

Analisis Harga Pokok Produksi Ice Cream Gellato Pada PT. Patra Kartika Di Samarinda

Rendi Saputra ¹, Eddy Soegiarto ², Danna Solihin ³
Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda
Email : rendifekon15@gmail.com

Keywords :

joint costs, the cost of production.

ABSTRACT

Problems experienced by PT. Patra Kartika is a company that has never applied the method of calculating the cost of production of gellato ice cream products accurately and accurately in accordance with the calculation of the usual cost of the order. This study aims to compare the calculation of the cost of goods set by the company with the cost of goods calculated based on the cost method of the order.

The theoretical basis used is the method of order cost. The analytical tool used is the allocation of costs along with the relative selling value method and the collection of cost of goods manufactured by the cost method of the order.

From the results of the analysis, it is known that the company has not accurately and accurately charged production costs, according to the company the cost of Cream Cheese ice cream products is Rp. 1,268,800.00, for Oreo flavor is Rp. 1,149,400.00, for Vanilla flavor is Rp. 1,295,200.00, for Monster Ink taste is Rp. 1,072,160.00, for Ovaltine flavor is Rp. 710,160.00, for Nutella flavor is Rp. 1,074,800.00, for Mocca flavor is Rp. 692,160.00, for Clocolato flavor is Rp. 1,211,800.00, for the taste of Buble Gum is Rp. 782,880.00, for Green Tea flavor is Rp. 773,160.00. While according to the analysis of the cost price of Cream Cheese ice cream products is Rp. 1,296,125.00, for Oreo flavor is Rp. 1,196,625.00, for Vanilla flavor is Rp. 1,318,125.00, for the taste of Monster Ink is Rp. 1,084,500.00, for Ovaltine flavor is Rp. 735,075.00, for Nutella taste is Rp. 1,086,700.00, for Mocca taste is Rp. 720,075.00, for Clocolato flavor is Rp. 1,248,625.00, for flavor Buble Gum is Rp. 795,675.00, for Green Tea flavor is Rp. 787,575.00.

After testing the hypothesis by holding a calculation of the cost of production based on the order price method, it can be seen that the calculations made by the company are lower than the calculation using the cost method of the order. So the hypothesis put forward by the author can be accepted.

PENDAHULUAN

Perkembangan perekonomian di Indonesia saat ini secara tidak langsung telah mendorong persaingan bisnis antar perusahaan diberbagai bidang. Semua perusahaan berlomba-lomba dalam meningkatkan mutu produksinya baik yang bersifat barang maupun jasa, hal ini dilakukan untuk mendapatkan pangsa pasar yang lebih banyak. Pada umumnya tujuan utama perusahaan dalam melakukan kegiatan operasionalnya yaitu untuk mendapatkan keuntungan atau laba semaksimal mungkin. Hal ini dilakukan agar kelangsungan hidup perusahaan terjamin dan dapat memberi manfaat bagi masyarakat umum.

Salah satu masalah yang sering dihadapi oleh manajer perusahaan yaitu penentuan harga jual produk. Menurut Imam Firmansyah (2014:57): “Harga pokok produksi adalah penjumlahan seluruh pengorbanan sumber ekonomi yang digunakan dalam pengolahan bahan baku menjadi produk jadi”. Harga jual produk sangat erat kaitannya dengan pencapaian laba. Laba dapat diartikan sebagai imbalan atas upaya perusahaan menghasilkan barang ataupun jasa. Kemudian menurut Sofia dan Septian (2015:21): “Harga pokok produksi adalah biaya barang yang dibeli untuk diproses sampai selesai, baik sebelum maupun selama periode akuntansi berjalan”.

Permasalahan yang dihadapi dalam penentuan harga jual produk adalah apabila harga jual yang terlalu tinggi akan menurunkan daya beli konsumen, sebaliknya harga jual yang rendah dapat mempengaruhi pendapatan perusahaan, yang artinya berpengaruh terhadap laba dan kelangsungan hidup perusahaan. Perhitungan harga pokok produksi sangat berperan dalam penentuan harga jual produk, sehingga harga yang ditawarkan oleh perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan lain yang sejenis dengan kualitas produk yang baik pula.

