

PENGARUH BIAYA PRODUKSI TERHADAP OMSET

PENJUALAN TELUR DI PT PETERNAKAN

PATTONRA KABUPATEN SIDRAP

Diajukan Oleh :

Muhammad Ade Rifsih Ilham

4516013047



PROGRAM STUDI AKUNTANSI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS BOSOWA

MAKASSAR

HALAMAN PENGESAHAN

Judul	: Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Omset Penjualan Telur di PT Peternakan Pattonra, Kabupaten Sidrap
Nama Mahasiswa	: Muhammad Ade Rifsih Ilham
Stambuk/NIM	: 4516013047
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis
Program Studi	: Akuntansi
Tempat Penelitian	: PT. Peternakan Pattonra

Telah Disetujui :

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Mukhtar Sapiri, SE., MM., M.Kes


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**

**Ketua Program Studi
Akuntansi**


Dr. Hs. A. Arwadda Mane, SE., M.Si., SH.,MH


Dr. Firman Menne, SE., M.Si., Ak., CA

Tanggal Pengesahan :

PERNYATAAN KEORSINILAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Ade Rifsih Ilham
NIM : 4516013047
Jurusan : Akuntansi
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Judul : Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Omset Penjualan Telur di PT Pattonra, Kabupaten Sidrap

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

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

Makassar, 03 Oktober 2020

Mahasiswa yang bersangkutan



Muhammad Ade Rifsih Ilham

**PENGARUH BIAYA PRODUKSI BIAYA PRODUKSI TERHADAP
OMSET PENJUALAN TELUR DI PT PATTONRA KABUPATEN SIDRAP**

Oleh:

Muhammad Ade Rifsih Ilham

Email : aderifsih011197@gmail.com

Pembimbing I :

Dr. Mukhtar Sapiri, SE., MM., M.Kes

Email : muhtar.sapiri@universitasbosowa.ac.id

Pembimbing II :

Thanwain, SE., M.Si

Email : talathanwain@gmail.com

Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Universitas Bosowa

Abstract

Muhammad Ade Rifsih Ilham, 2020. Thesis. The impact of Production Cost on Egg Sales Turnover at PT Pattonra, Sidrap Regency who was been guided Dr. Mukhtar Sapiri, SE., MM., M.Kes and Thanwain, SE., M.Si

Running a business requires cost so that the company is able to continue to have quality. Cost itself is very important and inseparable in determining the cost of production. With cost, the company can also determine the profit the company receives. The purpose of the result of this study is to test whether there is an effect of production costs on turnover sales at PT Pattonra, Sidrap Regency.

The object of this research is PT Pattonra, Sidrap Regency. This study uses a quantitative analysis method using the data obtained and the theory based on the result of interviews with informations.

The result of this study show that there is an effect of production cost on egg sales turnover at PT Pattonra, Sidrap Regency

Keywords; Production costs, Raw material costs, factory Overhead costs

**PENGARUH BIAYA PRODUKSI BIAYA PRODUKSI TERHADAP
OMSET PENJUALAN TELUR DI PT PATTONRA KABUPATEN SIDRAP**

Oleh:

Muhammad Ade Rifsih Ilham

Email : aderifsih011197@gmail.com

Pembimbing I :

Dr. Mukhtar Sapiri, SE., MM., M.Kes

Email : muhtar.sapiri@universitasbosowa.ac.id

Pembimbing II :

Thanwain, SE., M.Si

Email : talathanwain@gmail.com

**Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Bosowa**

Muhammad Ade rifsih Ilham.2020.Skripsi.Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Omset Penjualan Telur di PT. Pattonra, Kabupaten Sidrap yang telah dibimbing oleh Dr. Mukhtar Sapiri, SE., MM., M.Kes dan Thanwain, SE., M.Si

Menjalankan suatu usaha membutuhkan biaya yang harus dikeluarkan agar perusahaan mampu terus berkualitas. Biaya sendiri merupakan hal yang sangat penting dan tidak terpisahkan dalam menentukan harga pokok produksi. Dengan biaya, perusahaan juga dapat menentukan laba yang diperoleh perusahaan. Tujuan dari hasil penelitian ini yaitu untuk menguji apakah ada pengaruh biaya produksi terhadap omset penjualan di PT.Pattonra, Kabupaten Sidrap.

Objek penelitian ini adalah PT. Pattonra, Kabupaten Sidrap. Penelitian ini menggunakan metode analisis kuantitatif dengan menggunakan data-data yang didapatkan dan teori berdasarkan hasil wawancara kepada narasumber.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh biaya produksi terhadap omset penjualan telur di PT. Pattonra, Kabupaten Sidrap

Kata Kunci : biaya Produksi, Biaya Bahan Baku, Biaya Overhead Pabrik

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis haturkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, dan teriring salam dan shalawat hanya tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini merupakan tugas akhir untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Akuntansi Universitas Bosowa Makassar, dengan mengambil judul “Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Omset Penjualan di PT Pattonra Kabupaten Sidrap“.

Segala rintangan dan hambatan penulis alami sejak meneliti sampai dengan selesainya skripsi ini. Namun berkat doa dan bantuan berbagai pihak, maka penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan. Untuk itu perkenankanlah penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini .

1. Bapak Dr. H.A. Arifuddin Mane, SE.,M.Si.,S.H.,M.H selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bosowa Makassar.
2. Ibu Dr. Hj. Herminawati Abu Bakar SE.,M.M selaku Wakil Dekan 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bosowa Makassar.
3. Bapak Dr. Firman Menne, SE.,M.Si.,Ak,CA selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bosowa Makassar.
4. Kepada Bapak Dr. Mukhtar Sapiri SE., MM., M Kes selaku Dosen Pembimbing 1 dan Bapak Thanwain, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing 2 atas waktu yang telah diluangkan untuk membimbing,memberi motivasi dan

memberi bantuan literatur, serta diskusi-diskusi yang dilakukan dengan penulis.

5. Seluruh Dosen Universitas Bosowa Makassar terkhusus Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu dan pendidikannya kepada penulis sehingga wawasan penulis bisa bertambah beserta seluruh Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bosowa Makassar, terima kasih atas bantuannya dalam pengurusan administrasi.
6. Kepada orang tua saya yang selalu memotivasi dan mendukung peneliti sehingga penulisan skripsi ini bisa sampai pada tahap seperti sekarang ini, terima kasih atas doa dan usaha yang tiada henti-hentinya kepada peneliti.
7. Saudara-saudaraku yang selalu memberikan dorongan dan doa agar lancar kuliah dan skripsinya.
8. Seluruh keluarga besarku yang selalu mendukung dan memotivasi untuk selalu semangat dalam kuliah terlebih untuk tugas akhir yaitu skripsi
9. Untuk sahabatku Furqan, Ade, Nisa, Fira, Unni, Andin, Idam, dan Sadam terima kasih atas doa, dukungan serta semangatnya sehingga saya bisa sampai pada tahap ini.
10. Buat teman KKN posko Kelurahan Tanabatue terima kasih untuk semangat dan dorongannya yang selalu ada buat saya.
11. Untuk teman-teman seperjuangan di HIMAKSI dan BEM FEB Angkatan 2016 terkhusus teman kelas Akuntansi-B yang selalu ada dalam suka maupun duka dalam masa perkuliahan di kampus.

Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Apabila terdapat kesalahan-kesalahan dalam skripsi ini, sepenuhnya menjadi tanggung jawab peneliti. Kritik dan saran konstruktif yang membangun akan lebih menyempurnakan skripsi ini. Semoga kebaikan dan masukan yang telah diberikan oleh semua pihak mendapatkan pahala disisi Allah SWT, Amin ya rabbal alamin.

Makassar, 03 Oktober 2020

Muhammad Ade Rifsih Ilham



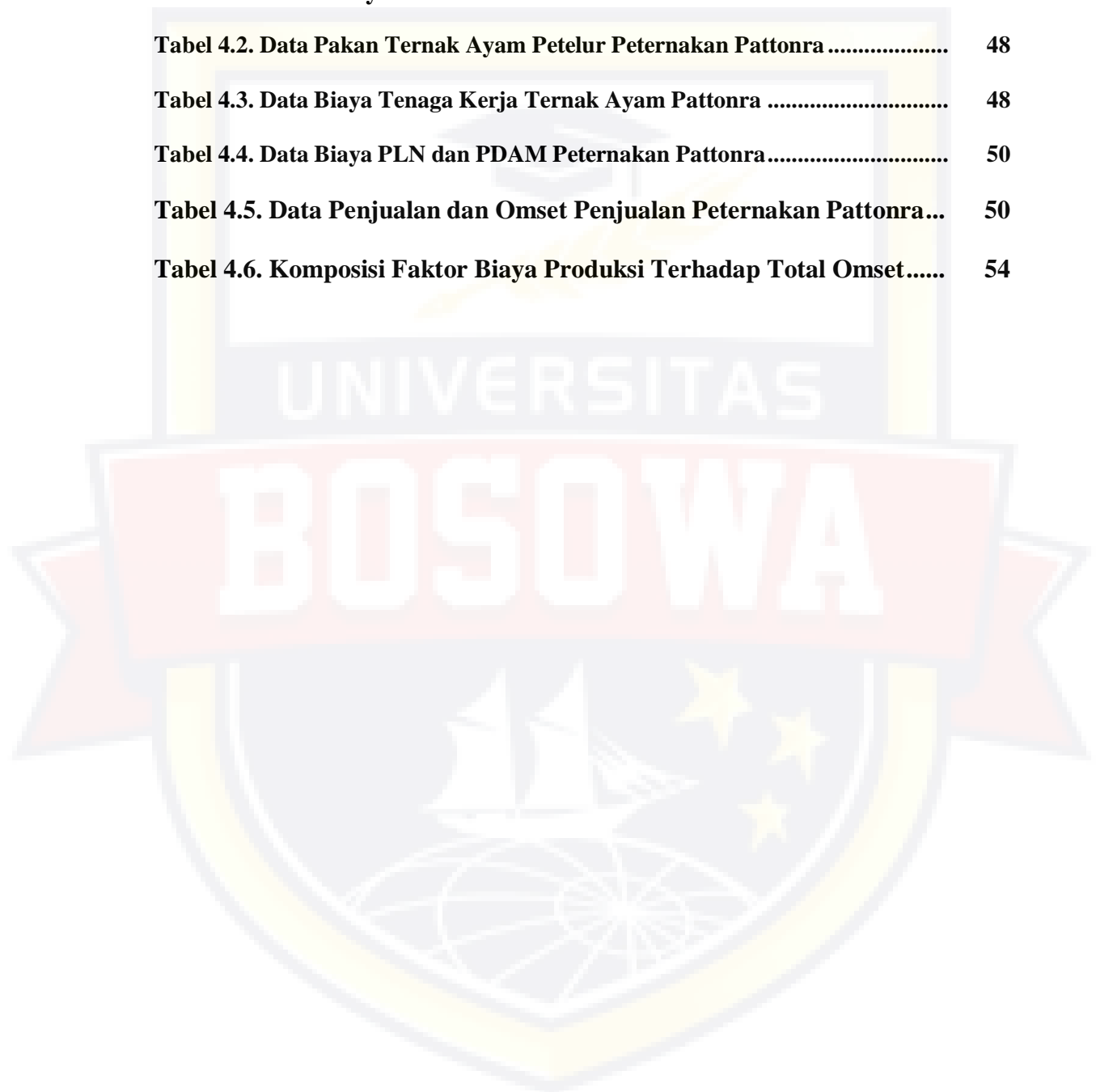
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	I
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEORISINILAN SKRIPSI.....	iii
ABSTRACK	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1.Latar Belakang	1
1.2.Rumusan Masalah.....	3
1.3.Tujuan Penelitian	3
1.4.Manfaat Penelitian	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1.Kerangka Teori	5
2.1.1.Pengertian Biaya	5
2.1.2.Pengertian Akuntansi Biaya	6
2.1.3.Pengertian Bahan Pokok Produksi	7
2.1.4.Harga Pokok Produksi	9
2.1.5.Unsur-unsur Harga Pokok Produksi	10
2.1.6.Manfaat Perhitungan Harga Pokok Produksi	17
2.1.7.Metode Pengumpulan Harga Pokok Produksi	19
2.1.8.Metode Penentuan Harga Pokok Produksi	21
2.1.9.Harga Jual	25
2.1.10. Tujuan dan Faktor Penetapan Harga Jual.....	26
2.1.11. Omset Penjualan	31
2.2.Kerangka Pikir	36
BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1.Tempat dan Waktu Penelitian	37
3.2.Jenis dan Sumber Data	37
3.2.1.Jenis Data.....	37
3.2.2.Sumber Data.....	37

