

ANALISIS HARGA POKOK PRODUK DENGAN METODE *FULL COSTING* DAN PENENTUAN HARGA JUAL

Oleh :
Andre Henri Slat

Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi
Universitas Sam ratulangi Manado
email: andre_hs@rocketmail.com

ABSTRAK

Berdasarkan penentuan harga pokok produk yang benar dari suatu produk akan dapat mengurangi ketidakpastian dalam penentuan harga jual. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengevaluasi penentuan harga pokok produk dan penetapan harga jual yang dilakukan perusahaan, untuk dibandingkan dengan metode penentuan harga pokok proses dengan pendekatan full costing, dan metode penetapan harga jual berdasarkan cost plus pricing. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat kelemahan dalam perhitungan harga pokok produk perusahaan yaitu kalkulasi harga pokok produk yang dilakukan perusahaan lebih tinggi dari pada harga pokok produk menurut harga pokok produk setelah dievaluasi, menurut perusahaan harga pokok produk genteng garuda, sebesar Rp. 2.100, genteng KIA sebesar Rp. 2.000, paving serasi sebesar Rp. 1.400, paving 3 berlian sebesar Rp. 1.300, dan hollow brich sebesar Rp. 2.400. Sedangkan harga pokok produk setelah dievaluasi untuk genteng garuda sebesar Rp. 1.940, genteng KIA sebesar Rp. 1.864, paving serasi sebesar Rp. 1.334, paving 3 berlian sebesar Rp. 1.243, dan hollow brich sebesar Rp. 2.277, hal ini disebabkan karena perusahaan tidak membebaskan biaya produksi yaitu biaya penyusutan gedung pabrik, biaya penyusutan mesin & peralatan, dan biaya asuransi dalam perhitungan harga pokok produksi.

Kata kunci: harga pokok produk, harga jual, profitabilitas.

ABSTRACT

Based on the right thye cost of the products will less the unsure in thye selling price. The purpose of this study was to evaluate thye cost of the products and pricing are done selling the company, to be compared with the method of determining the cost of a full costing approach, and the method of determining the selling price based on cost plus pricing. The method of analysis used in this research is descriptive method. The results of this study showed that there werw flaws in the calculation of the cost of the company's products is higher than the cost of the product according to the cost of the product after the evaluation, according to the company's cost of products at Rp. 2.100 eagle tile, tile kia at Rp. 2.000, Rp. 1.400 for mismatched paving, paving 3 diamonds Rp. 1.300, and hollow brich at Rp. 2.400. while the cost of the product after evaluate on for tile eagle Rp. 1.940, Rp. 1.864 for kia tile, paving matched by Rp. 1.334, paving 3 diamonds at Rp. 1.243, and hollow brich at Rp. 2.227. This is caused because the company does not charge the cost of production is the cost of the preparation of the factory building, machinery and aquipment depreciation costs, and insurance costs in the calculation of the costs of production.

Keywords : cost of product, price, profitability

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Kelangsungan hidup dan perkembangan perusahaan merupakan tujuan utama yang ingin diwujudkan bagi setiap perusahaan. Segala aktivitas yang dilakukan untuk mencapainya harus didukung oleh kondisi manajemen yang baik sebagai pengelola. Selain dibutuhkan untuk mencapai tujuan organisasi, manajemen juga dibutuhkan untuk menjaga keseimbangan antara tujuan-tujuan, sasaran-sasaran, dan kegiatan-kegiatan yang saling bertentangan dari pihak-pihak yang berkepentingan dalam organisasi. Tujuan yang lain dari manajemen yaitu untuk mencapai efisiensi dan efektivitas, yaitu dua konsepsi utama untuk mengukur prestasi kinerja (*performance*) manajemen. Agar semua tujuan tersebut dapat tercapai maka para manajer dituntut untuk memiliki kemampuan untuk menganalisis dan menggunakan data akuntansi.

Berdasarkan penentuan harga pokok produk yang benar dari suatu produk akan dapat mengurangi ketidakpastian dalam penentuan harga jual. Harga pokok produk biasanya terdiri dari dua jenis biaya yaitu biaya produksi dan biaya non produksi. Dalam penentuan harga pokok produk harus diperhatikan unsur-unsur biaya apa saja yang masuk dalam harga pokok produk dan mengalokasikan unsur-unsur biaya tersebut secara tepat sehingga dapat menggambarkan pengorbanan sumber ekonomi yang sesungguhnya.