Metode pengumpulan harga pokok produksi sangat ditentukan oleh cara produksi. Secara garis besar, dalam memproduksi produk dapat dibagi menjadi dua macam : produksi atas dasar pesanan dan produksi atas dasar proses. Penerapan 2 metode tersebut pada suatu perusahaan tergantung pada sifat atau karakteristik pengolahan bahan menjadi produk jadi yang akan mempengaruhi metode pengumpulan harga pokok yang digunakan. Adapun metode tersebut Menurut Supriyono (2011:36) adalah sebagai berikut :

1) Metode harga pokok pesanan (*job order cost method*)

Metode harga pokok pesanan merupakan metode pengumpulan harga pokok produk dimana biaya dikumpulkan untuk setiap pesanan atau kontrak atau jasa secara terpisah, dan setiap pesanan atau kontrak dapat dipisahkan identitasnya. Pengolahan produk akan dimulai setelah datangnya pesanan dari langganan/pembeli melalui dokumen pesanan penjualan (*sales order*), yang memuat jenis dan jumlah produk yang dipesan, spesifikasi pesanan, tanggal pesanan diterima dan harus diserahkan.

2) Metode harga pokok proses (*process cost method*)

Metode harga pokok proses merupakan metode pengumpulan harga pokok produk dimana biaya dikumpulkan untuk setiap satuan waktu tertentu, misalnya : bulan, triwulan, semester, tahun. Pada metode harga pokok proses perusahaan menghasilkan produk yang homogen, bentuk bersifat standar, dan tidak tergantung spesifikasi yang diminta oleh pembeli. Tujuan produksi untuk mengisi persediaan yang selanjutnya akan dijual kepada pembeli, oleh karena itu sifat produk homogen dan bentuknya standar maka kegiatan dilakukan secara kontinyu atau terus-menerus.

Metode penentuan harga pokok produksi adalah suatu cara memperhitungkan unsur – unsur biaya kedalam harga pokok produksi. Mulyadi (2014:17–18) menyatakan bahwa dalam memperhitungkan unsur – unsur biaya kedalam kos produksi terdapat dua pendekatan, yaitu :

a. Metode *full costing*

Metode *full costing* merupakan metode penentuan kos produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi ke dalam kos produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik, baik yang berperilaku variabel maupun tetap.

Kos produk yang dihitung dengan pendekatan *full costing* terdiri dari unsur kos produksi (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik variabel dan biaya overhead tetap) ditambah dengan biaya non produksi (biaya pemasaran, biaya administrasi dan umum). Pendekatan ini yang biasa dikenal sebagai pendekatan tradisional yang menghasilkan laporan laba rugi dimana biaya-biaya di organisir dan disajikan berdasarkan fungsi – fungsi produksi, administrasi, dan penjualan. kos produksi menurut metode *full costing* terdiri dari unsur biaya produksi berikut ini :

| | |
|---------------------------------------|---------------|
| Biaya bahan baku | Rp xxx |
| Biaya tenaga kerja langsung | Rp xxx |
| Biaya <i>overhead</i> pabrik tetap | Rp xxx |
| Biaya <i>overhead</i> pabrik variabel | <u>Rp xxx</u> |
| kos produksi | <u>Rp xxx</u> |

b. Metode *variable costing*

Metode *variable costing* merupakan metode penentuan kos produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku variabel ke dalam kos produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik variabel.

Kos produk dihitung dengan pendekatan *variable costing* terdiri dari unsur kos produksi variabel (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik variabel) ditambah biaya non produksi variabel (biaya pemasaran variabel dan biaya administrasi dan umum variabel) dan biaya tetap (biaya overhead pabrik tetap, biaya pemasaran tetap, biaya admisnistrasi dan umum tetap).

Pendekatan *variable costing* dikenal sebagai *contribution approach* merupakan suatu format laporan laba rugi yang mengelompokkan biaya berdasarkan perilaku biaya dimana biaya – biaya dipisahkan menurut kategori biaya varibel dan biaya tetap dan tidak dipisahkan menurut fungsi – fungsi produksi, administrasi dan penjualan. kos produksi menurut *variable costing* terdiri dari unsur biaya produksi berikut ini :

| | |
|---------------------------------------|---------------|
| Biaya bahan baku | Rp xxx |
| Biaya tenaga kerja langsung variabel | Rp xxx |
| Biaya <i>overhead</i> pabrik variabel | <u>Rp xxx</u> |
| kos produksi | <u>Rp xxx</u> |

Metode Harga Pokok Pesanan

Pengertian metode harga pokok pesanan, menurut Iman Firmansyah (2014:60): “Cara perhitungan harga pokok produksi untuk produk yang dibuat berdasarkan pesanan”.

Menurut Mulyadi (2014:17): “Perusahaan yang memproduksi berdasarkan pesanan, mengumpulkan kos produksinya dengan menggunakan metode kos pesanan (*job order cost method*)”. Dalam metode ini biaya – biaya produksi dikumpulkan untuk pesanan tertentu dan kos produksi per satuan produk yang dihasilkan untuk memenuhi pesanan tersebut dihitung dengan cara membagi total biaya produksi untuk pesanan tersebut dengan jumlah satuan produk dalam pesanan yang bersangkutan.

