

**ANALISIS PENETAPAN HARGA JUAL PRODUK
PADA CV TOBA JAYA MAMUJU**

Diajukan Oleh :

Prialdi Nelson Hutagaol

45 18 013 103



SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah satu Persyaratan

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana EKONOMI

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BOSOWA**

MAKASSAR

2022

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Analisis Penetapan Harga Jual produk Pada CV Toba Jaya
Mamuju

Nama Mahasiswa : Prialdi Nelson Hutagaol

Nomor Stambuk : 4518013103

Program Studi : Akuntansi


Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Telah Disetujui

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Arifuddin Manne, SE., M.Si., SH., M.H.



Thanwain, SE., M.Si

Mengetahui dan Mengesahkan:


Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi pada Universitas Bosowa Makassar

**Dekan Fakultas Ekonomi Dan
Bisnis Universitas Bosowa**




Dr. Hj. Herminawaty AB, SE., MM

**Ketua Program Studi
Akuntansi**


Thanwain, SE., M.Si

PERNYATAAN KEORISINILAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Prialdi Nelson Hutagaol
Nim : 4518013103
Jurusan : Akuntansi
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Judul : Analisis Penetapan Harga Jual Produk Pada CV Toba Jaya
Mamuju

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya adalah karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah skripsi ini tidak pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan daftar pustaka.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan dapat tanpa paksaan sama sekali.

Makassar, Juli 2022




Prialdi Nelson Hutagaol

**ANALYSIS OF PRODUCT SALES PRICES ON CV TOBA JAYA
MAMUJU**

By :

Prialdi Nelson Hutagaol

*Accounting Study Program
Faculty of Economics and Business
Bosowa University*

ABSTRACT

Prialdi Nelson Hutagaol 2022. Thesis. Analysis of Product Selling Price Determination at CV Toba Jaya Mamuju. Supervised by Dr. A. Arifuddin Mane and Thanwain. The purpose of this study is to determine the application of product selling prices at CV Toba Jaya.

The type of research used is quantitative. The data collection technique used is conducting observation interviews and documentation on CV Toba Jaya Mamuju. There is 1 informant interviewed by the author. The data analysis technique used is comparative descriptive analysis.

The results show that the selling price used by CV Toba Jaya Mamuju has used a cost-based approach, namely by using full cost plus profit (full costing plus mark mines up).

Keywords: Selling Price, Product

**ANALISIS PENETAPAN HARGA JUAL PRODUK PADA CV TOBA
JAYA MAMUJU**

Oleh :

Prialdi Nelson Hutagaol

Program Studi Akuntansi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Bosowa

ABSTRAK

Prialdi Nelson Hutagaol 2022. Skripsi. Analisis Penetapan Harga Jual Produk Pada CV Toba Jaya Mamuju. Dibimbing oleh Dr. A. Arifuddin Mane dan Thanwain. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui penerapan harga jual produk pada CV Toba Jaya.

Jenis penelitian yang digunakan adalah Kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah melakukan wawancara observasi serta dokumentasi pada CV Toba Jaya Mamuju. Terdapat 1 informan yang diwawancarai oleh penulis. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif komperatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penetapan harga jual yang digunakan CV Toba Jaya Mamuju telah menggunakan pendekatan berbasis biaya, *cost-based pricing*, yaitu dengan menggunakan biaya penuh ditambah dengan pemberian laba (*full costing plus mark mines up*).

Kata Kunci: Harga Jual, Produk

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis hanturkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya yang tiada henti diberikan kepada hamba-Nya. Shalawat dan salam tak lupa penulis kirimkan kepada Nabi Muhammad SAW, sehingga penulis dapat diberi pengetahuan serta kesempatan dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini, dengan judul **“Analisis Penetapan Harga Jual Produk Pada CV Toba Jaya Mamuju”** dapat terselesaikan pada waktu yang telah direncanakan. Skripsi yang penulis buat ini bertujuan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bosowa Makassar.

Dalam penulisan, penyusunan serta proses penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Rektor Universitas Bosowa Makassar Bapak Prof. Dr. Ir. Batara Surya, ST.,M.Si.
2. Ibu Dr. Hj. Herminawati Abubakar, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bosowa Makassar.
3. Bapak Thanwain, SE., M.Si selaku Ketua Program Studi Akuntansi
4. Bapak Dr. A. Arifuddin Mane, SE.,M.Si.,SH.,MH selaku pembimbing I yang telah meluangkan waktu dengan penuh kesabaran dalam membimbing dan juga memberikan arahan yang sangat bermanfaat.
5. Bapak Thanwain, SE., M.Si selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan dengan penuh kesabaran memberikan bimbingan dan arahan

yang sangat bermanfaat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

6. Seluruh Dosen Universitas Bosowa Makassar yang telah memberikan tambahan pengetahuan serta ilmu selama menjalani proses perkuliahan berlangsung baik secara offline maupun online. Beserta staf Universitas Bosowa Makassar yang turut terlibat, terima kasih atas bantuannya selama pengurusan berkas maupun administrasi.
7. Bapak Holden Hutagaol selaku Pimpinan perusahaan CV Toba Jaya Mamuju yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan informasi selama masa penelitian berlangsung sehingga proses penelitian dapat terlaksana dengan baik.
8. Kedua orang tua saya, ayahanda tercinta Holden Hutagaol dan ibunda tersayang Yuliana Rante yang telah memberikan limpahan do'a, dukungan, semangat, motivasi serta kasih sayang yang tak henti-hentinya sehingga penulis bisa sampai pada tahap ini.
9. Saudara/saudari terkasih, Chandra P Hutagaol, Fernandho Hutagaol, Priskila Tiara R Hutagaol, Abyatar Hutagaol yang telah memberikan dukungan serta dorongan dan motivasi dalam awal proses perkuliahan hingga saat ini yang tiada henti memberikan kepercayaan diri kepada penulis.
10. Teman seperjuangan skripsi Andi Devitasari. Teman seperjuangan skripsi dalam penyelesaian skripsi walaupun dengan judul serta pembimbing yang

berbeda. Terima kasih selalu ada serta kerja sama yang baik dalam menyelesaikan skripsi bersama-sama.

11. Sahabat-sahabat seperjuangan sarjana yaitu Indah, Dila, Rian terima kasih atas suka dan duka dalam masa perkuliahan selama 4 tahun ini.
12. Tim Opaas yaitu Yudi, Fadri, Aco, Aksal, Richard, Asyadi, Pu'ding, Wisno, Fadel, dan lain-lain yang telah memberikan saya motivasi serta dorongan dalam proses penyelesaian skripsi.
13. Teman sekelas Akuntansi C 018 dan teman seangkatan 2018, serta teman-teman yang telah memberikan dorongan semangat dan motivasi, terima kasih sudah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Peneliti menyadari adanya kekurangan maupun kesalahan dalam penulisan skripsi ini, oleh karena itu kritik dan saran sangat diharapkan oleh peneliti dari semua pihak, harapan peneliti semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti khususnya bagi para pembaca serta bagi yang membutuhkan.

Makassar, Juli 2022

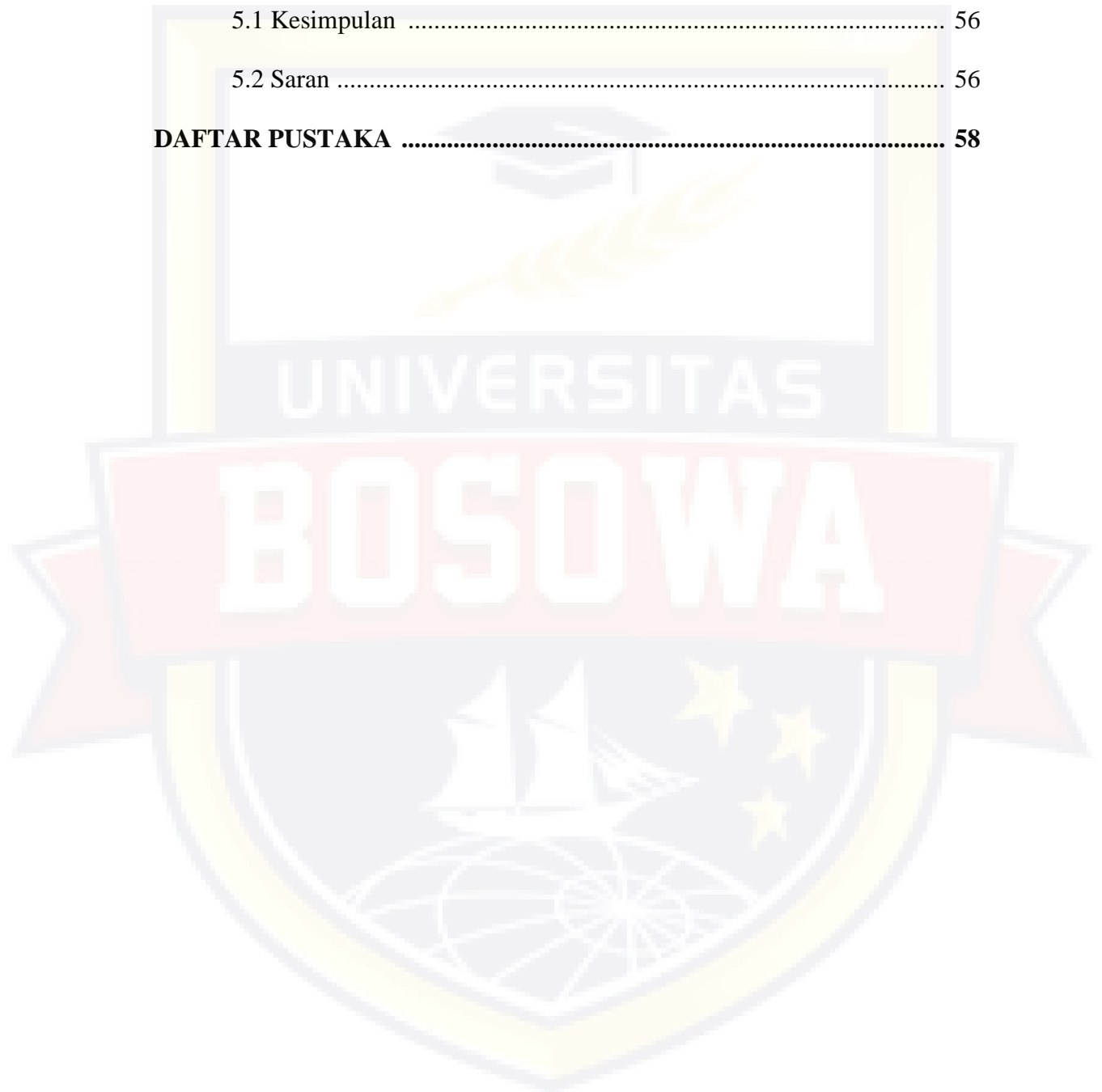
Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEORISINILAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Landasan Teori	6
2.1.1 Pengertian Biaya	6
2.1.2 Klasifikasi Biaya	7
2.1.3 Job Order Costing System.....	12
2.1.4 Pengertian Job Order Costing System.....	13
2.1.5 Biaya Produksi	15
2.1.6 Harga Pokok Produksi.....	20
2.1.7 Harga Jual	21
2.1.8 Harga Pokok penjualan	23

