

**PERANAN AKUNTANSI MANAJEMEN DALAM  
PENGAMBILAN KEPUTUSAN HARGA JUAL  
PADA PT. DJIPTA RIMBA DJAJA MEDAN**

**SKRIPSI**

**OLEH :**

**RASDIANA SARAGIH  
NPM : 03 833 0018**



**JURUSAN AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2007**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 28/6/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From repository.umfa.ac.id/28/6/23

**JUDUL SKRIPSI : PERANAN AKUNTANSI MANAJEMEN DALAM  
PENGAMBILAN KEPUTUSAN HARGA JUAL PADA  
PT. DJIPTA RIMBA DJAJA MEDAN**

**NAMA : RASDIANA SARAGIH**  
**NPM : 03 833 0018**  
**JURUSAN : AKUNTANSI**



Menyetujui  
Komisi Pembimbing :

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs. Arifin Akhmad, MSi, Ak

Drs. Ali Usman Siregar

Ketua Jurusan

Dra. Hj. Retnawati Siregar, MSi

Dekan



Dr. H. Sya'ad Afifuddin, SE, MEd

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 28/6/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>RINGKASAN .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Perumusan Masalah .....	2
C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian .....	2
D. Metode Penelitian .....	3
<b>BAB II : LANDASAN TEORITIS</b>	
A. Pengertian Akuntansi Manajemen .....	5
B. Sistem Informasi Akuntansi Manajemen .....	10
C. Proses Pengendalian Manajemen .....	13
D. Proses Pengambilan Keputusan Manajemen .....	17
E. Peranan Akuntansi Manajemen Dalam Pengambilan Keputusan Harga Jual .....	23
<b>BAB III : PT. DJIPTA RIMBA DJAJA MEDAN</b>	
<b>A. Gambaran Umum Perusahaan</b>	
1. Sejarah Singkat Perusahaan .....	31
2. Struktur Organisasi Perusahaan .....	32
3. Departemen Pemasaran Perusahaan .....	35

B. Sistem Informasi Akuntansi Manajemen .....	37
C. Sistem Pengendalian Manajemen .....	38
D. Proses Pengambilan Keputusan Harga Jual .....	43
E. Peranan Akuntansi Manajemen Dalam Pengambilan Keputusan Harga Jual .....	45
<b>BAB IV : ANALISIS DAN EVALUASI</b>	
A. Struktur Organisasi .....	48
B. Sistem Informasi Dan Pengendalian Manajemen .....	49
C. Proses Pengambilan Keputusan Harga Jual .....	50
D. Peranan Akuntansi Manajemen Dalam Pengambilan Keputusan Harga Jual .....	51
<b>BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Kesimpulan .....	53
B. Saran .....	54
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>56</b>

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Tujuan perusahaan pada umumnya adalah untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, dan untuk mengusahakan pertumbuhan, serta untuk mengoptimalkan laba perusahaan. Untuk dapat mewujudkan pola tujuan tersebut, manajemen yang digariskan untuk mengarahkan dan untuk mengendalikan kegiatan perusahaan dapat terlaksana dengan efisien dan efektif, untuk itu diperlukan akuntansi manajemen.

Akuntansi manajemen adalah mengidentifikasi, mengumpulkan, mengukur, mengklasifikasi, dan melaporkan informasi yang bermanfaat bagi pengguna internal perusahaan dalam merencanakan, mengendalikan, dan membuat keputusan.

Dari definisi di atas akuntansi manajemen mempunyai tujuan utama yaitu :

1. Menyediakan informasi yang dipergunakan dalam perhitungan harga, produk, dan tujuan yang diinginkan manajemen.
2. Menyediakan informasi yang dipergunakan dalam perencanaan, pengendalian, pengevaluasian, dan perbaikan berkelanjutan.
3. Menyediakan informasi untuk pengambilan keputusan

Dari uraian di atas peranan akuntansi manajemen sangat penting dalam pimpinan perusahaan, guna mencapai tujuan melalui kegiatan yang efektif. Informasi yang dibutuhkan para manajer akan selalu tersedia dengan tepat waktu, sehingga pimpinan perusahaan akan dapat mengambil keputusan dengan baik.

**Berkaitan dengan kondisi tersebut maka penulis merasa tertarik untuk membahas masalah tersebut lebih dalam melalui suatu penelitian dengan mengambil judul : “ PERANAN AKUNTANSI MANAJEMEN DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN HARGA JUAL PADA PT. DJIPTA RIMBA DJAJA MEDAN ”.**

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan penelitian yang telah dikemukakan diatas, maka penulis mencoba menyimpulkan perumusan masalah yang dapat mengarahkan penyelesaian penelitian ini, yaitu:

“Apakah informasi akuntansi manajemen perusahaan berperan sebagai informasi utama dalam pengambilan keputusan harga jual?”

## **C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian**

Tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk memperoleh informasi peranan akuntansi manajemen dalam pengambilan keputusan harga jual.
2. Untuk mengetahui apakah perusahaan telah menetapkan akuntansi manajemen dalam pengambilan keputusan harga jual.

Manfaat penelitian diharapkan memberi manfaat sebagai berikut:

1. Bagi penulis, yaitu menambah wawasan dan pengetahuan mengenai akuntansi manajemen.
2. Sebagai masukan dan bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam melakukan penilaian kinerja dan penetapan harga jual.

3. Sebagai bahan referensi bagi pihak-pihak yang ingin melakukan penelitian yang terkait dengan judul ini.

## **D. Metode Penelitian**

### **1. Jenis Data**

Data yang digunakan peneliti meliputi :

- a. **Data Primer** adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh perorangan/organisasi melalui objeknya ( J. Supranto, 1997:6 ). Data primer dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh langsung dari objek penelitian seperti: data penjualan yang merupakan hasil wawancara tentang pengambilan keputusan harga jual.
- b. **Data Sekunder** adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi berupa publikasi ( J. Supranto, 1997 : 6 ). Dalam penelitian ini data sekunder berupa data yang telah diolah dan terdokumentasi diperusahaan, yang akan digunakan untuk mendukung analisa yang akan dilakukan seperti: Literatur-literatur akuntansi, sejarah, perkembangan perusahaan, struktur organisasi perusahaan, dan data harga jual.

### **2. Teknik Pengumpulan Data**

- a. **Teknik Pengamatan ( Observasi )**

Dengan melakukan pengamatan terhadap uraian pekerjaan dan struktur organisasi perusahaan.

- b. **Teknik Wawancara ( Interview )**

Dengan melakukan tanya jawab secara langsung dengan pihak-pihak dalam perusahaan yang berwenang untuk memberikan data yang diperlukan.

### 3. Metode Analisis

- a. Metode Deskriptif, adalah metode analisis data dengan cara mengumpulkan, menganalisis, mengklasifikasikan, selanjutnya diinterpretasikan, sehingga diperoleh gambaran yang jelas tentang fakta yang berlaku pada objek penelitian.
- b. Metode Komperatif, adalah metode analisis data dengan cara membandingkan antara teori atau praktek atau data primer dengan data sekunder, sehingga diperoleh persesuaian ataupun perbedaannya.

### 4. Pelaksanaan Penelitian

Penelitian pendahuluan dilakukan pada tanggal 10 Januari 2007 dengan meneliti langsung ke PT. Djipta Rimba Djaja Medan yang berlokasi di Jl. Kolonel Yos Sudarso Km. 7,5 Tanjung Mulia Medan, penelitian selanjutnya dimulai tanggal 25 Maret 2007 sampai dengan 30 Juli 2007



## **BAB II**

### **LANDASAN TEORITIS**

#### **A. Pengertian Akuntansi Manajemen**

Berikut ini penulis menyajikan pengertian Akuntansi Manajemen menurut beberapa ahli yaitu:

1. Hansen dan Mowen (2006:7)  
“Akuntansi Manajemen adalah sistem informasi yang menghasilkan keluaran (output) dengan menggunakan masukan (input) dan berbagai proses yang diperlukan untuk memenuhi tertentu manajemen”.
2. Mulyadi (2001:2)  
“Akuntansi Manajemen adalah suatu sistem pengolahan informasi keuangan yang digunakan untuk menghasilkan informasi keuangan bagi kepentingan pemakai intern organisasi”.
3. Gorrison, Norren, Brewer (2006:4)  
“akuntansi Manajemen adalah berkaitan dengan penyediaan informasi untuk manajer, orang yang didalam organisasi yang menggerakkan dan mengendalikan operasi organisasi”.

Menurut Mulyadi (2003:16) Informasi akuntansi sebagai bahasa bisnis dikelompokkan menjadi tiga golongan, yaitu:

1. Informasi Operasi
2. Informasi Akuntansi Keuangan
3. Informasi Akuntansi Manajemen

## ad 1. Informasi Operasi

Untuk melaksanakan aktivitas perusahaan sehari-hari, manajemen memerlukan berbagai informasi seperti: Jumlah kg bahan baku yang dipakai dalam produksi, jumlah persediaan (inventory) produk jadi yang ada digudang, jumlah produksi hari ini, jumlah karyawan dalam satu minggu, dan jumlah produk yang dijual hari ini. Informasi operasi merupakan bahan baku untuk mengolah tipe akuntansi lain. Akuntansi keuangan dan akuntansi manajemen, untuk menghasilkan informasi biaya bahan baku per satuan (Material Cost Per Unit )

## ad 2. Informasi Akuntansi keuangan

Informasi akuntansi keuangan diperlukan baik oleh manajemen maupun pihak luar perusahaan seperti pemegang saham, banker dan kreditur lainnya, instansi pemerintah, dan pihak luar yang lain. Informasi akuntansi keuangan diperlukan oleh pihak luar untuk pengambilan keputusan guna menentukan hubungan antara pihak luar dengan perusahaan. Informasi akuntansi keuangan disajikan dalam bentuk neraca, laporan laba rugi, laporan perubahan ekuitas, dan laporan arus kas.

## ad 3. Informasi Akuntansi Manajemen

Diperlukan manajemen untuk melaksanakan dua fungsi pokok manajemen, yaitu perencanaan dan pengendalian aktivitas perusahaan. Informasi akuntansi manajemen disajikan kepada manajemen perusahaan.

Sebagai salah satu sistem pengolahan informasi keuangan, karakteristik akuntansi manajemen dapat dibandingkan dengan karakteristik akuntansi keuangan. Akuntansi manajemen sebagai suatu sistem

pengendalian informasi keuangan merupakan salah satu tipe dari dua tipe akuntansi yaitu akuntansi keuangan dan akuntansi manajemen.