Karakteristik Metode Pengumpulan Harga Pokok Pesanan

Menurut Mulyadi (2014:38), metode pengumpulan biaya produksi dengan metode harga pokok pesanan yang digunakan dalam perusahaan yang produksinya berdasarkan pesanan memiliki karakteristik sebagai berikut :

- 1) Perusahaan memproduksi berbagai macam produk sesuai dengan spesifikasi pemesan dan setiap jenis produk perlu dihitung harga pokok produksinya secara individual.
- 2) Biaya produksi harus golongan berdasarkan hubungannya dengan produk menjadi dua kelompok berikut ini : biaya produksi langsung dan biaya produksi tidak langsung.
- 3) Biaya produksi langsung terdiri dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung, sedangkan biaya produksi tidak langsung disebut dengan istilah biaya overhead pabrik.
- 4) Biaya produksi langsung diperhitungkan sebagai harga pokok produksi pesanan tertentu berdasarkan biaya yang sesungguhnya terjadi, sedangkan biaya overhead pabrik diperhitungkan kedalam harga pokok pesanan berdasarkan tarif yang ditentukan di muka.

Harga pokok produksi per unit dihitung pada saat pesanan selesai diproduksi dengan cara membagi jumlah biaya produksi yang dikeluarkan untuk pesanan tersebut dengan jumlah unit produk yang dihasilkan dalam pesanan yang bersangkutan.

Akuntansi biaya merupakan salah satu media penting yang memberikan informasi bagi pimpinan perusahaan di dalam perencanaan, pengendalian dan analisa biaya. Menurut Ony Widilestariningtyas, Sony W.F, Sri Dewi Anggadini (2012:1): "Akuntansi biaya adalah proses pencatatan, penggolongan, peringkasan dan penyajian biaya pembuatan dan penjualan produk dan jasa, dengan cara-cara tertentu, serta penafsiran terhadapnya". Pengertian Akuntansi biaya, menurut Mursyidi (2010:10): "proses pencatatan, penggolongan, peringkasan dan pelaporan biaya pabrikasi, dan penjualan produk dan jasa, dengan cara - cara tertentu, serta penafsiran terhadap hasil-hasilnya". Pengertian Akuntansi biaya menurut Supriyono (2011:12): "Sebagai salah satu cabang akuntansi yang merupakan alat manajemen dalam memonitor dan merekam transaksi biaya secara sistimatis,serta menyajikan informasi biaya dalam bentuk laporan biaya".

Tujuan Akuntansi biaya menurut Mulyadi (2014:7) Akuntansi biaya mempunyai tiga tujuan pokok sebagai berikut:

1. Penentuan kos produk

Untuk memenuhi tujuan penentuan kos produk, akuntansi biaya mencatat, menggolongkan dan meringkas biaya-biaya pembuatan produk atau penyerahan jasa.

2. Pengendalian biaya

Pengendalian biaya harus didahului dengan penentuan biaya yang seharusnya dikeluarkan untuk memproduksi satu satuan produk. Jika biaya yang seharusnya ini telah ditetapkan, akuntansi biaya bertugas untuk memantau apakah pengeluaran biaya yang sesungguhnya sesuai dengan biaya yang seharusnya tersebut.

3. Pengambilan keputusan khusus

Pengambilan keputusan khusus menyangkut masa yang akan datang. Oleh karena itu informasi yang relevan dengan pengambilan keputusan khusus selalu berhubungan dengan informasi yang akan datang. Informasi biaya ini tidak dicatat dalam catatan akuntansi biaya, melainkan hasil suatu proses peramalan.

Bahwa dengan mengetahui berapa besar jumlah biaya yang digunakan untuk menghasilkan produk, maka dapat dihitung harga pokok produk yang dihasilkannya untuk menentukan harga jual produk. Setiap kegiatan perusahaan tidak terlepas dari pengorbanan–pengorbanan atas faktor–faktor produksi yang digunakan untuk menghasilkan produk. Namun tidak semua pengorbanan yang dikeluarkan perusahaan dapat dikategorikan sebagai biaya. Hal itu tergantung dari manfaat yang diperoleh dari pengorbanan tersebut. Agar lebih jelasnya berikut ini akan dikemukakan beberapa pengertian dari biaya :

Menurut Krismiaji (2011:17): "Biaya adalah kas atau ekuivalen yang dikorbankan untuk membeli barang atau jasa yang diharapkan akan memberikan manfaat bagi perusahaan saat sekarang atau untuk periode mendatang".

