

**ANALISIS BIAYA PRODUKSI DAN PENENTUAN
HARGA POKOK MINYAK KELAPA
(STUDY KASUS PADA Fa. MUTIARA MAS)
DI UJUNG PANDANG**



BOSOWA
OLEH

SUPRIANA KARIMBA BUNGALELE
4591030228/9911100710089

**JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS "45"
UJUNG PANDANG**

1997

ANALISIS BIAYA PRODUKSI DAN PENENTUAN
HARGA POKOK MINYAK KELAPA
(STUDY KASUS PADA Fa. MUTIARA MAS)
DI UJUNG PANDANG

OLEH:

SUPRIANA KARIMBA BUNGALELE

4591030228/9911100710089

SEBAGAI SALAH SATU SYARAT UNTUK MEMPEROLEH GELAR

SARJANA PERTANIAN

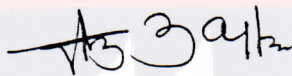
PADA

JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN

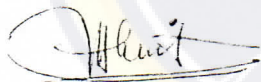
UNIVERSITAS "45"

1997

DISETUJUI OLEH



(DR. IR. H. A. RAHMAN MAPPANGAJA, MS)
PEMBIMBING I



(IR. M. JAMIL GUNAWI)
PEMBIMBING II



(IR. FAIDAH AZUZ, MSi)
PEMBIMBING III

MENGETAHUI

KETUA JURUSAN
SOSIAL EKONOMI PERTANIAN



(IR. THOMAS TAHIR)


TANGGAL YUDISIUM : 18 DESEMBER 1997

BERITA ACARA UJIAN

Berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas "45" Ujung Pandang Nomor : SK. 705/01/U-45/XI/1994 tanggal 29 Nopember 1994 tentang Panitia Ujian Skripsi, maka pada hari ini Kamis, 18 Desember 1997 Skripsi ini diterima dan disyahkan setelah dipertahankan dihadapan panitia ujian Skripsi Universitas "45" Ujung Pandang untuk memenuhi sebagai Syarat-syarat guna memperoleh gelar Sarjana program Strata Satu (S1) pada Fakultas Pertanian, Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian yang terdiri dari :

Panitia Ujian Skripsi : Tanda Tangan

Ketua : Ir. Darussalam Sanusi, MS ()

Sekretaris : Ir. Rudding Malaleo ()

Susunan Tim Penguji :


1. Dr. Ir. H. A. Rahman Mappangaja, MS ()
Ketua

2. Ir. M. Jamil Gunawi ()
Anggota

3. Ir. Faidah Azuz, MSi ()
Anggota

4. Ir. Nazaruddin Lo, MS ()
Anggota

5. Ir. Baharuddin, MSi ()
Anggota

6. Ir. Suryawati Salam, MSi ()
Anggota

LEMBARAN PENGESAHAN

Disahkan / Disetujui Oleh :

Rektor Universitas "45"



Handwritten signature of Dr. Andi Jaya Sose, SE, MBA

(DR. ANDI JAYA SOSE, SE, MBA)

BUSUWA

Dekan Fakultas Pertanian

Dekan Fakultas Pertanian

Universitas Hasanuddin

Universitas "45"



Handwritten signature of Dr. Ir. H. Amro Ala, MS

(DR. Ir. H. AMRO ALA, MS)



Handwritten signature of Ir. Darussalam Sanusi, MSi

(Ir. DARUSSALAM SANUSI, MSi)

RINGKASAN

SUPRIANA K. BUNGALELE 4591030228/9911100710089.

Sosia Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas "45" Ujung Pandang. Judul Skripsi "ANALISIS BIAYA PRODUKSI DAN PENENTUAN HARGA POKOK MINYAK KELAPA (Study Kasus Pada Fa. Muriara Mas) DI UJUNG PANDANG di bawah bimbingan Bapak DR. IR. H. A. RAHMAN MAPPANGAJA, MS dan Bapak IR. M. JAMIL GUNAWI serta ibu IR. FAIDAH AZUZ, MSi.

Penelitian ini dilaksanakan di Jalan Buru, Kotamadya Ujung Pandang pada perusahaan minyak kelapa Mutiara Mas. Dan penelitian ini berlangsung dari bulan Februari sampai pada bulan Maret 1995.

Tujuan dari penelitian ini adalah (1) Mengetahui penggunaan biaya produksi yang diterapkan oleh perusahaan minyak kelapa Mutiara Mas khususnya dalam penentuan harga pokok penjualan minyak kelapa. (2) Mengetahui berapa besar harga pokok produksi yang ditetapkan oleh pimpinan perusahaan minyak kelapa Mutiara Mas. Sedangkan kegunaan dari pada penelitian ini adalah (1) Sebagai bahan pertimbangan bagi pimpinan perusahaan dalam mengambil kebijaksanaan bagi perusahaan bersangkutan. (2) Sebagai bahan informasi bagi pihak yang memerlukannya.

Data yang diperoleh dari penelitian ini berasal dari 2 (dua) sumber yaitu : (1) data primer dan (2) data

sekunder. Data primer diperoleh dengan melihat secara langsung kegiatan operasi perusahaan yang ada hubungannya dengan objek penelitian serta wawancara dengan karyawan dan pimpinan perusahaan. Sedangkan data sekunder diperoleh dari lembaga atau instansi yang terkait dengan penelitian ini.

Hasil penelitian memerlukan gambaran sebagai berikut:

1. Hipotesis ditolak karena harga pokok yang ditetapkan oleh perusahaan minyak kelapa Fa. Mutiara Mas sudah diperhitungkan sesuai dengan biaya-biaya yang dikeluarkan mulai dari pengadaan bahan baku (kopra) sampai menghasilkan minyak kelapa yang siap untuk dipasarkan. Dengan demikian maka tingkat keuntungan yang diperoleh oleh Fa. Mutiara Mas sudah tinggi.
2. Harga pokok penjualan minyak kelapa pada perusahaan minyak kelapa Fa. Mutiara Mas sebesar Rp. 1.650/Kg.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

SUPRIANA KARIMBA BUNGALELE lahir di Makale Kabupaten Tana Toraja pada tanggal 21 April 1972, anak kesembilan dari sembilan berseudara dari ayah P. Karimba dan Ibu Lusie Ruruk.

Masa pendidikan formal yang dilalui adalah sebagai berikut :

- Tamat Sekolah Dasar Negeri nomor 110 Talluborongan di Makale pada tahun 1984.
- Tamat Sekolah Lanjutan Tingkat Pertama di Makale pada tahun 1987.
- Tamat Sekolah Menengah Tingkat Atas Negeri 276 Makale di Makale pada tahun 1990.
- Masuk di Perguruan Tinggi Universitas "45" Ujung Pandang pada tahun 1991 dengan nomor Stambuk/Nirm : 4591030228/9911100710089 pada Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas "45" Ujung Pandang.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas segala berkat dan karuni-Nya yang senantiasa dilimpahkan pada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana negara pada jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas "45" Ujung Pandang.

Penulis menyadari bahwa banyak sumbangsih dari berbagai pihak selama penelitian hingga selesainya penyusunan skripsi ini. Untuk itu patut disyukuri dan disertai ucapan terima kasih serta penghargaan yang tulus dan tak terhingga kepada :

1. Bapak Dr. Ir. H. A. Rahman Mappangaja, MS sebagai pembimbing I, Bapak Ir. M. Jamil Gunawi sebagai pembimbing II dan Ibu Ir. Faidah Azuz, MSi sebagai pembimbing III yang telah berupaya membimbing dan mengarahkan penulis sejak persiapan pelaksanaan penelitian sampai selesainya skripsi ini.
2. Bapak Dekan, Pembantu Dekan dan seluruh staf Dosen serta karyawan Fakultas Pertanian Universitas "45" Ujung Pandang yang telah memberikan bantuan dan dukungan moril kepada penulis selama studi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

3. Pimpinan CV. Mutiara Mas beserta seluruh staf karyawan yang telah menerima dan memberikan fasilitas kepada penulis selama melaksanakan penelitian.
4. Ayah dan Ibu tercinta, yang walaupun sudah tidak ada tetapi penulis menyampaikan sembah sujud sebagai ucapan terima kasih yang tak terhingga serta kakak-kakak dan adik-adik dan keponakan tersayang serta seluruh keluarga yang senantiasa memberikan dorongan, bantuan dan pengorbanan sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
5. Sahabat yang terkasih dan rekan-rekan mahasiswa serta semua pihak yang membantu penulis.

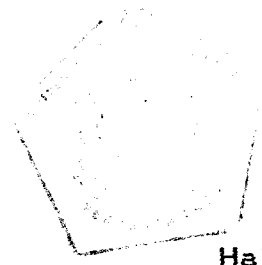
Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak terdapat kelemahan dan kekurangan-kekurangan. Olehnya itu saran-saran untuk menyempurnakan sangat diharapkan.

Harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi yang membutuhkannya, semoga kasih dan karunia Tuhan tetap menyertai dan memberkati kita semua.

Ujung Pandang, Nopember 1997

Penulis

DAFTAR ISI



	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
RINGKASAN	iii
BIODATA PENULIS.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan	4
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	5
1.3.1 Tujuan Penelitian	5
1.3.2 Kegunaan Penelitian	5
II. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Pengertian Biaya dan Biaya Produksi ..	6
2.1.1 Pengertian Biaya	6
2.1.2 Pengertian Biaya Produksi	7
2.2 Pengertian dan Tujuan Penentuan Harga Pokok	10

