

**ANALISIS HARGA POKOK PENJUALAN
DALAM MENINGKATKAN LABA
PADA IKM ALGAE BANTAENG**

Diajukan Oleh
SUGIANTO
4512012086



SKRIPSI
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS BOSOWA
MAKASSAR
2018**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Harga Pokok Penjualan Dalam
Meningkatkan Laba Pada IKM Algae Bantaeng

Nama Mahasiswa : Sugianto
Stambuk/Nim : 4512012086
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi

Menyetujui:

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr.H.A.Arifuddin Mane, SE.,M.Si.,SH.,MH.

Dr. Ramli Manrapi, SE.,M.Si.

MENGETAHUI DAN MENGESAHKAN:

Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar

Sarjana Ekonomi pada Universitas Bosowa Makassar

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Program Studi

Universitas Bosowa

Manajemen

Dr.H.A.Arifuddin Mane, SE.,M.Si.,SH.,MH.

Indrayani Nur, S.Pd.,SE.,M.Si.

Tanggal Pengesahan :

Pernyataan Keaslian Skripsi

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama :Sugianto

Nim :4512 012 086

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar – benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambil alihan atau pemikiran orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat di buktikan bahwa sebagai atau keseluruhan skripsi ini merupakan hasil karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggung jawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi yang seberat-beratnya atas perbuatan tidak terpuji tersebut.

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

Makassar, Januari 2018
Yang membuat pernyataan

Sugianto

Abstrak

Januari 2018. **Sugianto**, NIM: 4512012086 Dengan judul skripsi “Analisis Harga Pokok Penjualan Dalam Meningkatkan Laba Pada IKM Algae Bantaeng” (dibimbing oleh Dr.H.A.Arifuddin Mane,SE.,M.Si.SH.MH. sebagai pembimbing I dan Dr.RamliManrapi,SE.,M.Si sebagai pembimbing II).

Rumusan masalahnya adalah: “Apakah Penentuan Harga Pokok Penjualan Pada IKM Algae Bantaeng mampu meningkatkan Laba operasional?” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Penentuan Harga Pokok Penjualan dan Apakah mampu meningkatkan Laba di IKM Algae Bantaeng dengan menggunakan metode Analisis Deskriptif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perhitungan Harga Pokok Penjualan dari tahun 2015 sampai dengan 2017 dapat diketahui Laba yang diperoleh belumlah optimal karena target penjualan yang ditetapkan setiap tahunnya belum tercapai. Penurunan laba yang terjadi disebabkan menurunnya penjualan resep kredit serta biaya operasional yang tidak mengalami perbedaan yang cukup berarti.

Kata kunci : Harga Pokok Penjualan, Laba



BOSOWA

Abstract

January 2018. Sugianto, NIM: 4512012086 With thesis title "Analysis of Cost of Sales In Volume Increase Sales At IKM Algae Bantaeng "(guided by Dr.H.A.Arifuddin Mane, SE., M.Si.SH.MH, as a supervisor I and Dr.Ramli Manrapi, SE, .M.Si as mentors II).

with the formulation of the problem is : " Is the Price Determination of Sales At IKM Algae Bantaeng Has able to improve Income ? "This study aims to determine the Price Determination of Sales and Profits What is optimal at IKM Algae Bantaeng using Descriptive Analysis.

The results showed that the calculation of cost of goods sold from 2015 through 2017 can be seen Profits not yet optimal because the sales targets set each year has not been reached.

Profit decline that occurs due to declining prescription sales of credit and operational costs which did not experience significant differences.

Keywords : Cost of Sales , Earnings



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Kuasa berkat rahmat dan kasih karunia_Nya sehingga penulis dapat membuat skripsi ini dalam rangkaian penyelesaian masa study pada UNIVERSITAS BOSOWA Makassar.

Penulis menyadari masih terdapat kekurangan dalam skripsi ini, sebagai manusia biasa yang tak luput dari salah dan kekurangan, tapi tetap penulis berharap agar skripsi ini dapat memenuhi syarat sebagai yang tersebut diatas.

Tak lupa penulis menghanturkan banyak terima kasih kepada dosen dosen pembina pada UNIVERSITAS BOSOWA Makassar yang telah bersusah payah membina dan mengkader penulis selama ini, yang sangat berguna untuk masa depan penulis selama ini, juga banyak terima kasih kepada orang tua saya tercinta IBU dan AYAH yang selalu berdoa dan selalu memberi semangat, motivasi dan dorongan sehingga penulis dapat untuk menyelesaikan ilmu yang selama ini saya geluti.

Dalam kesempatan ini dengan kerendahan hati, penulis menghanturkan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya dan penghargaan yang setinggi-tingginya Kepada :

1. Bapak Rektor Universitas Bosowa Makassar Prof. DR.M. Saleh Pallu, M.Eng
Selaku pimpinan Universitas Bosowa Makassar

2. Bapak Dr.H.A. Arifuddin Mane SE.,SH.,M.Si.,MH selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan merangkap sebagai pembimbing I Universitas Bosowa Makassar.
3. Ibu Dr. Hj. Hernimawaty A.,SE.,M.Si Selaku Wakil Dekan I Fakultas Eonomi Universitas Bosowa Makassar
4. Ibu Indrayani Nur,S.Pd.,MSi selaku ketua program studi Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Bosowa Makassar.
5. Bapak Dr.Ramli Manrapi S.E,M.si selaku pembimbing II penulis yang telah memberikan motivasi bimbingan, petunjuk, arahan dan semaqngat untuk bisa menyelesaikan skripsi ini.
6. IKM Algae Bantaeng, terimah kasih telah memberikan izin tempat untuk meneliti, meluangkan waktu dan memberikan data-data yang di butuhkan penulis sehingga skripsi ini bisa terselesaikan.
7. Teristimewa dan terima kasih yang tak terhingga untuk adik saya Kelvin adianto, Selviani, Bapak andara dan Mama andara, Ma'nek, Rosita dan semua Keluarga Besar yang memberikan selalu motivasi dan dukungan serta doanya selama penulis menempuh pendidikan.
8. Buat sahabat sekaligus saudara dan keluarga kecil saya Abnar Wijaya, Yerik Pamra, Edwin aldrin, Indra pratama, Wardyan,Wirdan, Putra, Philipus reskhito, Gunawan pagilingan, Natalia, Fatwa dan semua keluarga besar SMANSA MAMASA yang memberi motivasi sehingga dapat menyelesaikan skripsi penulis.
9. Buat bu bos Erna Marcia yang selalu mendorong dan memotivasi saya untuk menyelesaikan skripsi ini.

10. Buat keluarga Besar KPPMB Makassar dan saudara saudara saya di MAPALA REINKARNASI SULBAR terkhusus angkatan VII yang telah mendukung dan memberi dorongan,motivasi dan pelajaran berharga selama menempuh pendidikan.
11. Buat sahabat Yusuf ,Elce Rambulangi dan Ulfa gani serta teman teman saya Manajemen Angkatan 2012 (Muh.Fajar sapa, Riki, Batman, Fiank, Nursanti) terimah kasih atas bantuan, semangat dan kebersamaannya selama menempuh pendidikan.

Penulis menyadari karya ini masih jauh kesempurnaan, maka penulis berharap kritik,saran beserta masukanya dari pihak-pihak lain untuk memperbaiki, membangun dan menjadikan skripsi ini agar sekiranya bisa jauh lebih baik lagi.

Semoga semua pihak yang telah memberi dorongan moral, moril dan bantuanya selama pengerjaan skripsi ini, senantiasa diberkati oleh Tuhan Yang Maha Kuasa dan harapan penulis dapat menjadikan ilmu yang selama ini di dapati berguna dengan baik. **Aminn**

Makassar, Februari 2018

Penulis

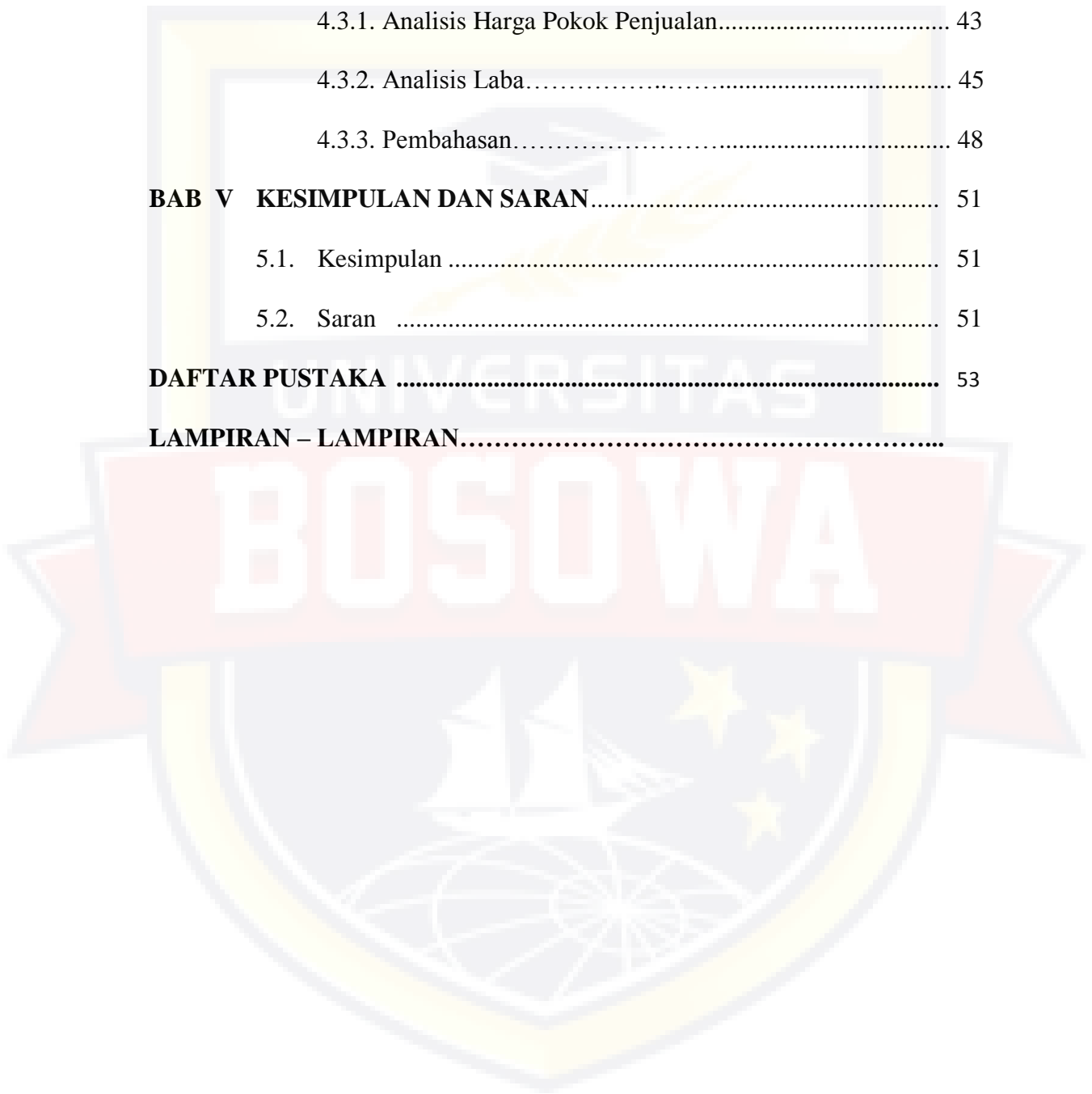
DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Manfaat Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1. Kerangka Teori.....	5
2.1.1. Pengertian Manajemen keuangan.....	5
2.1.2. Fungsi Manajemen Keuangan.....	6
2.1.3. Tujuan Manajemen Keuangan	8
2.1.4. Prinsip Manajemen Keuangan.....	9
2.1.5. Konsep Manajemen Keuangan	11

2.1.6. Pengertian Harga.....	12
2.1.7. Pengertian Harga Pokok Penjualan	15
2.1.8. Tujuan Menentukan Harga Jual	15
2.1.9. Elemen Harga Pokok Penjualan	18
2.1.10. Pengertian Laba.....	22
2.1.11. Hubungan Harga Pokok Penjualan Dengan Laba	23
2.1.12. Jenis Laba dan Faktor yang Mempengaruhi Laba	25
2.1.13. Konsep Laba Optimal.....	26
2.2. Kerangka Pikir.....	28
2.3. Hipotesis	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
3.1. Daerah dan Waktu Penelitian	29
3.2. Metode Pengumpulan Data	29
3.3. Jenis Data dan Sumber Data.....	29
3.4. Metode Analisis.....	30
3.5. Definisi Operasional.....	31
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	33
4.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	33
4.1.1. Sejarah Alga'e Bantaeng.....	33
4.1.2. Visi dan Misi	36
4.1.3. Struktur Organisasi.....	38
4.2. Deskripsi Data.....	41
4.2.1. Deskripsi Data harga pokok penjualan.....	41

4.2.2. Laporan Laba Rugi.....	42
4.3. Analisis Data	43
4.3.1. Analisis Harga Pokok Penjualan.....	43
4.3.2. Analisis Laba.....	45
4.3.3. Pembahasan.....	48
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	51
5.1. Kesimpulan	51
5.2. Saran	51
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN – LAMPIRAN.....