Menurut Imam Firmansyah (2014:25) mendefinisikan biaya sebagai berikut:

1. Dalam arti sempit, Biaya (*cost*) memiliki arti pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh aktiva, jumlah yang dikorbankan tersebut secara tidak langsung disebut harga pokok dan dicatat pada neraca sebagai aktiva.
2. Secara luas, Biaya mengandung arti pengorbanan sumber ekonomi yang dapat diukur dalam satuan uang, baik yang telah terjadi maupun yang akan terjadi untuk tujuan tertentu.

Biaya Bersama

Bagi perusahaan yang memproduksi satu jenis produk bukanlah merupakan hal yang terlalu sulit untuk menentukan harga pokok dari produk yang dihasilkan. Namun bagi

perusahaan yang menghasilkan beberapa produk maka akan timbul suatu permasalahan tentang penentuan harga pokok dari produk – produk tersebut. Hal ini harga pokok yang ditetapkan disebut harga pokok bersama. Beberapa pendapat ahli mengenai biaya bersama :

Pengertian Biaya bersama, menurut V. Wiratna Sujarweni (2015:90): “Sebagai biaya yang digunakan untuk mengolah secara bersama biaya tersebut meliputi biaya bahan, tenaga kerja dan biaya overhead untuk menghasilkan beberapa produk”.

Menurut Mulyadi (2014:335) karakteristik produk bersama adalah sebagai berikut :

1. Produk bersama merupakan tujuan utama kegiatan produksi.
2. Harga jual produk bersama relatif lebih tinggi bila dibandingkan dengan produk sampingan yang dihasilkan pada saat yang sama.
3. Dalam mengolah produk bersama tertentu, produsen tidak dapat menghindarkan diri untuk menghasilkan semua jenis produk bersama, jika ia ingin memproduksi hanya salah satu diantara produk bersama tersebut.

Alokasi Biaya Bersama

Menurut Mulyadi (2014:336) biaya bersama dapat dialokasikan kepada tiap – tiap produk bersama dengan menggunakan salah satu dari empat metode dibawah ini :

1) Metode nilai jual relatif

Metode ini banyak digunakan untuk mengalokasikan biaya bersama kepada produk bersama. Dasar pemikiran metode ini adalah bahwa harga jual suatu produk merupakan perwujudan biaya – biaya yang dikeluarkan dalam mengolah produk tersebut. Jika salah satu produk terjual lebih tinggi daripada produk yang lain, hal ini karena biaya yang dikeluarkan untuk produk tersebut lebih banyak bila dibandingkan dengan produk yang lain. Oleh karena itu menurut metode ini, cara yang logis untuk mengalokasikan biaya bersama adalah berdasarkan nilai jual relatif masing – masing produk bersama yang dihasilkan.

2) Metode satuan fisik

Metode satuan fisik mencoba menentukan harga pokok produk bersama sesuai dengan manfaat yang ditentukan oleh masing – masing produk akhir. Dalam metode ini biaya bersama dialokasikan kepada produk atas dasar koefisien fisik yaitu kuantitas bahan baku yang terdapat dalam masing – masing produk. Koefisien fisik ini dinyatakan dalam satuan berat, volume, atau ukuran yang lain. Dengan demikian metode ini menghendaki bahwa produk bersama yang dihasilkan harus dapat diukur dengan satuan ukuran pokok yang sama.

Jika produk bersama mempunyai satuan ukur yang berbeda harus ditentukan koefisien ekuivalensi yang digunakan untuk mengubah berbagai satuan tersebut menjadi satuan ukuran yang sama.

3) Metode rata – rata biaya per satuan

Metode hanya dapat digunakan bila produk bersama yang dihasilkan diukur dalam satuan yang sama. Pada umumnya metode ini digunakan oleh perusahaan yang menghasilkan beberapa macam produk yang sama dari satu proses bersama tetapi mutunya berlainan.

Dalam metode ini harga pokok masing – masing produk dihitung sesuai dengan proporsi kuantitas yang diproduksi. Jalan pikiran yang mendasari pemakaian metode ini adalah karena semua produk dihasilkan dari proses yang sama, maka tidak mungkin biaya untuk memproduksi satu satuan produk berbeda satu sama lain.

4) Metode rata – rata tertimbang

Jika dalam metode rata – rata biaya per satuan dasar yang dipakai dalam mengalokasikan biaya bersama adalah kuantitas produksi, maka dalam metode rata – rata tertimbang kuantitas produksi ini dikalikan dulu dengan angka penimbang dan hasil kalinya baru dipakai sebagai dasar alokasi.

