

ANALISIS METODE VARIABLE COSTING DALAM MENENTUKAN HARGA JUAL BATIK TULIS SUMBERSARI MAESAN BONDOWOSO

EMMA MAULIDIA

Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

ABSTRAK

Menentukan harga jual suatu produk perusahaan dapat dilakukan dengan menghitung variable biaya yang dapat kita analisis berdasarkan data laporan keuangan perusahaan. Tujuannya adalah untuk dapat menentukan harga jual produk dengan obyek penelitian pada perusahaan batik tulis Sumbersari, Maesan, Bondowoso. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penentuan harga jual menggunakan metode *Variable Costing* dan menentukan besarnya harga jual produk perusahaan.

Data dalam penelitian ini adalah Data Kualitatif, yaitu data yang diperoleh dari dalam perusahaan yang bukan dalam bentuk angka-angka dan data Kuantitatif, yaitu data atau informasi yang diperoleh dari perusahaan dalam bentuk angka-angka, berupa laporan jumlah pelanggan, laporan biaya-biaya terkait. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah menentukan harga jual dengan *Variable Costing*.

Hasil studi menunjukkan bahwa harga jual batik pada perusahaan Batik Tulis Sumbersari menggunakan metode *variable costing* yaitu dengan terlebih dulu menentukan profit margin dan diperoleh sebesar 7,28% kemudian menghitung dengan cara membagi biaya produksi dibagi dengan 1- profit margin, ditemukan harga jual sebesar Rp.1.245.450. Dengan jumlah batik yang di produksi sebanyak 948 unit.

Kata kunci : Harga jual, *Variable Costing*, Batik Tulis Sumbersari

PENDAHULUAN

Keputusan penentuan harga jual sangat penting, karena selain mempengaruhi laba yang ingin dicapai perusahaan juga mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan. Oleh karena itu dalam menentukan harga jual produk, tidak dapat dilakukan sekali saja tetapi harus selalu dievaluasi dan disesuaikan dengan kondisi yang sedang dihadapi perusahaan.

Penentuan harga jual yang salah bisa berakibat fatal pada masalah keuangan perusahaan dan akan mempengaruhi kontinuitas usaha perusahaan tersebut seperti kerugian terus menerus. Perubahan harga jual mempunyai tujuan untuk menyesuaikan agar harga baru yang ditetapkan dapat mencerminkan biaya saat ini (*current cost*) atau biaya masa depan (*future cost*), return yang diinginkan oleh perusahaan, reaksi pesaing dan sebagainya (Supriyono, 2001:314).

Pengrajin batik sebagai perusahaan yang memproduksi batik tulis juga berorientasi pada laba. Sehingga tidak terlepas dari masalah pencapaian laba, dan pengembalian modal, dalam perhitungan harga jual dan pengumpulan biaya yang telah dikeluarkan untuk membeli kain sebagai produk utamanya. Biaya yang telah

dikeluarkan ini seharusnya dipakai sebagai elemen perhitungan pembentukan harga jual yang benar.

Batik Tulis Sumpster adalah perusahaan yang bergerak di bidang industri kerajinan batik yang memproduksi beberapa macam batik tulis. Kerajinan tersebut meliputi Batik Tulis Sumpster ATBM, Batik Tulis Sumpster Super 654, Batik Tulis katun Primissima, Dasi Batik, Mukena Batik Tulis, Sajadah Batik Tulis. Proses produksi perusahaan tersebut menggunakan berbagai macam alat yang mendukung proses batik tulis tersebut mulai pemotongan kain, proses gambar *design*, proses *drafting*, proses batik, proses colet, proses tutup/tembok, proses celup, proses lorod, dan proses *washing* dan *packaging*. Dari proses produksi yang begitu rumit perusahaan tentunya menyerap biaya yang banyak. Oleh karena itu memerlukan ketepatan dan kecermatan dalam menghitung dan membebankannya sesuai dengan jumlah yang telah dikonsumsi oleh aktivitas pembuatan produk. Perhitungan biaya produksi sangat penting karena berkaitan dengan penentuan Harga jual suatu produk agar hasil yang diinginkan sesuai harapan, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