Akuntansi manajemen berperan dalam menyediakan informasi keuangan bagi penyusunan rencana aktivitas, yang memberikan informasi sebagai dasar untuk mengalokasikan sumber daya kepada berbagai aktivitas yang direncanakan. Akuntansi manajemen juga berperan besar dalam menyajikan informasi umpan balik kepada manajemen mengenai pelaksanaan rencana aktivitas yang telah disusun.

Akuntansi manajemen merupakan bidang akuntansi yang berfokus pada penyediaan, termasuk pengembangan, dan penafsiran informasi akuntansi bagi para manajer untuk digunakan sebagai bahan perencanaan, pengendalian operasi dan pengambilan keputusan.

Akuntansi manajemen mempunyai manfaat yang sangat luas, adapun manfaat dari akuntansi manajemen untuk pelaporan informasi keuangan kepada manajemen puncak dan pihak luar perusahaan, analisis kemampuan untuk menghasilkan laba, pemberian jawaban atas pertanyaan berapa biaya yang dikeluarkan untuk sesuatu, dan penentuan harga jual.

Manfaat akuntansi manajemen ( Mulyadi, 2003:16):

#### 1. Akuntansi Penuh (Full Accounting )

Informasi akuntansi penuh dapat mencakup informasi masa lalu maupun informasi yang akan datang berupa aktiva, pendapatan, dan biaya. Informasi akuntansi penuh selalu dengan objek informasi yang dapat berupa satuan usaha, produk, dan aktivitas.

Informasi akuntansi penuh yang berisi informasi yang lalu bermanfaat untuk pelaporan informasi keuangan kepada manajemen puncak untuk menghasilkan laba. Informasi akuntansi penuh yang berisi informasi

yang akan datang, bermanfaat untuk penyusunan program dan penentuan harga jual yang diatur dengan peraturan pemerintah.

## 2. Informasi Akuntansi Differensial

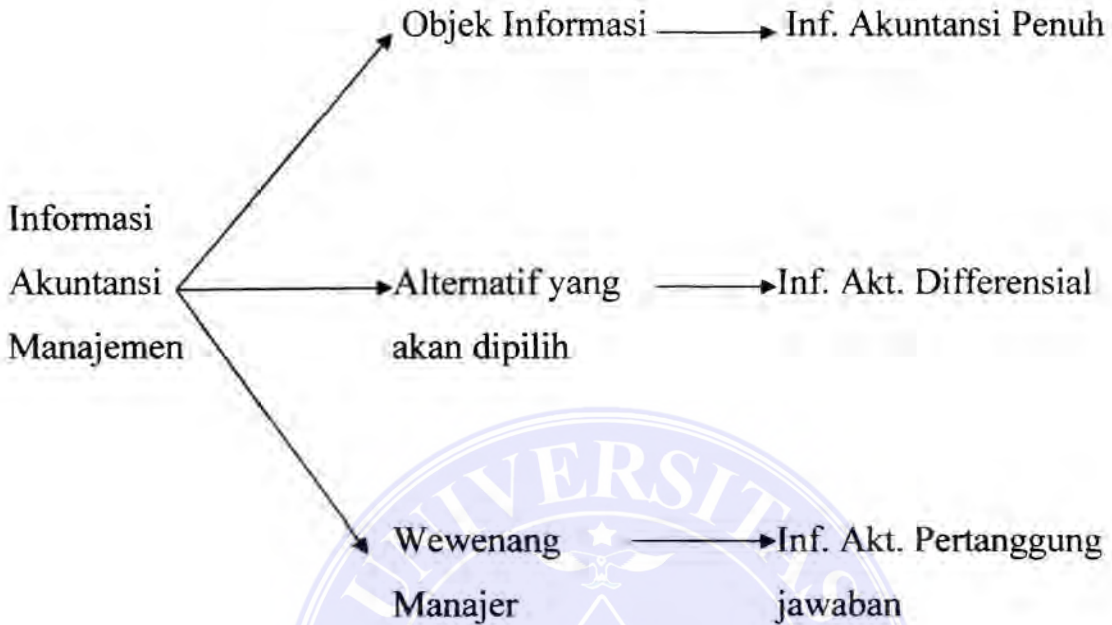
Informasi akuntansi differensial adalah taksiran perbedaan aktiva, pendapatan, dan biaya dalam alternatif tindakan tertentu dibandingkan dengan alternatif tindakan yang lain. Informasi akuntansi differensial mempunyai dua unsur pokok:

- a. Merupakan informasi yang akan datang dan berbeda
- b. Berbeda diantara alternatif yang dihadapi oleh pengambil keputusan. Informasi ini diperlukan manajemen untuk pengambilan keputusan yang terdiri dari: aktiva, pendapatan, dan biaya.

## 3. Informasi Akuntansi Pertanggungjawaban

Informasi akuntansi pertanggungjawaban adalah taksiran perbedaan aktiva, pendapatan, dan biaya dalam alternatif tindakan tertentu dibandingkan dengan alternatif tindakan yang dibutuhkan untuk dipertanggungjawabkan.

Berikut manfaat akuntansi manajemen dalam penggolongan informasi akuntansi manajemen.

**Gambar 1:****Penggolongan Informasi Akuntansi Manajemen**

**Sumber: Mulyadi**

Ketiga tipe akuntansi ini mempunyai karakteristik yang berlainan, yang disebabkan karena perbedaan pemakai informasi yang dihasilkan oleh kedua sistem tersebut. Akuntansi keuangan lebih menekankan pada pengolahan informasi untuk memenuhi kebutuhan pihak luar organisasi, sedangkan akuntansi manajemen lebih menekankan pada pengolahan informasi untuk memenuhi kebutuhan manajemen dalam melaksanakan fungsi perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, dan pengendalian organisasi.

## B. Sistem Informasi Akuntansi Manajemen

Sistem informasi akuntansi manajemen (Hansen dan Mawen. 2006: 4) adalah sistem informasi yang menghasilkan keluaran (output) dengan menggunakan masukan (input) dan berbagai proses yang diperlukan untuk memenuhi tujuan tertentu manajemen. Agar pengambilan keputusan yang telah disebutkan pada bagian terdahulu dapat diperoleh dengan tepat dan sesuai dengan yang diinginkan, untuk itu manajemen memerlukan informasi yang tepat.

Untuk memiliki sistem informasi akuntansi yang efektif, beberapa prinsip dasar tertentu, prinsip-prinsip ini antara lain (Hendry Simamora.2000:176-177):

### 1. Kontrol

Prinsip kontrol (control principle) mensyaratkan bahwa sistem akuntansi menyediakan semua ciri pengendalian internal yang dibutuhkan untuk melindungi aktiva-aktiva perusahaan dan memastikan bahwa datanya terandalkan. Para manajer membutuhkan kendali atas kegiatan-kegiatan perusahaan. Pengendalian internal (internal control) adalah langkah-langkah yang diam bila perusahaan guna memastikan keandalan data akuntansinya, melindungi asset-assetnya dari pencurian dan penyalahgunaan.

### 2. Kompatibilitas

Prinsip kompatibilitas (compatibility principle) menyatakan bahwa desain sistem akuntansi mestilah serasi dengan faktor-faktor organisasional dan sumber daya manusia perusahaan. Sistem yang kompatibel adalah sistem yang berjalan mulus

dengan kegiatan-kegiatan usaha, sumber daya manusia, dan struktur organisasi perusahaan. Faktor-faktor organisasional (organizational factor) berkaitan dengan bisnis dan aturan-aturan formal yang dimainkan oleh unit-unit dalam mencapai tujuan usahanya.

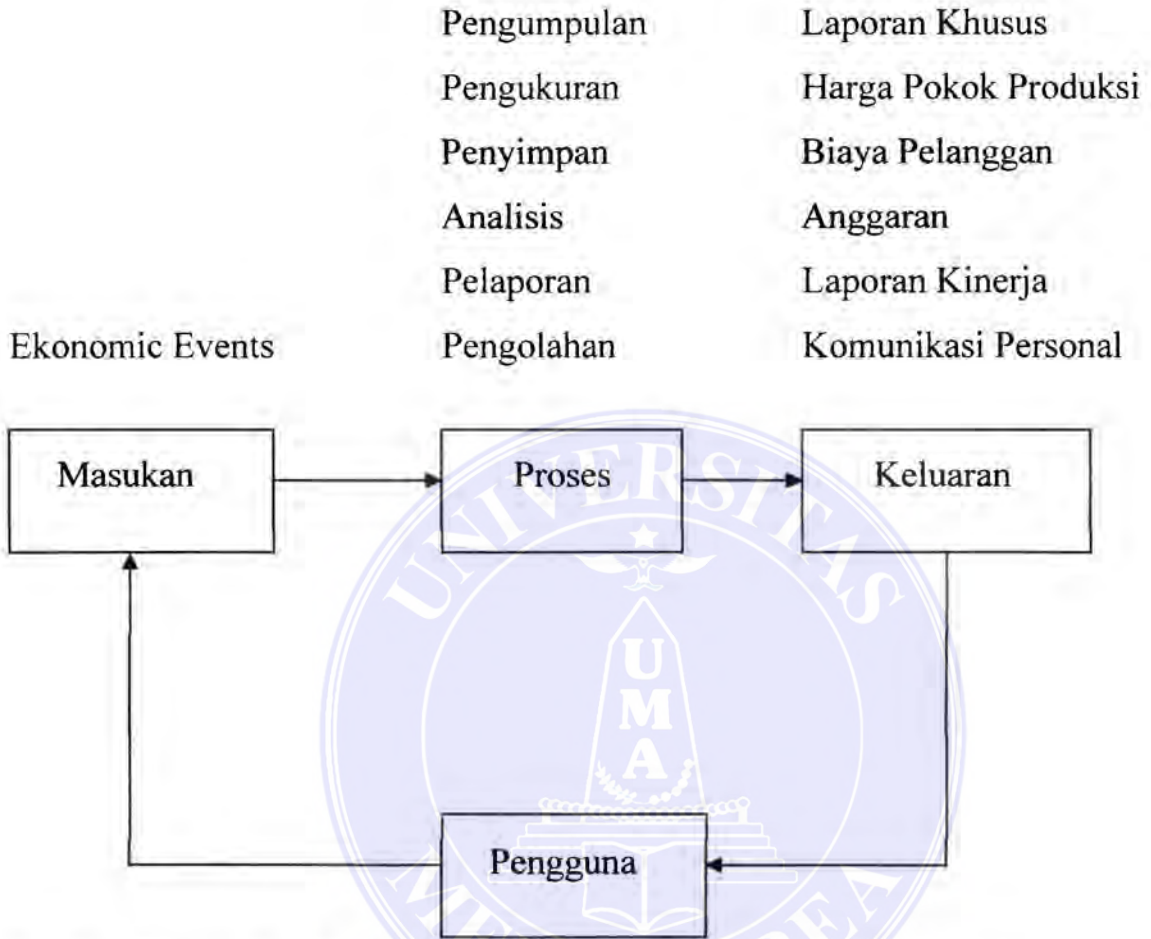
### 3. Fleksibilitas

Prinsip fleksibilitas (flexibility principle) menyatakan bahwa sistem akuntansi haruslah fleksibel sehingga memungkinkan transaksi-transaksi bisnis bertumbuh dan dilakukan perubahan-perubahan organisasional. Sistem informasi akuntansi juga mencerminkan struktur organisasional dan kebutuhan-kebutuhan informasi individual-individual didalam perusahaan.

