

ANALISIS PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUK DI PT. BANGUN WENANG BEVERAGES COMPANY MANADO

ANALYSIS CALCULATION OF THE COST OF PRODUCTS IN PT. BANGUN WENANG BEVERAGES
COMPANY MANADO

Oleh:
Yuvita M. F Goni¹
Dhullo Afandi²

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Akuntansi
Universitas Sam Ratulangi Manado

Email: ¹yuvita.goni@yahoo.com
²afandiafandibaksh@gmail.com

Abstrak: Harga Pokok Produksi merupakan kumpulan dari biaya-biaya yang dikeluarkan untuk mengolah bahan baku menjadi barang jadi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perhitungan harga pokok produk Coca Cola ukuran 10 oz di PT. Bangun Wenang *Beverages Company* Manado. Penelitian menggunakan pendekatan study komparatif dan metode analisis yang digunakan kualitatif deskriptif dengan cara membandingkan konsep perhitungan harga pokok produk yang diaudit oleh perusahaan dengan metode *variable costing* dan *target costing*. Hasil perhitungan harga pokok produksi (HPP) dengan menggunakan metode *full cost* yang dianut oleh perusahaan menghasilkan HPP yang lebih tinggi bila dibandingkan dengan metode *target costing*, dan *variable costing*. Perusahaan disarankan untuk tetap menggunakan metode *full cost* dalam penentuan HPP karena perhitungan HPP dengan menggunakan metode *full cost* mampu menyajikan laporan keuangan yang sesuai dengan prinsip akuntansi yang mengkehendaki kewajaran laporan keuangan kepada pihak eksternal perusahaan.

Kata kunci : harga pokok produksi, *full cost*, *target costing*, *variable costing*

Abstract: *Cost of good sold is a collection of the cost incurred to process raw materials into finished materials. This study aimed to analyze the calculation of the cost of production of product cocacola size 10oz in PT. Bangun Wenang Beverages Company Manado. Research using comparative study approach and methods of analysis used descriptive qualitative by comparing the concept of calculating the cost of the product is adopted by a company with variable costing method and target costing. The result of calculation of the cost of production by using the full cost method in use by the company resulted in product cost is higher when compared with the method of target costing and variable costing. Company is advised to continue using the full cost method in determining the cost of production for the calculation of cost of the product by using the full cost method able to present financial statements in accordance with accounting principles favoring fairness of financial statements to external parties of the company.*

Keywords : *cost of good sold, full cost, target costing, variable costing*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan pasar global menyebabkan persaingan di semua lini usaha semakin ketat. Dalam era persaingan yang semakin ketat, perusahaan menghadapi berbagai tantangan dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Perusahaan dituntut untuk dapat mengambil langkah strategis agar memiliki keunggulan bersaing guna untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya. Salah satu langkah strategis perusahaan untuk bisa menang dalam persaingan adalah berkaitan dengan perhitungan harga pokok dan penentuan harga jual. Harga pokok mempunyai peranan yang sangat penting dalam menentukan harga jual produk.

Prinsip dasar dalam penentuan harga jual produk adalah bahwa harga jual harus cukup menutupi semua biaya dan menghasilkan laba sehingga dapat memberikan return yang wajar untuk dapat mempertahankan dan mengembangkan perusahaan. Tetapi harga jual juga kerap ditentukan oleh pasar, sehingga membuat harga pasar menjadi dasar yang digunakan untuk menentukan target biaya yang diselaraskan dengan biaya – biaya yang telah dikeluarkan dalam produksi, yang dikenal dengan masalah target costing.

Penetapan biaya yang lebih tepat akan menghasilkan harga pokok produksi atau jasa yang lebih akurat. Perusahaan harus benar-benar serius menangani harga pokok produksinya. Dalam perhitungan biaya produk untuk menentukan harga pokok produksi masih banyak perusahaan yang menggunakan sistem tradisional atau dikenal dengan pendekatan *full costing*.

PT. Bangun Wenang *Beverages Company* merupakan perusahaan yang bergerak dibidang produksi minuman bersoda yang bermerek cocacola, dimana dalam menjalankan aktivitas usahanya senantiasa menghadapi banyak persaingan. Karena hal tersebut maka masalah yang timbul dalam perusahaan juga semakin rumit, secara khusus penggunaan biaya produksi, sehingga perhitungan harga pokok produksi secara tepat menjadi semakin penting. Kesalahan dalam perhitungan harga pokok produksi misalnya disebabkan oleh pembebanan biaya yang tidak relevan, yang turut diperhitungkan sebagai harga pokok produksi akan menyebabkan harga pokok produksi menjadi tinggi.

Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui bagaimana perhitungan harga pokok produk di PT. Bangun Wenang *Beverages Company* Manado.
2. Menganalisis ketepatan pemilihan metode penentuan harga pokok produksi yang seharusnya dianut oleh perusahaan.

TINJAUAN PUSTAKA

Akuntansi

Akuntansi adalah suatu seni pencatatan, penggolongan, dan peringkasan dengan cara yang informatif dan diukur dalam bentuk mata uang, atas transaksi-transaksi atau kejadian-kejadian keuangan perusahaan dan interpretasi hasilnya (Tanor, 2015). Tujuan akuntansi secara keseluruhan adalah memberikan informasi yang dapat digunakan dalam pengambilan keputusan (Tinungki, 2014).

Akuntansi Manajemen

Krismiaji dan Aryani (2011:1) mendefinisikan akuntansi manajemen adalah salah satu cabang ilmu akuntansi yang menghasilkan informasi untuk manajemen atau pihak intern perusahaan. Akuntansi manajemen juga adalah aplikasi praktis dari teknik manajemen untuk mengontrol dan melaporkan sumber daya keuangan pada suatu badan usaha. Yang meliputi analisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian program yang dirancang untuk memberikan pelaporan keuangan untuk pengambilan keputusan manajerial (Beke, 2010).

Konsep Biaya

Biaya (*cost*) dapat digolongkan menjadi dua bagian, yaitu adalah aktiva atau aset dan beban atau *expense*. Biaya akan dicatat sebagai aktiva atau aset apabila memberikan manfaat lebih dari satu periode akuntansi. Sedangkan biaya akan dikategorikan sebagai beban atau *expense* jika memberikan manfaat pada periode akuntansi berjalan. Biaya adalah kas atau ekuivalen kas yang dikorbankan untuk membeli barang atau jasa yang diharapkan akan memberikan manfaat bagi perusahaan saat sekarang atau untuk periode mendatang (Krismiaji dan Aryani, 2011:17). Dalam akuntansi manajemen, istilah biaya digunakan untuk berbagai kepentingan, yang disebut *differrent cost for differrent purpose*. Hal ini disebabkan adanya berbagai jenis biaya dan pengelompokannya bervariasi sesuai dengan kebutuhan manajemen.

Penentuan Harga Pokok Produk

Sudarno (2013) menyatakan bahwa harga pokok produksi merupakan elemen penting untuk menilai keberhasilan dari perusahaan dagang maupun manufaktur. Harga pokok produk merupakan biaya yang diikatkan pada setiap unit produk (Anton, 2012). Yusup (2011:103) menyatakan bahwa harga perolehan meliputi semua pengeluaran yang diperlukan untuk mendapatkan barang dan menempatkannya dalam kondisi yang siap untuk dijual. Mulyadi (2009:22) menyatakan istilah harga pokok juga digunakan untuk menunjukkan pengorbanan sumber ekonomi dalam pengolahan bahan baku menjadi produk jadi. Pembebanan harga pokok produksi adalah pembebanan unsur biaya produksi terhadap produk yang dihasilkan dari suatu proses produksi, artinya penentuan biaya yang melekat pada produk jadi dan persediaan barang dalam proses (Malue, 2013). Pada umumnya dalam pembuatan produk terdapat dua kelompok biaya, yaitu biaya produksi dan biaya non produksi. 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.

Target Costing

Target costing didefinisikan sebagai salah satu perkenalan akuntansi manajemen yang digunakan dalam manajemen biaya untuk mengurangi biaya desain produk dan pengembangan dan menyediakan berbagai produk berkualitas tinggi (Al-Awawdeh & Al-Sharairi, 2012). Krismiaji dan Aryani (2011:335), menyatakan bahwa *target costing* adalah proses penentuan biaya maksimum yang dimungkinkan bagi pembuatan sebuah produk baru dan kemudian merancang prototipe yang menguntungkan dengan kendala biaya yang maksimum yang telah ditetapkan. Manfaat utama *target costing* adalah penetapan harga pokok produk sebagai dasar penetapan harga sehingga target laba yang diinginkan akan tercapai. Perbedaan mendasar antara *target costing* dan pendekatan tradisional adalah dalam hal tahapan desain produk dan penetapan harga jual. Secara tradisional proses produksi dimulai dari desain produk barang atau jasa, dilanjutkan menghitung harga pokok produk, kemudian penetapan harga jual tidak bisa di dikte oleh perusahaan, alias sudah “*given*”. Sedangkan *target costing* merupakan suatu sistem dimana penentuan harga pokok produk adalah sesuai dengan yang diinginkan (target) sebagai dasar penetapan harga jual produk yang akan memperoleh laba yang diinginkan, atau penentuan harga pokok sesuai dengan harga jual yang pelanggan rela untuk membayarnya.