Sering kita temukan bahwa memburuknya keadaan keuangan perusahaan adalah karena terjadinya kesalahan yang dilakukan manajemen dalam perhitungan biaya produksi. Ketepatan dalam penentuan harga jual tergantung pada ketepatan dan ketelitian perhitungan dan pembebanan biaya produksi kepada produk yang di hasilkan.

Penjualan dan biaya merupakan komponen utama dalam pembentukan laba, pada kedua komponen tersebut faktor jumlah produk yang diproduksi, harga jual dan harga produk perunit mempunyai peranan yang penting. Apabila penjualan dan biaya mengalami perubahan akan berpengaruh pula pada tingkat keuntungan yang diharapkan.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai masalah tersebut diatas dengan judul penelitian:“ANALISIS METODE VARIABLE COSTING DALAM MENENTUKAN HARGA JUAL BATIK TULIS SUMBERSARI MAESAN BONDOWOSO”.

Melalui uraian tersebut maka dirumuskan beberapa rumusan masalah berupa pertanyaan-pertanyaan yang akan

dijawab dalam penelitian ini. Rumusan masalah diuraikan sebagai berikut:

1. Bagaimana perhitungan dan penentuan Harga jual pada Batik Tulis Sumpersari Maesan Bondowoso?
2. Berapa besar perhitungan dan penentuan Harga jual dengan menggunakan metode *Variable Costing* pada Batik Tulis Sumpersari Maesan Bondowoso?

KAJIAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS

Pengertian Harga

Harga pada suatu barang dan jasa sangat menentukan permintaan pasar, harga juga dapat sangat mempengaruhi posisi perusahaan dalam persaingan dipasar. Pada umumnya harga diartikan sebagai nilai yang diberikan terhadap suatu barang atau jasa yang diukur dengan uang.

Menurut Lamb, Hair, dan Mc Daniel (2001, 268): “Harga merupakan suatu yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapat suatu barang atau jasa”. Harga khususnya merupakan penukaran uang bagi barang atau jasa juga pengorbanan waktu karena menunggu untuk memperoleh barang atau jasa.

Pengertian Harga Jual

R. A. Supriyono mendefinisikan harga jual sebagai berikut (R. A. Supriyono,

1991:332): “Harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan”.

Dari definisi harga jual di atas, dapat disimpulkan bahwa harga jual bagi penjual, harga jual merupakan sejumlah uang yang diterima atas barang atau jasa yang telah diberikan, sedangkan bagi pembeli, harga merupakan sejumlah uang yang dibayarkan untuk mendapatkan suatu barang atau jasa.

Tujuan Penetapan Harga

Bagi suatu perusahaan dalam menetapkan harga jual mempunyai beberapa tujuan yang hendak dicapai, pertimbangan dalam menetapkan akan harga jual harus memberikan keuntungan optimal baik jangka pendek maupun jangka panjang. Penentuan tingkat harga dilakukan dengan mengadakan perubahan untuk menguji pasar, jika pasar menerima penawaran berarti harga sudah sesuai begitu sebaliknya. Jika pasar menolak maka harga tersebut diubah secepatnya.

