

**PENERAPAN OPERATION COSTING
DAN KAITANNYA DENGAN KEAKURATAN PENETAPAN
HARGA JUAL**
(Case Study at PT X –
A Finishing Company in Printing Industries in Bandung)

**Paulina Permatasari *)
Hendra Setiadi **)**

*) Dosen Tetap Fakultas Ekonomi Unpar

Abstract

Pricing Decision is influenced by several factors, i.e: cost, competitor and customer. In pricing decision process, it's really important for companies to be able to accurately calculate its product costs so that the profile of product profitability could be figured. Many methods are available to be used In calculating product costs. One of the methods is Operation costing method, which is a hybrid costing system that is applied to batch of similar but not identic products. Operation costing is a combination of process costing and job-order costing methods. Operation costing assigns direct material cost to the products using job-order costing method and conversion cost assigned using process costing method. With the application of operation costing at this finishing company, the cost assignment process to the products could be more accurate and also the pricing decision.

Pendahuluan

Penetapan harga jual sangat dipengaruhi beberapa hal yaitu *cost*, *competitor* dan *customer*. Untuk dapat menentukan harga jual sangat penting bagi perusahaan untuk dapat mengetahui harga pokok produknya agar perusahaan dapat mengetahui apakah produk tersebut menguntungkan atau tidak. Dalam melakukan perhitungan harga pokok produk (HPP) perusahaan dapat menggunakan metode yang bervariasi. Semakin akurat perhitungan HPP akan membantu pengambilan keputusan untuk penetapan harga jual semakin baik dan dapat menghindari kesalahan penetapan harga jual yang dapat menyebabkan kerugian bagi perusahaan.

Keakuratan perhitungan biaya dipengaruhi oleh produk yang dihasilkan dan teknologi yang digunakan serta *costing system* yang digunakan. Perusahaan harus memperbaiki *costing system* lama dan menggantinya dengan yang lebih kompleks dan akurat jika perusahaan memiliki beberapa alasan kuat antara lain: peningkatan keanekaragaman produk atau operasi, peningkatan biaya tidak langsung, perkembangan teknologi informasi dan persaingan yang ketat.

Pada perusahaan yang menerapkan tradisional costing system, perusahaan melakukan perhitungan biaya dengan menggabungkan semua biaya dan membebankan ke operasi secara rata-rata. Sehingga setiap operasi memiliki biaya yang sama dan pada akhirnya biaya per produk menjadi bias dan tidak sesuai dengan konsumsi sumber daya oleh produk tersebut. Hal ini tidak akurat dan menyebabkan perusahaan dapat melakukan kesalahan dalam pengambilan keputusan. Ketidakakuratan ini disebabkan perusahaan menyamaratakan biaya tiap operasi dengan membagi total biaya dengan jumlah operasi. Padahal tiap operasi memiliki konsumsi biaya yang berbeda-beda.

Untuk memperbaiki costing system yang tradisional ini dapat dilakukan tiga cara yaitu: pembebanan biaya dilakukan dengan *Direct-cost tracing*, dengan menggunakan *Indirect-cost pool* dan menggunakan *cause and effect cost-allocation base*. *Direct-cost tracing* adalah biaya langsung dibebankan ke operasi atau produk. Tetapi cara ini sulit dan membutuhkan *measurement cost* yang mahal. Yang kedua menggunakan *Indirect-cost pool* yaitu biaya dibebankan ke *pool* atau kelompok-kelompok biaya yang memiliki karakteristik sejenis. Dan yang ketiga adalah menggunakan *cost allocation base* yang sesuai dengan kriteria *cause and effect* untuk mengalokasikan biaya pada *cost object*

Perbaikan costing system pada suatu perusahaan sangat wajar dan sangat diperlukan dalam siklus sebuah perusahaan. Pada awal berdirinya, perusahaan menggunakan costing system yang sederhana dan tradisional namun dengan semakin berkembangnya keanekaragaman produk dan operasi serta persaingan yang ketat menyebabkan perusahaan harus memperbaiki *costing systemnya*. Perusahaan finishing yang menjadi objek dalam penelitian ini merupakan perusahaan yang pada awalnya hanya memiliki satu jenis produk yaitu *UV varnish* sehingga pada saat itu perusahaan hanya menggunakan tradisional costing system. Sejalan berkembangnya teknologi dan persaingan yang semakin ketat, perusahaan terus melakukan inovasi membuat produk baru sehingga produk yang diproduksi menjadi bermacam-macam dan harus melewati berbagai jenis operasi. Pada kondisi ini perusahaan sebaiknya memperbaiki costing systemnya dengan menggunakan *indirect cost pool* dan *cost allocation base* yang sesuai dengan kriteria *cause and effect*.

Perusahaan finishing memiliki karakteristik yaitu terdapat beberapa tahap operasi produksi dan produk yang diproduksi dapat melewati beberapa tahap operasi yang berbeda. Pada perusahaan ini terdapat tiga jenis operasi yaitu *laminating*, *UV* dan *Spot UV*. Dalam setiap operasi juga dapat dihasilkan produk yang bermacam-macam oleh karena itu dibutuhkan sebuah *costing system* tepat. *Operation costing* adalah *hybrid costing system* yang diaplikasikan pada kelompok produk yang mirip tapi tidak identik.

Setiap kelompok produk dapat melalui beberapa tahap produksi, tetapi setiap kelompok dapat melewati tahap operasi yang berbeda tergantung kebutuhan dan karakteristik yang diinginkan. *Operation costing* merupakan gabungan dari *process costing* dan *job-order costing*. *Operation costing* membebankan *Direct material cost* dengan menggunakan *job-order costing* dan *Conversion cost* dengan menggunakan *process costing* ke produk.

Dengan menerapkan *operation costing* pada perusahaan finishing ini maka proses pembebanan biaya akan menjadi semakin akurat. Dengan semakin akuratnya pembebanan biaya ke operasi maka pembebanan biaya ke produk atau jasa akan semakin akurat karena setiap produk akan dibebankan biaya sesuai dengan operasi yang dikonsumsinya. Dengan demikian biaya tiap produk dapat dihitung dengan akurat sehingga dapat membantu perusahaan dalam menetapkan harga jual produknya. Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk membuat suatu penelitian yang berkaitan dengan penerapan *operation-costing system* dikaitkan dengan penetapan harga jual di PT X.

Tinjauan Pustaka

Hybrid Costing system (Operation Costing)

Menurut (Hongren, Foster, Datar, 2006:585) *hybrid costing system* adalah:

"A hybrid costing system blends characteristic from both job costing and a process costing system. Product costing system must often be design to fit the particular characteristic of different production system.....operation costing , a common type of hybrid costing system"

Beberapa ahli memberikan penjelasan lebih jauh mengenai *operation costing system* seperti (Hongren, Foster, Datar, 2006:588):

"An operation costing system is a hybrid costing system applied to batches of similar, but not identical products. Each batch of products is often a variation of single design, and it proceeds through a sequence of operation, but each batch does not necessarily move through the same operation as other batches. Within each operation. All product units are treated exactly alike using identical amounts of the operation's resources"

Sedangkan menurut (Blocher, Chen, dan Lin ,2002 : 525) *operation costing system* adalah:

"Operation costing is a hybrid costing system that uses job costing to assign direct materials cost as well as process costing to assign conversion cost to products or services"

Pricing Decision

Dalam bisnis, penetapan harga jual merupakan salah satu elemen penting dalam pengambilan keputusan strategis untuk dapat mempertahankan perusahaan tetap *exist* dalam persaingan. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi dalam penetapan harga jual yaitu (Horngren, Foster dan Datar, 2006:398):

1. Customer

Customer memberikan pengaruh melalui efek terhadap permintaan akan produk dan jasa berdasarkan kualitas dan fungsi produk. Perusahaan harus melihat dari sudut pandang pelanggan. Terlalu tinggi menetapkan harga jual akan menyebabkan pelanggan memilih produk dari pesaing atau produk substitusi.