$$\text{Target costing} = \text{Harga pasar} - \text{Laba kotor yang diinginkan.}$$

Full Costing dan Variable Costing

Pendekatan *full costing* yang biasa juga disebut sebagai pendekatan tradisional menghasilkan laporan laba rugi dimana biaya – biaya diorganisir dan disajikan berdasarkan fungsi – fungsi produksi, administrasi, dan penjualan. Laporan laba rugi yang dihasilkan dari pendekatan ini banyak digunakan untuk memenuhi kebutuhan pihak luar perusahaan. Oleh karena itu sistematikanya harus disesuaikan dengan prinsip akuntansi yang berlaku umum untuk menjamin keseragaman informasi yang tersaji dalam laporan tersebut. Dengan demikian para pemakainya dapat membuat berbagai analisis sesuai kebutuhannya berdasarkan informasi yang standar. Krismiaji dan Aryani (2011:144), mengemukakan bahwa *full costing* adalah cara penentuan biaya produk yang membebankan seluruh biaya produksi, baik biaya produksi variabel maupun biaya produksi tetap ke produk. Biaya yang diperhitungkan mencakup biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya *overhead* pabrik variabel, biaya *overhead* pabrik tetap. Dengan demikian biaya tetap diperlakukan sebagai *product cost* dan akan dilaporkan dalam laporan laba rugi apabila produk yang dilekati biaya tetap tersebut terjual. Dengan kata lain, biaya *overhead* pabrik tetap merupakan *inventoriable cost*. Dengan metode ini, biaya *overhead* dibebankan

kepada produk dengan menggunakan tarif yang ditentukan dimuka. Metode *full costing* merupakan metode yang telah digunakan secara luas dalam menghitung harga pokok. Kebanyakan perusahaan menggunakan pendekatan *full costing* dalam menentukan harga pokok produk yang dijualnya karena pertimbangan bahwa seluruh biaya yang dikeluarkan seharusnya menjadi beban konsumen dan alasan ini logis demi mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Kelemahan utama metode *full costing* adalah ketidaktepatan penggunaan metode ini untuk kepentingan perencanaan dan pengambilan keputusan.

Samryn (2012:68), menyatakan pendekatan variabel costing atau juga dikenal sebagai pendekatan kontribusi merupakan suatu format laporan laba rugi yang mengelompokkan biaya berdasarkan perilaku biaya, dimana biaya – biaya dipisahkan menurut kategori biaya variabel dan biaya tetap. Biaya tidak dipisahkan menurut fungsi – fungsi produksi, administrasi dan penjualan. Penentuan *variable costing* adalah metode penentuan harga pokok produksi memperhitungkan semua unsur produksi yang berperilaku variabel dalam harga pokok produksi, yang mencakup biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya *overhead* pabrik variabel.

Penelitian Terdahulu

Allimuddin (2012), dengan judul Analisis Pendekatan *Target Costing* Sebagai Alat Penilaian Efisiensi Produksi Pada PT. Semen Tonasa Kabupaten Pangkep, tujuannya untuk mengetahui perkembangan harga pokok dan harga jual semen yang dicapai pada PT. Semen Tonasa di Kabupaten Pangkep serta melakukan pendekatan *Target costing* agar dapat dijadikan sebagai alat penilaian efisiensi dalam proses produksi semen. Hasil penelitian menunjukkan perbedaan yang signifikan ketika perusahaan menggunakan sistem tradisional dengan pendekatan *target costing*. Slat (2013), dengan judul 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, tujuannya 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*, kemudian melihat pengaruhnya terhadap laba perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan 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.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah dengan menggunakan metode komparatif yaitu dengan membandingkan konteks yang satu dengan yang lainnya. Dalam penelitian ini membandingkan antara total biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dengan menurut *variable costing* dan *target costing* melalui laporan biaya produksi dan laporan laba rugi dari PT. Bangun Wenang *Bavarages Company*.

