

**PENENTUAN TARGET LABA BERDASARKAN PESANAN
PADA PT. MODERN PLASINDO MUTIARA
BINJAI**

SKRIPSI

Oleh :

**RAHMADANI
NPM : 08 833 0025**



**JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
M E D A N
2 0 1 3**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 1/2/24

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

Judul Skripsi : Penentuan Target Laba Berdasarkan Pesanan Pada PT. Modern Plasindo Mutiara Binjai
Medan Nama Mahasiswa : RAHMADANI
No. Stambuk : 08 833 0025
Jurusan : Akuntansi

Menyetujui :
Komisi Pembimbing

Pembimbing I

Pembimbing II

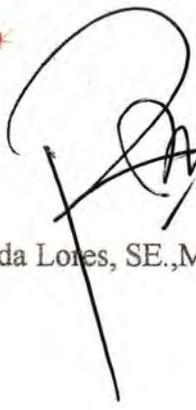

(Drs. Afi Usman/Siregar, M.Si)

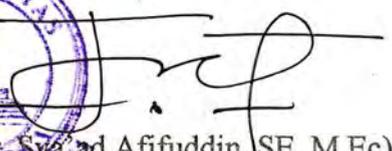

(Dra. Hj. Rosmaini, Ak., MMA)

Mengetahui :

Ketua Jurusan

Dekan


(Linda Lores, SE., M.Si)


(Prof. Dr. Sya'ad Afifuddin, SE., M.Ec)

Tanggal Lulus :

2012

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 1/2/24

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)1/2/24

ABSTRAK

RAHMADANI, NPM 08 833 0025, "PENENTUN TARGET LABA BERDASARKAN PESANAN PADA PT.MODERN PLASINDO MUTIARA BINJAI".

Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk mengetahui apakah target laba ditentukan berdasarkan pesanan pada PT.MOODERN PLASINDO MUTIARA.

Jenis penelitian dalam penelitian skripsi ini adalah penelitian deskriptif. Jenis data yang digunakan peneliti adalah data kuantitatif dan data kualitatif. Sedangkan sumber data berasal dari data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis adalah teknik wawancara dan dokumentasi. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif, yaitu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan/menghubungkan dengan variabel lain.

Dari hasil penelitian mengenai perhitungan biaya produk pemesanan yang dilakukan oleh PT.MEDERN PLASINDO MUTIARA dalam hubungannya terhadap kebijakan target laba untuk 30 pesana terakhir, peniliti berkesimpulan sebagai berikut:

1. Rata-rata skor variabel perhitungan biaya berdasarkan pesanan di PT.MODERN PLASINDO MUTIRA adalah sebesar 4,675 yang mengandung arti bahwa perhitungan biaya produksi berdasarkan pesanan di PT.MODERN PLASINDO MUTIARA termasuk dalam kategori sangat baik.

2. Rata-rata skor variabel target laba di PT.MODERN PLASINDO MUTIARA adalah sebesar 4,725 yang mengandung arti bahwa penetapan target laba di PT.MODERN PLASINDO MUTIARA termasuk dalam kategori sangat baik.

3. PT.MODRNR PLASINDO MUTIARA dalam perhitungan harga pokok produksi menggunakan variabel costing karena manajemen perusahaan hanya memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku variabel yang di kelompokkan sebagai biaya produk yang terdiri dari bahan baku, tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik.

4. Manajemen PT.MODERN PLASINDO MUTIARA merencanakan target laba yang ingin dicapai untuk setiap pesanan pada tahun 2012 adalah sebesar 30% dari harga pokok produksi dari setiap pesanan.

Kata Kunci: Penentuan target laba, Laba berdasarkan pesanan

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan Kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas Berkah, Rahmad dan Karunianya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini yang merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi di Universitas Medan Area. Penulis menyadari bahwa tulisan ini masih jauh dari sempurna juga masih banyak terdapat kekurangan serta kejanggalan, baik dari bahasa, isi dan tulisan. Penulis juga mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun dari para pembaca untuk sempurnanya tulisan ini.

Pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati tidak lupa mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Sya'ad Afifuddin, SE, MEc selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
2. Bapak Hery Syahrial, SE, Msi selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
3. Ibu Linda Lores, SE, MSi selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
4. Bapak Drs. Ali Usman Siregar MSi, selaku dosen wali dan selaku pembimbing I yang senantiasa memberikan bantuan dan saran kepada penulis selama masa perkuliahan dengan penuh kesabaran dan meluangkan waktu dalam membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Ibu Dra Hj.Rosmaini,MMA,AK selaku pembimbing II yang telah memberikan saran, bimbingan dan pengarahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen serta staff fakultas ekonomi yang telah mengajar dan membantu penulis hingga dapat menyelesaikan perkuliahan di Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
7. Bapak Pimpinan PT.Modern Plasindo Mutiara Binjai yang memberikan bantuan kepada penulis dalam memberikan data dan informasi demi terwujudnya skripsi ini.
8. Teristimewa kepada kedua orangtua, Ayahanda Syahrial Asri dan Ibunda Rostina Siregar tercinta yang dengan penuh kasih sayang telah mengasuh, mendidik, membimbing serta dengan do'a restunya penulis berhasil menyelesaikan pendidikan hingga ke perguruan tinggi.
9. Kepada Kakak (Yeyen,Ririn) dan Adikku (Tomi), yg selalu memberikan dukungan dan kasih sayang kepada penulis.
10. Sahabatku Tersayang "The Crown" . Serta seluruh teman-teman stambuk 08, 09 yang telah memberikan support kepada penulis.

Akhirnya atas jasa semua pihak terkait penulis ucapkan terima kasih, hanya Allah SWT yang dapat membalasnya dan semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi para pembaca dan bagi penulis khususnya. Amin.....

Medan, 15 Mei 2013
Penulis

(Rahmadani)

DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRAK

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR TABEL

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5

BAB II : LANDASAN TEORITIS

A. Pengertian Laba dan Target Laba	6
B. Pengertian dan Jenis Pesanan	8
C. Perilaku Biaya Produksi	12
D. Perhitungan Harga Pokok Produk	22
E. Hubungan Biaya, Volume dan Laba.....	29
F. Pengertian Efektif dan Efisiensi	31

BAB III: METODE PENELITIAN

A. Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian.....	35
B. Populasi dan Sampel	36
C. Definisi Operasional	36



D. Jenis dan Sumber Data	37
E. Teknik Pengumpulan Data	37
F. Teknik Analisis Data	37

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian.....	40
1. Deskripsi Data Primer	40
2. Deskripsi Data Sekunder	41
B. Pembahasan	52
1. Analisis Data Primer	52
2. Analisis Data Sekunder	53

BAB III: KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	55
B. Saran	56

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1. Gambar II.1 Full Costing.....	21
2. Gambar II.2 Variable Costing.....	22
3. Gambar IV.1 Struktur Organisasi PT.Modern Plasindo Mutiara.....	43



DAFTAR TABEL

	Halaman
1. Tabel II.1 Hasil Penelitian Terdahulu	4
2. Tabel III.1 Rencana Waktu Penelitian	35
3. Tabel IV.1 Deskripsi Data Primer Variable X.....	40
4. Tabel IV.2 Deskripsi Data Primer Variable Y.....	40
5. Tabel VI.3 Item Mean Score untuk Kuesioner	41
6. Tabel VI.4 Biaya Produksi Perpesanan Tahun 2012.....	49
7. Tabel VI.5 Biaya Tetap dan Biaya Variabel Tahun 2012.....	50
8. Tabel VI.6 Harga Pokok Produksi,Harga Jual dan Laba Tahun 2012.....	51

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Tujuan sebuah perusahaan adalah untuk memperoleh keuntungan atau laba yang dapat di pergunakan untuk kelangsungan hidup. Mendapatkan keuntungan atau laba dan besar kecilnya laba sering menjadi ukuran kesuksesan suatu manajemen. Hal tersebut didukung oleh kemampuan manajemen di dalam melihat kemungkinan dan kesempatan dimasa yang akan datang.

Manajemen dituntut untuk menghasilkan keputusan-keputusan yang menunjang terhadap pencapaian tujuan perusahaan serta mempercepat perkembangan perusahaan. Manajemen memerlukan suatu perencanaan untuk perusahaan dalam mencapai tujuannya tersebut. Ukuran yang sering dipakai untuk menilai sukses tidaknya manajemen suatu perusahaan adalah dari laba yang diperoleh perusahaan.