2. Competitor.

Perusahaan harus selalu berhati-hati dan mengamati pergerakan pesaing. Pada suatu saat produk substitusi atau produk dari pesaing akan mempengaruhi permintaan dan menyebabkan perusahaan harus menurunkan harga. Sangat menguntungkan apabila perusahaan dapat mengetahui informasi teknologi, kapasitas dan kebijakan operasi pesaing, dengan demikian perusahaan dapat memprediksi biaya pesaing dan menetapkan harga jual yang lebih menguntungkan

3. Costs

Biaya mempengaruhi harga jual karena jika biaya bisa dikurangi maka harga jual akan bisa diturunkan untuk mendapatkan keuntungan yang sama atau harga jual tetap maka keuntungan yang diperoleh perusahaan akan meningkat.

Selain tiga faktor diatas masih penetapan harga jual juga dibagi menjadi dua tujuan yaitu: untuk jangka pendek dan jangka panjang. Menurut (Horngren, Foster dan Datar, 2006:398):

"Short-run pricing decisions typically have a time horizon of less than a year and include decisions such as (a) pricing a one-time special order with no long run implication and (b) adjusting product mix and output volume in a competitive market long-run pricing decision have a time horizon of year or longer and include pricing a product in a major market in which there is some leeway in setting price."

Ada dua perbedaan utama yang membedakan *pricing decision* untuk *long-run* dan *short-run* yaitu:

1. *Cost* yang biasanya tidak relevan pada *short-run pricing decision* seperti *fixed costs* yang tidak dapat dirubah menjadi relevan pada *long run* karena bisa berubah pada *long-run*.

2. *Profit margin* pada *long-run pricing decision* biasanya di set untuk mencapai ROI, tapi pada *short-run pricing* lebih oportunistis, harga jual akan turun ketika permintaan rendah dan meningkat pada permintaan tinggi.

Dalam melakukan *long-run pricing decision* menurut (Horngren, Foster dan Datar, 2006:402) ada 2 pendekatan yaitu:

1. *Market based*

Pendekatan market-based dimulai ketika manajemen bertanya apa yang diinginkan oleh pelanggan dan bagaimana pesaing akan bereaksi dan pada harga berapa akan manajemen tetapkan.

2. *Cost-based (cost-plus)*

Pendekatan cost-based dimulai ketika manajemen bertanya berapa cost dari produk dan berapa harga yang harus ditetapkan untuk menutup cost dan mendapatkan target pengembalian investasi. Perhitungan harga jual yaitu dengan menambahkan cost yang terjadi ditambah dengan mark up yang merupakan target dari pengembalian investasi.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analitis, yaitu metode untuk menggambarkan apa yang dilakukan oleh perusahaan berdasarkan fakta-fakta atau kejadian sebenarnya. Berdasarkan data yang ada lalu dilakukan penyusunan dan pengolahan data dan selanjutnya dilakukan suatu analisis sehingga pada akhirnya akan menghasilkan suatu kesimpulan.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dalam menganalisis dan menghitung harga pokok produk penulis menggunakan *operation costing system* dengan membebankan biaya tidak langsung menggunakan *partial Activity Based Costing*. Dengan menggunakan *costing system* ini diharapkan perhitungan harga pokok produk menjadi akurat dan membantu perusahaan dalam menetapkan harga jual yang tepat.

Analisis Atas Costing System Pada PT X

PT X adalah sebuah perusahaan *finishing* yang masih sederhana dan yang menurut *Four-Stage Model of cost System Design*, perusahaan ini termasuk ke dalam *Stage 1 System*, perusahaan termasuk dalam *Stage 1 System* karena perusahaan belum baik dalam pencatatan data dan belum adanya pengendalian operasional yang menyebabkan kualitas data perusahaan masih kurang baik. Salah satu kesalahan mendasar yang dilakukan perusahaan adalah dalam penggolongan biaya produksi.

Perusahaan hanya membebankan biaya bahan baku dalam biaya produksi. Padahal biaya produksi terdiri dari 3 elemen biaya yaitu biaya bahan baku, tenaga kerja langsung dan biaya produksi tidak langsung.

Penerapan Operation Costing System pada PT X

PT. X memiliki karakteristik produksi yang spesifik dimana terdapat beberapa tahap operasi produksi dan produk yang diproduksi dapat melewati beberapa tahap operasi yang berbeda. Pada perusahaan ini terdapat lima jenis operasi yaitu pembuatan pola, *Glue*, *laminating*, *UV* dan *Spot UV*. Dalam setiap operasi juga dapat menghasilkan produk yang bermacam-macam oleh karena itu dibutuhkan sebuah *costing system* tepat.

Dalam menerapkan perhitungan harga pokok produk dengan *operation costing* dilakukan perhitungan secara terpisah untuk biaya langsung dan biaya tidak langsung. Biaya langsung yang dibebankan ke produk yaitu biaya bahan baku langsung. Biaya bahan baku langsung pada PT X terdiri dari dua jenis yaitu bahan baku langsung cair dan plastik. Biaya bahan baku cair dibebankan dengan mengalikan tarif bahan baku langsung cair dengan luas produk yang diproduksi. Sementara itu bahan baku plastik dibebankan ke produk dengan membebankan biaya plastik yang digunakan oleh produk tersebut.

Biaya tidak langsung dibebankan dengan melewati 2 tahap yaitu pembebanan biaya sumber daya ke operasi dan tahap kedua pembebanan biaya operasi ke final cost object. *Final cost object* di perusahaan ini adalah produk. Penulis mencoba untuk mengklasifikasikan biaya-biaya sumber daya yang terjadi sesuai dengan operasi yang ada dalam perusahaan PT X. Dari hasil observasi dan wawancara dengan manajemen perusahaan, penulis mengidentifikasi terdapat 5 operasi produksi yang utama yaitu: pembuatan pola, *Spot UV*, *laminating*, *Glue* dan *UV*. Selain itu ada beberapa operasi non-produksi seperti umum dan administrasi, distribusi dan pemasaran.