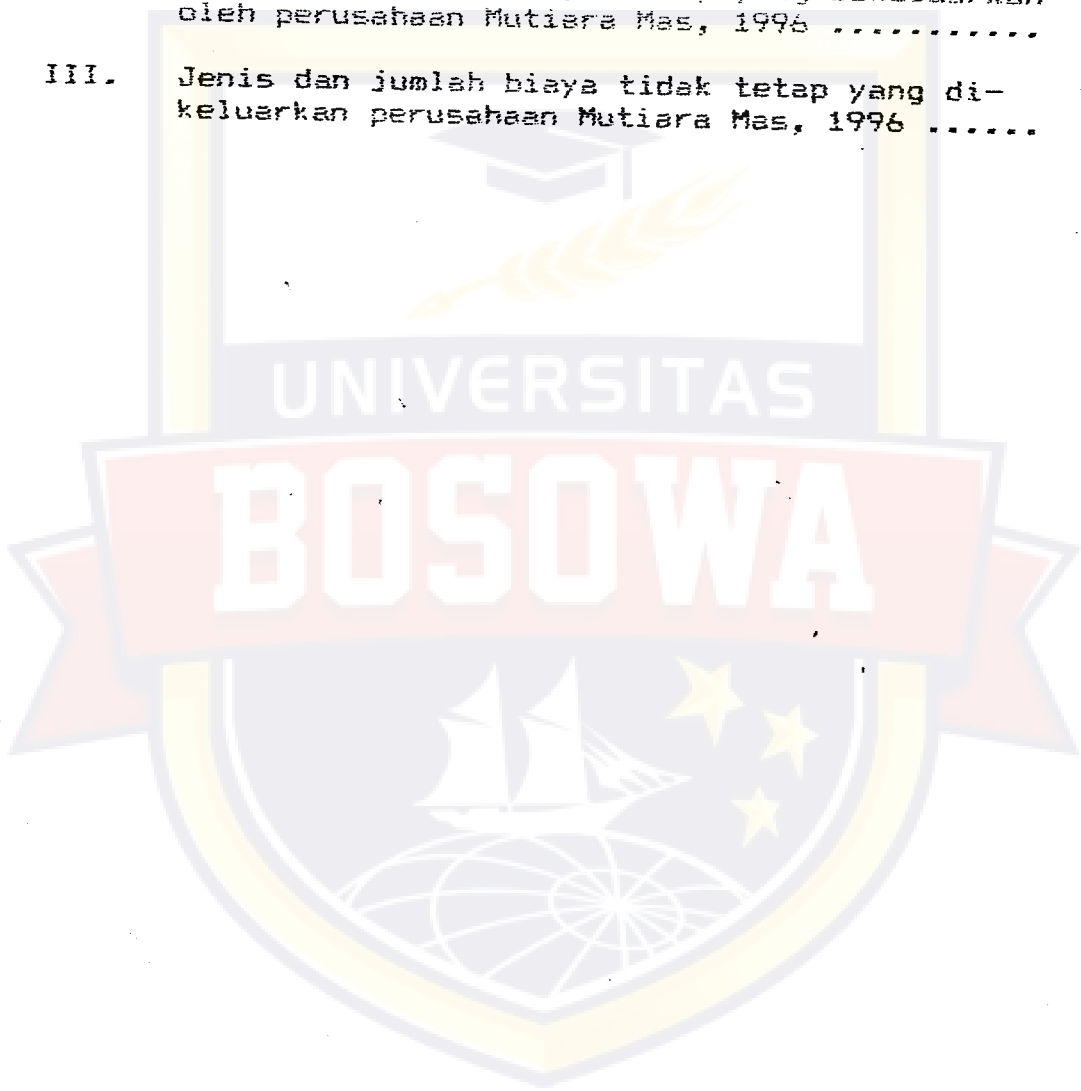
2.2.1	Pengertian Harta Pokok	10
2.2.2	Tujuan Penentuan Harga Pokok	12
2.3.	Pengertian Pemasaran	15
2.4.	Strategi Untuk Meningkatkan Volume Penjualan	17
2.5.	Hipotesis	19
III.	METODE PENELITIAN	20
3.1.	Tempat dan Waktu Penelitian	20
3.2.	Pengumpulan Data	20
3.3.	Metode Analisis	20
3.4.	Konsep Operasional	21
IV.	DESKRIPSI PERUSAHAAN	23
4.1.	Sejarah Singkat Perusahaan	24
4.2.	Struktur Organisasi Perusahaan	26
4.3.	Keadaan Personil Perusahaan	29
4.4.	Perkembangan Produksi Perusahaan	31
4.5.	Sumberdaya Perusahaan	32
V.	HASIL DAN PEMBAHASAN	34
5.1.	Pengadaan Bahan Baku	34
5.2.	Proses Produksi	35
5.3.	Jenis-Jenis Biaya Produksi	39
5.3.1	Biaya Tetap	39
5.3.2	Biaya Variabel (Variabel Cost)	40

5.4. Analisis Penentuan Harga Pokok	42
5.5. Proses Pemasaran	44
5.6. Faktor Mempengaruhi Volume Penjualan.	45
VI. KESIMPULAN DAN SARAN	48
6.1. Kesimpulan	48
6.2. Saran-saran	48
DAFTAR PUSTAKA	49



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
I.	Perkembangan produksi minyak kelapa pada Perusahaan Mutiara Mas pada tahun 1991-1995..	32
II.	Jenis dan jumlah biaya tetap yang dikeluarkan oleh perusahaan Mutiara Mas, 1996	40
III.	Jenis dan jumlah biaya tidak tetap yang dikeluarkan perusahaan Mutiara Mas, 1996	41



DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.	Skema proses produksi minyak kelapa pada perusahaan Mutiara Mas di Ujung Pandang	28
2.	Struktur organisasi pada perusahaan minyak kelapa Mutiara Mas di Ujung Pandang tahun 1995	38



I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini di Indonesia sedang giat melaksanakan pembangunan dalam segala bidang dalam rangka mewujudkan cita-cita menuju pada suatu kehidupan masyarakat yang adil dan makmur. Sejalan dengan laju pembangunan, maka pertumbuhan ekonomi semakin dirasakan pula peranannya dalam turut memperlancar berputarnya roda pembangunan. Tidak dapat diingkari bahwa timbulnya berbagai perusahaan telah turut pula berupaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat, (Anonymous, 1990).

Untuk mencapai hal tersebut, maka menjadi keharusan atau tanggung jawab bagi semua golongan masyarakat maupun lembaga pemerintah dan swasta untuk turut serta mengambil bahagian di dalamnya. Oleh sebab itu maka perusahaan sebagai suatu lembaga harus turut serta mengembangkan kegiatan ekonomi, yaitu melayani kebutuhan-kebutuhan masyarakat dalam bentuk barang dan jasa. Jika dihubungkan dengan tujuan pembangunan nasional yaitu meningkatkan produksi dan pendapatan, maka peranan dari dunia usaha akan lebih jelas lagi. Suatu perusahaan untuk melealisasikan suatu tuntutan pembangunan ekonomi pada dasarnya menciptakan barang dan jasa yang dapat dikonsumsi oleh masyarakat melalui suatu pertukaran.

Di Indonesia produk tersebar dari minyak kelapa dikonsumsi sebagai minyak goreng. Hal ini sesuai dengan pernyataan Taufik Kurahman, Marketing Analyst Asian and Pasifik Coconut Community (APCC), bahwa dari 700-800 ribu ton produksi minyak kelapa Indonesia, sekitar 500 ribu sampai 600 ribu ton dikonsumsi sebagai minyak goreng, (Trubus, Juli 1992).

Di luar negeri, minyak kelapa Indonesia masih harus bersaing dengan berbagai jenis minyak nabati, terutama minyak sawit dan minyak kedelai. Meski harus bersaing ketat dengan minyak jenis lainnya, namun industri minyak kelapa lebih baik kondisinya. Sebab minyak kelapa dapat dikonsumsi untuk makanan dan bahan baku industri.

Persaingan minyak kelapa dengan minyak nabati lain bukan hanya pada pemanfaatannya, tetapi juga harganya. Minyak nabati lain seperti minyak kedelai dan kelapa sawit mempunyai harga yang lebih murah. Namun dalam beberapa hal minyak kelapa masih lebih unggul dalam persaingan tersebut, karena ada beberapa produk yang mau tak mau harus menggunakan minyak kelapa untuk mempertahankan rasa. Bagaimanapun gejolak pasar tentu akan lebih mudah diatasi jika mutu minyak kelapa baik (Ronny, 1993).

Dengan melihat kebijaksanaan pemerintah maka akan memberikan peluang kerja pada dunia usaha yang dalam hal ini bagi perusahaan-perusahaan baik yang berskala besar, menengah maupun yang berskala kecil untuk dapat

mengembangkan usahanya yang dianggap menguntungkan dalam sektor industri agar dapat berkembang dengan cepat. Sebab dengan adanya berbagai perusahaan yang menghasilkan beragam jenis produk dengan penggunaan teknologi yang tepat maka produktivitas dan kualitas produk yang dihasilkan dapat semakin terjamin (Hartanto, 1989).

Pada dasarnya baik perusahaan pabrik maupun perusahaan dagang mempunyai beberapa tujuan yang akan dicapai yaitu mendapatkan keuntungan yang optimum, memenuhi kebutuhan masyarakat dan menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Suatu perusahaan yang ingin mencapai tujuan di atas harus mempunyai konsep pemasaran yang intinya mengkoordinasikan semua kegiatan yang mempengaruhi kepuasan konsumen dengan harga yang terjangkau oleh konsumen (Anonymous, 1988).

Dalam mengembangkan suatu usaha sering ditemui berbagai permasalahan dan apabila masalah-masalah tersebut tidak dapat ditangani dan dikaji dengan teliti akan mengakibatkan hambatan dan pada akhirnya dapat terjadi kegagalan. Salah satu masalah yang biasa timbul dalam suatu perusahaan adalah masalah penggunaan biaya produksi, apabila perusahaan tidak bekerja dengan teliti maka dengan sendirinya akan mempengaruhi jumlah produksi dan penentuan harga pokok serta mempengaruhi kelancaran usaha bahkan dapat mengakibatkan kegagalan bagi perusahaan dan ini berarti tujuan perusahaan yang telah

ditetapkan tidak dapat dicapai sesuai dengan yang diinginkan. Agar perusahaan bekerja dengan efisien maka pihak manajer harus mempunyai informasi yang lengkap menyangkut keseluruhan aspek kegiatan perusahaan sehingga dapat meningkatkan volume penjualan (Anonymous, 1990).

Kebutuhan minyak kelapa memang semakin hari semakin meningkat sehingga perusahaan minyak kelapa Mutiara Mas harus berupaya keras dalam menentukan berbagai biaya produksi dalam menentukan harga pokok dan mengevaluasi pemasaran minyak kelapa yang dilaksanakan. Sebab seperti kita ketahui bahwa masalah persaingan merupakan hal yang penting diperhatikan agar ruang gerak perusahaan dapat lebih ditingkatkan dalam memasarkan produk, sebagaimana yang dilaksanakan pada perusahaan minyak kelapa Mutiara Mas dalam memasarkan minyak kelapa.

1.2 Permasalahan

Dengan bertitik tolak pada latar belakang, maka dapat dikemukakan permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan minyak kelapa Mutiara Mas adalah bagaimana menetapkan harga pokok yang tepat agar dapat meningkatkan volume penjualan.

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan masalah yang telah dirumuskan, maka penelitian ini bertujuan :

- a. Untuk mengetahui penggunaan biaya produksi yang diterapkan oleh perusahaan minyak kelapa Mutiara Mas khususnya dalam penentuan harga pokok penjualan minyak kelapa.
- b. Untuk mengetahui berapa besar harga pokok produksi yang ditetapkan oleh pimpinan perusahaan minyak kelapa Mutiara Mas.

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Sebagai bahan pertimbangan bagi pimpinan perusahaan dalam mengambil kebijaksanaan bagi perusahaan yang bersangkutan.
- b. Sebagai bahan informasi bagi pihak yang memerlukannya.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Biaya dan Biaya Produksi

2.1.1 Pengertian Biaya

Suatu perusahaan dalam memproduksi barang dan jasa memerlukan pengeluaran-pengeluaran yang harus dikorbankan untuk memproduksi barang dan jasa tersebut, pengeluaran tersebut adalah pengorbanan berupa faktor-faktor produksi atau pengorbanan nilai-nilai dari pada faktor-faktor produksi untuk menghasilkan barang dan jasa, (Mubyarto, 1989).