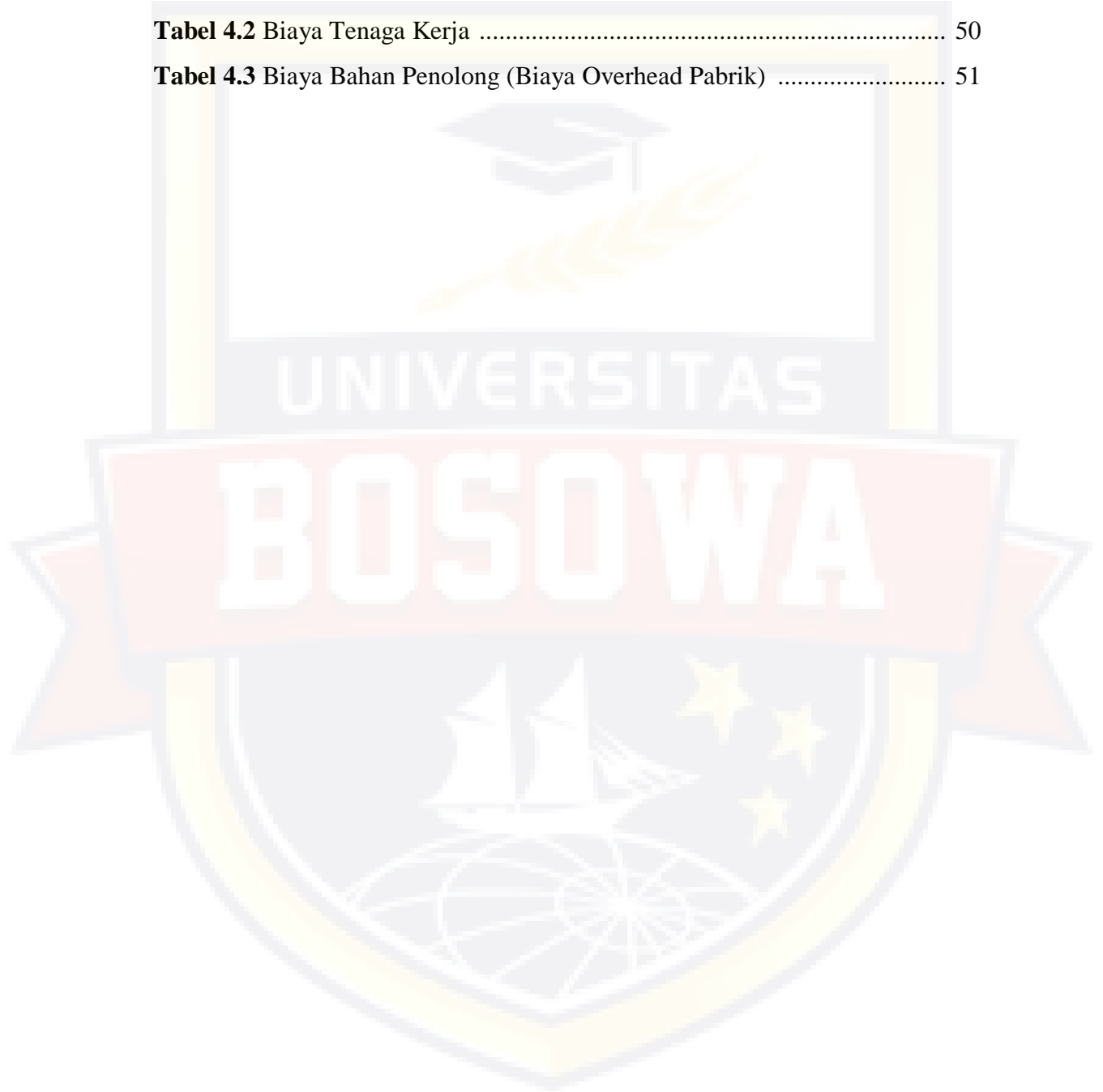
2.1.9	Komponen Harga Jual Produk	25
2.1.10	Tahap - Tahap Penetapan Harga Jual Produksi	26
2.1.11	Metode Penentuan Harga Jual	28
2.1.12	Tujuan Penetapan Harga	36
2.2	Kerangka Berpikir	40
BAB III METODE PENELITIAN		41
3.1	Lokasi dan Waktu Penelitian	41
3.2	Jenis dan Sumber Data	41
3.2.1	Jenis Data	41
3.2.2	Sumber Data	41
3.3	Metode Pengumpulan Data	42
3.4	Metode Analisis Data	43
3.5	Definisi Operasional	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		46
4.1	Gambaran Umum CV Toba Jaya	46
4.1.1	Deskripsi Singkat CV Toba Jaya Mamuju.....	46
4.1.2	Struktur Organisasi.....	47
4.2	Hasil Penelitian	48
4.2.1	Analisis Penelitian.....	48
4.2.2	Unsur – Unsur Harga Pokok Produksi	49
4.2.3	Pembiayaan dalam produksi	49
4.2.4	Perhitungan Harga Pokok Produksi dan Harga Jual	52
4.3	Pembahasan	54

BAB V PENUTUP	56
5.1 Kesimpulan	56
5.2 Saran	56
DAFTAR PUSTAKA	58



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Biaya Bahan Baku	50
Tabel 4.2 Biaya Tenaga Kerja	50
Tabel 4.3 Biaya Bahan Penolong (Biaya Overhead Pabrik)	51



DAFTAR GAMBAR

2.1 Kerangka Pikir	40
4.1 Struktur Organisasi	47



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan yang terjadi di semua lini usaha pada era perdagangan bebas juga membawa berbagai macam dampak bagi perekonomian Indonesia. Adapun dampak positifnya adalah memberikan peluang bagi Indonesia untuk mengekspor produk yang semakin luas. Sedangkan dampak negatifnya adalah persaingan yang terjadi bukan hanya antar pelaku bisnis domestik, tetapi melibatkan pula pelaku bisnis dari luar negeri yang semakin bebas memasarkan produk di Indonesia.

Perusahaan yang ingin berkembang atau paling tidak bertahan hidup harus mampu menghasilkan produksi yang tinggi dengan kualitas yang baik. Akan tetapi untuk mencapai efisiensi produksi yang tinggi ini tidak mudah, karena banyak faktor yang mempengaruhinya, baik faktor internal maupun eksternal perusahaan. Faktor-faktor tersebut antara lain tenaga kerja, bahan baku, mesin, metode produksi dan pasar.

Pada masa sekarang ini Indonesia sedang menghadapi era globalisasi, dimana teknologi sedang berkembang dengan pesat, ditambah lagi dengan semakin berkembangnya sistem perekonomian yang menembus batasan wilayah antar Negara membuat persaingan semakin ketat. Dengan situasi kondisi yang demikian maka perkembangan dunia usahapun saat ini sangatlah pesat. Setiap perusahaan harus mampu bersaing demi bisa tetap bertahan, maka perusahaan harus memiliki daya saing jangka panjang atas produk-produk yang dihasilkan.

Semua perusahaan pasti tidak menginginkan perusahaannya mengalami kerugian. Tiap perusahaan umumnya membangun sebuah usaha dengan tujuan memperoleh laba yang optimal. Setiap perusahaan mempunyai tujuan yang ingin dicapai, baik berupa laba yang maksimal, kelangsungan hidup, pertumbuhan perusahaan, maupun menciptakan kesejahteraan anggota masyarakat. Semua perusahaan pasti tidak menginginkan perusahaannya mengalami kerugian. Tiap perusahaan umumnya membangun sebuah usaha dengan tujuan memperoleh laba yang optimal. Perusahaan dapat terus dikatakan *going concern* apabila perusahaan berupaya agar produk perusahaan dapat diterima oleh masyarakat. Untuk dapat memperoleh laba yang maksimal, maka perusahaan harus dapat mengoperasionalkan semua aktivitas perusahaan dengan maksimal juga.

Setiap perusahaan mempunyai tujuan yang ingin dicapai, baik berupa laba yang maksimal, kelangsungan hidup, pertumbuhan perusahaan, maupun menciptakan kesejahteraan anggota masyarakat. Semua perusahaan pasti tidak menginginkan perusahaannya mengalami kerugian. Tiap perusahaan umumnya membangun sebuah usaha dengan tujuan memperoleh laba yang optimal. Perusahaan dapat terus dikatakan *going concern* apabila perusahaan berupaya agar produk perusahaan dapat diterima oleh masyarakat. Untuk dapat memperoleh laba yang maksimal, maka perusahaan harus dapat mengoperasionalkan semua aktivitas perusahaan dengan maksimal juga.

Perhitungan harga pokok produksi adalah hal yang perlu diperhatikan dalam penentuan harga jual suatu produk. 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 mengalami 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 mengefisienkan biaya produksi serendah-rendahnya sehingga akan memperbesar laba. Strategi efisiensi biaya produksi dan penetapan harga yang tepat harus diimbangi dengan peningkatan mutu produksi dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (*costumer satisfaction*).

Kesalahan dalam menghitung harga pokok produksi dapat mempengaruhi harga jual produk pada suatu perusahaan sehingga nilai barang menjadi terlalu tinggi atau terlalu rendah. Apabila dalam perhitungan harga pokok produksi suatu perusahaan menunjukkan 3 kesalahan dengan hasil yang relatif rendah, maka hal ini akan merugikan perusahaan karena perusahaan tersebut akan mengalami minim laba atau malah rugi. Hal sebaliknya juga akan merugikan perusahaan, jika hasil perhitungan harga pokok produksinya terlalu tinggi. Perusahaan akan sulit untuk memasarkan produknya, bahkan akan mengalami kesulitan dalam hal bersaing dengan perusahaan lain.

Full costing merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi ke dalam harga pokok produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya

overhead pabrik baik yang berperilaku variabel maupun tetap. Sedangkan variable costing merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik yang bersifat variabel. Perhitungan harga pokok produksi dapat digunakan untuk menentukan harga jual. Harga jual adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi suatu barang atau jasa ditambah dengan persentase laba yang diinginkan perusahaan.

CV Toba Jaya merupakan perusahaan yang bergerak di bidang mebel. Produk – produk yang dihasilkan perusahaan ini sudah dijual luas, baik di Mamuju maupun di luar Mamuju. Perusahaan ini mengolah kayu menjadi barang – barang mebel baik untuk keperluan rumah maupun kantor seperti meja, kursi, rak, almari, tempat tidur dan lain sebagainya. Pemesanan dilakukan dengan melakukan order lebih dahulu.

Pada tahun 2021 perusahaan mengalami masalah penetapan harga yang berubah-ubah, hal ini disebabkan oleh berbagai faktor seperti persaingan harga. Seiring dengan perkembangan yang meningkat masalah yang timbul dalam perusahaan juga semakin rumit, secara khusus penggunaan biaya produksi yang setiap tahun meningkat, sehingga perhitungan biaya perusahaan produksi secara tepat menjadi semakin penting. Oleh karena itu perlu dilakukan langsung evaluasi tentang penggunaan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya *overhead* pabrik. Kesalahan dalam perhitungan harga pokok produksi disebabkan adanya pembebanan biaya yang tidak relevan, yang turut diperhitungkan sebagai harga pokok produksi, akan menyebabkan harga pokok produksi menjadi tinggi.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Penetapan Harga Jual Produk Pada CV Toba Jaya di Mamuju Sulawesi Barat.”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimana penerapan harga jual produk pada CV Toba Jaya Mamuju?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan harga jual produk pada CV Toba Jaya Mamuju.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah dapat bermanfaat baik secara teoritis maupun secara praktis sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi bagi manajemen sebagai dasar mengambil keputusan pada CV Toba Jaya Mamuju.

2. Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini memberikan pengetahuan bagi pembaca mengenai harga jual pokok produksi sebagai informasi atau referensi bagi penulis lain dalam melakukan penelitian lebih lanjut.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Pengertian Biaya

Biaya (*cost*) adalah semua pengorbanan yang perlu dilakukan untuk suatu proses produksi, yang dinyatakan dengan satuan uang menurut harga pasar yang berlaku, baik yang sudah terjadi maupun yang akan terjadi. Dalam melaksanakan tanggung jawab perencanaan dan pengendalian manajemen membutuhkan pemahaman akan arti biaya dan terminologi yang berkaitan dengan biaya.

Peningkatan keakuratan pembebanan biaya menghasilkan informasi yang lebih bermutu tinggi yang kemudian dapat digunakan untuk membuat keputusan yang lebih baik. Memperbaiki penentuan biaya telah menjadi pengembangan utama dalam bidang manajemen biaya. Sebelum membicarakan proses penentuan biaya, baiknya menentukan mengenai definisi biaya (*cost*) (Wiguna, 2019).

Pengertian biaya (*cost*) menurut Hongren, et.al (2005), adalah suatu sumber daya yang dikorbankan (*sacrificed*) atau dilepaskan (*forgone*) untuk mencapai tujuan tertentu. Daljono (2005) mendefinisikan biaya adalah suatu pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang, untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan akan memberikan keuntungan atau manfaat pada saat ini atau masa yang akan datang.

Hasen dan Mowen (2003) mendefinisikan biaya sebagai “*cost is the cash or cash-equivalent value sacrificed for goods and services that is expected to bring a current of future benefit to organization.*” Biaya diartikan sebagai kas atau nilai

ekuivalen kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat saat ini atau di masa datang bagi organisasi. Biaya dikatakan sebagai ekuivalen kas karena sumber nonkas dapat ditukar dengan barang atau jasa yang diinginkan.

Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu. Mulyadi (2016). Blocher, David dan Cokins (2011), dalam bukunya Manajemen Biaya Penekanan Strategis, yang diterjemahkan oleh David Wijaya menyatakan bahwa biaya sebagai suatu sumber daya yang dikorbankan (*sacrificed*) atau dilepaskan (*forgone*) untuk mencapai tujuan tertentu.

2.1.2 Klasifikasi Biaya

Keberhasilan dalam merencanakan dan mengendalikan biaya tergantung pada pemahaman yang menyeluruh atas hubungan antara biaya dan aktivitas bisnis. Studi dan analisis yang hati-hati atas dampak aktivitas bisnis atas biaya umumnya akan menghasilkan klasifikasi biaya.

Dalam akuntansi biaya, biaya digolongkan dengan berbagai cara. Umumnya penggolongan biaya ini ditentukan atas dasar tujuan yang hendak dicapai dengan penggolongan tersebut. Menurut Mulyadi (2010) biaya dapat digolongkan sebagai berikut.

1. Menurut objek pengeluaran

Misalnya nama objek pengeluaran merupakan dasar penggolongan biaya.

Contoh apabila nama objek pengeluaran adalah bahan bakar, maka semua

pengeluaran yang berhubungan dengan bahan bakar disebut “biaya bahan bakar.”

2. Fungsi pokok dalam perusahaan

Dalam perusahaan manufaktur, ada 3 fungsi pokok yaitu fungsi produksi, fungsi pemasaran, dan fungsi administrasi dan umum. Oleh karena itu dalam perusahaan manufaktur biaya dapat dikelompokkan menjadi 3 kelompok.

a. Biaya Produksi

Biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Menurut obyek pengeluarannya secara garis besar biaya produksi ini dibagi menjadi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik.

b. Biaya Pemasaran

Biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk. Contohnya biaya iklan, biaya promosi, biaya angkutan dari gudang perusahaan ke gudang pembeli, gaji karyawan di bagian-bagian yang melaksanakan kegiatan pemasaran, biaya contoh (*sample*).

c. Biaya Administrasi dan Umum

Biaya-biaya untuk mengkoordinasikan kegiatan-kegiatan produksi dan pemasaran produk. Contohnya biaya ini adalah biaya gaji karyawan, bagian keuangan, akuntansi, personalia, dan bagian hubungan masyarakat, biaya pemeriksaan akuntan, biaya fotocopy.

3. Hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai

Sesuatu yang dibiayai dapat berupa produk atau departemen. Dalam hubungannya dengan sesuatu yang dibiayai, dapat dikelompokkan menjadi 2 golongan.

a. Biaya Langsung (*direct cost*)

Merupakan biaya yang terjadi, yang penyebab satu-satunya adalah karena adanya sesuatu yang dibiayai. Biaya langsung terdiri dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.

b. Biaya Tidak Langsung (*indirect cost*)

Biaya yang terjadi tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai. Biaya tidak langsung dalam hubungannya dengan produk disebut dengan istilah biaya produksi tidak langsung atau biaya *overhead* pabrik.

4. Hubungannya dengan perubahan volume kegiatan

Dalam hubungannya dengan perubahan volume aktivitas, biaya dapat digolongkan menjadi.

a. Biaya Variabel, adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Contoh biaya variabel adalah biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.

b. Biaya Semivariabel, adalah biaya yang berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Biaya Semivariabel mengandung unsur biaya tetap dan unsur biaya variabel.

c. Biaya Semifixed, adalah biaya yang tetap untuk tingkat volume kegiatan tertentu dan berubah dengan jumlah yang konstan pada volume produksi tertentu.

d. Biaya Tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap dalam kisar volume kegiatan tertentu. Contohnya biaya tetap adalah gaji direktur produksi.

5. Jangka waktu manfaatnya.

Atas dasar jangka waktu manfaatnya dibagi menjadi dua :

a. Pengeluaran Modal (*Capital Expenditure*) adalah biaya yang mempunyai manfaat lebih dari satu periode akuntansi (biasanya periode akuntansi adalah satu tahun kalender). Pengeluaran modal ini pada saat terjadinya dibebankan sebagai kos aktiva dan dibebankan dalam tahun-tahun yang menikmati manfaatnya dengan cara didepresiasi, diamortisasi atau di depleksi. Contoh pengeluaran modal adalah pengeluaran untuk pembelian aktiva tetap, untuk promosi besar-besaran, dan pengeluaran untuk riset dan pengembangan suatu produk.

b. Pengeluaran Pendapatan (*Revenue Expenditure*) adalah biaya yang hanya mempunyai manfaat dalam periode akuntansi terjadinya pengeluaran tersebut, Pada saat terjadinya pengeluaran pendapatan ini dibebankan sebagai biaya dan dipertemukan dengan pendapatan yang diperoleh dari pengeluaran biaya tersebut. Contoh pengeluaran pendapatan antara lain biaya iklan dan biaya tenaga kerja.

Menurut Karter dan Usry (2004) dalam Krista (2006) menjelaskan bahwa biaya umumnya akan menghasilkan klasifikasi tiap

pengeluaran sebagai biaya tetap, biaya variabel, atau biaya semivariabel.

Berikut ini akan dijelaskan lebih lanjut mengenai klasifikasi biaya:

1. Biaya tetap

Yaitu biaya yang secara total tidak berubah saat aktivitas bisnis meningkat atau menurun. Masuk dalam kelompok biaya ini adalah biaya penyusutan (bangunan, mesin, kendaraan, dan aktiva tetap lainnya), gaji dan upah yang dibayar secara tetap, biaya sewa, biaya asuransi, pajak, dan biaya lainnya yang besarnya tidak terpengaruh oleh volume penjualan (Krista, 2006).

2. Biaya variabel

Yaitu biaya yang secara total meningkat secara proporsional terhadap peningkatan dalam aktivitas dan menurun secara 11 proporsional terhadap penurunan dalam aktivitas. Biaya variabel termasuk biaya bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, beberapa perlengkapan, beberapa tenaga kerja tidak langsung, alat-alat kecil, pengerjaan ulang, dan unit-unit yang rusak. Biaya variabel biasanya dapat diidentifikasi langsung dengan aktivitas yang menimbulkan biaya (Krista, 2006).

3. Biaya semivariabel

Yaitu biaya yang memperlihatkan baik karakteristik dan biaya tetap maupun biaya variabel. Contoh biaya tersebut adalah biaya listrik, air, gas, bensin, batu bara, perlengkapan, pemeliharaan, beberapa tenaga kerja tidak langsung, asuransi jiwa kelompok untuk

karyawan, biaya pensiun, pajak penghasilan, biaya perjalanan dinas, dan biaya hiburan (Krista, 2006).

2.1.3 *Job Order Costing System* (Metode Harga Pokok Pesanan)

Sistem perhitungan berdasarkan pesanan (*Job-Order Costing*) digunakan untuk perusahaan yang memproduksi berbagai produk yang cukup berbeda antara yang satu dengan yang lain selama periode tertentu. Produk khusus atau produk yang dibuat menurut pesanan termasuk dalam kategori ini, begitu juga pesanan yang menyediakan jasa yang berbeda kepada pelanggan. Perusahaan yang umumnya menggunakan sistem berdasarkan pesanan adalah percetakan, konstruksi, pembuatan perabot, perbaikan mobil, perusahaan pakaian yang menerima order desain pakaian, dan perusahaan jasa seperti rumah sakit, kantor konsultan hukum, studio film, kantor akuntan, agen iklan, toko reparasi. (Garrison, et al., 2008 dan Hansen dan Mowen, 2009).

Job Order Costing dimulai dengan adanya pesanan dari konsumen yang menginginkan produk dengan spesifikasi tertentu. Pesanan tersebut kemudian dicatat pada kartu biaya pesanan yang terdiri dari bahan baku langsung, tenaga kerja langsung dan biaya overhead. Pada saat produksi telah selesai, total biaya yang telah dicatat dalam kartu biaya merupakan total biaya pesanan. Biaya rata-rata per unit ditentukan dengan cara membagi biaya pesanan total dengan jumlah unit pesanan yang dihasilkan. (Blocher, et al., 2007).

Semua biaya yang dicatat dalam kartu biaya dimasukkan dalam rekening produk dalam proses. Rekening pembantu untuk rekening produk dalam proses (bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, dan berbagai overhead pabrik)

terdiri dari kartu-kartu biaya yang di dalamnya memuat biaya produksi selama atau sebelum periode pemrosesan pesanan. Jumlah kartu biaya sama dengan jumlah pada sisi debit rekening produk dalam proses. Jumlah ini merupakan biaya produksi total yang dibebankan. Jumlah ini dilaporkan dalam laporan biaya/harga pokok produksi. (Blocher, et all., 2007).

Pendapatan adalah arus masuk bruto dari manfaat-manfaat ekonomi yang timbul dari aktifitas-aktifitas normal perusahaan selama suatu periode bila arus masuk tersebut mengakibatkan kenaikan ekuitas, yang tidak berasal dari kontribusi penanaman modal.” Itu berarti pendapatan merupakan penghasilan yang timbul dari aktivitas perusahaan yang dikenal dengan sebutan yang berbedabeda seperti penjualan, penghasilan jasa, bunga dan royalti. (Akuntansi Keuangan (SAK) (2009).

Pengertian Pendapatan Menurut Kieso, Warfield dan Weygandt (2011) dalam Mane Pendapatan adalah arus masuk bruto dari manfaat ekonomi yang timbul dari aktivitas normal entitas selama suatu periode, jika arus masuk tersebut mengakibatkan kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi penanaman modal.

2.1.4 Pengertian *Job Order Costing System*

Pada metode harga pokok pesanan, data-data biaya produksi dikumpulkan untuk setiap pesanan. Formulir yang digunakan untuk mengumpulkan biaya produksi tiap pesanan. Formulir yang digunakan untuk pengumpulan biaya produksi tiap pesanan disebut “Kartu Pesanan” (Job Cost Sheet).

Dalam buku “Akuntansi Biaya, Pengumpulan dan Penentuan Harga Pokok”

bahwa :

“Metode harga pokok pesanan adalah metode perhitungan harga di mana biaya dikumpulkan untuk setiap pesanan atau kontrak atau jasa-jasa secara terpisah, dan setiap pesanan atau kontrak dapat dipisahkan identitasnya.”

(Supriyono;1999)

Berdasarkan kutipan di atas maka dapat dikatakan metode harga pokok pesanan merupakan metode pengumpulan biaya produksi suatu pesanan atau kontrak atau jasa, di mana identitasnya dapat dipisahkan dari masing-masing pekerjaannya, secara fisik dapat dibedakan dari suatu pesanan ke pesanan yang lain. Pada metode ini biaya untuk masing-masing pekerjaan harus dipisahkan dengan jelas agar dapat ditetapkan dengan cepat besarnya biaya masing-masing produk atau jasa yang dipesan.

Dalam buku “Akuntansi Biaya”, yang dimaksud dengan metode harga pokok pesanan (Job Order Costing) adalah : “Metode harga pokok pesanan adalah metode pengumpulan harga pokok produksi dengan cara mengumpulkan semua biaya yang dikeluarkan untuk membuat suatu pesanan.” (Mulyadi;2000,37)

Berdasarkan kutipan di atas setiap metode harga pokok pesanan harus mengumpulkan sea harga pokok produksi yang dikeluarkan untuk membuat dan memperoleh suatu pesanan yang nantinya akan diperoleh seberapa besar biaya yang harus ditentukan dalam suatu pesanan tertentu.

Menurut Mulyadi dalam bukunya “Akuntansi Biaya” mengemukakan cara perhitungan harga pokok pesanan sebagai berikut :

“Dalam metode ini biaya-biaya produksi dikumpulkan untuk pesanan tertentu dan harga pokok produksi persatuan produk yang dihasilkan untuk memenuhi pesanan tersebut dihitung dengan cara membagi total biaya produksi untuk pesanan tersebut dengan jumlah satuan produk dalam pesanan yang bersangkutan”. (Mulyadi;1999)

Dalam biaya produksi untuk mengerjakan pesanan tertentu, dicatat secara rinci di dalam kartu harga pokok pesanan yang bersangkutan. Biaya produksi dipisahkan menjadi biaya produksi langsung terhadap pesanan tertentu dan biaya produksi tidak langsung. Dalam hubungannya dengan pesanan yang bersangkutan, biaya produksi langsung dicatat dalam kartu harga pokok pesanan yang bersangkutan secara langsung, sedangkan biaya produksi tidak langsung dicatat dalam kartu harga pokok pesanan berdasarkan tarif tertentu.

2.1.5 Biaya Produksi

Salah satu faktor yang kerap kali menjadi pertimbangan penting untuk menjalankan usaha dengan baik, terutama bila dikaitkan dengan masalah produksi adalah biaya produksi. Didalam pelaksanaan operasi produksi dari suatu perusahaan, biaya produksi merupakan salah satu variabel yang tidak boleh dilupakan. Terkendalinya biaya produksi ini akan merupakan salah satu kunci keberhasilan dari pengendalian produksi secara keseluruhan. Didalam pelaksanaan produksi, meskipun seluruh aspek pelaksanaan produksi ini dapat dikendalikan dengan cukup baik, namun apabila masalah biaya produksi terlupakan oleh manajemen perusahaan yang bersangkutan maka hal ini berarti

pengendalian produksi yang dilaksanakan di dalam perusahaan yang bersangkutan tersebut. Hal ini disebabkan karena walaupun proses produksi dapat berjalan dengan lancar dan baik, kualitas produk cukup memadai, namun apabila tidak didukung dengan usaha untuk dapat menekan biaya produksi menjadi serendah - rendahnya akan dapat berakibat naiknya. Biaya produksi di atas batas – batas yang wajar. Dengan naiknya biaya produksi ini, maka harga pokok produksi akan naik pula. Dalam keadaan demikian, maka perusahaan yang bersangkutan tersebut akan mengalami kesulitan di dalam melaksanakan pemasaran dari produk perusahaan yang bersangkutan.

Dalam kaitan dengan produksi dan biaya, ada 3 hal penting perlu diperhatikan. Pertama, kata produksi tidak hanya di artikan memproduksi barang dalam industry melainkan lebih luas dari itu. Pengertian produksi mencakup produksi barang maupun memberikan jasa. Dengan begitu perusahaan dagang juga melakukan proses produksi, yang terdiri dari pembelian, penyimpanan barang dagangan pengemasan, penjualan, memberikan kredit penjualan, dan sebagainya. Kedua, dalam uraian diatas pengertian biaya tidak terbatas pada pengorbanan yang dinyatakan dalam nilai moneter. Kalau kita membatasinya pada pengertian ini saja, kita akan menyimpan dari gambaran umum yang berlaku di dunia usaha. Ketiga, kita harus membedakan dengan tajam antara biaya dengan uang yang dikeluarkan. Kita berbicara mengenai biaya untuk alat – alat produksi yang di korbakan dalam proses produksi. Sedangkan pengeluaran uang terjadi saat harga beli dari alat – alat produksi itu dibayarkan, walaupun masih belum dipakai dalam proses produksi.