3.3. Metode Pengumpulan Data	37
3.4. Metode Analisis Data	38
3.5. Definisi Operasional	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	40
4.1.1. Sejarah Umum.....	40
4.1.2. Visi dan Misi Peternakan Pattonra	41
4.1.3. Lokasi Umum Peternakan Pattonra.....	41
4.1.4. Struktur Peternakan.....	42
4.1.5. Perisapan Lahan	43
4.1.6. Bibit Ayam.....	43
4.1.7. Jenis Ayam.....	44
4.1.8. Manfaat.....	45
4.1.9. Pemeliharaan.....	45
4.1.10. Setelah Panen.....	45
4.1.11. Deskripsi Data	46
4.2. Hasil Penelitian.....	46
4.2.1. Biaya Produksi	46
4.2.2. Bahan Pakan Ayam.....	47
4.2.3. Biaya Tenaga Kerja	48
4.2.4. Biaya Bibit.....	49
4.2.5. Biaya PLN dan PDAM.....	50
4.2.6. Volume dan Omset Penjualan.....	50
4.2.7. Menghitung total Biaya Produksi.....	51
4.2.8. Menghitung Persentase Biaya Produksi Terhadap Biaya..	52
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	58
5.1. Kesimpulan	58
5.2. Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA	54

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Data Biaya Produksi Peternakan Pattonra.....	47
Tabel 4.2. Data Pakan Ternak Ayam Petelur Peternakan Pattonra	48
Tabel 4.3. Data Biaya Tenaga Kerja Ternak Ayam Pattonra	48
Tabel 4.4. Data Biaya PLN dan PDAM Peternakan Pattonra.....	50
Tabel 4.5. Data Penjualan dan Omset Penjualan Peternakan Pattonra...	50
Tabel 4.6. Komposisi Faktor Biaya Produksi Terhadap Total Omset.....	54



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perusahaan Pattonra merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan telur dan ayam. Perusahaan Pattonra ini terletak di Jalan Batu Pute Ciro-ciroe, Kabupaten Sidrap. Perusahaan ini berdiri karena ada kemampuan untuk memproduksi suatu barang dan jasa yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat yang berupa makanan yaitu ayam dan telur. Daerah pemasarannya meliputi wilayah Sidrap, Makassar, Gowa dan beberapa daerah diluar Sulawesi Selatan. Untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan bahan makanan, Perusahaan Pattonra dituntut untuk menghasilkan barang dan jasa yang bernilai dan berkualitas baik. Hal ini bertujuan untuk menghadapi persaingan antar perusahaan yang memproduksi produk sejenis.

Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang peternakan, biaya dibedakan menjadi biaya produksi dan non produksi. Biaya yang dikeluarkan harus diklasifikasikan secara jelas, sehingga memungkinkan dalam penentuan omset penjualan secara teliti. Perusahaan yang tumbuh dan berkembang adalah perusahaan yang dapat bekerja dengan produktifitas dan efisiensi yang tinggi agar perusahaan dapat memproduksi dengan tepat jumlah, tepat waktu dan biaya serendah mungkin. Perusahaan yang dapat beroperasi dengan produktifitas dan efisiensi yang tinggi akan mempunyai daya saing yang rendah, sehingga perusahaan mempunyai daya saing yang rendah pula karena dapat menetapkan

harga jual yang rendah. Dalam hal ini peran biaya produksi sangat penting, terutama dalam meningkatkan keunggulan bersaing dari suatu perusahaan.

Biaya produksi merupakan biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Dalam perusahaan penentuan harga jual produk dan jasa merupakan salah satu jenis pengambilan keputusan manajemen yang penting. Harga jual adalah besarnya harga yang akan dibebankan kepada konsumen yang diperoleh atau dihitung dari biaya produksi ditambah biaya non produksi dan laba yang diharapkan. Harga jual lebih banyak ditentukan oleh kekuatan antara permintaan dan penawaran produk atau jasa tersebut di pasaran. Sebaliknya, bagi perusahaan yang dihadapkan pada masalah bagaimana menentukan harga jual produk atau jasa yang dihasilkannya. Dalam jangka panjang harga jual produk atau jasa yang ditetapkan harus mampu menutup semua biaya perusahaan dan menghasilkan laba bagi perusahaan. Satu-satunya faktor yang memiliki kepastian relatif tinggi yang berpengaruh dalam penentuan harga jual adalah biaya. Biaya memberikan informasi batas bawah suatu harga jual harus ditentukan. Di bawah biaya penuh produk dan jasa harga jual akan mengakibatkan kerugian bagi perusahaan. Kerugian yang timbul akibat harga jual di bawah biaya produk atau jasa dalam jangka waktu tertentu mengakibatkan perusahaan akan mengalami kerugian dan mengganggu pertumbuhan perusahaan. Maka sebelumnya harus diketahui jumlah penjualannya. Dengan demikian manajer sebagai penentu harga jual senantiasa memerlukan informasi biaya produk atau jasa dalam penentuan harga pokok penjualam, karenanya sangatlah

penting memperhitungkan biaya produksi terhadap omset penjualan produk dengan memberikan perlindungan bagi perusahaan dari kemungkinan kerugian.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas penyusun tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Omset Penjualan Telur di Peternakan Pattonra, Kabupaten Sidrap**

1.2. Rumusan Masalah

Untuk memperjelas pembahasan dalam penelitian ini, maka calon peneliti merumuskan masalah sebagai berikut, apakah terdapat Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Omset Penjualan Telur di Peternakan Pattonra, Kabupaten Sidrap?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, yaitu untuk menguji pengaruh biaya produksi terhadap omset penjualan telur pada PT. Peternakan Pattonra, Kabupaten Sidrap.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan masukan bagi perusahaan tentang pengaruh biaya produksi terhadap omset penjualan telur.

2. Bagi Orang Lain

Sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya, yang berkaitan dengan pengaruh biaya-biaya produksi dan omset penjualan.

3. Bagi Penulis

Penelitian ini memberi tambahan wawasan dan pengalaman tentang kaitan hubungan biaya-biaya produksi yang digunakan dan pengaruhnya terhadap omset penjualan.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kerangka Teori

2.1.1. Pengertian Biaya

Menjalankan suatu usaha membutuhkan biaya yang harus dikeluarkan agar perusahaan mampu terus berkualitas. Biaya sendiri merupakan hal yang sangat penting dan tidak terpisahkan dalam menentukan harga pokok produksi. Dengan biaya, perusahaan juga dapat menentukan laba yang diperoleh perusahaan.

Pengertian biaya menurut Mulyadi (2015) “Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi, sedang terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu.”

Pengertian biaya menurut Dunia dan Abdullah (2012) yaitu “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”.

Sedangkan pengertian biaya menurut Siregar dkk (2014) yaitu “*Cost* adalah pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh barang atau jasa yang diharapkan memberikan manfaat sekarang atau masa yang akan datang.”

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa biaya dapat diartikan sebagai nilai pengorbanan untuk memperoleh barang atau jasa yang berguna untuk masa yang akan datang atau mempunyai manfaat melebihi satu periode akuntansi yang diukur dalam satuan uang.

2.1.2 Pengertian Akuntansi Biaya

Akuntansi Biaya bisa dimaknai atau diartikan jika tidak dilepaskan dari definisi biaya. Karena berbeda frasa tentu pengertiannya juga berbeda. Atas dasar hal tersebut, sebelum mengartikan akuntansi biaya secara definitif, maka perlu dijabarkan terlebih dahulu pengertian dari biaya.

Menurut pengertian umumnya, biaya bisa diartikan sebagai seluruh pengeluaran perusahaan atau organisasi. Yang mana pengeluaran tersebut dialokasikan semata untuk memenuhi tujuan atau target usaha.

Sedangkan menurut makna yang lebih khusus, biaya adalah bagian dari strategi penetapan harga pokok produksi yang dikeluarkan semata agar mendapatkan pendapatan atau penghasilan.

Disandarkan pada pengertian biaya di atas, maka pengertian akuntansi biaya adalah aktivitas pencatatan, klasifikasi, membuat ikhtisar dan penyajian laporan terkait dengan biaya dan transaksi pembiayaan yang digunakan dalam proses produksi maupun distribusi produk suatu perusahaan.

Menurut Kholmi dan Yuningsih (2009) Akuntansi biaya adalah proses pelacakan, pencatatan, pengalokasian, pelaporan serta analisis terhadap bermacam-macam biaya yang berhubungan dengan aktivitas atau kegiatan dari suatu perusahaan atau organisasi untuk menghasilkan barang dan jasa.

2.1.3. Pengertian Beban Pokok Produksi

Beban pokok produksi memiliki peran penting dalam melakukan penilaian terhadap keberhasilan suatu industri manufaktur ataupun perusahaan. Beban pokok produksi dinilai berperan penting karena jika terdapat kesalahan dalam menentukan beban pokok produksi suatu produk maka akan berakibat pada penetapan harga jual produk dan berpengaruh langsung terhadap laba yang diperoleh perusahaan. Agar lebih memahami apa yang dimaksud dengan beban pokok produksi. Berikut ini adalah beberapa pengertian tentang beban pokok produksi menurut para ahli.

Beban pokok produksi adalah kumpulan biaya produksi yang terdiri dari biaya bahan baku dan biaya overhead pabrik ditambah persediaan produk dalam proses awal dan dikurangi persediaan akhir (Bastian, dkk, 2010). Beban pokok produksi adalah total biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk siap dijual (Mulyadi, 2014).

Kemudian Hansen-Mowen (2012) juga berpendapat bahwa beban pokok produksi mencerminkan total biaya barang yang diselesaikan selama periode berjalan. Biaya yang hanya dibebankan ke barang yang diselesaikan adalah biaya manufaktur, bahan baku, tenaga kerja langsung dan overhead pabrik. Berdasarkan teori-teori yang telah dikemukakan oleh para ahli di atas, dapat penulis simpulkan bahwa beban pokok produksi adalah total biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik yang dikeluarkan oleh perusahaan atau industri selama proses produksi.

Manfaat informasi Beban Pokok Produksi

Pada dasarnya penentuan beban pokok produksi bertujuan untuk menentukan secara tepat jumlah biaya per unit produk jadi, sehingga dapat diketahui laba atau rugi suatu perusahaan per periode. Mulyadi (2014) mengemukakan manfaat dari penentuan beban pokok produksi secara garis besar adalah sebagai berikut:

1. Menentukan Harga Jual Produk

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

2. Memantau Realisasi Biaya Produksi

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

3. Menghitung Laba atau Rugi Bruto Periodik

Guna mengetahui apakah kegiatan produksi dan pemasaran perusahaan dalam periode tertentu mampu menghasilkan laba bruto. Manajemen memerlukan ketepatan penentuan laba periodik, sedangkan laba periodik yang tepat harus berdasarkan informasi biaya dan penentuan biaya yang tepat pula.