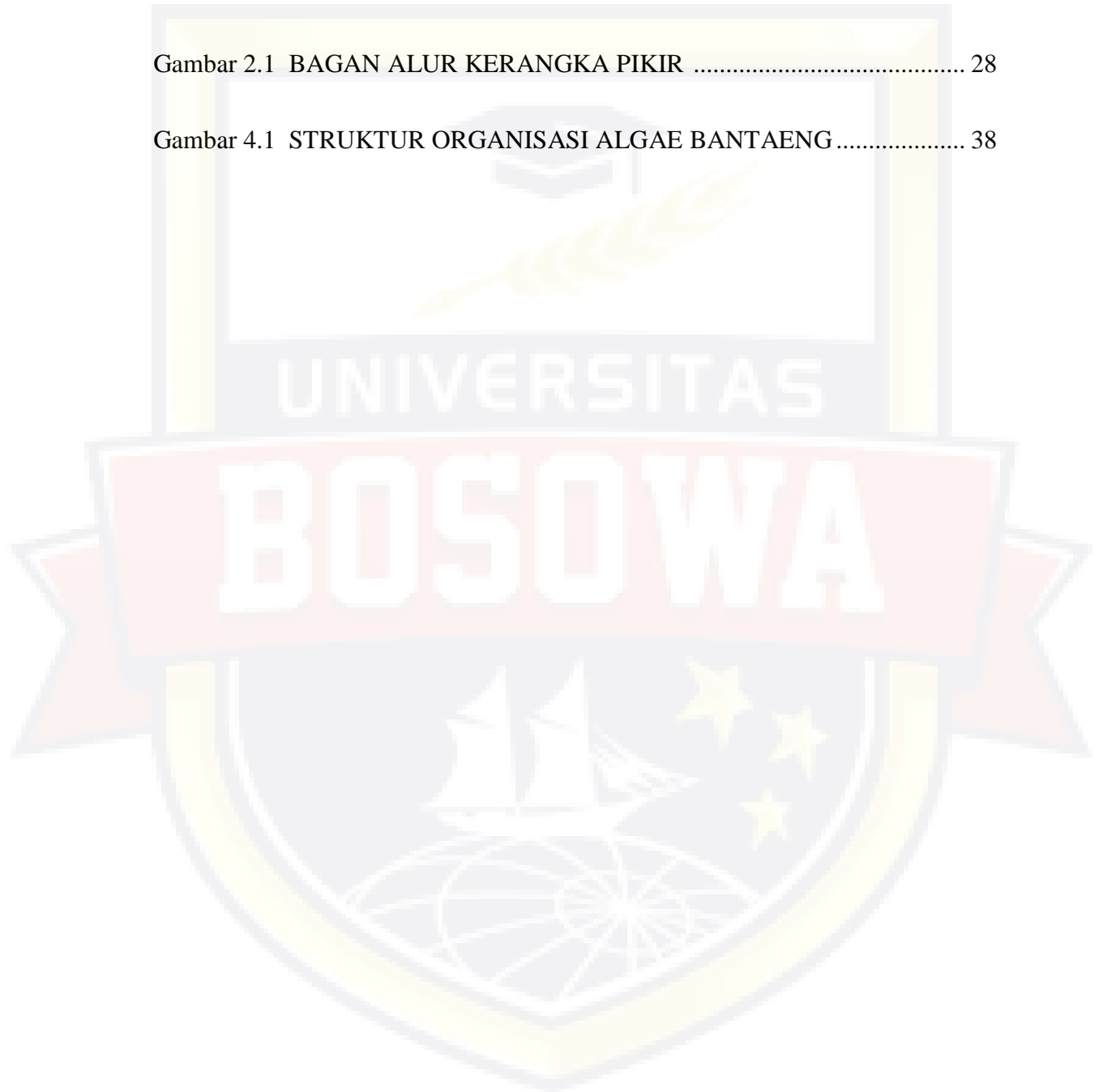
DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
Tabel 4.1	PERSEDIAAN DAN PEMBELIAN ALGAE BANTAENG.....	42
Tabel 4.2	LABA RUGI IKM ALGAE BANTAENG	43
Tabel 4.3	HARGA POKOK PENJUALAN DAN LABA BERSIH.....	47
Tabel 4.4	PENJUALAN DAN BIAYA OPERASIONAL.....	48
Tabel 4.5	TARGET DAN REALISASI PENJUALAN.....	50



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2.1 BAGAN ALUR KERANGKA PIKIR	28
Gambar 4.1 STRUKTUR ORGANISASI ALGAE BANTAENG	38



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

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

Penetapan harga jual adalah salah satu yang berperan besar dalam menentukan keberhasilan bisnis, terutama perusahaan yang bergerak dibidang penjualan barang dan produk. Perusahaan dalam melakukan penentuan dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satu yang paling banyak dipakai adalah dengan menambahkan persentase tertentu dari biaya pada semua barang dalam produk. Dalam strategi penentuan harga jual, pengelola usaha harus membuat tujuan penetapannya terlebih dahulu.

Tujuan penetapan harga jual yang tepat adalah untuk meningkatkan penjualan, memperbaiki dan mempertahankan *market share*, memperhatikan permintaan, mengusahakan mengembalikan investasi dengan pencapaian laba secara maksimal dan menentukan laba-rugi periodik (*income determination*), yaitu

melalui proses mempertemukan harga pokok barang dijual dengan hasil penjualan dalam satu periode akuntansi. Perusahaan ingin menetapkan harga jual yang dapat menutupi sebuah biaya untuk produksi, distribusi, penjualan produk dan memberikan laba yang wajar bagi usaha dan risikonya.

Perusahaan sering dihadapkan pada berbagai risiko yang bersumber pada penetapan harga jual. Karena dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam mempertahankan kelangsungan kegiatannya. Bahkan perusahaan harus mengupayakan harga jual yang mampu menghasilkan laba dan daya saing yang wajar. Harga jual yang baik menggambarkan antisipasi perusahaan terhadap usaha untuk mempertinggi keuntungan yang diperoleh perusahaan.

Dalam hal ini, ada beberapa faktor yang dipertimbangkan dalam penetapan harga jual, yaitu:

- a) Berapa besar keuntungan yang diharapkan
- b) Stabilitas penjualan
- c) Stabilitas keuntungan, dan
- d) Berapa besar risiko kebangkrutan yang dihadapi.

Selain itu, banyak faktor yang mempengaruhi penetapan harga jual, diantaranya biaya penjualan dan laba perusahaan.

Kendala yang dihadapi dalam penetapan harga jual hingga tingkat yang optimal adalah persoalan ketersediaan sumber dana dan biaya dari dana yang bersangkutan. Serta persoalan kenaikan harga bahan pokok itu sendiri. Memperhitungkan harga jual harus disertai dengan perhitungan harga pokok penjualan yang tepat agar tidak mengalami kerugian.

Dalam situasi kenaikan harga bahan baku dan penolongnya, maka strategi hargalah yang dilakukan agar usaha bisa terus berjalan. Meskipun laba yang diperoleh perusahaan besar maupun kecil tergantung pada bagaimana perusahaan dapat mengendalikan proses dan luas produksinya serta menentukan harga jualnya.

Perhitungan harga pokok penjualan sangatlah penting bagi perusahaan, karena perhitungan harga pokok penjualan yang terlalu tinggi akan menyebabkan harga jual yang tinggi pula, sehingga tidak akan terjangkau oleh daya beli konsumen atau setidaknya tidaknya akan mengurangi permintaan akan barang atau jasa.

Penurunan permintaan barang atau jasa dari konsumen bila tidak diimbangi oleh kemampuan dari bagian pemasaran untuk mencari pelanggan baru akan mengakibatkan produksi dan laba perusahaan menurun karena harga pokok penjualan meningkat akibat dari biaya tetap.

IKM Algae Bantaeng adalah merupakan sebuah lembaga usaha yang berkomitmen untuk mengembangkan produk diversifikasi olahan hasil perikanan bergerak dibidang penjualan kerupuk rumput laut. Dalam upaya peningkatan laba IKM Algae Bantaeng cenderung mengalami kendala seperti ketersediaan barang dagangan sehingga mengakibatkan meningkatnya harga pokok penjualan.

Kenaikan harga pokok penjualan inilah yang menjadi pemicu terhadap penurunan laba yang diperoleh IKM Algae Bantaeng. Dengan demikian, penelitian ini dilakukan dengan judul “Analisis Harga Pokok Penjualan Pada Laba

Di IKM Algae Bantaeng”. Hal tersebut dilakukan dengan pertimbangan bahwa penetapan harga jual merupakan masalah penting bagi setiap perusahaan dagang, karena baik buruknya akan mempengaruhi langsung terhadap laba yang dicapai perusahaan.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka rumusan masalah adalah “Apakah Penentuan Harga Pokok Penjualan Pada IKM Algae Bantaeng mampu meningkatkan Laba Operasional?”.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui penentuan harga pokok penjualan di IKM Algae Bantaeng.
2. Untuk mengetahui apakah penentuan harga pokok penjualan dapat meningkatkan laba operasional pada IKM Algae Bantaeng.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi perusahaan, hasil penelitian dapat dipakai sebagai bahan perbandingan terhadap analisis penentuan harga pokok penjualan pada Laba sebagai tambahan informasi dalam memperbaiki kebijakan dan memperbaiki keputusan mengenai penetapan harga pokok penjualan.
2. Bagi pihak lain, dapat menjadi sumber informasi bagi pembaca yang ingin mempelajari dan meneliti lebih jauh mengenai harga pokok penjualan

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kerangka Teori

2.1.1. Pengertian Manajemen Keuangan

Manajemen Keuangan merupakan salah satu bagian utama dari ilmu manajemen. Pengertian Manajemen Keuangan adalah semua aktivitas entitas bisnis (organisasi) dalam kerangka penggunaan serta pengalokasian dana entitas bisnis (perusahaan) dengan efisien. pengertian ini mengalami berbagai perkembangan berawal dari pengertian yang hanya sekedar mengutamakan kegiatan mendapatkan / memperoleh dana saja hingga mencakup kegiatan mendapatkan, penggunaan dana hingga pengelolaan atas aset (aktiva).

George R Terry (2012:407) Menyebutkan ada empat aktivitas yang sering kali dikenal dengan POAC yang berakronim *Planning - Organizing - Actuating - dan Controlling*.

Ada beberapa ahli yang memberikan pendapatnya mengenai Pengertian Manajemen Keuangan:

- a) James Van Horne, menyatakan semua kegiatan atau aktivitas yang berhubungan langsung dengan perolehan, pendanaan serta pengelolaan aset (aktiva) dengan tujuan yang menyeluruh.
- b) Suad Husnan, berpendapat bahwa Manajemen keuangan adalah manajemen terhadap semua fungsi keuangan
- c) Bambang Riyanto, mendefinisikan Semua aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan yang berhubungan dengan upaya memperoleh dana yang

dibutuhkan dengan biaya yang seminimal mungkin dan syarat yang menguntungkan serta upaya untuk mempergunakan dana yang diperoleh tersebut secara efisien dan efektif.

- d) Liefman menyatakan Definisi manajemen keuangan adalah upaya penyediaan uang dan mempergunakan dana tersebut untuk mendapatkan aset (aktiva).

Seperti yang disebut diawal tadi, dengan melihat beberapa pengertian diatas, pengertian manajemen keuangan secara sederhana adalah suatu proses dalam aktivitas keuangan perusahaan, dimulai dari cara memperoleh dana dan mempergunakannya. Penggunaannya harus tepat sasaran, efisien, dan efektif supaya tujuan keuangan perusahaan yang sudah ditetapkan dalam perencanaan bisa terwujud.

2.1.2. Fungsi Manajemen Keuangan

- a) *Investment Decision* (Keputusan Investasi)

Investasi berarti penanaman modal pada aset riil ataupun aset finansial (surat berharga), keputusan investasi ini adalah suatu keputusan terhadap aset apa yang nantinya akan dikelola entitas/perusahaan. keputusan ini yang strategis ini akan berpegaruh secara langsung terhadap besar kecilnya rentabilitas investasi serta aliran dana perusahaan pada masa mendatang.

- b) *Financing Decision* (Fungsi Pendanaan)

Keputusan mengenai pendanaan ialah dengan mempelajari berbagai sumber dana perusahaan, dalam laporan keuangan berada dalam sisi

pasiva. keputusan ini harus memperhatikan sumber dana dengan biaya seminimal mungkin dan juga syarat yang bisa menguntungkan baik itu berasal dari internal perusahaan maupun sumber dana yang berasal dari luar perusahaan (eksternal).

c) *Deviden Decision* (Keputusan Deviden)

Dalam fungsi ini, keputusan biasanya menyangkut hal hal seperti:

1. Besaran prosentase laba yang akan dibagikan kepada pemilik dalam bentuk kas.
2. tingkat stabilitas deviden yang akan dibagikan oleh manajemen.
3. *stock dividend*, (dividen saham)
4. *stock split* (pemecahan saham)
5. Penarikan saham yang telah beredar.

Sebagai tambahan berikut saya berikan hal hal sedikit mendetail yang dilakukan oleh manajemen keuangan:

- a. Perencanaan atas Keuangan, manajemen keuangan menyusun rencana pemasukan serta pengeluaran dana dan juga aktivitas yang lain pada periode tertentu.
- b. Melakukan Penganggaran keuangan perusahaan, ini adalah tindak lanjut atas perencanaan keuangan dengan menyusun lebih detail lagi semua pengeluaran dan pemasukan perusahaan
- c. Pengelolaan Keuangan perusahaan, dalam hal ini, manajemen keuangan mempergunakan dana yang ada dalam perusahaan untuk memaksimalkannya dengan berbagai cara yang bisa ditempuh.