Sumber Data

Sunyoto (2013:21), menyatakan bahwa pengumpulan data dapat menggunakan dua sumber yaitu sumber primer dan sumber sekunder. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian yang akan diteliti. Penulis meneliti secara langsung pada objek penelitian dengan cara menyusun daftar pertanyaan, mengadakan wawancara langsung dengan pegawai dan juga pimpinan dari objek penelitian, yaitu PT. Bangun Wenang *Bavarage Company* Manado.

Metode Analisis

Metode analisis yang dipakai dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif. Penelitian deskriptif adalah suatu metode yang bertujuan untuk menggambarkan suatu keadaan perusahaan secara sistematis, aktual dan akurat dengan cara mengumpulkan data berdasarkan data yang nampak dalam perusahaan atau organisasi, dimana fakta tersebut dikumpulkan, diolah, dan dianalisis sehingga selanjutnya dapat diambil suatu kesimpulan dan memberikan saran mengenai Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Pada PT. Bangun Wenang *Beverages Company* Manado.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Tabel 1. Produksi, Penjualan, dan Harga Jual Produk

Tahun	Volume Produksi (Botol)	Volume Penjualan (Botol)	Harga Jual (per krat)
2012	19.248.606	19.181.232	Rp. 48.000
2013	14.812.725	14.760.864	Rp. 51.000
2014	9.329.282	9.296.640	Rp. 55.000
Total	43.390.613	43.238.736	-

Sumber: PT. Bangun Wenang Beverages Company Manado.

Tabel 1 menunjukkan volume produksi dan penjualan PT. Bangun Wenang Beverages Company untuk produk cocacola ukuran 295 ml beserta harga jual.

Tabel 2. Laporan Laba Rugi Dalam Penjualan Coke 10 oz

Uraian	Tahun		
	2012	2013	2014
Penjualan	38.362.464.000	31.366.836.000	21.304.800.000
HPP	20.197.722.618	18.579.319.266	11.801.640.650
Laba kotor	18.164.741.382	12.787.516.734	9.503.159.350
Beban Usaha	13.456.560.351	9.511.617.507	7.280.451.856
Laba bersih sebelum pajak	4.708.181.031	3.275.899.227	2.222.707.494
<i>Profit Margin</i>	12,27 %	10,44 %	10,43 %

Sumber : Data diolah dari PT. Bangun Wenang Beverages Company

Tabel 2 menunjukkan bahwa *profit margin* dalam penjualan produk coke 10 oz untuk tahun 2012 sebesar 12,27%, untuk tahun 2013 sebesar 10,44 %, dan untuk tahun 2014 sebesar 10,43 %. Dengan demikian margin laba yang diperoleh oleh perusahaan tidak sesuai dengan margin laba yang diharapkan oleh perusahaan untuk tiap tahunnya yaitu sebesar 20%.

Penentuan Harga Pokok Per Unit

Menentukan harga pokok produk per unit untuk setiap tahunnya perusahaan melakukan perhitungan dengan cara mengumpulkan seluruh biaya produksi dan biaya non produksi yang terjadi dalam tahun yang bersangkutan kemudian dibagikan dengan jumlah produk yang dihasilkan setiap tahunnya. Oleh sebab itu, dapat dikatakan bahwa dalam penentuan harga pokok produk yang dilakukan oleh PT. Bangun Wenang Beverages Company Manado dilakukan dengan menggunakan pendekatan metode *full cost*. Berikut ini disajikan harga pokok produk per unit untuk produk coke 10 oz selama tahun 2012 sampai dengan tahun 2014.