Penentuan angka penimbang untuk tiap – tiap produk didasarkan pada jumlah bahan yang dipakai, sulitnya pembuatan produk, waktu yang dikonsumsi, dan perbedaan jenis tenaga

kerja yang dipakai untuk tiap jenis produk yang dihasilkan. Jika yang dipakai sebagai angka penimbang adalah harga jual produk maka metode alokasinya disebut metode nilai jual relatif.

Sehubungan dengan hal tersebut PT. Patra Kartika adalah salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang kuliner. Salah satu produksi yang penjualannya sangat potensial adalah *ice cream* gellato. *Ice cream* merupakan makanan yang sudah tidak asing lagi bagi masyarakat. Membayangkan *ice cream* akan terbayang kelembutan dan kelezatan rasanya. *Ice cream* salah satu cemilan yang digemari masyarakat banyak terutama kalangan anak – anak hingga orang dewasa. Di Indonesia sendiri *ice cream* adalah panganan yang mudah ditemukan, apalagi di negara tropis seperti ini.

Masalah yang dialami oleh PT. Patra Kartika adalah perusahaan belum menerapkan cara perhitungan harga pokok produksi kepada produk *ice cream* gellato secara tepat dan teliti sesuai dengan perhitungan harga pokok produksi yang lazim. Perhitungan yang dilakukan selama ini hanya dilakukan secara sederhana.

METODE PENELITIAN

Defenisi Operasional

Berdasarkan karakteristik produk yang dihasilkan oleh PT. Patra Kartika, maka metode yang digunakan untuk menghitung harga pokok produksi adalah alokasi biaya bersama dan metode harga pokok pesanan. Komponen biaya produksi pada PT. Patra Kartika terdiri dari :

1. Harga Pokok Pesanan

Harga pokok pesanan adalah suatu metode pengumpulan biaya produksi untuk menentukan harga pokok produk pada perusahaan yang menghasilkan produk atas dasar pesanan.

2. Biaya Bahan Baku

Biaya bahan baku langsung merupakan biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh bahan baku langsung, seperti susu cair, gellato mix dan pelengkap lainnya. Jenis dan banyaknya bahan baku yang digunakan untuk proses produksi tergantung dari jenis rasa *ice cream* pesanan yang dikehendaki.

3. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja langsung adalah biaya yang dikeluarkan untuk membayar upah tenaga kerja yang secara langsung berhubungan dengan proses pembuatan *ice cream*. Yang termasuk tenaga kerja langsung adalah bagian pembuatan *ice cream* yang bertugas sebagai pencampur, pengaduk, dan pembekuan *ice cream*.

4. Biaya Overhead Pabrik

Biaya overhead pabrik adalah biaya - biaya lain yang dikeluarkan selain dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung yang ikut menunjang proses produksi. Biaya – biaya tersebut antara lain :

a. Biaya tenaga kerja tidak langsung adalah biaya yang dikeluarkan untuk membayar upah tenaga kerja yang secara tidak langsung berhubungan dengan proses produksi, seperti gaji bagian administrasi dan bagian penjualan.

b. Biaya listrik.

c. Biaya air.

d. Biaya telepon.

e. Biaya lain – lain.

Alat Analisis

a. Metode nilai jual relatif

Dibawah ini akan disajikan model perhitungan alokasi biaya bersama keproduk bersama dengan menggunakan metode nilai jual relatif :

Tabel 1. Perhitungan Alokasi Biaya Bersama Dengan Metode Nilai Jual Relatif

| Produk Bersama | Jumlah Produk yang dihasilkan | Harga Jual Produk per unit | Nilai Jual | Nilai Jual Relatif | Alokasi Biaya Bersama | Harga Pokok Produk Bersama |
|----------------|-------------------------------|----------------------------|------------|------------------------------|-----------------------|----------------------------|
| | | | (1) x (2) | $\frac{(3)}{X} \times 100\%$ | (4) x Y | (5) : (1) |
| | (1) | (2) | (3) | (4) | (5) | (6) |
| A | | | | | | |
| B | | | | | | |
| C | | | | | | |
| Jumlah | | | X | | Y | |

Sumber : Mulyadi (2014 : 336)

b. Pengumpulan harga pokok produksi berdasarkan metode harga pokok pesanan

Biaya – biaya produksi tersebut terdiri dari :

| | |
|------------------------------|---------------|
| Biaya bahan baku | Rp xxx |
| Biaya tenaga kerja langsung | Rp xxx |
| Biaya <i>overhead</i> pabrik | <u>Rp xxx</u> |
| Kos produksi | <u>Rp xxx</u> |

(Mulyadi, 2014 : 17)

Jangkauan Penelitian

Penelitian dilakukan pada PT. Patra Kartika yang berlokasi di Jalan Muso Salim No. 28 RT 14 Kelurahan Karang Mumus Kecamatan Samarinda Kota. Sesuai dengan judul proposal ini maka penelitian ini difokuskan pada produksi *ice cream* gellato dan pengalokasian biaya bersama dengan metode nilai jual relatif untuk menentukan harga pokok produksi pesanan *ice cream* gellato pada bulan Agustus tahun 2018.