Perusahaan dapat dipandang sebagai suatu sistem yang memproses suatu masukan untuk menghasilkan keluaran. Perusahaan yang bertujuan mencari laba maupun yang tidak bertujuan mencari laba mengolah masukan berupa sumber ekonomi lain yang nilainya harus lebih tinggi daripada nilai masukannya, oleh karena itu baik dalam perusahaan bermotif laba maupun yang tidak bermotif laba manajemen selalu berusaha agar nilai keluarannya lebih tinggi dari nilai masukan yang dikorbankan untuk menghasilkan keluaran tersebut, sehingga perusahaan dapat menghasilkan laba. Dengan laba perusahaan akan memiliki kemampuan

untuk berkembang dan mampu mempertahankan eksistensinya dimasa yang akan datang. Dengan demikian untuk menjamin bahwa suatu kegiatan usaha menghasilkan nilai keluaran yang lebih tinggi daripada nilai masukan diperlukan alat untuk mengukur nilai masukan yang dikorbankan untuk menghasilkan keluaran. Akuntansi biaya dapat digunakan untuk mengukur pengorbanan nilai masukan tersebut guna menghasilkan informasi bagi manajer untuk mengetahui apakah kegiatan usahanya menghasilkan laba.

Laba merupakan perbedaan antara pendapatan dan beban, jika pendapatan melebihi beban maka akan diperoleh laba bersih. Untuk mengetahui apakah kegiatan produksi pada periode tertentu menghasilkan laba atau rugi, manajemen memerlukan informasi biaya produksi yang dikeluarkan untuk memproduksi produk dalam periode tertentu.

Penentuan harga jual besarnya tergantung dari harga pokok produksi ditambah dengan tingkat *margin* yang dikehendaki perusahaan. Tingkat margin yang dimaksud disini adalah besar minimum laba yang dikehendaki atau diharapkan manajemen dari penjualan produknya dalam rentang periode tertentu, dengan kata lain disebut sebagai target laba perusahaan dalam tahun berjalan.

Di dalam sistem biaya berdasarkan pesanan, produksi hanya akan dilakukan jika perusahaan menerima pesanan dari pembeli dan mengumpulkan harga pokok produksinya dengan menggunakan metode harga pokok pesanan. Di dalam penetapan biaya pokok pesanan, setiap pesanan merupakan satu kesatuan akuntansi untuk setiap bahan baku, upah langsung dan *overhead* pabrik. Dan setiap pesanan umumnya disamping diberi nama juga diberi nomor pesanan sebab

setiap pesanan akan memikul biaya berbeda dengan biaya pesanan lainnya dan oleh karena itu pemberian nomor pesanan merupakan sistematis untuk menghindari dari adanya kesalahan.

Pesanan yang diselenggarakan atas dasar spesifikasi khusus dari pelanggan memungkinkan penjabaran laba atau rugi untuk setiap pemesanan. Bilamana pesanan itu menyangkut produksi suatu jumlah persediaan barang maka kalkulasi *Job Order* memungkinkan dijabarkannya biaya satuan untuk keperluan kalkulasi biaya atau harga pokok persediaan. Selain itu, dalam penentuan perhitungan harga pokok secara pesanan perusahaan perlu memperhatikan penggunaan sumber daya untuk masing-masing pesanan terutama jika ditinjau dari segi kuantitas pesanan tersebut.

PT. Modern Plasindo Mutiara, merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang usaha industri plastik. Kegiatan usaha PT. Modern Plasindo Mutiara mencakup usaha produksi plastik. Biaya produksi yang ada pada PT. Modern Plasindo Mutiara ini terdiri dari : 1. Biaya bahan baku, 2. Biaya tenaga kerja langsung, 3. Biaya *overhead* pabrik.

Laba yang diperoleh perusahaan seringkali menjadi ukuran yang dipakai untuk menilai keberhasilan manajemen perusahaan. Salah satu cara yang dilakukan oleh PT. Modern Plasindo Mutiara untuk mencapai laba yang optimal yaitu dengan menekan biaya produksi. Menekan biaya produksi berarti menggunakan biaya produksi secara efisien. Semakin efisien penggunaan biaya produksi maka harga pokok penjualan akan semakin kecil. Semakin kecil harga pokok penjualan, maka pencapaian laba akan semakin tinggi.