Tabel 3. Hasil Perhitungan Biaya (Biaya Produksi dan Biaya Non Produksi)

Uraian	Tahun		
	2012	2013	2014
A. Biaya produksi :			
a) Biaya bahan baku langsung	635,32	692,88	686,06
b) Biaya bahan penolong	1,48	2,00	2,06
c) Biaya tenaga kerja langsung	93,15	126,32	130,26
d) Biaya overhead pabrik	319,36	433,09	446,63
Jumlah biaya produksi	1.049,31	1.254,29	1.265,01
Jumlah biaya produksi per krat	25.183,44	30.102,96	30.360,24

B. Biaya non produksi			
a) Biaya penjualan dan pemasaran	451,23	416,15	537,25
b) Biaya adm/umum	250,32	228,23	245,88
Jumlah biaya non produksi	701,55	644,38	783,13
Jumlah biaya non produksi perkrat	16.837,2	15.465,12	18.795,12
Total biaya per botol	1.750,86	1.898,67	2.048,14
Total Biaya Produksi per krat	42.020,64	45.568,08	49.155,36

Sumber : Data Olahan, 2015

Tabel 3 menunjukkan bahwa harga pokok produksi khususnya untuk produk coke 10oz untuk tahun 2012 adalah sebesar Rp. 1.750,86 per botol, tahun 2013 sebesar Rp. 1.898,67 per botol, dan tahun 2014 sebesar Rp. 2.048,14 per botol.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT. Bangun Wenang *Beverages Company* menggunakan metode *full cost* untuk menghitung harga pokok produksinya. Jika dihubungkan dengan keberadaan perusahaan, penggunaan metode *full cost* untuk menghitung harga pokok produksinya memiliki beberapa keunggulan yaitu metode ini lebih praktis, mudah dan sederhana karena memasukkan semua unsur biaya tanpa harus memisahkan perilaku atas masing – masing biaya, disamping itu laporan laba rugi yang dihasilkan akan lebih akurat karena unsur persediaan dibebankan dengan seluruh biaya yang terjadi didalam perusahaan. Namun dari sisi kelemahannya, metode ini memang tidak tepat untuk digunakan oleh perusahaan dalam perencanaan dan pengambilan keputusan jangka pendek dikarenakan perusahaan memasukkan seluruh elemen biaya dalam perhitungan harga pokok produknya baik biaya variabel maupun tetap sehingga informasi harga pokok produksi dengan menggunakan metode ini akan dapat diketahui sesudah perusahaan selesai mengeluarkan seluruh biayanya selama periode tertentu. Dikarenakan perhitungan harga pokok produksi perusahaan dengan menggunakan cara tradisional atau dikenal juga sebagai metode *full costing* belum dapat dikatakan akurat atau masih memiliki kelemahan dalam menghitung harga pokok produksi perusahaan, maka dalam penelitian ini diajukan 2 alternatif perhitungan harga pokok produk dengan menggunakan pendekatan metode yang lain selain yang dianut oleh perusahaan, yaitu metode *variable costing* yang merupakan salah satu metode penentuan harga pokok produksi yang membebaskan biaya produksi yang berperilaku variabel saja kepada produk, sedangkan biaya produksi yang sifatnya tetap (*fixed cost*) tidak ditambahkan kedalam perhitungan harga pokok produk dan metode *target costing* yang merupakan penerapan harga pokok produksi sebagai dasar penetapan harga sehingga target laba yang diinginkan akan tercapai.

Perhitungan Harga Pokok Produksi PT. Bangun Wenang *Beverages Company* Manado Berdasarkan Metode *Variable Costing*

Perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode *variable costing* adalah sebagai berikut:

Tahun 2012 :

Biaya Bahan Baku	Rp	12.229.045.447
Biaya Bahan Penolong	Rp	28.408.334
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp	1.792.952.353
Biaya <i>overhead</i> pabrik variabel	Rp	14.752.883.709
Total Harga Pokok Produksi	Rp	28.803.289.843
Total Produksi (botol)		19.248.606
Harga Pokok Produksi per botol	Rp	1.496,38
Jumlah botol per krat		24
Harga Pokok per krat	Rp	35.913,20

Tahun 2013 :

Biaya Bahan Baku	Rp	10.263.425.187
Biaya Bahan Penolong	Rp	29.646.162

Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp	1.871.076.168
Biaya <i>overhead</i> pabrik variabel	Rp	11.880.136.562
Total Harga Pokok Produksi	Rp	24.044.284.079
Total Produksi (botol)		14.812.725
Harga Pokok Produksi per botol	Rp	1.623,22
Jumlah botol per krat		24
Harga Pokok per krat	Rp	38.957,28

Tahun 2014 :

Biaya Bahan Baku	Rp	6.400.430.267
Biaya Bahan Penolong	Rp	19.255.451
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp	1.215.272.336
Biaya <i>overhead</i> pabrik variabel	Rp	7.521.814.763
Total Harga Pokok Produksi	Rp	15.156.772.817
Total Produksi (botol)		9.329.282
Harga Pokok Produksi per botol	Rp	1.624,65
Jumlah botol per krat		24
Harga Pokok per krat	Rp	38.991,6