Dalam penentuan harga pokok produk CV. Anugerah Genteng Manado melakukan penggolongan dan pengalokasian biaya menurut fungsi pokok dalam perusahaan yaitu : fungsi produksi, fungsi pemasaran, dan fungsi administrasi dan umum, sehingga biaya-biaya yang terjadi dalam proses pengolahan bahan baku menjadi produk jadi dimasukkan dalam biaya produksi, biaya-biaya yang terjadi dalam pelaksanaan kegiatan pemasaran produk dimasukkan dalam biaya pemasaran, dan biaya-biaya untuk mengkoordinasikan kegiatan perusahaan dimasukkan dalam biaya administrasi dan umum.

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis harga pokok produk dengan metode *full costing* dalam menentukan profitabilitas perusahaan dan menganalisis penentuan harga jual berdasarkan *cost plus pricing* dalam penetapan profitabilitas perusahaan.

TINJAUAN PUSTAKA

Ruang Lingkup Akuntansi

Peranan akuntansi sebagai alat pembantu dalam pengambilan keputusan-keputusan ekonomi dan keuangan saat ini semakin disadari oleh para usahawan. Akuntansi juga sangat membantu kelancaran tugas manajemen, khususnya dalam melaksanakan fungsi perencanaan dan pengawasan. Perkembangan dalam bidang perekonomian di Indonesia akhir-akhir ini telah menyebabkan peranan akuntansi semakin meningkat.

Pengertian Akuntansi

Yusuf (2007:4), membagi pengertian akuntansi dari dua sudut pandang yaitu definisi dari sudut pandang pemakai jasa akuntansi dan definisi dari sudut pandang proses kegiatannya. Ditinjau dari sudut pandang pemakainya, akuntansi dapat didefinisikan sebagai suatu disiplin yang menyediakan informasi yang diperlukan untuk melaksanakan kegiatan secara efisien dan mengevaluasi kegiatan-kegiatan suatu organisasi. Sedangkan definisi akuntansi ditinjau dari sudut kegiatannya, akuntansi dapat didefinisikan sebagai proses pencatatan, penggolongan, peringkasan, pelaporan, dan penganalisisan data keuangan suatu organisasi.

Tipe Akuntansi

Mulyadi (2007:2) menyatakan akuntansi dapat dibagi menjadi dua tipe yaitu akuntansi keuangan dan akuntansi manajemen. Akuntansi keuangan merupakan tipe akuntansi yang mengolah informasi keuangan yang terutama untuk memenuhi kebutuhan manajemen puncak dan pihak luar perusahaan, sedangkan akuntansi manajemen merupakan tipe akuntansi yang mengolah informasi keuangan yang terutama untuk memenuhi keperluan manajemen dalam melaksanakan fungsi perencanaan dan pengendalian organisasi.

Akuntansi Manajemen dan Akuntansi Keuangan

Mulyadi (2007:4-7) menyatakan akuntansi manajemen dan akuntansi keuangan memiliki beberapa perbedaan sebagai berikut :

Tabel 2.1. Perbedaan Akuntansi Manajemen dan Akuntansi Keuangan

	Akuntansi Keuangan	Akuntansi Manajemen
Dasar Pencatatan	Menggunakan prinsip akuntansi yang lazim dalam mengolah data keuangan.	Tidak terikat dengan prinsip akuntansi yang lazim dalam pengolahan data informasinya.
Fokus informasi	Mengolah informasi keuangan masa lalu.	Mengolah informasi keuangan masa lalu dan juga menyediakan informasi keuangan masa yang akan datang.
Lingkup informasi	Mengolah dan menyajikan informasi keuangan perusahaan secara keseluruhan.	Mengolah dan menyajikan informasi keuangan bagian-bagian suatu perusahaan untuk memenuhi keperluan manajer tertentu.
Sifat laporan yang dihasilkan	Berupa ringkasan dan berisi informasi yang teliti.	Lebih rinci dan unsur taksiran lebih dominan dalam informasi yang disajikan di dalamnya.
Keterlibatan dalam perilaku manusia	Lebih mementingkan pengukuran kejadian-kejadian ekonomi.	Lebih banyak bersangkutan dengan pengukuran kinerja manajemen.
Disiplin sumber yang melandasi	Pada satu disiplin sumber : ilmu ekonomi.	Memiliki dua disiplin sumber : ilmu ekonomi dan psikologi sosial.