Sebelum membahas lebih jauh tentang biaya produksi, terlebih dahulu harus diketahui tentang pengertian biaya produksi, sebagaimana yang sebelum membahas lebih jauh tentang biaya produksi, terlebih dahulu harus diketahui tentang pengertian biaya produksi, sebagaimana yang dikemukakan oleh Firmansyah (2003): “ Biaya produksi adalah biaya – biaya yang sejak terjadinya sudah mempunyai hubungan kausal (sebab akibat) dengan kesatuan produk yang di biayai.

Beberapa pendapat mengenai pengertian biaya produksi dari para ahli:

1. Biaya produksi adalah biaya untuk memproduksi yang terdiri dari bahan langsung, upah langsung, dan biaya tidak langsung (Ismaya, 2010).
 2. *Production cost* (biaya produksi) adalah biaya yang terjadi untuk menghasilkan suatu produk atas jasa, biaya-biaya ini dapat diklasifikasikan dalam tiga jenis: bahan langsung (*direct material*), tenaga kerja langsung (*direct labour*), dan *overhead* pabrik (*factory overhead*) (Ardiyos, 2010).
 3. Biaya produksi adalah biaya-biaya yang dikeluarkan untuk mengolah bahan baku menjadi produk selesai. Biaya ini dikeluarkan oleh departemen produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik (Sutrisno, 2012).
 4. Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual (Mulyadi, 2012).
- Berdasarkan beberapa pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa biaya produksi merupakan sejumlah biaya yang harus dikeluarkan oleh

perusahaan untuk proses produksi. Biaya produksi terdiri atas bahan baku langsung, tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik.

Salah satu pengelompokan biaya berdasarkan produknya adalah biaya produksi. Biaya produksi dapat diartikan sebagai biaya yang digunakan dalam proses produksi yang terdiri dari bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Biaya produksi ini disebut juga dengan biaya produk yaitu biaya-biaya yang dapat dihubungkan dengan suatu produk, dimana biaya ini merupakan bagian dari persediaan.

Beberapa pendapat mengenai pengertian biaya produksi dari para ahli:

1. Riwayadi (2006), biaya produksi adalah biaya yang terjadi pada fungsi produksi, dimana fungsi produksi merupakan fungsi yang mengolah bahan baku menjadi barang jadi.
2. Pinasih (2005), Biaya produksi adalah biaya yang berhubungan langsung dengan produksi dari suatu proses dan akan dipertemukan dengan penghasilan diperoleh produk untuk dijual.
3. Firdaus dan Wasilah (2009), biaya produksi merupakan biaya yang terjadi sehubungan dengan kegiatan manufaktur atau memproduksi suatu barang terdiri atas bahan langsung, tenaga kerja langsung, dan *overhead* pabrik. Berdasarkan beberapa pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa biaya produksi merupakan sejumlah biaya yang harus dikeluarkan oleh perusahaan untuk proses produksi. Biaya produksi terdiri atas bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik.

Untuk melakukan proses produksi, setiap perusahaan membutuhkan biaya produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik (Mulyadi, 2012).

1. Biaya bahan baku

Adalah semua bahan yang membentuk bagian integral dari barang jadi dan dapat dimasukkan langsung dalam kalkulasi biaya produk. Pertimbangan utama dalam mengelompokkan bahan ke dalam bahan langsung adalah kemudahan penelusuran proses perubahan bahan tersebut menjadi bahan jadi. Contohnya dapat berupa paku untuk membuat peralatan mebel tak pelak lagi merupakan bagian dari barang jadi, namun agar penghitungan biaya mebel tersebut dapat dilakukan secara cepat, bahan ini dapat diklasifikasikan sebagai bahan langsung.

2. Biaya tenaga kerja langsung

Adalah biaya tenaga yang dapat ditelusuri dengan mudah ke produk jadi biaya yang dikeluarkan untuk karyawan yang dikerahkan untuk mengubah bahan langsung menjadi bahan jadi. Tenaga kerja langsung disebut juga "*touch labour*" karena tenaga kerja langsung melakukan kerja tangan atas produk pada saat produksi. Biaya ini meliputi gaji para karyawan yang dapat dibebankan kepada produk tertentu misalnya adalah tenaga kerja bagian perakitan seperti halnya biaya untuk tukang kayu, tukang batu dan operator mesin.

3. Biaya *Overhead* pabrik

Biaya overhead pabrik adalah berbagai macam biaya selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung yang juga dibutuhkan dalam proses produksi. Secara sederhana dapat dinyatakan bahwa overhead pabrik mencakup semua biaya pabrikasi kecuali bahan langsung dan pekerja langsung. Biaya overhead pabrik termasuk bahan tidak langsung, tenaga kerja tidak langsung, pemeliharaan dan perbaikan biaya produksi, listrik dan penerangan, pajak property, penyusutan, asuransi fasilitas-fasilitas produksi. Didalam perusahaan juga terdapat biaya listrik dan penerangan, pajak property, penyusutan, asuransi, dan sebagainya berkaitan dengan fungsi administrasi dan penjualan. Hanya biaya-biaya yang berkaitan dengan operasi perusahaan yang termasuk kategori biaya overhead produksi.

2.1.6 Harga Pokok Produksi

Beberapa para ahli menyebutkan pengertian Harga Pokok Produksi yang berbeda-beda. Harga pokok produksi adalah total harga pokok produk yang diselesaikan selama periode berjalan (Sumarsono, 2009). Harga pokok produksi (*cost of good manufactured*) adalah semua biaya yang untuk membuat satu unit barang jadi yang meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik (Hongren, 2006). Manfaat mengetahui harga pokok produksi adalah:

1. Untuk menghitung nilai persediaan barang jadi.
2. Untuk menghitung harga pokok penjualan.
3. Untuk dasar menentukan harga jual.

4. Untuk menentukan penawaran harga jual suatu kontrak penjualan.
5. Untuk memenangkan persaingan di pasar.

Harga pokok merupakan pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh aktiva, selain itu harga pokok juga digunakan untuk menunjukkan pengorbanan sumber ekonomi dalam pengolahan bahan baku menjadi produk (Mulyadi, 2015).

Namun karena pembuatan produk tersebut bertujuan mengubah aktiva (berupa persediaan bahan baku) menjadi aktiva lain (persediaan produk jadi), maka pengorbanan bahan baku tersebut, yang berupa biaya bahan baku, akan membentuk harga pokok produksi. Berdasarkan beberapa pendapat para ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa Harga Pokok Produksi adalah semua biaya produksi yang digunakan untuk memproses suatu bahan baku hingga menjadi barang jadi dalam suatu periode waktu tertentu.

Penentuan Harga Pokok Produksi digunakan untuk perhitungan laba atau rugi perusahaan yang akan dilaporkan kepada pihak eksternal perusahaan. Penetapan harga pokok produksi yang tepat sangat penting bagi perusahaan dalam menjalankan usahanya. Karena apabila dalam penentuan atau penetapan harga pokok produksi tidak tepat maka kemungkinan perusahaan akan mengalami laba yang rendah atau bahkan mengalami kerugian. Harga pokok produksi bermanfaat bagi manajemen dalam:

1. Menentukan harga jual produk tersebut.
2. Memantau realisasi biaya produksi.
3. Menghitung laba atau rugi bruto periode tertentu

2.1.7 Harga Jual

Harga jual merupakan hal penting, dimana harga merupakan komponen besar dari kepuasan konsumen, dan nilai produk adalah apa yang dirasakan konsumen, jadi pembeli membantu menetapkan nilai dari produk. Dari sudut pandang produsen harga tentu saja mempunyai peranan yang sangat penting. Laba yang akan diperoleh perusahaan dan kelangsungan hidup perusahaan sangat ditentukan oleh seberapa besar pendapatan yang mereka peroleh, dan ini tergantung dari beberapa banyak jumlah produk yang akan di terjual. Banyaknya jumlah penjualan produk yang sangat dipengaruhi oleh harga jual produk itu sendiri. Jadi harga jual merupakan hal penting atas suatu produk yang dijual baik bagi produsen maupun konsumen.

Harga jual merupakan perkiraan nilai tukar dari produk yang ditentukan dengan uang. Harga Jual adalah harga pada waktu menjual. Harga jual adalah harga yang diperoleh dari penjumlahan biaya produksi total ditambah dengan mark up yang digunakan untuk menutup biaya overhead pabrik perusahaan (Ahcmad, 2002).

Hansen dan Howen (2001) menyatakan bahwa penentuan harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan. Mulyadi (2012) mendefinisikan penentuan harga jual sebagai suatu nilai yang dapat menutupi seluruh biaya yang membebankan barang atau jasa yang dihasilkan ditambah dengan sejumlah keuntungan yang diinginkan oleh perusahaan.

Menurut Mursyidi (2012) “Pada prinsipnya harga jual dapat menutupi biaya penuh ditambah dengan laba yang wajar”. Harga jual sama dengan biaya produksi ditambah *mark-up*. 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 pada konsumen.

Dengan adanya perubahan atau peningkatan biaya produksi maka akan lebih relevan bila hal tersebut dikaitkan dengan pencapaian tujuan perusahaan dalam memperoleh pendapatan, serta pengaruh terhadap harga dan volume penjualan produk pada perusahaan tersebut.

Satu hal yang juga perlu mendapat perhatian penting dari perusahaan adalah bahwa peningkatan biaya itu bisa disebabkan oleh faktor – faktor tertentu, baik itu faktor internal maupun external. Faktor internal yaitu keadaan dari dalam lingkungan perusahaan selama melakukan proses sampai menghasilkan suatu proses jadi, seperti apakah perusahaan dapat menyelesaikan produknya dalam jangka waktu yang telah direncanakan dan ditetapkan atau tidak. Karena kalau tidak hal tersebut dapat menambah biaya produksi bagi perusahaan sehingga akan mendapat mempengaruhi harga jual yang telah ditentukan sebelumnya. Sedangkan faktor external merupakan faktor diluar lingkungan perusahaan.

2.1.8 Harga Pokok Penjualan

Harga pokok penjualan (HPP) adalah seluruh biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh barang yang dijual atau harga perolehan dari barang yang dijual, atau bisa dikatakan penghitungan harga pokok penjualan merupakan perbandingan antara seluruh harga yang dikeluarkan untuk mendapatkan barang yang dijual dengan hasil dari barang-barang yang dijual/penjualan (nilai-nilai dan harga jual). Mulyadi (2013:135) dalam Mane mengatakan Harga Pokok Penjualan adalah segala cost yang timbul dalam rangka membuat suatu produk menjadi siap untuk dijual. Atau dengan kalimat lain, Harga Pokok penjualan adalah cost yang terlibat dalam proses pembuatan barang atau yang bisa dihubungkan langsung dengan proses yang membawa barang dagangan siap untuk dijual. Ada dua manfaat dari harga pokok penjualan :

- 1) Sebagai patokan untuk menentukan harga jual.
- 2) Untuk mengetahui laba yang diinginkan perusahaan.

Apabila harga jual lebih besar dari harga pokok penjualan maka akan diperoleh laba, dan sebaliknya apabila harga jual lebih rendah dari harga pokok penjualan akan diperoleh kerugian. Unsur-unsur itu antara lain:

- 1) Persediaan awal barang dagangan;
- 2) pembelian;
- 3) biaya angkut pembelian;
- 4) retur pembelian dan pengurangan harga;

5) potongan pembelian

Komponen lain dalam perhitungan Harga Pokok Penjualan yaitu biaya angkut, retur pembelian, potongan pembelian, dan sebagainya. Namun komponen-komponen ini tidak menjadi masalah atau tidak mempengaruhi dalam perhitungan Harga Pokok Penjualan.

2.1.9 Komponen Harga Jual Produk

Biaya merupakan komponen penting yang harus dipertimbangkan dalam penentuan harga jual produk atau jasa pada umumnya ditentukan dari jumlah semua biaya ditambah jumlah tertentu yang disebut Mark Up cara penentuan harga tersebut dikenal dengan pendekatan Cost plus. Ada 3 konsep yang dapat digunakan untuk menentukan harga jual dengan pendekatan cost plus , tersebut yaitu :

1. Konsep Biaya Total (Total Cost)

Berdasarkan konsep biaya total ini, harga jual ditentukan dari biaya total = biaya produksi + biaya pemasaran + biaya administrasi dan umum + dengan jumlah laba yang di inginkan perusahaan. Pengertian Mark Up menurut konsep biaya ini adalah laba yang di inginkan.

2. Konsep Biaya Produk (Product Cost)

Menurut konsep ini yang juga disebut dengan Absorption Approach. Harga jual di tentukan dari biaya produksi ditambah dengan Mark Up, menurut konsep biaya produk ini adalah Laba yang dikehendaki + Biaya Pemasaran + Biaya Administrasi dan Umum. Persentase Mark Up dihitung dengan rumus:

$$\text{Persentase Mark Up} = \frac{\text{Administrasi dan Umum}}{\text{Biaya Produksi}}$$

3. Biaya Variabel (Variabel Cost)

Menurut konsep ini yang juga disebut Contribution Approach biaya, (Biaya Produksi Variabel + Biaya Pemasaran Variabel + Biaya Administrasi dan Umum Variabel ditambah dengan Mark Up dimana pengertian Mark Up dalam hal ini adalah laba yang dikehendaki + semua biaya yang bersifat tetap.