- d. Pencarian sumber dana, manajemen keuangan berusaha mencari sumber dana perusahaan yang akan digunakan kegiatan operasional perusahaan
- e. Penyimpanan Keuangan, manajemen keuangan menyimpan untuk mengamankan dana perusahaan yang telah dikumpulkan.
- f. Pengendalian atas keuangan, manajemen keuangan mengevaluasi dan memperbaiki suatu sistem keuangan yang ada dalam perusahaan yang dirasa belum mumpuni.
- g. Melakukan pemeriksaan keuangan, internal audit atas laporan keuangan perusahaan dilakukan oleh manajemen keuangan untuk memastikan tidak adanya penyimpangan yang merugikan terjadi
- h. Pelaporan keuangan perusahaan, manajemen keuangan menyediakan informasi keuangan tentang kondisi kekinian keuangan perusahaan yang bisa dijadikan bahan evaluasi nantinya.

Fungsi Manajemen keuangan lainnya jika dikaitkan dengan beberapa hal diatas:

- a. Pengawasan terhadap biaya
- b. Penetapan atas kebijakan harga
- c. Peramalan laba dimasa mendatang
- d. pengukuran atau peninjauan biaya untuk modal kerja

2.1.3. Tujuan Manajemen Keuangan

Manajemen Keuangan bertujuan memaksimalkan nilai dari perusahaan. manajemen harus bisa menekan perputaran uang yang bisa menghindarkan dari aktivitas yang tidak diinginkan. perlu diingat, tujuan utama dari suatu perusahaan

adalah untuk memaksimalkan atau menambah kesejahteraan para pemilik perusahaan. Saham yang beredar adalah bukti kepemilikan, kesejahteraan para pemilik direfleksikan dari harga pasar perusahaan itu, harga perusahaan tersebut adalah buah dari keputusan manajemen mengenai keputusan untuk investasi, keputusan dalam pendanaan serta aktivitasnya dalam mengelola aktiva, keputusan keputusan tersebut akan berdampak pada harga saham para pemilik perusahaan.

2.1.4. Prinsip Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan tidak hanya sekedar pencatatan akuntansi saja. Manajemen keuangan adalah bagian yang penting dan tidak bisa dianggap sebagai suatu kegiatan tersendiri yang menjadi bagian dari pekerjaan orang-orang keuangan.

Manajemen Keuangan dalam prakteknya merupakan aktivitas yang dilakukan dan muncul dalam rangka untuk menyetabilkan keuangan perusahaan atau organisasi. Maka dari itu, dalam membuat sebuah sistem manajemen keuangan, kita membutuhkan prinsip-prinsip ini yang menjadi dasarnya, diantaranya:

a) *Consistency* (Konsistensi)

dalam prinsip konsistensi ini, suatu sistem serta kebijakan keuangan perusahaan haruslah konsisten, tidak berubah dari periode ke periode, namun perlu diingat bahwa sistem keuangan bukan berarti tidak boleh dilakukan penyesuaian bila ada suatu perubahan yang signifikan didalam perusahaan. Pendekatan keuangan yang tidak konsisten bisa

menjadi tanda bahwa ada manipulasi pada pengelolaan keuangan perusahaan.

b) *Accountability* (Akuntabilitas)

Prinsip ini adalah suatu kewajiban hukum ataupun moral, yang melekat kepada individu, kelompok ataupun perusahaan untuk memberi penjelasan bagaimana dana ataupun kewenangan yang telah diberikan kepada pihak ke-3 dipergunakan. pihak pihak harus bisa memberi penjelasan tentang penggunaan sumber daya dan apa saja yang sudah dicapai sebagai suatu bentuk pertanggung-jawaban kepada pihak pihak yang berkepentingan, agar semua tahu bagaimana kewenangan dan dana yang dimiliki itu dipergunakan.

c) *Transparancy* (Transparansi)

manajemen harusnya terbuka terhadap pekerjaannya, memberikan informasi tentang rencana dan segala aktivitas kepada yang berkepentingan, termasuk memberikan laporan keuangan yang wajar, lengkap, tepat waktu dan akurat yang bisa diakses dengan mudah oleh yang berkepentingan, apabila tidak transparan, maka ini bisa mengindikasikan manajemen telah menyembunyikan sesuatu.

d) *Viability* (Kelangsungan Hidup)

Supaya kesehatan keuangan perusahaan terjaga, semua pengeluaran operasional ataupun ditingkat yang strategis harus disesuaikan dengan dana yang ada. kelangsungan hidup, identitas merupakan ukuran suatu tingkat keamanan serta keberlanjutan keuangan perusahaan. manajemen

keuangan harus menyusun rencana keuangan dimana menunjukkan bagaimana suatu perusahaan bisa menjalankan rencana strategisnya guna memenuhi kebutuhan keuangan.

e) *Integrity* (Integritas)

Setiap individu harus memiliki tingkat integritas yang mumpuni dalam menjalankan kegiatan operasional. selain itu catatan dan laporan keuangan harus terjaga integritasnya dengan kelengkapan dan tingkat keakuratan suatu pencatatan keuangan

f) *Stewardship* (Pengelolaan)

Manajemen keuangan harus bisa mengelola dengan memumpuni dana yang sudah didapat dan memberikan jaminan bahwa dana yang diperoleh tersebut akan digunakan untuk merealisasikan tujuan yang sudah ditetapkan. dalam prakteknya, manajemen bisa melakukan bisa berhati hati dalam membuat perencanaan strategis, mengidentifikasi resiko keuangan yang ada serta menyusun dan membuat sistem pengendalian keuangan yang sesuai.

g) *Accounting Standards* (Standar Akuntansi)

Sistem akuntansi keuangan yang dipakai harus sesuai dengan prinsip-prinsip dan standar aturan akuntansi yang berlaku agar laporan keuangan yang dihasilkan bisa dengan mudah dipahami dan dimengerti oleh semua pihak pihak yang berkepentingan.

2.1.5. Konsep Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan adalah manajemen mengenai fungsi keuangan, dan fungsi manajemen keuangan merupakan bagaimana mempergunakan serta menempatkan dana yang ada. fungsi fungsi yang ada dalam perusahaan harusnya dilaksanakan dengan baik mengingat fungsi fungsi yang ada saling berkaitan satu sama lain.

Seperti telah dibahas diatas, Manajemen keuangan memiliki tiga kegiatan yang utama yaitu:

- a) Perolehan Dana, merupakan aktivitas yang bertujuan untuk memperoleh sumber dana, entah itu berasal dari internal perusahaan atau pun bersumber dari eksternal perusahaan.
- b) Penggunaan Dana, suatu aktivitas menggunakan atau menginvestasikan dana yang ada pada berbagai bentuk aset
- c) Pengelolaan Aset (Aktiva), aktivitas ini adalah kegiatan yang dilakukan setelah dana telah didapat dan telah diinvestasikan atau dialokasikan kedalam bentuk aset (aktiva), dana harus dikelola secara efektif dan efisien.

Jadi, dengan aktivitas aktivitas diatas tersebut, dengan kata lain fungsi pengambilan keputusan manajemen keuangan adalah keputusan mengenai pendanaan, investasi dan manajemen aset (aktiva).

2.1.6. Pengertian Harga

Harga memegang peranan penting dalam pemasaran baik itu bagi penjual maupun pembeli. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang seringkali dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi konsumen dalam

melakukan pembelian dan tidak boleh dikesampingkan oleh perusahaan. Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2010: 345) mengatakan harga sebagai sejumlah uang yang ditagih atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Menurut Basu Swasta (2014: 185) Penetapan suatu tingkat harga bagi konsumen pada dasarnya merupakan gagasan yang didorong oleh perkembangan perdagangan dan umumnya disebabkan oleh jenis produk atau jasa. Harga sering menjadi faktor penentu dalam pembelian dan tidak menutup kemungkinan faktor-faktor lain juga dapat menjadi faktor penentuan dalam pembelian. Menurut (Djaslim Saladin, 2011:95).

Mendefinisikan harga sebagai sejumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi barang beserta pelayanannya. Dari definisi diatas dapat diketahui bahwa harga yang dibayar oleh pembeli sudah termasuk layanan penjualan. Banyak perusahaan mengadakan pendekatan terhadap penentuan harga berdasarkan tujuan yang hendak dicapainya. Adapun tujuan tersebut dapat berupa meningkatkan penjualan.

Mempertahankan market share, mempertahankan stabilitas harga dan mencapai laba maksimum. Pada tingkat yang lebih spesifik lagi, perusahaan dapat menetapkan harga untuk menarik pelanggan baru atau secara menguntungkan mempertahankan pelanggan yang sudah ada.

Perusahaan dapat menetapkan harga rendah untuk mencegah persaingan masuk ke dalam pasar, atau menetapkan harga setingkat dengan pesaing untuk menstabilkan pasar. Perusahaan dapat menetapkan harga untuk menjaga loyalitas

dan dukungan para penyalurnya atau untuk menghindari intervensi dari pemerintah. Harga dapat diturunkan sementara untuk menciptakan ketertarikan pada suatu merek. Produk dapat ditetapkan harganya untuk menolong penjualan produk lain dalam lini perusahaan, sehingga penetapan harga dapat memainkan peran penting dalam mencapai tujuan perusahaan pada banyak tingkatan.

Harga merupakan salah satu bagian dari bauran pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya. Keputusan harga harus dikoordinasikan dengan desain produk, distribusi, dan keputusan promosi untuk membentuk suatu program pemasaran terpadu yang konsisten dan efektif. Keputusan yang diambil untuk variabel bauran pemasaran lainnya dapat mempengaruhi keputusan penetapan harga. Perusahaan sering kali mempromosikan produknya terhadap harga dan kemudian menyesuaikan keputusan bauran pemasaran lain kepada harga yang hendak perusahaan kenalkan. Harga merupakan faktor penting penentu posisi produk yang mendefinisikan pasar, persaingan dan desain produk.

Perusahaan harus mendukung strategi *positioning* berdasarkan harga dengan teknik yang disebut perhitungan biaya sasaran (*target costing*), senjata strategis yang mematikan. Proses ini dimulai dengan harga dasar yang ideal berdasarkan pertimbangan nilai pelanggan dan kemudian menargetkan biaya yang akan memastikan harga tersebut akan tercapai.

Kebijakan harga memegang peran penting dalam proses penjualan, sehingga dapat disimpulkan bahwa kebijakan harga yang ditetapkan oleh perusahaan, biasanya kebijakan harga tersebut berlaku untuk sementara waktu

saja selama masa menguntungkan bagi sebuah industry, oleh karena itu perusahaan harus mengikuti perkembangan harga dan situasi pasar. Unsur harga tersebut dalam waktu tertentu dirubah atau tidak.

Penetapan kebijakan harga dilakukan dalam batas waktu tertentu selama keadaan menguntungkan, maka kebijakan harga tersebut ditinjau kembali apabila situasi dan kondisi perusahaan mengalami perubahan, sehingga tidak mungkin lagi untuk dipertahankan agar produsen maupun konsumen tidak saling dirugikan.

2.1.7. Pengertian Harga Pokok Penjualan

Harga pokok penjualan adalah harga barang yang dijual. Penentuan harga pokok penjualan pada perusahaan industri, pada umumnya pada persediaan awal produk jadi ditambah dengan jumlah harga produksi (harga pokok produk) dan dikurangi dengan persediaan akhir produk, jadi pengertian mengenai harga pokok penjualan ini, berdasarkan prinsip akuntansi Indonesia menjelaskan bahwa saldo awal dari persediaan ditambah harga pokok barang-barang yang dibeli untuk dijual dikurangi jumlah persediaan akhir adalah harga pokok barang yang harus dibandingkan pendapatan untuk masa yang bersangkutan, untuk perusahaan industri dalam harga pokok penjualan termasuk semua upah baru langsung dan biaya bahan-bahan ditambah seluruh biaya pabrik (produksi) tak langsung dikoreksi dengan jumlah-jumlah saldo awal dan akhir persediaan.

Dari pengertian tersebut di atas, jelas menunjukkan harga pokok penjualan mencakup semua biaya bersifat langsung atau tidak langsung sampai barang tersebut siap untuk dijual.

2.1.8. Tujuan Penentuan Harga Jual

Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat perusahaan harus dapat menentukan suatu harga jual yang optimal, hal ini dimaksudkan agar perusahaan dapat mempunyai daya saing yang baik dengan perusahaan yang sejenis adapun tujuan bagi penetapan harga setiap produk adalah:

- a. Untuk mendapatkan laba yang maksimal.
- b. Untuk mendapatkan pengembalian investasi yang di targetkan atau pengembalian pada penjualan bersih.
- c. Mencegah atau merungsi persaingan
- d. Mempertahankan atau memperbaiki *Market share*

Untuk lebih jelasnya, tiap tujuan penetapan harga jual tersebut diatas penulis akan menjelaskan secara singkat sebagai berikut:

Ada beberapa faktor yang perlu diperhatikan atau di pertimbangkan oleh perusahaan dalam penentuan harga jual. Adapun faktor faktor yang dimaksud adalah:

- a. Penelitian subyektif oleh konsumen atau barang- barang, jasa- jasa yang dijual.
- b. Harga pokok penjualan dari barang atau jasa.
- c. Strategi harga oleh perusahaansaingan.
- d. Kebijakan pemerintah.

Ada empat penentuan harga jual menurut Sunarto (2002:134) yaitu, sebagai berikut:

- a. Penentuan harga jual dalam keadaan normal.