Akuntansi Manajemen dan Akuntansi Biaya

Amin (2005:2) mendefinisikan akuntansi biaya sebagai suatu teknik atau metode untuk menentukan biaya suatu proyek, proses, atau hal-hal yang digunakan oleh mayoritas kesatuan legal dalam suatu masyarakat atau secara khusus ditentukan oleh suatu kelompok akuntansi otoritatif. Sedangkan akuntansi manajemen didefinisikan sebagai proses identifikasi (atas transaksi), akumulasi (atas transaksi), analisis (atas transaksi yang berhubungan dengan kejadian lain), penyiapan dan interpretasi (atas data), dan komunikasi (kepada manajemen) untuk pemakaian internal dan eksternal.

Informasi Akuntansi Manajemen

Hansen dan Mowen (2007:4) menyatakan sistem informasi akuntansi manajemen (*management accounting information system*) adalah sistem informasi yang menghasilkan keluaran (*output*) dengan menggunakan masukan (*input*) dan memprosesnya untuk mencapai tujuan khusus manajemen.

Tipe Informasi Akuntansi Manajemen

Informasi akuntansi manajemen dapat dihubungkan dengan tiga hal yaitu objek informasi, alternatif yang akan dipilih, dan wewenang manajer. Jika informasi akuntansi manajemen dihubungkan dengan objek informasi, seperti produk, departemen atau aktivitas maka akan dihasilkan konsep informasi akuntansi penuh. Jika informasi akuntansi manajemen dihubungkan dengan alternatif yang akan dipilih maka akan dihasilkan konsep informasi akuntansi diferensial yang sangat diperlukan oleh manajemen dalam pengambilan keputusan pemilihan alternatif.

Manfaat Informasi Akuntansi Manajemen

Setelah mengetahui tipe informasi akuntansi manajemen, pihak manajemen juga harus mengetahui manfaat dari tiap tipe informasi tersebut. Di dalam bagian ini diuraikan secara ringkas konsep dan kegunaan setiap tipe informasi akuntansi manajemen: informasi akuntansi penuh (*full accounting information*), informasi akuntansi diferensial (*differential accounting information*), dan informasi akuntansi pertanggungjawaban (*responsibility accounting information*). Ketiga tipe informasi akuntansi manajemen tersebut dapat meliputi aktiva, pendapatan, dan/atau biaya informasi akuntansi manajemen menyangkut informasi masa lalu dan masa informasi yang akan datang, tergantung untuk apa informasi tersebut disajikan.

Informasi Akuntansi Penuh

Pembahasan mengenai konsep informasi akuntansi penuh akan selalu bersangkutan dengan objek informasi. Objek informasi dapat berupa produk, keluarga produk, aktivitas, divisi, departemen, atau perusahaan sebagai suatu keseluruhan. Menurut Mulyadi (2007:50) Informasi akuntansi penuh adalah seluruh aktiva, seluruh pendapatan yang diperoleh, dan/atau seluruh sumber yang dikorbankan suatu objek informasi.

Manfaat Informasi Akuntansi Penuh

Seperti yang telah dijelaskan diatas, Informasi akuntansi penuh bermanfaat bagi manajemen untuk : Pelaporan keuangan, analisis kemampuan menghasilkan laba, jawaban atas pertanyaan berapa biaya yang dikeluarkan atas segala sesuatu?, penentuan harga jual dalam *cost type contract*, penentuan harga jual normal, penentuan harga jual yang diatur dengan peraturan pemerintah, dan penyusunan program.

Penetapan Harga Jual Prodak

Krismiaji dan Anni (2011:326) menyatakan harga jual adalah upaya untuk menyeimbangkan keinginan untuk memperoleh manfaat sebesar-besarnya dari perolehan pendapatan yang tinggi dan penurunan volume penjualan jika harga jual yang dibebankan ke konsumen terlalu mahal. Menurut Murti dan Soeprihanto (2007:281), harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya.