4. Menentukan Beban Pokok Persediaan Produk Jadi dan Produk Dalam Proses yang Disajikan dalam Laporan Posisi Keuangan.

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

2.1.4. Harga Pokok Produksi

Penerapan harga pokok produksi merupakan untuk menentukan harga pokok per satuan produk yang akan dijual, sehingga ketika produk tersebut di serahkan, maka perusahaan dapat mengetahui laba atau kerugian yang akan diterima perusahaan setelah dikurangi biaya-biaya lainnya. Maka ketelitian dan ketepatan melakukan perhitungan harga pokok produksi harus diperhatikan karena apabila terjadi kesalahan dalam perhitungan akan menyebabkan kerugian bagi perusahaan.

Menurut Firdaus dan Abdullah (2012) menyatakan bahwa “Harga Pokok Produksi adalah biaya yang terjadi sehubungan dengan produksi, yaitu jumlah biaya bahan langsung dan tenaga kerja langsung.”

Pengertian Harga Pokok Produksi menurut Mulyadi (2015) yaitu “Harga Pokok Produksi dalam pembuatan produk terdapat dua kelompok biaya yaitu biaya produksi dan biaya non produksi. Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam pengolahan bahan baku menjadi produk, sedangkan biaya non produksi merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan non produksi, seperti kegiatan pemasaran dan kegiatan administrasi umum. Biaya produksi membentuk harga pokok produksi, yang digunakan untuk menghitung harga produk yang pada akhir periode akuntansi masih dalam proses. Biaya non produksi ditambahkan pada harga pokok produksi untuk menghitung total harga pokok produk.”

Berdasarkan definisi para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa harga pokok produksi adalah semua biaya yang digunakan untuk memproses suatu bahan baku hingga menjadi barang jadi dalam suatu periode tertentu. Penentuan Harga Pokok Produksi digunakan untuk perhitungan laba atau rugi perusahaan yang akan dilaporkan kepada pihak eksternal perusahaan. Informasi mengenai Harga Pokok Produksi menjadi dasar bagi manajemen dalam pengambilan keputusan harga jual produk yang bersangkutan. Oleh sebab itu, biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi suatu barang jadi dapat diperhitungkan untuk menentukan harga jual yang tepat.

2.1.5. Unsur-Unsur Harga Pokok Produksi

Unsur-unsur yang membentuk harga pokok produksi adalah biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Pada umumnya biaya bahan baku langsung dan biaya tenaga kerja langsung disebut

(Prime Cost) biaya utama, sedangkan yang lainnya disebut (Conversion Cost) biaya konversi.

Menurut Siregar (2014) biaya-biaya produksi dibedakan berdasarkan elemen-elemen, yang terbagi menjadi tiga yaitu:

1. Biaya Bahan Baku

Pengertian biaya bahan baku menurut Salman (2013) adalah besarnya penggunaan bahan baku yang dimasukkan ke dalam proses produksi untuk menghasilkan produk jadi. Bahan baku meliputi bahan-bahan yang dipergunakan untuk memperlancar proses produksi atau disebut bahan baku penolong dan bahan baku pembantu. Bahan baku dibedakan menjadi bahan baku langsung dan bahan baku tidak langsung.

Bahan baku langsung disebut dengan biaya bahan baku, sedangkan bahan tidak langsung disebut biaya overhead pabrik. Dalam memperoleh bahan baku, perusahaan tidak hanya mengeluarkan biaya sejumlah harga beli saja, tetapi juga mengeluarkan biaya pembelian, pergudangan, dan biaya perolehan lainnya. Harga bahan baku terdiri dari harga beli ditambah dengan biaya-biaya pembelian dan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk menyiapkan bahan baku tersebut dalam keadaan siap di olah. Biaya bahan baku langsung adalah semua biaya bahan yang membentuk bagian integral dari barang jadi dan yang dapat dimasukkan langsung dalam kalkulasi biaya produk.

2. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja dibagi menjadi dua kelompok yaitu biaya tenaga kerja langsung dan biaya tenaga kerja tidak langsung. Biaya tenaga kerja langsung

adalah balas jasa yang diberikan kepada karyawan pabrik yang manfaatnya dapat diidentifikasi pada produk yang dihasilkan. Sedangkan biaya tenaga kerja tidak langsung adalah balas jasa yang diberikan kepada karyawan pabrik, akan tetapi manfaatnya tidak dapat diidentifikasi pada produk yang dihasilkan.

Biaya tenaga kerja langsung menurut Salman (2013) adalah biaya yang harus dikeluarkan untuk membayar pekerja yang terkait langsung dengan proses produksi untuk menghasilkan produk jadi. Biaya tenaga kerja yang digunakan adalah jumlah biaya yang dibayarkan kepada setiap karyawan yang terlibat secara langsung dalam proses produksi. Dimana sistem pembayaran yang digunakan adalah sistem pembayaran upah karyawan.

3. Biaya Overhead Pabrik

Biaya *overhead* pabrik (*manufacturing overhead costs*) adalah biaya produksi yang tidak masuk dalam biaya bahan baku maupun biaya tenaga kerja langsung. Apabila suatu perusahaan juga memiliki departemen-departemen lain selain departemen produksi maka semua biaya yang terjadi di departemen pembantu tersebut (termasuk biaya tenaganya) dikategorikan sebagai biaya overhead pabrik. Biaya overhead pabrik biasanya muncul dari biaya-biaya yang harus dikeluarkan untuk pemakaian bahan tambahan, biaya tenaga kerja tak langsung, pengawasan mesin produksi, pajak, asuransi, hingga fasilitas-fasilitas tambahan yang diperlukan dalam proses produksi.

Pengertian Biaya *Overhead* Pabrik menurut Dunia dan Abdullah (2012) “Biaya Overhead Pabrik adalah semua biaya untuk memproduksi suatu produk selain dari bahan langsung dan tenaga kerja langsung”.

Adapun pengertian Biaya Overhead Pabrik menurut Carter (2014) yaitu: “Biaya Overhead Pabrik juga disebut overhead manufaktur, beban manufaktur, atau beban pabrik terdiri atas semua biaya manufaktur yang tidak ditelusuri secara langsung ke output tertentu, overhead pabrik biasanya memasukkan semua biaya manufaktur kecuali bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung.”

Dapat disimpulkan Biaya *Overhead* Pabrik adalah seluruh biaya manufaktur yang tidak dapat diklasifikasikan sebagai Biaya Bahan Baku atau Biaya Tenaga Kerja Langsung serta yang tidak dapat ditelusuri ke unit produksi secara individual. Biaya Bahan Baku dan Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung merupakan biaya utama dari suatu produk, namun Biaya Overhead Pabrik juga harus terjadi untuk membuat suatu produk. Biaya Overhead Pabrik mencakup semua biaya produksi yang tidak termasuk dalam bahan langsung dan tenaga kerja langsung.

Selain itu Dunia dan Abdullah (2012) menyatakan bahwa klasifikasi Biaya *Overhead* Pabrik berdasarkan sifat atau objek pengeluaran sebagai berikut :

a. Biaya bahan baku dan perlengkapan

Biaya bahan baku dan perlengkapan adalah biaya yang dikeluarkan untuk semua bahan yang dipakai dalam produksi yang tidak dapat dibebankan secara langsung kepada objek biaya tertentu dengan pertimbangan ekonomis dan praktis. Objek biaya tersebut dapat berupa produk atau jumlah unit produk tertentu, pekerjaan-pekerjaan khusus, atau objek biaya lainnya.

b. Tenaga Kerja Tidak Langsung

Biaya tenaga kerja tidak langsung adalah biaya yang dikeluarkan untuk tenaga kerja yang secara tidak langsung terlibat dalam proses produksi suatu produk, biaya-biaya ini tidak mungkin untuk dibebankan secara langsung objek biaya tertentu. Biaya ini tidak praktis untuk dibebankan secara langsung kepada jumlah unit produksi tertentu.

c. Biaya Tidak Langsung Lainnya

Biaya tidak langsung ini meliputi berbagai macam Biaya Overhead Pabrik yang tidak dapat diklasifikasikan sebagai Biaya Bahan Baku maupun Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung.

Penggolongan Biaya *overhead* pabrik menurut Mulyadi (2015) dapat dilakukan dengan tiga cara:

a. Penggolongan Biaya *Overhead* Pabrik menurut sifatnya

Dalam perusahaan biaya *overhead* pabrik adalah biaya produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja Langsung. Biaya- biaya produksi yang termasuk dalam Biaya *Overhead* Pabrik dikelompokkan menjadi beberapa golongan sebagai berikut:

1) Biaya bahan penolong

Biaya bahan penolong adalah bahan yang tidak menjadi bagian produk jadi atau bahan yang meskipun menjadi bagian produk jadi tetapi nilainya relatif kecil bila dibandingkan dengan beban pokok produksi tersebut.

2) Biaya reparasi dan pemeliharaan

Biaya reparasi dan pemeliharaan berupa biaya suku cadang (spareparts), biaya bahan habis pakai (factory supplies) dan harga perolehan jasa dari pihak luar perusahaan untuk keperluan perbaikan dan pemeliharaan emplasemen, dan aset tetap lain yang digunakan untuk keperluan pabrik

3) Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung

Biaya tenaga kerja tidak langsung adalah tenaga kerja pabrik yang upahnya tidak dapat diperhitungkan secara langsung kepada produk atau pesanan tertentu

4) Biaya yang timbul sebagai akibat penilaian terhadap aset tetap

Contoh biaya yang timbul sebagai akibat penilaian terhadap aset tetap adalah biaya-biaya depresiasi emplasemen pabrik bangunan pabrik, mesin dan peralatan, dan aset tetap lain yang digunakan di pabrik

5) Biaya yang timbul sebagai akibat berlalunya waktu

Contoh biaya yang timbul sebagai akibat berlalunya waktu adalah biaya-biaya asuransi gedung dan emplasemen, asuransi mesin dan peralatan, asuransi kendaraan, asuransi kecelakaan karyawan, dan biaya amortisasi kerugian *trial-run*.

6) Biaya *overhead* pabrik lain yang secara langsung memerlukan pengeluaran uang tunai

Contoh biaya *overhead* pabrik lain yang secara langsung memerlukan pengeluaran uang tunai adalah biaya reparasi yang

diserahkan kepada pihak luar perusahaan, biaya listrik PLN dan sebagainya.

b. Penggolongan biaya *overhead* pabrik menurut perilakunya

dalam hubungan dengan perubahan volume produksi biaya *overhead* pabrik dilihat dari perilakunya dalam hubungan dengan perubahan volume produksi dapat dibagi menjadi tiga golongan yaitu:

1) Biaya *Overhead* Pabrik tetap

Biaya *overhead* pabrik tetap adalah biaya *overhead* pabrik yang tidak berubah dalam kisar perubahan volume kegiatan tertentu.

2) Biaya *Overhead* Pabrik variabel

Biaya *overhead* pabrik variabel adalah biaya *overhead* pabrik yang berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan.

3) Biaya *Overhead* Pabrik semivariabel

Biaya *overhead* pabrik semivariabel adalah biaya *overhead* pabrik yang berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan.

Untuk keperluan penentuan tarif biaya *overhead* pabrik dan untuk pengendalian biaya, biaya *overhead* pabrik semivariabel dibagi menjadi dua yaitu:

(a) Biaya Tetap

(b) Biaya Variabel

c. Penggolongan biaya *overhead* pabrik menurut hubungannya dengan departemen

Dilihat dari hubungannya dengan departemen-departemen yang ada di pabrik, biaya *overhead* pabrik dapat digolongkan menjadi dua yaitu:

- 1) Biaya *overhead* pabrik langsung departemen (*direct departmental overhead expenses*)
- 2) Biaya *overhead* pabrik tidak langsung departemen (*indirect departmental overhead expenses*)

Dalam perusahaan, untuk menghasilkan produk yang akan dipasarkan membutuhkan berbagai jenis biaya, dan biaya-biaya ini akan menjadi dasar dalam penentuan Harga Pokok Produksi. Harga Pokok Produksi dikeluarkan untuk tujuan menghasilkan produk jadi. Harga Pokok Produksi tidak dicatat dalam rekening biaya, melainkan dibebankan pada produk yang dihasilkan dan laporan dalam neraca sebagai persediaan. Harga Pokok Produksi tersebut belum akan tampak dalam Laporan Laba Rugi sebelum produk yang bersangkutan terjual.

