

ABSTRAKSI

Meningkatnya persaingan dalam dunia usaha saat ini, setiap perusahaan akan berusaha untuk dapat mempertahankan kelangsungan hidup perusahaannya dengan menghasilkan produk berkualitas dan harga yang bersaing. Untuk dapat mencapai tujuan tersebut, perusahaan perlu meningkatkan produktivitas dan efisiensi produksinya. Agar dapat melaksanakan kegiatan produksi secara efisien, informasi mengenai harga pokok produksi yang akurat sangat dibutuhkan untuk dapat menentukan harga jual yang bersaing.

Untuk memperoleh informasi biaya yang tepat, dibutuhkan suatu alat bantu, salah satunya adalah *product costing system*. *Product costing system* bertujuan untuk mengidentifikasi sumber daya yang dibutuhkan dan dikonsumsi oleh berbagai jenis produk. Ada dua macam sistem biaya yang lazim digunakan, yaitu *job order costing system* dan *process costing system*. Penulis tertarik untuk mengetahui peran metode *Job Order Costing* dalam menentukan harga pokok dan menetapkan harga jual produk pada CV “CHICCO”.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode deskriptif analitis. Dalam upaya memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan, penulis menggunakan teknik pengumpulan data berupa penelitian lapangan, yaitu wawancara, observasi, dan studi kepustakaan.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa perusahaan dalam menerapkan harga pokok produksi yang terdiri dari biaya bahan langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik terdapat beberapa kekurangan yang perlu diperhatikan seperti pada pesanan A berupa kartu nama, bahwa biaya tenaga kerja langsung yang seharusnya tarif tenaga kerja dihitung per jam kerja bukan berdasarkan taksiran atau perkiraan saja. Sedangkan pada pesanan B berupa kartu undangan, terdapat kekurangan bahwa biaya bahan seperti lem, pita, manik-manik atau hiasan kecil termasuk biaya overhead pabrik (biaya bahan tidak langsung) bukan termasuk biaya bahan pembantu karena penggunaan bahan tersebut tidak dapat dihitung secara ekonomis. Hal ini mengakibatkan penentuan harga pokok produk yang dikeluarkan kurang tepat dalam penetapan harga jual produk.

Dalam hasil penelitian ini, perusahaan menerapkan harga pokok produk pada 2 pesanan yaitu pesanan A (kartu nama) dan pesanan B (kartu undangan) adalah sebagai berikut :

Pesanan A, harga pokok produk untuk memproduksi kartu nama sebanyak 1 box adalah seharga Rp. 26.800,00.

Pesanan B, harga pokok produk untuk memproduksi kartu undangan sebanyak 100 undangan adalah seharga Rp. 107.143,00.

Penulis menerapkan harga pokok produk pada pesanan A seharga Rp. 25.800,00 dan harga pokok produk pada pesanan B seharga Rp. 81.308,00.

Akibat adanya perbedaan perhitungan dan klasifikasi biaya produksi dalam menentukan harga pokok produk, maka terdapat selisih pada 2 pesanan tersebut,

dimana pada pesanan A selisihnya sebesar Rp. 1.000,00 dan pada pesanan B selisihnya sebesar Rp. 25.835,00.

Dalam menetapkan harga jual dibutuhkan elemen yang penting, yaitu penentuan harga pokok produk. Penentuan harga pokok produk dengan menggunakan metode *Job Order Costing* bertujuan sebagai alat untuk menetapkan harga jual suatu produk.

Perusahaan menetapkan harga jual pada pesanan A seharga Rp. 32.160,00 dan pada pesanan B seharga Rp. 128.572,00.

Penulis menerapkan harga jual pada pesanan A sebesar Rp. 30.960,00 dan pada pesanan B sebesar Rp. 97.570,00.

Dalam hal penetapan harga jual terdapat selisih harga jual pada pesanan A sebesar Rp. 1.200,00 dan pada pesanan B sebesar Rp. 31.002,00.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai metode *Job Order Costing* dalam menentukan harga pokok dan menetapkan harga jual produk, dapat disimpulkan bahwa penggunaan metode *Job Order Costing* pada CV “CHICCO” belum berperan secara tepat dalam menentukan harga jual. Penulis menyarankan sebaiknya CV “CHICCO” melakukan tinjauan ulang atas penetapan harga jual pada produk yang dihasilkan, sehingga harga jual yang diperoleh menjadi lebih tepat dan akurat.