Penentuan Harga Pokok Produk

Pada umumnya dalam pembuatan produk terdapat dua kelompok biaya yaitu biaya produksi dan biaya nonproduksi. Biaya produksi merupakan biaya yang dikeluarkan dalam pengolahan bahan baku menjadi produk sedangkan biaya nonproduksi merupakan biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan nonproduksi seperti kegiatan pemasaran dan administrasi. Biaya produksi membentuk harga pokok produksi yang digunakan untuk menghitung harga pokok produk jadi dan harga pokok produk yang pada akhir periode akuntansi masih dalam proses. Biaya non produksi ditambahkan pada harga pokok produksi untuk menghitung total harga pokok produk.

Pengertian Harga Pokok Produk

Mulyadi (2009: 22) menyatakan istilah harga pokok juga digunakan untuk menunjukkan pengorbanan sumber ekonomi dalam pengolahan bahan baku menjadi produk jadi.

Element Harga Pokok Produk

Mulyadi (2009:26) menyatakan Terdapat dua pendekatan dalam penentuan harga pokok produksi : metode *full costing* dan metode *variable costing*. Dalam metode *full costing* biaya produksi yang diperhitungkan dalam penentuan harga pokok produksi adalah biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik baik yang berperilaku tetap dan yang berperilaku variabel. Dalam metode *variable costing*, biaya produksi yang diperhitungkan dalam perhitungan harga pokok produksi adalah hanya terdiri dari biaya produksi variabel, yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik variabel.

Pengumpulan Harga Pokok Produk

Mulyadi (2009:18) menyatakan pada dasarnya ada dua jenis proses produksi yaitu :

1. Perusahaan yang memproduksi berdasar pesanan yaitu, mengumpulkan harga pokok produksinya dengan menggunakan metode harga pokok pesanan (*job order cost method*). Dalam metode ini biaya-biaya produksi dikumpulkan untuk pesanan tertentu dan harga pokok produksi per satuan produk yang dihasilkan untuk memenuhi pesanan tersebut dihitung dengan cara membagi total biaya produksi untuk pesanan tersebut dengan jumlah satuan produk dalam pesanan yang bersangkutan.
2. Perusahaan yang memproduksi massa yaitu, mengumpulkan harga pokok produksinya dengan menggunakan metode harga pokok proses (*process cost method*). Dalam metode ini biaya-biaya produksi dikumpulkan untuk periode tertentu dan harga pokok produksi per satuan produk yang dihasilkan dalam periode tersebut dihitung dengan cara membagi total biaya produksi untuk periode tersebut dengan jumlah satuan produk yang dihasilkan dalam periode yang bersangkutan.

Metode Penentuan Harga Pokok Produk

Mulyadi (2009:50) menyatakan *full cost* merupakan total biaya yang bersangkutan dengan objek informasi. Jika objek informasi berupa produk, *full cost* merupakan total biaya yang bersangkutan dengan produk tersebut. Perhitungan *full cost* suatu produk dipengaruhi oleh metode penentuan harga pokok produksi yang digunakan : *full costing* atau *variable costing*, *activity based costing*.

Pengertian Profitabilitas

Fahmi (2011:68) menyatakan profitabilitas adalah rasio yang mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi. Menurut Ikhsan (2009:102), rasio profitabilitas merupakan yang paling sering digunakan untuk mengukur efektivitas manajemen dalam pencapaian profitabilitas. Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba.

METODE PENELITIAN

Jenis Data dan Sumber data

Jenis data

Kuncoro (2009:145) menyatakan dalam penelitian ada dua jenis data yang digunakan, yaitu:

1. Data Kualitatif
Data kualitatif adalah data yang tidak dapat diukur dalam skala numerik atau cara penyajian data secara deskriptif.
2. Data Kuantitatif
Data kuantitatif adalah data yang dapat diukur dalam skala numerik atau data-data yang disajikan dalam bentuk angka-angka.