2.1.6. Manfaat Perhitungan Harga Pokok Produksi

Menurut Mulyadi (2010) dalam perusahaan berproduksi umum, informasi harga pokok produksi yang dihitung untuk jangka waktu tertentu bermanfaat bagi manajemen untuk :

- 1) Menentukan harga jual produk.

Perusahaan yang berproduksi bertujuan memproses produknya untuk memenuhi persediaan digudang dengan demikian biaya produksi dihitung untuk jangka waktu tertentu untuk menghasilkan informasi biaya produksi per satuan produk. Biaya produksi per unit merupakan salah satu data yang dipertimbangkan untuk menentukan harga jual produk.

2) Memantau realisasi biaya produksi

Informasi biaya produksi yang dikeluarkan dalam jangka waktu tertentu digunakan untuk memantau apakah proses produksi mengkonsumsi total biaya produksi sesuai dengan apa yang diperhitungkan sebelumnya. Dalam hal ini, informasi biaya produksi digunakan untuk membandingkan antara perencanaan dengan realisasi.

3) Menghitung laba atau rugi periodik.

Laba atau rugi bruto dihitung dengan membandingkan antara harga jual produk per satuan dengan biaya produksi per satuan. Informasi laba atau rugi bruto diperlukan untuk mengetahui kontribusi produk dalam menutup biaya non produksi dan menghasilkan laba atau rugi.

4) Menentukan harga pokok persediaan produk jadi dan produk dalam proses yang disajikan dalam neraca.

Saat manajemen dituntut untuk membuat pertanggungjawaban secara periodik, manajemen harus menyajikan laporan keuangan berupa neraca dan laporan laba rugi yang di dalamnya terdapat informasi harga pokok persediaan produk jadi dan harga pokok persediaan produk dalam proses. Biaya yang melekat pada produk jadi yang belum terjual, dalam neraca disajikan dalam harga pokok persediaan produk jadi. Biaya produksi yang melekat pada produk yang pada tanggal neraca masih dalam proses pengerjaan disajikan dalam neraca sebagai harga pokok persediaan produk dalam proses.

2.1.7. Metode Pengumpulan Harga Pokok Produksi

Melakukan perhitungan harga pokok produksi perlu memperhatikan unsur-unsur biaya yang termasuk dalam harga pokok produksi itu sendiri dan metode yang digunakan dalam pengumpulan biaya produksi. Umumnya sifat pengolahan produk didasarkan atas pesanan dan pengolahan produk yang didasarkan pada proses. Hansen dan Mowen (2006) menjelaskan perhitungan harga pokok produksi dapat dilakukan dengan dua metode sebagai berikut :

1. Perhitungan berdasarkan pesanan.

Pada sistem produksi berdasarkan pesanan, biaya-biaya diakumulasikan berdasarkan pekerjaannya. Pendekatan untuk membebankan biaya ini dinamakan sistem perhitungan biaya pesanan. Dalam suatu perusahaan yang beroperasi berdasarkan pesanan, pengumpulan biaya per pekerjaan menyediakan informasi penting bagi pihak manajemen.

2. Perhitungan berdasarkan proses.

Perusahaan dengan sistem proses mengakumulasi biaya produksi berdasarkan proses atau departemen untuk satu periode waktu tertentu. Output proses selama periode tersebut diukur. Biaya per unit dihitung melalui pembagian biaya prosesnya dengan output pada periode terkait. Pendekatan akumulasi biaya ini disebut sebagai sistem perhitungan biaya proses.

Menurut Mulyadi (2010) karakteristik usaha perusahaan yang produksinya berdasarkan pesanan tersebut diatas berpengaruh terhadap pengumpulan biaya produksinya. Metode pengumpulan biaya produksi dengan metode harga pokok

pesanan yang digunakan dalam perusahaan yang produksinya berdasarkan pesanan memiliki karakteristik sebagai berikut :

- a. Perusahaan memproduksi berbagai macam produk sesuai dengan spesifikasi pemesan dan setiap jenis produk perlu dihitung harga pokok produksinya secara individual.
- b. Biaya produksi harus digolongkan berdasarkan hubungannya dengan produk menjadi dua kelompok berikut ini : biaya produksi langsung dan biaya produksi tidak langsung
- c. Biaya produksi langsung terdiri dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung sedangkan biaya produksi tidak langsung disebut dengan istilah overhead pabrik.
- d. Biaya produksi langsung diperhitungkan sebagai harga pokok produksi pesanan tertentu berdasarkan biaya yang sesungguhnya terjadi, sedangkan biaya overhead pabrik diperhitungkan ke dalam harga pokok pesanan berdasarkan tariff yang ditentukan dimuka
- e. Harga pokok produksi per unit dihitung pada saat pesanan selesai diproduksi dengan cara membagi jumlah biaya produksi yang dikeluarkan untuk pesanan tersebut dengan jumlah unit produk yang dihasilkan dalam pesanan yang bersangkutan.

Untuk karakteristik metode berdasarkan proses, Mulyadi (2010) menjelaskan sebagai berikut :

- a. Produk yang dihasilkan merupakan produk standar.
- b. Produk yang dihasilkan dari bulan ke bulan adalah sama

- c. Kegiatan produksi dimulai dengan diterbitkannya perintah produksi yang berisi rencana produksi produk standar untuk jangka waktu tertentu

2.1.8. Metode Penentuan Harga Pokok Produksi

Sebelum menetapkan harga pokok produksi terhadap suatu barang atau produk, perlu dilakukan perhitungan harga pokok produksi agar dapat ditentukan harga pokok produksi yang tepat. Menurut Mulyadi (2010) dalam memperhitungkan unsur-unsur biaya kedalam produksi terdapat dua pendekatan, yaitu:

1. Metode full costing

Metode full costing merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang mempertimbangkan semua unsur biaya produksi ke dalam pokok produksi yang terdiri dari bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik yang tetap maupun variabel. Harga pokok produksi menurut metode full costing terdiri dari unsur biaya produksi berikut ini :

Biaya Bahan Baku	xxx	
Biaya Tenaga Kerja Langsung	xxx	
Biaya Overhead Pabrik Variabel	xxx	
Biaya Overhead Pabrik Tetap	xxx	
Harga pokok Produksi		xxx

2. Metode variabel costing

Metode variable costing adalah metode penentuan harga pokok produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku variable, keadaan harga pokok produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung

dan biaya overhead pabrik variabel. Harga pokok produksi menurut metode *variabel costing* terdiri dari unsur biaya produksi berikut:

Biaya Bahan Baku	xxx	
Biaya Tenaga Kerja Langsung	xxx	
Biaya Overhead Pabrik Variabel	xxx	
Harga Pokok Produksi		xxx

Perbedaan full Costing dan Variabel Costing

Perbedaan pokok antara metode full costing dan variabel costing sebetulnya terletak pada perlakuan biaya tetap produksi tidak langsung. Dalam metode full costing dimasukkan unsur biaya produksi karena masih berhubungan dengan pembuatan produk berdasar tarif (budget), sehingga apabila produksi sesungguhnya berbeda dengan budgetnya maka akan timbul kekurangan atau kelebihan pembebanan. Tetapi pada variabel costing memperlakukan biaya produksi tidak langsung tetap bukan sebagai unsur harga pokok produksi, tetapi lebih tepat dimasukkan sebagai biaya periodik, yaitu dengan membebankan seluruhnya ke periode dimana biaya tersebut dikeluarkan sehingga dalam variabel costing tidak terdapat pembebanan lebih atau kurang.

Adapun unsur biaya dalam metode full costing terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik baik yang sifatnya tetap maupun variabel. Sedangkan unsur biaya dalam metode variabel costing

terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik yang sifatnya variabel saja dan tidak termasuk biaya overhead pabrik tetap.

Akibat perbedaan tersebut mengakibatkan timbulnya perbedaan lain yaitu :

1. Dalam metode full costing, perhitungan harga pokok produksi dan penyajian laporan laba rugi didasarkan pendekatan “fungsi”. Sehingga apa yang disebut sebagai biaya produksi adalah seluruh biaya yang berhubungan dengan fungsi produksi, baik langsung maupun tidak langsung, tetap maupun variabel. Dalam metode variabel costing, menggunakan pendekatan “tingkah laku”, artinya perhitungan harga pokok dan penyajian dalam laba rugi didasarkan atas tingkah laku biaya. Biaya produksi dibebani biaya variabel saja, dan biaya tetap dianggap bukan biaya produksi.
2. Dalam metode full costing, biaya periode diartikan sebagai biaya yang tidak berhubungan dengan biaya produksi, dan biaya ini dikeluarkan dalam rangka mempertahankan kapasitas yang diharapkan akan dicapai perusahaan, dengan kata lain biaya periode adalah biaya operasi. Dalam metode variabel costing, yang dimaksud dengan biaya periode adalah biaya yang setiap periode harus tetap dikeluarkan atau dibebankan tanpa dipengaruhi perubahan kapasitas kegiatan. Dengan kata lain biaya periode adalah biaya tetap, baik produksi maupun operasi.
3. Menurut metode full costing, biaya overhead tetap diperhitungkan dalam harga pokok, sedangkan dalam variabel costing biaya tersebut

diperlakukan sebagai biaya periodik. Oleh karena itu saat produk atau jasa yang bersangkutan terjual, biaya tersebut masih melekat pada persediaan produk atau jasa. Sedangkan dalam variabel costing, biaya tersebut langsung diakui sebagai biaya pada saat terjadinya.

4. Jika biaya overhead pabrik dibebankan kepada produk atau jasa berdasarkan tarif yang ditentukan dimuka dan jumlahnya berbeda dengan biaya overhead pabrik yang sesungguhnya maka selisihnya dapat berupa pembebanan overhead pabrik berlebihan (*over-applied factory overhead*). Menurut metode full costing, selisih tersebut dapat diperlakukan sebagai penambah atau pengurang harga pokok yang belum laku dijual (harga pokok persediaan).
5. Dalam metode full costing, perhitungan laba rugi menggunakan istilah laba kotor (*gross profit*), yaitu kelebihan penjualan atas harga pokok penjualan.
6. Dalam variabel costing, menggunakan istilah margin kontribusi (*contribution margin*), yaitu kelebihan penjualan dari biaya-biaya variabel.

Beberapa hal yang perlu diperhatikan dari perbedaan laba rugi dalam metode full costing dengan metode variable costing adalah :

1. Dalam metode full costing, dapat terjadi penundaan sebagian biaya overhead pabrik tetap pada periode berjalan ke periode berikutnya bila tidak semua produk pada periode yang sama.

2. Dalam metode variable costing seluruh biaya tetap overhead pabrik telah diperlakukan sebagai beban pada periode berjalan, sehingga tidak terdapat bagian biaya overhead pada tahun berjalan yang dibebankan kepada tahun berikutnya.
3. Jumlah persediaan akhir dalam metode variable costing lebih rendah dibanding metode full costing. Alasannya adalah dalam variable costing hanya biaya produksi variabel yang dapat diperhitungkan sebagai biaya produksi.
4. Laporan laba rugi full costing tidak membedakan antara biaya tetap dan biaya variabel, sehingga tidak cukup memadai untuk analisis hubungan biaya volume dan laba (CVP) dalam rangka perencanaan dan pengendalian.