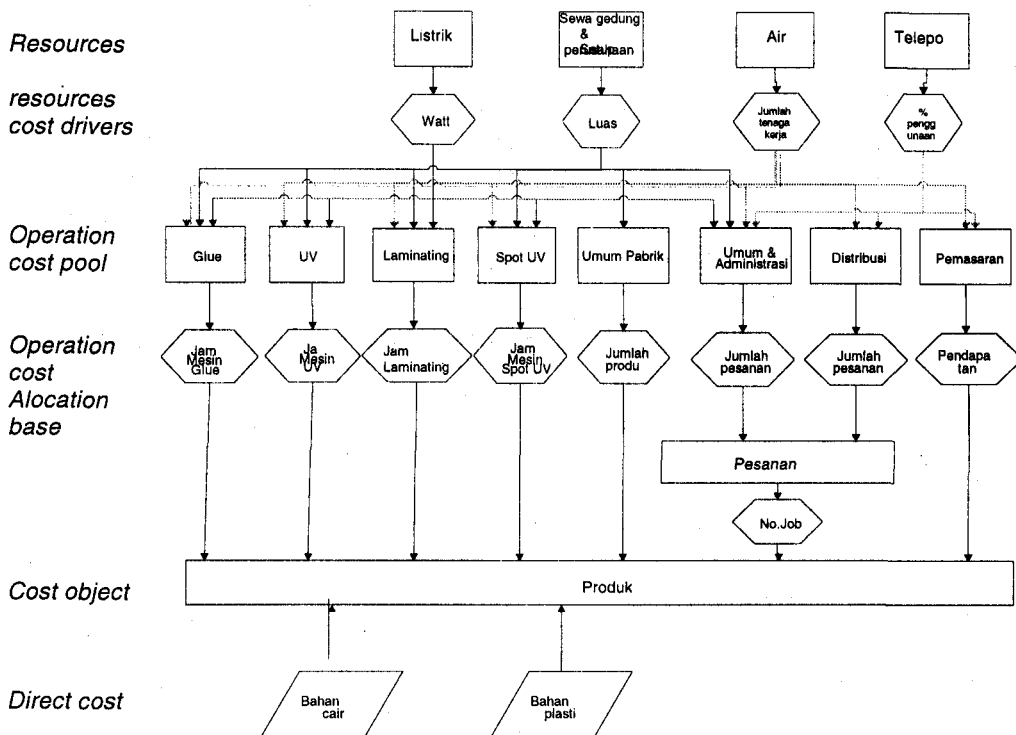
Berdasarkan hal di atas maka itu penulis membuat 8 cost pool untuk *operation costing* yaitu: *Spot UV*, *laminating*, *Glue*, *UV*, umum dan administrasi, distribusi, pemasaran, dan umum pabrik. Untuk operasi pembuatan pola semua biaya digabung ke *cost pool Spot UV* karena operasi pembuatan pola merupakan bagian yang selalu dilaksanakan berkaitan dengan operasi *Spot UV*. Penulis juga menambahkan sebuah *cost pool* baru yaitu Umum Pabrik. *Cost pool* ini berfungsi untuk menampung biaya-biaya yang tidak langsung berhubungan dengan operasi dan sulit ditelusuri ke operasi.

Setelah menentukan *cost pool* operasi yang akan dibebankan biaya maka selanjutnya penulis akan membebankan biaya sumber daya ke *cost pool* tersebut.

Biaya yang dapat ditelusuri kegunaannya oleh setiap operasi, dibebankan langsung ke operasi yang mengkonsumsinya. Sedangkan biaya yang tidak dapat ditelusuri dibebankan ke operasi dengan menggunakan dasar alokasi yang sesuai dengan kriteria *cause and effect* dan apabila tidak dapat ditentukan hubungan sebab akibatnya maka digunakan kriteria *benefit received*. Kemudian setelah semua biaya telah dibebankan ke operasi-operasi maka biaya diakumulasi di setiap operasi dan setelah itu dihitung tarif biaya per operasi. Lalu biaya-biaya ini dibebankan pada produk dengan mengalikan tarif *operation cost driver* dengan jumlah konsumsi operasi yang digunakan setiap produk.

Untuk operasi umum dan administrasi serta distribusi dibebankan ke pesanan dahulu baru dibebankan ke produk. Karena Setiap pesanan biasanya terdiri dari beberapa produk dan pembuatan administrasi serta distribusi dilakukan berdasarkan pesanan bukan produk. Secara garis besar struktur pembebanan biaya menggunakan *operation costing* dapat dilihat pada gambar 1 sebagai berikut:

Gambar 1
Struktur pembebanan biaya menggunakan *Operation Costing*



A. Pembebanan Biaya Sumber Daya Ke Operasi

Untuk membebankan biaya pada *final cost object* secara akurat. Biaya harus dibebankan dalam 2 tahap. Pada tahap pertama biaya tidak langsung dari sumber daya, dalam perusahaan ini adalah biaya operasional, dibebankan kepada *fundamental cost object* yaitu operasi. Biaya sumber daya itu dibebankan pada operasi yang menggunakan atau memakai sumber daya tersebut. Hasil pembebanan biaya-biaya tersebut adalah sebagai berikut:

TABEL 1
TOTAL BIAYA PER OPERASI
(dalam Rupiah)

Biaya	Operasi								Total
	Umum Pabrik	Laminating	UV	Spot UV	Glue	G&A	Delivery	Marketing	
Karyawan	16,200,000	48,056,503	36,246,706	17,778,461		28,618,847	22,441,498	11,217,764	180,559,778
ATK	-	-	-	-	-	3,739,190	-	-	3,739,190
Operasional Kendaraan	-	-	-	-	-	-	12,954,425	-	12,954,425
Operasional Umum	-	-	-	-	-	9,287,200	-	-	9,287,200
Operasional Mesin	885,000	878,200	9,651,600	4,196,275	1,269,500	-	-	-	16,680,575
Rumah Tangga	-	-	-	-	-	268,950	-	-	268,950
Listriki	-	18,841,026	34,018,520	5,233,618	4,186,894	209,344	-	-	62,489,402
Telepon	-	-	-	-	-	4,567,769	1,827,108	2,740,661	9,135,538
Air	-	1,145,008	824,550	312,275	-	416,367	520,458	104,092	3,122,750
Perawatan mesin	-	1,012,500	17,317,125	2,041,000	1,530,000	-	-	-	21,900,625
Marketing	-	-	-	-	-	-	-	7,953,422	7,953,422
Perawatan Umum	3,918,210	-	-	-	-	2,612,140	-	-	6,530,350
Lain - Lain	-	-	-	-	-	5,641,450	-	-	5,641,450
Sewa gedung	7,256,250	5,906,250	5,175,000	1,575,000	1,575,000	1,012,500	-	-	22,500,000
Set up perusahaan	10,642,500	8,662,500	7,590,000	2,310,000	2,310,000	1,485,000	-	-	33,000,000
Biaya Penyusutan	5,983,333	38,686,200	30,212,100	12,050,000	8,125,000	-	16,583,333	-	111,639,966
TOTAL BIAYA PER OPERASI	44,685,293	123,188,187	140,835,601	45,496,629	18,996,394	57,858,756	54,326,822	22,015,939	507,403,621
add : Penggantian Barang Rusak									4,497,350
TOTAL BIAYA (termasuk penyusutan)									511,900,971

B. Pembebanan Biaya Operasi ke Produk

Tahap kedua dalam pembebanan biaya adalah pembebanan biaya operasi pada *final cost object* yang menggunakan operasi tersebut. *Final cost object* pada penelitian ini adalah produk, maka seluruh biaya operasi tersebut dibebankan ke produk.