2.1.10 Tahap – Tahap Penetapan Harga Jual Produksi

Setelah mengetahui arah dan tujuan penetapan harga yang sudah ditentukan, maka hal yang harus diperhatikan oleh manajemen pemasaran dapat dialihkan kepada prosedur penentuan harga yang ditawarkan. Penetapan harga selalu menjadi masalah bagi setiap perusahaan karena penetapan harga ini bukanlah kekuasaan atau kewenangan yang mutlak dari seorang pengusaha ataupun pihak perusahaan. Penetapan harga dapat menciptakan hasil penerimaan penjualan dari produk yang dihasilkan dan dipasarkan. Meskipun penetapan harga merupakan hal yang penting, namun masih banyak perusahaan yang kurang sempurna dalam menangani permasalahan penetapan harga tersebut. Karena menghasilkan penerimaan penjualan, maka harga mempengaruhi tingkat penjualan, tingkat keuntungan, serta *share* pasar yang dapat dicapai perusahaan.

Dalam penetapan harga yang harus diperhatikan adalah faktor yang mempengaruhi, baik langsung maupun tidak langsung.

1. Faktor yang secara langsung adalah harga bahan baku, biaya produksi, biaya pemasaran, peraturan pemerintah dan factor lainnya.
2. Faktor yang tidak langsung namun erat dengan penetapan harga adalah antara lain harga jual produksi sejenis yang dijual oleh pesaing, pengaruh harga terhadap hubungan antara produk substitusi dan produk komplementer, serta potongan untuk para penyalur dan konsumen.

Yang harus diperhatikan oleh manajemen pemasaran dapat dialihkan kepada prosedur penentuan harga yang ditawarkan. Apabila dalam sebuah perusahaan tidak memiliki prosedur yang sama dalam menentukan atau menetapkan harga dimana menurut Wiliam J. Stanto (2014) bahwa penetapan harga memiliki tahap sebagai berikut.

1. Mengestimasi untuk permintaan barang yaitu perusahaan dapat mengestimasi permintaan barang atau jasa yang dihasilkan secara total yang akan memudahkan perusahaan dalam melakukan penentuan harga terhadap permintaan barang baru. Dalam mengestimasi permintaan suatu barang maka sebuah manajemen bias menggunakan cara sebagai berikut:
 - a. Menentukan harga yang diharapkan (*expected price*) yaitu harga diharapkan dapat diterima oleh konsumen yang ditemukan berdasarkan peredaran.
 - b. Mengestimasi volume penjualan pada berbagai tingkat harga.

2. Mengetahui terlebih dahulu reaksi dalam pesaingan yaitu kebijaksanaan yang dilakukan oleh perusahaan dalam penentuan harga harus mempertimbangkan kondisi pesaingan barang yang terdapat di pasar serta sumber-sumber penyebab lainnya. Seperti barang sejenis yang dihasilkan oleh perusahaan lain barang pengganti atau substitusi.
3. Barang lain yang dihasilkan oleh perusahaan lain yang sama-sama menginginkan uang konsumen yaitu sebuah pangsa pasar yang dapat diharapkan oleh kalangan perusahaan yang ingin bergerak maju lebih cepat dan tentu selalu mengharapkan *market share* yang ingin bergerak maju lebih cepat dan tentu selalu mengharapkan *market share* yang lebih besar.
4. Strategi harga yaitu memiliki strategi harga untuk manajer target pasar terdapat beberapa strategi harga yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapai target pasar yang sesuai yaitu :
 - a. Penetapan harga penyaring (*skimming price*).
 - b. Penetapan harga penetrasi (*penetration price*).

2.1.11 Metode Penentuan Harga Jual

Metode penentuan harga jual menurut Mulyadi (2001), diuraikan ada 3 metode yang digunakan yaitu penentuan harga jual dalam keadaan normal, penentuan harga jual dalam cost type contract dan penentuan harga jual khusus.

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

Dalam keadaan normal, manajer penentuan harga jual memerlukan informasi biaya penuh masa yang akan datang sebagai dasar penentuan harga jual

produk atau jasa. Metode penentuan harga jual normal seringkali disebut *cost-plus pricing*, karena harga jual ditentukan dengan menambah biaya masa yang akan datang dengan suatu persentase *mark up* (tambahan diatas jumlah biaya) yang dihitung dengan formula tertentu (Mulyadi, 2001).

Dalam keadaan normal, manajer penentuan harga jual memerlukan informasi biaya penuh masa yang akan datang sebagai dasar penentuan harga jual produk atau jasa. Metode penentuan harga jual normal seringkali disebut *cost-plus pricing*, karena harga jual ditentukan dengan menambah biaya masa yang akan datang dengan suatu persentase *mark up* (tambahan diatas jumlah biaya) yang dihitung dengan formula tertentu (Mulyadi, 2001). Harga jual produk atau jasa dalam keadaan normal ditentukan dengan faktor sebagai berikut.

$$\text{Harga Jual} = \text{Taksiran biaya penuh} + \text{Laba yang diharapkan}$$

Ada 2 pendekatan dalam Penentuan Harga harga jual keadaan normal yaitu *Cost Plus Pricing* dan Penentuan harga jual dalam perusahaan yang menjual waktu, bahan dan suku cadang dalam pelayanan pelanggannya.

a. *Cost Plus Pricing*

Menurut Mulyadi (2001), *Cost Plus Pricing* adalah penentuan harga jual dengan cara menambahkan laba yang diharapkan diatas biaya penuh masa yang akan datang untuk memproduksi dan memasarkan produk. Harga jual menggunakan *Cost Plus Pricing* dihitung dengan rumus seperti yang digunakan untuk menghitung harga jual dalam keadaan normal. Dengan demikian ada 2 unsur yang diperhitungkan dalam

penentuan harga jual ini: biaya penuh dan laba yang diharapkan. Taksiran biaya penuh dapat dihitung dengan 2 pendekatan yaitu *full costing* dan *variabel costing*.

Biaya bahan baku	Rpxxx
Biaya tenaga kerja langsung	Rpxxx
Biaya overhead pabrik (variabel + tetap)	<u>Rpxxx</u>
Taksiran total biaya produksi	Rpxxx
Biaya administrasi dan umum	Rpxxx
Biaya pemasaran	<u>Rpxxx</u>
Taksiran total biaya komersial	<u>Rpxxx</u>
Taksiran biaya penuh	<u>Rpxxx</u>
<i>*Unsur biaya penuh dengan metode full costing</i>	
Biaya bahan baku	Rpxxx
Biaya tenaga kerja langsung	Rpxxx
Biaya overhead pabrik (variabel + tetap)	<u>Rpxxx</u>
Taksiran total biaya produksi	Rpxxx
Biaya administrasi dan umum	Rpxxx
Biaya pemasaran	<u>Rpxxx</u>
Taksiran total biaya komersial	Rpxxx
Taksiran biaya penuh	<u>Rpxxx</u>

**Unsur biaya penuh dengan metode variabel costing*

Unsur kedua yang diperhitungkan dalam harga jual adalah laba yang diharapkan. Dalam keadaan normal, harga jual harus dapat

menutup biaya penuh dan dapat menghasilkan laba yang diharapkan.

Laba yang diharapkan dihitung berdasarkan investasi yang ditanamkan untuk menghasilkan produk dan jasa, manajer penentuan harga jual perlu mempertimbangkan: *cost of capital*, risiko bisnis dan besarnya *capital employed* (Mulyadi, 2012).

b. Perhitungan harga jual per Unit

Mulyadi (2001) menjelaskan biaya dipakai sebagai dasar penentuan harga jual, baik dalam pendekatan *full costing* maupun *variabel costing*, biaya penuh masa yang akan datang dibagi menjadi 2 yaitu biaya yang dipengaruhi secara langsung oleh volume produk dan biaya penuh yang tidak dipengaruhi oleh volume produk. Dalam penentuan harga jual, taksiran biaya penuh yang secara langsung berhubungan dengan volume produk dipakai sebagai dasar penentuan harga jual sedangkan taksiran biaya penuh yang tidak dipengaruhi oleh volume produk ditambahkan kepada laba yang diharapkan untuk kepentingan penghitungan persentase *markup*.

Rumus perhitungan harga jual atas dasar biaya secara umum baik *full costing* maupun *variabel costing* dapat dinyatakan dalam persamaan berikut ini:

Persentase *markup* dihitung dengan rumus:

Biaya yang	
Berhubungan	Persentase
$\text{Harga Jual per Unit} = \frac{\text{Langsung dengan}}{\text{Volume (per unit)}} + \text{Markup}$	

Terdapat perbedaan dalam konsep langsung dan tidak langsung dengan volume antara metode *full costing* dengan metode *variabel costing*. Konsep biaya yang berhubungan langsung dengan volume menurut *full costing* adalah berupa biaya produksi, sedangkan biaya yang tidak berhubungan langsung dengan volume adalah berupa biaya non produksi.

Variabel Costing memandang dengan cara yang berbeda terhadap biaya yang dipengaruhi secara langsung oleh volume produk bila dibandingkan dengan *full costing*, biaya penuh yang dipengaruhi secara langsung oleh volume pabrik terdiri dari biaya variabel, sedangkan biaya penuh yang tidak dipengaruhi secara langsung oleh volume produk terdiri dari biaya tetap (Mulyadi, 2001).

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

Penentuan harga jual waktu dan bahan ini pada dasarnya merupakan *cost-plus pricing*. Harga jual ditentukan sebesar biaya penuh ditambah dengan laba yang diharapkan. Metode penentuan harga jual ini digunakan oleh perusahaan bengkel mobil, dok kapal dan perusahaan yang menjual jasa reparasi, bahan dan suku cadang sebagai pelengkap penjualan jasa. Volume jasa dihitung berdasarkan waktu diperlukan

untuk melayani *costumer*, sehingga perlu dihitung harga jual per satuan waktu yang dinikmati oleh *costumer*. Sedangkan volume bahan dan suku cadang yang diperlukan sebagai pelengkap penyerahan jasa dihitung berdasarkan kuantitas bahan dan suku yang diserahkan kepada *costumer*, sehingga perlu dihitung harga jual per satuan bahan dan suku cadang yang dijual kepada *costumer* (Mulyadi, 2001).

1) Penentuan Harga Jual dalam *Cost-type Contract*

Cost-type Contract adalah kontrak pembuatan produk atau jasa yang pihak pembeli setuju untuk membeli produk atau jasa harga yang berdasarkan pada total biaya yang sesungguhnya dikeluarkan oleh produsen ditambah dengan laba yang dihitung sebesar presentase tertentu dari total biaya sesungguhnya tersebut.

Jika dalam keadaan normal, harga jual produk atau jasa yang akan dijual di masa yang akan datang ditentukan *dengan metode cost-plus pricing*, berdasarkan taksiran biaya penuh sebagai dasar, dalam *cost-type contract* harga jual yang dibebankan kepada *costumer* dihitung berdasarkan biaya penuh sesungguhnya yang telah dikeluarkan untuk memproduksi dan memasarkan produk.

2) Penentuan Harga Jual Pesanan Khusus

Menurut Mulyadi (2001), pesanan khusus merupakan pesanan yang diterima oleh perusahaan diluar pesanan regular perusahaan. Biasanya *costumer* yang melakukan pesanan khusus ini meminta harga di bawah jual normal, bahkan seringkali harga yang di minta

oleh customer berada dibawah biaya penuh, karena biasanya pesanan khusus mencakup jumlah yang besar.

Menurut Achmad (2002), ada beberapa metode penentuan harga jual tetapi yang sering dipakai adalah lima metode sebagai berikut:

a) *Gross Margin Pricing*

Metode ini tepat digunakan oleh perusahaan perdagangan dimana jenis perusahaan ini tidak membuat sendiri produk yang dijual sehingga tidak banyak aktiva tetap yang digunakan.

Caranya dengan menentukan persentase tertentu diatas harga produk yang dibeli, persentase ini disebut "*Mark On Percentage*" atau *Mark up*. Persentase ini meliputi dua komponen yaitu bagian untuk menutup biaya operasi dan bagian yang merupakan laba yang diinginkan. Persentase mark up besarnya berbeda-beda antara perusahaan satu dengan perusahaan lainnya. Perusahaan yang mempunyai resiko besar akan menentukan persentase *mark up* ini relatif lebih panjang dibanding dengan perusahaan yang risikonya tidak begitu besar. Beberapa faktor yang memengaruhi besarnya *mark up* di antaranya musiman tidaknya produksi, tinggi rendahnya biaya operasi, besar kecilnya aktiva yang digunakan, dan tajam tidaknya persaingan.

b) *Direct Cost Pricing*

Metode ini umumnya diterapkan pada produk yang diproduksi tetapi melebihi daya serap pasar (produk dari kapasitas yang menganggur) yang kemudian produk ini dipasarkan pada pasar yang berbeda, dengan syarat tidak merusak pasaran produk dipasaran bebas. Metode ini dikenal dengan Marginal Income Pricing karena hanya memperhitungkan biaya-biaya yang berhubungan secara proporsional dengan volume penjualan sehingga menghasilkan marginal income. Marginal income berapa yang dikehendaki atau kelebihan diatas biayabiaya variabel berapa yang dikehendaki oleh perusahaan, hal ini sebagai dasar penentuan harga jual.

c) Full Cost Pricing

Pada metode ini semua jenis biaya dipakai sebagai dasar untuk menentukan harga jual. Jadi semua biaya untuk membuat produk tersebut dihitung ditambah persentase laba yang diinginkan.