- b. Penentuan harga jual dalam *Cost plus pricing*.
- c. Penentuan harga jual perunit.
- d. Penentuan harga jual waktu dan bahan.

Dalam jangka panjang, semua biaya-biaya yang telah dikeluarkan oleh perusahaan harus dapat menutup oleh harga jual yang ditetapkan karena apabila tidak perusahaan akan mengalami kerugian. Sedangkan, untuk jangka pendek, harga jual minimum tidak dapat lebih rendah dari biaya variabel yang dikeluarkan.

Kemampuan bersaing yang dimiliki perusahaan tentunya sangat menunjang terhadap kelanggengan dari operasi perusahaan.

Selain itu apabila dikaitkan dengan tujuan perusahaan ada pendekatan terhadap penentuan harga jual berdasarkan tujuan yang hendak dicapai yaitu:

1. Tujuan Jangka panjang

Merupakan hasil yang akan dicapai selama periode sekitar tiga tahun lebih baik yang biasanya diarahkan pada hal-hal sebagai berikut:

- a. Tingkat keuntungan
- b. Penguasaan pasar
- c. Produktifitas
- d. Keuntungan teknologi

2. Tujuan Jangka Pendek

Merupakan hasil yang ingin dicapai dalam jangka sekitar satu tahun biasanya disebut dengan sasaran. Sasaran ini pada dasarnya lebih spesifik dari tujuan karena akan direfleksikan dalam perencanaan semua fungsi dan

devisi perusahaan, keuangan, pemasaran, produksi riset dan pengembangan harus dapat bekerja sama untuk mendapatkan tujuan.jangka pendek perusahaan.

Harga pokok suatu produk ditetapkan berdasarkan perhitungan semua biaya yang dikeluarkan hingga produk itu dapat di pakai atau siap untuk dijual.

Tujuan lain dari penetapan harga adalah:

- a. Penentuan dasar bagi harga penawaran
- b. Sebagai dasar dalam menentukan hasil perusahaan
- c. Penilaian harga yang berlaku
- d. Alat untuk mengontrol efisiensi perusahaan

2.1.9. Elemen Harga Pokok Penjualan

Struktur dasar harga pokok penjualan terdiri dari tiga elemen besar saja yaitu meliputi, Persediaan (*inventory*), Tenaga kerja Langsung (*Direct Labor Cost*), dan *Overhead Cost*.

a. Persediaan (*inventory*)

Dalam perusahaan dagang, elemen persediaan hanya terdiri dari persediaan barang jadi saja atau yang di kenal *inventory*. Sedangkan perusahaan manufaktur persediaannya terdiri dari persediaan bahan baku (*Raw materials*), persediaan barang dalam proses (*WIP = Work In Process*), persediaan barang jadi (*inventory*). Elemen Persediaan yang dimaksudkan dalam hal ini adalah besarnya persediaan terjual maka perlu mengetahui unsur-unsur persediaan antara lain:

1. Persediaan Awal

Persediaan awal merupakan persediaan yang tersedia pada awal suatu periode atau tahun buku berjalan. Saldo persediaan awal perusahaan terdapat pada neraca saldo periode berjalan atau pada neraca awal perusahaan atau laporan neraca tahunan sebelumnya. Artinya persediaan tersebut telah ada sebelum aktivitas periode ini dimulai.

2. Pembelian

Pembelian yang dimaksudkan adalah *cost* yang terjadi, sehingga besarnya nilai pembelian yang diakui hanya sebesar *cost* yang timbul saja, diwujudkan dengan pengeluaran kas atau pengakuan utang dagang. Sehingga nilai pembelian yang diakui adalah sebesar nilai bersihnya (*net purchase*) saja. Hal ini perlu ditegaskan karena dalam praktek bisnis, seringkali perusahaan sebagai pembeli, baik itu pembelian barang jadi (untuk perusahaan dagang) maupun pembelian bahan baku (perusahaan manufaktur) memperoleh potongan harga (*discount*), bisa juga terjadi pengembalian barang kepada pihak penjual (*return*). Artinya Untuk memperoleh pembelian bersih (*net purchase*), perusahaan dalam melakukan pembelian baik secara tunai maupun secara kredit, ditambah dengan biaya angkut pembelian serta dikurangi dengan potongan pembelian (*discount*) dan retur pembelian yang terjadi.

3. Persediaan Akhir

Persediaan akhir merupakan persediaan pada akhir suatu periode atau tahun buku berjalan. Saldo persediaan akhir perusahaan akan diketahui dari data penyesuaian perusahaan pada akhir periode.

4. Persediaan Tersedia Untuk dijual

Harga pokok pembelian dari seluruh barang yg dibeli selama periode, ditambah dengan harga pokok persediaan yang ada pada awal periode (persediaan awal) merupakan jumlah harga pokok dari seluruh barang yang tersedia untuk dijual selama periode. Jumlah ini disebut harga pokok barang yang tersedia dijual.

Persediaan awal ditambah dengan harga pokok barang yang dibeli sama dengan harga pokok barang yang tersedia dijual, dan harga pokok barang yang tersedia dijual dikurangi persediaan akhir sama dengan harga pokok penjualan. Seperti terlihat dalam laporan laba-rugi, hubungan ini dapat diringkas sebagai

$$\begin{aligned} &\text{Harga pokok barang yang tersedia} \\ &\text{dijual} = \text{Persediaan awal} + \text{Pembelian} \end{aligned}$$

berikut:

$$\text{Laba kotor penjualan} = \text{Penjualan bersih} - \text{Harga}$$

$$\begin{aligned} &\text{Harga pokok penjualan} = \text{Harga pokok barang} \\ &\text{tersedia dijual} - \text{Persediaan akhir} \end{aligned}$$

b. Tenaga kerja Langsung (*Direct Labor Cost*)

Tenaga kerja langsung adalah upah yang dibayarkan kepada tenaga kerja yang langsung terlibat pada proses pengolahan barang dagangan.

Dikatakan *Direct Labor Cost* hanya jika besarnya upah yang dibayarkan tergantung pada jumlah *output product* yang dihasilkan. Yang termasuk kelompok tenaga kerja langsung adalah tenaga kerja yang dibayar berdasarkan upah satuan atau upah harian/jam. Dalam hal ini tenaga kerja dibayar dengan upah satuan, tentu dengan jelas bisa kita lihat bahwa upah tenaga kerja tersebut dapat dibebankan langsung pada *product* yang dihasilkan. Jika upah yang dibayarkan berdasarkan jumlah jam kerja, maka biasanya perusahaan telah menentukan jumlah (satuan) yang harus dihasilkan untuk tenggang waktu tertentu (per jam atau per hari). Sehingga pada akhir perhitungan, dapat diketahui berapa *direct labor cost* untuk akumulasi *product* yang dihasilkan.

Pada perusahaan pedagang kecil (*small wholesaler atau retailer*) *direct labor cost* sulit untuk bisa di alokasikan dengan semestinya. Sehingga *direct labor cost* hanya bisa kita temukan pada perusahaan-perusahaan manufaktur atau pertambangan.

c. *Overhead Cost*

Adalah cost yang timbul selain dari kedua elemen diatas , yang biasanya disebut dengan *indirect cost*, jenis tentu saja bervariasi, tergantung jenis usaha, skala usaha dan jenis sumberdaya yang dipakai oleh perusahaan.

Yang sering ditemui pada usaha manufaktur atau dagang adalah:

1. Sewa (*Rental Cost*)
2. Penyusutan Mesin dan Peralatan (*Depreciation on Machineries & Equipment*)
3. Penyusutan Bangunan Pabrik (*Factory's Building Depreciation*)
4. Listrik, Air untuk Pabrik (*Factory's Utilities*)
5. Pemeliharaan Pabrik & Mesin (*Factory & Machineries Maintenance*)
6. Pengemasan (*Packaging/Bottling & Labor Cost-nya*)
7. Gudang (*Warehousing Cost*)
8. Sample Produksi (*Pre-Production Sampling*)
9. Ongkos kirim (*Inbound & Outbound deliveries*)
10. Container (*Continer*).

2.3. Faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan

Aktivitas penjualan banyak dipengaruhi oleh faktor yang dapat meningkatkan aktivitas perusahaan, oleh karena itu manajer penjualan perlu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan menurut Basu Swasta (2014: 405) sebagai berikut:

1). Kondisi dan Kemampuan Penjual

Kondisi dan kemampuan terdiri dari pemahaman atas beberapa masalah penting yang berkaitan dengan produk yang dijual, jumlah dan sifat dari tenaga penjual adalah:

- a) Jenis dan karakteristik barang atau jasa yang ditawarkan

- b) Harga produk atau jasa
- c) Syarat penjualan, seperti: pembayaran, pengiriman

2). Kondisi Pasar

Pasar mempengaruhi kegiatan dalam transaksi penjualan baik sebagai kelompok pembeli atau penjual. Kondisi pasar dipengaruhi oleh beberapa faktor yakni: jenis pasar, kelompok pembeli, daya beli, frekuensi pembelian serta keinginan dan kebutuhannya.

3). Modal

Modal atau dana sangat diperlukan dalam rangka untuk mengangkut barang dagangan ditempatkan atau untuk membesar usahanya. Modal perusahaan dalam penjelasan ini adalah modal kerja perusahaan yang digunakan untuk mencapai target penjualan yang dianggarkan, misalnya dalam menyelenggarakan stok produk dan dalam melaksanakan kegiatan penjualan memerlukan usaha seperti alat transportasi, tempat untuk menjual, usaha promosi dan sebagainya.

4) Kondisi Organisasi Perusahaan

Pada perusahaan yang besar, biasanya masalah penjualan ini ditangani oleh bagian tersendiri, yaitu bagian penjualan yang dipegang oleh orang-orang yang ahli dibidang penjualan.

5). Faktor-faktor lain

Faktor-faktor lain seperti periklanan, peragaan, kampanye, dan pemberian hadiah sering mempengaruhi penjualan karena diharapkan dengan adanya faktor-faktor tersebut pembeli akan kembali membeli lagi barang yang sama. Menurut Kotler (2008) antara lain adalah :

a. Harga Jual

Faktor harga jual merupakan hal – hal yang sangat penting dan mempengaruhi penjualan atas barang atau jasa yang di hasilkan. Apakah barang atau jasa yang di tawarkan oleh perusahaan dapat dijangkau oleh konsumen sasaran.

b. Produk

Produk salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat volume penjualan sebagai barang atau jasa yang di tawarkan oleh perusahaan apakah sesuai dengan tingkat kebutuhan para konsumen.

c. Biaya promosi

Biaya promosi adalah aktivitas – aktivitas sebuah perusahaan yang di rancang untuk memberikan informasi – informasi membujuk pihak lain tentang perusahaan yang bersangkutan dan barang – barang serta jasa – jasa yang di tawarkan

d. Saluran Distribusi

Merupakan aktivitas perusahaan untuk menyampaikan dana menyalurkan barang yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen yang di ujinya. Saluran distribusi dapat di ukur dari

kemudahan mendapatkan produk, lokasi pembelian dan lokasi yang muda di jangkau.

2.1.10. Pengertian Laba

Salah satu tujuan utama perusahaan yang penting untuk dicapai adalah pencapaian laba optimum. Pencapaian laba dirasa penting karena berkaitan dengan berbagai konsep akuntansi antara lain kesinambungan perusahaan (*going concern*) dan perluasan perusahaan, serta mengembangkan usahanya ketingkat yang lebih tinggi atau ketingkat yang lebih baik. Untuk menjamin agar usaha perusahaan mampu menghasilkan laba, maka manajemen perusahaan harus merencanakan dan mengendalikan dengan baik dua faktor penentu laba yaitu pendapatan dan biaya.

Masalah yang berkaitan dengan laba adalah menentukan konsep laba secara tepat untuk pelaporan keuangan sehingga angka laba merupakan angka yang bermakna (*meaningful*) baik secara intuitif maupun ekonomik bagi berbagai pemakai statemen keuangan. Pemaknaan atau pendefinisian laba mempunyai implikasi terhadap pengukuran dan penyajian laba. Karena akuntansi secara umum menganut konsep kos historis, asas akrual, dan konsep perbandingan, laba akuntansi yang sekarang dianut dimaknai sebagai selisih antara pendapatan dan biaya. Berikut ini beberapa teori mengenai definisi laba.

Menurut Juan & Wahyuni (2012 : 11) menyatakan bahwa “Penghasilan neto (laba) sering kali digunakan sebagai ukuran kinerja. Definisi penghasilan (*income*) meliputi pendapatan (*revenue*) maupun keuntungan (*gains*). Pendapatan timbul dalam pelaksanaan aktivitas perusahaan yang biasa dan dikenal dengan

sebutan yang berbeda, seperti penjualan, penghasilan jasa, bunga, deviden, royalti, dan sewa. Keuntungan mencerminkan pos lainnya, misalnya keuntungan atas penjualan aset tetap”.

Menurut Rainbow & Kinney (2011 : 113) menyatakan bahwa “Laba semu (*phantom profits*) merupakan laba perhitungan biaya serapan yang sementara, disebabkan oleh lebih banyak memproduksi persediaan dari pada menjualnya”.

Menurut Godfrey dkk., dalam Suwardjono (2011 : 464) menyatakan bahwa “Laba dimaknai sebagai imbalan atas upaya perusahaan menghasilkan barang dan jasa. Ini berarti laba merupakan kelebihan pendapatan di atas biaya (kos total yang melekat kegiatan produksi dan penyerahan barang/ jasa)”.