B1 Operation Cost Driver

Setelah mengklasifikasikan operasi yang terjadi dan menghitung total biaya tiap operasi, langkah selanjutnya adalah menentukan *operation cost driver* untuk tiap operasi. *Operation cost driver* digunakan sebagai dasar untuk membebankan biaya operasi ke produk. Berikut ini *operation cost driver* untuk masing-masing operasi:

1. Umum Pabrik

Biaya yang terdapat pada *cost pool* umum pabrik merupakan *facility-sustaining* sehingga untuk membebankan biaya umum pabrik ini pada produk sulit mencari dasar alokasi yang menunjukkan hubungan sebab akibat yang jelas sehingga biaya umum pabrik ini dibebankan ke produk menggunakan dasar alokasi jumlah produk. Jumlah produk yang ada selama Semester ke dua adalah 9328 produk

2. Laminating

Sebagian besar biaya yang terdapat dalam operasi *laminating* adalah biaya karyawan dan biaya listrik serta biaya penyusutan. Sehingga *operation cost driver* yang sesuai adalah jam mesin *laminating*, jam mesin *laminating* yang digunakan adalah kapasitas praktis yaitu 24hari X 8 jam X 3mesin X 6 bulan = 3456 jam

3. UV

Sama seperti operasi *laminating* Sebagian besar biaya yang terdapat dalam operasi *laminating* adalah biaya karyawan dan biaya listrik serta biaya penyusutan. Sehingga *operation cost driver* yang sesuai adalah jam mesin UV, jam mesin UV yang digunakan adalah kapasitas praktis yaitu 24hari X 8 jam X 2mesin X 6 bulan = 2034 jam

4. Spot UV

Sama seperti operasi *laminating* Sebagian besar biaya yang terdapat dalam operasi *laminating* adalah biaya karyawan dan biaya listrik serta biaya penyusutan. Sehingga *operation cost driver* yang sesuai adalah jam mesin Spot UV, jam mesin Spot UV yang digunakan adalah kapasitas praktis yaitu 24hari X 8 jam X 1mesin X 6 bulan = 1152 jam

5. *Glue*
Sama seperti operasi *Spot UV* Sebagian besar biaya yang terdapat dalam operasi *Spot UV* adalah biaya karyawan dan biaya listrik serta biaya penyusutan. Sehingga *operation cost driver* yang sesuai adalah jam mesin *Glue*, jam mesin *Glue* yang digunakan adalah kapasitas praktis yaitu 24hari X 8 jam X 1mesin X 6 bulan = 1152 jam
6. Umum dan administrasi
Kegiatan administrasi sebagian besar digunakan untuk menerima pesanan lewat telepon dan langsung serta membuat faktur penjualan. Sehingga *operation cost driver* yang digunakan adalah jumlah pesanan. Jumlah pesanan selama semester kedua adalah 8064 pesanan
7. Distribusi
Kegiatan pengiriman sebagian besar berdasarkan pesanan, hampir semua pesanan dikirim oleh bagian distribusi. Sehingga dasar alokasi yang sesuai adalah pesanan (8064 pesanan)
8. Pemasaran
Biaya pemasaran terdiri dari biaya promosi dan biaya komisi pemasaran oleh karena itu pada umumnya *operation cost driver* menggunakan total pendapatan.

B2. Tarif per *Operation Cost Driver*

Tarif *operation cost driver* diperoleh dengan membagi total biaya operasi dengan *operation cost drivernya*. Tarif ini akan digunakan lebih lanjut untuk mengetahui besarnya biaya operasi yang dibebankan ke produk. Berikut disajikan perhitungan tarif dari tiap operasi.

1. Umum Pabrik
Total biaya : Rp 44,685,293
Operation Cost driver: jumlah produk
jumlah produk produksi : 9328
Tarif per produk : Rp 4,790.45
2. *Laminating*
Total biaya : Rp 123,188,187
Operation Cost driver : jam mesin *laminating*
Practical capacity: 3456
Tarif per 1 jam mesin *laminating* : Rp 35,644.73
3. *UV*
Total biaya : Rp 140,835,601
Operation Cost driver : jam mesin *UV*
Practical capacity : 2034 jam mesin *UV*
Tarif per jam mesin *UV*: Rp 69,240.71

4. *Spot UV*
 Total biaya : Rp 45,496,629
Operation Cost driver: jam mesin *Spot UV*
Practical capacity : 1152 jam mesin *Spot UV*
 Tarif per jam mesin *Spot UV* : Rp 39,493.60
5. *Glue*
 Total biaya : Rp 18,996,394
Operation Cost driver: jam mesin *Glue*
Practical capacity : 1152 jam mesin *Glue*
 Tarif per jam mesin *Glue* : Rp 16,489.93
6. Umum dan administrasi
 Total biaya : Rp 57,858,756
Operation Cost driver: jumlah pesanan
 Jumlah pesanan : 8064 pesanan
 Tarif per pesanan : Rp 7,175
7. Distribusi
 Total biaya : Rp54,326,822
Operation Cost driver: jumlah pesanan
 Jumlah pesanan : 8064 pesanan
 Tarif per pesanan : Rp 6,737
8. Pemasaran
 Total biaya : Rp 22,015,939
Operation Cost driver: pendapatan
 Total Revenue: Rp 1,174,698,440
 Tarif per 1 Rupiah : 0.019

B3. Pembebanan Biaya pada Produk Menggunakan *Operation Costing*

Untuk menghitung berapa biaya yang dibebankan ke masing-masing produk, diperlukan informasi mengenai banyaknya bahan baku dan operasi yang digunakan oleh masing-masing produk. Untuk pembebanan biaya bahan baku langsung, dihitung sebesar konsumsi masing-masing produk. Sedangkan untuk pembebanan biaya tidak langsung yaitu dengan membebankan biaya operasi yang digunakan oleh produk tersebut. Pembebanan biaya operasi ini yaitu dengan mengkalikan tarif *operation cost driver* dengan penggunaan operasi yang digunakan. Karena produk yang ada sangat banyak, dalam penelitian ini penulis hanya mengambil sepuluh produk untuk mengilustrasikan pembebanan biaya dengan *operation costing*.

B3.1. Pembebanan Biaya Langsung

Pembebanan biaya bahan baku dibebankan langsung ke produk sesuai dengan pemakaian bahan baku oleh masing-masing produk. Bahan baku yang digunakan untuk produksi pada PT X dibagi menjadi dua golongan yaitu bahan baku cair dan plastik. Biaya bahan baku cair tidak dapat dibebankan langsung karena sulit dalam pengukuran penggunaan per produk. Oleh karena itu bahan baku cair dibebankan ke produk dengan mengalikan tarif bahan baku cair dengan jumlah luas produk yang menggunakan bahan baku tersebut. Sedangkan untuk bahan baku plastik dibebankan langsung sesuai panjang plastik yang digunakan. Pada tabel berikut disajikan total penggunaan biaya bahan baku untuk masing-masing produk

Tabel 2
Total Biaya Bahan Baku

Produk No	Nama	Jenis operasi	Biaya Liquid	Biaya Plastik	Total biaya Bahan Baku
1	Nimost	UV	Rp. 159,768.45		Rp. 159,768.45
2	Habbats	UV	Rp. 328,512.00		Rp. 328,512.00
3	Pupuk	UV	Rp. 17,848.35		Rp. 17,848.35
4	Duzz	Lam Gloss	Rp. 144,621.18	Rp. 111,923	Rp. 256,544.49
5	KN Geulis	Lam Doft	Rp. 14,723.10	Rp. 15,059	Rp. 29,782.57
6	dus kue	Lam jendela			
		-Glue	Rp. 315,558.76		Rp. 315,558.76
		-lam gloss	Rp. 315,558.76	Rp. 300,201	Rp. 615,759.71
7	Hang tag	Kombinasi			
		-lam doft	Rp. 175,972.50	Rp. 169,211	Rp. 345,183.14
		-Spot UV gloss	Rp. 246,361.50		Rp. 246,361.50
8	Blok	kombinasi			
		UV	Rp. 579,749.40		Rp. 579,749.40
		Laminating gloss	Rp. 966,249.00	Rp. 741,322	Rp. 1,707,571.46
9	Guide	Spot UV Gloss	Rp. 53,765.38		Rp. 53,765.38
10	KN Multi	laminating doft	Rp. 10,372.05	Rp. 11,109	Rp. 21,481.35