Beberapa tinjauan penelitian terdahulu yang melakukan penelitian sejenis :

Tabel 2.1

Hasil Penelitian Terdahulu

1	Nama Peneliti Judul Penelitian Tahun Penelitian Variabel Penelitian Metode Analisis Data Hasil Penelitian	Akhirudin Pengaruh Efisiensi Biaya Produksi Terhadap Laba pada CV. Intech Manufaktur Bandung 2007 Variabel independen : Biaya Produksi Variabel dependen : Laba Persamaan regresi linier sederhana Bahwa efisiensi biaya produksi berpengaruh signifikan terhadap laba pada CV. Intech Manufaktur Bandung.
2	Nama Peneliti Judul Penelitian Tahun Penelitian Variabel Penelitian Metode Analisis Data Hasil Penelitian	Yeni Jamianti Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Laba Kotor pada PT. Perkebunan Nusantara VIII Jawa Barat 2005 Variabel independen : Biaya Produksi Variabel dependen : Laba Kotor Persamaan regresi linier sederhana Bahwa biaya produksi berpengaruh lemah terhadap laba kotor pada PT. Perkebunan Nusantara VIII Jawa Barat.

Berdasarkan uraian dan tinjauan atas penelitian terdahulu di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Penentuan Target Laba Berdasarkan Pesanan Pada PT. Modern Plasindo Mutiara"**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka masalah yang akan dibahas pada penelitian kali ini adalah : "Apakah target laba yang ditentukan berdasarkan pesanan pada PT. Modern Plasindo Mutiara sudah efektif?"

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai pada penelitian kali ini yaitu untuk mengetahui apakah target laba ditentukan berdasarkan pesanan pada PT. Modern Plasindo Mutiara.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi peneliti adalah untuk menambah wawasan tentang penentuan target laba dan laba perpesanan khususnya di PT. Modern Plasindo Mutiara.
2. Bagi PT. Modern Plasindo Mutiara, penelitian diharapkan dapat menjadi masukan yang terkait dengan penentuan target laba dan laba perpesanan.
3. Bagi akademis adalah sebagai bahan perbandingan atau referensi guna penyusunan karya ilmiah selanjutnya dengan topik yang sama.

BAB II

LANDASAN TEORITIS

A. Pengertian Laba dan Target Laba

1. Pengertian Laba

Laba merupakan unsur yang penting dalam perusahaan karena laba dapat menentukan maju mundurnya suatu perusahaan oleh karena itu perusahaan harus berusaha semaksimal mungkin untuk memperoleh laba yang memuaskan dan diharapkan dapat menggunakan segala sumber yang ada di dalam perusahaan yang seefisien mungkin.

Menurut Harahap (2007:296) bahwa : “Laba adalah berasal dari kelebihan antara penghasilan dan biaya”. Definisi ini sejalan dengan pendapat Harnanto (2003:444) yang menyatakan bahwa : “Laba adalah selisih dari pendapatan di atas biaya-biayanya dalam jangka waktu (periode) tertentu”.

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa laba merupakan kelebihan antara penghasilan dan biaya atau selisih dari pendapatan di atas biaya-biaya dalam jangka waktu (periode) tertentu.

Laba yang biasa dipakai oleh suatu perusahaan terdiri dari tiga jenis laba antara lain laba kotor, laba usaha dan laba bersih.

Menurut Jusuf (2008:32) bahwa :

- a. Laba Kotor/Bruto (*Gross Profit*).
Laba Kotor adalah Selisih antara penjualan bersih (*Net Sales*) dengan harga pokok penjualan (COGS).
- b. Laba Usaha (*Operating Profit*).
Laba Usaha adalah dengan mengurangi biaya operasional dari laba kotor akan diperoleh laba usaha (*Operating Profit*).

c. **Laba Bersih (*Net Profit*).**

Laba bersih adalah dengan mengurangi biaya operasional dengan biaya lain-lain atau dengan menambah laba operasional dengan pendapatan lain-lain.

Dalam memperoleh laba yang diharapkan, perusahaan perlu melakukan suatu pertimbangan khusus dalam memperhitungkan laba yang akan diharapkan dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi laba tersebut.

Menurut Mulyadi (2005:513) faktor-faktor yang mempengaruhi laba antara lain:

- a. **Biaya.** Biaya yang timbul dari perolehan atau mengolah suatu produk atau jasa akan mempengaruhi harga jual produk yang bersangkutan.
- b. **Harga Jual.** Harga jual produk atau jasa akan mempengaruhi besarnya volume penjualan produk atau jasa yang bersangkutan.
- c. **Volume Penjualan dan Produksi.** Besarnya volume penjualan berpengaruh terhadap volume produksi akan mempengaruhi besar kecilnya biaya produksi.