ANALISA DAN PEMBAHASAN

Tabel 2. Perbandingan Hasil Perhitungan Harga Pokok produksi Berdasarkan Perhitungan Perusahaan Dan Harga Pokok Produksi Berdasarkan Metode Harga Pokok Pesanan

| No | Rasa <i>Ice Cream</i> | Harga Pokok Produksi | | |
|----|--------------------------|--------------------------------------|--|--------------|
| | | Harga pokok produksi perusahaan (Rp) | Harga pokok produksi berdasarkan metode harga pokok pesanan (Rp) | Selisih (Rp) |
| 1 | Cream Cheese | 1.268.800,00 | 1.296.125,00 | 27.325,00 |
| 2 | Oreo | 1,149.400,00 | 1.196.625,00 | 47.225,00 |

| | | | | |
|----|-------------|--------------|--------------|-----------|
| 3 | Vanilla | 1.295.200,00 | 1.318.125,00 | 22.925,00 |
| 4 | Monster Ink | 1.072.160,00 | 1.084.500,00 | 12.340,00 |
| 5 | Ovaltine | 710.160,00 | 735.075,00 | 24.915,00 |
| 6 | Nutella | 1.074.800,00 | 1.086.700,00 | 11.900,00 |
| 7 | Mocca | 692.160,00 | 720.075,00 | 27.915,00 |
| 8 | Clocolato | 1.211.800,00 | 1.248.625,00 | 36.825,00 |
| 9 | Buble Gum | 782.880,00 | 795.675,00 | 12.795,00 |
| 10 | Green Tea | 773.160,00 | 787.575,00 | 14.415,00 |

Sumber : Data Diolah, 2019

Tabel 3. Perbandingan Hasil Perhitungan Harga Pokok Produksi Per Tab Berdasarkan Perhitungan Perusahaan Dan Harga Pokok Produksi Berdasarkan Metode Harga Pokok Pesanan

| No | Rasa <i>Ice Cream</i> | Harga Pokok Produksi | | Selisih (Rp) |
|----|--------------------------|---|---|-------------------|
| | | Harga pokok pada pesanan perusahaan (Rp) | Harga pokok produksi berdasarkan metode harga pokok pesanan (Rp) | |
| 1 | Cream Cheese | 253.760,00 | 259.225,00 | 5.465,00 |
| 2 | Oreo | 229.880,00 | 239.325,00 | 9.445,00 |
| 3 | Vanilla | 259.040,00 | 263.625,00 | 4.585,00 |
| 4 | Monster Ink | 268.040,00 | 271.125,00 | 3.085,00 |
| 5 | Ovaltine | 236.720,00 | 245.025,00 | 8.305,00 |
| 6 | Nutella | 268.700,00 | 271.675,00 | 2.975,00 |
| 7 | Mocca | 230.720,00 | 240.025,00 | 9.305,00 |
| 8 | Clocolato | 242.360,00 | 249.725,00 | 7.365,00 |
| 9 | Buble Gum | 260.960,00 | 265.225,00 | 4.265,00 |
| 10 | Green Tea | 257.720,00 | 262.525,00 | 4.805,00 |

Sumber : Data Diolah, 2019

PEMBAHASAN

Hasil perhitungan perusahaan dan hasil analisis terdapat perbedaan perhitungan harga pokok produk masing – masing pesanan. Hasil perhitungan harga pokok produk *ice cream* gellato perusahaan lebih rendah dibandingkan dengan hasil perhitungan analisis. Perbedaan ini disebabkan karena adanya perbedaan cara perhitungan pembebanan unsur – unsur biaya produksi terhadap produk pesanan yaitu cara pembebanan biaya tenaga kerja langsung dan pembebanan biaya overhead pabrik.