B3.2. Pembebanan Biaya Tidak Langsung

Pembebanan biaya tidak langsung dilakukan dengan mengalikan tarif per *operation cost driver* dari tiap operasi dengan kuantitas *operation cost driver* yang dikonsumsi tiap produk. Pembebanan biaya dari masing-masing operasi ke produk dapat dilihat pada tabel berikut di bawah ini:

Tabel 3
Pembebanan Biaya Operasi ke Produk

Operasi Umum Pabrik				
Operation Cost Driver : Jumlah Produk				
No Produk	Nama	Jumlah produk	Tarif	Biaya yang dibebankan
1	Nimost	1	Rp 4,791	Rp 4,791
2	Habbats	1	Rp 4,791	Rp 4,791
3	Pupuk	1	Rp 4,791	Rp 4,791
4	Duzz	1	Rp 4,791	Rp 4,791
Pembebanan Biaya Operasi ke Produk				
No Produk	Nama	Jumlah produk	Tarif	Biaya yang dibebankan
5	KN Geulis	1	Rp 4,791	Rp 4,791
6	dus kue	1	Rp 4,791	Rp 4,791
7	Hang tag	1	Rp 4,791	Rp 4,791
8	Blok	1	Rp 4,791	Rp 4,791
9	Guide	1	Rp 4,791	Rp 4,791
10	KN Multi	1	Rp 4,791	Rp 4,791
Operasi Laminating				
Operation Cost Driver : Jam Mesin Laminating				
No Produk	Nama	Jam Mesin Laminating	Tarif	Biaya yang dibebankan
1	Nimost	0	Rp 35,645	Rp -
2	Habbats	0	Rp 35,645	Rp -
3	Pupuk	0	Rp 35,645	Rp -
4	Duzz	1.1	Rp 35,645	Rp 39,209.20
5	KN Geulis	0.23	Rp 35,645	Rp 8,198.29
6	dus kue	2.4	Rp 35,645	Rp 85,547.35
7	Hang tag	1.35	Rp 35,645	Rp 48,120.39
8	Blok	4.27	Rp 35,645	Rp 152,203.00
9	Guide	0	Rp 35,645	Rp -
10	KN Multi	0.17	Rp 35,645	Rp 6,059.60
Operasi UV				
Operation Cost Driver : Jam Mesin UV				
No Produk	Nama	Jam Mesin UV	Tarif	Biaya yang dibebankan
1	Nimost	1.06	Rp 69,241	Rp 73,395
2	Habbats	1.07	Rp 69,241	Rp 74,088
3	Pupuk	0.1	Rp 69,241	Rp 6,924
4	Duzz		Rp 69,241	Rp -
5	KN Geulis		Rp 69,241	Rp -

6	dus kue		Rp 69,241	Rp -
7	Hang tag		Rp 69,241	Rp -
8	Blok	3.2	Rp 69,241	Rp 221,570
9	Guide		Rp 69,241	Rp -
10	KN Multi		Rp 69,241	Rp -

Operasi Spot UV
Operation Cost Driver : Jam Mesin Spot UV

No Produk	Nama	Jam Mesin Spot UV	Tarif	Biaya yang dibebankan
1	Nimost		Rp 39,494	Rp -
2	Habbats		Rp 39,494	Rp -
3	Pupuk		Rp 39,494	Rp -
4	Duzz		Rp 39,494	Rp -
5	KN Geulis		Rp 39,494	Rp -
6	dus kue		Rp 39,494	Rp -

Pembebanan Biaya Operasi ke Produk

No Produk	Nama	Jam Mesin Spot UV	Tarif	Biaya yang dibebankan
7	Hang tag	6.3	Rp 39,494	Rp 248,810
8	Blok		Rp 39,494	Rp -
9	Guide	1.3	Rp 39,494	Rp 51,342
10	KN Multi		Rp 39,494	Rp -

Operasi Glue
Operation Cost Driver : Jam Mesin Glue

No Produk	Nama	Jam Mesin Glue	Tarif	Biaya yang dibebankan
1	Nimost		Rp 16,490	Rp -
2	Habbats		Rp 16,490	Rp -
3	Pupuk		Rp 16,490	Rp -
4	Duzz		Rp 16,490	Rp -
5	KN Geulis		Rp 16,490	Rp -
6	dus kue	2	Rp 16,490	Rp 32,980
7	Hang tag		Rp 16,490	Rp -
8	Blok		Rp 16,490	Rp -
9	Guide		Rp 16,490	Rp -
10	KN Multi		Rp 16,490	Rp -

Operasi Umum dan Administrasi				
Operation Cost Driver : Jumlah Pesanan				
No Produk	Nama	Jumlah Pesanan	Tarif	Biaya Yang dibebankan
1	Nimost	1	Rp 7,175	Rp 7,175
2	Habbats	1	Rp 7,175	Rp 7,175
3	Pupuk	1	Rp 7,175	Rp 7,175
4	Duzz	1	Rp 7,175	Rp 7,175
5	KN Geulis	1	Rp 7,175	Rp 7,175
6	dus kue	1	Rp 7,175	Rp 7,175
7	<i>Hang tag</i>	1	Rp 7,175	Rp 7,175
8	Blok	1	Rp 7,175	Rp 7,175
9	Guide	1	Rp 7,175	Rp 7,175
10	KN Multi	1	Rp 7,175	Rp 7,175
Operasi Distribusi				
Operation Cost Driver : Jumlah Pesanan				
No Produk	Nama	Jumlah pesanan	Tarif	Biaya yang dibebankan
1	Nimost	1	Rp 6,737	Rp 6,737
2	Habbats	1	Rp 6,737	Rp 6,737
3	Pupuk	1	Rp 6,737	Rp 6,737
4	Duzz	1	Rp 6,737	Rp 6,737
5	KN Geulis	1	Rp 6,737	Rp 6,737
6	dus kue	1	Rp 6,737	Rp 6,737
7	<i>Hang tag</i>	1	Rp 6,737	Rp 6,737
Pembebanan Biaya Operasi ke Produk				
No Produk	Nama	Jumlah Pesanan	Tarif	Biaya yang dibebankan
8	Blok	1	Rp 6,737	Rp 6,737
9	Guide	1	Rp 6,737	Rp 6,737
10	KN Multi	1	Rp 6,737	Rp 6,737

Operasi Pemasaran Operation Cost Driver : Pendapatan				
No Produk	Nama	Pendapatan	Tarif	Biaya yang dibebankan
1	Nimost	Rp 266,281	0.019	Rp 5,059
2	Habbats	Rp 394,214	0.019	Rp 7,490
3	Pupuk	Rp 60,000	0.019	Rp 1,140
4	Duzz	Rp 376,015	0.019	Rp 7,144
5	KN Geulis	Rp 130,000	0.019	Rp 2,470
6	Dus kue	Rp 820,453	0.019	Rp 15,589
7	Hang tag	Rp 2,182,068	0.019	Rp 41,459
8	Blok	Rp 3,169,300	0.019	Rp 60,217
9	Guide	Rp 750,000	0.019	Rp 14,250
10	KN Multi	Rp 135,000	0.019	Rp 2,565

C. Perhitungan Harga Pokok Produk

Perhitungan harga pokok produk dapat dilakukan untuk perhitungan harga pokok produksi yaitu hanya menghitung biaya-biaya yang berhubungan dengan produksi dan harga pokok produk seluruhnya (*Full product cost*) yaitu perhitungannya harga pokok produk yang memasukkan semua biaya-biaya baik yang produksi dan non produksi.