Dalam penelitian ini digunakan data kualitatif yang diperoleh melalui observasi mengenai sejarah serta gambaran umum CV. Anugerah Genteng Manado, serta data kuantitatif yang diperoleh seperti data harga pokok produk terdiri dari biaya produksi dan biaya nonproduksi CV. Anugerah Genteng Manado.

Sumber Data

Sumber data menurut Kuncoro (2009:148), dalam penelitian pada umumnya ada dua, yaitu:

1. Data Primer, data yang diperoleh dengan survei lapangan yang menggunakan semua metode pengumpulan data original.
2. Data Sekunder, data yang telah dikumpulkan oleh lembaga pengumpul data dan dipublikasikan kepada masyarakat pengguna data.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data sekunder yaitu data yang telah dikumpulkan dari CV. Anugerah Genteng Manado.

Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, proses pengumpulan data dilakukan dengan dua metode, yakni melalui:

1. Studi Kepustakaan yaitu teknik ini dilakukan dengan cara mendapatkan informasi dari teori-teori dengan cara mempelajari serta mencatat dari buku-buku yang berhubungan erat dengan masalah yang akan dibahas atau diteliti untuk digunakan sebagai dasar teori yang melengkapi proses penyusunan skripsi ini.
2. Studi Lapangan yaitu penelitian ini dilakukan dengan cara melakukan tinjauan secara langsung pada CV. Anugerah Genteng Manado yang menjadi objek dari penelitian. Adapun cara yang telah ditetapkan oleh penulis dalam melaksanakan penelitian lapangan ini, yaitu dengan cara : peninjauan Langsung (*Observasi*), yaitu teknik pengumpulan data, dimana penulis langsung ke lokasi pabrik dan melakukan pengamatan terhadap proses produksi perusahaan, khususnya mengenai penentuan harga pokok produk dengan metode *full costing* dan penentuan harga jual berdasarkan *cost plus pricing* dalam menentukan profitabilitas perusahaan pada CV. Anugerah Genteng Manado.

Metode Analisis Data

Kuncoro (2009:185) menyatakan analisis data adalah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Metode analisis yang digunakan untuk membahas permasalahan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif, yaitu metode analisis yang dapat memberikan gambaran maupun uraian jelas mengenai suatu keadaan atau fenomena, sehingga dapat ditarik kesimpulan mengenai Analisis Harga Pokok Produk Dengan Metode *Full Costing* Dan Penentuan Harga Jual Berdasarkan *Cost Plus Pricing* Dalam Menentukan Profitabilitas Perusahaan Pada CV. Anugerah Genteng Manado.

Definisi Operasional

Agar tidak terjadi kesalahan dalam menginterpretasikan judul skripsi ini dan untuk memperoleh pemahaman yang lebih baik agar tercipta kesatuan persepsi antara penulis dan pembaca, maka penulis merasa perlu untuk membahas beberapa definisi operasional, yaitu :

1. Harga pokok produk adalah keseluruhan biaya-biaya yang dikorbankan mulai dari pembelian bahan, kemudian diproses menjadi barang jadi sampai kemudian dipertukarkan dipasar.
2. Harga jual adalah nilai yang akan diterima oleh perusahaan dimana didalamnya terdapat keuntungan perusahaan sebagai akibat dari penyerahan barang atau jasa kepada pembeli atau pelanggan.
3. Profitabilitas adalah rasio yang mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditujukan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Penentuan Harga Pokok Produk

Dari hasil pengamatan dan penelitian yang dilakukan terhadap metode penentuan harga pokok produk yang dilakukan perusahaan, penulis menemukan ada beberapa biaya produksi yang tidak dibebankan perusahaan dalam kalkulasi harga pokok produksi yaitu ; biaya penyusutan gedung pabrik sebesar Rp. 6.570.000, biaya penyusutan mesin & peralatan, sebesar Rp 12.671.000 dan biaya asuransi sebesar Rp 8.600.000 biaya-biaya ini seharusnya menjadi komponen biaya *overhead* pabrik untuk menentukan harga pokok produksi yang oleh perusahaan dimasukkan dalam biaya administrasi & umum hal ini menyebabkan biaya *overhead* menurun dan harga pokok produksi menjadi lebih rendah dari yang sebenarnya.

