

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perusahaan sebagai bentuk suatu organisasi pada umumnya memiliki tujuan tertentu yang ingin dicapai dalam menjalankan bisnisnya. Adapun tujuan perusahaan dalam mendirikan suatu usaha adalah untuk memperoleh laba yang maksimal, meningkatkan nilai mutu perusahaan, dan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat sehingga kesejahteraan perusahaan dapat meningkat. Kuatnya persaingan didunia usaha serta didukung oleh teknologi informasi dan komunikasi yang semakin canggih menuntut perusahaan untuk bersaing secara kompetitif dalam merebut pangsa pasar baik dalam negeri maupun luar negeri.

Produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen dituntut tidak hanya berkualitas tinggi namun juga memiliki struktur harga yang kompetitif sehingga dapat menarik minat konsumen karena setiap konsumen menginginkan produk berupa barang atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan, selera, dan kemampuan mereka dalam membeli produk yang ditawarkan. Hal ini menjadi tantangan bagi perusahaan karena mereka dituntut untuk meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan dan dapat menekan biaya produksi. Definisi biaya produksi menurut Siregar dkk (2014:28) adalah biaya yang terjadi untuk mengubah bahan baku menjadi bahan jadi. Biaya produksi dibagi ke dalam tiga elemen biaya yaitu : biaya bahan baku (*raw material cost*), biaya tenaga kerja langsung (*direct labor cost*), dan biaya *overhead* pabrik (*manufacture overhead cost*).

Suatu perusahaan yang ingin tetap bertahan dan dapat bersaing baik secara nasional maupun international harus memiliki strategi dan kebijakan yang tepat. Salah satu kebijakan yang harus ditetapkan adalah kebijakan tentang penentuan harga pokok produksi yang dihasilkan perusahaan sehingga biaya yang dikeluarkan lebih efisien dalam meningkatkan produktivitas. Pengertian harga pokok produksi menurut Raiborn dan Kinney (2011:56) adalah total produksi

biaya barang-barang yang telah selesai dikerjakan dan ditransfer kedalam persediaan barang jadi selama sebuah periode.

Dalam perhitungan harga pokok produksi, informasi yang dibutuhkan adalah informasi mengenai biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya *overhead* pabrik. Ketiga jenis biaya tersebut harus ditentukan secara cermat, baik dalam pencatatan maupun penggolongannya. Dalam menentukan harga pokok produksi dapat menggunakan dua metode yaitu metode *full costing* atau *variable costing*. Pada metode *full costing* semua biaya-biaya diperhitungkan baik yang bersifat tetap maupun variabel karena salah satu cara pengendalian biaya yaitu dengan menghitung harga pokok produksi untuk menentukan harga jual suatu produk itu sendiri. *Variable costing* adalah metode akuntansi manajemen yang dipakai untuk menghitung biaya produk. Laporan laba rugi yang dihasilkan oleh sistem *variable costing* memperlihatkan margin kontribusi barang-barang yang dihasilkan, informasi yang sangat berfaedah dalam pengambilan keputusan. Dalam metode *variable costing* untuk penentuan harga pokok produksi hanya biaya-biaya produksi variabel saja yang dimasukkan dalam persediaan dan biaya pokok penjualan.

Perhitungan harga pokok produksi sangat penting bagi perusahaan dalam menghadapi persaingan bisnis dengan perusahaan-perusahaan lainnya karena perhitungan harga pokok produksi yang benar dan tepat tentunya akan berpengaruh terhadap harga jual. Manfaat dilakukannya perhitungan harga pokok produksi menurut Mulyadi (2010:65) adalah untuk menentukan harga jual produk, untuk memantau realisasi biaya produksi, menghitung laba atau rugi periodik, dan untuk menentukan harga pokok persediaan produk jadi dan produk dalam proses yang disajikan dalam neraca. Pentingnya penetapan harga pokok produksi dalam penetapan harga jual yang tepat dan akurat dapat membantu perusahaan dalam bersaing di pangsa pasar, karena harga jual merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pemasaran sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai.

