduanya (Akuntansi Keuangan dan Akuntansi Manajemen) maka lahirlah Akuntansi biaya, yang selain memiliki fungsi sebagai penyedia laporan keuangan bagi pihak luar juga menyediakan informasi yang akurat bagi para manajer sebagai masukan dalam pengambilan keputusan. Konsep atau pengertian akuntansi biaya yang dirumuskan oleh para akuntan ke dalam beberapa definisi:

Menurut Supriyono (2012:12) Akuntansi biaya adalah :

Alat manajemen dalam memonitor dan merekam transaksi biaya secara sistematis, serta menyajikan informasi biaya dalam bentuk laporan biaya.

Menurut Mursyidi (2010:10) Akuntansi biaya merupakan :

Proses pencatatan, penggolongan, peringkasan, pelaporan biaya pabrikan, dan penjualan produk dan jasa dengan cara-cara tertentu serta penafsiran terhadap hasil-hasilnya. Atau dengan kata lain akuntansi biaya merupakan bagian dari akuntansi keuangan yang mempunyai objek biaya dan akuntansi manajemen.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa akuntansi biaya yang merupakan perpaduan yang mewakili tipe Akuntansi Keuangan dan Akuntansi Manajemen memiliki pengaruh yang besar dalam pencapaian tujuan perusahaan baik dalam penyajian informasi keuangan dan non keuangan perusahaan maupun sebagai masukan yang membantu manajemen dalam menentukan strategi perusahaan.

2. Tujuan Akuntansi Biaya

Secara umum dapat dikatakan bahwa tujuan dari Akuntansi biaya adalah menyajikan laporan biaya untuk membantu manajemen dalam mengelola perusahaannya.

Menurut Mulyadi (2012:7) :

a. Penentuan harga produksi

Untuk memenuhi tujuan penentuan harga pokok produksi, Akuntansi biaya mencatat, menggolongkan, dan meringkas biaya-biaya pembuatan produk atau penyerahan jasa. Biaya yang dikumpulkan dan disajikan adalah biaya yang telah terjadi dimasa yang lalu atau biaya historis.

b. Pengendalian Biaya

Pengendalian biaya harus didahului dengan penentuan biaya yang seharusnya dikeluarkan untuk memproduksi satu satuan produk. Jika biaya yang seharusnya ini telah ditetapkan, Akuntansi biaya bertugas untuk memantau apakah pengeluaran biaya yang sesungguhnya sesuai dengan biaya yang seharusnya tersebut. Akuntansi biaya kemudian melakukan analisis terhadap penyimpangan biaya sesungguhnya dengan biaya seharusnya dan menyajikan informasi mengenai penyebab terjadi selisih tersebut. Para manajer dibawahnya.

c. Pengambilan keputusan khusus

Pengambilan keputusan khususnya menyangkut masa yang akan datang. Oleh karena itu informasi yang relevan dengan pengambilan keputusan khusus selalu berhubungan dengan informasi masa yang akan datang. Akuntansi biaya untuk pengambilan keputusan khusus menyajikan biaya masa yang akan datang (*future costs*).

Maka secara garis besar tujuan akuntansi biaya adalah membantu manajemen dalam memberikan informasi yang memadai mengenai harga pokok, juga sebagai alat pengendalian biaya, serta pengambilan keputusan yang diperlukan.

3. Fungsi akuntansi biaya

Fungsi dari akuntansi biaya menurut Bastian (2009:3) adalah sebagai berikut:

- a. Menyusun dan melaksanakan rencana anggaran operasi perusahaan
- b. Menetapkan metode perhitungan biaya dan prosedur yang menjamin adanya pengendalian dan jika memungkinkan pengurangan biaya atau pembebanan biaya dan perbaikan mutu
- c. Menentukan nilai persediaan dalam rangka kalkulasi biaya dan menetapkan harga, evaluasi kinerja suatu produk, departemen atau divisi, dan sewaktu-waktu memeriksa dalam bentuk fisik
- d. Menghitung biaya dan laba perusahaan untuk satu periode akuntansi tahunan atau periode yang sangat singkat
- e. Memilih alternatif yang terbaik yang menaikkan pendapatan ataupun menurunkan biaya

Jadi fungsi akuntansi biaya adalah memberikan informasi bagi manajemen yaitu dengan menganalisis data biaya dan pendapatan yang telah dikumpulkan dan dicatat manajemen dapat menghitung laba bersih perusahaan secara tepat. Dengan cara menghubungkan antara besarnya biaya yang dikeluarkan dengan pendapatan yang dihasilkan pada periode tertentu, dari data biaya dan pendapatan tersebut.

4. Definisi Biaya

Suatu perusahaan manufaktur baik besar maupun kecil pada dasarnya merupakan suatu kesatuan ekonomi yang didirikan untuk menghasilkan suatu produk. Untuk menghasilkan produk tersebut perusahaan memerlukan biaya-biaya yang harus dikeluarkan. Biaya dapat diperhitungkan dengan kondisi yang berbeda untuk tujuan yang berbeda oleh bermacam-macam orang. Terdapat berbagai macam pengertian atau definisi biaya yang masing-masing berbeda karena itu tidak jarang terjadi perbedaan persepsi sekalipun bagi mereka yang senantiasa dihadapkan dan menyadari sepenuhnya betapa pentingnya arti biaya tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Konsep atau pengertian biaya yang dirumuskan oleh para akuntan kedalam beberapa definisi:

Menurut Bastian (2009:7) Biaya adalah :

Pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang yang telah atau kemungkinan akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu.