### 4. Keseimbangan Biaya-Manfaat

Sistem informasi akuntansi seharusnya efektif biaya; manfaat-manfaat yang diperoleh dari informasi yang disebarkan haruslah melebihi biaya untuk menghasilkannya. Manfaat tambahan informasi mesti dibandingkan dengan biaya-biaya berwujud untuk pengumpulan informasi tersebut.

Sistem informasi akuntansi manajemen tidak terikat oleh kriteria informal yang menjelaskan sifat dan masukan atau proses bahkan keluarannya. Kriteria tersebut fleksibel dan berdasarkan pada tujuan yang hendak dicapai manajemen. Berikut adalah sistem operasional akuntansi manajemen.

**Gambar 2:****Model Operasional: Sistem Informasi Akuntansi**

**Sumber: Hansen dan Mowen, Akuntansi Manajemen, Edisi Tujuh, Salemba Empat, Buku 1, Jakarta, 2006, Hal.4.**

Sistem informasi akuntansi manajemen (Management Accounting Information System ) adalah sistem informasi yang menghasilkan keluaran (output) dengan menggunakan masukan (input) dan prosesnya untuk tujuan manusia.

Proses (pengolahan) adalah inti dari sistem informasi akuntansi manajemen dan digunakan untuk mengolah masukan menjadi keluaran yang



memenuhi tujuan suatu sistem. Sistem akuntansi manajemen (Hansen, Mawen, 2006:40) mempunyai tujuan utama, yaitu:

1. Untuk menyediakan informasi yang digunakan dalam penghitungan biaya jasa, produk, dan tujuan lain yang digunakan manajemen.
2. Untuk menyediakan informasi yang digunakan dalam perencanaan, pengendalian, dan pengevaluasian.
3. Untuk menyediakan informasi yang berguna dalam pengambilan keputusan harga jual.

Ketiga tujuan ini mengungkapkan bahwa menejer dan pengguna lainnya membutuhkan informasi manajemen dan perlu mengetahui bagaimana cara menggunakannya. Informasi akuntansi manajemen dapat membantu manajer mengidentifikasi suatu masalah dan mengevaluasi kinerja manajer.

### **C. Sistem Pengendalian Manajemen**

Sebuah organisasi terdiri dari sekelompok orang yang bekerja bersama-sama untuk mencapai tujuan tertentu. Organisasi dipimpin oleh manajer dengan chief executive officer (CEO), pada posisi puncak. Dan para manajer unit bisnis departemen bagian, dan subunit lainnya yang peringkatnya berada dibawah dalam diagram organisasi.

CEO memutuskan keseluruhan strategi yang akan memungkinkan organisasi untuk mencapai tujuannya, para manajer dari berbagai unit bisnis memformulasikan strategi penambahan yang memungkinkan unit mereka masing-masing untuk mangajukan tujuan.

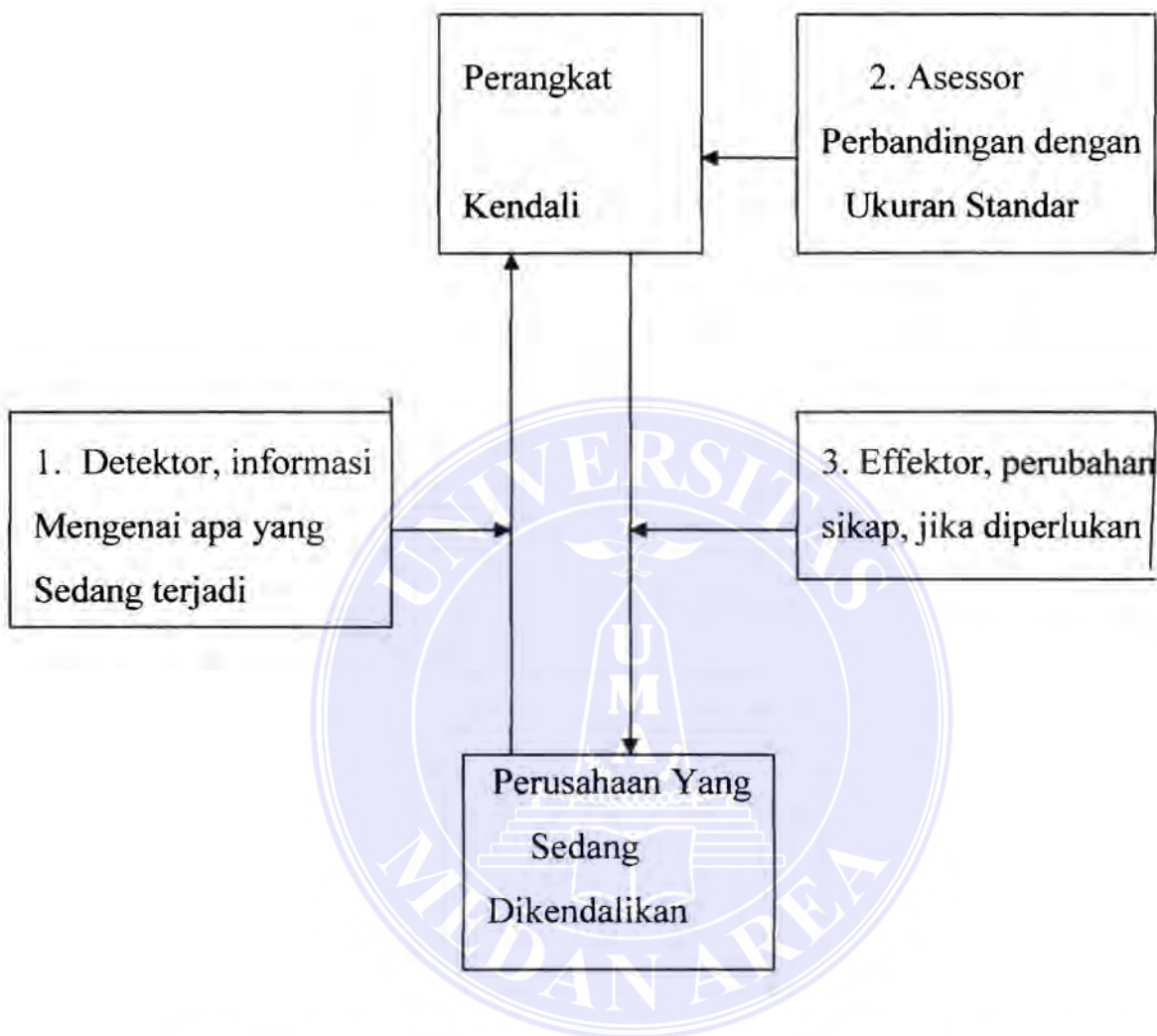
Sistem Pengendalian Manajemen (Robert N Anthoni, Govindarajan, 2003:6) adalah proses dimana manajer seluruh tingkatan memastikan bahwa orang-orang yang mereka awasi mengimplementasikan strategi yang dimaksud.

#### Elemen-elemen Sistem Pengendalian Manajemen (2003:3)

1. Pelacak (Detektor), Sebuah perangkat yang mengukur apa yang sesungguhnya terjadi dalam proses yang sedang dikendalikan.
2. penaksir (Assesor), Suatu perangkat yang menentukan signifikansi dari peristiwa akurat yang membandingkan dengan beberapa standar atau ekspektasi dari apa yang seharusnya terjadi.
3. Suatu perangkat (Effektor) yang mengubah perilaku jika assessor mengidentifikasi kebutuhan yang perlu dipenuhi.
4. Jaringan komunikasi, Perangkat yang meneruskan informasi antara detektor dan assesor, dan antara assessor, dan antara assesor dan efektor.

Keempat elemen dasar dari sistem pengendalian ini digambarkan dalam bentuk diagram, yang akan menjelaskan fungsi elemen-elemen sistem pengendalian manajemen. Pada gambar 2 melukiskan hubungan keempat elemen tersebut dalam proses kendali.

**Gambar 2:**  
**Elemen-elemen Proses Kendali**



Proses pengendalian yang digunakan oleh manajer mengandung elemen yang sama seperti pada sistem pengendalian yang lebih sederhana telah digambarkan diatas: detektor, assesor, effektor, dan sistem komunikasi. Detektor melaporkan laba yang sedang terjadi atas organisasi; assesor membandingkan informasi dengan keadaan yang diinginkan: effektor melakukan tindakan koreksi terhadap perbedaan yang signifikan antara keadaan aktual dengan keadaan yang diinginkan untuk diterima, dan sistem

komunikasi memberitahukan manajer apa yang sedang terjadi dan bagaimana membandingkan dengan keadaan yang diinginkan.

Pengendalian manajemen terdiri atas bermacam kegiatan, diantaranya:

1. Merencanakan apa yang seharusnya dilakukan oleh organisasi.
2. Mengkoordinasi kegiatan dari beberapa bagian organisasi
3. Mengkomunikasikan informasi
4. Mengevaluasi informasi
5. Memutuskan tindakan apa yang seharusnya dilakukan
6. Mempengaruhi orang-orang untuk mengubah perilaku mereka.

Pengendalian manajemen tidak memerlukan tindakan yang berhubungan dengan perencanaan yang ditentukan sebelumnya. Perencanaan seperti ini didasarkan pada keadaan yang dipercaya pada saat diformulasikan. Jika keadaan ini telah berubah pada saat penerapan, tindakan yang diarahkan dalam perencanaan mungkin tidak akan dilaksanakan lebih lama lagi, pengendalian manajemen ikut serta mengantisipasi keadaan masa depan untuk memastikan tujuan organisasi dapat dicapai. Jika seorang manajer menemukan pendekatan yang lebih baik, yang kemungkinan lebih baik dari rencana yang ditetapkan sebelumnya untuk mencapai tujuan organisasi.