2.1.9. Harga Jual

Menetapkan harga jual adalah salah satu problem yang pasti harus dihadapi oleh suatu perusahaan. sekalipun cara penetapan harga yang digunakan sama bagi setiap perusahaan yaitu didasarkan pada biaya, persaingan, permintaan, dan laba. Menurut Supriyono (2008) Harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan

Harga jual adalah suatu barang atau jasa yang diproduksi oleh perusahaan menjadi biaya pengeluaran bagi perusahaan ditambah dengan persentase laba yang diinginkan perusahaan, oleh sebab itu untuk mencapai suatu laba yang

diinginkan oleh perusahaan salah satu cara yang perlu dilakukan untuk menarik suatu minat konsumen adalah dengan cara menentukan harga produk dengan tepat untuk dijual. Dapat memberikan kepuasan kepada konsumen dengan harga yang sesuai dengan kualitas produk suatu barang, dan harga tersebut adalah harga jual yang tepat. Dari pengertian tersebut bahwa harga jual yang dimaksud dalam penelitian ini adalah penjumlahan nilai akhir barang yang merupakan dari biaya-biaya produksi dan biaya lain untuk memproduksi suatu barang ditambah dengan sejumlah keuntungan yang diinginkan.

2.1.10. Tujuan dan Faktor Penetapan Harga Jual

Pada dasarnya ada empat jenis tujuan penetapan harga jual yaitu ;

1. Tujuan Berorientasi Pada Laba

Asumsi teori ekonomi klasik menyatakan bahwa setiap perusahaan selalu memiliki harga yang dapat menghasilkan laba paling tinggi. Tujuan ini dikenal sebagai maksimalisasi laba.

2. Tujuan Berorientasi Pada Volume

Selain tujuan berorientasi pada laba, ada pula perusahaan yang menetapkan harganya berdasarkan tujuan yang berorientasi pada volume tertentu atau yang biasa dikenal dengan istilah *Volume Pricing objectives*. Harga ditetapkan sedemikian rupa agar mencapai target volume penjualan (dalam ton, kg, unit, m³, dsb), nilai penjualan (Rp) atau pangsa pasar (absolut maupun relatif)

3. Tujuan Berorientasi Pada Citra

Citra (image) suatu perusahaan dapat dibentuk melalui penetapan harga. Perusahaan dapat menetapkan harga tinggi untuk membentuk atau

mempertahankan citra prestisius. Sementara itu harga rendah dapat digunakan untuk membentuk citra nilai tertentu (*image of value*), misalnya dengan memberikan jaminan bahwa harganya merupakan harga terendah disuatu wilayah tertentu. Pada hakekatnya baik penetapan harga, tinggi maupun rendah bertujuan untuk meningkatkan persepsi konsumen terhadap keseluruhan bauran produk yang ditawarkan perusahaan.

4. Tujuan Stabilisasi Harga

Dalam pasar yang konsumennya sangat sensitif terhadap harga, bila suatu perusahaan menurunkan harganya, maka para pesaingnya harus menurunkan pula harga mereka. Kondisi yang mendasari terbentuknya tujuan stabilisasi harga dalam industri-industri tertentu yang produknya sangat terstandarisasi. Tujuan stabilisasi dilakukan dengan jalan menetapkan harga untuk mempertahankan hubungan yang antara harga suatu perusahaan dan harga pemimpin industri.

5. Tujuan-Tujuan Lainnya

Harga dapat pula ditetapkan dengan tujuan mencegah masuknya pesaing, mempertahankan loyalitas pelanggan, mendukung penjualan ulang, atau menghindari campur tangan pemerintah. Organisasi non-profit juga dapat menetapkan tujuan penetapan harga yang berbeda, misalnya untuk mencapai *partial cost recovery*, *full cost* atau untuk menetapkan *social price*.

Tujuan-tujuan penetapan harga diatas memiliki implikasi penting terhadap strategi bersaing perusahaan. Tujuan yang ditetapkan harus konsisten dengan cara yang ditempuh perusahaan dalam menempatkan posisi relatifnya dalam persaingan (Fandy Tjiptono, 1997).

Faktor-Faktor Penentuan Harga Jual :

Secara umum ada dua faktor yang perlu dipertimbangkan dalam menetapkan harga yaitu faktor internal perusahaan dan faktor lingkungan eksternal.

a. Faktor internal Perusahaan

1. Tujuan Pemasaran

Faktor utama yang menentukan dalam penetapan harga adalah tujuan pemasaran perusahaan. Tujuan tersebut bisa berupa maksimisasi laba, mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan meraih pangsa pasar yang besar, menciptakan kepemimpinan dalam hal kualitas, mengatasi persaingan, melakukan tanggung jawab social dll.

2. Strategi Bauran Pemasaran

Harga hanyalah salah satu komponen dari bauran pemasaran. Oleh karena itu harga perlu dikoordinasikan dan saling mendukung dengan bauran pemasaran lainnya, yaitu produk, distribusi dan promosi.

3. Biaya

Biaya merupakan faktor yang menentukan harga minimal yang harus ditetapkan agar perusahaan tidak mengalami kerugian. Oleh karena itu setiap perusahaan pasti menaruh perhatian besar pada aspek struktur biaya (tetap dan variable) serta jenis-jenis biaya lainnya, seperti *out of pocket cost*, *incremental cost*, *opportunity cost* dan *replacement cost*.

4. Organisasi

Managemen perlu memutuskan siapa di dalam organisasi yang harus menetapkan harga. Setiap perusahaan menangani masalah penetapan harga menurut caranya masing-masing. Pada perusahaan kecil, umumnya harga ditetapkan oleh manajemen puncak, pada perusahaan besar, seringkali masalah penetapan harga ditangani oleh divisi atau manager suatu lini produk. Dalam pasar industri para wiraniaga (sales people) diperkenankan untuk bernegosiasi dengan pelanggannya guna menetapkan rentang (range) harga tertentu.

b. Faktor Lingkungan Eksternal

1. Sifat Pasar dan Permintaan

Setiap perusahaan perlu memahami sifat pasar dan permintaan yang dihadapinya, apakah termasuk pasar persaingan sempurna, persaingan monopolistik, oligopoli atau monopoli. Faktor lain yang tidak kalah pentingnya adalah elastisitasnya permintaan.

2. Persaingan

Ada lima kekuatan pokok dalam persaingan suatu industri, yaitu persaingan dalam industri yang bersangkutan, produk substitusi, pemasok, pelanggan dan ancaman pendatang baru. Informasi-informasi yang dibutuhkan untuk menganalisis karakteristik persaingan yang dihadapi antara lain meliputi:

a) Jumlah perusahaan dalam industri

Bila hanya ada satu perusahaan dalam industri, maka secara teoritis perusahaan yang bersangkutan bebas menetapkan harganya sebarang, akan tetapi sebaliknya bila industri terdiri dari banyak perusahaan, maka persaingan harga pun terjadi. Bila produk yang dihasilkan tidak terdiferensiasi, maka hanya pemimpin industri yang leluasa menentukan perubahan harga.

b) Ukuran relatif setiap anggota dalam industri

Bila perusahaan memiliki pangsa pasar yang besar, maka perusahaan yang bersangkutan dapat memegang inisiatif perubahan harga. Bila pangsa pasarnya kecil, maka hanya menjadi pengikut.

c) Diferensi Produk

Bila perusahaan berpeluang melakukan diferensiasi dalam industrinya, maka perusahaan tersebut dapat mengendalikan aspek penetapan harganya, bahkan sekalipun perusahaan itu kecil dan banyak persaingan dalam industri

d) Kemudahan untuk memasuki industri yang bersangkutan

Bila suatu industri mudah untuk dimasuki maka perusahaan yang ada sulit mempengaruhi atau mengendalikan harga. Sedangkan bila ada hambatan masuk ke pasar (game to market entry) maka perusahaan-perusahaan yang sudah ada dalam industri tersebut dapat mengendalikan harga. Hambatan masuk ke pasar dapat berupa:

- a. Persyaratan teknologi
- b. Investasi modal yang besar

- c. Ketidak tersediaan bahan baku pokok/utama
 - d. Skala ekonomis yang sudah dicapai perusahaan-perusahaan yang telah ada sulit diarahkan oleh para pendatang baru.
 - e. Kendali atas sumber daya alam oleh perusahaan-perusahaan yang sudah ada
 - f. Keahlian dalam pemasaran
3. Unsur-unsur lingkungan eksternal lainnya

Selain faktor diatas, perusahaan juga perlu mempertimbangkan faktor kondisi ekonomi (inflasi, boom atau resesi, tingkat bunga) kebijakan dan peraturan pemerintah dan aspek sosial)

2.1.11. Omset Penjualan

Chaniago (2014) memberikan pendapat tentang omzet penjualan adalah keseluruhan jumlah pendapatan yang didapat dari hasil penjualan suatu barang/jasa dalam kurun waktu tertentu. Swastha (2013) memberikan pengertian omzet penjualan adalah akumulasi dari kegiatan penjualan suatu produk barang barang dan jasa yang dihitung secara keseluruhan selama kurun waktu tertentu secara terus menerus atau dalam satu proses akuntansi. Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa Omzet penjualan adalah keseluruhan jumlah penjualan barang/jasa dalam kurun waktu tertentu, yang dihitung berdasarkan jumlah uang yang diperoleh.

Perbedaan Omset dan Profit

Omzet dan profit memiliki perbedaan, berikut akan kita bahas perbedaannya, agar kamu tidak tertukar saat mengartikan keduanya.

Jika omzet dikatakan sebagai pendapatan yang didapat dari hasil dagang. Baik perdagangan jasa atau barang dalam satu periode tertentu. Hanya saja, pendapatan tersebut belum dikurangi HPP dan biaya yang ditanggung perusahaan.

Profit

Sedangkan profit, merupakan pendapatan yang kamu dapat dari hasil penjualan. Produk yang kamu jual bisa barang ataupun jasa, serupa dengan omzet. Hanya saja, profit sudah dikurangi dengan HPP dan biaya yang harus ditanggung perusahaan.

Pada saat yang sama, laba mengacu pada nilai penjualan produk setelah dikurangi biaya modal. Jika nilai adalah nilai bersih atau nilai yang dikurangkan dari berbagai biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam memproduksi atau menjual produk, maka disebut laba. Beberapa komponen biaya tersebut antara lain biaya produksi, gaji karyawan, biaya transportasi, dan biaya pemasaran.

Dalam praktek, kegiatan penjualan itu dipengaruhi oleh beberapa faktor sebagai berikut : (Swastha dan Irawan, 2013)

1. Kondisi dan kemampuan penjual
2. Kondisi Pasar
3. Modal
4. Kondisi Organisasi Perusahaan

Menurut Forsyth (1990), faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan meliputi :

1. Faktor Internal
 - b. Penurunan promosi penjualan
 - c. Penurunan komisi penjualan
 - d. Turunnya kegiatan selesman
 - e. Turunnya jumlah saluran distribusi
2. Faktor eksternal
 - a. Perubahan kebijakan pemerintah
 - b. Bencana alam
 - c. Perubahan pola konsumen
 - d. Munculnya saingan baru
 - e. Munculnya pengganti

Upaya Meningkatkan Omset

1. Lakukan Promosi

Upaya pertama yang bisa kamu lakukan untuk meningkatkan pendapatan adalah promosi. Promosi beserta *branding* yang kuat terhadap produk sangat penting untuk kamu lakukan. Upaya ini akan berdampak pada peningkatan pengetahuan masyarakat terhadap produkmu.

Promosi dapat dilakukan dengan banyak cara dan jalan. Kamu tidak harus menggunakan papan reklame besar atau membayar *space* di koran. Semuanya bisa kamu lakukan sesuai dengan kemampuan, kebutuhan, dan sasaran pasarmu.

2. Tingkatkan Kualitas Produk

Selanjutnya, hal yang bisa kamu lakukan untuk meningkatkan omzet adalah peningkatan terhadap kalitas produk. Kualitas produk setidaknya dapat berpengaruh pada dua hal, integritas bisnis dan peningkatan angka penjualan.

Ingat, kamu tidak sendiri menjadi pemain di pasar. Dengan model pasar persaingan sempurna, sudah pasti kamu punya banyak kompetitor dan pesaing. Untuk itu, kualitas produkmu harus baik, agar dapat unggul dari produk lainnya.