Perhitungan harga pokok produksi dapat membantu perusahaan untuk mengetahui biaya produksi yang akan dikeluarkan dan dengan perhitungan harga pokok produksi yang tepat akan mengakibatkan penetapan harga jual yang

benar, tidak terlalu tinggi bahkan terlalu rendah dari harga pokok, sehingga nantinya mampu menghasilkan laba sesuai dengan yang diharapkan. Pada dasarnya tujuan dari perhitungan harga pokok produksi adalah :

1. Sebagai dasar untuk menetapkan harga jual suatu produk.
2. Untuk menetapkan keuntungan atau laba yang diinginkan perusahaan.
3. Sebagai alat untuk mengukur atau menilai efisiensi dari proses produksi.

Jika perusahaan dapat melakukan perhitungan harga pokok produksi yang benar dan tepat, hal ini tentunya dapat membantu pihak manajemen dalam melakukan proses perencanaan, pengawasan atau pengendalian biaya produksi, penentuan harga jual yang tepat dan perencanaan laba yang baik. Dengan adanya pengendalian terhadap biaya produksi maka pihak manajemen dapat menentukan penyebab terjadinya penyimpangan atau kesalahan-kesalahan dalam menetapkan harga pokok produksi suatu produk sehingga tujuan yang telah ditetapkan dapat tercapai, tidak hanya dengan penjualan produk dalam jumlah besar tetapi dapat juga dilakukan dengan penekanan terhadap biaya produksi tanpa mengurangi kualitas produk yang dihasilkan.

Kesalahan dalam melakukan perhitungan harga pokok produksi dapat mengakibatkan penentuan harga jual pada suatu perusahaan menjadi terlalu tinggi (*overcosting*) atau terlalu rendah (*undercosting*). Kedua kemungkinan tersebut dapat mengakibatkan keadaan yang tidak menguntungkan bagi perusahaan. Harga jual yang terlalu tinggi atau *overcosting* dapat mengakibatkan produk yang ditawarkan perusahaan akan sulit bersaing dengan produk yang sejenis yang ada dipasar. Sebaliknya jika harga jual terlalu rendah atau *undercosting* dapat mengakibatkan laba yang diperoleh perusahaan tidak maksimal. Kedua hal tersebut dapat diatasi dengan penentuan harga pokok produksi yang tepat.

PT Awfa Smart Media Palembang adalah perusahaan yang bergerak dibidang percetakan (*printing* dan *advertising*) yang melakukan kegiatan produksi berdasarkan pesanan. PT Awfa Smart Media Palembang melayani pembuatan banner, pembuatan backdrop, pembuatan bacelite, pembuatan x-banner atau y-

banner, pembuatan stiker, pembuatan poster, brosur, kalender, pembuatan *cutting sticker*, pembuatan *one way*, pembuatan undangan pernikahan, aqiqah, kartu ucapan selamat, pembuatan berbagai jenis buku full color, pembuatan *ID Card*, *name tag*, kartu nama full color, pembuatan kalender, pembuatan baju, pembuatan umbul-umbul, pembuatan & pemasangan neon box, pembuatan sertifikat dan lain-lain. PT Awfa Smart Media Palembang sebelumnya belum menentukan atau melakukan perhitungan harga pokok produksi terhadap pesanan dari pelanggan. Namun sejak tahun 2014, PT Awfa Smart Media Palembang mulai melakukan perhitungan harga pokok produksi berdasarkan ketetapan perusahaan dan telah berjalan hingga sekarang namun masih terdapat pengklasifikasian biaya-biaya produksi yang belum tepat dan biaya overhead pabrik yang tidak dimasukkan dalam perhitungan harga pokok produksi sesuai dengan teori yang ada. Oleh karena itu, agar pesanan produk yang dihasilkan oleh PT Awfa Smart Media Palembang mempunyai harga jual yang bersaing dan laba yang telah direncanakan oleh manajemen dapat terealisasi tentu saja harus dilakukan perhitungan harga pokok produksi yang benar dan tepat baik dalam hal pencatatan maupun penggolongan serta perhitungan biaya bahan baku, tenaga kerja, dan *overhead* pabrik berdasarkan pesanan. Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik mengambil judul “**Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Pada PT Awfa Smart Media Palembang.**”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan oleh penulis dan informasi yang diperoleh dari perusahaan, maka penulis menemukan permasalahan pada PT Awfa Smart Media Palembang yaitu : “Apakah PT Awfa Smart Media Palembang sudah tepat dalam melakukan pengklasifikasian dan perhitungan harga pokok produksi terhadap pesanan pelanggan ?”