Hal ini berakibat pada perbedaan harga pokok produksi masing – masing rasa *ice cream* yang dihasilkan. Menurut perhitungan yang telah dilakukan perusahaan, harga pokok produksi *ice cream* rasa Cream Cheese adalah Rp 1.268.800,00 dengan harga pokok produksi per tab sebesar Rp 253.760,00, harga pokok produksi *ice cream* rasa Oreo adalah Rp 1.149.400,00 dengan harga pokok produksi per tab sebesar Rp 229.880,00, harga pokok produksi *ice cream* rasa Vanilla adalah Rp 1.295.200,00 dengan harga pokok produksi per tab sebesar Rp 259.040,00, harga pokok produksi *ice cream* rasa Monster Ink adalah Rp 1.072.160,00 dengan harga pokok produksi per tab sebesar Rp 268.040,00, harga pokok produksi *ice cream* rasa Ovaltine adalah Rp 710.160,00 dengan harga pokok produksi per tab sebesar Rp 236.720,00, harga pokok produksi *ice cream* rasa Nutella adalah Rp 1.074.800,00

dengan harga pokok produksi per tab sebesar Rp 268.700,00, harga pokok produksi *ice cream* rasa Mocca adalah Rp 692.160,00 dengan harga pokok produksi per tab sebesar Rp 230.720,00, harga pokok produksi *ice cream* rasa Clocolato adalah Rp 1.211.800,00 dengan harga pokok produksi per tab sebesar Rp 242.360,00, harga pokok produksi *ice cream* rasa Buble Gum adalah Rp 782.880,00 dengan harga pokok produksi per tab sebesar Rp 260.960,00, harga pokok produksi *ice cream* rasa Green Tea adalah Rp 773.160,00 dengan harga pokok produksi per tab sebesar Rp 257.720,00.

Menurut hasil analisis harga pokok produksi *ice cream* rasa Cream Cheese adalah Rp 1.296.125,00 dengan harga pokok produksi per tab sebesar Rp 259.225,00, harga pokok produksi *ice cream* rasa Oreo adalah Rp 1.196.625,00 dengan harga pokok produksi per tab sebesar Rp 239.325,00, harga pokok produksi *ice cream* rasa Vanilla adalah Rp 1.318.125,00 dengan harga pokok produksi per tab sebesar Rp 263.625,00, harga pokok produksi *ice cream* rasa Monster Ink adalah Rp 1.084.500,00 dengan harga pokok produksi per tab sebesar Rp 271.125,00, harga pokok produksi *ice cream* rasa Ovaltine adalah Rp 735.075,00 dengan harga pokok produksi per tab sebesar Rp 245.025,00, harga pokok produksi *ice cream* rasa Nutella adalah Rp 1.086.700,00 dengan harga pokok produksi per tab sebesar Rp 271.675,00, harga pokok produksi *ice cream* rasa Mocca adalah Rp 720.075,00 dengan harga pokok produksi per tab sebesar Rp 240.025,00, harga pokok produksi *ice cream* rasa Clocolato adalah Rp 1.248.625,00 dengan harga pokok produksi per tab sebesar Rp 249.725,00, harga pokok produksi *ice cream* rasa Buble Gum adalah Rp 795.675,00 dengan harga pokok produksi per tab sebesar Rp 265.225,00, harga pokok produksi *ice cream* rasa Green Tea adalah Rp 787.575,00 dengan harga pokok produksi per tab sebesar Rp 262.525,00.

Perbedaan penetapan harga pokok produksi antara perusahaan dengan hasil analisis pada *ice cream* rasa Cream Cheese sebesar Rp 27.325,00, *ice cream* rasa Oreo sebesar Rp 47.225,00, *ice cream* rasa Vanilla sebesar Rp 22.925,00, *ice cream* rasa Monster Ink sebesar Rp 12.340,00, *ice cream* rasa Ovaltine sebesar Rp 24.915,00, *ice cream* rasa Nutella sebesar Rp 11.900,00, *ice cream* rasa Mocca sebesar Rp 27.915,00, *ice cream* rasa Clocolato sebesar Rp 36.825,00, *ice cream* rasa Buble Gum sebesar Rp 12.795,00, *ice cream* rasa Green Tea sebesar Rp 14.415,00.

KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

1. Menurut perhitungan yang telah dilakukan perusahaan, harga pokok produksi *ice cream* rasa Cream Cheese adalah Rp 1.268.800,00, untuk *ice cream* rasa Oreo adalah Rp 1.149.400,00, untuk *ice cream* rasa Vanilla adalah Rp 1.295.200,00, untuk *ice cream* rasa Monster Ink adalah Rp 1.072.160,00, untuk *ice cream* rasa Ovaltine adalah Rp 710.160,00, untuk *ice cream* rasa Nutella adalah Rp 1.074.800,00, untuk *ice cream* rasa Mocca adalah Rp 692.160,00, untuk *ice cream* rasa Clocolato adalah Rp 1.211.800,00, untuk *ice cream* rasa Buble Gum adalah Rp 782.880,00, untuk *ice cream* rasa Green Tea adalah Rp 773.160,00.
2. Menurut hasil analisis, harga pokok produksi *ice cream* rasa Cream Cheese adalah Rp 1.296.125,00, untuk *ice cream* rasa Oreo adalah Rp 1.196.625,00, untuk *ice cream* rasa Vanilla adalah Rp 1.318.125,00, untuk *ice cream* rasa Monster Ink adalah Rp 1.084.500,00, untuk *ice cream* rasa Ovaltine adalah Rp 735.075,00, untuk *ice cream* rasa Nutella adalah Rp 1.086.700,00, untuk *ice cream* rasa Mocca adalah Rp 720.075,00, untuk *ice cream* rasa Clocolato adalah Rp 1.248.625,00 untuk *ice cream* rasa Buble Gum adalah Rp 795.675,00, untuk *ice cream* rasa Green Tea adalah Rp 787.575,00.