Menurut Paton & Littleton dalam Suwardjono (2011 : 464) menyatakan bahwa “Laba adalah kenaikan aset dalam suatu periode akibat kegiatan produktif yang dapat dibagi atau didistribusi kepada kreditor, pemerintah, pemegang saham (dalam bentuk bunga, pajak, deviden) tanpa mempengaruhi keutuhan ekuitas pemegang saham semula”. Selain *income*, dikenal pula *earnings* yang juga disebut laba. *Earnings* lebih bermakna sebagai laba yang diakumulasi selama beberapa periode walaupun *earnings* juga digunakan untuk menunjuk laba periode seperti *earnings per share*. Dalam statemen laba-rugi, *income* lebih umum digunakan karena tidak lebih luas cakupannya (lebih komprehensif). Dan lebih formal dari pada *earnings*. *Earnings* hanyalah jumlah antara sebelum diperoleh laba bersih/komprehensif.

2.1.11. Hubungan Harga Pokok Penjualan Dengan Laba

Menurut Munawir (2010 : 216) menyatakan bahwa Perubahan dalam laba kotor perlu dianalisa untuk mengetahui sebab-sebab perubahan tersebut, baik perubahan yang menguntungkan (kenaikan) maupun perubahan yang tidak menguntungkan (penurunan) sehingga akan dapat diambil kesimpulan dan atau diambil tindakan seperlunya untuk periode-periode berikutnya.

Pada dasarnya perubahan laba kotor itu disebabkan oleh dua faktor, yaitu faktor penjualan dan faktor harga pokok penjualan. Besar kecilnya hasil penjualan dipengaruhi oleh kuantitas atau volume produk yang dapat dijual dan harga jual per satuan produk tersebut.

Oleh karna itu perubahan laba kotor karena adanya perubahan hasil penjualan disebabkan adanya:

- a) Perubahan harga jual per satuan produk
- b) Perubahan kuantitas atau volume produk yang dijual/dihasilkan.

Faktor harga pokok penjualan juga dipengaruhi oleh kuantitas produk yang dijual/dihasilkan tersebut, oleh karena itu perubahan laba yang disebabkan oleh adanya perubahan harga pokok penjualan dapat disebabkan oleh:

- a) Perubahan harga pokok rata-rata per satuan
- b) Perubahan kuantitas atau volume produk yang dijual.

Perubahan harga baik itu merupakan penurunan dan kenaikan yang disebabkan oleh faktor harga jual tidak dapat digunakan sebagai pengukur kegiatan bagian penjualan, karena hal ini dapat disebabkan oleh faktor ekstern perusahaan. Perubahan harga jual ditentukan oleh keadaan pasar yang sulit

dikendalikan oleh perusahaan, lain halnya dengan perubahan kuantitas produk yang dijual. Suatu perubahan laba yang disebabkan oleh adanya perubahan kuantitas atau volume barang yang dijual mempunyai hubungan langsung dengan kegiatan bagian penjualan. Kenaikan laba karena adanya kenaikan volume yang dijual berarti bagian penjualan bekerja lebih aktif (dengan anggapan bahwa biaya pemasaran tetap maka perubahan laba yang disebabkan oleh kenaikan volume penjualan berarti perusahaan semakin efisien dalam operasinya).

Penurunan laba kotor yang disebabkan oleh naiknya harga pokok penjualan menunjukkan bagian produksi telah bekerja tidak efisien. Kenaikan ini kemungkinan di sebabkan oleh faktor ekstern, misalnya adanya kenaikan harga bahan, tingkat upah atau kenaikan harga-harga secara umum yang tidak dapat dikendalikan oleh perusahaan, atau mungkin disebabkan oleh faktor intern yaitu adanya in efisiensi atau pemborosan-pemborosan.

2.1.12. Jenis Laba dan Faktor yang Mempengaruhi Laba

Tatang Sontani (2014 : 1) menyatakan bahwa ada beberapa definisi umum penggunaan laba adalah sebagai berikut:

1. Laba sebelum bunga, pajak, depresiasi, dan amortisasi (EBITDA) sama dengan biaya dikurangi pendapatan penjualan barang yang dijual dan semua biaya, kecuali untuk bunga, amortisasi, penyusutan dan pajak.
2. Laba sebelum bunga dan pajak (EBIT), atau laba operasi, sama dengan biaya dikurangi pendapatan penjualan barang yang dijual dan semua biaya kecuali untuk bunga dan pajak. Ini adalah surplus yang dihasilkan oleh operasi.

3. Laba sebelum pajak (EBT) atau laba bersih sebelum pajak, sama dengan biaya dikurangi pendapatan penjualan barang yang dijual dan semua biaya kecuali untuk pajak. Hal ini juga dikenal sebagai pra-pajak penghasilan book (PTBI), pendapatan operasional bersih sebelum pajak, atau hanya pendapatan sebelum pajak.
4. Laba kotor sama dengan biaya dikurangi pendapatan penjualan barang yang dijual (HPP), sehingga menghilangkan hanya bagian dari biaya yang dapat ditelusuri langsung ke produksi atau pembelian barang.

Menurut Mulyadi dalam Mahira (2013:1) menyatakan bahwa didalam memperoleh laba diharapkan perusahaan perlu melakukan suatu pertimbangan khusus dalam memperhitungkan laba yang akan diharapkan dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi laba tersebut, antara lain:

- a. Biaya, Biaya yang timbul dari perolehan atau mengolah suatu produk atau jasa akan mempengaruhi harga jual produk yang bersangkutan.
- b. Harga jual, harga jual produk dan jasa akan mempengaruhi besarnya volume penjualan produk atau jasa yang bersangkutan.
- c. Volume penjualan dan produksi, besarnya volume penjualan berpengaruh terhadap volume produksi produk dan jasa tersebut, selanjutnya volume produksi akan mempengaruhi besar kecilnya biaya produksi.

2.1.13. Konsep Laba Optimal

Menurut Sofyan (2011 : 1) menyatakan bahwa untuk memaksimalkan laba yang diperoleh bisa dicapai melalui bermacam-macam cara, antara lain ialah

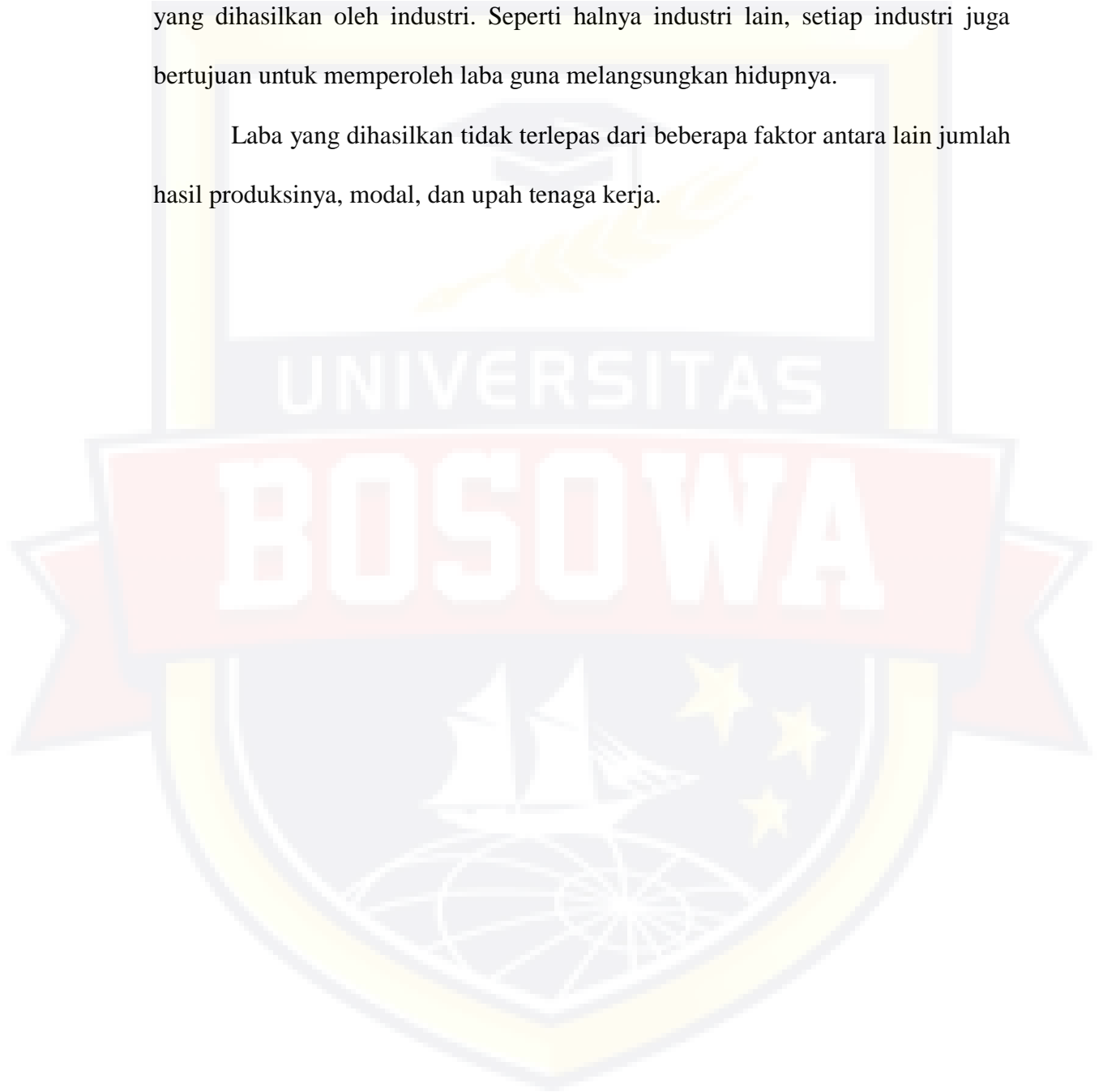
melalui efisiensi di semua bidang, seperti produksi, sumber daya manusia, maupun keuangan. Tujuan utama dari suatu usaha adalah mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya, Untuk mencapai tujuan tersebut tidak terlepas dari faktor manusia sebagai pengendali semua fungsi. Akan tetapi tidak hanya faktor manusia saja, faktor pendukung lain juga berpengaruh terhadap perolehan laba, yaitu antara lain faktor jumlah produk, modal, dan upah tenaga kerja.

Dalam praktek pemaksimalan keuntungan, ada sebagian perusahaan yang melakukannya dengan cara menekan keuntungan yaitu dengan menekan penjualannya (hasil produksi) ada pula yang memasukkan unsur politik didalam penentuan tingkat produksi yang akan tercapai. Jadi, setiap perusahaan memiliki kriteria sendiri dalam memaksimalkan laba yang akan diperolehnya. Keuntungan akan diperoleh jika hasil penjualannya lebih besar dari ongkos produksi, dan kerugian akan terjadi apabila hasil penjualan lebih sedikit dari ongkos produksi. Dalam usahanya untuk memproduksi barang-barang yang diperlukan dalam masyarakat, dan memperoleh keuntungan maksimum dari usaha tersebut.

Efisiensi di bidang keuangan memberikan pengaruh pada operasi perusahaan, sehingga akan meningkatkan efisiensi biaya operasional dan efisiensi investasi yang pada akhirnya akan dapat meningkatkan laba perusahaan. Dengan memaksimalkan laba, perusahaan dapat mempertahankan pertumbuhan perusahaannya sehingga dapat bersaing dengan perusahaan lain karena laba tersebut dapat ditanam kembali dan digunakan untuk mempertahankan atau meningkatkan pertumbuhannya.

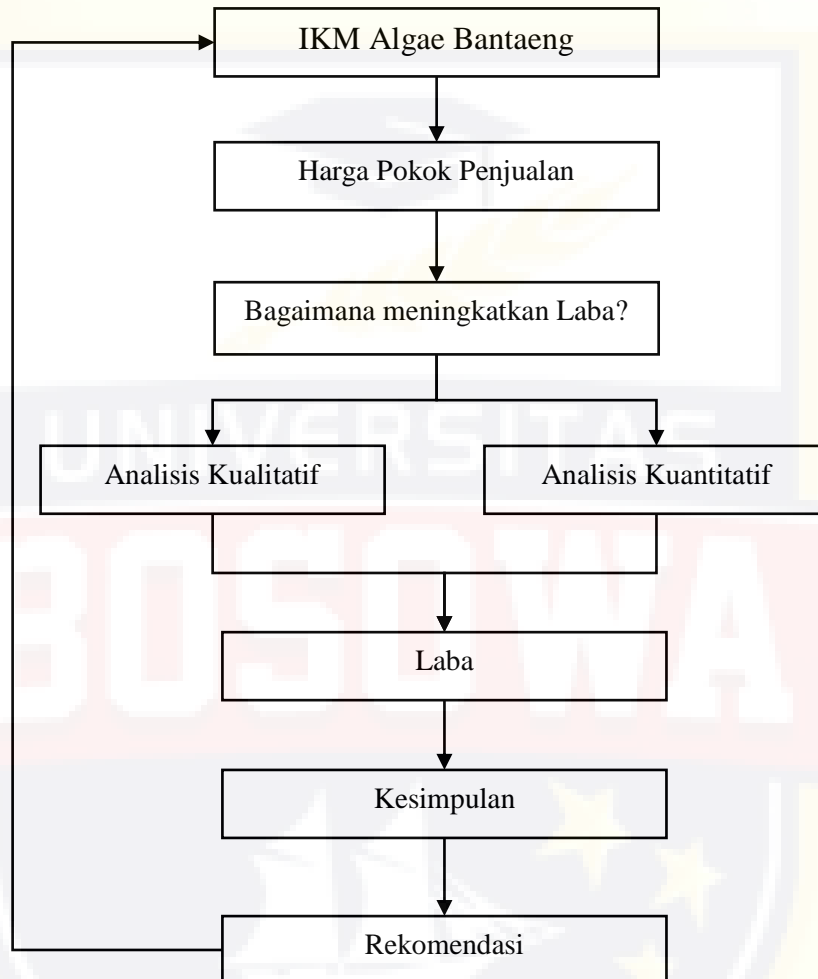
Perkembangan dunia usaha yang semakin pesat dengan pembangunan teknologi yang semakin maju membawa pengaruh yang besar terhadap produksi yang dihasilkan oleh industri. Seperti halnya industri lain, setiap industri juga bertujuan untuk memperoleh laba guna melangsungkan hidupnya.