C1. Perhitungan Harga Pokok Produk (Produksi)

Perhitungan harga pokok produk dengan menggunakan metode harga pokok produksi berarti harga pokok produk dihitung hanya dengan mengakumulasikan biaya-biaya produksi. Biaya-biaya produksi ini meliputi biaya langsung bahan baku, tenaga kerja dan Biaya produksi tidak langsung.

Pada tabel berikut disajikan hasil perhitungan HPP Produksi :

Tabel 5
Perhitungan Harga pokok Produksi

Job No	Nama	Jenis Operasi	Biaya Bahan Baku	Biaya Tidak Langsung per Operasi			Total HPP
			Langsung	Umum Pabrik	Laminating	UV/Spot UV/Glue	
1	Nimost	UV	Rp. 159,768	Rp. 4,790		Rp.73,395	Rp. 237,954
2	Habbats	UV	Rp. 328,512	Rp. 4,790		Rp.74,087	Rp. 407,390
3	Pupuk	UV	Rp. 17,848	Rp. 4,790		Rp. 6,924	Rp. 29,563
4	Duzz	Lam Gloss	Rp. 256,544	Rp. 4,790	Rp. 39,209		Rp. 300,544
5	KN Geulis	Lam Doft	Rp. 29,782	Rp. 4,790	Rp. 8,198		Rp. 42,771
6	dus kue	Lam jendela					
		-Glue	Rp. 315,558	Rp. 2,395		Rp.32,979	Rp. 350,934
		-lam gloss	Rp. 615,759	Rp. 2,395	Rp. 85,547		Rp. 703,702

7	Hang tag	Kombinasi					
		-lam doft	Rp. 345,183	Rp. 2,395	Rp. 48,120		Rp. 395,699
		-Spot UV gloss	Rp. 246,361	Rp. 2,395		Rp.248,809	Rp. 497,566
8	Blok	kombinasi					
		UV	Rp. 579,749	Rp. 2,395		Rp.221,570	Rp. 803,715
		Laminating gloss	Rp 1,707,571	Rp. 2,395	Rp. 152,203		Rp.1,862,170
9	Guide	Spot UV Gloss	Rp. 53,765	Rp. 4,790		Rp.51,341	Rp. 109,898
10	KN Multi	laminating doft	Rp. 21,481	Rp. 4,790	Rp. 6,059		Rp. 32,331

C2. Perhitungan Harga Pokok Produk (Full Product cost)

Sedangkan menurut metode perhitungan harga pokok produk (Full product cost) selain mengakumulasikan seluruh biaya produksi yang meliputi Biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung dan biaya produksi tidak langsung, metode ini juga membebaskan biaya non-produksi seperti biaya umum dan administrasi, biaya pemasaran dan distribusi. Hasil perhitungan harga pokok produksi dengan metode *full product cost* dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 6
Perhitungan Harga Pokok Produk
(Full Product cost)

Job	Nama	Jenis	Harga Pokok	Biaya	Biaya	Biaya	Total
No		operasi	Produksi	Umum & Adm**	Distribusi* *	Pemasaran**	
1	Nimost	UV	Rp. 237,954	Rp. 7,175	Rp. 6,737	Rp. 5,059	Rp. 256,925
2	Habbats	UV	Rp. 407,390	Rp. 7,175	Rp. 6,737	Rp.7,490	Rp. 428,792
3	Pupuk	UV	Rp. 29,562	Rp. 7,175	Rp. 6,737	Rp.1,140	Rp. 44,614
4	Duzz	Lam Gloss	Rp. 300,544	Rp. 7,175	Rp. 6,737	Rp.7,144	Rp. 321,600
5	KN Geulis	Lam Doft	Rp. 42,771	Rp. 7,175	Rp. 6,737	Rp. 2,470	Rp. 59,153
6	dus kue	Lam jendela	Rp.1,054,636	Rp. 7,175	Rp. 6,737	Rp. 15,588	Rp.1,084,136
7	Hang tag	Kombinasi	Rp. 893,265	Rp. 7,175	Rp. 6,737	Rp. 41,459	Rp. 948,636
8	Blok	kombinasi	Rp.2,665,884	Rp. 7,175	Rp. 6,737	Rp. 60,216	Rp.2,740,013
9	Guide	Spot UV Gloss	Rp. 109,897	Rp. 7,175	Rp. 6,737	Rp. 14,250	Rp.138,059
10	KN Multi	laminating doft	Rp. 32,331	Rp. 7,175	Rp. 6,737	Rp. 2,565	Rp. 48,808

Penetapan Harga Jual

Analisis Atas Penetapan Harga Jual Menurut Perusahaan

Setelah melihat bagaimana perusahaan menetapkan harga jual untuk masing-masing produk. Penulis mencoba untuk menganalisis mengenai keputusan penetapan harga jual yang dilakukan perusahaan. Penulis membandingkan harga jual yang ditetapkan dengan Harga pokok produksi yang telah dihitung menggunakan *operation costing*. Harga pokok produksi ini diasumsikan sebagai biaya yang terjadi untuk memproduksi produk-produk tersebut. Setelah membandingkan harga jual dan harga pokok produksi penulis menemukan bahwa ada 2 jenis produk yang secara profit mengalami kerugian dan terdapat satu produk yang memiliki profit kecil. Perbandingan harga jual dan harga pokok produksi dapat dilihat pada tabel berikut di bawah ini:

Nama	Operasi	Harga Jual (net) (Rp)	HPP Produksi (Rp)	Gross Margin (Rp)	Gross Margin (%)
(1)	(2)	(3)	(4)	(3-4)	(3-4) / (4)
Nimost	UV	266,281	237,954.05	28,327	11.90%
Habbats	UV	394,214	407,390.01	(13,176)	-3.23%
Pupuk	UV	60,000	29,562.87	30,437	102.96%
Duzz	Lam Gloss	376,015	300,544.14	75,471	25.11%
KN Geulis	Lam Doft	130,000	42,771.30	87,229	203.94%
Dus kue	Lam jendela	820,453	1,054,636.12	(234,183)	-22.21%
Hang tag	Kombinasi	2,182,068	893,265.16	1,288,803	144.28%
Blok	Kombinasi	3,169,300	2,665,884.57	503,415	18.88%
Guide	Spot UV Gloss	750,000	109,897.51	640,102	582.45%
KN Multi	Laminating Doft	135,000	32,331.40	102,669	317.55%

Setelah membandingkan harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan dengan harga pokok produksi penulis juga membandingkan harga jual tersebut dengan harga pokok produk keseluruhan (full product cost). Menurut Hansen dan Mowen (2003:36) dalam penetapan harga pokok produk untuk keputusan penetapan harga jual sebaiknya digunakan harga pokok produk keseluruhan (full product cost).