Sedangkan menurut Harahap (2007:233) bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi laba adalah :

- a. **Perubahan dalam Prinsip Akuntansi.** Perubahan yang diterima umum dengan prinsip lain juga diterima umum yang lebih baik, misalnya menggunakan metode penyusutan *Straight Line* yang sebelumnya *Declining Balance*, FIFO, LIFO dan sebagainya.
- b. **Perubahan Dalam Taksiran.** Adalah merubah taksiran dari yang ditetapkan setelah taksiran tersebut tidak sesuai dengan apa yang kita taksir. Contohnya taksiran umum, taksiran deposit, barang tambang dan lain-lain.

2. Pengertian Target Laba

Pengertian laba yang dianut oleh struktur akuntansi adalah laba akuntansi yang merupakan selisih pengukuran pendapatan dan biaya. Besar kecilnya laba sebagai pengukur kenaikan aktiva sangat tergantung pada ketepatan pengukuran pendapatan dan biaya. Tujuan perusahaan pada umumnya adalah untuk

memperoleh laba dan besar kecilnya laba yang ingin dicapai akan menjadi salah satu ukuran kesuksesan manajemen dalam mengelola perusahaannya.

Target laba merupakan sasaran khusus untuk mencapai aktivitas penjualan, produksi, distribusi, dan pembelanjaan. Umumnya mencapai puncaknya di laporan rugi laba yang diproyeksikan oleh pihak manajemen. Menurut Welsch, Hilton, dan Gordon (2005:34) "Target laba merupakan pengungkapan keuangan dan naratif dari hasil yang diharapkan dari keputusan perencanaan."

Untuk membuat dasar bagi pencapaian laba perusahaan, manajemen harus membuat strategi yang akan dijalankan oleh perusahaan dalam mencapai target laba secara operasional. Pencapaian target laba merupakan suatu gambaran perolehan laba yang diharapkan oleh perusahaan, yang dijadikan suatu ukuran berhasil atau tidaknya operasi perusahaan dalam periode tertentu. Pencapaian target laba dapat diukur dengan membandingkan laba sesungguhnya diperoleh dengan laba yang dianggarkan.

B. Pengertian dan Jenis Pesanan

Pesanan adalah output yang diidentifikasi untuk memenuhi pesanan pelanggan tertentu atau untuk mengisi kembali suatu item persediaan. Metode ini merupakan metode perhitungan biaya dimana biaya produksi diakumulasikan untuk tiap pesanan atau tiap produk secara terpisah. Dalam hal ini harga pokok per unit dan biaya produksi antar satu pesanan dengan pesanan lainnya tidak sama dan harga pokok dihitung setelah proses produksi selesai.

Menurut Aryandi (2011) : “Metode harga pokok pesanan adalah suatu metode pengumpulan biaya produksi untuk menentukan harga pokok produk pada perusahaan yang menghasilkan produk atas dasar pesanan”. Sedangkan menurut Novia (2012) : “penentuan harga pokok pesanan adalah suatu sistem akuntansi yang menelusuri biaya pada unit individual atau pekerjaan, kontrak atau tumpukan produk yang spesifik”. Berdasarkan beberapa definisi tersebut dapat dikatakan bahwa tujuan dari penggunaan metode harga pokok pesanan adalah untuk menentukan harga pokok produk dari setiap pesanan baik harga pokok secara keseluruhan dari tiap-tiap pesanan maupun untuk per satuan.

Dalam metode ini biaya-biaya produksi dikumpulkan untuk pesanan tertentu dan harga pokok produksi per satuan dihitung dengan cara membagi total biaya produksi untuk pesanan tersebut dengan jumlah satuan produk dalam pesanan yang bersangkutan. Pada pengumpulan harga pokok pesanan dimana biaya yang dikumpulkan untuk setiap pesanan/kontrak/jasa secara terpisah dan setiap pesanan dapat dipisahkan identitasnya. Atau dalam pengertian yang lain, penentuan harga pokok pesanan adalah suatu sistem akuntansi yang menelusuri biaya pada unit individual atau pekerjaan, kontrak atau tumpukan produk yang spesifik.

Di dalam sistem biaya berdasarkan pesanan, produksi hanya akan dilakukan jika perusahaan menerima pesanan dari pembeli dan mengumpulkan harga pokok produksinya dengan menggunakan metode harga pokok pesanan. Di dalam penetapan biaya pokok pesanan, setiap pesanan merupakan satu kesatuan akuntansi untuk setiap bahan baku, upah langsung dan *overhead* pabrik. Dan

setiap pesanan umumnya disamping diberi nama juga diberi nomor pesanan sebab setiap pesanan akan memikul biaya berbeda dengan biaya pesanan lainnya dan oleh karena itu pemberian nomor pesanan merupakan sistematis untuk menghindari dari adanya kesalahan.