3. Berikan Layanan Terbaik

Satu lagi upaya yang dapat kamu lakukan untuk meningkatkan omzet perusahaanmu. Upaya tersebut adalah dengan memberikan layanan terbaik. Bentuk layanan terbaik itu beragam, bisa sesuai dengan produk yang kamu jual dan layanan yang kamu berikan.

Setidaknya, untuk menjadi pedagang dengan pelayanan yang baik, kamu harus bersikap ramah, sopan dan tanggap terhadap pembeli. Jangan lupa untuk jujur dalam praktik jual beli, karena itu akan meningkatkan kepercayaan pembeli kepadamu.

4. Strategi Bundling

Paket bundling adalah strategi pemasaran yang menjual dua produk atau lebih dalam satu paket dengan harga yang lebih murah.

TUJUAN : meningkatkan jumlah produk terjual.

Strategi bundling ini diterapkan untuk memberikan kemudahan pembelian, penghematan waktu, memperkecil biaya promosi, serta memberikan nilai tambah yang lebih besar kepada konsumen.

5. Penawaran special kepada pelanggan yang sudah ada

Biasanya biaya untuk mendatangkan pelanggan baru itu jauh lebih besar daripada merawat pelanggan lama. Oleh karena itu, strategi ini jadi efisien untuk anda lakukan.

Pelanggan lama yang PUAS dengan produk atau layanan anda, adalah orang-orang yang sudah mengenal bisnis anda. Mereka **mempercayai** anda. Karena itulah, jauh lebih mudah bagi anda untuk meyakinkan mereka dengan penawaran anda.

TUJUAN : meningkatkan jumlah produk terjual.

2.2. Kerangka Pikir



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di PT Peternakan Pattonra, Jl. Batu Pute Ciro-ciroe, Kabupaten Sidrap

3.2. Jenis dan Sumber Data

3.2.1. Jenis Data

Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif, yaitu berupa data biaya produksi penjualan di PT Peternakan Pattonra, Kabupaten Sidrap.

3.2.2. Sumber Data

Dalam penelitian ini ada dua sumber data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh peneliti dengan melakukan wawancara langsung dengan staf perusahaan yang bertanggung jawab terhadap penentuan harga pokok produksi. Sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumen-dokumen, buku-buku, dan catatan atau laporan keuangan yang ada pada PT. Peternakan Pattonra, Kabupaten Sidrap.

3.3. Metode Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi merupakan suatu teknik atau cara pengumpulan data dengan cara mengadakan pengamatan terhadap kegiatan yang sedang berlangsung. Observasi ini dilakukan dengan mengamati langsung pada PT. Peternakan Pattonra mengenai biaya produksi.

2. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Dalam metode ini penulis melakukan wawancara atau bertanya langsung dengan karyawan perusahaan PT. Peternakan Pattonra mengenai hal-hal yang berhubungan dengan penggunaan biaya produksi.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memanfaatkan dokumen (bahan atau gambar-gambar penting). Dalam penelitian ini metode dokumentasi digunakan untuk mengetahui hal-hal yang berhubungan dengan penggunaan biaya produksi.

3.4. Metode Analisis

Menggunakan perhitungan yaitu dengan analisis regresi sederhana dan analisis koefisien determinasi.

a. Persamaan Regresi Sederhana

$$Y = a + bX + e$$

Dengan :

$$Y = \text{Harga Jual}$$

A = Intersep (titik potong kurva terhadap sumbu Y)

b = Kemiringan Kurva linier

X = Biaya produksi

e = error term

untuk menghitung nilai a , b dan e ini menggunakan program computer statisti yaitu SPSS

3.5. Defenisi Operasional

a. Biaya

Semua pengorbanan yang perlu dilakukan untuk melaksanakan suatu proses produksi, yang dinyatakan dengan satuan uang sesuai harga pasar yang berlaku, baik yang sudah terjadi maupun yang akan terjadi.

b. Produksi

Suatu kegiatan atau aktivitas untuk dapat menciptakan/menghasilkan atau juga menambah nilai guna terhadap suatu barang ataupun jasa untuk dapat memenuhi kebutuhan oleh orang ataupun suatu badan (produsen).

c. Omset

Jumlah total uang yang diperoleh dari hasil penjualan suatu produk (barang atau jasa) dalam periode tertentu. Namun, uang tersebut masih berupa pendapatan kotor karena belum dikurangi harga pokok penjualan (HPP), dan biaya operasional (gaji pegawai, listrik, air, dan lain-lain).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1. Sejarah Peternakan

Pada dasarnya Peternakan Pattonra dibuat pada tahun 1995 oleh Haji. Andi Fathurrahman, dan Perusahaan Pattonra ini terletak di Jalan Batu Pute Ciro-ciroe, Kabupaten Sidrap. Beliau adalah salah satu wiraswasta yang dapat dikatakan berpengalaman dalam bidang usaha ternak ayam petelur di Kabupaten Sidrap. Sebelum mendirikan peternakan ini, Hj. Andi Fathurrahman terlebih dahulu melakukan survey ayam di beberapa tempat agar mendapatkan informasi-informasi yang dibutuhkan.

Peternakan Pattonra memulai bisnis usaha bermodalkan pengalaman dari survey beberapa peternakan yang pernah dikunjungi serta bantuan salah satu keluarganya yang sempat bekerja di Peternakan ayam juga. Ayam petelur berasal dari ayam betina dewasa yang kemudian dipelihara dengan tujuan untuk diambil telurnya, ayam ini sebenarnya berasal dari ayam yang hidup bebas di hutan kemudian ditangkap dan diseleksi oleh para ilmuwan. Ayam yang terseleksi dengan tujuan produksi di kenal dengan nama ayam rasa atau ayam pedaging, sedangkan ayam produksi telur dikenal dengan nama ayam petelur. Namun ayam petelur terbagi atas dua jenis yang pertama ayam petelur dengan warna putih dan yang kedua ayam petelur dengan warna coklat. Kemudian dilakukan perkawinan antara ayam jantan lokal dan ayam betina petelur untuk menghasilkan ayam petelur yang unggul.

Masyarakat mulai menyadari bahwa ayam ras mempunyai golongan ayam petelur yang unggul dan daging yang enak, sehingga muncullah persaingan peternakan ayam. Sehingga terjadilah persaingan antara ayam petelur dan ayam telur kampung, akan tetapi ayam telur kampung semakin lama semakin menurun dan ayam petelur semakin meningkat karena ayam petelur dapat menghasilkan telur yang lebih banyak.

4.1.2. Visi dan Misi Peternakan Pattonra

Rencana dan Tujuan peternakan Pattonra yaitu :

1. Rencana :
 - a. Menjadi peternak yang terkemuka di Indonesia
 - b. Peternakan yang transparan dan tidak menyimpang
2. Tujuan :
 - a. Mengembangkan usaha peternakan Pattonra di Sidrap
 - b. Menghasilkan produk yang berkualitas

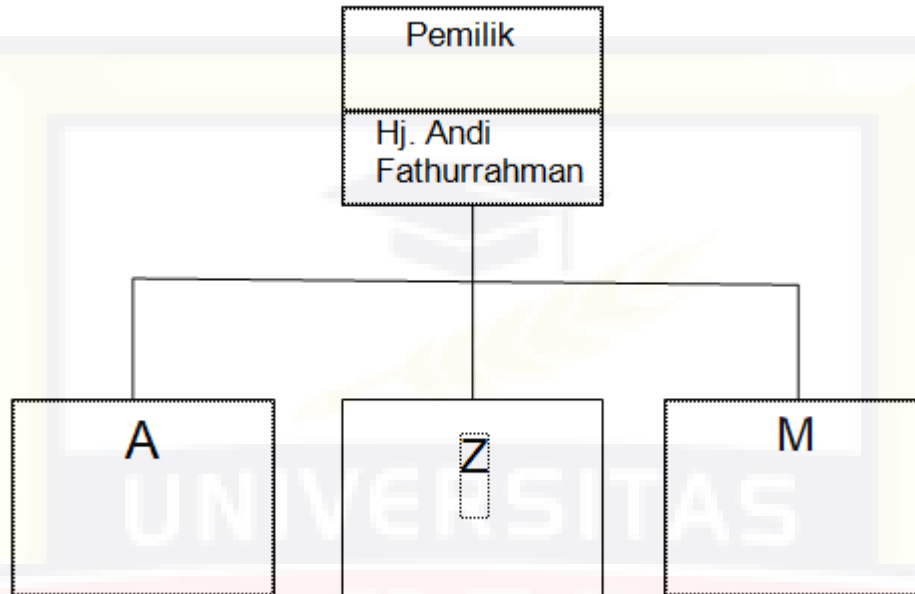
4.1.3. Lokasi Umum Peternakan Pattonra

Peternakan Pattonra berada di Jl. Batu Pute Ciro-ciroe, Kabupaten Sidrap

Syarat lokasi ayam petelur adalah :

1. jauh dari keramaian
2. dekat dari sentral
3. tempat yang menetap atau tidak berpindah-pindah

4.1.4. Struktur Peternakan



Keterangan Struktur :

1. Pemilik : Hj. Andi Fathurrahman adalah seorang manajer dari Peternakan Pattonra dan bertugas mengawasi dan mengelola laporan keuangan serta mengambil keputusan dalam kegiatan usaha,
2. A : Akbar bertugas memberi pakan dan minum ayam ras petelur.
3. Z : Zabir bekerja mengawasi dan menyediakan nutrisi/gizi untuk menjaga kesehatan ayam ras petelur.
4. M : Makbur bertugas memanen, menimbang dan menyimpan hasil panen telur

4.1.5. Persiapan Lahan

Lahan adalah salah satu tempat yang dibutuhkan untuk mendirikan kandang ayam sebagai tempat produksi. Peternakan Pattonra memilih lahan yang jauh dari tempat keramaian agar menghindari suara bising dari permukiman warga. Ini bertujuan agar ayam tidak mudah mengalami stress dan produksi telur tetap stabil, jika ayam mengalami stress maka akan menyebabkan kematian pada ayam tersebut.

Penangkaran Pattonra memiliki luas lahan sekitar 3000 m², bentuk lahan yang terdapat di peternakan Pattonra berbentuk lahan tandus namun terjangkau oleh sungai dan letaknya terhindar dari gangguan binatang.

4.1.6. Bibit Ayam

Bibit ayam ras petelur yang dipakai di Penangkaran Pattonra yakni bibit ayam yang berumur 16 pekan dan mampu untuk di produksi dengan ciri berat $\pm 11,7$ kg, jengger mulai memerah dan ayam mulai berkotek. Hasil produksi telur per ekor yakni 360 butir per periode dan jumlah ayam yang dipelihara yaitu 6000 ekor ayam.

Ada beberapa cara dalam pemilihan bibit, yaitu:

1. Anak ayam yang sehat
2. Bulunya halus
3. Perkembanganbiakan ayam yang baik
4. Nafsu makan ayam yang baik

5. Ukuran badan ayam normal

Pemilihan bibit untuk calon induk, yaitu:

1. Konversi ransum
2. Produksi telur
3. Prestasi bibit selama di peternakan

4.1.7. Jenis Ayam

Ayam petelur terbagi atas dua jenis, yaitu:

1. Ayam Petelur Ringan

Tipe ayam ini kemudian dikenal dengan ayam petelur putih. Ayam ini memiliki ciri – ciri badan yang kecil dan mempunyai mata yang bersinar, bulunya yang berwarna putih dan memiliki jengger merah. Ayam ini sudah banyak dijual di Indonesia dan sangat mudah untuk didapatkan. Ayam ini biasanya mampu bertelur kurang lebih 260 butir dalam setahunnya, ayam ini hanya dikhususkan untuk ayam petelur karena dagingnya hanya sedikit kemudian ayam ini rentan terhadap keributan.