Untuk memudahkan sasaran penetapan harga dapat dibagi menjadi 3 kategori, yaitu (Lamb, Hair, dan Mc Daniel, 2001)

a. Orientasi keuntungan

Sasaran penetapan harga berorientasi keuntungan meliputi :

1. Maksimalisasi keuntungan, artinya menentukan harga jual agar pendapatan menjadi sebesar mungkin terhadap total biaya.
2. Keuntungan yang memuaskan, merupakan suatu tingkat keuntungan yang masuk akal.
3. Target pengembalian Investasi (Return on Investment), sasaran keuntungan yang paling umum adalah target pengembalian atas investasi. Target pengembalian investasi mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan dalam menghasilkan keuntungan dengan aktiva yang ada. Semakin tinggi nilai pengembalian investasi perusahaan akan semakin baik pula suatu perusahaan.

b. Orientasi penjualan

Sasaran penetapan harga berorientasi penjualan meliputi :

1. Pangsa pasar, merupakan penjualan produk perusahaan sebagai prosentase dari penjualan total untuk industri tersebut.
2. Maksimalisasi penjualan, sasaran dari maksimalisasi penjualan mengabaikan keuntungan, persaingan dan lingkungan pemasaran asalkan penjualan meningkat.

c. Orientasi status Quo

Penetapan harga status Quo mencari untuk mempertahankan harga yang telah ada atau menyesuaikan diri dengan harga persaingan. Sering kali perusahaan bersaing dalam suatu industri dengan harga pimpinan pasar yang terbentuk hanya menyesuaikan dengan harga pesaing. Pada umumnya para manajer teratur mengunjungi toko para pesaing untuk memastikan bahwa harga sebanding.

Prosedur Penentuan Harga

Apabila tujuan penentuan harga telah ditetapkan, maka selanjutnya adalah prosedur penentuan harga, namun tidak semua perusahaan menggunakan prosedur penentuan harga yang sama. Prosedur penentuan harga yang dapat dipakai perusahaan antara lain (Basu Swasta, 1993:150)

1. Mengestimasi permintaan barang
2. Mengetahui reaksi dalam persaingan
3. Menentukan *Market Share* yang di harapkan.
4. Memilih strategi harga jual untuk memilih target pasar
5. Mempertimbangkan politik pemasaran
6. Memilih harga tertentu

Metode Penentuan Harga Jual

Penentuan harga jual yang digunakan oleh perusahaan mempunyai banyak cara. Dalam perusahaan kecil harga sering ditetapkan oleh manajemen bukan oleh bagian penjualan atau pemasaran, sedangkan pada perusahaan besar penetapan harga biasanya ditangani oleh manajer lini produk. Metode apapun yang digunakan oleh perusahaan dalam menentukan harga jual perlu menyadari bahwa harga jual yang telah ditetapkan itu tidaklah langsung dapat diterapkan diperusahaan. Hal ini disebabkan oleh karena harga jual juga dipengaruhi oleh permintaan dan penawaran pasar.

Menurut (Mulyadi, 2001:348) ada beberapa metode penentuan harga jual, antara lain :

1. Penentuan Harga Jual Normal (*Cost plus pricing*)

Harga jual produk atau jasa dalam keadaan normal ditentukan dengan formula sebagai berikut (Mulyadi, 2001:348):

Harga jual = Taksiran biaya penuh + Laba yang diharapkan

Taksiran biaya penuh dapat dihitung dengan dua pendekatan yaitu *full costing* dan *variabel costing*, di mana taksiran biaya penuh tersebut dibagimenjadi dua yaitu: biaya yang dipengaruhi secara langsung oleh volume produk yang menjadi dasar

penentuan harga jual dan biaya yang tidak dipengaruhi oleh volume produk yang ditambahkan kepada laba yang diharapkan dalam perhitungan *mark up*. Rumus perhitungan harga jual atas dasar biaya secara umum dapat dinyatakan dalam persamaan berikut ini (Mulyadi, 2001:351):

Harga Jual per Unit = $\frac{\text{Biaya yang Berhubungan Langsung} + \text{Persentase Markup dengan volume (per unit)}}{\text{Volume}}$

Rumus perhitungan persentase *mark up* dapat dinyatakan dengan rumus:

$$\text{Mark up} = \frac{\text{Laba yang Diharapkan} + \text{Biaya pemasaran} + \text{Biaya adm \& umum}}{\text{Biaya Produksi}}$$

2. Penentuan Harga Jual Pesanan Khusus (*Special Order Pricing*)

Pesanan khusus merupakan pesanan yang diterima oleh perusahaan di luar pesanan reguler perusahaan. Biasanya konsumen yang melakukan pesanan khusus ini meminta harga dibawah harga jual normal, karena biasanya pesanan khusus mencakup jumlah yang besar.