1.3 Ruang Lingkup Permasalahan

Untuk memberikan gambaran yang jelas terhadap permasalahan selanjutnya serta agar analisis menjadi lebih terarah dan sesuai dengan masalah yang ada, maka penulis membatasi pokok permasalahan yaitu hanya pada unsur-

unsur dan perhitungan harga pokok produksi pada PT Awfa Smart Media Palembang. Data yang digunakan untuk penganalisaan terfokus hanya pada pembuatan undangan, kalender, dan brosur.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penulisan

1.4.1 Tujuan Penulisan

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penulisan ini adalah :

1. Mengetahui ketepatan PT Awfa Smart Media Palembang dalam menghitung harga pokok produksi terhadap pesanan pelanggan.
2. Mengetahui perhitungan harga pokok produksi terhadap pesanan pelanggan pada PT Awfa Smart Media Palembang.

1.4.2 Manfaat Penulisan

Manfaat yang diharapkan oleh penulis dengan melakukan penulisan ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Penulis
Sebagai aplikasi dan pengembangan terhadap teori-teori yang telah dipelajari di perkuliahan untuk dapat diterapkan pada permasalahan dalam dunia nyata yang berkaitan dengan masalah manajemen keuangan.
2. Bagi Perusahaan
Analisis harga pokok produksi dapat digunakan sebagai informasi bagi manajemen PT Awfa Smart Media Palembang dalam menentukan harga pokok produksi yang benar dan tepat untuk menghasilkan suatu produk.
3. Bagi Pengembangan Ilmu
Sebagai acuan atau pertimbangan bagi penulis berikutnya yang tertarik dengan masalah ini dan ingin menambah serta memperdalam penulisan ini. Dan sebagai referensi dalam penulisan laporan akhir mengenai analisis harga pokok produksi suatu produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan.

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Sumber Data

Sumber data menurut Sanusi (2014:104) terbagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Pengertian data primer dan data sekunder adalah sebagai berikut:

- a. Data primer adalah data yang pertama kali dicatat dan dikumpulkan oleh peneliti.
- b. Data sekunder adalah data yang sudah tersedia dan dikumpulkan oleh pihak lain.

Menurut Sugiono (2008:129), sumber pengumpulan data bisa dilihat dari sumber datanya yang terdiri dari :

1. Sumber primer
Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.
2. Sumber sekunder
Sumber sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau telepon.

Data primer yang didapatkan oleh penulis berupa data tentang sejarah singkat perusahaan, visi dan misi perusahaan, struktur organisasi perusahaan dan uraian tugas, aktivitas perusahaan, perencanaan dan proses produksi, data penjualan untuk setiap produk tahun 2014, dan data biaya produksi (biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja) serta perhitungan harga pokok produksi untuk pesanan undangan, kalender, dan brosur menurut perusahaan.

1.5.2 Metode Pengumpulan data

Untuk memperoleh data yang diperlukan guna mendukung analisis agar diperoleh data-data yang objektif. Jenis pengumpulan data adalah :

1. Riset lapangan (*Field Research*)
 - a. Interview (wawancara)

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila penelitian melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti.

- b. Kuisisioner (angket)
Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.
 - c. Observasi (pengamatan)
Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang lebih spesifik bila dibandingkan dengan teknik lain, yaitu wawancara dan kuisisioner.
2. Studi kepustakaan (Library Research)
- Dengan menggunakan metode ini peneliti mendapatkan informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang akan atau sedang diteliti. Informasi itu dapat diperoleh dari buku-buku ilmiah, laporan penelitian, karangan ilmiah, tesis dan disertasi, peraturan-peraturan, ketetapan-ketetapan, ensiklopedia dan sumber-sumber tertulis baik tercetak maupun elektronik lain.