Dalam prakteknya tidak semua pengeluaran dapat dikatakan sebagai biaya, dengan kata lain bahwa pengeluaran yang tidak dapat diklasifikasikan sebagai biaya dapat dikatakan sebagai pemborosan. Seorang pemimpin perusahaan di dalam mengelola suatu perusahaan sangat membutuhkan informasi yang sistematik mengenai biaya, yang sangat membantu pimpinan perusahaan dalam pengambilan keputusan. Untuk itu perlu diketahui berapa besar jumlah pengorbanan yang harus dikeluarkan agar tujuan perusahaan dapat tercapai sesuai yang diinginkan perusahaan tersebut, (R. Soemita Adikoesoemah).

Berikut ini disajikan beberapa pendapat ekonomi mengenai biaya yang dikemukakan oleh Mulyadi dalam bukunya yang berjudul Akuntansi biaya sebagai berikut :

Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang, yang terjadi untuk mencapai suatu tujuan.

Menurut R. Soemito biaya adalah pengorbanan-pengorbanan hanya dapat dianggap sebagai biaya jika dihubungkan antara pengorbanan dapat ditetapkan secara kuantitatif. Sedangkan Hartanto mengemukakan cost adalah biaya-biaya yang dianggap akan memberikan manfaat di waktu yang akan datang dan karenanya merupakan aktiva yang dicantumkan dalam neraca.

Berdasarkan dari beberapa pendapat para ahli tersebut di atas, penulis mengambil kesimpulan bahwa diantara para ahli ekonomi memang ada perbedaan dalam memberi pengertian mengenai biaya. Hal ini tergantung dari sudut pandangnya masing-masing, untuk mendekati pengertian dari pada biaya, tetapi pada prinsipnya sama yaitu biaya adalah pengorbanan sumber-sumber ekonomi yang dapat diukur dengan uang, yang terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk mencapai tujuan tersebut.

2.1.2 Pengertian Biaya Produksi

Dalam suatu perencanaan produksi baik produksi pertanian ataupun produksi lainnya, persoalan biaya menempatkan kedudukan yang amat penting, karena pengambilan keputusan mengenai hal ini perlu menggunakan pertimbangan-pertimbangan yang luas, yang tidak lain pertimbangan-pertimbangan mana sangat diperlukan agar

produksi tercukupi biayanya sehingga prosesnya dapat berlangsung lancar dan penuh keberhasilan.

Biaya produksi akan selalu muncul dalam setiap kegiatan ekonomi, dimana usahanya selalu berkaitan dengan produksi, kemunculannya itu sangat berkaitan dengan diperlukannya input (faktor-faktor produksi) ataupun korbanan-korbanan lainnya yang digunakan dalam kegiatan produksi tersebut. Pada hakekatnya biaya itu adalah sejumlah uang tertentu yang telah diputuskan guna pembayaran input yang diperlukan, sehingga tersedianya sejumlah uang (biaya) itu benar-benar telah diperhitungkan sedemikian rupa agar produksi dapat berlangsung, (A.G. Kartasapoetra, 1988).

Berdasarkan uraian di atas maka biaya produksi dapat didefinisikan sebagai berikut :

biaya produksi adalah biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk mengolah bahan baku menjadi bahan jadi atau mengolah bahan baku menjadi barang setengah jadi (A.G. Karasapoetra, 1988).

Biaya jangka pendek berkaitan dengan penggunaan biaya itu dalam waktu dan atau situasi yang tidak lama, jumlah beberapa masukan (faktor produksi) tidak dapat berubah-ubah. Namun demikian dalam biaya produksi jangka pendek masih dapat dibedakan adanya biaya tetap (Fixed

Cost) dan biaya variabel (Variabel Cost), sedangkan dalam jangka panjang semua faktor produksi adalah biaya variabel (A.G. Kartasoepoetra, 1988).

Kedua jenis biaya tersebut adalah :

a. Biaya Tetap (Fixed Cost)

Perusahaan di dalam menjaga dan mempertahankan kelangsungan hidupnya haruslah senantiasa secara kontinyu mengadakan peningkatan terhadap penjualan produksinya. Hal ini didukung oleh peningkatan kualitas produknya dengan menggunakan biaya produksi yaitu biaya tetap dengan baik. Yang dimaksud dengan biaya tetap adalah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan tidak berpengaruh pada besar kecilnya jumlah produksi dalam suatu periode tertentu (Anonymous, 1992).

b. Biaya Variabel (Variabel Cost)

Produk adalah suatu yang dihasilkan produsen sebagai alat pemenuhan kebutuhan atau keinginan konsumen, yaitu produsen atau pihak perusahaan tentunya harus memperhatikan permintaan dan kebutuhan pasar di dalam pengembangan produknya. Setelah diambilnya keputusan yang menyangkut produk yaitu berapa banyak biaya dan produk yang akan diproduksi. Karena jumlah biaya sangat berpengaruh pada banyaknya produksi, dimana biaya tersebut adalah biaya variabel. Yang dimaksud dengan biaya variabel perusahaan yang berpengaruh langsung pada besar kecilnya jumlah produksi dalam suatu periode tertentu, (Anonymous, 1992).

2.2 Pengertian dan Tujuan Penentuan Harga Pokok

2.2.1 Pengertian Harga Pokok

Sebagaimana telah kita ketahui bahwa sebagian besar dari jenis-jenis perusahaan menghadapi persoalan penentuan harga pokok. Masalah harga pokok ini amat penting, baik dalam perusahaan yang bersifat agraris, perniagaan maupun yang bersifat industri tidak luput dari masalah penentuan harga pokok. Hal penentuan harga pokok ini terutama sangat memegang peranan penting dalam perusahaan yang bersifat industri/industri kecil, (Manullang, M. 1982).

Dalam menentukan harga pokok harus diusahakan untuk mendapatkan harga pokok dengan teliti sebab kesalahan penentuan harga pokok menyebabkan perusahaan dapat mengalami kegagalan. Dalam menentukan harga pokok suatu barang faktor utama yang menjadi bahan pertimbangan perusahaan adalah faktor biaya produksi, harga pesaing dan kekhasan produksi yang dihasilkan. Agar perusahaan dapat melakukan kegiatan pemasarannya dengan baik, (Manullang, M. 1982).

Harga pokok merupakan dasar dari pembentukan harga. Karena harga pokok memberikan tingginya keuntungan yang diperoleh oleh produsen bagi pengorbanan yang telah dilakukannya. Sebaliknya prestasi yang dikorbankan oleh produsen adalah nilai dari barang yang dihasilkan yaitu jumlah nilai dari alat-alat produksi yang telah di-

korbankan untuk menghasilkan barang tersebut, (R. Soemita Adikoesoemah).

Berikut ini dikemukakan pendapat dari ahli ekonomi tentang harga pokok menurut Winardi adalah harga pokok suatu produk adalah jumlah pengorbanan-pengorbanan yang dalam keadaan tertentu, karena tindakan dapat diduga dan kuantitatif dapat diukur, berhubung dengan proses produksi harus dilakukan pada saat tertentu dan dalam kebanyakan hal harus didasarkan atas nilai pengganti kesatuan nilai yang telah dikorbankan.

Menurut Limperg, harga pokok adalah gambaran kuantitatif dari pengorbanan (yang bertujuan), yang harus dilakukan oleh produsen pada penukaran barang-barang atau jasa-jasa yang ditawarkan di pasar.

Dalam buku Manullang dikemukakan bahwa harga pokok adalah jumlah biaya yang seharusnya untuk memproduksi sesuatu barang ditambah dengan biaya-biaya seharusnya lainnya, hingga barang itu berada di pasar.

Dari uraian tersebut di atas maka dapat disimpulkan bahwa harga pokok adalah penjumlahan biaya-biaya yang diukur secara terus menerus dalam uang atau yang potensial harus dikeluarkan untuk mencapai suatu tujuan yang sehubungan dengan kegiatan memproduksi atau menjual barang dan jasa.

2.2.2 Tujuan Penentuan Harga Pokok

Produsen harus mengetahui besarnya pengorbanan yang dilakukan pada penukaran barangnya, baik sebagai dasar untuk menetapkan penawarannya di pasar, maupun untuk menetapkan pendapatan yang diperolehnya pada penukaran, sehingga diketahui apakah penukaran itu menghasilkan laba atau tidak. Dengan demikian maka tujuan dari penentuan harga pokok adalah untuk menetapkan laba penukaran yaitu laba untuk tiap transaksi penukaran, yang terdiri dari selisih yang menguntungkan antara harga pokok.

Pengaruh yang dapat dilakukan oleh produsen terhadap pembentukan harga berbeda menurut bentuknya pasar dimana ia bertindak sebagai penawar dan menurut luasnya penawaran. Akan tetapi terlepas dari pengaruh ini, produsen harus mengetahui harga pokok agar ia dapat mengetahui apakah transaksi penukaran itu sendiri atau dalam hubungannya dengan transaksi-transaksi penukaran lainnya dapat dipertanggung jawabkan secara ekonomis. Harga pokok juga merupakan bahan yang penting pada politik harga.

Tujuan penentuan harga pokok oleh Winardi mengemukakan sebagai berikut :

- Sebagai dasar bagi para penawar
- Dasar guna menentukan hasil perusahaan yang berlaku
- Penilaian mengenai harga-harga pasar yang berlaku
- Alat guna mengontrol efisiensi perusahaan

Menurut Cost Accountants Handbook, yang diterbitkan oleh Theodore Lang tujuan harga pokok adalah :

- Untuk mengontrol pengeluaran-pengeluaran
- Untuk menetapkan harga dari barang-barang hasil produksi
- Untuk memberikan dasar guna kebijaksanaan operasi perusahaan.

Tujuan penentuan harga pokok menurut Matz Curry dan Frank dalam bukunya Cost Accounting ialah :

- Untuk menetapkan biaya-biaya menurut barang yang dibuat menurut prosesnya, pesanan, satuan-satuan atau bagian-bagian.
- Untuk mengontrol pengeluaran-pengeluaran yang berhubungan dengan proses produksi, distribusi atau administrasi dari perusahaan.
- Untuk memberikan suatu dasar guna menaksir biaya-biaya dari suatu barang hasil produksi dan dengan itu kemungkinan untuk menetapkan suatu barang yang menguntungkan.
- Untuk memberikan kemungkinan pada management agar berdasarkan kebijaksanaan operasinya pada keterangan-keterangan yang diberikan oleh bagian biaya.

Tujuan penentuan harga pokok menurut Mellerowicz dalam bukunya Kosten und Kostenrechnung ialah :

- a. Pembentukan harga
- b. Kontrol perusahaan
- c. Disposisi dan politik perusahaan.