Sistem pengendalian manajemen seharusnya tidak merintanginya, dengan kata lain, menyesuaikan diri dengan anggaran tidaklah terlalu baik, dan tidak menyesuaikan diri dari anggaran tidaklah buruk.

#### **D. Proses Pengambilan Keputusan manajemen**

Pengambilan keputusan manajemen T. Hani Handoko (2003:130) adalah penentuan serangkaian untuk mencapai hasil yang diinginkan, pembuatan keputusan ini tidak hanya dilakukan oleh para manajaer puncak tetapi juga para manajer menengah dan lini. Setiap jabatan seseorang dalam organisasi menyangkut berbagai derajat pembuatan keputusan bahkan untuk pekerjaan rutin sekalipun dalam macam organisasi apapun.

Manajer dalam pengambilan keputusan harga jual harus memperhatikan pengaruh dari biaya, pelanggan dan pesaing. Jika perusahaan ingin memenangkan persaingan dipasar, maka manajer penentu haraga jual perlu memahami struktur biaya yang membentuk kos produk atau jasa yang dipasaarkan. Dalam menentukan harga jual, biaya produksi, biaya nonproduksi dijumlahkan, dan diperoleh biaya penuh. Tabel 1 menyajikan contoh taksiran biaya untuk menentukan harga jual.

**Tabel 1:**  
**Contoh Taksiran Biaya Produksi PT. X**

Biaya Produksi:	Per Unit	Total
Biaya bahan baku	Rp. 400	Rp. 2.000.000
Biaya tenaga kerja langsung	200	1.000.000
Biaya Overhead Variabel	250	1.250.000
Biaya Overhead pabrik tetap	300	1.500.000
<b>Total biaya Produksi</b>	<b>Rp. 1.150</b>	<b>Rp. 5.750.000</b>
<b>Biaya nonproduksi:</b>		
Biaya adm & umum variabel	Rp. 80	Rp. 400.000
Biaya pemasaran variabel	85	425.000
Biaya adm & umum tetap	30	150.000
Biaya pemasaran tetap	35	175.000
<b>Biaya nonproduksi</b>	<b>Rp. 230</b>	<b>Rp. 1.150.000</b>
<b>Biaya Penuh</b>	<b>Rp.1.380</b>	<b>Rp. 6.900.000</b>

**Sumber: Olahan Penulis**

Untuk terhindar dari kesalahan dalam pengambilan keputusan dibutuhkan sistem informasi, yang merupakan suatu cara yang menyeluruh untuk mengumpulkan informasi-informasi mengenai hal-hal tertentu dalam perusahaan. Informasi memegang peranan yang sangat penting, karena tanpa adanya informasi yang tepat, maka tidak sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya, informasi yang dimaksud adalah data yang telah diolah menjadi suatu bentuk yang berarti dan dapat dimengerti oleh penerimanya. Maka dapat disimpulkan bahwa akuntansi manajemen suatu sistem informasi yang berdasarkan kepada pihak manajemen sebagai pembuat keputusan-keputusan untuk memimpin dan mengendalikan kegiatan-kegiatan keputusan.

Dalam dunia usaha baik itu badan usaha yang kecil maupun yang besar membutuhkan informasi akuntansi yang digunakan sebagai alat pengawasan dari operasional perusahaan maupun sebagai dasar dalam pengambilan keputusan. Dalam proses pengambilan keputusan seorang manajer memberikan informasi akuntansi manajemen yang cakupannya lebih luas, tidak hanya menyangkut masalah moneter seperti akuntansi keuangan tetapi juga masalah moneter yang menjadi pusat perhatian dari akuntansi manajemen.

Proses pengambilan keputusan adalah proses pemilihan diantar alternatif-alternatif yang ada. Fungsi manajerial ini merupakan jalinan antara perencanaan dan pengendalian. Manajer tidak dapat membuat rencana tanpa pengambilan keputusan, manajer harus memilih suatu tujuan atau metode untuk melakukan tujuan yang dipilih. Hal ini biasa dibuat atau sama halnya dengan fungsi pengendalian. Keputusan dapat ditingkatkan mutunya jika informasi tentang alternatif-alternatif dikumpulkan dan disajikan kepada

manajer. Salah satu peran sistem informasi akuntansi manajemen adalah menyediakan informasi yang memudahkan proses pengambilan keputusan.

Manajer akan membuat tipe-tipe keputusan yang berbeda sesuai perbedaan kondisi dan situasi yang ada. Salah satu metode pengklasifikasian keputusan yang banyak digunakan adalah dengan menentukan apakah keputusan ini diprogram atau tidak diprogram. Keputusan-keputusan yang diprogram (Programed Decision) adalah keputusan yang dibuat menurut kebiasaan aturan atau prosedur, keputusan ini rutin dan berulang-ulang, setiap organisasi mempunyai kebijaksanaan-kebijaksanaan tertulis atau tidak tertulis yang memudahkan pembuatan keputusan dalam situasi berulang dengan membatasi dan menghilangkan alternatif-alternatif.

Keputusan-keputusan yang tidak diprogram (non programed decisions) merupakan masalah-masalah khusus, khas atau tidak biasa. Bila suatu masalah yang timbul tidak cukup diliputi oleh kebijaksanaan atau sangat penting sehingga perlu penanganan khusus, harus diselesaikan dengan suatu keputusan yang tidak diprogram. Para manajer membuat keputusan sekarang adalah bagian kegiatan yang akan dilaksanakan dan tujuan yang akan dicapai diwaktu yang akan datang. Pembuatan keputusan ini sulit diperkirakan, seperti reaksi pesaing tertentu atau tingkat implasi tiga tahun mendatang.



Menurut T. Hani Handoko (2003:134) pengambilan keputusan yang baik berdasarkan logika serta mempertimbangkan semua data. Proses dasar pengambilan keputusan mencakup:

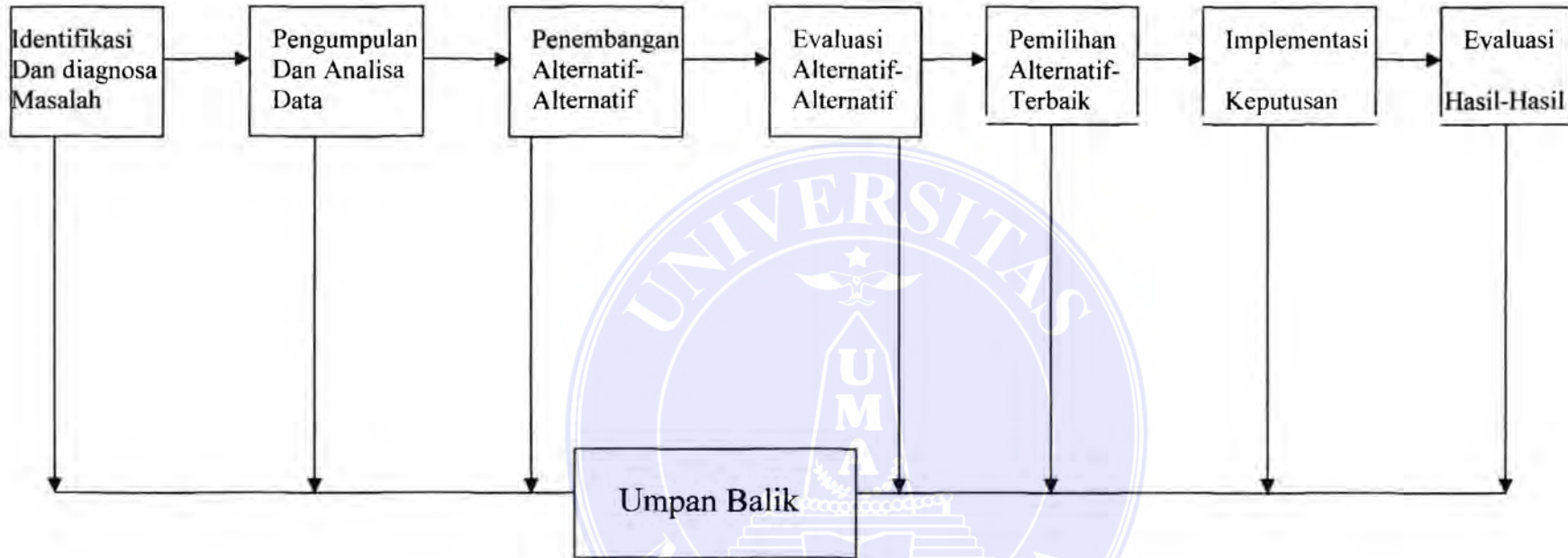
1. Identifikasi dengan diagnosa masalah.
2. Pengumpulan dan analisa data yang relevan.
3. Pengembangan alternatif-alternatif.
4. Penilaian berbagai alternatif penyesuaian.
5. Pemilihan alternatif yang baik.
6. Implementasi keputusan.
7. Evaluasi terhadap hasil-hasil.

Gambar 3 menyajikan proses pengambilan keputusan tersebut.



Gambar 3:

Proses Pengambilan keputusan



Sumber: T. Hani Handoko, Manajemen, Edisi Kedua, BPFE,2003, Hal.135.  
UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area



## **E. Peranan akuntansi Manajemen Dalam Pengambilan Keputusan Harga Jual**

Akuntansi manajemen diperlukan manajemen untuk melaksanakan dua fungsi pokok manajemen yaitu perencanaan dan pengendalian aktivitas perusahaan. Akuntansi manajemen disajikan kepada manajemen perusahaan dalam berbagai laporan keuangan seperti: (Mulyadi,2003:16)

- a. Anggaran
- b. Laporan penjualan
- c. Laporan biaya produksi
- d. Laporan biaya menurut pusat pertanggungjawaban
- e. Laporan biaya menurut aktivitas
- f. Laporan biaya mutu
- g. Laporan biaya daur hidup produk
- h. Biaya penambahan dan bukan penambahan nilai
- i. Laporan biaya pemasaran

Informasi akuntansi manajemen dibutuhkan oleh manajemen untuk berbagai jenjang organisasi untuk penyusunan rencana aktivitas perusahaan dimasa yang akan datang. Pengambilan keputusan itu sendiri pada dasarnya meliputi kegiatan perumusan masalah, penentuan berbagai alternatif tindakan untuk memecahkan masalah tersebut. Analisa konsekuensi setiap alternatif tindakan yang mungkin dilaksanakan, dan diperbandingkan berbagai alternatif tindakan tersebut. Sehingga dapat dilakukan pemilihan alternatif terbaik yang akan dilaksanakan dimasa yang akan datang. Informasi akuntansi manajemen sangat bermanfaat bagi manajemen terutama pada tahap analisa konsekuensi setiap alternatif tindakan yang mungkin dalam proses pengambilan keputusan tersebut. Hal ini memungkinkan manajemen melakukan pengambilan keputusan untuk

memilih alternatif tindakan yang terbaik diantara alternatif tindakan yang dipertimbangkan

Bagi sebuah bisnis yang berhasil, penetapan harga jual harus menutup total biaya ditambah sejumlah profit margin. Oleh karena itu, penetapan harga harus didasarkan pada sebuah pemahaman akan perilaku dasar biaya. Tender kompotitif atas suatu pekerjaan, misalnya merupakan pengambilan keputusan penetapan harga yang sulit apabila hanya ada sedikit atau bahkan sama sekali tidak ada pengalaman dimasa lampau dengan jenis produk atau jasa terlibat.