Metode pengumpulan data menurut Sanusi (2014:105) adalah :

- 1. Survei
Survei merupakan cara pengumpulan data di mana peneliti atau pengumpul data mengajukan pertanyaan atau pernyataan kepada koresponden baik dalam bentuk lisan maupun secara tertulis. Jika pernyataan diajukan dalam bentuk lisan maka namanya wawancara, kalau diajukan secara tertulis disebut kuesioner. Berkaitan dengan itu, cara survei terbagi menjadi dua bagian, yaitu wawancara (*interview*) dan kuesioner.
 - a. Wawancara
Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang menggunakan pertanyaan secara lisan kepada subyek penelitian.
 - b. Kuesioner
Pengumpulan data sering tidak memerlukan kehadiran peneliti, namun cukup diwakili oleh daftar pertanyaan (kuesioner) yang sudah disusun secara cermat terlebih dahulu.
- 2. Observasi
Observasi merupakan cara pengumpulan data melalui proses pencatatan perilaku subjek (orang), objek (benda) atau kejadian yang sistematis tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi dengan individu-individu yang diteliti.

3. Dokumentasi

Dokumentasi biasanya dilakukan untuk mengumpulkan data sekunder dari berbagai sumber, baik secara pribadi maupun kelembagaan.

Dalam penulisan laporan akhir ini, metode yang digunakan penulis untuk mengumpulkan data adalah wawancara, observasi, dan studi kepustakaan. Penulis melakukan wawancara langsung dengan bagian produksi serta pegawai-pegawai PT Awfa Smart Media Palembang. Observasi yang dilakukan penulis yaitu dengan cara melakukan pengamatan langsung ke obyek yang diteliti yaitu PT Awfa Smart Media Palembang. Metode terakhir yang digunakan penulis adalah studi kepustakaan yang digunakan penulis untuk mengumpulkan teori-teori yang berhubungan dengan penulisan laporan akhir.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini bertujuan untuk memberikan garis besar mengenai isi laporan akhir secara ringkas dan jelas. Secara garis besar sistematika penulisan laporan akhir ini terdiri dari 5 bab yang masing-masing terbagi menjadi sub-bab. Satu bab dengan bab lainnya mempunyai hubungan yang terkait satu sama lain yang dapat dirinci sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dibahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, ruang lingkup permasalahan, tujuan penulisan dan manfaat penulisan, sumber data dan metode pengumpulan data, serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan tentang teori-teori yang digunakan menurut pendapat para ahli mengenai teori-teori dalam analisis harga pokok produksi yang berhubungan dengan pembahasan didalam penulisan laporan akhir ini meliputi pengertian akuntansi biaya, peranan akuntansi biaya, pengertian dan klasifikasi biaya, pengertian dan unsur-unsur harga pokok produksi, manfaat perhitungan harga pokok produksi, metode pengumpulan harga pokok produksi, metode penentuan harga

pokok produksi, pengertian aset tetap dan depresiasi atau penyusutan, dan metode perhitungan depresiasi/penyusutan aset tetap.

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Berisi tentang gambaran umum perusahaan berupa sejarah singkat perusahaan, visi dan misi perusahaan, struktur organisasi dan uraian tugas, aktivitas perusahaan, perencanaan dan proses produksi, data penjualan untuk setiap produk tahun 2014, dan data biaya produksi (biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja) serta perhitungan harga pokok produksi untuk pesanan undangan, kalender, dan brosur menurut perusahaan.

BAB IV PEMBAHASAN

Pada bab ini penulis akan membahas dan menganalisa berdasarkan teori-teori yang terkait, yaitu menganalisa pengklasifikasian terhadap unsur-unsur harga pokok produksi dan perhitungan harga pokok produksi.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan kesimpulan dari pembahasan yang telah diuraikan pada bab IV. Pada bab ini penulis juga memberikan saran-saran kepada pihak perusahaan yang diharapkan dapat membantu perusahaan dalam menentukan harga pokok produksi.