1. Time and Material Pricing

Dalam metode ini, tarif ditentukan dari upah langsung dan tarif lain dari bahan baku masing-masing, tarif ini dijadikan satu ditambah jumlah tertentu dari biaya tak langsung serta laba yang diinginkan. Time dalam metode ini ditunjukkan

oleh tarif perjam atau perwaktu dari tenaga kerja, di mana tarif tenaga kerja ini merupakan jumlah dari (Achmad, 2002):

- a. Upah langsung dan premi pada karyawan
- b. Bagian laba yang layak dan berhubungan dengan upah tenaga kerja
- c. Bagian untuk laba Material adalah semua biaya yang dimaksudkan untuk job tertentu ditambah handling dari material biasanya ditentukan dengan persentase tertentu dari cost material. Dengan menentukan Time dan Material tersebut maka dengan mudah perusahaan bisa menentukan harga jual suatu produk.

Mulyadi (2001) mengungkapkan, ada lima metode penentuan harga jual:

- a. Penentuan harga jual dalam keadaan normal,
- b. Penentuan harga jual waktu dan bahan,
- c. Penentuan harga jual dalam cost-type contract,
- d. Penentuan harga jual pesanan khusus,
- e. Penentuan harga jual produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan yang dihasilkan oleh peraturan pemerintah.

2.1.12 Tujuan Penetapan Harga

Menurut Griffin dan Ebert (2007) dalam penetapan harga, manager memutuskan berapa yang akan diterima perusahaan sebagai imbalan produknya,

dan tujuan penetapan harga merujuk pada tujuan yang ingin didapatkan produsen sebagai akibat dari keputusan penetapan harga. Tujuan ini dapat dibagi menjadi dua kategori utama yaitu:

1. Penetapan harga untuk memaksimalkan laba

Jika harga terlalu rendah, perusahaan barangkali akan menjual banyak unit produk tetapi kehilangan peluang untuk menciptakan laba tambahan atas setiap produk. Jika harga terlalu tinggi, laba besar akan tercipta atas masing – masing unit tetapi lebih sedikit unit yang terjual. Berorientasi laba mencakup:

a. Mengharapkan return tertentu yaitu pengembalian dari kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan. Biasanya return ditetapkan sebagai target yang harus dicapai. Biasanya target return ini dikaitkan dengan berbagai biaya yang akan dikeluarkan perusahaan. Return dinyatakan dalam persen, baik dari penjualan (*return of sales*) maupun dari investasi (*Return of investment*). Besarnya persentase return yang diharapkan pada dasarnya tergantung pada berbagai hal, seperti:

- 1) Pandangan seseorang terhadap besarnya resiko. Semakin besarnya resiko yang dihadapi, maka semakin besar pula return yang diharapkan.
- 2) Biaya dan pengorbanan yang dikeluarkan. Semakin besar biaya dan pengorbanan yang dikeluarkan, maka semakin besar return yang diharapkan.
- 3) Sifat seseorang dalam menghadapi resiko usaha. Orang yang senang menantang resiko mau melakukan sesuatu meskipun return yang

dijanjikan terlalu besar. Sebaiknya mereka yang tidak menyukai usaha berisiko tinggi, akan menetapkan return yang tinggi untuk usaha tersebut.

- b. Mengharapkan laba maksimal yaitu tujuan ini banyak dikemukakan terutama oleh perusahaan – perusahaan kecil yang cenderung lebih berfikir jangka pendek. Akibatnya sering kita lihat perbedaan harga yang mencolok antara satu retailer dengan retailer yang lain untuk barang yang sama, karena salah satu diantaranya menginginkan laba per unit yang sebesar – besarnya dalam waktu singkat. Sebenarnya secara teoritis, laba maksimum tidak hanya dicapai melalui penetapan harga yang tinggi atau menaikkan harga jual barang. Menetapkan harga yang lebih tinggi akan membawa laba total yang tinggi hanya apabila permintaan bersifat inelastis. Artinya perubahan harga tidak membawa pengaruh yang berarti bagi permintaan. Tetapi bila permintaan barang sangat elastis terhadap harga, maka secara total inipun akan memperbesar laba. Laba yang besar seharusnya tidak hanya menguntungkan penjual saja.
- c. Mengharapkan laba tertentu yaitu beberapa pengusaha, terutama bagi mereka yang memikirkan kelangsungan hidup usaha, yang lebih mengutamakan sifat social perusahaan atau yang melihat bahwa daya beli masyarakat memang rendah, menetapkan harga semakin rupa, hanya agar memperoleh laba yang memadai. Dengan harga yang ditetapkan itu ia mengharapkan perusahaan tidak rugi tetapi barang yang dijual dapat dibeli oleh masyarakat. Besarnya laba perunit maupun total yang dianggap cukup

oleh seorang penjual sanga subyektif. Artinya sangat tergantung pada pandangan seseorang tentang faktor- faktor yang mengelilinginya.

d. Tujuan pangsa pasar

Banyak perusahaan siap menerima laba minimal, bahkan kerugian, hanya supaya pembeli bias mencoba produk. Mereka bisa menggunakan penentuan harga untuk membangun pangsa pasar persentasi dari total penjualan perusahaan untuk jenis produk tertentu.

- a. Mengharapkan pertumbuhan penjualan yaitu beberapa manager, terutama manager kalangan perusahaan-perusahaan besar lebih tertarik pada peningkatan volume penjualan secara langsung akan di ikuti oleh peningkatan laba.
- b. Mengharapkan pertumbuhan *market - share* atau bagian pasar yang berada ditangan perusahaan menunjukkan kekuatan bersaing perusahaan atau bahkan mampu pula meramalkan kelangsungan hidup perusahaan. Artinya *market share* yang demikian kecil, dapat diartikan bahwa perusahaan harus bersaing dengan keras agar tidak terlemper keluar dari pasar, atau menunjukkan bahwa posisi perusahaan demikian berbahaya. Sebaliknya bila *market share* cukup besar menunjukkan bahwa perusahaan tidak hanya sekedar follower dipasar. Bila perusahaan menguasai sebagian besar pasar, ia akan bertindak sebagai leader di sana. Apa yang dilakukannya akan diikuti oleh pesaing. Kemungkinan untuk tersingkir keluar dari pasar relatif

kecil, karena itu pertumbuhan *market share* adalah salah satu bentuk tujuan yang di tambahkan oleh perusahaan.

- c. Mempertahankan *market share* yang Sebagian pengusaha menganggap *market share* tertentu sebagai *market share* yang ideal. Mereka beranggapan bahwa menambah *market share* justru akan mendatangkan masalah baru bagi perusahaan. Hal ini terutama ditentukan pada perusahaan menengah kecil, apalagi perusahaan keluarga.

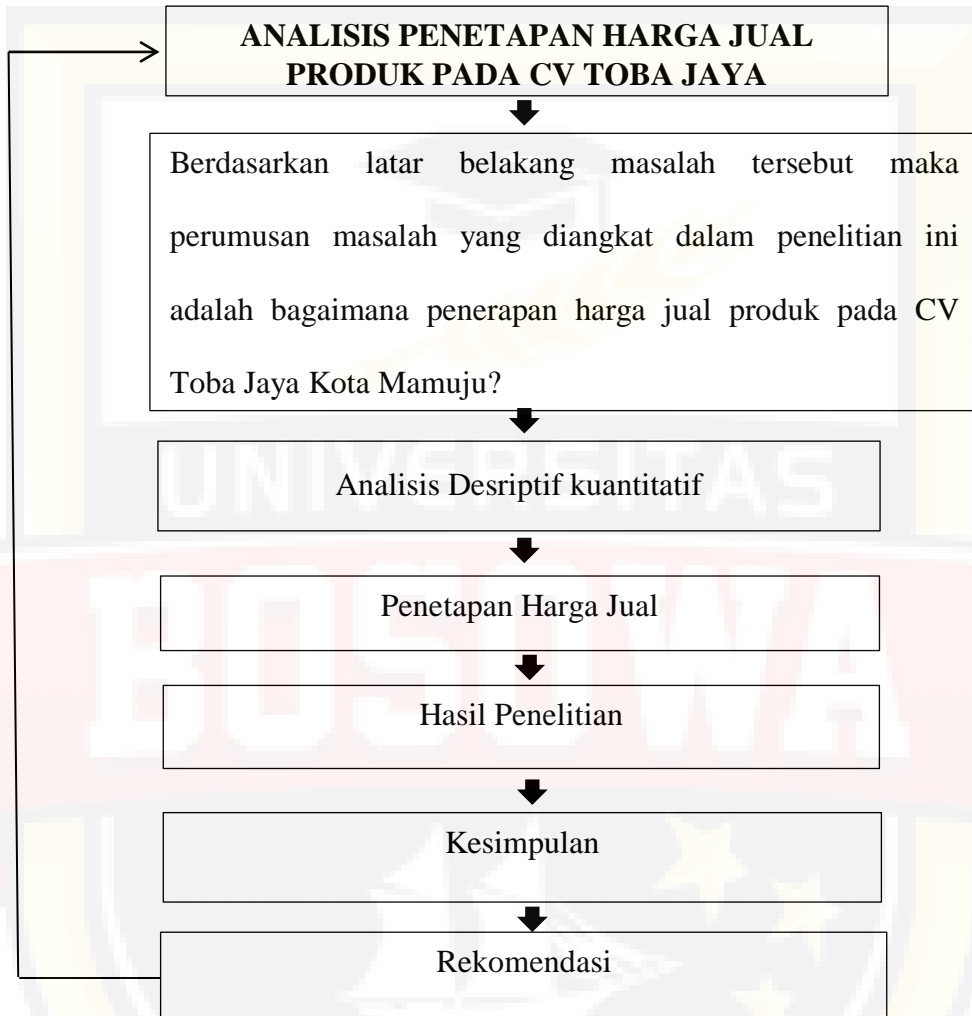
UNIVERSITAS

BOSOWA



2.2 Kerangka Berpikir

Gambar 2.1 Kerangka Pikir



Sumber : Diolah sendiri

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan pada CV Toba Jaya Mamuju yang berlokasi di Jl. Andi Dai Kelurahan Binanga Kecamatan Mamuju Kabupaten Mamuju. Penelitian ini akan dilaksanakan selama satu bulan terhitung bulan April 2022 sampai bulan Mei 2022.

3.2 Jenis dan Sumber Data

3.2.1 Jenis Data

1. Data Kuantitatif

Data kuantitatif adalah data yang bentuk angka, seperti penetapan harga jual produk.

2. Data Kualitatif

Data kualitatif adalah data yang tidak dalam bentuk angka, seperti profil perusahaan, struktur organisasi dan informasi lainnya yang dianggap relevan dalam mendukung pemecahan masalah penelitian.

3.2.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh oleh hasil survei secara langsung terhadap obyek yang teliti.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara umum, baik data perusahaan sendiri maupun dari pihak-pihak yang berhubungan dengan objek penelitian.

Data sekunder merupakan data yang berisikan informasi dan teori – teori yang digunakan untuk mendukung penelitian yang dilakukan. Data sekunder diperoleh dari dokumentasi atas laporan penjualan perusahaan dan laporan lainnya.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Prosedur pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Dokumentasi

Yaitu untuk memperoleh data sekunder berupa dokumen-dokumen produksi dan harga jual yang ada di CV Toba Jaya di Kota Mamuju.

2. Wawancara

Yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara tanya jawab dengan pihak yang dianggap kompeten dengan masalah yang diteliti. Penggunaan teknik ini sangat membantu dalam memperoleh data, misalnya dengan melakukan wawancara dengan pihak manajemen, bagian keuangan, bagian pergudangan dan lain-lain yang berkaitan dengan produksi dan penetapan harga jual yang ada di CV Toba Jaya di Kota Mamuju.

3. Observasi

Yaitu pengumpulan data dengan cara mengamati secara langsung. Dengan cara ini, peneliti dapat melihat dan mencatat langsung tentang keadaan situasi tempat penelitian yaitu gudang persediaan dan aktivitas kerja di CV Toba

Jaya di Kota Mamuju, sehingga dapat diuraikan dalam bentuk laporan penelitian ilmiah ini.

3.4 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif kuantitatif yaitu diawali dengan mengidentifikasi biaya biaya produksi yang dikeluarkan oleh CV Toba Jaya di Mamuju, kemudian menganalisa Perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) dan penetapan harga jual mebel.

Data yang telah didapat oleh penulis dari penelitian akan diuji dengan menggunakan metode *full costing* dalam perhitungan harga pokok produksi. Hal ini dilakukan untuk mengetahui biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik dari perusahaan. Data yang diperoleh akan diolah oleh penulis dengan menggunakan metode *full costing*. Hasil dari perhitungan tersebut, kemudian dilakukan analisis untuk melihat perbandingan antara perhitungan harga pokok produksi yang dilakukan oleh perusahaan dengan perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode *full costing*.

Data analisis yang digunakan adalah data kuantitatif dan data kualitatif. Data kuantitatif yaitu perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode *full costing* dan perhitungan harga pokok produksi yang dilakukan oleh perusahaan. Adapun unsur-unsur biaya produksi yang digunakan metode *full costing* sebagai berikut:

Biaya bahan baku	Rp	xxx
Biaya tenaga kerja langsung		xxx
Biaya overhead pabrik variabel		xxx

Biaya overhead pabrik tetap	xxx
Harga pokok produksi	Rp xxx

Dasar pembebanan biaya *overhead* pabrik untuk produk dihitung dengan rumus sebagai berikut.

$$\text{Tarif} = \frac{\text{Budget Biaya Overhead Pabrik} \times 100 \%}{\text{Budget Biaya Bahan Baku yang Dipakai}}$$

Sementara itu, harga jual diperoleh dengan rumus sebagai berikut:

(Sunarto, 2011).