Untuk menghitung biaya output yang dijual selama satu periode, biaya ditandingkan dengan pendapatan (costs are matched with revenues) untuk menghitung laba. Biaya dan laba dapat dilaporkan atas segmen dari perusahaan atau untuk keseluruhan perusahaan, bergantung pada kebutuhan manajemen dan pelaporan eksternal.

Proses penandingan (mathcing) melibatkan identifikasi biaya jangka pendek dan jangka panjang, serta biaya variabel dan biaya kapasitas tetap. Biaya manufaktur variabel dibebankan terlebih dahulu ke unit yang diproduksi kemudian ditandingkan dengan pendapatan saat unit-unit tersebut dijual. Menurut Longenecker, Moore, Peety (2001:382) dalam penetapan harga jual, memerlukan strategi yaitu: 1. Strategi penetration pricing 2. Strategi skimming pricing 3. Strategi follow-the-leader pricing 4. Strategi penetapan harga variabel, dan 5. Strategi penetapan harga fleksibel.

### 1. Strategi Penetration Pricing

Perusahaan yang menggunakan strategi penetration pricing menetapkan harga sebuah barang atau jasa kurang dari harga jumlah normalnya, harga jual jangka panjang dengan tujuan untuk memperoleh penerimaan oleh pasar yang lebih cepat atau untuk meningkatkan pangsa pasar yang sudah ada. Strategi ini kadang-kadang dapat menakutkan para pesaing baru untuk memasuki celah pasar, jika mereka salah memandang bahwa penetration pricing sebagai sebuah harga jangka panjang. Secara nyata, perusahaan yang menggunakan strategi ini mengorbankan jumlah profit margin untuk menjangkau penetration pricing.

### 2. Strategi Skimming pricing

Strategi skimming pricing menetapkan harga barang atau jasa pada tingkat yang tinggi dalam waktu yang terbatas sebelum penurunan harga tersebut, pada tingkat yang lebih kompotitif. Strategi ini mengasumsikan bahwa para konsumen tertentu akan membayar pada harga yang lebih tinggi karena mereka memandang sebuah barang atau jasa tersebut sebagai barang prestisius. Penggunaan skimming price paling praktis ketika terdapat sedikit ancaman dalam persaingan jangka pendek ketika biaya awal harus ditutup secepatnya.

### 3. Strategi Follow-The- Leader Pricing

Strategi penetapan harga menurut pemimpin pasar (follow-the-leader pricing) menggunakan pesaing tertentu sebagai model dalam menetapkan harga barang atau jasa. Reaksi yang mungkin muncul dari para pesaing adalah faktor kritis dalam menentukan kapan memotong harga dibawah harga yang berlaku saat ini. Bisnis berskala kecil dalam

persaingannya dengan perusahaan yang lebih besar jarang berada dalam posisi untuk memikirkan dirinya sebagai pemimpin harga. Jika para pesaing mungkin memandang penetapan harga perusahaan kecil relatif tidak penting, mereka mungkin memperbolehkan harga yang berbeda untuk muncul. Dipihak lain, beberapa pesaing mungkin memandang pemotongan harga yang sangat sedikit sebagai ancaman langsung yang menghadapinya dengan pengurangi harga pokok mereka. Dalam kasus ini, kegunaan penetapan harga menurut pimpinan pasar berperan sangat kecil dalam penyelesaiannya.

#### 4. Strategi Penetapan Harga Variabel

Beberapa jenis menggunakan strategi penetapan harga variabel untuk menawarkan kelonggaran harga untuk konsumen tertentu. Meskipun mereka mungkin memperlihatkan harga yang sama. Kelonggaran yang dibuat bagi berbagai alasan, termasuk pengetahuan dan daya tawar menawar seorang konsumen. Dalam beberapa bidang bisnis, banyak perusahaan membuat keputusan penetapan harga dalam dua bagian yaitu mereka menetapkan daftar harga standar dan menawarkan daftar kelonggaran harga pada para pembeli tertentu.

#### 5. Strategi Penetapan Harga Fleksibel

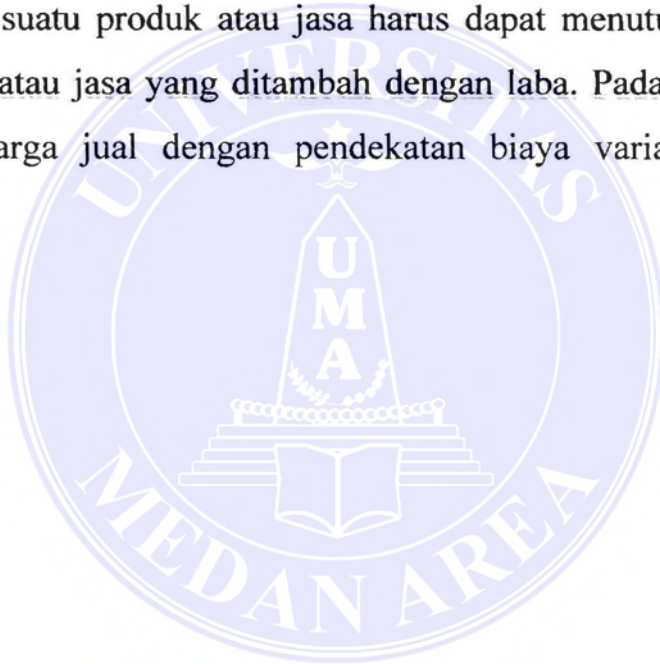
Dari pada menggunakan total biaya sebagai dasar keputusan penetapan harga, banyak perusahaan dengan strategi penetapan harga fleksibel mempertimbangkan kondisi pasar khusus dan praktek penetapan harga pesaing. Strategi penetapan harga fleksibel dapat diartikan sebuah pendekatan pemasaran yang menawarkan harga yang berbeda untuk mencerminkan perbedaan dalam permintaan konsumen.

Menurut carter dan Usry (2006:20), dimana penetapan harga jual ada dua perhitungan yaitu:

1. Perhitungan biaya variabel
2. Perhitungan harga pokok penjualan.

#### Ad 1. Perhitungan biaya variabel

Membandingkan total biaya tetap yang dibebankan kesuatu periode dengan pendapatan dari periode tersebut. Alternatif ini disebut perhitungan biaya langsung (direct costing) atau perhitungan biaya variabel (variabel costing). Harga jual suatu produk atau jasa harus dapat menutupi taksiran biaya penuh produk atau jasa yang ditambah dengan laba. Pada prinsipnya rumus penentuan harga jual dengan pendekatan biaya variabel adalah sebagai berikut:



$$\text{Harga Jual} = \text{Biaya Variabel} + \text{Biaya Tetap} + \text{Laba yang diharapkan}$$

$$\text{Harga Jual} = \text{biaya Variabel} + \text{Markup}$$

$$\text{Markup} = \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Laba Yang Diharapkn}}{\text{Biaya Variabel}}$$

$$\text{Markup} = \frac{\text{Biaya Tetap} + (y \% \times \text{Aktiva penuh})}{\text{Biaya Variabel}}$$

**Sumber: Mulyadi**

Adapun unsur-unsur harga jual melalui perhitungan biaya variabel sebagaimana tercantum pada tabel 2.





1. Harga pokok penjualan normal, yang merupakan hasil dari bahan baku langsung aktual, dan overhead yang dibebankan pada pesanan penjualan.
2. Harga pokok penjualan yang disesuaikan, yang merupakan hasil dari harga pokok penjualan normal, plus atau minus, perbedaan overhead.

Adapun unsur-unsur harga pokok penjualan melalui perhitungan harga pokok penjualan adalah sebagai berikut:

**Tabel 3:**  
**Perhitungan Harga Pokok Penjualan**

Persediaan awal barang jadi	XXX
Harga pokok produksi	XXX
Barang tersedia untuk dijual	XXX
Dikurangi: Persediaan akhir barang jadi	XXX
Harga pokok penjualan normal	XXX
Ditambah; Overhead yang kurang dibebankan	XXX
Harga pokok penjualan yang disesuaikan	Xxx

**Sumber:**Hansen dan Mowen, Akuntansi manajemen, Edisi Tujuh,  
Diterjemahkan: Dewi Fitria Sari dan Deny arnos kwary, Salemba  
Empat, buku Satu, Jakarta,2006, Hal.222.

## **BAB III**

### **PT. DJIPTA RIMBA DJAJA MEDAN TANJUNG MULIA**

#### **A. Gambaran Umum Perusahaan**

##### **1. Sejarah Singkat Perusahaan**

PT. Djipta Rimba Djaja Medan didirikan dengan Akte Notaris Nj. Kian Tjaij, SH No. 2 tanggal 1 Juni 1970 dan terdaftar dalam Lembaran Negara No. 71 tanggal 3 September 1971. Perusahaan yang menempati areal seluas empat hektar yang terletak di Tanjung Mulai Hulu, Kecamatan Medan Deli. Kantor pusatnya sendiri berada di Jl. Prof. H.H. Yamin, SH No. 46 Medan.