Menurut Firdaus (2012:22) Biaya adalah :

Pengeluaran-pengeluaran atau nilai pengorbanan untuk memperoleh barang atau jasa yang berguna untuk masa yang akan datang atau mempunyai manfaat melebihi satu periode akuntansi tahunan.

Menurut Daljono (2011:13) Biaya adalah :

Kas dan setara kas yang dikorbankan untuk memproduksi atau memperoleh barang atau jasa yang diharapkan akan memperoleh manfaat dimasa yang akan datang.

Berdasarkan definisi-definisi diatas maka dapat diketahui bahwa biaya merupakan pengorbanan ekonomi untuk mencapai tujuan tertentu yang dilakukan untuk memperoleh barang dan jasa dan pengorbanan dari sumber ekonomi tersebut diukur dengan satuan uang.

5. Klasifikasi biaya

Menurut Bustami (2009:12) Pengertian klasifikasi biaya biaya adalah :

Suatu proses pengelompokan secara sistematis atau keseluruhan elemen yang ada ke dalam golongan-golongan tertentu yang lebih ringkas untuk dapat memberikan informasi yang lebih ringkas dan penting.

Klasifikasi biaya yang umum digunakan dalam klasifikasi ini biaya adalah total yang dikeluarkan oleh suatu perusahaan pabrikan terdiri dari:

a. Biaya produksi

Adalah biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi bahan baku menjadi barang jadi. Biaya produksi ini terdiri dari tiga unsur biaya, yaitu:

- 1) Biaya bahan baku langsung (*direct materials*) adalah bahan baku yang merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari produk selesai dan dapat ditelusuri langsung kepada produk selesai.
- 2) Tenaga kerja langsung (*direct labour*) adalah tenaga kerja yang digunakan dalam merubah atau mengkonversi bahan baku menjadi produk selesai dan dapat ditelusuri secara langsung kepada produk selesai.

- 3) Biaya overhead pabrik adalah biaya selain bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung tetapi membantu dalam mengubah bahan menjadi produk selesai.

b. Biaya non produksi

Biaya yang tidak berhubungan dengan proses produksi. Biaya non produksi ini disebut dengan biaya komersil atau biaya operasi. Biaya ini dapat dikelompokkan menjadi elemen:

- 1) Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan apabila produk selesai dan siap digunakan ke tangan konsumen.

Menurut Supriyono (2012:21) Biaya pemasaran adalah :

Biaya dalam rangka penjualan produk selesai sampai dengan pengumpulan piutang menjadi kas.

- 2) Biaya administrasi adalah biaya yang dikeluarkan dalam hubungan dengan kegiatan penentu kebijakan, pengarahan, pengawasan kegiatan perusahaan secara keseluruhan agar dapat berjalan dengan efektif dan efisien.
- 3) Beban keuangan adalah biaya yang muncul dalam melaksanakan fungsi-fungsi keuangan.

Biaya dalam hubungannya dengan volume biaya atau perilaku biaya dapat dikelompokkan menjadi 3 elemen:

- 1) Biaya Variabel adalah biaya yang berubah sebanding dengan perubahan volume produksi dalam rentang relevan, tetapi secara per unit tetap.

Menurut Daljono (2011:17) Biaya variabel adalah :

Biaya yang bila dikaitkan dengan volume secara per unit akan selalu tetap meskipun volume produksi berubah-berubah, akan tetapi secara total biaya tersebut jumlahnya akan berubah sesuai dengan proporsi perubahan aktivitas.

- 2) Biaya tetap adalah biaya yang secara totalitas bersifat tetap dalam rentang relevan tertentu, tetapi secara per unit berubah.
- 3) Biaya semi variabel adalah biaya yang memiliki unsur tetap dan variabel didalamnya. Unsur biaya yang tetap merupakan jumlah biaya minimum untuk menyediakan jasa sedangkan unsur variabel merupakan bagian dari biaya semi variabel yang dipengaruhi oleh perubahan volume.

Biaya dalam hubungannya dengan departemen produksi

Dalam hubungannya dengan pembebanan biaya pada departemen dikenal dua macam biaya yaitu:

- a) Biaya langsung departemen adalah biaya yang dapat ditelusuri secara langsung ke departemen bersangkutan.
- b) Biaya tidak langsung departemen adalah biaya yang tidak dapat ditelusuri secara langsung ke departemen bersangkutan.

Biaya dalam hubungannya dengan periode waktu biaya dapat dikelompokkan menjadi :

a) Biaya pengeluaran modal (*capital expenditure*)

Adalah biaya yang dikeluarkan untuk memberikan manfaat di masa depan dan dalam jangka waktu yang panjang dan dilaporkan sebagai aktiva.

b) Biaya pengeluaran pendapatan (*revenue expenditure*)

Adalah biaya yang memberikan manfaat untuk periode sekarang dan dilaporkan sebagai beban.