Selain itu harga pokok produk yang disajikan menjadi lebih tinggi dari yang seharusnya, karena masing-masing produk dibebankan oleh jumlah biaya penyusutan gedung pabrik sebesar Rp 6.570.000, biaya penyusutan mesin & peralatan sebesar Rp 12.671.000 dan biaya asuransi sebesar Rp 8.600.000, yang seharusnya dialokasikan ke dalam biaya *overhead* pabrik yang pengalokasiannya didasarkan atas persentase volume masing-masing produk yang dihasilkan terhadap total volume produk, sehingga masing-masing produk dibebankan dengan jumlah biaya menurut persentase tarif *overhead* yang sudah ditetapkan perusahaan yaitu ; 14 % untuk genteng garuda, 16 % untuk genteng KIA, 25 % untuk paving serasi, 29 % untuk paving 3 berlian, dan 16 % untuk hollow Brich. Dengan demikian pengalokasian biaya penyusutan gedung pabrik, biaya penyusutan mesin & peralatan, dan biaya asuransi kedalam biaya *overhead* pabrik berdasarkan tarif *overhead* yang ditetapkan perusahaan.

Pembahasan

Evaluasi Penetapan Harga Jual Pada CV. Anugerah Genteng Manado

a. Genteng Garuda

Perhitungan mark up :	Biaya nonproduksi	Rp.	68.845.000
	Laba yang diharapkan	Rp.	163.287.272 +
	Jumlah	Rp.	232.132.272
	Biaya Produksi	Rp.	339.373.180 :
	Presentase mark up		68 %
Perhitungan harga jual :	Biaya produksi	Rp.	339.373.180
	Mark up 68 % x Rp. 232.132.272	Rp.	157.849.944 +
	Jumlah	Rp.	497.223.124
	Volume produk (unit)	Rp.	210.368 :
	Harga jual per unit	Rp.	2.363

b. Genteng KIA

Perhitungan mark up:	Biaya nonproduksi	Rp.	68.845.000
	Laba yang diharapkan	Rp.	<u>165.689.016 +</u>
	Jumlah	Rp.	234.534.016
	Biaya produksi	Rp.	<u>345.377.540 :</u>
	Persentase mark up		67 %
Perhitungan harga jual:	Biaya produksi	Rp.	345.377.540
	Mark up 67 % x Rp. 234.534.016	Rp.	<u>157.137.790 +</u>
	Jumlah	Rp.	502.515.330
	Volume produk (unit)	Rp.	<u>222.190 :</u>
	Harga jual per unit	Rp.	2.261

c. Paving Serasi

Perhitungan mark up :	Biaya nonproduksi	Rp.	68.845.000
	Laba yang diharapkan	Rp.	<u>175.689.026 +</u>
	Jumlah	Rp.	244.534.026
	Biaya produksi	Rp.	<u>373.215.925</u>
	Persentase mark up		65 %
Perhitungan harga jual :	Biaya produksi	Rp.	370.377.565
	Mark up 65 % x Rp. 244.534.026	Rp.	<u>158.947.116 +</u>
	Jumlah	Rp.	529.324.681
	Volume produk (unit)	Rp.	<u>329.023 :</u>
	Harga jual per unit	Rp.	1.608

d. Paving 3 Berlian

Perhitungan mark up :	Biaya nonproduksi	Rp.	68.845.000
	Laba yang diharapkan	Rp.	<u>181.658.172 +</u>
	Jumlah	Rp.	250.503.172
	Biaya produksi	Rp.	<u>385.300.432 :</u>
	Persentase mark up		65 %
Perhitungan harga jual:	Biaya produksi	Rp.	385.300.432
	Mark up 65 % x Rp. 250.503.172	Rp.	<u>162.827.061 +</u>
	Jumlah	Rp.	548.127.493
	Volume produk (unit)	Rp.	<u>365.106 :</u>
	Harga jual per unit	Rp.	1.501

e. Hollow Brich

Perhitungan mark up :	Biaya nonproduksi	Rp.	68.845.000
	Laba yang diharapkan	Rp.	<u>201.407.104 +</u>
	Jumlah	Rp.	270.252.104
	Biaya produksi	Rp.	<u>434.672.762 :</u>
	Persentase mark up		62 %
Perhitungan harga jual :	Biaya produksi	Rp.	434.672.762
	Mark up 62 % x Rp. 270.252.104	Rp.	<u>167.556.304 +</u>
	Jumlah	Rp.	602.229.066
	Volume produk (unit)	Rp.	<u>221.042 :</u>
	Harga jual per unit Rp.		2.724