Sumber: Hasil Data Olahan 2015

Perhitungan Harga Pokok Produksi PT. Bangun Wenang Beverages Company Manado Berdasarkan Metode *Target Costing*

Salah satu cara yang dilakukan oleh perusahaan dalam memaksimalkan laba dalam penjualan coca cola 10oz adalah penerapan *Target Costing*. Dimana *target costing* adalah penerapan harga pokok produksi sebagai dasar penetapan harga sehingga target laba yang diinginkan akan tercapai. Kemudian perlu ditambahkan bahwa pada tahun 2012 diharapkan *profit margin* sebesar 20% untuk produk coca – cola, sedangkan capaian *profit margin* sesungguhnya di tahun 2012 hanya berkisar pada angka 12,27% , sehingga dapat dilihat bahwa laba yang diperoleh oleh perusahaan tidak sesuai dengan laba yang diharapkan oleh perusahaan. Hasil perhitungan metode *target costing* dari tahun 2012 sampai tahun 2014 adalah :

Tabel 4. Perhitungan Target Costing Penjualan Coke 10oz PT. BWBC Manado

Uraian	Tahun		
	2012	2013	2014
Penjualan	38.362.464.000	31.366.836.000	21.304.800.000
Laba yang diharapkan (20% dari penjualan)	7.672.492.800	6.273.367.200	4.260.960.000
Total Biaya (Biaya produksi dan biaya non produksi)	30.689.971.200	25.093.468.800	17.043.840.000

Sumber : Data Olahan, 2015

Tabel 4 menunjukkan besarnya *target costing* dalam penjualan coke 10 Oz untuk tahun 2012 sebesar Rp. 30.689.971.200, tahun 2013 sebesar Rp. 25.093.468.800, dan tahun 2014 sebesar Rp. 17.043.840.000. Dengan demikian, perhitungan metode *target costing* per krat untuk coca cola 10 oz adalah sebagai berikut:

Tabel 5. Perhitungan Margin Laba Penjualan Coke 10oz (*Target Costing*)

Tahun	Harga Jual (per krat)	<i>Target Costing</i> (per krat)	Margin Laba	
			Rp.	%
2012	48.000	38.400	9.600	20 %
2013	51.000	40.800	10.200	20 %
2014	55.000	44.000	11.000	20 %

Sumber : Data Olahan, 2015

Tabel 5 menunjukkan hasil perhitungan margin laba menurut *target costing* dalam penjualan coke 10 oz menunjukkan bahwa dalam penjualan coke 10 oz untuk tahun 2012 perusahaan mendapat keuntungan sebesar 20 % , pada tahun 2013 sebesar 20 % dan pada tahun 2014 juga sebesar 20 %. Dengan demikian berarti persentase laba telah sesuai dengan persentase laba yang diharapkan oleh perusahaan.

Perbedaan Perhitungan Biaya Produksi Menurut Perusahaan Dengan Menurut *Target Costing* Dan *Variable Costing*

Berikut ini disajikan tabel perbandingan harga pokok produksi antara metode yang digunakan oleh perusahaan dengan metode *target costing* dan *variable costing* selama tahun 2012 sampai dengan tahun 2014.

Tabel 6. Perbandingan Harga Pokok Produksi Menurut Perusahaan Dengan *Target Costing* dan *Variable Costing*

Tahun	Besarnya Biaya Menurut Perusahaan (Rp)	Menurut <i>Target Costing</i> (per krat)	Menurut <i>Variable Costing</i> (per krat)
2012	33.654.282.969	30.689.971.200	Rp. 28.803.289.843
2013	28.090.936.773	25.093.468.800	Rp. 24.044.284.079
2014	19.082.092.506	17.043.840.000	Rp. 15.156.772.817

Sumber : Data Olahan, 2015

Tabel 7. Perbandingan Harga Pokok Produksi Menurut Perusahaan Dengan *Target Costing* dan *Variable Costing* Penjualan Coke 10oz

Tahun	Besarnya Biaya Menurut Perusahaan (Rp)	Menurut <i>Target Costing</i> (per krat)	Menurut <i>Variable Costing</i> (per krat)
2012	42.020,64	38.400	35.913,20
2013	45.568,08	40.800	38.957,28
2014	49.155,36	44.000	38.991,6