DAFTAR ISI

Abstraksi	i
Kata Pengantar	iii
Daftar Isi	vi
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar	xi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	2
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	3
1.4 Kegunaan Penelitian	3
1.5 Kerangka Pemikiran	4
1.6 Metode Penelitian	5
1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian	6

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Biaya dan Akuntansi Biaya	7
2.1.1 Pengertian Biaya	7
2.1.2 Pengertian Akuntansi Biaya	8
2.1.2.1 Tujuan Akuntansi Biaya	9
2.2 Klasifikasi Biaya	10

2.3 Biaya Produksi	19
2.3.1 Pengertian Biaya Produksi	19
2.3.2 Unsur-unsur Biaya Produksi	20
2.4 Metode Akumulasi Biaya Produksi	21
2.4.1 Metode Akumulasi Biaya Proses	21
2.4.2 Metode Akumulasi Biaya Pesanan	22
2.4.2.1 Kartu Harga Pokok (<i>Job Order Cost Sheet</i>)	24
2.4.2.2 Prosedur Akumulasi Biaya Berdasarkan JOC	25
2.5 Harga Pokok Produk	26
2.5.1 Pengertian Harga Pokok Produk	26
2.5.2 Tujuan Penetapan Harga Pokok Produk	27
2.5.3 Sistem Penetapan Harga Pokok Produk	28
2.5.3.1 Sistem Penetapan Harga Pokok Sesungguhnya	28
2.5.3.2 Sistem Penetapan Harga Pokok di Muka	29
2.5.4 Cara Penetapan Harga Pokok Produk	29
2.5.4.1 Metode Full Costing	30
2.5.4.2 Metode Variable Costing	31
2.6 Penetapan Harga Jual Produk	32
2.6.1 Metode Penetapan Harga Jual Produk	35
2.6.1.1 <i>Cost Based Pricing</i>	35
2.6.1.1.1 <i>Cost Plus Pricing</i>	35
2.6.1.1.2 <i>Breakeven Analysis or Target Costing</i>	36
2.6.1.2 <i>Buyer Based Pricing</i>	37

2.6.1.2.1 <i>Perceived Value Pricing</i>	37
2.6.1.3 <i>Competition Based Pricing</i>	37
2.6.1.3.1 <i>Going Rate Pricing</i>	37
2.6.1.3.2 <i>Scaled Bid Pricing</i>	37

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian	38
3.2 Metode Penelitian	38

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	40
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	40
4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan	40
4.1.3 Uraian Tugas dan Wewenang	43
4.1.4 Ruang Lingkup Kegiatan Usaha dan Proses Produksi Perusahaan	45
4.2 Pembahasan	47
4.2.1 Jenis-jenis Biaya Produksi CV “CHICCO”	47
4.2.2 Pengelompokkan Biaya Produksi	49
4.2.3 Perhitungan Harga Pokok Produk CV “CHICCO”	50
4.2.3.1 Perhitungan Biaya Bahan Langsung	53
4.2.3.2 Perhitungan Biaya Tenaga Kerja Langsung	55
4.2.3.3 Perhitungan Biaya Overhead Pabrik	56
4.2.3.4 Perhitungan Harga Pokok Produk	58

4.2.4 Analisis Perhitungan Harga Pokok Produk	59
4.2.4.1 Perhitungan Biaya Bahan Langsung	59
4.2.4.2 Perhitungan Biaya Tenaga Kerja Langsung	60
4.2.4.3 Perhitungan Biaya Overhead Pabrik	61
4.2.4.4 Perhitungan Harga Pokok Produk Menurut Penulis	63
4.2.5 Penetapan Harga Jual	64
4.2.5.1 Penetapan Harga Jual CV “CHICCO”	64
4.2.6 Analisis Penetapan Harga Jual	65
4.2.7 Peran JOC Dalam Menentukan Laba CV “CHICCO”	67

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	70
5.2 Saran	71
Daftar Pustaka	73
Lampiran	75

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Laporan Biaya Produksi Kartu Nama November 2005	51
Tabel 4.2 Laporan Biaya Produksi Kartu Undangan Juli 2005	52
Tabel 4.3 Biaya Bahan Langsung Pesanan A CV “CHICCO”	53
Tabel 4.4 Biaya Bahan Langsung Pesanan B CV “CHICCO”	54
Tabel 4.5 Biaya Tenaga Kerja Langsung Pesanan A CV “CHICCO”	55
Tabel 4.6 Biaya Tenaga Kerja Langsung Pesanan B CV “CHICCO”	56
Tabel 4.7 Selisih Harga Pokok Produk Pesanan A dan B	64
Tabel 4.8 Penetapan Harga Jual Pesanan A CV “CHICCO”	65
Tabel 4.9 Penetapan Harga Jual Pesanan B CV “CHICCO”	65
Tabel 4.10 Penetapan Harga Jual Pesanan A Menurut Penulis	66
Tabel 4.11 Penetapan Harga Jual Pesanan B Menurut Penulis	66
Tabel 4.12 Selisih Harga Jual Pesanan A dan B	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Struktur Organisasi CV “CHICCO”	42
--	----