

ABSTRACT

Globalization and free trade create competition becomes more intense. Therefore, the industrial sector in the country should be able to produce products that can compete with foreign products.

The author conducted research on Kharisma Advertising Company that manufactures a wide range of clothing, like shirts, banners, and others. Research carried out concerning the role of job order costing in the sale price of the product. The author uses descriptive analytical research method, the method of research that aims to describe the state of the company based on the facts by collecting existing data, process and analyze data. Data collection techniques on the author, among others: the research field, which consists of observation, interviews, and documentation, as well as library research.

From the results of the discussion that has been done, it is known that the job order costing not play a role in calculating the cost in advance and in the sale price for each order. During this time, the company calculates the cost of products for each order by summing the cost of direct materials and direct labor costs alone, without taking into account the cost of factory overhead. The calculation of direct labor costs the company has not been performed on each process for each order. Selling price is calculated by adding the mark up by 40% for orders.

Based on the above findings, the author recommend that companies use job order costing method in calculating the cost in advance and in setting the selling price, cost classify correctly, put it into the factory overhead cost calculations as well as charge it properly by using some cost pool with cost driver, and use of labor hours to calculate the cost of wages.

Keywords : Job order costing and selling price

ABSTRAK

Globalisasi dan perdagangan bebas membuat persaingan usaha semakin ketat. Oleh karena itu, sektor industri dalam negeri harus mampu menghasilkan produk yang mampu bersaing dengan produk luar negeri

Penulis melakukan penelitian terhadap Perusahaan Kharisma Adertising yang memproduksi berbagai macam pakaian, seperti kaos, kemeja, spanduk, dan lain-lain. Penelitian yang dilakukan menyangkut peranan *job order costing* dalam menetapkan harga jual produk. Penulis menggunakan metode penelitian deskriptif analitis, yaitu metode penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan keadaan perusahaan berdasarkan fakta dengan mengumpulkan data yang ada, mengolah, dan menganalisis data tersebut. Teknik pengumpulan data yang dilakukan antara lain: penelitian lapangan, yang terdiri dari observasi, wawancara, dan dokumentasi, serta penelitian kepustakaan.

Dari hasil pembahasan yang telah dilakukan, diketahui bahwa *job order costing* belum berperan dalam menghitung harga pokok di muka dan dalam menetapkan harga jual untuk tiap pesanan. Selama ini, perusahaan menghitung harga pokok produk untuk setiap pesanan dengan menjumlahkan biaya bahan langsung dan biaya tenaga kerja langsung saja, tanpa memperhitungkan biaya *overhead* pabrik. Perhitungan biaya tenaga kerja langsung belum dilakukan perusahaan pada tiap proses untuk setiap pesanan. Harga jual produk dihitung dengan menambahkan mark up sebesar 40%.

Berdasarkan penemuan di atas, maka penulis menyarankan agar perusahaan menggunakan metode *job order costing* dalam menghitung harga pokok di muka dan dalam menetapkan harga jualnya, mengklasifikasikan biaya dengan tepat, memasukkan biaya *overhead* pabrik ke dalam perhitungan harga pokok serta membebankannya secara tepat dengan menggunakan beberapa *cost pool* dengan *cost driver*, dan menggunakan jam tenaga kerja untuk menghitung biaya upah.

Kata Kunci : *Job order costing* dan Harga jual

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	2
1.3 Tujuan.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Rerangka Pemikiran	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Akuntansi, Akuntansi Biaya, dan Akuntansi Manajemen	7
2.1.1 Pengertian Akuntansi.....	7
2.1.2 Pengertian Akuntansi Biaya.....	7
2.1.3 Pengertian Akuntansi Manajemen	8

2.2	Biaya	8
2.2.1	Pengertian Biaya	8
2.2.2	Klasifikasi Biaya	10
2.3	Biaya Produksi	15
2.3.1	Pengertian Biaya Produksi	15
2.3.2	Unsur-unsur Biaya Produksi	16
2.3.2.1	Biaya Bahan Langsung	17
2.3.2.2	Biaya Tenaga Kerja Langsung	17
2.3.2.3	Biaya Produksi Tidak Langsung	18
2.3.3	Unsur-unsur Biaya Non-Produksi	19
2.4	Metode Akumulasi Biaya Produksi	20
2.4.1	Metode Akumulasi Biaya Proses (<i>Process Costing</i>)	21
2.4.2	Metode Akumulasi Biaya Pesanan (<i>Job Order Costing</i>)	22
2.4.2.1	Karakteristik <i>Job Order Costing</i>	23
2.4.2.2	<i>Job Order Cost Sheet</i>	25
2.4.3	Metode Akumulasi Biaya Campuran (<i>Operation Costing</i>)	26
2.5	Harga Pokok Produk	27
2.5.1	Pengertian Harga Pokok Produk	27
2.5.2	Tujuan Penetapan Harga Pokok Produk	29
2.5.3	Sistem Penetapan Harga pokok produk	30
2.5.3.1	Sistem Penetapan Harga Pokok Produk Sesungguhnya.	30
2.5.3.2	Sistem Penetapan Harga Pokok di Muka	31
2.5.3.2.1	Sistem Harga Pokok Taksiran	31
2.5.3.2.2	Sistem Harga Pokok Standar	33