Dari uraian tersebut di atas dapat dikatakan bahwa karakteristik usaha perusahaan yang produksinya berdasarkan pesanan, yaitu :

1. Proses pengolahan produk terjadi secara terputus-putus. Jika pesanan yang satu selesai dikerjakan, proses produksi dihentikan dan mulai dengan pesanan yang selanjutnya.
2. Produk yang dihasilkan sesuai dengan spesifikasi atau kriteria yang ditentukan oleh pembeli atau pemesan.
3. Produksi ditujukan untuk memenuhi pesanan bukan untuk memenuhi persediaan di gudang

Dalam perusahaan yang produksinya berdasarkan pesanan, informasi harga pokok produksi per pesanan bermanfaat bagi manajemen untuk :

1. Menentukan harga jual yang akan dibebankan kepada pemesan
2. Mempertimbangkan penerimaan atau penolakan pesanan
3. Memantau realisasi biaya produksi
4. Menghitung laba atau rugi tiap pesanan.
5. Menentukan harga pokok persediaan produk jadi dalam proses yang disajikan dalam neraca

Jadi, dalam penentuan perhitungan harga pokok secara pesanan, perusahaan perlu memperhatikan penggunaan sumber daya untuk masing-masing

pesanan. Dalam kalkulasi biaya *Job Order*, setiap *Job* atau pesanan adalah suatu satuan akuntansi yang dibebankan biaya bahan, upah dan biaya overhead dengan menggunakan nomor-nomor *order*, biaya untuk pesanan yang dikerjakan untuk pelanggan tertentu dicatat dalam suatu kartu yang disebut kartu biaya *Job Order* {*Job Order Cost Sheet*} kartu induknya disusun untuk mengumpulkan semua biaya bahan, upah, dan biaya overhead yang dibebankan khusus pada pesanan yang bersangkutan. Pesanan yang diselenggarakan atas dasar spesifikasi khusus dari pelanggan memungkinkan penjabaran laba atau rugi untuk setiap pemesanan. Bilamana pesanan itu menyangkut produksi suatu jumlah persediaan barang, maka kalkulasi *Job Order* memungkinkan dijabarkannya biaya satuan untuk keperluan kalkulasi biaya atau harga pokok persediaan.

Penentuan harga pokok dan pengendalian biaya, mengemukakan syarat-syarat penggunaan metode harga pokok pesanan, yaitu :

1. Bahwa masing-masing pesanan pekerjaan atau produk dapat dipisahkan identitasnya secara jelas dan perlu dilakukan penentuan harga pokok pesanan secara individual
2. Bahwa biaya produksi harus dipisahkan ke dalam dua golongan, yaitu biaya produksi langsung dan biaya produksi tidak langsung. Biaya produksi langsung terdiri dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja, sedangkan biaya produksi tidak langsung terdiri dari biaya-biaya produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung
3. Bahwa biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung dibebankan atau diperhitungkan secara langsung terhadap pesanan yang bersangkutan,

sedangkan biaya produksi tidak langsung (*overhead*) dibebankan pada pesanan tertentu atas dasar tarif yang ditentukan dimuka (*Predetermined rate*)

4. Bahwa harga pokok tiap – tiap pesanan ditentukan pada saat pesanan selesai.
5. Bahwa harga pokok per satuan produk dihitung dengan cara membagi jumlah biaya produksi yang dibebankan pada pesanan tertentu dengan jumlah satuan produk dalam pesanan yang bersangkutan.

C. Perilaku Biaya Produksi

1. Pengertian Biaya Produksi

Produksi merupakan kegiatan yang berhubungan dengan penciptaan atau pembuatan barang atau jasa. Melalui kegiatan produksi, segala sumber daya masukan perusahaan diintegrasikan untuk menghasilkan nilai tambah menjadi suatu produk yang dapat berupa barang akhir, setengah jadi atau jasa. Masukan tersebut terdiri atas manusia, mesin, material, modal, manajemen, energy dan informasi.