3. Penentuan Harga Jual Produk atau Jasa yang Dihasilkan oleh Perusahaan yang Diatur dengan Peraturan Pemerintah

Dalam penentuan harga jual normal, biaya penuh masa yang akan datang yang dipakai

sebagai dasar penentuan harga jual dihitung dengan menggunakan salah satu pendekatan: *full costing* atau *variable costin*. Dalam penentuan harga jual yang diatur dengan peraturan Pemerintah, biaya penuh masa yang akan datang yang dipakai sebagai dasar penentuan harga jual tersebut dihitung dengan menggunakan pendekatan *full costing* saja, karena pendekatan *variable costing* tidak diterima sebagai prinsip akuntansi yang lazim.

4. Metode *Least Square*

Yaitu metode yang digunakan untuk analisis *time series* adalah metode garis linier secara bebas (*free hand method*), metode setengah rata-rata (*semi average method*), metode rata-rata bergerak (*moving average method*) dan metode kuadrat terkecil (*least square method*).

5. *Inventory Turn Over* (ITO)

Yaitu rasio ini menunjukkan berapa cepat perputaran persediaan dalam siklus produksi normal. Semakin besar rasio ini semakin baik karena dianggap bahwa kegiatan penjualan berjalan cepat.

$$\text{Persed. Rata-rata} = \frac{\text{Persed. Awal} + \text{Persed. Akhir}}{2}$$

$$\text{Tingkat Perputaran} = \frac{\text{Rencana Penjualan}}{\text{Persed. Rata-rata}}$$

$$\text{Persed akhir} = (\text{Persed. Rata-rata X} \\ 2) - \text{Persed. Awal}$$

6. Profit Margin

Yaitu perbandingan antara net operating income dengan net sales. Dengan kata lain dapat dikatakan bahwa rasio profit margin adalah selisih antara net sales dengan operating expenses (harga pokok penjualan + biaya administrasi dan biaya umum)

$$\text{PM} = \frac{\text{Net Operating Income X} \\ 100\%}{\text{Net Sales}}$$

Pengertian Biaya

Perusahaan dalam melaksanakan tanggung jawab perencanaan dan pengendalian manajemen membutuhkan pemahaman akan arti biaya dan terminologi yang berkaitan dengan biaya. Pembebanan biaya atas produk, jasa, pelanggan dan objek lain yang merupakan kepentingan manajemen, adalah salah satu tujuan dasar sistem informasi akuntansi manajemen. Peningkatan keakuratan pembebanan biaya menghasilkan informasi yang lebih bermutu tinggi yang kemudian dapat digunakan untuk membuat keputusan yang lebih baik. Memperbaiki penentuan biaya telah menjadi pengembangan utama dalam bidang manajemen biaya. Sebelum membicarakan

proses penentuan biaya, baiknya menentukan mengenai definisi biaya (*cost*).

Objek Penelitian Biaya

Pada dasarnya, objek biaya adalah setiap kegiatan atau aktivitas yang memerlukan adanya pengukuran atau penentuan biayanya secara tersendiri. Dengan kata lain, jika pemakai informasi akuntansi ingin mengetahui besarnya biaya untuk sesuatu, maka sesuatu itu disebut sebagai objek biaya. Dalam pengertian demikian, objek biaya bisa berupa produk, jasa, bagian atau departemen tertentu dalam suatu perusahaan, dan segala sesuatu yang membuat kita ingin mengetahui banyaknya sumber-sumber (ekonomi) yang diperlukan untuk mewujudkan atau merealisasikannya. Karena objek biaya terdapat pada setiap perusahaan atau organisasi, apapun jenis usaha dan kegiatannya, maka akuntansi biaya sebagai suatu sistem informasi, tidak hanya dapat diaplikasikan tetapi lebih dari itu diperlukan oleh perusahaan yang bergerak baik di bidang perdagangan maupun jasa.