Sumber : Data Olahan, 2015

Tabel 7 menunjukkan bahwa terdapat perbedaan antara metode yang digunakan oleh perusahaan dengan metode *variable costing* dan metode *target costing*. Perhitungan yang dilakukan perusahaan menghasilkan harga pokok produk per krat yang lebih besar sehingga berdampak ke laba perusahaan yang menjadi lebih sedikit bila dibandingkan dengan menggunakan metode *target costing* dan metode *variable costing* yang menghasilkan harga pokok produksi yang lebih kecil sehingga mengakibatkan laba yang dihasilkan oleh perusahaan akan meningkat bila dibandingkan dengan metode yang dianut oleh perusahaan.

Namun dari sisi keunggulan dan kelemahan dari masing – masing metode diatas dapat dilihat dan disimpulkan bahwa dalam rangka menghitung harga pokok produksi perusahaan, metode *full cost* yang digunakan oleh perusahaan lebih unggul daripada dua metode lainnya. Hal ini karena jika dihubungkan dengan keberadaan perusahaan, penggunaan metode *full cost* untuk menghitung harga pokok produksi lebih praktis, mudah dan sederhana untuk digunakan karena memasukkan semua biaya tanpa harus memisahkan biaya kedalam biaya tetap dan biaya variabel. Metode ini juga dapat dikatakan lebih akurat dibandingkan dengan dua metode lainnya karena metode ini menghitung semua biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam rangka memproduksi dan memasarkan produknya. Laporan laba rugi yang dihasilkan dari pendekatan ini juga dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan pihak luar perusahaan, dalam hal ini mungkin untuk kepentingan pengurusan pajak.

Dari sisi kelemahan terhadap pemilihan metode – metode perhitungan harga pokok produksi yang telah dibahas di atas terdapat kelemahan yang signifikan jika perusahaan menggunakan menggunakan metode *variable costing* karena dibandingkan dengan dua metode lainnya metode ini memiliki beberapa kelemahan apabila diterapkan oleh perusahaan, yaitu metode ini tidak praktis apabila digunakan oleh perusahaan karena

pemisahan biaya – biaya ke dalam biaya variabel dan biaya tetap sulit dilaksanakan dan dengan tidak diperhitungkannya biaya overhead pabrik tetap dalam perhitungan harga pokok produksi perusahaan maka akan menghasilkan informasi harga pokok produk yang tidak wajar karena dengan tidak diperhitungkannya biaya overhead pabrik tetap yang seharusnya juga diperhitungkan ke dalam perhitungan harga pokok produksi perusahaan akan menghasilkan harga pokok produksi yang lebih kecil sehingga mengakibatkan laba yang dihasilkan oleh perusahaan meningkat bila dibandingkan dengan metode yang dianut oleh perusahaan. Serta perhitungan harga pokok produk dengan metode ini juga dianggap tidak sesuai dengan prinsip akuntansi yang berlaku umum, sehingga apabila dalam perhitungan harga pokoknya perusahaan menggunakan metode ini maka untuk kepentingan eksteren perusahaan seperti pengurusan pajak perusahaan harus membuat perhitungan harga pokok atas dasar metode *full costing*.

PENUTUP

Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah:

1. Selama tahun 2012 sampai dengan tahun 2014, PT. Bangun Wenang *Beverages Company* menggunakan pendekatan *full cost* untuk menghitung harga pokok produksinya.
2. Adanya kelemahan dalam cara penentuan harga pokok produksi yang dianut oleh PT. Bangun Wenang *Beverages Company* maka diajukan dua metode perhitungan harga pokok produksi yang lain sebagai alternatif perhitungan harga pokok produksi yang bisa digunakan oleh perusahaan. Kedua metode tersebut yakni metode *variable costing* dan *target costing*.
3. Hasil penelitian dan pembahasan serta analisis keunggulan dan kelemahan metode *full cost*, *target costing* dan *variable costing* dalam rangka menghitung harga pokok produk di PT. Bangun Wenang *Beverages Company*, menunjukkan bahwa sebaiknya perusahaan tetap memilih metode *full cost* untuk kepentingan perhitungan harga pokok produksinya.