2.6 Harga Jual Produk.....	34
2.6.1 Dasar Penentuan Harga Jual Produk.....	35
2.6.1.1 <i>Market Based Pricing</i>	35
2.6.1.2 <i>Cost Based Pricing</i>	36
2.6.2 Unsur-unsur yang Mempengaruhi Penentuan Harga Jual Produk	37
2.7 Hubungan antara <i>Job Order Costing</i> dalam Menetapkan Harga Jual ..	39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	41
3.1 Metode Penelitian	41
3.1.1 Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.1.2 Langkah-langkah Penelitian	43
3.1.3 Waktu dan Periode Penelitian.....	44
3.2 Objek Penelitian.....	44
3.2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	44
3.2.2 Kegiatan Usaha Perusahaan.....	47
3.2.3 Struktur Organisasi Perusahaan dan Uraian Tugas.....	49
3.2.3.1 Struktur Organisasi Perusahaan.....	49
3.2.3.2 Uraian Tugas	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	53
4.1 Biaya-biaya yang Ada di Perusahaan	53
4.2 Pengelompokkan Biaya	55
4.2.1 Biaya Bahan Langsung	55

4.2.2 Biaya Tenaga Kerja Langsung.....	55
4.2.3 Biaya Produksi Tidak Langsung.....	56
4.2.4 Biaya Operasional.....	58
4.3 Perhitungan Harga Pokok pada Perusahaan Kharisma Advertising	60
4.3.1 Perhitungan Biaya Bahan Langsung.....	61
4.3.2 Perhitungan Biaya Tenaga Kerja Langsung	64
4.3.3 Perhitungan Biaya Produksi Tidak Langsung	67
4.3.4 Perhitungan <i>Cost of Good Manufacture</i>	74
4.4 Penetapan Harga Jual Produk pada Perusahaan KHARISMA	76
4.4.1 Perhitungan Harga Jual Produk	77
4.5 Peranan <i>Job Order Costing</i> dalam Menetapkan Harga Jual Produk pada Perusahaan Kharisma Advertising	81
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	 84
5.1 Kesimpulan	84
5.2 Saran	86
 DAFTAR PUSTAKA	 89
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS (<i>CURRICULUM VITAE</i>).....	90

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Struktur Organisasi Perusahaan.....	50

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I	Anggaran Biaya Produksi dan Non Produksi Perusahaan Kharisma Advertising tahun 2010 54
Tabel II	Pengelompokkan Biaya-Biaya yang Terjadi pada Perusahaan Kharisma Advertising (Menurut Perusahaan) 59
Tabel III	Pengelompokkan Biaya-Biaya yang Terjadi pada Perusahaan Kharisma Advertising (Menurut Penulis) 60
Tabel IV	Perhitungan Biaya Pemakaian Bahan Langsung di muka tanggal 16 September 2010 (Menurut Perusahaan) 62
Tabel V	Perhitungan Biaya Pemakaian Bahan Langsung di muka tanggal 20 Agustus 2010 (Menurut Perusahaan) 63
Tabel VI	Perhitungan Biaya Pemakaian Bahan Langsung di muka tanggal 16 September 2010 (Menurut Penulis)..... 63
Tabel VII	Perhitungan Biaya Pemakaian Bahan Langsung di muka tanggal 20 Agustus 2010 (Menurut Penulis)..... 64
Tabel VIII	Lamanya Waktu Produksi Tiap Pesanan 66
Tabel IX	Biaya-biaya yang terdapat dalam <i>Cost Pool</i> I, II, III 69
Tabel X	<i>Cost Pool</i> I..... 69
Tabel XI	<i>Cost Pool</i> II..... 70
Tabel XII	<i>Cost Pool</i> III 71
Tabel XIII	Anggaran Jumlah Jam Mesin 71
Tabel XIV	Perhitungan Pengalokasian BPTL <i>Cost Pool</i> I per Pesanan 72
Tabel XV	Perhitungan Pengalokasian BPTL <i>Cost Pool</i> II per Pesanan 72

Tabel XVI	Perhitungan Pengalokasian BPTL <i>Cost Pool</i> III per Pesanan.....	73
Tabel XVII	Total Pengalokasian Biaya Produksi Tidak Langsung per Pesanan...	73
Tabel XVIII	Perhitungan Harga Pokok Produk per Pesanan	74
Tabel XIX	Perhitungan Harga Pokok Produk per Pesanan (Menurut Penulis)....	74
Tabel XX	Perbandingan Hasil Perhitungan Harga Pokok Produk Menurut Perusahaan dengan yang Diusulkan Penulis	74
Tabel XXI	Perhitungan Harga Jual untuk Pesanan 16 September	78
Tabel XXII	Perhitungan Harga Jual untuk Pesanan 20 Agustus	78
Tabel XXIII	Perhitungan Harga Jual untuk Pesanan 16 September (Menurut Penulis)	79
Tabel XXIV	Perhitungan Harga Jual untuk Pesanan 20 Agustus (Menurut Penulis)	79
Tabel XXV	Perbandingan Harga Jual	80