Menurut Simon dalam bukunya Perhitungan Harga Pokok dan Organisasi Administrasi Pabrik Tujuan dari penentuan harga pokok adalah :

- a. Untuk memberikan bantuan guna mendekati harga yang dapat dicapai.
- b. Untuk menilai harga-harga yang dapat dicapai atau ditawarkan dari pendirian ekonomi perusahaan sendiri.
- c. Untuk menilai penghematan dari proses produksi.
- d. Untuk menilai barang-barang yang masih dikerjakan.
- e. Untuk penetapan yang terus menerus dan analisa dari hasil-hasil perusahaan.

Tujuan penentuan harga pokok menurut Manullang dalam bukunya Pengantar Ekonomi perusahaan adalah :

- Untuk dapat menetapkan harga penjualan
- Untuk menentukan akan perusahaan bekerja secara daya guna atau tidak.
- Untuk kebutuhan perhitungan neraca.

Dengan memperhatikan arti dan tujuan penentuan harga pokok tersebut di atas jelaslah bahwa tanpa perhitungan harga pokok yang sebaik-baiknya bagi suatu perusahaan dapat menimbulkan kesulitan dan kerugian-kerugian sehingga kontinuitas perusahaan sewaktu-waktu terganggu. Misalnya saja jika harga pokok terlalu rendah akan meng-

akibatkan barang yang ditawarkan menderita kerugian dan dapat pula merusak harga pasar sehingga merugikan pula produsen-produsen lain. Sebaliknya jika harga pokok terlalu tinggi akan mengakibatkan barang tersebut tidak laku karena adanya persaingan dengan perusahaan-perusahaan lain. Sebab harga pokok itu dapat dipergunakan untuk memecahkan masing-masing masalah produksi.

2.3 Pengertian Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha atau perusahaan dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya untuk berkembang dan mendapatkan laba. Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan pembeli atau konsumen (Stanto, 1979).

Pelaksanaan pemasaran dewasa ini adalah untuk mencapai tujuan yang semaksimal, dimana peranannya adalah usaha untuk meningkatkan volume penjualan. Olehnya itu bagian produksi dan pemasaran harus mempunyai jaringan informasi yang lengkap dengan keputusan dalam memasuki persaingan pasar sehingga memungkinkan untuk mencapai sasaran. Namun tidak menutup kemungkinan semua situasi ini bisa mendorong timbulnya suatu konsep pemasaran baru dari konsep pemasaran tersebut, diantara usulan konsep

yang diajukan adalah konsep manusiawi, konsep konsumsi dan konsep ekologis. Semuanya melihat masalah yang sama walaupun ditinjau dari sudut yang berbeda-beda (Kotler, 1989).

Pemasaran adalah semua kegiatan yang bertujuan untuk memperlancar arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen secara efisien dengan makna menciptakan permintaan efektif. Untuk memenuhi kebutuhan ini maka harus diciptakan pertukaran yang sangat menguntungkan, dimana di dalam proses kegiatan pemasaran tersebut dua pihak yang sangat membutuhkan dan saling melayani yaitu produsen sebagai penghasil barang berusaha dalam proses ini memberikan kepuasan dan menerima dari konsumen sebagai imbalan, jadi kebutuhan konsumen dapat terpenuhi dengan jalan mencari orang lain yang bisa melayaninya (Nitisenito, 1991).

Secara normal pembeli suatu barang dari berbagai sumber, pilihan dan minat mereka selalu berubah namun kebanyakan perusahaan tidak siap untuk mempertahankan kelangsungan usahanya dalam pemasaran karena perubahan yang terjadi begitu cepat di dalam masyarakat. Jadi pasar adalah kegiatan yang mempunyai keinginan untuk membelanjakan (Swastha dan Sukatjo, 1991).

Sedangkan foster berpendapat yang disadur oleh Winardi di dalam bukunya Asas-asas Marketing ada delapan (8) pokok pengertian pemasaran yang meliputi :

1. Pemasaran adalah sifat yang menyatakan bahwa perusahaan dipengaruhi oleh pasar, oleh konsumen dan bukan oleh produsen.
2. Pemasaran adalah suatu proses yang sistematik berurutan nilai dari perencanaan dan pengawasan usaha.
3. Pemasaran adalah bentuk organisasi yang telah diperbaiki terus menerus dengan adanya pembangunan teknologi dan lain-lain.
4. Pemasaran menggunakan metode dan sistem yang diperbaiki berdasarkan hukum ilmiah yang ditarik dari ilmu ekonomi, statistik, keuangan dan ilmu perilaku konsumen.
5. Pemasaran adalah suatu sistem kecerdasan komersial.
6. Pemasaran merupakan suatu metode untuk mencapai suatu strategi perusahaan yang dinamis.
7. Pemasaran memberikan dorongan untuk penemuan baru.
8. Pemasaran adalah suatu bentuk management yang obyektif.

2.4 Strategi untuk Meningkatkan Volume Penjualan

Kesempatan yang dimanfaatkan oleh perusahaan tergantung dari tujuan pendiriannya. Laba bukanlah tujuan akhir perusahaan, melainkan syarat yang diperlukan menyangkut beberapa aspek agar perusahaan dapat melaksanakan misinya. Oleh karena itu perusahaan dituntut ber-

usaha bagaimana meningkatkan pertumbuhan yang cepat serta mempertahankannya selama mungkin dicapai dengan jalan :

- Meningkatkan kualitas produk, menambah modal ataupun segi produk lainnya.
- Mencari segmen/pangsa pasar yang baru, golongan pembeli lain yang selama ini belum mengetahui produk tersebut yang perlu didorong untuk bersedia membeli.
- Selalu mencari saluran distribusi yang baru untuk lebih mampu memperbesar distribusinya.
- Mengadakan periklanan dalam hal ini periklanan yang dilakukan tidak lagi memperkenalkan produk tetapi untuk meyakinkan kepada pembeli bahwa produk yang diusahakan itu adalah baik. Jadi perusahaan akan menciptakan berulang-ulang (Anonymous, 1992).

Perlu ditambah bahwa apabila penurunan harga pada tahap ini cukup berpengaruh untuk menarik golongan pembeli yang akan peka terhadap harga. Penentuan harga yang efisien atas suatu barang merupakan masalah yang sulit bagi suatu perusahaan, hal ini disebabkan karena semua didasarkan pada biaya persaingan, permintaan yang ada serta laba. Tetapi kombinasi optimal dari faktor-faktor tersebut berbeda-beda sesuai sifat produknya.

Tujuan-tujuan yang hendak dicapai suatu perusahaan di dalam menetapkan harga suatu barang yang terpenting di usahakan adalah laba maksimum, volume penjualan tertentu kembalinya modal yang tertanam dalam jangka waktu tertentu dan penguasaan pasar.

2.5 Hipotesis

Bertitik tolak dari kerangka pemikiran maka timbul hipotesis yaitu : harga pokok yang ditetapkan masih lebih tinggi sehingga tingkat keuntungan yang diperoleh masih rendah.



III. METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Jalan Buru, Kotamadya Ujung Pandang pada perusahaan Minyak Kelapa Mutiara Mas. Dan penelitian ini berlangsung dari bulan Februari sampai bulan April 1996.

3.2 Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data dan informasi dalam penelitian ini, digunakan dua sumber data yaitu :

1. Data primer yaitu data yang diperoleh dari wawancara langsung dengan pimpinan perusahaan dan karyawan/staf perusahaan minyak kelapa Mutiara Mas.
2. Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari instansi yang berhubungan dengan penulisan ini.

3.3 Analisis Data

Untuk membahas dan menganalisa masalah pokok dalam penulisan ini, maka metode analisis yang digunakan adalah metode analisis penentuan harga pokok yaitu :

$$HP = \frac{TFC + TVC}{JP}$$

Dimana :

HP = Harga Pokok

TFC = Total Fixed Cost

TVC = Total Variabel Cost

JP = Jumlah Produksi

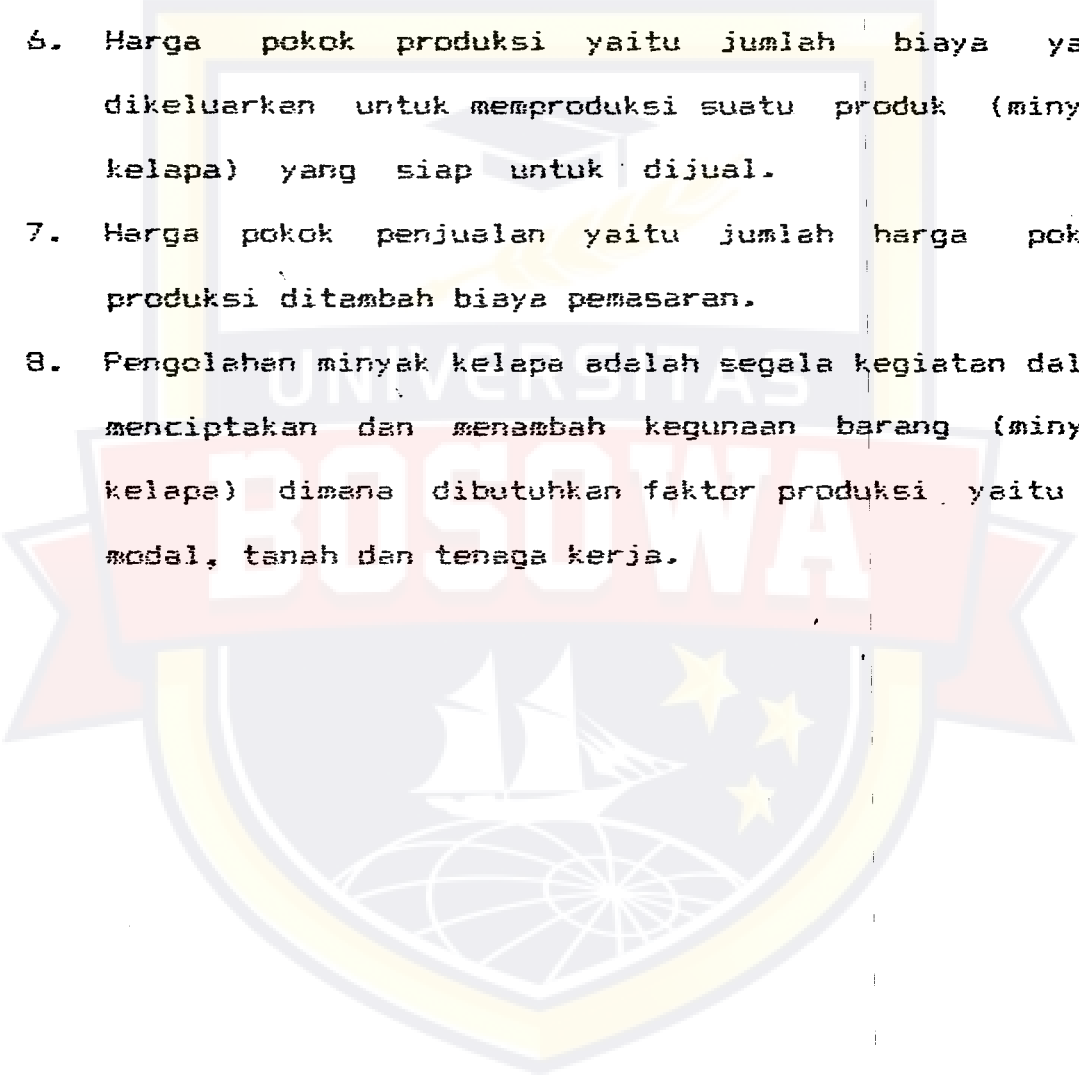
$$\text{HP Produksi} = \frac{\text{TFC} + \text{TVC}}{\text{JP}}$$