Penggolongan Biaya

Penggolongan biaya menurut Supriyono (1999:18) adalah proses pengelompokan secara sistematis atau keseluruhan elemen-elemen yang ada ke dalam golongan-golongan tertentu yang

lebih ringkas untuk dapat memberikan informasi yang lebih mempunyai arti. Akuntansi biaya bertujuan menyajikan informasi yang akan digunakan untuk berbagai tujuan. Di dalam penggolongan biaya harus disesuaikan dengan tujuan dari biaya yang disajikan.

Harga Pokok Produksi

Harga pokok produksi atau *products cost* merupakan elemen penting untuk menilai keberhasilan (*performance*) dari perusahaan dagang maupun manufaktur. Harga pokok produksi mempunyai kaitan erat dengan indikator-indikator tentang sukses perusahaan, seperti misalnya: laba kotor penjualan, laba bersih. Tergantung pada rasio antara harga jual dan harga pokok produknya, perubahan pada harga. Pokok produk yang relatif kecil bisa jadi berdampak signifikan pada indikator keberhasilannya.

Metode Penentuan Harga Pokok

Menurut Mulyadi (2007 : 18) metode penentuan harga pokok produk adalah menghitung semua unsur biaya kerja dalam harga pokok produksi. Dalam menghitung unsur-unsur biaya pada harga pokok produksi terdapat dua pendekatan yaitu metode *full costing* dan metode *variabel costing*.

1. Metode harga pokok penuh (*full costing*)

Full costing merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang menghitung semua unsur biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik baik yang berperilaku variabel maupun tetap.

Penentuan harga pokok penuh mengalokasikan Biaya *Overhead* Pabrik tetap dan Biaya *Overhead* Pabrik variable kepada setiap unit yang dihasilkan selama suatu periode. Penentuan biaya pokok penuh memperlakukan semua biaya produksi sebagai biaya produk.

Penelitian Terdahulu

Untuk mendukung penelitian ini peneliti menggunakan beberapa penelitian terdahulu, antara lain :

1. Erawati (2012) yang berjudul “ Analisis Harga Pokok Produksi sebagai penentuan Harga Jual pada CV Harapan Inti Usaha Palembang”. Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa terdapat pengklasifikasian biaya yang kurang tepat dan adanya alokasi biaya bersama.

2. Syarifuddin (2013) yang berjudul “ Analisis penentuan Harga Jual pada Perusahaan Gria Batik Shafli di desa selowongo kecamatan Bungatan Situbondo”. Di simpulkan dengan perhitungan profit margin yang diharapkan sebesar 8,2% sehingga harga jual ditentukan sebesar Rp.

112.105.- perunit dengan jumlah batik yang diproduksi sebanyak 914 unit.

3. Maryadi Gunawan (2005) yang berjudul “ Analisis penentuan Harga Jual dalam usaha untuk perencanaan laba pada PTPN XII (Persero) kebun kalisat Jampit di Bondowoso”.Berdasarkan penelitian tersebut adalah nilai ROA dari perhitungan mark up sebesar 47% dengan harga jual per kg kopi arabika jenis Superior yaitu sebesar Rp. 18.598.- dan ternyata harga jual yang ditawarkan oleh perusahaan sebesar Rp. 19.413,- lebih besar dari analisis peneliti dengan selisih sebesar Rp. 815.-