Hal ini disebabkan biaya yang sebaiknya dibebankan ke produk adalah semua biaya yang berhubungan dengan produk tersebut bukan biaya produksi saja. Oleh karena itu penulis membandingkan harga jual yang ditetapkan perusahaan dengan harga pokok produk.

Dari perbandingan harga jual dengan harga pokok produk, terlihat bahwa terdapat dua produk yang mengalami kerugian (Habbats, dan Dus kue). Perbandingan harga jual dan harga pokok produk (*full produk cost*) dapat dilihat secara lengkap pada tabel berikut dibawah ini :

Nama	Operasi	Harga Jual (Rupiah)	HPP	Profit* (Rupiah)	Profit (%)
			(Full Produk Cost) (Rupiah)		
(1)	(2)	(3)	(4)	(3-4)	(3-4) / (4)
Nimost	UV	266,281	256,925.39	9,356	3.64%
Habbats	UV	394,214	428,792.07	(34,578)	-8.06%
Pupuk	UV	60,000	44,614.87	15,385	34.48%
Duzz	Lam Gloss	376,015	321,600.43	54,415	16.92%
KN Geulis	Lam Doft	130,000	59,153.30	70,847	119.77%
dus kue	Lam jendela	820,453	1,084,136.73	(263,684)	-24.32%
Hang tag	Kombinasi	2,182,068	948,636.45	1,233,432	130.02%
Blok	kombinasi	3,169,300	2,740,013.27	429,287	15.67%
Guide	Spot UV Gloss	750,000	138,059.51	611,940	443.24%
KN Multi	laminating doft	135,000	48,808.40	86,192	176.59%

Penetapan Harga Jual dengan dasar Perhitungan HPP menggunakan Operation Costing

Berdasarkan analisis penetapan harga jual menurut perusahaan terdapat dua produk yang mengalami kerugian. Dua produk yang mengalami kerugian adalah nimost dan dus kue. Hal ini disebabkan karena selama ini perusahaan tidak pernah menghitung harga pokok produk dalam penetapan harga jual. Perusahaan menetapkan harga jual berdasarkan harga yang berlaku di pasar dan untuk produk ini perusahaan memberikan discount yang cukup besar agar harga jual perusahaan dapat kompetitif dengan harga jual pesaing.

Perusahaan selama ini tidak pernah mengetahui produk mana yang menguntungkan dan merugikan. Dengan adanya perhitungan harga pokok produk ini perusahaan dapat mengetahui produk mana yang menguntungkan dan yang mana yang merugikan. Dalam wawancara dengan pihak manajemen perusahaan sebenarnya mereka menginginkan laba tiap produk tersebut merata antara 20 -25 persen dari biaya yang mereka keluarkan. Sehingga perhitungan harga jual menurut penulis dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 9
Perhitungan Harga Jual

Nama (1)	HPP (Full Product Cost) (Rupiah) (2)	Mark Up (3)	Profit (Rupiah) (2 x 3)	Harga Jual (Rupiah) (2) + (2 x 3)
Nimost	256,925	25%	64,231	321,157
Habbats	428,792	25%	107,198	535,990
Pupuk	44,615	25%	11,154	55,769
Duzz	321,600	25%	80,400	402,001
KN Geulis	59,153	25%	14,788	73,942
dus kue	1,084,137	25%	271,034	1,355,171
Hang tag	948,636	25%	237,159	1,185,796
Blok	2,740,013	25%	685,003	3,425,017
Guide	138,060	25%	34,515	172,574
KN Multi	48,808	25%	12,202	61,010

Dengan dilakukan penetapan harga jual yang didasarkan pada penambahan mark up atas harga pokok produksi maka perusahaan dapat memperoleh gambaran sebenarnya atas laba yang perusahaan inginkan. Dalam tabel dibawah ini disajikan perbandingan penetapan harga jual dengan menggunakan mark up dengan penetapan harga jual yang diterapkan oleh perusahaan sekarang

Tabel 10
Perbandingan Harga jual

Nama (1)	HPP (Rupiah) (2)	Harga jual saat ini (Rupiah) (3)	Harga Jual dgn Markup 25 % (Rupiah) (4)	Selisih (Rupiah) (3-4)
Nimost	256,925	266,281	321,157	(54,876)
Habbats	428,792	394,214	535,990	(141,776)
Pupuk	44,615	60,000	55,769	4,231
Duzz	321,600	376,015	402,001	(25,986)
KN Geulis	59,153	130,000	73,942	56,058
dus kue	1,084,137	820,453	1,355,171	(534,718)
Hang tag	948,636	2,182,068	1,185,796	996,272
Blok	2,740,013	3,169,300	3,425,017	(255,717)
Guide	138,060	750,000	172,574	577,426
KN Multi	48,808	135,000	61,010	73,990
Total	6,070,740	8,283,331	7,588,426	694,905

Dari tabel diatas terlihat bahwa sebagian besar produk dibebankan harga jual di bawah harapan dari manajemen. Tetapi secara total target perusahaan tercapai dan melampaui target 25 persen, hal ini disebabkan adanya beberapa produk yang ditetapkan harga jual yang terlalu rendah sementara ada sebagian produk yang ditetapkan harga jual yang terlalu tinggi.

Perusahaan selama ini tidak melakukan perhitungan harga pokok produk sehingga perusahaan tidak mengetahui berapa besar biaya tiap produk. Perusahaan hanya melakukan perkiraan saja. Perusahaan memperkirakan biaya untuk produk dus kue kecil sehingga menetapkan harga jual yang rendah. Sedangkan untuk produk Guide perusahaan selama ini memperkirakan bahwa biaya cukup besar sehingga perusahaan menetapkan harga jual yang tinggi.

Dari hasil analisis menggunakan perhitungan harga pokok produk terlihat bahwa terdapat beberapa produk yang dibebankan biaya terlalu rendah (*undercosted*) akibatnya perusahaan menetapkan harga jual yang telalu rendah (*underpricing*). Sementara itu terdapat beberapa produk lainnya yang dibebankan biaya yang terlalu tinggi (*overcosted*) yang menyebabkan perusahaan menetapkan harga jual yang terlalu tinggi (*overpricing*).

Kesimpulan

PT X merupakan perusahaan tahap finishing yang menjual beberapa jenis produk. Produk yang dijual sangat bervariasi, oleh karena itu perusahaan sebaiknya mengetahui informasi mengenai harga pokok produk tiap jenis produk agar perusahaan dapat mengambil tindakan atau keputusan yang tepat untuk penetapan harga jual. Untuk itu perusahaan memerlukan perhitungan harga pokok produk yang akurat dengan menerapkan *operation costing*.

Operation costing adalah *hybrid costing system* yang diaplikasikan pada kelompok produk yang mirip tapi tidak identik. Setiap kelompok produk dapat melalui beberapa tahap produksi, tetapi setiap kelompok dapat melewati tahap operasi yang berbeda tergantung kebutuhan dan karakteristik yang diinginkan. *Operation costing* merupakan gabungan dari *process costing* dan *job-order costing*. *Operation costing* membebankan biaya bahan baku langsung dengan menggunakan *job-order costing* dan biaya konversi dengan menggunakan *process costing* ke produk.