HP Penjualan = HP Produksi + Biaya Pemasaran

3.4 Konsep Operasional

Dalam pelaksanaan ini ada beberapa pengertian yang dipakai sebagai konsep operasional adalah :

1. Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang, yang terjadi untuk mencapai tujuan.
2. Biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan atau digunakan dalam memproduksi suatu barang.
3. Biaya tetap (Fixed Cost) adalah biaya yang dikeluarkan tidak berpengaruh pada besar kecilnya produksi minyak kelapa pada perusahaan Fa. Mutiara Mas. Misalnya Penyusutan alat, pajak dan drum.
4. Biaya variabel (Variabel Cost) adalah biaya yang dikeluarkan/digunakan oleh perusahaan Fa. Mutiara Mas tidak berpengaruh pada besar kecilnya produksi minyak kelapa, misalnya : kopra, minyak tanah, biaya

- pemasaran, listrik, telepon, gaji karyawan dan pembayaran air.
5. Harga pokok adalah jumlah biaya yang digunakan untuk memproduksi suatu barang (minyak kelapa) hingga barang berada di pasar.
 6. Harga pokok produksi yaitu jumlah biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi suatu produk (minyak kelapa) yang siap untuk dijual.
 7. Harga pokok penjualan yaitu jumlah harga pokok produksi ditambah biaya pemasaran.
 8. Pengolahan minyak kelapa adalah segala kegiatan dalam menciptakan dan menambah kegunaan barang (minyak kelapa) dimana dibutuhkan faktor produksi yaitu : modal, tanah dan tenaga kerja.
- 

IV. DISKRIPSI PERUSAHAAN

4.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Perusahaan ini merupakan sebuah perusahaan dalam bentuk Firma (Fa) dengan nama pabrik minyak kelapa Mutiara Mas. Perusahaan tersebut didirikan pada tanggal 21 Oktober tahun 1972 yang berlokasi di Jalan Buru nomor 92 kemudian pada tahun 1996 dipindahkan ke Kawasan Industri Makassar (PT. KIMA) Kotamadya Ujung Pandang.

Pada awalnya perusahaan ini dalam memproduksi minyak kelapa hanya menggunakan satu mesin, yang merupakan mesin rakitan sendiri. Karena semakin ketatnya persaingan di antara perusahaan maka perusahaan Mutiara Mas pada tahun 1975 menambah satu buah mesin lagi.

Melihat perkembangan dari tahun ke tahun perusahaan sejenis akan mendirikan suatu usaha sama, membuat dan mendorong pimpinan perusahaan untuk lebih mengutamakan/memperhatikan mutu produk dan pelayanan terhadap pelanggan. Hal tersebut di atas merupakan faktor yang sangat penting dalam kelangsungan perusahaan. Akhir-akhir ini permintaan terhadap produk ini (minyak kelapa) semakin meningkat, dengan demikian kebutuhan terhadap tenaga kerja juga akan bertambah baik dari bagian produksi maupun bagian pemasaran. Perusahaan Mutiara Mas sampai saat ini menyerap tenaga kerja sebanyak 32 orang.

Kemudian pada tahun 1983 perusahaan menambah dua buah mesin karena sejak berdirinya perusahaan ini senantiasa meyakinkan masyarakat tentang kualitas mengenai produk yang dihasilkannya. Sehingga dengan demikian produk tersebut lebih dikenal oleh masyarakat/konsumen. Hal ini dapat terlihat dengan semakin meningkatnya permintaan di pasar dan masyarakat.

4.2 Struktur Organisasi

Dalam usaha pencapaian tujuan suatu organisasi perusahaan atau lembaga apapun, struktur organisasi memegang peranan penting. Sebab itu dapat dikatakan bahwa struktur organisasi merupakan salah satu syarat usaha pencapaian tujuan. Karena itu setiap organisasi perusahaan jika ingin sukses maka harus membuat struktur organisasi yang dianggap paling efektif dan dapat diterapkan dalam perusahaan tersebut.

Perusahaan yang baik adalah perusahaan dimana para karyawan tahu akan tugas dan tanggung jawabnya masing-masing dalam menjalankan tugas. Untuk itulah diperlukan adanya struktur organisasi yang baik, karena struktur organisasi menggambarkan batas-batas tugas, kewajiban dan tanggung jawab. Sebaliknya bila tanpa adanya struktur organisasi yang rapi dan teratur maka akan dapat menyebabkan terjadinya kesimpang siuran dalam menjalankan tugas dari masing-masing karyawan yang pada gilirannya

akan menghambat perusahaan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Disamping itu pimpinan perusahaan sebagai atasan haruslah orang yang cakap, berpandangan luas, berpengalaman dan mempunyai kemampuan berorganisasi sehingga dia dapat menjadi contoh dari bawahannya. Karena perusahaan merupakan suatu jaringan antara beberapa fungsi, dapat bekerja sama dengan baik bila terdapat adanya pembagian tugas, wewenang dan tanggung jawab yang jelas, sehingga setiap personil dapat berjalan sesuai dengan fungsinya masing-masing. Dengan demikian maka efisiensi dalam suatu perusahaan dapat dilihat pada baik buruknya struktur organisasi dalam perusahaan yang bersangkutan.

Begitu pula halnya pada perusahaan Mutiara Mas yang merupakan salah satu perusahaan industri yang memproduksi minyak kelapa, dalam melaksanakan kegiatannya dipimpin oleh seorang direktur dan dibantu oleh seorang wakil, membawahi beberapa bagian, dengan tujuan dan tanggung jawab pada masing-masing bagian tersebut.

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada skema yang memperlihatkan struktur organisasi pada perusahaan minyak kelapa Mutiara Mas dalam kegiatan operasional perusahaan sehari-hari mengenai pembagian tugas dan wewenang.

Adapun susunan/struktur organisasi perusahaan minyak kelapa Mutiara Mas mengenai pembagian tugas dan wewenang masing-masing yaitu :

a. Direktur

Pabrik ini dipimpin oleh seorang Direktur yang bertanggung jawab sepenuhnya terhadap segala kegiatan perusahaan secara keseluruhan. Hal ini untuk dipertanggungjawabkan pada rapat pemegang saham secara periodik. Dalam pelaksanaan tugas sehari-hari ia didampingi oleh wakil direktur yang bertugas untuk kelancaran jalannya perusahaan.

b. Sekretaris

Untuk melancarkan perkembangan perusahaan sekretaris membantu direktur dalam melakukan tugasnya, dimana direktur selalu kerja sama dengan sekretaris dalam mengambil keputusan dalam perusahaan.

c. Bagian Produksi

Dalam tugasnya menyusun rencana produksi, memberikan saran dan usul tentang peningkatan efisiensi kerja serta tanggung jawab dilakukan oleh semua bagian produksi. Rencana produksi dilakukan oleh kepala bagian produksi, yaitu berapa banyak minyak yang akan diproduksi sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen.

d. Bagian Administrasi dan Keuangan

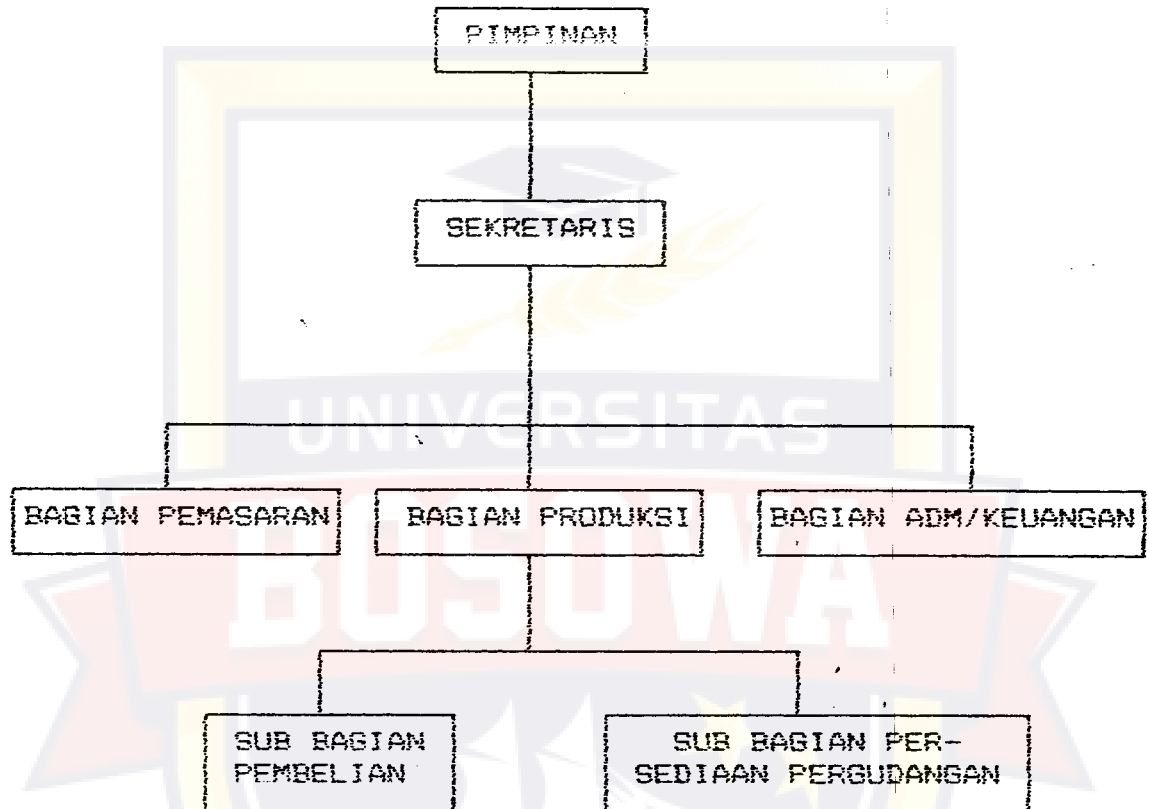
Dalam tugasnya menyusun rencana administrasi dan keuangan, memberikan saran dan usul dalam pelaksanaan keuangan dan administrasi umum serta tanggung jawabnya ia

dibantu oleh dua kepala seksi yang seksi administrasi umum dan seksi keuangan. Kedua seksi ini bertanggung jawab kepada kepala bagian terhadap segala tugas dan tanggung jawab yang dibebankan kepadanya.

e. Bagian Pemasaran

Dalam tugasnya menyusun rencana adanya pembelian dan penjualan, memberikan juga saran dan usul tentang bagaimana untuk meningkatkan kelancaran pembelian dan penjualan serta semua hal yang berhubungan dengan pemasaran. Dalam tugasnya dibantu oleh dua seksi yaitu seksi pembelian dan seksi penjualan. Setiap kepala seksi bertugas dan bertanggung jawab terhadap apa yang telah dibebankan dan ditugaskan kepadanya.