Laba yang dihasilkan tidak terlepas dari beberapa faktor antara lain jumlah hasil produksinya, modal, dan upah tenaga kerja.



2.2. Kerangka Pikir

Gambar 2.1.
Kerangka Pikir



2.3. Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah, maka hipotesisnya adalah diduga bahwa penentuan harga pokok penjualan IKM Algae Bantaeng mampu meningkatkan Laba Operasional.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Daerah dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada IKM Algae Bantaeng yang berada di jalan Bungung Barania No.24 Kabupaten Bantaeng. Sedangkan waktu penelitian hingga perampungannya diperkirakan kurang lebih dua bula, sejak bulan Januari hingga bulan Februari.

3.2. Metode Pengumpulan Data

Dalam hal ini penulis memperoleh data dengan 2 (dua) macam yaitu:

1. Penelitian Pustaka (*library research*) yaitu penulis membaca buku buku atau literatur – literatur yang erat hubungannya dengan objek penelitian sehingga dapat memberikan informasi yang lebih mendalam terhadap objek yang sedang diteliti.
2. Penelitian Lapang (*field research*) yaitu kegiatan penelitian lapangan dimana penulis mencari data yang menjadi objek penelitian ,yaitu melakukan pengamatan setempat dan wawancara langsung dengan pimpinan serta beberapa karyawan perusahaan dan mengumpulkan data berupa laporan – laporan yang disajikan dan menggunakan informasi yang diperlukan serta utamanya laporan keuangan.

3.3. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data kualitatif Adalah: data yang diperoleh dari instansi dalam bentuk informasi baik secara lisan maupun tulisan.
2. Data kuantitatif adalah: data – data yang diperoleh dari perusahaan dalam bentuk angka atau bilangan, baik yang diperoleh dari hasil pengukuran maupun dengan jalan mengubah data kualitatif menjadi kuantitatif.

Sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah:

1. Data Primer yaitu data yang diperoleh langsung dari perusahaan melalui observasi dan wawancara tentang hal-hal yang berhubungan dengan materi penelitian.
2. Data Sekunder yaitu data yang melengkapi dan menunjang hasil penelitian yang bersumber dari perusahaan baik berupa laporan - laporan dan dokumen – dokumen yang berhubungan dengan materi penelitian.

3.4. Metode Analisis

Setelah data yang diperlukan diperoleh, maka langkah selanjutnya adalah melakukan analisis. “Analisis data merupakan bagian dari proses pengujian data yang hasilnya digunakan sebagai bukti yang memadai untuk menarik kesimpulan

penelitian

$$\text{Margin} = \text{Harga Pokok Penjualan} - \text{Total Biaya Operasional}$$

”

(Indrianto,

2010:11).

Selanjutnya untuk mengetahui tentang harga pokok penjualan dan laba, penulis menggunakan metode harga pokok penjualan dan laba dengan rumus sebagai berikut :

HPP= Barang Tersedia Untuk Dijual (BTUD) – Persediaan Akhir

BTUD= Persediaan Barang Dagang Awal + Pembelian

1. Rumus

untuk

menghitu

ng Harga Pokok Penjualan:

2. Rumus menghitung Laba adalah:

Laba Kotor= Penjualan – Harga Pokok Penjualan

Laba Bersih= Laba Kotor – Biaya Operasional

3.5. Defenisi Operasional

Variabel yang diteliti dirumuskan bentuk rumusan yang operasional, rumusan yang lebih pasti dan tidak membingungkan, rumusan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah:

1. Harga adalah sebagai sejumlah uang yang ditagih atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.
2. Harga pokok penjualan atau HPP adalah istilah yang digunakan pada akuntansi keuangan dan pajak untuk menggambarkan biaya langsung

yang timbul dari barang yang di produksi dan dijual dalam kegiatan bisnis.

3. Persediaan awal barang dagang adalah mencerminkan jumlah barang yang tidak terjual dalam periode lalu.
4. Persediaan akhir barang dagang adalah barang-barang yang tidak terjual dari perusahaan biasanya persediaan barang dagang merupakan komponen aktiva terbesar yang ada dalam neraca perusahaan dagang dan manufaktur.
5. Pembelian bersih adalah seluruh pembelian barang dagangan yang dilakukan perusahaan baik pembelian barang dagangan secara tunai maupun pembelian barang dagangan secara kredit, ditambah dengan biaya angkut pembelian tersebut serta dikurangi dengan potongan pembelian dan retur pembelian yang terjadi.
6. Barang yang tersedia untuk dijual adalah akun yang menjelaskan tentang barang-barang yang sudah tersedia yang akan diperjual belikan dalam suatu usaha, yang didapat dari pembelian dikurangi dengan beban angkut pembelian dan potongan pembelian.
7. Biaya adalah semua pengorbanan yang perlu dilakukan untuk suatu proses, yang dinyatakan dengan satuan uang menurut harga pasar yang berlaku baik yang sudah terjadi maupun yang akan terjadi.
8. Harga Jual adalah proses penentuan apa yang akan diterima suatu perusahaan dalam penjualan produk.

9. Laba (*income*) dimaknai sebagai selisih antara pendapatan dan biaya. Pendapatan timbul dalam pelaksanaan aktivitas perusahaan yang biasa dan dikenal dengan sebutan yang berbeda, seperti penjualan, penghasilan jasa, bunga, deviden, royalti, dan sewa.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1. Sejarah Alga'e Bantaeng

Alga'e Bantaeng adalah merupakan sebuah IKM yang didirikan pada tahun 2009, dimana dalam perjalanannya merupakan sebuah lembaga usaha yang berkomitmen untuk mengembangkan produk diversifikasi olahan hasil perikanan.

Dengan berbagai edukasi market yang dilakukan hingga bermitra dengan lembaga-lembaga pemerintah maupun NGO aktif melakukan kegiatan kampanye gemar makan ikan dan rumput laut diberbagai event, baik event pameran maupun event training.

Seiring berjalannya waktu, Alga'e sempat mengukir beberapa prestasi dalam kategori usaha kecil menengah yang bergerak dibidang perikanan, sebagai juara pertama "Adhi Bhakti Mina Bahari" tingkat propinsi Sulawesi Selatan pada tahun 2010. Dan ditahun yang sama juga berhasil memenangkan peringkat IV Nasional "Adhi Bhakti Mina Bahari" tahun 2010. Beberapa anugrah juga diperoleh diantaranya bintang pengolahan dari Balai POM Makassar, juga mendapatkan anugrah penghargaan sebagai IKM yang mampu menciptakan ikon produk berkarakter dari Pemda Kabupaten Bantaeng. Dan pada tahun 2012 terpilih sebagai lembaga bersertifikat mitra Kementrian Kelautan dan Perikanan menjadi Pusat Pelatihan Mandiri Kelautan dan Perikanan (P2MKP) yang

ditetapkan melalui surat keputusan Kepala Badan Pengembangan Sumberdaya Manusia Kelautan dan Perikanan nomor KEP.67/BPSDMKP/2012.

Diharapkan dengan klasifikasi sebagai P2MKP maka selanjutnya Alga'e mampu untuk melakukan makin banyak pengembangan dan melakukan kegiatan event training khususnya untuk bidang pengolahan dan diversifikasi olahan hasil hasil perikanan.

P2MKP alga'e memiliki kapasitas sumberdaya manusia tenaga trainer, co-trainer & OC dalam menunjang kegiatan pelatihan adalah sebagai berikut :

- Trainer utama kualifikasi pendidikan Strata Satu (S-1) sebanyak 2 orang
- Co-Trainer kualifikasi pendidikan Diploma Tiga (D-3) jurusan pengolahan sebanyak 2 orang
- Organizing Committee dengan kualifikasi pendidikan SMU/ sederajat 3 orang dan Strata Satu (S-1) 1 orang.

Fasilitas yang dimiliki P2MKP Alga'e dalam menunjang kegiatan pelatihan dengan kapasitas latih 15-20 orang antara lain :

- Home stay untuk akomodasi
- Cateering Service untuk konsumsi peserta pelatihan
- Ruang belajar untuk in door class
- Tenda belajar untuk Out door class
- LCD Proyektor
- Audio System
- PC & Laptop

- Kitchen set tools untuk peserta latihan
- Meja preparasi 3 buah untuk latihan

Kegiatan kemitraan Alga'e sebelum melembagakan diri menjadi P2MKP Alga'e, telah melakukan beberapa kerjasama kegiatan pelatihan, diantaranya:

- Bekerjasama dengan beberapa SKPD ditingkat kabupaten kota dilingkup pemerintahan Propinsi Sulawesi Selatan untuk melaksanakan kegiatan pelatihan diversifikasi olahan rumput laut dalam kurun waktu sejak tahun 2010
- Bekerjasama dengan OXFAM dan LEMSA dalam program peningkatan kapasitas kelompok wanita pesisir di Kab. Barru dan Kab. Pangkep selama bulan Februari tahun 2011
- Kerjasama dengan JICA dalam program produk unggulan Sulawesi Selatan untuk memebina beberapa IKM di kab Takalar, Jeneponto dan Bantaeng dalam pelatihan diversifikasi olahan rumput laut
- Program pemagangan kelompok wanita nelayan di sebagai peserta pelatihan magang dari Pemkab mamuju Propinsi Sulawesi Barat selama 10 hari kerjasama Dinkes, DKP dan Bappeda Kab Mamuju dan Kementrian KPDT pada bulan Maret 2011
- Kerjasama dengan Balai Diklat Perindustrian Regional VII Kemetrian Kerindustrian RI dalam melatih seluruh tenaga pendamping lapangan alumni dari Akademi Teknik Industri Makassar sebanyak 4 angkatan selama tahun 2012

- Kerjasama dengan pemerintah kota Bontang dalam pelatihan diversifikasi olahan rumput laut untuk beberapa IKM binaan Pemkab Bontang pada tahun 2012
- Bermitra dengan Bappeda Pemda pangkep dalam program pegangan masyarakat pulau dari program kementerian KPDT untuk pelatihan budidaya dan olahan rumput laut pada bulan agustus tahun 2013
- Bermitra pada program pengelolaan dana CSR PT. Semen Tonasa untuk masyarakat pesisir dan pulau melalui pelatihan diversifikasi olahan rumput laut dan ikan pada oktober 2013
- Bermitra dengan pemda morotai untuk kegiatan pelatihan diversifikasi olahan rumput laut kepada wanita wanita nelayan
- Bermitra pada Program Magang Latih dengan pemkot kota Tual untuk wanita pesisir di P2MKP Alga'e Bantaeng selama 7 Hari pada tahun 2014
- Dan berperan aktif pada beberapa pelatihan singkat yang digelar beberapa instansi pemerintah yang berpartisipasi sebagai narasumber olahan diversifikasi hasil hasil perikanan

4.1.2. Visi, Misi Alga'e Bantaeng

Visi lembaga P2MKP Alga'e Bantaeng adalah terwujudnya sumberdaya manusia perikanan yang terampil dan mampu mengelola usaha perikanan. Misi lembaga P2MKP Alga'e Bantaeng adalah :

- Mengembangkan produk difersifikasi olahan hasil perikanan

- Mengembangkan SDM lembaga menuju profesionalisme sesuai bidang dan tanggungjawabnya
- Mengembangkan pelatihan sesuai kebutuhan pasar
- Mengembangkan kemitraan dengan masyarakat dan instansi lain baik pemerintah maupun swasta
- Mengembangkan sarana dan prasarana