Pabrik ini resmi berdiri pada tanggal Mei 1973 dan terdaftar pada panitia Teknis Penanaman Modal Sub Penanaman Modal Dalam Negeri dengan surat izin No.1675/SKRSD/SP PMDN/70. Pada awalnya perusahaan ini bergerak dibidang importir kayu lapis. Pada awal Mei 1973, pabrik ini mulai beroperasi secara sederhana dengan hanya menggunakan satu buah mesin. Selanjutnya perusahaan menambah lagi satu line mesin pada tahun 1977 untuk meningkatkan kapasitas produksi. Pada tahun 1981, perusahaan mulai membangun pabrik yang baru diareal yang sana dan sekitar pertengahan 1985 telah dimulai digunakan dengan mengoperasikan lima line mesin hingga saat ini.

Perusahaan ini mampu menyerap tenaga kerja mencapai 3000 orang yang sebagian besar dibayar dengan sistem upahan dan sisanya sebagai karyawan tetap. Upah dibayar setiap dua minggu sekali sedangkan karyawan tetap memperoleh gaji bulanan.

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 28/6/23

31

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area  
Access From (Repository.uma.ac.id)28/6/23

## 2. Struktur Organisasi

PT. Djipta Rimba Djaja Medan menganut struktur divisional yang mencerminkan pemisahan wewenang dan tanggungjawab dari setiap unit kerja kedalam devisi yang menangani bidang tersendiri. Struktur ini secara garis besar dapat dilihat dalam lampiran 1. Selanjutnya akan diuraikan batasan wewenang tanggung jawab dari setiap bagian.

### Dewan Komisaris

Dewan komisaris bertanggungjawab dalam menentukan arah kebijakan umum dan program kerja perusahaan, memilih, mengangkat dan memberhentikan direktur umum.

### Direktur Utama

Merencanakan dan mengevaluasi kegiatan utama perusahaan agar berlangsung secara efektif dan efisien, mungkin untuk mencapai sasaran perusahaan dengan membuat peraturan dan kebijakan yang tidak melanggar undang-undang yang berlaku, serta berusaha mengembangkan perusahaan dengan melihat suatu peluang prestasi.

### Direktur Pelaksana

Mengkoordinir, mengarahkan dan mengawasi kegiatan dari dicvisi dibawahnya agar senantiasa sesuai rencana serta menerima laporan atas opelaksanaan kegiatan di setiap bagian.

## **Bagian Pemasaran**

Bagian ini melaksanakan semua kegiatan yang berhubungan dengan penjualan produk perusahaan dan perolehan pendapatan serta bertanggungjawab menyusun anggaran penjualan dan laporan realisasi penjualan secara rutin. Bagian pemasaran membawahi tiga kepala bagian:

### **Kepala Bagian Akuntansi**

Bagian akuntansi menangani kegiatan penerimaan pesanan dan pembuatan faktur ke pelanggan, melakukan pengolahan uang masuk dan pembayaran biaya dan pengeluaran, serta menyiapkan ikhtisar laporan dari bagian pemasaran.

### **Kepala Bagian Gudang**

Bagian penyimpanan/pegudangan bertanggungjawab dalam mengolah dan merawat barang digudang, mengotorisasi barang masuk dan barang keluar, serta melakukan pembungkusan untuk barang yang akan dikirim.

### **Kepala Bagian Pengiriman dan Penagihan**

Bagian pengiriman dan penagihan sehari-harinya melakukan pengiriman pesanan sampai ketujuan, menerima pembayaran kas dan menyetornya kebagian akuntansi, serta kegiatan lainnya yang berhubungan dengan tugasnya.

## **Bagian Keuangan**

Mengolah keuangan perusahaan dalam hal arus kas masuk dan arus kas keluar serta bertanggungjawab dalam pengkoordinasian kegiatan penyusunan anggaran perusahaan (Master Budget) secara keseluruhan.

## **Bagian Eksploitasi Hutan**

Kegiatan bagian ini menyangkut pencarian informasi seputar keadaan hutan dan peraturan lingkungan serta bertanggungjawab dalam pengadaan sumber bahan baku kayu dari hutan dan sumber lain dalam memenuhi kebutuhan produksi.

## **Bagian Sekretaris Dan Pembantu Umum**

Bagian ini bertanggungjawab mengolah administrasi, kepegawaian dan kesejahteraan karyawan serta yang menyangkut urusan surat menyurat (dokumen) baik dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan.

## **Divisi Perkapalan**

Mengatur dan mengawasi pengangkutan bahan baku, bahan pembantu dan distribusi hasil produksi serta menyelesaikan segala urusan yang menyangkut izin dari departemen kehutanan.

## **Divisi pembukuan Dan Administrasi Umum**

Melakukan pembukuan dan pekerjaan akuntansi umum sehari-hari, dan menyusun laporan keuangan, perhitungan bahan masuk, bahan keluar dan hasil produksi.

### **Divisi produksi**

Bertanggungjawab dalam segala kegiatan yang berkaitan dengan produksi serta membuat anggaran produksi dan laporan produksi mingguan dan bulanan secara rutin.

### **Divisi Ekspor**

Bertanggungjawab terhadap kegiatan pemasaran hasil produksi kepasar luar negeri dan menyelesaikan urusan yang menyangkut izin ekspor dengan pihak terkait.

### **Divisi Impor**

Bertanggungjawab terhadap pelaksanaan dan urusan impor (pembelian) bahan pembantu, peralatan, dan kebutuhan lain dari luar negeri yang diperlukan dalam produksi.

## **3. Departemen Pemasaran Perusahaan**

Perkembangan suatu organisasi kearah yang semakin baik dapat dilihat dari volume kegiatan yang semakin kompleks. Organisasi dengan struktur yang kompleks mencerminkan bahwa dalam organisasi tersebut telah tercipta suatu pembagian kinerja yang baik yaitu melalui batasan yang jelas atas wewenang dan tanggungjawab. Keadaan ini akan berpengaruh pada efektifitas dari perencanaan dan pengendalian yang dilakukan.

PT. Djipta Rimba Djaja Medan terus berupaya menyempurnakan struktur yang ada seiring perkembangan usaha. Besarnya wewenang yang didelegasikan kesetiap bagian diiringi juga dengan kewajiban untuk

**membuat pelaporan kegiatan sebanding dengan besar wewenang yang dimiliki.**

Ada empat pusat pertanggungjawaban yang ada di perusahaan. Pusat ini mulai dari manajemen tingkat tinggi hingga tingkat divisi meliputi investasi, pusat laba, pusat pendapatan dan pusat biaya. Namun secara umum pusat biaya merupakan bagian yang paling banyak. Hal ini di karenakan perusahaan sebagai perusahaan manufaktur yang memproduksi atau melakukan pengolahan sehingga biaya merupakan masukan dari sebagian besar departemen.

Pusat investasi terletak di tangan Direktur utama, Direktur utama bertanggung jawab langsung atas penolakan seluruh organisasi serta upaya perolehan pengambilan atas aset (harta pemegang saham) yang di kelolanya.

Direktur pelaksana, yang menangani kegiatan operasional perusahaan, merupakan pusat laba. Menejer pelaksana sehari-harinya berurusan dengan keputusan jangka pendek atas produksi dan mengawasi kegiatan melalui laporan setiap bagian agar senantiasa mendukung tujuan perusahaan. Dalam menjalankan tanggungjawab, menejer di bantu oleh seorang staf.

Bagian Akuntansi bertanggungjawab atas laporan informasi keuangan, penerimaan utama perusahaan berasal dari keberhasilan manajer dalam menjual keseluruhan produk yang di produksi. bagian akuntansi di pimpin oleh kepala bagian akuntansi. Kedudukan kepala bagian akuntansi berada di bawah menejer pemasaran dan setingkat dengan kepala bagian pergudangan dan kepala bagian pengiriman dan penagihan.

Pengawasan di setiap bidang di lakukan oleh kepala bidang dan tetap berkomunikasi dengan menejer penasar. Kepala bidang juga di tuntut



untuk melakukan pelaporan atas hasil kerja yang di peroleh setiap bulannya. Keseluruhan laporan hasil kerja perbidang (laporan perbidang) akan di susun menjadi laporan kinerja manajer penasar.

## **B. Sistem Informassi Akuntansi Menejemen.**

Sistem Informasi Akuntansi menejemen adalah sebuah rangkaian prosedur formal dimana data di kumpulkan, di proses menjadi informasi dan di distribusikan kepada pemakai.

### 1. Sistem pemrosesan transaksi

Mendukung operasi bisnis setiap hari dengan sejumlah dokumen dan pesan-pesan untuk para pemakai seluruh organisasi

### 2. Sistem pelaporan buku besar

Yang menghasilkan laporan keuangan tradisional seperti : Laporan laba rugi, neraca, laporan arus kas pengambilan pajak dan laporan– laporan lainnya yang di tetapkan oleh hukum

### 3. Sisdtem pelaporan menejemen

Yang menyediakan menejemen internal dengan laporan keuangan dengan tujuan khusus dan informasi yang di perlukan untuk pengambilan keputusan seperti: Anggaran, laporan varian, dan laporan pertanggung jawaban.

Fungsi sistem informasi sistwem akuntansi dalam organisasi :

1. Mengumpulkan dan menyimpan data tentang aktivitas– aktivitas yang di laksanakan organisasi, Sumber daya yang di pengaruhi oleh aktivitas-aktivitas tersebut. Pelaku yang terlibat dari berbagi aktivitas tersebut, agar pihak menejemen, para pegawai dan pihak–pihak luar yang berkepentingan dapat meninjau ulang (reviuw ) hal–hal yang terjadi.
2. Mengubah data menjadi informasi yang berguna bagi pihak menejemen untuk membuat keputusan dan aktivitas perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan.

3. Menyediakan pengendalian yang memadai untuk menagai aset-aset organisasi, termasuk data organisasi, untuk memastikan bahwa data tersebut tersedia saat di butuhkan.

### C. Sisitem pengendalian Menejemen

PT. Djipta Rimba Djaja Medan dalam melaksanakan sistem pengendalian menejemen melalui :

#### 1. Pertanggung jawaban

PT. Djipta Rimba Djaja Medan bertanggungjawab terhadap operasi perusahaan adalah Direktur. Pertanggungjawaban di pandang sebagai sistem mengolah masukan menjadi keluaran

Masukan merupakan pertanggungjawaban yang di ukur dalam satuan uang di sebut dengan biaya sedangkan keluaran merupakan pertanggungjawaban yang di nyatakan dalam satuan uang di sebut dengan pendapatan. Hampir semua masukan merupakn suatu pertanggungjawab yang dapat di ukur dengan secara kuantitatif, namun tidak semua keluaran merupakan pertanggung jawaban yang di ukur secara kuantitatif.