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Pada penelitian ini, Peneliti memilih desain penelitian studi kasus pada Batik Tulis Sumpsi Maesan Bondowoso. Studi kasus merupakan penelitian dengan karakteristik masalah yang berkaitan dengan latar belakang dan kondisi saat ini dari subyek yang diteliti serta interaksinya dengan lingkungan. Subyek yang diteliti dapat berupa individu, kelompok, lembaga atau komunitas tertentu. Tujuan studi kasus adalah melakukan penyelidikan secara

mendalam mengenai subjek tertentu untuk memberikan gambaran yang lengkap mengenai subjek tertentu (Nur Indriantoro dan Bambang Supomo,2002:26)

Penelitian ini merupakan penelitian Deskriptif. Penelitian ini menggambarkan data yang diperoleh dan menganalisis data yang ada. Penelitian Deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan fakta yang saat ini berlaku. Di dalamnya terdapat upaya-upaya mendeskripsikan, mencatat, analisis, dan menginter-prestasikan kondisi-kondisi yang sekarang ini terjadi (Moh. Pabundu Tika,2006:10)

Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

a. Data Kualitatif, yaitu data yang diperoleh dari dalam perusahaan yang bukan dalam bentuk angka-angka tetapi dalam bentuk lisan maupun tertulis seperti gambaran umum perusahaan, prosedur-prosedur perusahaan, dan pembagian tugas masing-masing departemen dalam perusahaan.

b. Data Kuantitatif, yaitu data atau informasi yang diperoleh dari perusahaan dalam bentuk angka-angka, seperti laporan jumlah pelanggan, laporan biaya-biaya terkait, dan lain-lain

Adapun sumber data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah :

a. Data primer, yaitu data yang diperoleh dengan mengadakan pengamatan secara langsung pada perusahaan serta melakukan wawancara langsung dengan pihak pimpinan dan sejumlah personil yang ada kaitannya dengan penelitian ini.

b. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dengan jalan mengumpulkan dokumen-dokumen serta arsip-arsip perusahaan yang ada kaitannya dengan penelitian ini.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan 2 teknik, yaitu :

a. Dokumentasi yaitu teknik yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data melalui dokumen-dokumen perusahaan mengenai data yang terkait dengan masalah penentuan Harga Pokok Produksi, yaitu data tentang sejarah berdirinya Batik Tulis Summersari Maesan Bondowoso dan perkembangan perusahaan, lokasi perusahaan, struktur organisasi, daerah pemasaran, sistem produksi, data biaya yang dikeluarkan perusahaan selama satu periode dan data kuantitas pemicu biaya.

b. Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan langsung pada pimpinan dan karyawan Batik Tulis Summersari Maesan Bondowoso.

c. Observasi (pengamatan) merupakan metode pengumpulan data dengan mengadakan pengamatan secara langsung terhadap objek yang di teliti

3.4 Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang dipergunakan dalam penelitian ini di gunakan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Meramalkan volume penjualan dengan metode least square
2. Menentukan persediaan akhir dengan Inventory Turn Over (ITO) menurut M.Nafarin (2000:40)
3. Menentukan tingkat/volume produksi dapat disusun dalam anggaran produksi (Mulyadi, 2009)
4. Menentukan harga pokok produksi digunakan variable costing (Mulyadi, 2002)
5. Menentukan *Profit Margin*
6. Menentukan besarnya harga jual

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Data dan Pembahasan

Ramalan Penjualan

Dalam menentukan anggaran produksi, perusahaan terlebih dulu meramalkan penjualan. Dalam meramalkan penjualan, digunakan perhitungan secara terpadu dengan bantuan statistik dengan metode least square. Adapun rencana penjualan tahun 2015 untuk semua produk

Batik Tulis Sumpersari adalah sebanyak 214 unit.