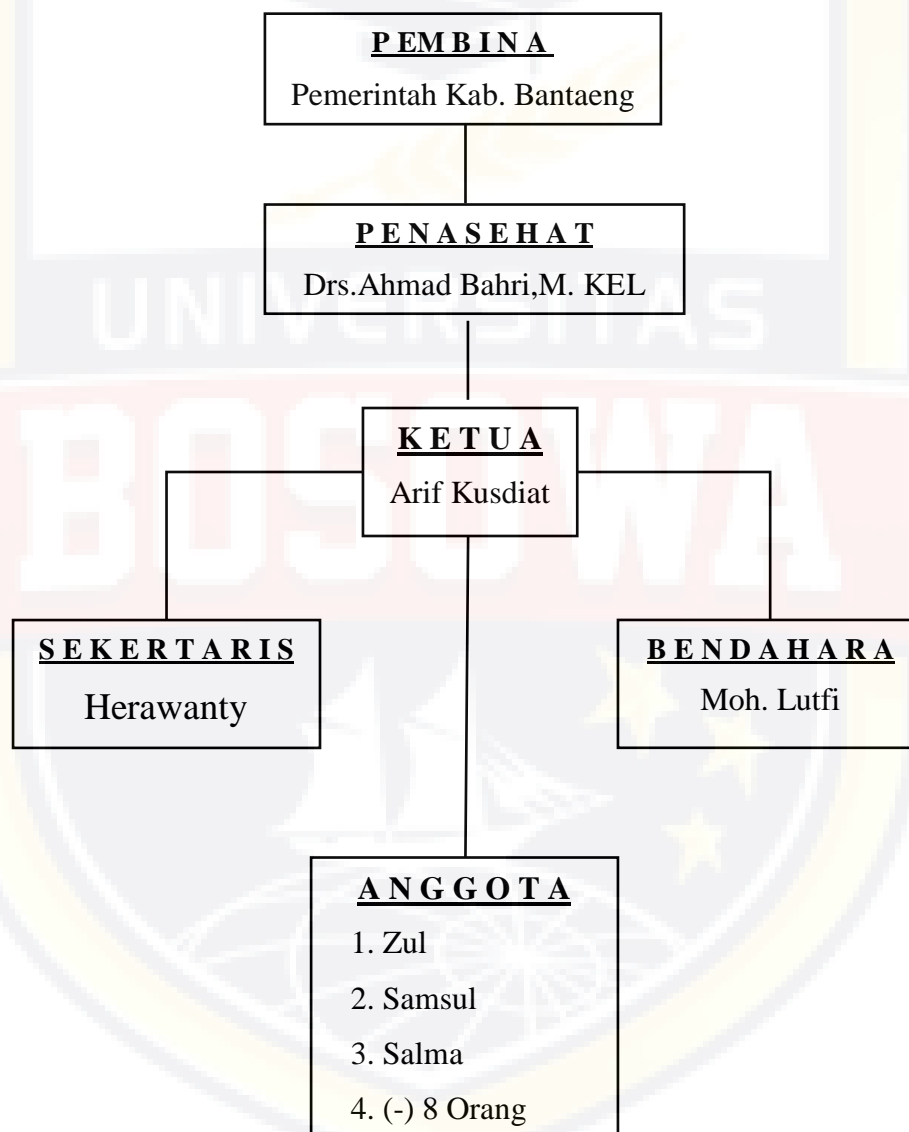
Kegiatan Alga'e antara lain sebagai lembaga usaha yang bergerak dibidang olahan hasil perikanan untuk tetap berusaha melakukan pengembangan berbagai jenis produk-produk baru dengan tetap berkomitmen untuk tetap melakukan edukasi market pada konsumen akan produk-produk olahan hasil perikanan.

Dan Alga'e sebagai P2MKP akan untuk terus melakukan penjejukan kerjasama dalam pelaksanaan kegiatan-kegiatan pelatihan khususnya pada olahan hasil perikanan.

4.1.3. Struktur Organisasi

Gambar 4.1.

Struktur Organisasi IKM Algae



Tugas dan Wewenang:

1. Pembina

Pembina berwenang bertindak untuk dan atas nama pembina. Dewan Pembina berkewajiban mengayomi organisasi sesuai dengan Visi dan Misi yang ditetapkan dalam. Kewenangan pembina meliputi: Keputusan mengenai perubahan Anggaran Dasar dan pengesahan laporan tahunan. Pengangkatan dan pemberhentian anggota Pengurus dan Pengawas. Penetapan kebijakan umum berdasarkan Anggaran Dasar. Pengesahan Program Kerja dan rancangan anggaran tahunan. Penetapan keputusan mengenai penggabungan atau pembubaran IKM. Penunjukan likuidator dalam hal IKM dibubarkan. Dalam hal hanya ada seorang anggota Pembina, maka segala tugas dan wewenang yang diberikan kepada Ketua Pembina atau anggota Pembina berlaku pula baginya. Dewan Pembina memiliki hak dan kewajiban di dalam memberikan suatu masukan, saran dan ide serta persetujuan kepada Dewan Pengurus di dalam pelaksanaan program kerja organisasi sesuai dengan AD/ART dan ketentuan – ketentuan lain yang berlaku dalam organisasi.

2. Penasehat

Penasehat bertindak untuk dan atas nama Penasehat. Memberikan arah kebijakan, masukan, nasehat dan pertimbangan - pertimbangan dalam suatu ide dan program dalam pengembangan organisasi sesuai dengan AD/ ART dan Visi Misi organisasi. Sebagai penampung aspirasi didalam usaha – usaha pengembangan organisasi sesuai dengan AD /ART dan Visi Misi organisasi.

3. Ketua

Ketua IKM memiliki tanggung jawab baik kedalam maupun keluar organisasi, dengan uraian tugas selengkapnya sebagai berikut:

- Memimpin IKM dan mengkoordinasikan kegiatan seluruh anggota Pengurus.
- Mewakili IKM di dalam dan di luar pengadilan.
- Melaksanakan segala perbuatan sesuai dengan Keputusan Rapat anggota dan Rapat Pengurus.

Adapun wewenang dari ketua adalah sebagai berikut:

- Menentukan Kebijaksanaan dan mengambil keputusan.
- Menandatangani surat-surat dan perjanjian bersama Sekretaris dan Bendahara.

4. Sekertaris

Tugas utama sekretaris adalah sebagai penanggungjawab administrasi IKM, adapun uraian tugasnya sebagai berikut:

- Bertanggung jawab kegiatan administrasi dan perkantoran.
- Mengusahakan kelengkapan organisasi.
- Mengatur jalannya perkantoran.
- Memimpin dan mengarahkan tugas karyawan.
- Menghimpun dan menyusun laporan kegiatan bersama bendahara dan pengawas.
- Menyusun rancangan rencana program kerja organisasi dan idiiil.

Sekretaris berwenang:

- Mengambil keputusan dibidang kesekretariatan.
- Menandatangani surat-surat bersama ketua.
- Menetapkan pelaksanaan bimbingan organisasi dan penyuluhan.

5. Bendahara

Pada dasarnya tugas pokok bendahara adalah mengurus kekayaan dan keuangan IKM, antara lain:

- Bertanggung jawab masalah keuangan IKM.
- Mengatur jalannya pembukuan keuangan.
- Menyusun anggaran setiap bulan.
- Mengawasi penerimaan dan pengeluaran uang.
- Menyusun rencana anggaran dan pendapatan IKM.
- Menyusun laporan keuangan.
- Mengendalikan anggaran.

Bendahara berwenang:

- Mengambil keputusan dibidang pengelolaan keuangan dan usaha.
- Bersama dengan ketua menandatangani surat yang berhubungan dengan bidang keuangan dan usaha.

4.2. Deskripsi Data

4.2.1. Deskripsi Data Harga Pokok Penjualan

Harga pokok penjualan adalah semua biaya yang muncul dalam rangka menghasilkan suatu produk hingga produk tersebut siap dijual. Dengan bahasa sederhana, harga pokok penjualan yang biasa di singkat HPP merupakan biaya yang dikeluarkan dalam suatu proses produksi barang dan jasa yang dapat dihubungkan secara langsung dengan aktivitas proses yang membuat produk barang dan jasa siap jual. Sebelum mengetahui HPP terlebih dahulu di sajikan data persediaan IKM Algae Bantaeng, dalam perhitungan persediaan

menggunakan metode FIFO (*First In First Out*) dengan sistem persediaan periodik (*periodic inventory system-berkala*), nilai persediaan akhir ditentukan melalui pemeriksaan stok fisik (*physical stock-take*). Berikut ini adalah data persediaan dan pembelian bersih IKM Algae Bantaeng.

Tabel 4.1
Persediaan dan Pembelian IKM Algae Bantaeng
2015 - 2017

Tahun	Persediaan Awal	Pembelian	Persediaan Akhir
2015	50.376.132	132.098.549	38.987.657
2016	38.987.657	167.834.056	47.045.347
2017	47.045.347	154.097.678	45.897.609

Sumber: Algae Bantaeng, 2018

Berdasarkan data pada tabel di atas, menunjukkan bahwa persediaan akhir IKM Algae Bantaeng pada tahun 2015 sampai dengan 2017 mengalami fluktuatif, demikian pula dengan pembelian juga berfluktuatif.

4.2.2. Laporan Laba Rugi

Biasanya laporan ini di susun dengan dua pendekatan, yakni pendekatan kontribusi dan pendekatan fungsional. Pendekatan kontribusi membagi biaya - biaya kedalam dua sifat pokok, yaitu biaya variabel dan biaya tetap. Sedangkan pendekatan fungsional memberikan informasi mengenai biaya-biaya yang dikeluarkan oleh setiap fungsi utama dalam perusahaan (fungsi produksi, fungsi pemasaran, fungsi sumber daya manusia dan umum, serta fungsi keuangan). Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai posisi Keuangan Laporan Rugi-Laba IKM Algae Bantaeng dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.2
Laba Rugi IKM Algae Bantaeng
2015 - 2017

Keterangan	Periode		
	2015	2016	2017
Penjualan	198.943.875	221.958.486	216.957.643
HPP	143.487.024	159.776.366	155.245.416
Laba Kotor	55.456.851	62.182.120	61.712.227
Beban Usaha			
Beban Gaji Karyawan	13.892.000	14.326.000	15.181.000
Beban Angkut Penjualan	5.174.000	5.892.000	5.555.000
Biaya Umum & Adm	5.785.000	6.438.000	5.982.000
Biaya Penjualan	4.861.000	5.294.000	5.119.000
Biaya Lain	1.683.000	2.271.000	2.162.000
Total Beban Usaha	31.395.000	34.021.000	33.999.000
Laba Bersih Sebelum Pajak	24.061.851	28.161.120	27.713.227
Pajak 10%	2.406.185	2.816.112	2.771.323
Laba Bersih Setelah Pajak	21.655.666	25.345.008	24.941.904

Sumber: Algae Bantaeng, 2018

4.3. Analisis Data

4.3.1. Analisis Harga Pokok Penjualan

Pada dasarnya Harga Pokok penjualan berfungsi untuk menetapkan harga jual yang merupakan aspek penting dalam pencapaian laba optimum. Seperti halnya pada IKM Algae Bantaeng, bahwa harga pokok penjualan sangat diperlukan untuk menentukan harga jual yang mempunyai daya saing pasar. Untuk mengetahui Harga Pokok penjualan pada IKM Algae Bantaeng pada tahun 2015 sampai dengan 2017 adalah sebagai berikut:

Tahun 2015:

Barang Tersedia Untuk Di jual (BTUD) = Persediaan Awal + Pembelian Bersih

$$= 50.376.132 + 132.098.549$$

$$= 182.474.681$$

Harga Pokok Penjualan (HPP) = BTUD – Persediaan Akhir

$$= 182.474.681 - 38.987.657$$

$$= 143.487.024$$

Dari perhitungan tersebut di atas, dapat diketahui bahwa untuk tahun 2015 persediaan awal sebesar Rp50.376.132, pembelian bersih sebesar Rp132.098.549 dan persediaan akhir sebesar Rp38.987.657, sehingga harga pokok penjualan pada IKM Algae Bantaeng sebesar Rp143.487.024.

Tahun 2016:

Barang Tersedia Untuk Di jual (BTUD) = Persediaan Awal + Pembelian Bersih

$$= 38.987.657 + 167.834.056$$

$$= 206.821.713$$

Harga Pokok Penjualan (HPP) = BTUD – Persediaan Akhir

$$= 206.821.713 - 47.045.347$$

$$= 159.776.366$$

Dari perhitungan tersebut di atas, dapat diketahui bahwa untuk tahun 2016 persediaan awal sebesar Rp38.987.657, pembelian bersih sebesar Rp167.834.056 dan persediaan akhir sebesar Rp47.045.347, sehingga harga pokok penjualan pada IKM Algae Bantaeng sebesar Rp159.776.366.

Tahun 2017:

Barang Tersedia Untuk Di jual (BTUD) = Persediaan Awal + Pembelian Bersih

$$= 47.045.347 + 154.097.678$$

$$= 201.143.025$$

Harga Pokok Penjualan (HPP) = BTUD – Persediaan Akhir

$$= 201.143.025 - 45.897.609$$

$$= 155.245.416$$

Dari perhitungan tersebut di atas, dapat diketahui bahwa untuk tahun 2017 persediaan awal sebesar Rp47.045.347, pembelian bersih sebesar Rp154.097.678 dan persediaan akhir sebesar Rp45.897.609, sehingga harga pokok penjualan pada IKM Algae Bantaeng sebesar Rp155.245.416.

4.3.2. Analisis Laba

Laba merupakan salah satu faktor yang sangat penting untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan, karena adanya laba dapat diketahui apakah perusahaan tersebut memperoleh keuntungan atau mengalami kerugian dalam suatu periode tertentu. Untuk mengetahui laba yang diperoleh oleh IKM Algae Bantaeng selama tiga tahun terakhir (2015 – 2017) dapat dilihat di bawah ini:

Tahun 2015:

Laba Kotor = Penjualan – Harga Pokok Penjualan

$$= 198.943.875 - 143.487.024$$

$$= 55.456.851$$

Laba Bersih = Laba Kotor – Beban Usaha

$$= 55.456.851 - 31.395.000$$

$$= 24.061.851$$

Dari perhitungan tersebut di atas, dapat diketahui bahwa untuk tahun 2015 penjualan sebesar Rp198.943.875, harga pokok penjualan sebesar Rp143.487.024 dan beban usaha sebesar Rp31.395.000, sehingga laba bersih sebelum pajak pada IKM Algae Bantaeng sebesar Rp24.061.851.