3. Setelah dilakukan pengujian hipotesis dengan mengadakan perhitungan harga pokok produksi berdasarkan metode harga pokok pesanan maka dapat dilihat bahwa perhitungan yang dilakukan oleh perusahaan lebih rendah dari perhitungan harga pokok produksi berdasarkan metode harga pokok pesanan, sehingga hipotesis penelitian ini diterima.

SARAN

1. Sebaiknya perusahaan merubah cara perhitungan pembebanan biaya untuk biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik dengan menggunakan alokasi biaya bersama dengan menggunakan metode nilai jual relatif untuk mendapatkan hasil perhitungan harga pokok pesanan secara tepat dan teliti.
2. Setelah diketahuinya harga pokok produksi secara tepat maka disarankan perusahaan dapat menyesuaikan harga jualnya.
3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan rujukan bagi peneliti selanjutnya yakni dalam program studi akuntansi.

REFERENCES

- Baridwan,Zaki. 2009. *intermediate accounting*. Edisi Ketujuh. Cetak Ketujuh. Yogyakarta: BPF.
- Bustami, Bastian dan Nurlela. 2013. *Akuntansi Biaya*. Edisi 4. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Carter, William K. 2009. *Akuntansi Biaya*. Buku 1, Edisi 14. Jakarta: Salemba Empat.
- Dunia, Firdaus Ahmad dan Wasilah Abdulah. 2011. *Akuntansi Biaya*. Jakarta: Salemba Empat.
- Firmansyah, Imam. 2014. *Akuntansi Biaya itu Gampang*. Cetakan pertama. Jakarta : Dunia Cerdas.
- Hansen, Don R. and Maryanne M. Mowen. 2003. *Management Accounting*. 6th Edition. South Western Collage Publishing. Cincinnati. Ohio.
- Halim, Abdul. 2010. *Dasar-dasar Akunntansi Biaya*. Edisi 4. Yogyakarta: BPF Yogyakarta.
- Krismiaji, Aryani. 2011. *Akuntansi Manajemen*. Edisi Kedua. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Mulyadi. 2014. *Akuntansi Biaya*. Edisi Kelima. Cetakan Kedua Belas. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Mursyidi. 2010. *Akuntansi Biaya*. Cetakan Kedua. Bandung: Refika Aditama.
- Ony Widilestariningtyas, Sony W.F & Sri Dewi Anggadini. 2012. *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Pyle, William W., and Kermit D. Larson. 1998. *Fundamental Accounting Principles*. Tenth Edition. Richard D. Irwin Inc. Homewood. Boston.
- Reeves, et al. 2012. *Pengantar Akuntansi* .Buku 1. Diterjemahkan Oleh Damayanti Dian. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Suwardjono. 2013. *Teori Akuntansi Perencanaan Pelaporan Keuangan edisi ketiga*. Yogyakarta: BPF-YOGYAKARTA.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015. *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- _____. 2015. *Akuntansi Manajemen*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Supriyono. 2011. *Akuntansi Biaya Pengumpulan Biaya dan Penentuan Harga Pokok*. Buku 1. Edisi 2. Yogyakarta: BPF.
- Sofia Prima Dewi & Septian Bayu Kristanto. 2015. *Akuntansi Biaya*. Edisi 2. Penerbit: Inmedia.
- Siregar, dkk. 2014. *Akuntansi Biaya*. Edisi 2. Yogyakarta: Salemba Empat.

- Soemarso. 2009. *revisi akuntansi suatu pengantar*. Jakarta: salemba empat.
- Yusuf, Al Haryono. 2011. *Dasar – Dasar Akuntansi*. Edisi Ketujuh, Yogyakarta: Bagian Penerbitan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN.
- Zakiyudin, Ais. 2013. *Akuntansi Tingkat Dasar Dilengkapi Dengan Akuntansi Bagi Organisasi Pengelola Zakat*. Jakarta: Mitra Wacana Media.