PENUTUP**Kesimpulan**

Berdasarkan pada hasil penelitian, maka penulis mengambil kesimpulan:

1. *Cost plus pricing* adalah penetapan harga jual dengan berdasarkan biaya harga jual yang ditetapkan harus dapat menutupi biaya penuh yang telah dikeluarkan perusahaan untuk menghasilkan produk, dan menghasilkan laba yang dikehendaki. Untuk perhitungan harga jual, biaya penuh dibagi dua yaitu biaya

yang dipengaruhi langsung oleh volume produk, dan biaya yang tidak dipengaruhi langsung oleh volume produk.

2. Dalam penentuan harga jual ada beberapa faktor yang harus di pertimbangkan yaitu biaya dan laba. Selain itu, penting juga diketahui mengenai presentase keuntungan yang diharapkan sehingga pemecahan dalam menetapkan keuntungan yang tidak terlalu tinggi atau terlalu rendah, karena dengan presentase keuntungan yang terlalu tinggi akan menyebabkan kerugian bagi perusahaan pada jangka panjang dan bisa membuat konsumen beralih pada perusahaan lain yang sejenis, sedangkan laba yang di peroleh tidak sesuai dengan yang diharapkan perusahaan. Dalam hal ini untuk laba yang diharapkan perusahaan mengambil kebijakan 35% dari total biaya per unit.

Saran

Saran yang diajukan dalam penelitian ini, adalah:

1. Terdapat kelemahan dalam perhitungan harga pokok produk perusahaan yaitu kalkulasi harga pokok produk yang dilakukan perusahaan lebih tinggi daripada harga pokok produk menurut harga pokok produk setelah dievaluasi, menurut perusahaan harga pokok produk genteng garuda, sebesar Rp. 2.100, genteng KIA sebesar Rp. 2.000, paving serasi sebesar Rp. 1.400, paving 3 berlian sebesar Rp. 1.300, dan hollow brich sebesar Rp. 2.400. sedangkan harga pokok produk setelah dievaluasi untuk genteng garuda sebesar Rp. 1.940, genteng KIA sebesar Rp. 1.864, paving serasi sebesar Rp. 1.343, paving 3 berlian sebesar Rp. 1.243, dan hollow brich sebesar Rp. 2.277.
2. Perusahaan sebaiknya memasukan biaya penyusutan gedung pabrik, biaya penyusutan mesin & peralatan, dan biaya asuransi dalam perhitungan harga pokok produksi, agar perhitungan harga pokok produksi dan penentuan harga pokok produk menjadi lebih tepat.

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, Widjaja Tunggal. 2005. *Akuntansi Biaya, Ringkasan Teori Soal dan Jawab*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Fahmi, Irham. 2011. *Analisis Kinerja Keuangan*. CV Alfabeta. Bandung.
- Hansen dan Mowen. 2007. *Akuntansi Manajemen*. Terjemahan Hermawan. Jilid 1. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Ikhsan, Arfan. 2009. *Akuntansi Manajemen Perusahaan Jasa*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Krismiaji dan Anni, Aryani. 2011. *Akuntansi Manajemen*. Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN. Yogyakarta.
- Kuncoro. 2009. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Erlangga. Jakarta.
- Mulyadi. 2007. *Akuntansi Biaya*. Penerbit Aditya Media. Yogyakarta.
- Mulyadi. 2009. *Akuntansi Biaya*. Penerbit Aditya Media. Yogyakarta.
- Murti, Sumarni dan Soeprihanto, John. 2007. *Pengantar Bisnis*. Edisi kedua. STIE YKPN. Yogyakarta.
- Yusuf, Haryono AL. 2007. *Dasar-dasar Akuntansi 1*. Jilid 1 Edisi kelima. Yogyakarta. STIE YKPN.