STRUKTUR ORGANISASI
PABRIK MINYAK KELAPA MUTIARA MAS
DI UJUNG PANDANG



4.3 Keadaan Personil Perusahaan

Pada dasarnya baik perusahaan pabrik maupun perusahaan pabrik perusahaan dagang mempunyai beberapa tujuan yang akan dicapai yaitu mendapatkan keuntungan yang optimum, memenuhi kebutuhan masyarakat dan menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Untuk mencapai tujuan perusahaan di atas maka perusahaan harus mempunyai tenaga kerja yang cukup terampil dan bertanggung jawab.

Tenaga kerja dalam suatu perusahaan merupakan modal atau faktor penunjang kelangsungan perusahaan. Dimana tenaga kerja merupakan aspek yang penting dalam mengelola dan melakukan berbagai kegiatan dalam setiap tahap produksi mulai dari pengadaan bahan baku, pengolahan dan sampai pada pemasaran produk. Tenaga kerja dapat dilihat berdasarkan pada kemampuan dalam mengelola suatu bidang tertentu, karena berhasilnya suatu usaha bukan saja karena ketersediaan modal yang cukup tetapi kemampuan dari faktor tenaga kerja juga. Hal itulah menurut Soikijo bahwa sisi yang penting dari sumber daya manusia adalah aspek fisik (kualitasnya) dan aspek non fisik (kemampuan berfikir, bekerja dan keterampilan yang dimiliki dapat diterapkan).

Sumber daya manusia dalam hal ini tenaga kerja merupakan salah satu faktor produksi yang penting

peranannya, jumlah dan kualitas serta produktivitas dari tenaga kerja yang dimiliki oleh perusahaan minyak kelapa Fa. Mutiara Mas adalah merupakan aspek penting dalam mengendalikan jalannya perusahaan. Jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan memang masih banyak dipengaruhi dan dikaitkan dengan kualitas tenaga kerja, jenis kelamin dan upah tenaga kerja. Sebab keberhasilan dalam suatu perusahaan sangat ditentukan oleh tenaga kerja atau karyawan sehingga dalam menjalankan pekerjaan (proses produksi) dapat berjalan dengan baik.

Jumlah tenaga kerja yang ada pada perusahaan minyak kelapa Fa. Mutiara Mas adalah sebanyak tiga puluh dua (32) orang, yaitu empat (4) orang perempuan dan dua puluh delapan (28) orang laki-laki, yang umumnya berpendidikan SMP (Sekolah Menengah Pertama) dan SMA (Sekolah Menengah Atas), kecuali yang bagian staf ada yang berpendidikan Sarjana. Sebab skala usaha sangat mempengaruhi besar kecilnya tenaga kerja yang dibutuhkan dan menentukan macam tenaga kerja yang bagaimana yang akan diperlukan.

4.4 Perkembangan Produksi Minyak Kelapa

Suatu produk yang telah dihasilkan perusahaan mesti senantiasa diusahakan agar bagaimana nantinya produk itu dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan mencapai tingkat kepuasan yang maksimal. Namun selain dari pada itu perusahaan kualitas dari produk yang dihasilkan, agar konsumen/pelanggan dapat dipertahankan bahkan ditingkatkan. Selain itu juga agar produk dapat tiba ke tangan konsumen tepat pada waktunya, sesuai dengan kebutuhan.

Pihak konsumen, di dalam hal membeli suatu produk tentunya banyak kesempatan untuk memilih berbagai jenis produk yang ada di pasaran, dengan membandingkan kualitas dan tingkat harga.

Perusahaan minyak kelapa Fa. Mutiara Mas dalam menjalankan aktivitasnya senantiasa berusaha untuk mengadakan peningkatan produksi baik secara kuantitas maupun kualitas guna memenuhi permintaan konsumen minyak kelapa dan menjaga kontinuitas perusahaan.

Dalam bidang produksi, terjadi peningkatan volume produksi minyak kelapa dari tahun ke tahun. Namun perkembangan volume produksi itu tidak merata, tetapi dalam produksinya mengalami peningkatan.

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 1. Tabel Perkembangan Produksi Minyak Kelapa Fa. Mutiara Mas di Ujung Pandang, 1996.

Tahun	Produksi (Kg)	Penambahan (Kg)
1991	160.000	-
1992	163.150	3.150
1993	165.950	2.800
1994	168.500	2.550
1995	172.200	3.700

Sumber : Perusahaan minyak kelapa Fa. Mutiara Mas, 1996.

Dari tabel tersebut di atas menunjukkan bahwa produksi minyak kelapa pada Fa. Mutiara Mas di Ujung Pandang pada tahun 1991 - 1995 mengalami peningkatan tetapi pada tahun 1993 - 1994 penambahan produksinya mengalami penurunan, karena persediaan bahan baku berkurang. Hal ini disebabkan adanya musim kemarau yang panjang (kekeringan), sehingga menyebabkan harga kopra naik dan persediaannya berkurang.

4.5 Sumberdaya Perusahaan

Sumberdaya peralatan mutlak diperlukan dalam melaksanakan kegiatan atau proses yang ada dalam perusahaan untuk menghasilkan suatu produk.

Perusahaan minyak kelapa Fa. Mutiara Mas adalah sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang pengolahan kopra menjadi minyak kelapa dan hasilnya dipasarkan guna memenuhi kebutuhan konsumen.

Sumberdaya yang dimiliki perusahaan adalah terdiri dari : sarana/peralatan, manusia dan finansial. Sumber daya manusia atau tenaga kerja memegang peranan penting dalam sebuah perusahaan untuk melaksanakan aktifitas perusahaan.

Untuk memperlancar aktifitas pada perusahaan minyak kelapa Fa. Mutiara Mas maka diperlukan sumberdaya teknologi peralatan/sarana berupa : mesin-mesin, peralatan kantor dan administrasi, peralatan prosesing dan sarana berupa bangunan kantor, gudang dan bak-bak penampungan. Sumberdaya finansial yang dimiliki perusahaan adalah berasal dari fasilitas perkreditan, dimana bantuan yang berupa dana ini digunakan untuk pembelian peralatan produksi dan sebagian untuk pengembangan usaha atau modal kerja.

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Pengadaan Bahan Baku

Untuk menjamin kesinambungan proses produksi suatu perusahaan industri, maka persediaan bahan baku memegang peranan penting, semua perusahaan industri, baik kecil, menengah maupun industri besar disengaja atau tidak disengaja akan selalu mempunyai bahan baku hanya saja dalam jumlah yang berbeda.

Bahan baku primer dan bahan baku sekunder sangat penting dalam proses produksi karena tanpa itu kegiatan perusahaan akan berhenti. Untuk memenuhi bahan baku primer dan bahan baku sekunder perusahaan minyak kelapa Fa. Mutiara Mas menempuh dengan proses pembelian kopra dari petani melalui pedagang pengumpul, yaitu kopra dibeli oleh pedagang pengumpul dari petani dengan sistem mengadakan langganan dengan petani kopra di daerah Polewali Mamasa, Mamuju dan Mejene. Kemudian pembelian kopra oleh perusahaan dari pedagang pengumpul dengan mengadakan sistem langganan pula. Dan apabila permintaan dari perusahaan tidak dapat dipenuhi maka pihak perusahaan membelinya dari Sulawesi Selatan pemasok dan perusahaan tidak terikat mengenai harga, dimana harga yang dipasang oleh pemasok sama dengan harga yang ada di pasaran.

Dalam pembelian ini kopra di beli dengan harga Rp. 600-650 per Kilogram.

5.2 Proses Produksi

Produksi adalah suatu rangkaian kegiatan pengolahan bahan baku dengan menggunakan peralatan dan tenaga kerja yang menghasilkan suatu barang atau produk.

Bahan baku utama yang dibutuhkan pada proses pembuatan minyak kelapa ini adalah kopra. Sebelum meninjau hasil produksi minyak kelapa yang dihasilkan oleh perusahaan Mutiara Mas terlebih dahulu akan dijelaskan proses produksinya. Dalam mengelolah bahan baku menjadi bahan jadi perusahaan minyak kelapa Fa. Mutiara Mas menggunakan alat-alat/mesin sebagai berikut :

- Mesin cincang/pemotong merupakan alat yang digunakan untuk memotong kopra.
- Mesin penghancuran digunakan untuk menghaluskan kopra yang sudah dipotong.
- Mesin penggoreng (cooker) merupakan alat yang digunakan untuk menggoreng kopra yang sudah dihaluskan mesin penghancur.
- Mesin press/peras digunakan untuk memeras kopra yang telah digoreng.
- Elevator adalah alat penghantar dalam melakukan proses produksi.