Perhitungan Tingkat Persediaan

Setelah ,menghitung ramalan penjualan, maka persediaan akhir juga perlu untuk diketahui. Langkah-langkah untuk menghitung persediaan akhir sebagai berikut:

- a. Menghitung persediaan rata-rata tahun 2014
- b. Menghitung tingkat perputaran persediaan pada tahun 2014
- c. Menentukan persediaan akhir

Data penjualan dan persediaan akhir diperlukan untuk menerapkan langkah di atas. Dari data tersebut kemudian dilakukan perhitungan persediaan rata-rata tahun 2014. Setelah persediaan rata-rata tahun 2014 diketahui maka tingkat perputaran persediaan atau *Inventory Turn Over* tahun 2015. Setelah tingkat perputaran diketahui, kemudian diasumsikan sama dengan tingkat perputaran tahun 2014, selanjutnya digunakan untuk menghitung persediaan akhir tahun 2015. Persediaan akhir batik = 7 unit

Anggaran Produksi

Anggaran produksi diperlukan untuk menentukan jumlah produk yang harus diproduksi tahun 2015. Penyusunan rencana produksi ini berhubungan erat

dengan kemampuan perusahaan dalam menjual hasil produksinya. Tingkat produksi juga dipengaruhi oleh persediaan awal dan pesediaan akhir tahun yang bersangkutan. Jadi anggaran produksi tahun 2015 sebanyak 216.

Menentukan Biaya Produksi

Penentuan biaya produksi yang harus tersedia pada tahun 2015 adalah dengan cara membebaskan semua unsur biaya, diantaranya biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik (BOP)

- a. Biaya bahan baku

Bahan baku yang digunakan adalah kain sebagai bahan baku utama. Penentuan bahan baku yang berlaku pada 2014 berdasarkan standart pemakaian bahan baku tiap tahunnya,

- b. Biaya tenaga kerja

Tenaga kerja langsung adalah tenaga kerja yang terlibat langsung dalam proses pembentukan produk akhir.

- c. Biaya overhead pabrik variable (BOP)

BOP biaya yang harus dikeluarkan perusahaan dalam proses produksi, selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.

- d. Biaya administrasi umum

Biaya yang harus dikeluarkan perusahaan dalam proses administrasi produk

- e. Biaya pemasaran umum

Biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam usaha untuk memasarkan produknya, Jadi total biaya produksi 170.903.700

Menentukan Profit Margin

Profit margin merupakan rasio yang digunakan dalam penentuan keuntungan yang diinginkan, profit margin adalah perbandingan net operating income dengan net sales. Profit marginnya adalah 15.14%

Menentukan Besarnya Harga Jual

Kebijakan penentuan harga jual merupakan kebijakan yang sangat penting bagi setiap perusahaan. Penentuan harga jual berpengaruh langsung terhadap jumlah produk yang berhasil dijual yang akhirnya menentukan kontribusi terhadap pendapatan perusahaan. Harga jual pada perusahaan Batik Tulis Sumbersari adalah Rp 941.097

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan analisis perhitungan yang telah dilakukan pada bab 4, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Batik Tulis Sumbersari menggunakan harga pokok produksi sebagai dasar dalam penentuan harga

jual, metode perhitungan harga pokok produksi yang diterapkan perusahaan dengan mengakumulasikan biaya produksinya dimana perusahaan membebankan seluruh biaya produksinya baik biaya produksi langsung maupun tidak langsung yang biasa disebut dengan *Full Costing*.

2. Dalam menggunakan metode *variable costing* biaya-biaya produksi tetap dikelompokkan sebagai biaya periodik bersama-sama dengan biaya tetap non produksi, dalam menentukan harga jual terlebih dulu menentukan profit margin dan diperoleh sebesar 7,28% kemudian menghitung dengan cara membagi biaya produksi dibagi dengan 1- profit margin dengan perolehan harga jual Rp. 1.245.450/unit. Dengan jumlah batik yang di produksi sebanyak 948 unit.

Saran

Setelah dilakukan penelitian terhadap perusahaan Batik Tulis Sumbersari, maka saran pada penelitian adalah:

1. Dalam menentukan harga jual, perusahaan Batik Tulis Sumbersari hendaknya berorientasi pada profit

margin karena profit margin memiliki manfaat untuk mengetahui tingkat efisiensi perusahaan dalam mencapai profit yang maksimal.