Dengan menerapkan *operation costing* pada perusahaan finishing ini maka proses pembebanan biaya akan menjadi semakin akurat. Dengan semakin akuratnya pembebanan biaya ke operasi maka pembebanan biaya ke produk juga akan semakin akurat. Karena setiap produk akan dibebankan biaya sesuai dengan operasi dan sumber daya yang dikonsumsi. Dengan demikian biaya tiap produk dapat dihitung dengan akurat. Biaya produk yang akurat dapat membantu perusahaan dalam penetapan harga jual.

Selama ini perusahaan menetapkan harga jual berdasarkan harga pasar dan perusahaan tidak mengetahui apakah harga pasar yang dibebankan ke produk lebih besar atau lebih rendah dari biayanya. Apabila harga pasar ini lebih besar dari biaya akan memberikan keuntungan pada perusahaan, namun apabila lebih rendah akan menimbulkan kerugian pada perusahaan. Selain menetapkan harga jual produknya mengikuti harga pasar, perusahaan juga memberikan *extra discount* untuk pelanggan-pelanggan tertentu. Pelanggan yang diberikan *extra discount* adalah pelanggan yang sering melakukan pesanan dan membeli dalam kuantitas yang besar. Untuk beberapa produk perusahaan sebenarnya hanya memiliki margin yang tipis sehingga pemberian *extra discount* ini dapat merugikan perusahaan.

Dari pembahasan sebelumnya terlihat bahwa terdapat dua produk yang penetapan harga jualnya didasarkan pada harga pasar ternyata mengalami kerugian.

Penyebab kerugian ini adalah karena selama ini perusahaan tidak menghitung harga pokok masing-masing produk sehingga perusahaan tidak menyadari bahwa biaya pembuatan produk ini sebenarnya lebih besar dari pada harga jualnya dan menimbulkan kerugian.

Selama ini perusahaan tidak pernah melakukan perhitungan profitabilitas masing-masing produk namun hanya menghitung keuntungan keseluruhan dari semua produk. Sehingga kerugian dari salah satu produk tertutupi dengan produk lainnya. Perusahaan memang memiliki beberapa produk yang penetapan harga jualnya terlalu rendah tetapi perusahaan juga mempunyai beberapa produk yang penetapan harga jualnya terlalu tinggi. Meskipun keadaan ini membuat perusahaan masih tetap dapat memperoleh keuntungan karena produk-produk yang merugikan masih dapat disubsidi dengan produk-produk yang harga jualnya terlalu tinggi, tetapi hendaknya perusahaan harus berusaha terlebih dahulu untuk menormalkan kembali harga jual yang terlalu rendah sehingga keuntungan perusahaan akan meningkat.

Dengan mengetahui adanya kerugian karena harga jual yang ditetapkan perusahaan terlalu kecil maka perusahaan dapat mencoba untuk menaikkan harga jual dan apabila harga jual tersebut sudah tidak dapat dinaikkan lagi sebaiknya perusahaan mengurangi pemberian potongan harga untuk produk ini. Pada umumnya perusahaan akan mencoba menghentikan penjualan produk yang tidak menguntungkan tetapi untuk menghentikan penjualan produk ini belum tentu dapat mengurangi kerugian produk ini. Hal ini karena apabila produk ini dihentikan untuk diproduksi hanya dapat mengurangi biaya variabelnya saja tetapi biaya tetap seperti penyusutan gedung dan mesin akan tetap membebani perusahaan. Selain itu dengan mengetahui harga pokok produk perusahaan dapat menghitung *extra discount* yang lebih tepat agar discount yang diberikan pada pelanggan tidak menyebabkan kerugian pada perusahaan.

Di samping dapat memperoleh gambaran mengenai adanya beberapa produk yang mengalami kerugian, perusahaan juga dapat mengetahui produk-produk mana yang memberikan keuntungan besar seperti produk Guide yang mempunyai margin keuntungan sebesar 400%. Dengan mengetahui profitabilitas dari produk-produk yang diproduksi, perusahaan dapat melakukan pengambilan keputusan terkait *product mix decision* dengan lebih baik. Dengan demikian perusahaan dapat memfokuskan pemasaran pada produk-produk dengan margin besar seperti produk Guide.

Selain itu agar dapat lebih meningkatkan daya saingnya perusahaan masih dapat memberikan potongan harga kepada pelanggan-pelanggan yang membeli produk tersebut dengan kuantitas besar. Meskipun demikian karena kondisi persaingan yang cukup ketat dalam industri ini yang mana sedikit saja terjadi pergerakan harga yang dilakukan oleh salah satu pemain dalam industri ini akan mempengaruhi harga pasar maka perusahaan harus seteliti mungkin dalam memberikan potongan harga.

Karena biasanya hal ini akan diikuti oleh pesaing sehingga pada akhirnya produk yang awalnya memberikan profit tinggi ini dapat saja mengalami penurunan keuntungan.

Walaupun dengan melakukan perhitungan harga pokok produk perusahaan dapat terbantu dalam mengambil keputusan terkait penetapan harga jual, perusahaan tetap perlu memperhatikan faktor-faktor lainnya. Penetapan harga jual tidak sepenuhnya dipengaruhi oleh *cost* tetapi dipengaruhi oleh *customer* dan *competitor*. Sebagai contoh walaupun selama ini perusahaan menjual dengan harga yang terlalu rendah perusahaan tidak dapat serta merta menaikkan harga jual tersebut karena *customer* belum tentu mau membeli dengan harga yang jauh lebih mahal dan apabila perusahaan tetap menaikkan harga jualnya, tidak menutup kemungkinan pelanggan tersebut akan berpindah ke pesaing.

Daftar Pustaka

- Atkinson, Anthony A., Robert S. Kaplan and S. Mark Young. 2004. 4th Edition, Management Accounting. United States of America : Pearson Education, Inc.
- Blocher , Edward J., Kung H. Chen and Thomas W. Lin. 2002. 2nd Edition. Cost Management : A Strategic Emphasis. New York : Mc Graw Hill Companies, Inc.
- Cooper, Robin and Robert S. Kaplan. 1999. 2nd Edition. The Design of Cost Management systems. Upper Saddle River. New Jersey : Prentice Hall, Inc.
- Hansen, Don R and Maryanne M. Mowen. 2006. 5th Edition. Cost Management : Accounting and Control. United States of America : Thompson South Western, a part of Thomson Corporation
- Hilton, Ronald W., Michael W. Maher and Frank H. Selto. 2003. 2nd Edition. Cost Management. New York : McGraw Hill Companies Inc.
- Horngren Charles T., George Foster, and Srikant M. Datar. 2006. 12th Edition. Cost Accounting A Managerial Emphasis. New Jersey : Prentice Hall
- Kaplan, Robert S. and Anthony Atkinson. 1998. 3rd Edition. Advanced Management Accounting. Upper Saddle River. New Jersey : Prentice Hall.
- Kaplan, Robert S. and Robin Cooper. 1998. Cost and Effect : Using Integrated Cost Systems to Drive Profitability and Performance. United States of America : Harvard College.
- Sekaran, Uma. 2000. 4th Edition. Research Method for Business : a Skill – Building Approach. United States of America : John Wiley and Sons, Inc.