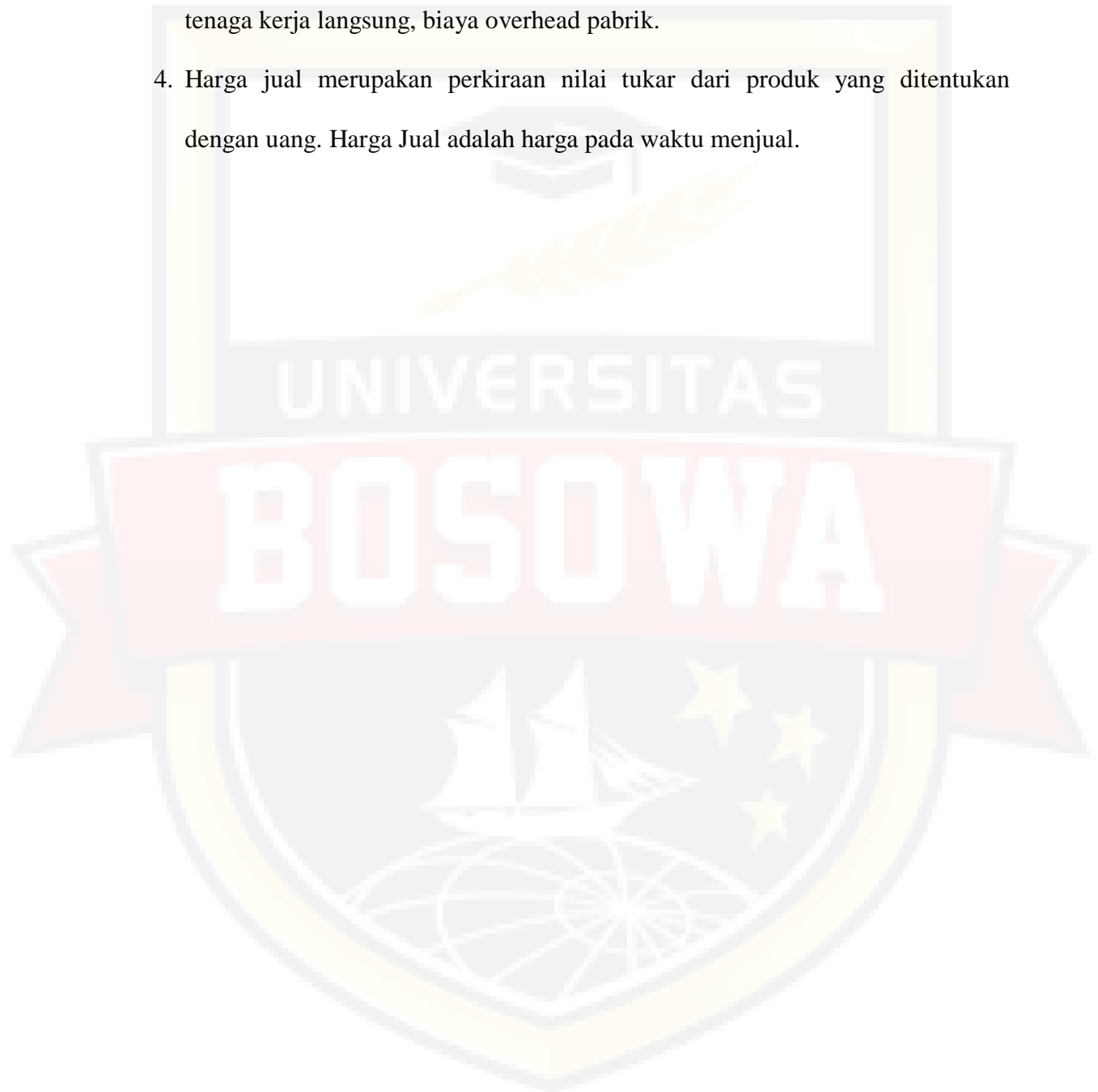
Harga jual = biaya yang berhubungan langsung dengan volume per unit + (presentase *mark-up* biaya yang berhubungan langsung dengan volume per unit)

Sedangkan analisis data kuantitatif yaitu penulis membandingkan hasil dari perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode *full costing* dengan perhitungan harga pokok produksi yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengetahui perhitungan harga pokok produksi yang akurat dan tepat.

3.5 Definisi Operasional

1. Biaya diartikan sebagai kas atau nilai ekuivalen kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat saat ini atau di masa datang bagi organisasi.
2. Biaya produksi dapat diartikan sebagai biaya yang digunakan dalam proses produksi yang terdiri dari bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik.

3. Harga pokok produksi (*cost of good manufactured*) adalah semua biaya yang untuk membuat satu unit barang jadi yang meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik.
4. Harga jual merupakan perkiraan nilai tukar dari produk yang ditentukan dengan uang. Harga Jual adalah harga pada waktu menjual.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum CV TOBA JAYA

4.1.1. Deskripsi Singkat CV TOBA JAYA Mamuju

CV TOBA JAYA adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang mebel di Kabupaten Mamuju, Sulawesi Barat. Perusahaan ini beralamat di Jl Andi Dai Kelurahan Binanga Kecamatan Mamuju Kabupaten Mamuju. Produk – produk perusahaan dengan mengolah kayu menjadi berbagai barang mebel sudah dijual luas tidak hanya di pasar Kabupaten Mamuju tetapi juga di seluruh Sulawesi Barat.

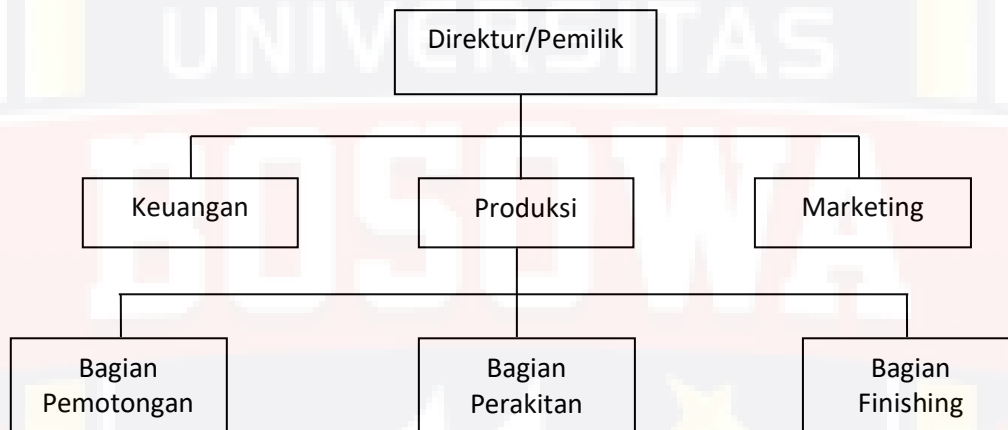
CV TOBA JAYA adalah perusahaan mebel yang sangat maju dalam penggunaan teknologi sehingga memicu penggunaan biaya yang tinggi. Dengan demikian dibutuhkan ketelitian dalam mengkalkulasikan pembiayaan dalam operasionalnya. Perolehan keuntungan perusahaan sangat bergantung pada kecermatan dalam perhingan harga pokok produksi sebagai dasar penentuan harga jual produk perusahaan.

CV TOBA JAYA berdiri sejak 2009 dan kemudian berkembang sampai sekarang tidak lepas dari kerja keras Bapak Holden Hutagaol selaku pendiri dan pemilik perusahaan. Perusahaan ini berawal dari perusahaan penebangan pohon dan kemudian mengembangkan sayapnya sampai menjadi perusahaan mebel yang memproduksi berbagai macam mebel untuk keperluan rumah tangga dan kantor, baik untuk rumah baru maupun renovasi, dengan bermacam model dan

pilihan. Sistem penjualan pada CV TOBA JAYA adalah sistem orderan. Jadi barang harus dipesan terlebih dahulu.

4.1.2. Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan gambaran manajemen organisasi yang berisi susunan unit kerja dalam suatu organisasi. Struktur organisasi berguna untuk menunjukkan pembagian kerja, spesialisasi kerja, spesifikasi kerja, fungsi, dari unit – unit kerja tersebut. Berikut adalah gambar struktur organisasi CV TOBA JAYA Mamuju.



Gambar 4.1
Struktur Organisasi Perusahaan, 2022

Berdasarkan gambar di atas maka berikut adalah penjelasan uraian tugas dan fungsi masing – masing unit kerja.

1. Direktur/Pemilik

Direktur atau pemilik adalah orang yang bertanggung jawab penuh atas jalannya perusahaan.

2. Keuangan

Manajer keuangan bertanggung jawab untuk mengurus semua hal yang berkaitan dengan pengelolaan keuangan perusahaan, seperti perpajakan dan penerimaan dan pengeluaran kas.

3. Produksi

Manajer produksi bertanggung jawab untuk memonitori berbagai kegiatan produksi, *one by one*, secara teratur guna orderan dapat terselesaikan sesuai jadwal dan dengan kualitas yang baik. Bagian ini memiliki beberapa sub unit kerja, yaitu:

- a. Bagian pemotongan;
- b. Bagian perakitan; dan
- c. Bagian *finishing*.

4. Marketing

Manajer marketing bertanggung jawab pada kegiatan pemasaran dan memberikan pelayanan langsung kepada pelanggan seperti penerimaan orderan dan menegosiasikan harga.

4.2. Hasil Penelitian

4.2.1 Analisis Penelitian

Penelitian dilakukan di CV Toba Jaya Mamuju yang sudah berdiri sejak tahun 2009, dimana perusahaan ini awalnya bergerak pada bidang jual beli kayu. Setelah itu tahun 2021 perusahaan ini akhirnya memproduksi furniture rumah tangga yang terbuat dari bahan dasar kayu seperti kursi, meja dan lain-lainnya . Perusahaan ini menerima segala pesanan barang sesuai dengan permintaan

pembeli atau pelanggan sesuai dengan desain yang telah mereka pilih. Diperusahaan dapat menerima pesanan dengan cara melalui daring atau telepon ataupun dengan pelanggan datang langsung ke perusahaan

Pada CV Toba Jaya karyawan terbagi menjadi tiga bagian, yaitu pada Bagian kerja dasar yang mengerjakan pemotongan kayu sesuai dengan ukuran furniture yang ingin dibuat serta membersihkan kayu dari serak-serak, bagian setengah jadi, pada bagian ini tenaga kerja membentuk kayu menjadi furniture yang ingin dibuat, bagian Finishing, bagian ini pekerja menyelesaikan furniture dengan memperindah sehingga menambah harga jual. Jumlah seluruh tenaga kerja pada perusahaan mebel ini berjumlah 6 orang.

4.2.2 Unsur-Unsur Harga Pokok Produksi

Berdasarkan data yang diperoleh, harga pokok produksi pada perusahaan dengan menggunakan metode full costing untuk menganalisa harga pokok produksi. CV Toba Jaya mengklasifikasikan biaya produksi yang dipakai dalam pembuatan satu set kursi dan 4 unit lemari 2 pintu adalah sebagai berikut :

1. Biaya Bahan
2. Biaya Tenaga Kerja
3. Biaya Overhead Pabrik

4.2.3 Pembiayaan dalam Produksi

Pencatatan di CV TOBA JAYA belum begitu detail dalam merinci setiap biaya yang dalam proses produksi. Dalam hal ini saat peneliti melakukan penelitian selama 1 bulan perusahaan mendapatkan pesanan sebanyak 9 unit

orderan berupa 1 set kursi meja yang terdiri dari 5 unit dan lemari 2 pintu sebanyak 4 unit.

1. Biaya Bahan Baku

Bahan baku langsung merupakan bahan yang secara mudah dan akurat ditelusuri ke dalam produk (Riwayadi, 2014). Bahan baku merupakan bahan yang membentuk keseluruhan bagian produk (Mulyadi, 2015). Berikut akan disajikan data pembelian bahan baku CV TOBA JAYA selama tahun 2021.

Tabel 4.1 Biaya Bahan Baku

Produk	Jenis Bahan Baku	Qty	Harga/ Unit	Jumlah
Kayu	Kayu Eboni	0,125 M ³	Rp. 40.000.000	Rp. 5.000.000
Lemari	Kayu Besi	32	Rp. 155.000	Rp. 4.960.000
Total Biaya Bahan Baku				Rp. 9.960.000

Sumber: CV TOBA JAYA, 2022

2. Biaya Tenaga Kerja

Tenaga kerja langsung merupakan tenaga kerja yang terlibat langsung dalam proses produksi dan sistem pembayaran upah mereka berdasarkan unit yang diproduksi atau jam kerja (Riwayadi, 2014). Sementara tenaga kerja merupakan usaha fisik atau mental yang dilakukan karyawan untuk mengolah produk (Mulyadi, 2015). CV TOBA JAYA dalam melakukan kegiatan produksi mempekerjakan 14 orang tenaga kerja. Perhitungan biaya tenaga kerja langsung berdasarkan upah bulanan.