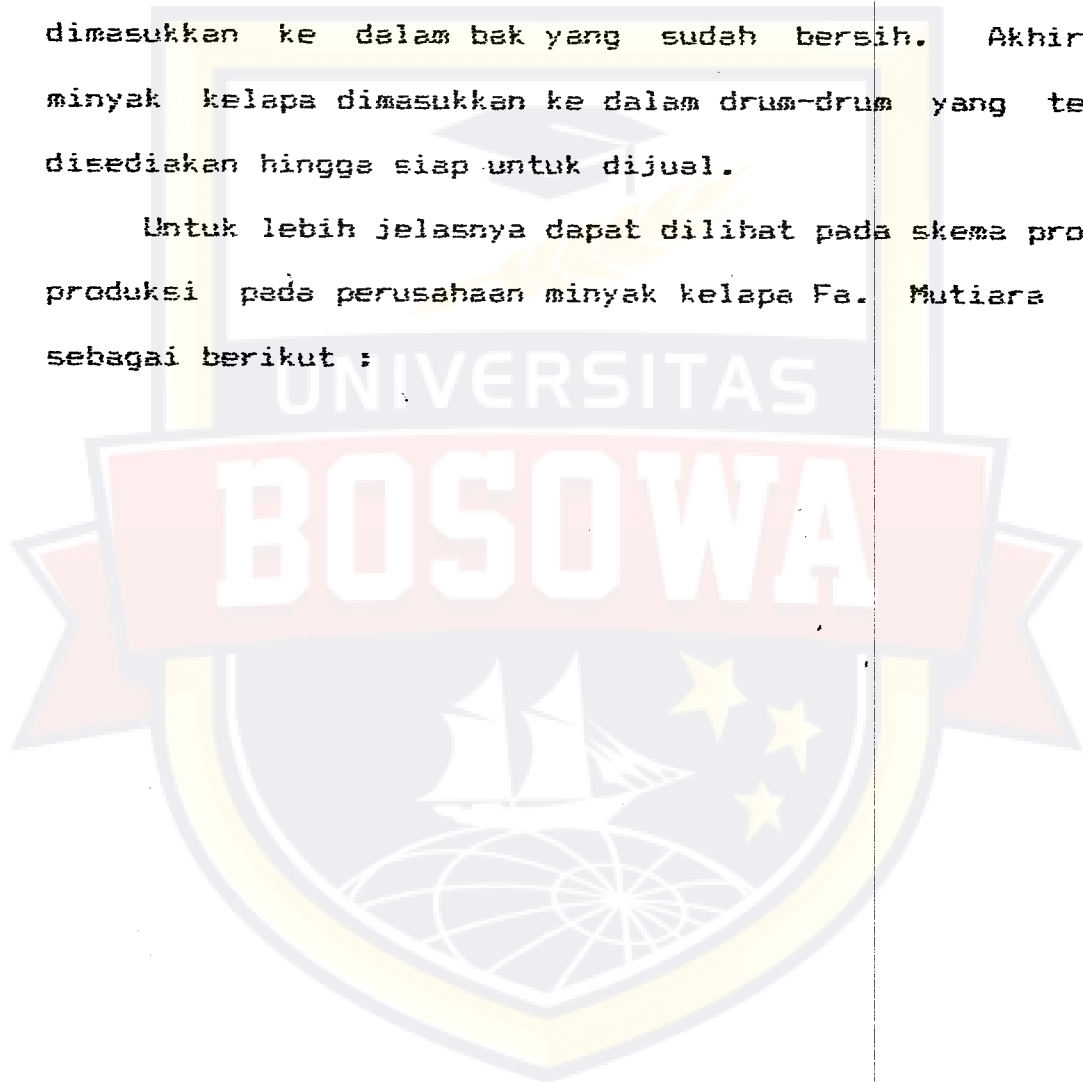
- Mesin penyaring/filter press adalah alat yang digunakan untuk menyaring/membersihkan kotoran yang ada pada minyak kelapa.
- Bak penampungan digunakan untuk menampung minyak kelapa yang keluar dari mesin press II.
- Tangki/bak digunakan untuk menampung minyak kelapa yang telah disaring.

Dengan melihat alat-alat dan bahan yang digunakan maka proses produksi minyak kelapa adalah pertama-tama kopra dikeluarkan dari gudang kemudian dimasukkan ke dalam mesin cincangan/pemotong untuk diperkecil. Pengolahan selanjutnya adalah dimasukkan ke dalam mesin cincangan/pemotong untuk diperkecil. Pengolahan selanjutnya adalah dimasukkan ke dalam mesin menghancurkan pertama (mesin pamarut). Kopra yang telah dihaluskan dimasukkan ke dalam mesin penggorengan Pertama yang dipanasi dari mesin elevator dengan suhu 80°C - 90°C selama 45 sampai 90 menit. Kemudian dilanjutkan ke dalam mesin pres pertama, dimana kopra tersebut masih mengandung minyak sehingga perlu dihaluskan dan dimasukkan ke dalam mesin penggorengan kedua dalam 30 menit sampai 60 menit.

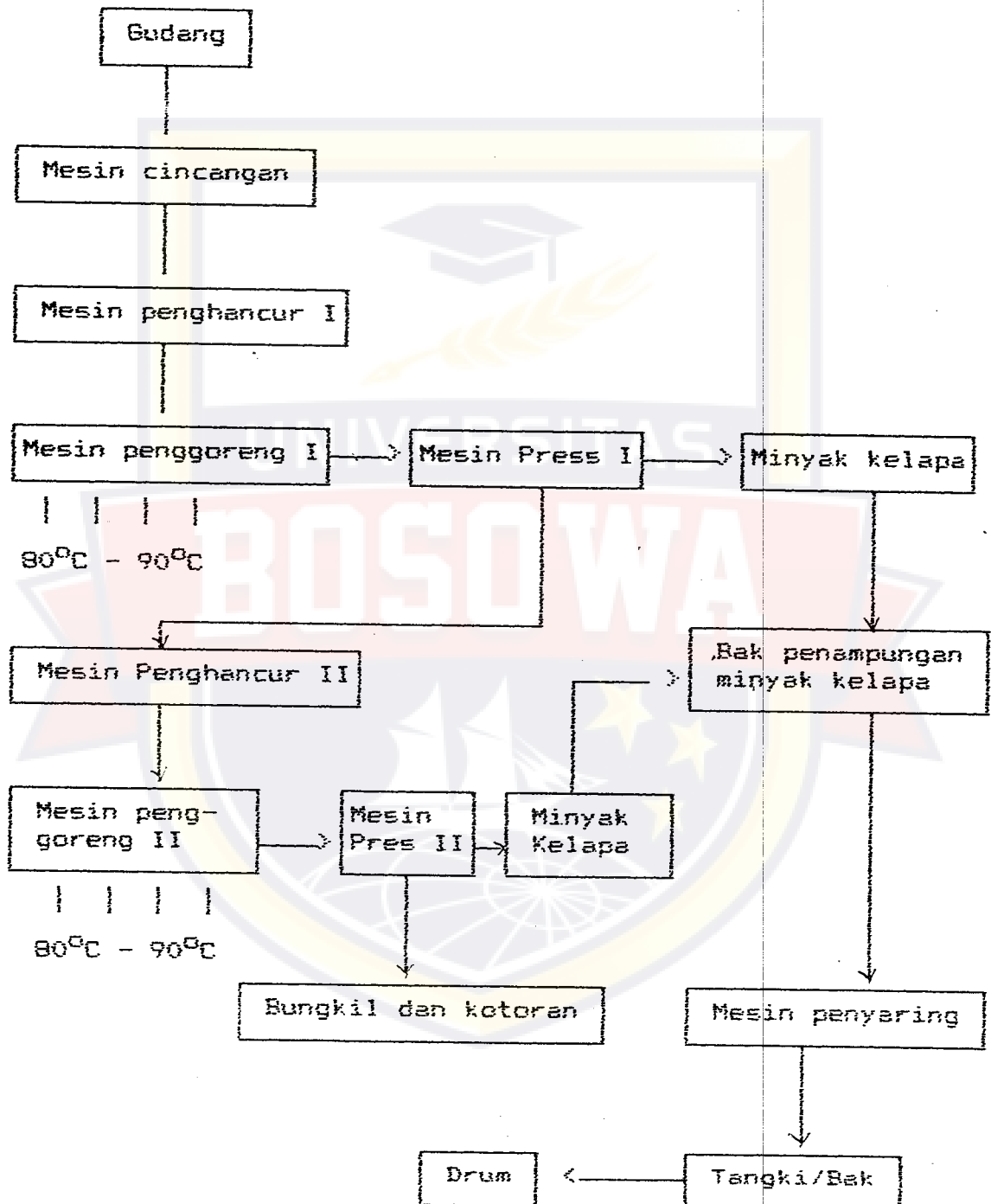
Setelah dimasukkan ke dalam mesin penggoreng kedua, tahap selanjutnya adalah dimasukkan ke dalam mesin press kedua untuk mendapatkan minyak kelapa yang lebih banyak. Minyak kelapa ini akan bersatu dengan minyak kelapa terdahulu sedangkan pada saluran lainnya keluar bungkil

sekitar 5 sampai 10 %. Minyak kelapa yang dihasilkan mengalir keluar melalui pipa, kemudian dimasukkan ke dalam bak penampungan minyak untuk dibersihkan dari kotoran-kotoran/ampas dengan menggunakan pompa pengisap dan disalurkan ke dalam mesin penyaring. Selanjutnya dimasukkan ke dalam bak yang sudah bersih. Akhirnya minyak kelapa dimasukkan ke dalam drum-drum yang telah disediakan hingga siap untuk dijual.

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada skema proses produksi pada perusahaan minyak kelapa Fa. Mutiara Mas sebagai berikut :



Skema proses produksi pada perusahaan minyak kelapa
Mutjara Mas di Ujung Pandang



5.3 Jenis-Jenis Biaya Produksi

Di dalam melakukan kegiatan operasional suatu perusahaan, maka tidak terlepas dari kebutuhan biaya untuk menjamin kelancaran kegiatan perusahaan tersebut. Oleh karena itu diperlukan adanya suatu pengaturan penggunaan dana yang efektif dan efisien untuk membiayai kegiatan perusahaan tersebut.

Seorang pimpinan perusahaan di dalam mengelolah suatu perusahaan sangat membutuhkan informasi yang sistematik mengenai biaya. Informasi mengenai biaya sangat membantu pimpinan perusahaan dalam pengambilan keputusan. Untuk itu perlu diketahui berapa besar jumlah pengorbanan yang harus dikeluarkan agar tujuan perusahaan dapat tercapai sesuai yang diinginkan perusahaan tersebut, khususnya perusahaan Mutiara Mas.

Adapun jenis-jenis biaya produksi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah biaya tetap (fixed cost) dan biaya variabel (variabel cost).

5.3.1 Biaya Tetap (fixed cost)

Biaya tetap adalah biaya yang dikeluarkan tidak berpengaruh pada besar kecilnya produksi. Walaupun jumlah output berubah biaya tetap tidak akan berubah. Yang termasuk biaya tetap dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2. Jenis dan Jumlah Biaya Tetap yang Dikeluarkan Perusahaan Mutiara Mas, 1996.

No.	Uraian	Jumlah (Rp)	Prosentase (%)
1.	Penyusutan alat	12.925.000	16
2.	Pajak	29.124.400	37
3.	Drum	4.500.000	6
4.	Gaji Karyawan tetap	32.000.000	41
Jumlah		78.545.400	100

Sumber : Perusahaan Mutiara Mas, 1996.

Dari tabel tersebut di atas tampak bahwa penggunaan biaya tetap yang paling banyak pada perusahaan minyak kelapa Mutiara Mas adalah gaji karyawan yaitu sebesar Rp. 32.000.000 dengan prosentase 41 %. Sedangkan penggunaan biaya tetap yang paling sedikit adalah biaya untuk drum sebesar rp. 4.500.000 dengan prosentase 6%.

5.3.2 Biaya Tidak Tetap (Variabel Cost)

Biaya tidak tetap atau biaya variabel adalah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan tidak berpengaruh langsung pada besar kecilnya produksi. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 3. Jenis dan Jumlah Biaya Tidak Tetap (Variabel Cost) Yang Dikeluarkan Perusahaan Minyak Kelapa Fa. Mutiara Mas, 1996.

No.	Uraian	Jumlah (Rp)	Prosentase (%)
1.	Kopra	159.300.000	81
2.	Minyak tanah	5.600.000	3
3.	Biaya pemasaran	8.610.000	4
4.	Listrik	11.230.000	6
5.	Telepon	1.150.000	1,08
6.	Gaji Karyawan tidak tetap	10.070.000	5
7.	Pembayaran air	1.014.600	0,92
Jumlah		196.974.600	100

Sumber : Data Setelah Diolah, 1996.