Tahun 2016:

$$\text{Laba Kotor} = \text{Penjualan} - \text{Harga Pokok Penjualan}$$

$$= 221.958.486 - 159.776.366$$

$$= 62.182.120$$

$$\text{Laba Bersih} = \text{Laba Kotor} - \text{Beban Usaha}$$

$$= 62.182.120 - 34.021.000$$

$$= 28.161.120$$

Dari perhitungan tersebut di atas, dapat diketahui bahwa untuk tahun 2016 penjualan sebesar Rp221.958.486, harga pokok penjualan sebesar Rp159.776.366 dan beban usaha sebesar Rp34.021.000, sehingga laba bersih sebelum pajak pada IKM Algae Bantaeng sebesar Rp28.161.120.

Tahun 2017:

$$\text{Laba Kotor} = \text{Penjualan} - \text{Harga Pokok Penjualan}$$

$$= 216.957.643 - 155.245.416$$

$$= 61.712.227$$

$$\text{Laba Bersih} = \text{Laba Kotor} - \text{Beban Usaha}$$

$$= 61.712.227 - 33.999.000$$

$$= 27.713.227$$

Dari perhitungan tersebut di atas, dapat diketahui bahwa untuk tahun 2017 penjualan sebesar Rp216.957.6, harga pokok penjualan sebesar Rp155.245.416 dan beban usaha sebesar Rp33.999.000, sehingga laba bersih sebelum pajak pada IKM Algae Bantaeng sebesar Rp27.713.227.

Untuk lebih jelasnya harga pokok penjualan dan laba bersih sebelum dikurangi pajak pada IKM Algae Bantaeng 2015 - 2017 adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3
Harga Pokok Penjualan dan Laba Bersih IKM Algae Bantaeng
2015 – 2017

Tahun	Harga Pokok Penjualan (Rp)	Laba Bersih (Rp)
2015	143.487.024	24.061.851
2016	159.776.366	28.161.120
2017	155.245.416	27.713.227

Sumber: Data Diolah, 2018

Dapat diketahui bahwa Pada tahun 2015 IKM Algae Bantaeng, harga pokok penjualan mengalami peningkatan tetapi diimbangi dengan peningkatan laba bersih yakni harga pokok penjualan sebesar Rp.143.487.024 dan laba bersih sebelum pajak sebesar Rp24.061.851. Pada tahun 2016 IKM Algae Bantaeng mengalami peningkatan harga pokok penjualan dan diimbangi dengan peningkatan laba bersih yang cukup signifikan yakni harga pokok penjualan sebesar Rp159.776.366 dengan laba bersih sebelum pajak sebesar Rp28.161.120. Pada tahun 2017 IKM Algae Bantaeng mengalami penurunan harga pokok penjualan dan diimbangi dengan penurunan laba bersih juga yang cukup signifikan yakni harga pokok penjualan sebesar Rp155.245.416 dengan laba bersih sebelum pajak sebesar Rp27.713.227.

4.3.3. Pembahasan

Berdasarkan hasil perhitungan harga pokok penjualan pada IKM Algae Bantaeng dari tahun 2015 sampai dengan tahun 2017, dapat diketahui bahwa perhitungan yang dilakukan pada tahun 2015, IKM Algae Bantaeng memperoleh Laba bersih sebelum dikurangi pajak sebesar Rp24.061.851 dan tahun 2016 sebesar Rp28.161.120. Jika dilihat terdapat selisih sebesar Rp 4.099.269. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi peningkatan laba yang cukup berarti sebesar 17,03%. Pada tahun 2016, Laba bersih yang diperoleh sebesar Rp28.161.120 dan pada tahun 2017 sebesar Rp27.713.227. Jika dilihat terdapat selisih sebesar Rp447.893. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi penurunan laba sebesar 1,59%.

Setelah melakukan *Field research* dengan metode observasi, diketahui bahwa penurunan laba yang terjadi pada tahun 2017 pada IKM Algae Bantaeng yaitu diakibatkan karena menurunnya penjualan bersih serta biaya operasional tidak mengalami perbedaan yang berarti. Berikut ini data penjualan bersih dan biaya operasional IKM Algae Bantaeng.

Tabel 4.4
Penjualan dan Biaya Operasional IKM Algae Bantaeng
2015 – 2017

Tahun	Penjualan	Biaya Operasional
2015	198.943.875	31.395.000
2016	221.958.486	34.021.000
2017	216.957.643	33.999.000

Sumber: Data Diolah, 2018

Pada tahun 2015 penjualan sebesar Rp198.943.875 mengalami peningkatan ditahun 2016 sebesar Rp23.014.611 menjadi Rp 221.958.486. Pada tahun 2016 penjualan sebesar Rp221.958.486 sedikit mengalami penurunan ditahun 2017 sebesar Rp5.000.843 menjadi Rp216.957.643. Hal ini dapat dikatakan bahwa penjualan IKM Algae Bantaeng masih di kategorikan cukup Baik.

Demikian pula dengan biaya operasional IKM Algae Bantaeng, tidak mengalami perbedaan yang cukup berarti. Pada tahun 2015 biaya operasional yang dikeluarkan sebesar Rp31.395.000 dan pada tahun kedua yaitu 2016 sebesar Rp34.021.000. Bila dilihat, ada kenaikan sebesar Rp2.626.000. Pada tahun yang sama 2016 biaya operasional yang dikeluarkan sebesar Rp34.012.000 dan tahun 2017 sebesar Rp33.999.000. Ada penurunan sebesar Rp22.000 akan tetapi tidak mengalami perbedaan yang cukup berarti.

Setelah melakukan *Field research* dengan mewawancarai ketua IKM Algae Bantaeng dapat diketahui bahwa penyebab menurunnya penjualan pada tahun 2017 disebabkan IKM Algae Bantaeng tidak lagi bekerja sama dengan Pemerintah kota bontang dalam pelatihan diversifikasi olahan rumput laut untuk beberapa IKM binaan Pemkab Bontang.

Penjualan dan biaya operasional merupakan komponen untuk mengoptimalkan laba pada IKM Algae Bantaeng, oleh karena itu manajemen Alage Bantaeng perlu memperhitungkan laba dengan sebaik-baiknya, karena akan berdampak langsung pada ketidakmampuan dalam mempertahankan kelangsungan hidup IKM peningkatan penjualan baik penjualan bersih maupun

penjualan kredit serta efisiensi disemua bidang, seperti sumber daya manusia dan keuangan.

IKM Algae Bantaeng, setiap tahun selalu menetapkan target penjualan pertahunnya. Jadi, untuk mengukur laba yang optimal dilakukan dengan membandingkan target penjualan dengan realisasi penjualan. Bila target penjualan terealisasi, maka dapat dikatakan memperoleh laba yang optimal demikian juga sebaliknya. Berikut ini data target penjualan dan realisasi penjualan tahun 2015 – 2017:

Tabel 4.5
Target dan Realisasi Penjualan IKM Algae Bantaeng
2015 – 2017

Penjualan					
Tahun 2015		Tahun 2016		Tahun 2017	
Target (Rp)	Realisasi (Rp)	Target (Rp)	Realisasi (Rp)	Target (Rp)	Realisasi (Rp)
150.000.000	198.943.875	300.000.000	221.958.486	400.000.000	216.957.643

Sumber: Data Diolah, 2018

Dari Tabel di atas, dapat diketahui bahwa pada tahun 2015 target penjualan IKM Algae Bantaeng sebesar Rp150.000.000, untuk realisasi penjualannya sebesar Rp198.943.875. Hal ini dapat dikatakan memperoleh laba yang optimal karena telah mencapai dari target penjualan. Realisasi penjualan untuk tahun 2016 sebesar Rp221.958.486. Hal ini dapat dikatakan laba yang diperoleh belum optimal karena target penjualan belum tercapai. Begitu pun realisasi penjualan tahun 2017 sebesar Rp216.957.643 dengan target Rp400.000.000, dapat dikatakan laba yang diperoleh belum optimal karena target penjualan belum tercapai.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka kesimpulannya sebagai berikut:

1. Harga Pokok Penjualan di IKM Bantaeng di tentukan dengan menggunakan metode FIFO (*First In First Out*) dengan sistem persediaan periodik (*periodic inventory system-berkala*), nilai persediaan akhir ditentukan melalui pemeriksaan stok fisik (*physical stock-take*).
2. Laba yang diperoleh IKM Algae Bantaeng pada tahun dua ribu lima belas mengalami kenaikan dan pada tahun dua ribu enam belas dan dua ribu tujuh belas belum optimal karena target penjualan yang ditetapkan setiap tahunnya belum tercapai.
3. Penurunan laba yang terjadi pada IKM Algae Bantaeng yaitu disebabkan oleh menurunnya penjualan bersih serta biaya operasional yang tidak mengalami perbedaan yang cukup berarti.

5.2. Saran

Dari hasil kesimpulan di atas, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut :

1. Manajemen IKM Algae Bantaeng, untuk lebih meningkatkan lagi penjualan bersih yaitu dengan cara melakukan kerja sama kembali untuk melakukan penjualan.

2. Dalam upaya peningkatan laba operasional, Manajemen IKM Algae Bantaeng perlu mengefisiensikan beban usaha baik dari sumber daya manusia maupun keuangan yaitu dengan cara menekan biaya pengeluaran karena pada tahun 2015 sampai 2017 biaya yang telah dikeluarkan oleh IKM Algae Bantaeng tidak mengalami perbedaan yang cukup berarti.



DAFTAR PUSTAKA

- Efendi Pakpahan (2010), ***“Faktor yang Mempengaruhi Penjualan”***, Jakarta : PT Bina Intitama Sejahtera.
- Freddy Rangkuti (2012), ***“Pencapaian Yang dinyatakan Secara Kuantitatif Dan dari Segi Fisik atau Volume”***, Edisi Pertama , PT. Gramedia Pustaka utama Jakarta.
- George R Terry (2012), ***“Fungsi Manajemen”***, Bina Aksara ,Jakarta.
- Indryanto (2010), ***“Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan”***, Bumi Aksara Jakarta,Palembang.
- Ilham dan Sudarno (2013),” ***Penentuan harga Pokok Produksi Penjualan”***, edisi pertama Yogyakarta.
- Juan Ng Eng dan Tri Wahyuni Ersa. (2012). *Standar Akuntansi Keuangan edisi II.* (Terjemahan Oleh Biro Bahasa Alkemis). Jakarta Selatan : Salemba Empat.
- Jogyakarta Munawir, S. (2010). *Analisa Laporan Keuangan edisi IV.* Yogyakarta : Liberty.
- Kolter Nova Anjar (2012), ***“Manajemen Perlu Menganalisis Volume Penjualan Total dan Juga Volume Itu Sendiri”***, Edisi Pertama Erlangga Jakarta.
- Kolter (2008), ***“ Tindakan kepuasan konsumen”***, <weblog.esaunnul.ac.id> tanggal 19 juli 2016
- Mulyadi. (1992). *Akuntansi Biaya*, edisi 5 Cetakan. Penerbit STIE YKPN *Pengembangan edisi VII.* (Terjemahan oleh Hilman Rahmat). Jakarta Selatan : Salemba Empat.
- Rainbow, Cecily A. Dan Michael R. Kinney. (2011). *Akuntansi Biaya : Dasar dan*
- Supriono. (2014). *Akuntansi Biaya.* Yogyakarta : BPFE.
- Suwardjono. (2013). *Teori Akuntansi : Perencanaan Pelaporan Keuangan edisi III.* Yogyakarta : BPFE.
- Widyawati. (2013). *Akuntansi Biaya.* Jakarta Selatan : Salemba Empat.

Jurnal

Bellinda Macpal dkk. (2014), “ Analisis Perhitungan Harga Pokok Penjualan Barang Produksi Pada Jepara Meubel Di Kota Bitung “. *Jurnal Emba*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Akuntansi Universitas Sam Ratulangi Manado. Vol. 2 No. 3 2014.

Metode Mark Up Dalam Penentuan harga Jual Produk Pada Usaha Amplang Di Samarinda “. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Mulawarman Samarinda. Vol. 1 No. 2 2013.

Widyawati. (2013), “ Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi dan Penerapan

Internetp

Sofyan Mohammad (2011) “*Kondisi Perusahaan Dalam Memaksimalkan Laba*”, <http://sofyanmohammed.wordpress.com>, Diakses 28 April 2015. Jam 20.00 WITA.



BOSOWA

L

A

M

P

I

R

A

N



Lampiran 1 : Biodata Pemilik Algae



BIODATA Pemilik Algae				
A. Identitas Diri				
1	Nama Lengkap	:	Arif Kusdiat, S.KEL	
2	Jenis Kelamin	:	Laki-Laki	
3	Tempat dan Tanggal Lahir	:	Palopo, 26 Januari 1977	
4	E-mail	:	Algae.bantaeng@yahoo.com	
5	Nomor Telepon/HP	:	081523897777	
6	Alamat Lengkap	:	Jl. Bungung Barania No.24 Kab Banateng	
B. Riwayat Pendidikan				
	SD	SMP	SMA	PT
Nama Sekolah	SDN 262 Bamba Kab.Luwu	SMP Negeri 1 Bone- Bone Kab. Luwu	SMA Negeri 4 Palopo Kab. Luwu	Universitas Hasanuddin
Bidang Ilmu	-	-	-	Kelautan
Tahun Masuk-Lulus	1983-1989	1989-1992	1992-1995	1996-2000

Lampiran 2 : Peta Lokasi
(Kelurahan Pallantikang, Kecamatan Bantaeng, Kabupaten Bantaeng)