Tabel 4.2 Biaya Tenaga Kerja

No	Bagian	Total Upah
1	Pemotong	Rp. 850.000
2	Perakitan	Rp. 1.500.000
3	Finishing	Rp. 650.000
Jumlah		Rp. 3.000.000

Sumber: CV TOBA JAYA, 2022

3. Biaya Overhead

Biaya overhead merupakan biaya produksi untuk semua biaya yang dikeluarkan di departemen pabrik di luar biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung (Sinarwati, 2013). Biaya overhead pabrik yang dicatat dan diakui CV TOBA JAYA hanyalah biaya bahan penolong.

Tabel 4.3 Biaya Penolong (Overhead Pabrik)

Produk Pesanan		1 Set Kursi Meja			Lemari 2 Pintu		
Ket	Satuan	Qty	Harga	Jumlah	Qty	Harga	Jumlah
Amplas	dRoll	1	Rp. 9.000	Rp. 9.000	1	Rp. 9.000	Rp. 9.000
Pernis	Kaleng	2	Rp. 50.000	Rp. 100.000			
Dempul	Kaleng				4	Rp. 35.000	Rp. 140.000
Cat	Kaleng				4	Rp. 80.000	Rp. 320.000
Clear	Kaleng				4	Rp. 70.000	Rp. 280.000
Handel	Buah				8	Rp. 15.000	Rp.

Pintu							120.000
Kunci	Buah				8	Rp. 25.000	Rp. 200.000
Engsel	Pasang				32	Rp. 15.000	Rp. 480.000
Paku	Kg	2	Rp. 15.000	Rp. 30.000	2	Rp. 15.000	Rp. 30.000
Lem	Kaleng	2	Rp. 15.000	Rp. 30.000	4	Rp. 15.000	Rp. 60.000
Tinner	Liter				6	Rp. 23.000	Rp. 138.000
Sekrup	Kg	2	Rp. 25.000	Rp. 50.000	2	Rp. 25.000	Rp. 50.000
Total Biaya Bahan Penolong				Rp. 219.000			Rp. 1.827.000

4.2.4 Perhitungan Harga Pokok Produksi dan Harga Jual Pada CV Toba Jaya Mamuju

CV TOBA JAYA menghitung biaya produksinya dengan mengkalkulasikan biaya – biaya produksi mulai dari biaya bahan baku, tenaga kerja dan biaya overhead pabrik. Sementara harga pokok produksi per unit dihitung dengan membagi total harga pokok produksi dengan jumlah unit yang diproduksi. Berikut adalah perhitungan HPP pada produk di CV TOBA JAYA Mamuju.

Pesanan 01: 1 Set Kursi Meja

Biaya bahan baku	=	Rp.	5.000.000	
Biaya Tenaga Kerja	=	Rp.	3.000.000	
Biaya Overhead Pabrik	=	Rp.	219.000	+
Harga Pokok Produksi				= Rp. 8.219.000
Jumlah produksi				= 5 Unit
HPP per unit				= Rp. 1.643.800

Pembulatan = Rp. 1.644.000

Perhitungan HPP di atas dijadikan dasar penentuan harga jual. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Holden Hutagaol diketahui bahwa kebijakan *mark up* pada CV TOBA JAYA adalah sebesar 40%. Dengan demikian maka perhitungan harga jual adalah sebagai berikut.

Harga Pokok	=	Rp.	8.219.000	
Produksi				
Laba (40%)	=	Rp.	3.287.600	+
Harga Jual				= Rp. 11.506.600
Jumlah produksi				= 5 unit
Harga jual per unit				= Rp. 2.301.320
Pembulatan				= Rp. 2.302.000

Berdasarkan uraian di atas diketahui bahwa harga pokok produksi CV TOBA JAYA Mamuju untuk 1 set kursi meja dengan jumlah 5 unit produknya adalah sebesar Rp 8.219.000. Sementara kebijakan *mark up* perusahaan sebesar 40% yang berarti Rp Rp. 3.287.600. dengan demikian maka harga jual 5 unit produk adalah Rp. 11.506.600.

Pesanan 02: Lemari 2 pintu

Biaya bahan baku	=	Rp.	4.960.000	
Biaya Tenaga Kerja	=	Rp.	3.000.000	
Biaya Overhead Pabrik	=	Rp.	1.827.000	+
Harga Pokok Produksi				= Rp. 9.787.000
Jumlah produksi				= 4 Unit
HPP per unit				= Rp. 2.446.750
Pembulatan				= Rp. 2.447.000

Perhitungan HPP di atas dijadikan dasar penentuan harga jual. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Holden Hutagaol diketahui bahwa kebijakan *mark up* pada CV TOBA JAYA adalah sebesar 40%. Dengan demikian maka perhitungan harga jual adalah sebagai berikut.

Harga Pokok	=	Rp.	9.787.000	
Produksi				
Laba (40%)	=	Rp.	3.914.800	+
Harga Jual				= Rp. 13.701.800
Jumlah produksi				= 4 unit
Harga jual per unit				= Rp. 3.425.450
Pembulatan				= Rp. 3.426.000

Berdasarkan uraian di atas diketahui bahwa harga pokok produksi CV TOBA JAYA Mamuju untuk 4 unit produknya adalah sebesar Rp 9.787.000. Sementara kebijakan *mark up* perusahaan sebesar 40% yang berarti Rp Rp. 3.914.800. dengan demikian maka harga jual 4 unit produk adalah Rp. 13.701.800.

4.3.Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa penetapan harga yang digunakan CV TOBA JAYA telah menggunakan pendekatan berbasis biaya, *cost – based pricing*, yaitu dengan menggunakan biaya penuh ditambah dengan pemberian laba (*full costing plus mark-up*). Dengan metode ini perusahaan dapat menghitung seluruh jumlah biaya dan mendapatkan keuntungan yang diharapkan.

Meskipun demikian kekurangan pada CV TOBA JAYA adalah perhitungan biaya yang masih kurang rinci, detail. Khususnya pada biaya overhead pabrik. Hal ini perlu dilakukan guna mengetahui komponen biaya

overhead mana yang dirasa kurang ekonomis. Selayaknya perusahaan harus merinci pembeban biaya overhead secara detail sehingga bisa diestimasi seperti biaya angkut dan biaya depresiasi berupa mesin bor, amplas mesin, gergaji mesin, dlsb.

Berdasarkan hasil wawancara juga diketahui bahwa kebijakan perusahaan melakukan pembebanan 40% *mark up* pada harga jual dengan berbagai pertimbangan. Pertama adalah bertahan hidup. CV TOBA JAYA memiliki prinsip dalam berbisnis yaitu mempertahankan kualitas produknya daripada menekan pembiayaan yang berujung pada turunnya kualitas. Karena kualitas yang turun akan membuat kepuasan dan loyalitas pelanggan berkurang. Oleh karenanya, perusahaan mengambil kebijakan *mark up* 40% meskipun harga jualnya relatif mahal akan tetapi sesuai dengan kualitas yang diberikan.

Alasan berikutnya adalah memaksimalkan laba. CV TOBA JAYA adalah perusahaan yang baru mengembangkan sayapnya di industri mebel. Sebelumnya perusahaan ini hanya bergerak di bidang penebangan pohon. Tentu dengan demikian maka perusahaan menginginkan adanya pengembalian investasi pada sektor mebel dengan cepat.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka kesimpulan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. CV TOBA JAYA Mamuju memperhitungkan harga pokok produk selama sebulan, perusahaan hanya membebankan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya penolong dan belum membebankan biaya listrik, telpon, dan biaya depresiasi sebagai biaya overhead pabrik.
2. Harga pokok produksi CV TOBA JAYA Mamuju untuk 1 set kursi meja (5 unit) produknya adalah sebesar Rp 8.219.000,00 dan 4 unit Lemari 2 pintu produknya adalah sebesar 9.787.000,00
3. Kebijakan *mark up* perusahaan sebesar 40% yang berarti 1 set kursi meja (5 unit) Rp 3.287.600 dan 4 unit Lemari 2 pintu Rp. 3.914.800 dengan demikian maka harga jual 1 set kursi meja (5 unit) adalah Rp. 2.302.000 sedangkan 4 unit Lemari 2 pintu adalah Rp. 3.426.000

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian di atas maka saran yang dapat diberikan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. CV TOBA JAYA sebaiknya melakukan pencatatan dengan lebih detail agar setiap biaya produksi dapat diketahui dengan rinci. Berikut adalah memperhatikan kondisi pasar agar dapat memperluas jangkauan pemasaran.

2. Kepada peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian penentuan harga jual pada industri mebel agar lebih komprehensif mengingat keterbatasan penelitian ini hanya pada dua jenis unit produk. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian pada semua jenis unit produk pada suatu perusahaan mebel.



DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Slamet dan Sumarli, Pengaruh Perkiraan Biaya Produksi dan Laba yang Diinginkan Terhadap Harga Jual Pada Industri Kecil Genteng Pres, *Jurnal Ekonomi dan Manajemen, Dinamika*, Vol. 11, 2, 2002, hal. 51.
- Akuntansi Biaya. Edisi ketiga belas, buku kedua. Jakarta: Salemba empat.
- Ardiyoso. 2010. Kamus Standar Akuntansi. Jakarta: Citra Harta Prima.
- Aryanto, S. (2021). *Peranan Strategic Activity-Based Management Dalam Meningkatkan Profitabilitas Pelanggan Pada Pt Indolakto Purwosari* (Doctoral dissertation, STIE Malangku cecwara).
- Baso, M. I. H. (2020). Analisis penetapan harga jual pada cv kencana jaya makassar. *Equity: Journal of Economics, Management and Accounting*, 15 (12), 17-22.
- Blocher, Edward J., Chen Kung H. Lin, Thomas W. 2000. *Manajemen Biaya: Dengan Tekanan Strategik*. Jakarta: Salemba Empat
- Carter, William K dan Milton F. Usry. Cost Accounting. Terjemahan Krista. 2006.
- Christina, D. M. (2014). Penentuan Harga Jual Jasa Pengecatan Pada Bengkel Auto Mobilindo Yogyakarta Menggunakan Metode Time And Material Pricing. *Jurnal Ekonomi Akuntansi*, 1-15.
- Daljono. 2005. *Akuntansi Biaya Penentuan Harga Pokok dan Pengendalian*. Edisi dua. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hansen, D. R. (2003). dan Maryanne M. Mowen. *Management Accounting*.
- Hongren, Charles T., Dastar., Srikant M. Foster, dan George. 2005. *Akuntansi Biaya Penekanan Manajerial*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Media.
- Ismaya. Sujana, 2010. Kamus Akuntansi. Bandung: Pustaka Grafika.
- Mane, Arifuddin, and Seri Suriani. "ANALISIS PENGARUH BIAYA (PELANGGAN) TERHADAP PROFITABILITAS KANTOR PLN KABUPATEN ENREKANG."
- Mulyadi. 1999. *Akuntansi Manajerial*. Yogyakarta: Aditya Medika.

- _____. 2001. *Sistem Akuntansi*. Edisi Ketiga. Yogyakarta : Salemba Empat.
- _____. 2005. *Akuntansi Biaya*. STIE, Yogyakarta : Salemba Empat.
- _____. 2010. *Akuntansi Biaya*. UPP-STIM-YKPN, Yogyakarta : Salemba Empat.
- _____. *Akuntansi Biaya*. Edisi 5. Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN.
- Saputra, V. S. Z. (2018). Perhitungan Harga Pokok Produksi Untuk Menentukan Harga Jual di CV. Nusantara Metalindo. *Jurnal*, 2(03), 2599-0748.
- SARDI, AMIR. "KALKULASI HARGA POKOK PENJUALAN PADA UD PONDOK MEKAR." *Economics Bosowa 2.2* (2017): 35-51.
- Serliana, N., & Widjaja, Y. R. (2013). Pengaruh harga pokok produksi terhadap penetapan harga jual produk t-shirt pada cv. Tridharma persada bandung. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Bisnis*, 1(2), 67-74.
- Setiadi, P. (2014). Perhitungan Harga Pokok Produksi dalam Penentuan Harga Jual pada CV. Minahasa Mantap Perkasa. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 14(2).
- Sultan Syarif Kasim State Islamic University in Riau is a public university in Pekanbaru, Riau, Indonesia. It was established on January 4, 2005. Before 2005, its name was IAIN Sultan Syarif Kasim Riau and changed by Religion Ministry of Indonesia's Decree
- Sutrisno. (012. *Manajemen Keuangan Teori, Konsep dan Aplikasi*. Yogyakarta: EKONISIA.
- Wiguna, Hartadi. 2019. *Analisis Perhitungan Harga Pokok Produk Sebagai Dasar Penetapan Harga Jual Mebel (Studi Kasus Pada Produk Mebel Kencana Baru Meubel Di Desa Sukoharjo Kecamatan Tirtomoyo Kabupaten Wonogiri Tahun 2019)*. Skripsi. STIE Swastamandiri. Surakarta.
- Wiliam J. Stanto, 2014, *Akuntansi Biaya*, Edisi Revisi, cetakan pertama, Jakarta: Graha ilmu.
- Yuliani, R. T., Taufiq, A. B., & Rahmi, A. (2021). Analisis Penerapan Target Costing Dalam Perencanaan Biaya Produksi Untuk Peningkatan Laba

Pada CV. Mandiri Tas Tahun 2018. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Akuntansi*, 8(2).