Biaya dalam hubungannya dengan pengambilan keputusan

Biaya dalam rangka pengambilan keputusan dapat dikelompokkan menjadi:

a) Biaya relevan

Adalah biaya masa akan datang yang berbeda dalam beberapa alternatif pilihan yang berbeda. Biaya relevan terdiri dari:

- i. *Differensial cost* adalah selisih biaya atau biaya yang berbeda dalam beberapa alternatif pilihan.
- ii. *Opportunity cost* adalah kesempatan yang dikorbankan dalam memilih suatu alternative.
- iii. Biaya tersamar adalah biaya yang tidak kelihatan dalam catatan akuntansi tetapi mempengaruhi dalam pengambilan keputusan.

iv. Biaya nyata adalah biaya yang benar-benar dikeluarkan akibat memilih suatu alternative.

v. Biaya yang dapat dilacak adalah biaya yang dapat dilacak kepada produk selesai.

b) Biaya tidak relevan

Adalah biaya yang dikeluarkan tetapi tidak mempengaruhi keputusan apapun. Biaya tidak relevan dapat dikelompokkan menjadi elemen:

i. Biaya masa lalu atau biaya historis adalah biaya yang sudah dikeluarkan tetapi tidak mempengaruhi keputusan apapun.

ii. Biaya terbenam adalah biaya yang tidak dapat kembali.

Dari uraian diatas, peneliti tertarik untuk mengetahui dan menganalisa tentang kondisi dan kendala yang dihadapi oleh pemilik perusahaan dalam menentukan harga jual dan mengetahui seberapa besar laba yang diinginkan oleh para pemilik perusahaan tersebut. Oleh karena itu peneliti mengambil judul:

“Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Pada Penentuan Harga Jual Produk *Envelope* (Amplop) Sarung Tangan Golf (Studi Kasus PT. Catur Kreasi Aksara)”.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis merumuskan masalah pokok penelitian yaitu “**Bagaimana perhitungan harga pokok produksi sebagai dasar penentuan harga jual *Envelope (Amplop)* sarung tangan golf (studi kasus PT. Catur Kreasi Aksara)**”.

Berdasarkan rumusan masalah penelitian di atas, maka didapatkan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Biaya-biaya apa yang masuk dalam perhitungan harga pokok produksi *Envelope (Amplop)* sarung tangan golf di PT. Catur Kreasi Aksara?
2. Bagaimana cara perhitungan harga pokok produksi *Envelope (Amplop)* sarung tangan golf yang digunakan oleh PT. Catur Kreasi Aksara?
3. Bagaimana menetapkan harga jual produk *Envelope (Amplop)* sarung tangan golf per unit yang didasarkan pada perhitungan harga pokok produksi di PT. Catur Kreasi Aksara?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yang hendak dicapai oleh penulis dari penelitian ini adalah:

- a. Mengetahui biaya-biaya apa saja yang masuk dalam perhitungan harga pokok produksi *Envelope* (Amplop) sarung tangan golf di PT. Catur Kreasi Aksara.
- b. Mengetahui cara perhitungan harga pokok produksi *Envelope* (Amplop) sarung tangan golf yang digunakan oleh PT. Catur Kreasi Aksara.
- c. Mengetahui bagaimana penetapan harga jual produk *Envelope* (Amplop) sarung tangan golf per unit yang didasarkan pada perhitungan harga pokok produksi di PT. Catur Kreasi Aksara.

2. Kegunaan penelitian

Penulis berharap bahwa dengan pembuatan penelitian akan memberikan manfaat bagi:

a. Penulis

Untuk menambah wawasan dan pengetahuan penulis sehubungan dengan masalah perhitungan harga pokok produksi dalam menentukan harga jual.

b. Perusahaan

Sebagai bahan informasi perusahaan dalam mengambil keputusan dan menentukan kebijakan penentuan harga jual yang tepat dan sesuai dengan standar kebijakan perusahaan terhadap kewajaran penentuan harga jual.

c. Pengembangan Keilmuan

Dengan penelitian yang dilakukan, diharapkan hasilnya dapat bermanfaat bagi pengembangan pendidikan di jurusan Akuntansi Universitas Darma Persada Jakarta dan menjadi tambahan referensi atau pembendaharaan perpustakaan yang ada di Universitas Darma Persada Jakarta. Penelitian ini dapat menjembatani antara teori-teori yang biasa dipelajari di bangku akademik dengan realita yang ada di dunia usaha sehingga dapat dijadikan sebagai ukuran tingkat keberhasilan suatu instansi akademik dalam menghasilkan generasi-generasi yang berkualitas dan mampu bersaing secara kompetitif dalam dunia industri.

d. Masyarakat

Agar dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai bahan referensi dalam menentukan harga pokok produksi yang tepat dan cermat agar dapat menentukan harga jual yang wajar untuk suatu produk atau jasa.