Setiap pertanggungjawaban mengkonsumsi masukan dan menghasilkan pengeluaran. Dalam pusat biaya, keluaran tidak dapat atau tidak perlu di ukur dalam wujud pendapatan. Hal ini di sebabkan karena keluaran merupakan pusat biaya, yang tidak dapat di ukur secara kuantitatif. Departemen Akuntansi dan Departemen persobnalia adalah contoh pusat biaya yang keluarannya sulit untuk di ukur secara kuantitatif

#### 2. Tingkat prestasi

Tingkat prestasi di ukur dari perolehan pendapatan perusahaan, pusat pendapatan dari PT. Djipta Rimba Djaja Madan dalah bagian

pemasaran yaitu melalui penjualan produk. Bagian pemasaran bertanggung jawab terhadap pencapaian pendapatann yang di targetkan tanpa harus membebani tanggungjawab mengenai biaya yang terjadi di bagiannya, karena biaya sering kali mempunyai hubungan dengan pendapatan yang di peroleh.

Laba adalah pusat pertanggungjawaban yang di ukur dari selisih antara pendapatan dengan biaya untuk memperoleh pendapatan tersebut. Oleh karena itu, dalam pusat laba baik masukan maupun keluarannya di ukur dalam satuan, untuk menghitung laba yang dipakai sebagai pengukur manajernya. Misalkan pada tahun 2005 PT. Djipta Rimba Djaja Medan memperoleh laba setelah pajak sebesar Rp. 2.536.500.750, sedangkan infestasi yang ditanam perusahaan Rp. 8.500.000.000 maka dapat di hitung:

$$\text{ROI} = \frac{\text{Laba}}{\text{Investasi}} = \frac{2.536.500.750.}{8.500.000.000} = 0.30 \text{ atau } 30 \%$$

Dari hasil perhitungan ROI tersebut dapat di ukur tingkat prestasi pimpinan peerusahaan, baik atau kurang baik

### 3.Penyusunan Program

Sebelum melaksanakan aktivitas perusahaan, pihak top manajer perusahaan terlebih dahulu menyusun program yang akan di laksanakan. Biasanya program yang di susun pada tahun-tahun yang sudah berlaku. Hanya saja penyusunan program yang di lakukan untuk menyempurnakan kelemahan atau kekurangan program pada periode yang lalu. Program yang di susun di titik beratkan pada pemasaran, yaitu :

#### a. Peningkatan volume penjualan.

- b. Penguasaan pasar
- c. Perluasan pasar
- d. Pesaing pasar

#### 4. Penyusunan anggaran

Penyusunan anggaran pada dasarnya merupakan proses penentuan peran dari setiap manajer pada setiap jenjang organisasi dengan melaksanakan kegiatan untuk mencapai sasaran perusahaan. Untuk itu, manajer memerlukan sumber dana sebagai masukan dan di ukur dalam satuan moneter. Dengan demikian, informasi anggaran memperjelas peran serta wewenang manajer dalam melaksanakan apa yang di sepakati dalam anggaran.

Ada tiga fungsi dalam penyusunan sebuah anggaran yaitu :

##### a. Fungsi perencanaan

Anggaran merupakan alat perencanaan tertulis yang menuntut pemikiran teliti, karena anggaran memberikan gambaran singkat atas operasional perusahaan di waktu mendatang, apa yang ingin di capai dan upaya-upaya kegiatan yang hendak di lakukan demi mencapai target tersebut. Dengan anggaran perusahaan akan lebih mudah melangkah sebab telah memiliki arahan operasional yang jelas.

##### b. Fungsi pelaksanaan.

Anggaran merupakan pedoman dalam pelaksanaan pekerjaan, sehingga pekerjaan dapat di laksanakan secara selaras dalam mencapai tujuan (laba). Anggaran berperan penting untuk menyelaraskan (koordinasi) setiap bagian, seperti bagian pemasaran, bagian umum, bagian produksi dan bagian

keuangan. Hal ini di karenakan setiap bagian telah di bebani target tertentu yang harus di capai sehingga bagian lain juga dapat bekerja optimal. Keadaan ini akan menciptakan ketergantungan dan kerja sama antar bagian dalam perusahaan.

### c. Fungsi pengawasan

Anggaran merupakan alat pengendalian/pengawasan (controlling ). Pengawasan berarti melakukan evaluasi (menilai ) atas pelaksanaan pekerjaan melalui :

- Membandingkan realisasi dengan rencana ( anggaran )
- Melakukan tindakan perbaikan apabila di pandang perlu.

### 5. Pelaksanaan dan pengukuran.

Untuk mengetahui apakah perusahaan mampu memaksimalkan program pelaksanaan tersebut di lakukan pengukuran terhadap hasil penjualan. Pengukuran ini berdasarkan anggaran yang telah di tetapkan, dari hasil pengukuran tersebut selanjutnya di buat pelaporan dan pengukuran pelaksanaan program pemasaran. Laporan tersebut mengenai penjualan yang di capai, total biaya pemasaran yang di keluarkan serta persediaan barang dagangan.

Anggaran penjualan kayu lapis pada PT. Tjipta Rimba Djaja Medan, selama tahun 2004, 2005, 2006,dapat di lihat dalam tabel.

**Tabel 4**  
**PT. Djipta Rimba Djaja Medan**  
**Anggaran Harga Jual Kayu Lapis**  
**Untuk Tahun 2004,2005,2006**

Jenis	Ukuran	2004		2005		2006	
		Jumlah (lembar)	Harga @Rp	Jumlah (lembar)	Harga @Rp	Jumlah (lembar)	Harga @RP
SMK	3 mm 4 x 8	78.000	17.000	82.973	25.000	79.000	30.000
	6 mm 4 x 8	66.000	22.000	70.777	30.000	75.000	35.000
	9 mm 4 x 8	58.000	45.000	65.736	53.000	70.000	58.000
	12 mm 4 x 8	52.000	55.000	60.931	63.000	50.000	68.000
	15 mm 4 x 8	45.000	60.000	55.911	50.000	50.000	57.000
TBK	3 mm 4 x 8	260.000	18.000	270.921	16.200	272.000	19.300
	6 mm 4 x 8	241.000	28.000	263.000	29.000	260.000	23.200
	9 mm 4 x 8	120.000	38.000	132.000	40.000	141.000	45.000
	12 mm 4 x 8	170.000	49.000	190.000	53.000	200.000	54.000
	15 mm 4 x 8	122.000	59.000	153.000	62.000	156.000	63.000
C	3 mm 4 x 8	620.000	14.000	630.000	17.000	18.000	23.300
	6 mm 4 x 8	560.000	17.000	570.000	22.000	24.000	25.450
	9 mm 4 x 8	500.000	23.000	520.000	26.000	27.000	56.900
	12 mm 4 x 8	600.000	26.000	612.000	35.000	36.000	40.435
	15 mm 4 x 8	492.000	40.000	510.000	50.000	54.000	59.000
CR	3 mm 4 x 8	2.950.000	8.000	3.210.000	10.000	3.330.000	11.000
	6 mm 4 x 8	2.620.000	14.000	2.830.000	17.000	2.910.000	19.000
	9 mm 4 x 8	2.425.000	19.000	2.600.000	23.000	2.712.000	26.700
	12 mm 4 x 8	1.932.000	24.000	2.170.000	27.000	2.200.000	33.000
	15 mm 4 x 8	1.829.000	34.000	2.100.000	40.000	2.230.000	43.000
<b>Jumlah</b>		<b>15.740.000</b>	<b>610.000</b>	<b>17.007.249</b>	<b>6.882.000</b>	<b>194.481.000</b>	<b>950.485</b>

**Sumber: PT. Djipta Rimba Djaja Medan**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 28/6/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)28/6/23

Produksi kayu lapis oleh perusahaan terdiri dari 4 golongan yang di kelompokkan berdasarkan kualitas kayu lapis yang di hasilkan, yaitu: SMK, TBK,C Dan CR. Setiap jenis di pasarkan dalam lima ukuran yaitu: 3 mm x 4 x 8, 6 mm x 4 x 8, 9 mm x 4 x 8, 12 mm x 4 x 8 dan 15 mm x 4 x 8.

Manajer melakukan penjualan produk baik tunai maupun kredit setiap jenis dan ukuran di laporkan berdasarkan jumlah yang telah terjual dan harga rata-rata. Harga jual rata-rata di peroleh dengan membagi jumlah nilai penjualan per produk terhadap volume hasil penjualan. Adanya pemotongan harga yang berbeda satu sama lain tergantung pada keadaan penjualan setiap produk. Misalnya pada pembelian dalam jumlah besar terhadap produk C ukuran 3 mm x 4 x8, maka manajer punya wewenang untuk mengurangi harga jual per lembar. Potongan ini tentu saja mempengaruhi harga jual rata-rata ukuran tersebut.

## **D. PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN HARGA JUAL**

Prose pengambilan keputusan mencakup perumusan masalah, penentuan kriteria keputusan, pengalokasian titik berat kriteria, pengembangan alternatif-alternatif, pemilihan alternatif, pelaksanaan alternatif, dan evaluasi dampak keputusan.

Prose pembuatan keputusan yang di terapkan PT. Tjipt Djaj Medan, terdiri dari :

### 1. Perumusan pemasaran

Tahapan dimana permasalahan yang di jumpai di rumuskan sesingkat mungkin tetapi cukup jelas. Masalah di ketahui dengan adanya perbedaan atau kesenjangan antara keinginan dan kenyataan.

## 2. Penentuan kriteria keputusan.

Tahapan dimana di tetapkan ukuran – ukuran keputusan yang akan di ambil. Biasanya keputusan yang di ambil adalah keputusan yang mempunyai biaya minimal atau mempunyai nilai hasil yang maksimal atau kombinasi keduanya.

## 3. Pengalokasian titik berat kriteria

Tahapan dimana di tentukan kriteria mana yang akan di ambil dari antara kriteria yang ada. Menejemen harus memilih kriteria yang mana yang berpengaruh yang paling baik bagi perusahaan.

## 4 Pengembangan Alternatif

Tahapan dimana di adaka atau di kembangkan beberapa alternatif yang mungkin di ambil untuk dapat memilih atau menmentukan alternatif yang di laksanakan.

## 5. Pemilihan alternatif

Tahapan yang terkait yang sangat erat dengan tahapan penganalisaan alternatif dari berbagai alternatif yang tersedia dan sudah di analisis, di pilih alternatif yang paling menunjang tujuan .