2. Ayam Petelur Medium

Ayam petelur ini mampu menghasilkan telur yang cukup banyak dan daging yang banyak, sehingga ayam ini disebut ayam petelur medium. dan ayam ini juga di kenal dengan sebutan ayam multiguna yang berwarna coklat.

4.1.8. Manfaat

Ayam ras petelur ini memiliki banyak fungsi, yaitu:

1. Dagingnya yang dapat dikonsumsi sebagai makanan
2. Limbah ayam petelur ini dapat dijadikan pupuk kandang

Usus dari ayam ras petelur dapat dijadikan sebagai pakan ternak unggas setelah dikeringkan

4.1.9. Pemeliharaan

1. Sanitasi dan tindakan preventif

Kebersihan kandang merupakan hal yang paling penting dalam mencegah penyebaran penyakit flu burung serta memberikan vaksin pada ayam dengan dosis yang sesuai lebel dari kandang unggas

2. Pemberian pakan

Pemberian pakan terbagi menjadi dua fase, yaitu:

- a. Fase umur 0-4 minggu
- b. Fase umur 4-6 minggu

4.1.10. Setelah Panen

Penangkaran Pattonra mengadakan panen ketika ayam berumur 18 pekan atau 4 bulan 15 hari. Setelah panen Penangkaran Pattora akan memeriksa 3 hal yakni ayam siap dipasarkan, ayam yang terjaga keawetan dan kesegaran, serta aman dikonsumsi.

5 tahap yang dilakukan setelah panen dan sebelum dipasarkan yakni :

- a) Mengambil dari penangkaran

- b) Menentukan telur yang sudah di ambil
- c) Mengemas telur dalam rak
- d) Menyimpan di tempat penyimpanan atau gudang
- e) Siap dipasarkan

Penangkaran Pattonra melaksanakan agenda akumulasi telur ketika ayam telah diberi pakan pada waktu sore hari. Selanjutnya dilakukan pengecekan telur ayam dan dilakukan sterilisasi menggunakan lap bersih agar telur terhindar dari kuman dan kotoran pada telur sehingga kualitas telur tetap terjaga. Pemilihan telur dilakukan dengan cara mensortir telur sesuai keadaan telur mulai yang berukuran kecil ataupun sebaliknya dan telur yang terindikasi rusak.

Pengemasan telur pada Penangkaran Pattonra dimulai dari mengelompokkan telur dalam satu wadah , dan dalam satu wadah menampung tiga puluh butir. Produk yang sudah dikemas ditaruh di dalam ruangan penyimpanan dan menunggu untu siap dipasarkan

4.1.11. Deskripsi Data

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, analisis regresi sederhana dengan tujuan untuk menguji pengaruh biaya produksi terhadap omset penjualan telur.

4.2. Hasil Penelitian

4.2.1. Biaya Produksi

Biaya produksi adalah salah satu biaya yang patut di perhatikan untuk meningkatkan omset penjualan telur di Peternakan Pattonra. Kegiatan yang harus

dipantau oleh manajemen Pattonra yang berkaitan dengan hasil produksi adalah biaya produksi dan omset penjualannya..

Data melakukan pengujian antara biaya dan omset penjualan, diperlukan data-data yang relevan, yaitu biaya produksi, biaya tenaga kerja dan biaya overhead pabrik.

Table 4.1.
Data Biaya Produksi
Pternakan Pattonra

Jenis Biaya	2015	2016	2017	2018	2019
Biaya Bahan Baku	Rp 273,045,434	Rp 296,788,515	Rp 322,596,212	Rp 350,648,057	Rp 381,139,192
Biaya Tenaga Kerja	Rp 49,236,206	Rp 50,369,520	Rp 59,258,259	Rp 67,918,259	Rp 109,559,844
Biaya Overhead	Rp 136,248,860	Rp 149,463,379	Rp 164,068,184	Rp 143,898,839	Rp 155,214,444

4.2.2. Bahan Pakan Ayam

Peternakan ayam Pattonra memiliki tiga jenis bahan tambahan makanan ayam, yaitu :

1. konsentrat,

ransum padat nutrisi (nutrisi tinggi) buatan pabrik, dimana dalam pemberiannya ke **ayam** harus dicampur terlebih dahulu dengan jagung giling dan bekatul. Perbandingannya adalah 50-55% jagung, 30-35% **konsentrat** dan 15-20% bekatul.

2. jagung giling

bahan pakan sumber energi yang paling umum di gunakan untuk pakan unggas. Kandungan nutrisi jagung giling adalah 8,9 % PK, 4,0 % EE, 2,2 % SK, 1,7 % abu, dan 68,6 BETN (Hartadi et al., 1997).

3. Dedak

Dedak padi merupakan bagian kulit ari beras pada waktu dilakukan proses pemutihan beras. Dedak padi digunakan sebagai pakan ternak, karena mempunyai kandungan gizi yang tinggi, harganya relatif murah, mudah diperoleh, dan penggunaannya tidak bersaing dengan manusia..

Table 4.2

Data Pakan Ternak Ayam Petelur

Peternakan Pattonra

Jenis Pakan	Kebutuhan per ekor (kg)	kebutuhan 6000 per ekor (kg)	Harga per kg (Rp)	biaya per hari(Rp)	biaya perbulan (Rp)
Konsentrat	0.034	186	Rp 6,600	Rp 224,400	Rp 6,732,000
jagung giling	0.048	255	Rp 3,500	Rp 224,000	Rp 6,720,000
Dedak	0.017	94	Rp 1,300	Rp 222,300	Rp 6,669,000
total				Rp 670,700	Rp 20,121,000

Berdasarkan gambar di atas, dapat di tarik kesimpulan bahwa kategori konsentrat sebanyak 0,034 kg, kategori jagung giling sebanyak 0,048 kg dan kategori dedak sebanyak 0,017 kg. sehingga dapat disimpulkan bahwa kebutuhan konsentrat, jagung dan dedak 6.000 ekor ayam adalah 186 kg, 255 kg dan 94 kg.

4.2.3. Biaya Tenaga Kerja

Table 4.3
Data Biaya Tenaga Kerja Ternak Ayam Petelur
Peternakan Pattonra

Nama	Tugas	upah perbulan	upah pertahun	upah per periode
Akbar	melakukan pencampuran dan memberi makan dan minum ayam	Rp 800,000	Rp 9,600,000	Rp 12,000,000
Zabir	memberi vitamin dan membersihkan kandang	Rp 700,000	Rp 8,400,000	Rp 10,500,000
Makmur	melakukan panen pada telur	Rp 700,000	Rp 8,400,000	Rp 10,500,000
	Total	Rp 2,200,000	Rp 26,400,000	Rp 33,000,000

Peternakan Pattonra memiliki 3 pegawai dalam peternakan ini. metode penggajian pegawai sebagai berikut :

1. Pegawai pengurus bahan makanan diupah Rp 800.000,00/bulan,
2. Pegawai pengawas kejernihan diupah Rp 700.00,00/bulan
3. Pegawai pengemasan diupah Rp 700.000,00/bulan..

Sehingga seluruh total anggaran yang dibutuhkan sebesar Rp 2.200.000,00/bulan dan Rp 26.400.00,00/tahun

4.2.4. Biaya Bibit

Peternakan Pattonra menjalankan usahanya melalui penyuplaian ayam yang kisaran umurnya 4 bulan dari kandang penjualan benih ras ayam petelur. Pembelian dibagi menjadi beberapa bagian.

1. Menyuplai pertama sebanyak 3.000 ekor dan setiap ayam dibeli Rp 62.000,00/ekor.
2. Selanjutnya menyuplai kedua sebanyak 1.500 ekor dan setiap ayam dibeli Rp 60.000,00/ekor.
3. Penyuplaian terakhir sebanyak 1.500 ekor dan tiap ayam dibeli Rp 60.000,00/ekor.

Sehingga jumlah keseluruhan yang ada dalam kandang Pattonra sebanyak 6.000 ekor.

4.2.5. Biaya PLN dan PDAM

Table 4.4

Data Biaya PLN dan PDAM Ternak Ayam Petelur
Peternakan Pattonra

No	jenis kegunaan	Biaya per bulan (Rp)	Biaya per tahun (Rp)	Biaya per periode (Rp)
1	Lampu Kandang	Rp 100,000	Rp 1,200,000	Rp 1,500,000
2	Air	Rp 50,000	Rp 600,000	Rp 750,000
	TOTAL	Rp 150,000	Rp 1,800,000	Rp 2,250,000

Kandang Pattonra membayar tagihan PLN sebanyak Rp 100.000,00/bulan dan tagihan PDAM sebanyak Rp 50.000,00. Seluruh tagihan PLN dan PDAM tiap bulannya Rp 150.000,00 dan selama setahun sebanyak Rp 1.800.000,00

4.2.6. Volume dan Omset Penjualan

Table 4.5
Data Volume dan Omset Penjualan Ternak Ayam Petelur
Pternakan Pattonra

Tahun	Volume Penjualan Telur (rak)	Total Penjualan (rupiah)
2015	8,280	Rp 248,400,000
2016	10,380	Rp 363,300,000
2017	10,260	Rp 359,100,000
2018	11,400	Rp 399,000,000
2019	14,400	Rp 576,000,000

Table diatas merupakan data volume dan hasil penjualan peternakan Pattonra.

4.2.7. Menghitung Total Biaya Produksi

Perhitungan dilakukan untuk mengetahui seberapa banyak biaya produksi peternakan Pattonra selama 1 tahun dalam waktu 2015-2019 :

a. 2015 :

Bahan baku	= Rp	273,045,434
Tenaga Kerja	= Rp	49,236,206
Overhead Pabrik	= Rp	136,248,860

Total = Rp 458,530,500

b. 2016 :

Bahan baku = Rp 296,788,515

Tenaga kerja = Rp 50,369,520

Overhead Pabrik = Rp 149,463,379

Total = Rp 496,621,414

c. 2017 :

Bahan baku = Rp 322,596,212

Tenaga kerja = Rp 59,258,259

Overhead Pabrik = Rp 164,068,184

Total = Rp 545,922,655

d. 2018 :

Bahan baku = Rp 350,648,057

Tenaga kerja = Rp 67,918,259

Overhead Pabrik = Rp 143,898,839

Total = Rp 562,465,155

e. 2019 :

Bahan Baku = Rp 381,139,192

Tenaga kerja = Rp 109,559,844

Overhead Pabrik = Rp 155,214,444

Total = Rp 645,913,480

4.2.8. Menghitung persentase biaya produksi terhadap total biaya

a. 2015:

1) Biaya bahan baku :

$$\text{Rp } 273,045,434 : \text{Rp } 458,530,500 \times 100\% = 59,54\%$$

2) Biaya Tenaga Kerja :

$$\text{Rp } 49,236,206 : \text{Rp } 458,530,500 \times 100\% = 10,74\%$$

3) Biaya Overhead Pabrik :

$$\text{Rp } 136,248,860 : \text{Rp } 458,530,500 \times 100\% = 29,72\%$$

b. 2016:

1) Biaya bahan baku :

$$\text{Rp } 296,788,515 : \text{Rp } 496,621,414 \times 100\% = 59,76\%$$

2) Biaya Tenaga Kerja:

$$\text{Rp } 50,369,520 : \text{Rp } 496,621,414 \times 100\% = 10,15\%$$

3) Biaya Overhead Pabrik :

$$\text{Rp } 149,463,379 : \text{Rp } 496,621,414 \times 100\% = 30,09\%$$

c. 2017 :

1) Biaya bahan baku :

$$\text{Rp } 322,596,212 : \text{Rp } 545,922,655 \times 100\% = 59,10\%$$

2) Biaya tenaga kerja :

$$\text{Rp } 59,258,259 : \text{Rp } 545,922,655 \times 100\% = 10,85\%$$

3) Biaya Overhead Pabrik :

$$\text{Rp } 164,068,184 : \text{Rp } 545,922,655 \times 100\% = 30,05\%$$

d. 2018 :