2. Untuk peneliti selanjutnya disarankan agar dalam meneliti penentuan harga pokok hendaknya memilih subjek penelitian berupa perusahaan yang memiliki skala lebih besar agar diketahui manfaat penggunaan metode *variable costing* untuk mengoptimalkan produk yang dijual sehingga memiliki daya saing apabila dibandingkan dengan produk sejenis dari perusahaan lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Halim. (1999). *Dasar-dasar Akuntansi Biaya*, Edisi Keempat. Yogyakarta:BPFE.
- Abdul Halim dan Bambang Supomo. 2005. *Akuntansi Manajemen*.Yogyakarta: BPFE.
- Blocher, Edward J., Kung H. Chen, dan Thomas W. Lin. 2000. *Manajemen Biaya dengan Tekanan Strategik*. Jakarta: Salemba Empat.
- Carter, William K. dan Milton F. Usry. 2006. *Cost Accounting (Akuntansi biaya)*. Jilid 1. Jakarta:Salemba Empat.
- Erawati, 2012, *Analisis Harga Pokok Produksi sebagai penentuan Harga Jual pada CV Harapan Inti Usaha Palembang*, Skripsi Program S1 STIE MDP.
- Firdaus Ahmad Dunia dan Wasilah. 2009. *Akuntansi Biaya*, Edisi Kedua.Jakarta: Salemba Empat.
- Garrison, Ray H., Eric W. Noreen, dan Peter C. Brewer. 2006. *AkuntansiManajerial*. Jilid 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Hansen, D. R. Dan M. M. Mowen. 2006. *Akuntansi Manajemen* edisi ketujuh. Jakarta : Salemba Empat
- Hongren, Charles T., Srikant M. Datar, dan George Foster. 2006. *Akuntansi Biaya Pendekatan Manajerial*, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Mardiasmo. (1994). *Akuntansi Biaya:Penentuan Harga Pokok Produksi*.Yogyakarta: Andi Offset.
- Maryadi Gunawan, 2005, *Analisis penentuan Harga Jual dalam usaha untuk perencanaan laba pada PTPN XII (Persero) kebun*

- kalisat Jampit di Bondowoso*, Skripsi Program S1 Universitas Muhammadiyah Jember.
- Moh. Pabundu Tika. 2006. *Metodologi Riset Bisnis*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mulyadi. 2009. *Akuntansi Biaya*, Edisi kelima, Yogyakarta : Salemba Empat.
- Mulyadi, Drs, 2010, *Akuntansi Biaya Untuk Akuntansi*, Edisi kelima, Penerbit UPP-STIM YKPN, Yogyakarta.
- Nur Indriantoro dan Bambang Supomo. 2002. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: BPFB
- Supriyono. (1985). *Akuntansi Biaya: Pengumpulan Biaya dan Penentuan Harga Pokok*. Edisi 2. Yogyakarta: BPFE.
- _____ (1987). *Akuntansi Manajemen I: Konsep Dasar Akuntansi Manajemen Dan Proses Perencanaan*. Yogyakarta: BPFE.
- _____ (1994). *Akuntansi Biaya dan Akuntansi Manajemen untuk Teknologi Maju dan Globalisasi*. Yogyakarta: BPFE.
- _____ (1999). *Manajemen Biaya Suatu Reformasi Pengelolaan Bisnis*. Jilid 1. Yogyakarta: BPFE.
- Syarifuddin, 2013, *Analisis penentuan Harga Jual pada Perusahaan Gria Batik Shafli di desa selowongo kecamatan Bungatan Situbondo*, Skripsi Program S1 Universitas Muhammadiyah Jember.
- Universitas Muhammadiyah Jember. 2013. *Pedoman penyusunan Skripsi*. Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Jember.