## 6. Pelaksanaan alternatif

Tahapan dimana dia adakan penerapan atau pelaksanaan alternatif yang di pilih. Para menejer harus membuat rencana – rencana untuk mengatasi berbagai persyaratn dan masalah yang mungkin di jumpai dalam penetrapan keputusan .

## 7. Evaluasi dampak keputusan

Pelaksanaan alternatif terpilih di analisa pada tahapan ini, hasil evaluasi di laporkan pada menejemen sehingga manajemen dapat menentukan sifat apakah meneruskan pelaksanaan keputusan di pilih atau



harus merevisi keputusan bahkan kalapun terpaksa harus menukar keputusan yang harus di pilih.

## **E. Peranan Akuntansi Manajemen Dalam Pengambilan Keputusan Harga jual**

Bagi sebuah bisnis yang akan berhasil penetapan harga jual harus berdasarkan sebuah pemahaman akan perilaku biaya. Yang mana penjualan, yang akan di lakukan di bawah dasar biaya perusahaan mengalami kerugian dan sebaliknya penjualan di atas dasar biaya perusahaan yang terjadi tidak luput dari biaya. .

Harga jual yang di susun merupakan anggaran periodik atau jangka satu tahun, dalam menghadapi keadaan permintaan yang harus berubah. Dalam hal ini akan di susun anggaran untuk mengetahui prubahan pasar dan dapat segera di ketahui, dan di pecahkan Strategi menghadapinya. Misalnya bila harga jual naik januari mengalami penurunan karena nilai Rupiah melemah maka untuk bulan februari di buat anggaran.

Produksi kayu lapis oleh perusahaan terdiri dari empat golongan yang di kelompokkan berdasarkan kualitas kayu lapis yang di hasilkan, ke empat ukuran tersebut berbeda dalam hal ketebalan masing–masing ukuran, harga dan setiap jenis dan ukuran yang sama berbeda satu dengan yamng lain. Kebijakan ini merupakn variasi produk untuk memperluas pangsa pasar perusahaan. Harga jual di peroleh dengan membagi nilai penjualan per produk terhadap volume penjualan. Adanya, kebijakan potongan harga berbeda satu sama lain tergantung pada penjualan setiap produk.

Harga jual mengalokasikan biaya gabungan berdasarkan harga jual relatif dari produk gabungan dengan menggunakan total harga pasar dari setiap produk, yaitu jumlah unit yang di produksi di kalikan dengan harga jual perlembar. Produk SMK, TBK, C dan CR di produksi dengan biaya gabungan SMK = 510000, TBK = 375.000, C = 260.00, CR=165.000, dengan harga per lembar SMK = Rp 8500, TBK = Rp. 7500, C = Rp 6500, CR = 5500. harga ini merupakan pangsa pasar dari produk tersebut pada titik pisah batas alokasi harga jual bisa di hitung sebagai berikut :

Ukuran	Unit Produksi	Harga/Lbr pada Titik pisah batas	Total Hrg Pasar	Rasio Nilai Produk trhdp hrg pasar	Pembagian B.Gabungan
SMK	50.000	Rp. 8.500	510.000	38.932 %	4.334.490.000
TBK	60.000	7.500	375.000	28.625 %	2.812.125.000
C	40.000	6.500	260.000	19.847 %	1.689.740.000
CR	30.000	5.500	165.000	12.596 %	907.335.000
			<b>1.310.000</b>	<b>100.000</b>	<b>9.743.690.000</b>

**Sumber: PT. Djipta Rimba Djaja Medan**

Hasil yang sama juga akan diperoleah apabila total produksi gabungan (Rp 9.743.690.000) dibagi dengan total harga pasar dari kkeempat produk (Rp 1.310.000). Rasio yang dihasilkan sebesar 0.47% adalah biaya produksui gabungan dari setiap produk terhadap harga jualnya. Berdasarkan harga jual produk yang menghasilkan persentase laba kotor yang sama, dengan asumsi unit dijual dengan pemrosesan lebih lanjut. Hal ini dapat disajikan sebagai berikut:

Rasdiana Saragih - Peranan Akuntansi Manajemen dalam Pengambilan Keputusan Harga Jual....

Unit penjualan	1.500.000.000	324.000.000	439.000.000	200.000.000	539.000.000
Persediaan akhir	123.000.000	22.000.000	39.000.000	17.000.000	45.000.000
Penjualan	9.745.000.000	4.335.000.00	2.812.500.000	1.690.000.000	907.500.000
Biaya produksi	9.743.690.000	4.334.490.000	2.812.125.000	1.689.740.000	907.335.000
Dik. Pers akhir	837.478.000	186.978.000	292.500.000	110.500.00	247.500.000
Hrg. Pokok pwenjualan	8.906.212.000	4.147.512.000	2.519.625.000	1.579.240.000	659.825.000
Laba kotor	838.788.000	187.488.000	292.875.000	114.000.760	247.665.000
		25 %	25 %	25 %	25 %

**Sumber: PT. Djipta Rimba Djaja**

Kebijakan penetapan harga oleh manajemen idealnya memastikan pemilihan (recovery) atas semua biaya dan mencapai laba, dalam kondisi sulit sekalipun. Meskipun penawaran dan permintaan biasanya merupakan faktor penentu dalam penetapan harga, penetapan harga jual yang menguntungkan, memerlukan pertimbangan atas biaya. Tender kompotitif atas suatu pekerjaan tertentu, misalnya pengambilan keputusan dan penetapan harga yang sulit. Apabila ada sedikit atau bahkan sama sekali tidak ada pengalaman dimasa lampau dengan jenis produk atau jasa yang terlibat.

Total biaya yang dimiliki oleh PT. Djipta Rimba Djaja Medan merupakan hasil dari kegiatan operasi atau kegiatan memproduksi kayu lapis, dan berfungsi sebagai perhitungan dalam menghitung rugi laba pada hasil penjualan kayu lapis tersebut. Dalam penetapan harga jual kayu lapis, tidak hanya berfokus pada informasi total biaya yang dimiliki perusahaan dalam memproduksi barang. Ada juga cara lain dalam penetapan harga jual, yaitu dengan menentukan strategi penetapan harga jual.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan analisa dan evaluasi yang telah dilakukan, dengan mengacu pada konsep dasar, dapat disimpulkan bahwa peranan akuntansi manajemen dalam pengambilan keputusan harga jual pada PT. Djipta Rimba Djaja Medan di nilai baik yang didukung oleh beberapa keterangan sebagai berikut :

1. Struktur organisasi perusahaan menunjukkan pola susunan kedudukan dan fungsi yang jelas dari setiap bagian sehingga wewenang dan tanggung jawab di alokasikan dengan seimbang.
2. Pengambilan keputusan diambil dari perhitungan-perhitungan analisis dan berbagai kumpulan-kumpulan informasi yang akurat seperti biaya masa lalu dan biaya yang mungkin terjadi sehingga terhindar dari masalah.
3. Top manajemen dalam menentukan harga jual harus memperhatikan biaya penuh sebagai biaya acuan atau pedoman yang harus diterapkan.

## B. Saran.

Beberapa saran penulis yang berkaitan dengan peranan akuntansi manajemen dalam pengambilan keputusan harga jual pada perusahaan adalah :

1. mengingat bahwa PT. Djipta Rimba Djaja Medan adalah perusahaan besar, maka perlu selalu waspada terhadap segala penyimpangan yang terjadi di setiap bagian, khususnya di bagian akuntansi dan keuangan yang selalu berkaitan dengan sumber informasi keuangan perusahaan.
2. dalam penyampaian informasi pada top manajemen sebaiknya pra manajer memberikan informasi yang akurat agar dapat diambil keputusan yang baik dalam penentuan harga jual.
3. sebaiknya pimpinan perusahaan dalam mengambil keputusan, khususnya mengenai perencanaan dan keputusan akhir dalam menentukan harga jual harus mengikut sertakan manajer pemasaran.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anthony, Robert N and Govindarajan Vijay, 2002, **Sistem Pengendalian Manajemen**, Buku satu, Terjemahan: F.X. Kurniawan Tjakrawala, Salemba Empat, Jakarta.
- Blochwr, Edward J, Kung H Chen, Thomas W Lin, 200, **Manajemen Biaya**, Buku Satu, Terjemahan: A. Susy Ambariana, Salemba Empat, Jakarta.
- Carter, William K, Usry, Milton, 2006, **Akuntansi Biaya**, Edisi Tiga Belas, Buku Satu, Terjemahan: Krista, Salemba Empat, Jakarta.
- Frank J, Fabozzi, 2000, **Manajemen Investasi**, Buku dua, Salemba Empat, Jakarta.
- Hansen and Mowen, 2006, **Akuntansi Manajemen**, Edisi Tujuh, Buku Satu, Terjemahan: Fitria Sari Dewi, Deny Arnos Kwary, Salemba Empat, Jakarta
- T. Hani Handoko, 20023, **Manajemen**, Edisi Dua, BPFE, Yogyakarta.
- James A Hall, 2005, **Sistem Informasi Akuntansi**, Buku satu, Edisi Pertama, Salemba Empat, Jakarta.
- J. Supranto, 1997, **Metode Riset**, Cetakan Pertama, Edisi Enam, Jakarta.
- Juatin G, Longenecker, Caslios W, J. William Peety, 2001, **Kewirausahaan Manajemen Usaha Kecil**, Buku Kedua, Edisi Kedua, Salemba Empat, Jakarta.

Komaruddin Ahmad, **Akuntansi Manajemen**, Cetakan Ketiga, PT. Raja Grapindo Persada, Jakarta.

L.M. Samryn, 2001, **Akuntansi Manajerial Suatu Pengantar**, Edisi satu, PT. Raja Grapindo, Jakarta.

Mulyadi, 2000, **Akuntansi Biaya**, Edisi Lima, BPFE, Yogyakarta

-----, 2001, **Akuntansi Manajemen**, Edisi Tiga, UGM, Salemba Empat, Jakarta.

Simamora Hendry, 2000, **Akuntansi Bisnis Pengambilan keputusan**, Jilid dua, Salemba Empat, Jakarta.

Umar, Husein, 2000, **Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis**, Edisi Baru, Cetakan Ketiga, PT. Raja Grapindo Persada, Jakarta.

Nasution .S, M. Thomas, 2004, **Buku Penuntun Membuat Skripsi, Tesis, Disertai Makalah**, Cetakan Kesembilan, Bumi Aksara, Jakarta.

Winarno, Surahmad, 2000, **Pengantar Penelitian Ilmiah Dasar Dan Teknik**, Edisi Delapan, Tarsito, Bandung.