1) Biaya bahan baku:

$$\text{Rp } 350,648,057 : \text{Rp } 562,465,155 \times 100\% = 62,34\%$$

2) Biaya Tenaga kerja:

$$\text{Rp } 67,918,259 : \text{Rp } 562,465,155 \times 100\% = 12,07\%$$

3) Biaya Overhead pabrik :

$$\text{Rp } 143,898,839 : \text{Rp } 562,465,155 \times 100\% = 25,58\%$$

e. 2019 :

1) Biaya bahan baku :

$$\text{Rp } 381,139,192 : \text{Rp } 645,913,480 \times 100\% = 59,00\%$$

2) Biaya tenaga kerja :

$$\text{Rp } 109,559,844 : \text{Rp } 645,913,480 \times 100\% = 16,96\%$$

3) Biaya Overhead Pabrik :

$$\text{Rp } 155,214,444 : \text{Rp } 645,913,480 \times 100\% = 24,03\%$$

Tabel 4.6

Komposisi Faktor Biaya Produksi
Terhadap Total Omset Produksi

Faktor Biaya Produksi	2015	2016	2017	2018	2019
Biaya Bahan Baku	59,54%	59,76%	59,10%	62,34%	59,00%
Biaya Tenaga Kerja	10,74%	10,15%	10,85%	12,08%	16,97%
Biaya Overhead Pabrik	29,72%	30,09%	30,05%	25,58%	24,03%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%

Dapat dilihat dari table 4.6. bahwa hasil perhitungan terhadap faktor-faktor biaya produksi dengan total biaya produksinya mengalami perubahan tiap

tahunnya. Hasil dari table di atas memperlihatkan bahwa seberapa banyak persentase dari masing masing faktor biaya produksi terhadap total biaya yang dikeluarkan

Table 4.6. juga menunjukkan bahwa tiap faktor biaya produksi mengalami ketidak tetapan(fluktuasi). Hal tersebut tidak terkecuali peningkatan maupun penurunan yang didasari oleh faktor yang berbeda. Faktor yang dimaksud disini adalah faktor yang berasal dari dalam maupun luar peternakan.



Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		5
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	-.0000001
	Std. Deviation	33561042.01
	Most Extreme Differences	417871
Absolute	Positive	.187
	Negative	-.138
	Test Statistic	.187
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

(Sumber : Data yang diolah SPSS (2020))

Berdasarkan tabel diatas nilai signifikansi $0,200 > 0,05$ berarti nilai residual berdistribusi normal.

Regresi Linear Sederhana

Nilai r		Nilai t		Sig.	Konstanta (a)	Koefisien (b)
r hitung	r^2	t hitung	t tabel			
0,959	0,920	5,878	3,182	0,10	4780	1,600

(Sumber: Data yang diolah SPSS (2020))

Cara menghitung t tabel

$$t = (a/2 : n-k-1)$$

$$t = (0,05/2 : 5-1-1)$$

$$t = (0,25 : 3)$$

$$t = (3,182) - t \text{ tabel ada di bawah}$$

a.) Persamaan Regresi

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa nilai koefisien Biaya Produksi (X) terhadap Omzet (Y) adalah sebesar 1,600 sehingga biaya

produksi memiliki hubungan terhadap omzet sebesar 1,600. Yang artinya jika ada kenaikan biaya produksi sebesar 1 poin maka omzet bertambah sebesar 1,600. Sehingga dapat dibuat persamaan regresi sebagai berikut :

$$\text{Omzet} : 4780 + 1,600 \text{ Biaya Produksi}$$

b.) Determinasi Sederhana (r^2)

Nilai koefisien determinasi sederhana sebesar 0,920. Hasil tersebut mengartikan bahwa variabel omzet dipengaruhi oleh biaya produksi sebesar 0,920.

c.) Uji Signifikan dengan Uji t

t hitung sebesar 5,878 jika dibandingkan dengan t tabel pada tingkat signifikansi 5% yaitu sebesar 3,182, maka nilai t hitung $>$ t tabel. Sehingga menunjukkan bahwa biaya produksi berpengaruh terhadap omzet.

SPSS

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Biaya Produksi ^b		Enter

a. Dependent Variable: Omzet

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.959 ^a	.920	.893	38752953.28 234

a. Predictors: (Constant), Biaya Produksi

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5188635783 5690128.000	1	51886357835 690128.000	34.550	.010 ^b
	Residual	4505374164 309879.000	3	15017913881 03293.000		
	Total	5639173200 0000008.000	4			

a. Dependent Variable: Omzet

b. Predictors: (Constant), Biaya Produksi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	- 478069869.0 04	148555297.8 26		-3.218	.049
	Biaya Produksi	1.600	.272	.959	5.878	.010

a. Dependent Variable: Omzet

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan melalui data-data yang diperoleh dari PT Pattonra, maka dapat di ambil kesimpulan bahwa Komposisi faktor-faktor biaya produksi PT Pattonra, sudah cukup baik dalam artian usaha yang telah dilakukan oleh peternakan ini dalam menekan biaya produksi telah berhasil meingkatkan kembali daya beli masyarakat. Hal ini terbukti dari peningkatan omset penjualan produk peternakan dari tahun ke tahun. Biaya produksi memiliki pengaruh terhadap omset penjualan yang artinya bahwa semakin rendah biaya produksi yang dikeluarkan untuk menekan harga pokok, maka omset penjualan telur semakin meningkat. Demikian pula sebaliknya, jika biaya produksi meningkat (naik) dan mengakibatkan turut meningkatnya harga pokok produk, maka omset penjualan akan mengalami penurunan.

5.2. Saran

6. Bagi Peternakan Pattonra

Pada periode yang akan datang sebaiknya peternakan Pattonra lebih dapat menekan biaya bahan baku dengan mencari alternative-alternative lain agar bahan baku yang didapatkan lebih murah, misalnya dengan menciptakan bahan baku sendiri dan lebih banyak menggunakan kandungan local.

7. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya, terutama bagi mahasiswa Ekonomi Jurusan Akuntansi tentang proses perhitungan Harga Pokok Produksi. Sehingga dapat melakukan penelitian lebih mendalam dan lebih terperinci



DAFTAR PUSTAKA

Ahmad, Firdaus,. dan Abdullah, Wasilah. 2012. “Akuntansi Biaya”. Edisi 3.

Salemba Empat

2012. “Akuntansi Biaya”. Edisi 3. Salemba Empat

Bustami, Bastian dan Nurlela. 2010. Akuntansi Biaya. Edisi 2. Jakarta: Mitra

Wacana Media

Carter William K dan Usry Milton F. 2014. Akuntansi Biaya. Jakarta: Salemba

Empat

Chaniago, 2014. Ekonomi 2. Bandung:Angkasa

Hansen dan Mowen. (2014). Manajemen Biaya : Akuntansi dan Pengendalian,

Salemba Empat : Jakarta, Buku 1.

Mulyadi. 2016. Akuntansi Biaya. Edisi Kelima, Cetakan Sepuluh. Yogyakarta:

Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.

2014. Akuntansi Biaya. Yogyakarta : Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen

YKPN

2015. Akuntansi Biaya, Edisi 5. Yogyakarta : Sekolah Tinggi Ilmu

Manajemen YKPN

Siregar, Baldric, dkk (2014) Akuntansi Biaya, Edisi 2. Jakarta : Salemba Empat

Salman, Kautsar Riza. 2013. Akuntansi Biaya. Edisi 2. Jakarta: Indeks.

Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif,

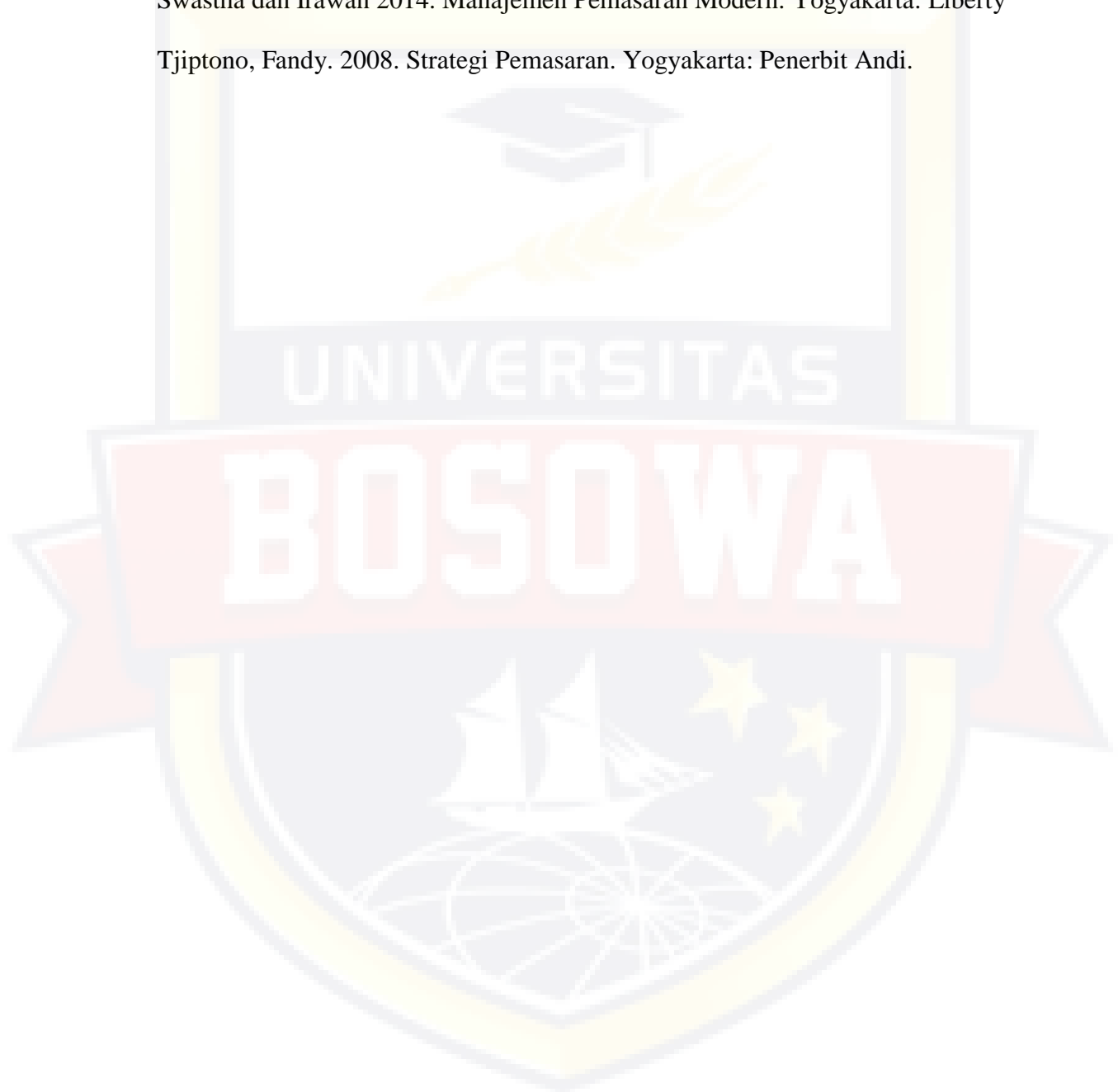
dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Supriyono, R.A. (2015). Akuntansi Biaya. BPFE. Yogyakarta.

Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Swastha dan Irawan 2014. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Liberty

Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Penerbit Andi.



LAMPIRAN

T tabel

Titik Persentase Distribusi t (df = 1 – 40)

df	Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
		0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884	
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92464	22.32712	
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453	
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318	
5	0.72869	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343	
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44891	3.14267	3.70743	5.20763	
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529	
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079	
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681	
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370	
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470	
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963	
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198	
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739	
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283	
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615	
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577	
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048	
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940	
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181	
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715	
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499	
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496	
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678	
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019	
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500	
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103	
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816	