Saran

Saran yang dapat diberikan, sebagai berikut:

1. Dalam menghitung harga pokok produksinya sebaiknya perusahaan tetap menggunakan metode *full cost* dalam penentuan harga pokok produksinya karena menyajikan laporan keuangan yang sesuai dengan prinsip akuntansi yang mengkehendaki kewajaran laporan keuangan kepada pihak eksternal perusahaan. Metode *full cost* juga dapat mengidentifikasi biaya – biaya yang mendukung proses produksi dalam perhitungan harga pokok produk, dan tentunya lebih mudah dan sederhana dalam perhitungannya karena memasukkan semua biaya tanpa harus memisahkan biaya ke dalam biaya tetap dan biaya variabel.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti dengan periode penelitian yang lebih panjang atau dengan jenis minuman yang diproduksi perusahaan yang lebih banyak agar memperoleh hasil penelitian yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Awawdeh, Waleed dan Jamal Al-Sharairi. 2012. The Relationship Between Target Costing and Competitive Advantage of Jordanian Private Universities. *International Journal of Business and Management*, Vol. 7 No. 8. Kanada. <http://www.ccsenet.org/journal/index.php/ijbm/article/view/13396>. Tanggal Akses: 23 Januari 2016. Hal. 123-142.
- Alimuddin, Arwina. 2012. Analisis Pendekatan Target Costing Sebagai Alat Penilaian Efisiensi Produksi Semen pada PT Semen Tonasa Kabupaten Pangkep. *Skripsi*. <https://core.ac.uk/download/files/644/25486903.pdf>. Universitas Hasanuddin. Makassar. Tanggal Akses: 12 Desember 2015. Hal. 1.
- Anton. 2012. Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode Activity Based Costing Studi Kasus Pada PT. Bintang Semarang. *Majalah Ilmiah Informatika*. Vol. 3 No. 3. Semarang. <http://www.unaki.ac.id/ejournal/index.php/jurnal-informatika/article/view/78/77>. Tanggal Akses: 23 Januari 2016. Hal. 124-146.

- Beke, Jenő. 2010. Accounting Management by International Standards. *International Journal of Business and Management*. Vol.5 No. 5. Hungaria. <http://journal.ke.hu/rbs/index.php/rbs/article/viewFile/20/18>. Tanggal Akses: 23 Januari 2016. Hal. 36-43.
- Krismiajidan Aryani Anni. 2011. *Akuntansi Manajemen*. Edisi Kedua. STIM YKPN, Yogyakarta.
- Malue, Jurgen. 2013. Analisis Penerapan Target Costing Sebagai Sistem Pengendalian Biaya Produksi Pada PT. Celebes Mina Pratama. *Jurnal EMBA*. Vol. 1 No. 3. Manado. <http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/1904/1512>. Tanggal Akses: 23 Januari 2016. Hal.949-957.
- Mulyadi. 2009. *Akuntansi Biaya*. Aditya Media, Yogyakarta.
- Samryn, L.M. 2012. *Akuntansi Manajemen*. Edisi Pertama. Kencana, Jakarta.
- Slat, Andre. 2013. 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. *Skripsi* (tidak dipublikasikan). Universitas Sam Ratulangi. Manado.
- Sudarno, Ilham., 2013. Penentuan Harga Pokok Produksi Percetakan Sablon Otakkanan Production. *Diponegoro Journal of Accounting*. Vol. 2 No. 2. Yogyakarta. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting/article/view/3239/3172>. Tanggal Akses 23 Januari 2016. Hal.1-14.
- Sunyoto, Danang. 2013. *Metodologi Penelitian Akuntansi*. PT. Refika Aditama, Bandung.
- Tanor, Melissa. 2015. Analisis Laporan Keuangan dalam Mengukur Kinerja Keuangan pada PT. Bank Artha Graha International Tbk. *Jurnal EMBA*. Vol. 3 No. 3. Manado. <http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/9535>. Tanggal Akses: 23 Januari 2016. Hal 608-743.
- Tinungki, Angelia. 2014. Penerapan Laporan Keuangan Organisasi Nirlaba Berdasarkan PSAK No. 45 pada Panti Sosial Tresna Werdha Hana. *Jurnal EMBA*. Vol. 2 No. 2. Manado. <http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/4417>. Tanggal Akses: 23 Januari 2016. Hal 716-840.
- Yusup, Haryono. 2011. *Dasar-Dasar Akuntansi 1*. Edisi Kelima. STIE YKPN, Yogyakarta.