Dari tabel di atas nampak bahwa biaya tidak tetap atau biaya variabel yang paling banyak adalah biaya bahan baku (Kopra) yaitu sebesar Rp. 159.300.000. Dan yang paling sedikit adalah pembayaran air yaitu sebesar Rp. 1.014.600. Jadi meningkatnya biaya tidak tetap sangat dipengaruhi oleh naiknya harga baku (kopra). Dimana jumlah produksi pada tahun 1996 adalah sebanyak 172.200 Kilogram.

5.4 Analisis Penentuan Harga Pokok

Perusahaan di dalam menjaga dan mempertahankan kelangsungan hidupnya haruslah senantiasa secara kontinyu mengadakan peningkatan terhadap penjualan produksinya. Hal ini didukung oleh penentuan harga pokok dengan peningkatan kualitas produknya. Laba bukanlah tujuan akhir perusahaan melainkan syarat yang diperlukan agar perusahaan dapat menjalankan misinya. Tujuan yang hendak dicapai suatu perusahaan dalam menetapkan harga suatu barang yang terpenting diusahakan adalah laba maksimum, volume penjualan tertentu kembalinya modal yang tertanam dalam jangka waktu tertentu dan penguasaan pasar.

Sebelum terjadinya transaksi jual beli terlebih dahulu perusahaan menetapkan harga. Dalam penetapan harga perusahaan minyak kelapa Fa. Mutiara Mas menentukan harga pokok produksi dan penentuan harga pokok penjualan. Pihak perusahaan juga memperhitungkan rugi laba dan biaya-biaya lain yang dikeluarkan.

Untuk menganalisis penentuan harga pokok penjualan minyak kelapa pada perusahaan Fa. Mutiara Mas maka digunakan rumus sebagai berikut :

$$HP = \frac{TFC + TVC}{JP}$$

Dimana :

HP = Harga Pokok

TFC = Total Fixed Cost

TVC = Total Variabel Cost

JP = Jumlah Produksi

$$\text{Harga pokok produksi} = \frac{\text{TFC} + \text{TVC}}{\text{JP}}$$

Harga pokok penjualan = harga pokok produksi + biaya pemasaran

Dimana :

$$\text{TFC} = 78.545.400$$

$$\text{TVC} = 196.974.600$$

$$\text{JP} = 172.200$$

$$\begin{aligned} \text{Harga pokok produksi} &= \frac{\text{TFC} + \text{TVC}}{\text{JP}} \\ &= \frac{78.545.400 + 196.974.600}{172.200} \\ &= \frac{275.520.000}{172.200} \\ &= 1.600 \\ &= 1.600/\text{Kg} \end{aligned}$$

Harga pokok penjualan = harga pokok produksi + B.Pemasaran

$$\begin{aligned} \text{Biaya Pemasaran} &= \frac{8.610.000}{172.200} \end{aligned}$$

$$= 50$$

$$= \text{Rp. } 50/\text{Kg}$$

Harga pokok penjualan = 1.600 + 50

$$= 1.650$$

$$= \text{Rp. } 1.650/\text{Kg}$$

5.5 Proses Pemasaran

Pemasaran adalah pelaksanaan dari segala kegiatan perusahaan yang diperlukan untuk meningkatkan dan menyebarkan serta memperlancar arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen secara efisien dengan makna menciptakan permintaan efektif. Untuk memenuhi kebutuhan ini maka harus diciptakan pertukaran yang sangat menguntungkan, dimana dalam proses kegiatan pemasaran terdapat dua pihak yang sangat membutuhkan dan saling melayani yaitu produsen sebagai penghasil barang berusaha dalam proses ini memberikan kepuasan dan menerima dari konsumen sebagai imbalannya. Jadi kebutuhan konsumen dapat terpenuhi dengan jalan mencari orang lain yang biasa melayaninya (Nitisenito, 1991).

Dalam memasarkan produk perusahaan minyak kelapa Fa. Mutiara Mas langkah yang ditempuh guna memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, upaya yang telah dilakukan yaitu menjual produk (minyak kelapa) dengan mengadakan langganan dengan CV. Cahaya Terbit sebagai agen penjualan, kemudian disalurkan ke penyalur sampai pada pengecer di pasar-pasar yang ada di kota Ujung Pandang.

Pada umumnya yang menjadi konsumen dari minyak kelapa ini adalah untuk kebutuhan rumah tangga sehari-hari untuk digunakan ibu-ibu rumah tangga sebagai bahan untuk memasak dan menggoreng. Minyak kelapa juga digunakan untuk kebutuhan industri.

Sistem pembayaran yang berlaku yaitu secara kontan atau secara tunai dan juga secara kredit dengan jangka waktu yang sudah disepakati yaitu antara dua sampai satu minggu (tujuh hari).

5.6 Faktor yang Mempengaruhi Volume Penjualan

Perusahaan di dalam menjaga dan mempertahankan kelangsungan hidupnya haruslah senantiasa secara kontinyu mengadakan peningkatan terhadap penjualan produksinya. Hal ini dapat didukung oleh peningkatan kualitas produknya penentuan harga dan saluran distribusi yang baik. Kesempatan yang akan dimanfaatkan oleh perusahaan tergantung dari tujuan pendiriannya. Laba bukanlah tujuan akhir perusahaan melainkan syarat yang diperlukan menyangkut beberapa aspek agar perusahaan dapat melaksanakan misinya. Oleh karena itu perusahaan dituntut berusaha bagaimana meningkatkan pertumbuhan yang cepat serta mempertahankannya selama mungkin. (Kotler, 1992).

Perusahaan minyak kelapa Fa. Mutiara Mas dalam mempertahankan usahanya dan meningkatkan volume penjualan maka faktor yang perlu diperhatikan adalah ;

1. Faktor interen yaitu hal yang dapat ditaati atau dikendalikan oleh pimpinan perusahaan dengan jalan menata faktor produksi yang digunakan dalam proses produksi.

Dalam hal ini faktor-faktor produksi yang perlu diperhatikan adalah : bahan baku yaitu pemilihan kopra yang baik (kopra yang berasal dari kelapa yang tua dan cukup kering), menghaluskan kopra dengan tepat, menggoreng kopra dengan tepat, pemerasan yang benar dan membersihkan minyak kelapa dengan baik. Dibidang peralatan apabila dalam proses produksi sudah tidak memenuhi syarat lagi digunakan maka perlu diganti.

2. Faktor eksteren yang dilakukan oleh perusahaan minyak kelapa Fa. Mutiara Mas dalam mempertahankan usahanya dan meningkatkan volume penjualan adalah memperhatikan jumlah barang yang akan diproduksi. Disamping itu faktor lain yang perlu diperhatikan adalah :

a. Faktor sosial yaitu aspek kehidupan dan tingkah laku atau kebiasaan para konsumen karena hal ini mempunyai dampak terhadap cara berpikir dan tingkah laku pembeli.

Dimana selera konsumen terhadap suatu barang dalam hal ini minyak kelapa juga sangat penting dalam menentukan penjualan barang.

Selera konsumen tidak selalu sama dengan selera produsen sehingga perusahaan perlu menyesuaikan produknya dengan selera konsumen agar tidak terjadi penolakan akan produk yang dihasilkan oleh perusahaan minyak kelapa Fa. Mutiara Mas.

- b. Faktor ekonomi lingkungan juga diperhatikan oleh perusahaan sebab dapat mendorong kegiatan pemasaran, karena dapat meningkatkan jumlah permintaan konsumen terhadap produksi minyak yang dihasilkan oleh perusahaan minyak kelapa Fa. Mutiara Mas.
- c. Faktor sumber bahan baku dimana juga memegang peranan penting selain modal, sebab bahan baku dapat mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, dimana apabila perusahaan kurang bahan mentah yaitu kopra, dapat membatasi ruang gerak dari kegiatan perusahaan untuk mencari sasaran, sebaliknya apabila bahan baku (kopra) yang cukup akan memberikan peluang yang besar untuk mencapai sasaran.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hipotesis ditolak karena harga pokok yang ditetapkan oleh perusahaan minyak kelapa Fa. Mutiara Mas sudah diperhitungkan sesuai dengan biaya-biaya yang dikeluarkan mulai dari pengadaan bahan baku (kopra) sampai menghasilkan minyak kelapa yang siap untuk dipasarkan. Dengan demikian maka tingkat keuntungan yang diperoleh oleh Fa. Mutiara Mas sudah tinggi.
2. Harga pokok penjualan minyak kelapa perusahaan Mutiara Mas sebesar Rp. 1.650 per Kilogram.

6.2 Saran-Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat dilihat bahwa agar perusahaan lebih siap mengalami perubahan yang terjadi, untuk itu maka penentuan harga pokok penjualan senantiasa diperhatikan guna kemampuan perusahaan untuk meningkatkan volume penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahyari Agus, 1988. Perencanaan Sistem Produksi, BPFE Universitas Gajah Mada, Yogyakarta.
- Anonymous, 1990. Undang-Undang Dasar, Pedoman Penghayatan dan Pengamalan Pancasila, Garis-Garis Besar Haluan Negara, Kelelapan MPR. No. IV/MPR// 1978, Jakarta.
- _____ 1992. Ekonomi Produksi Pertanian. Bahan Kuliah Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Universitas "45" Ujung Pandang.
- _____ 1992. Program Pembinaan dan Pengembangan Pasar.
- A.G. Kartasapoetra, 1988. Pengantar Ekonomi Produksi Pertanian. Bina Aksara, Jakarta.
- Frederik Herzberg, 1989. Manajemen Agribisnis. Erlangga, Jakarta.
- Hartanto D, 1989. Akuntansi Untuk Usahawan. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta.
- J.L. May, 1986. Masalah Nilai, Biaya dan Harga Pokok, Flora, Bandung.
- Mubiarto, 1989. Pengantar Ekonomi Pertanian : LP3ES, Jakarta.
- Mulyadi, 1986. Akuntansi Biaya (Penentuan Harga Pokok dan Pengendalian Biaya). UGM. Yogyakarta.
- M. Manullang, 1982. Pengantar Ekonomi Perusahaan. Ghalia Indonesia.
- Nitisenito Alex, 1991. Marketing. Jakarta Ghalia, Indonesia.
- Philip Kotler, 1992. Manajemen Pemasaran. Erlangga, Jakarta.

R. Soemita Adikoesoemah, 1973. Biaya dan Harta Pokok I.
CV. Tarsito, Bandung.

Stanto Willeam J, 1979. Fundamental Of Marketing MC Grow
Hill Book Company Tokyo.

Swastha Basu dan Ibnu Sukatja, 1991. Pengantar Bisnis
Moderen. Liberty, Yogyakarta.

Soekartawi, 1992. Agribisnis Teori dan Aplikasinya.
Rajawali Pres Jakarta.

Winardi, 1980. Marketing. Bandung.