Setiap perusahaan dalam menjalankan perusahaannya tidak bisa hanya mengandalkan kemampuan untuk membeli segala kebutuhan untuk kegiatan produksinya, namun juga harus memperhatikan kemampuan perusahaan dalam mengelola biaya produksinya. Agar tujuan perusahaan dalam memperoleh laba dapat tercapai dengan baik.

Menurut Mulyadi (2005:14) bahwa : “Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual”. Sedangkan menurut Horngren, Datar dan Foster (2006:79) bahwa :

“Biaya produksi adalah jumlah seluruh biaya yang dibebankan ke suatu produk untuk tujuan tertentu”.

Berdasarkan dari beberapa pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap dijual atau jumlah seluruh biaya yang dibebankan kesuatu produk untuk tujuan tertentu.

2. Unsur-unsur Biaya Produksi

Biaya produksi biasanya didefinisikan sebagai jumlah dari tiga elemen biaya, secara garis besar yang termasuk elemen biaya produksi adalah : biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya overhead pabrik.

1. **Biaya Bahan Baku.** Biaya bahan baku adalah semua biaya yang terjadi untuk memperoleh bahan baku dan untuk menempatkannya dalam keadaan siap untuk diolah.

Didalam memperoleh bahan baku, perusahaan tidak hanya mengeluarkan biaya sejumlah harga jual harga beli bahan baku saja, tetapi juga mengeluarkan biaya-biaya pembelian, pergudangan, dan biaya-biaya perolehan lain. Semua biaya yang terjadi untuk memperoleh bahan baku dan untuk menempatkannya dalam keadaan siap untuk diolah, merupakan elemen harga pokok bahan baku yang dibeli. Harga pokok bahan baku terdiri dari harga beli yang tercantum dalam faktur dari penjual ditambah biaya angkut, biaya-biaya pembelian lain serta biaya yang dikeluarkan untuk menyiapkan bahan baku tersebut dalam keadaan siap untuk diolah.

2. Biaya Tenaga Kerja Langsung. Biaya tenaga kerja langsung adalah harga yang dibebankan untuk penggunaan tenaga kerja manusia tersebut.

Biaya tenaga kerja dapat dibagi kedalam tiga golongan besar yaitu sebagai berikut :

- a. Gaji dan Upah. Gaji dan upah regular adalah jumlah gaji dan upah bruto dikurangi dengan potongan-potongan seperti pajak penghasilan karyawan dan biaya asuransi hari tua.
- b. Insentif. Dalam hubungannya dengan gaji dan upah, perusahaan memberikan insentif kepada karyawan agar dapat bekerja lebih baik. Insentif dapat didasarkan atas waktu kerja, hasil yang diproduksi atau kombinasi di antara keduanya. Ada beberapa cara pemberian insentif :
 - 1) Insentif satuan dengan jam minimum
Karyawan dibayar atas tarif per-jam untuk menghasilkan jumlah satuan keluaran (*output*) standar.
 - 2) *Trylor differential piece rate plan*
Cara pemberian insentif ini adalah semacam *straight piece rate plan* yang menggunakan tarif tiap potong untuk jumlah keluaran rendah per jam dan tarif tiap potong yang lain untuk jumlah keluaran tinggi per jam.
- c. Premi Lembur. Dalam perusahaan, jika karyawan bekerja lebih dari 40 jam satu minggu, maka mereka berhak menerima uang lembur dan premi lembur. Biaya-biaya yang berhubungan dengan tenaga kerja (*Labor Related Costs*) antara lain :

- 1) Biaya Pemula Produksi (*Setup Cost*). Seringkali terjadi sebuah perusahaan memerlukan waktu dan sejumlah biaya untuk memulai produksi. Biaya-biaya yang dikeluarkan untuk memulai produksi disebut biaya pemula produksi.
- 2) Waktu Menganggur (*Idle Time*). Dalam mengolah produk, seringkali terjadi hambatan-hambatan, kerusakan mesin atau kekurangan pekerjaan. Hal ini menimbulkan waktu menganggur ini diperlakukan sebagai unsur biaya *overhead* pabrik.

3. Biaya *Overhead* Pabrik

Biaya *overhead* pabrik adalah biaya produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.

Biaya *overhead* pabrik dapat digolongkan dengan tiga cara penggolongan :

a. Penggolongan Biaya *Overhead* Pabrik Menurut Sifatnya.

Dalam perusahaan yang produksinya berdasarkan pesanan, biaya *overhead* pabrik adalah biaya produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung, biaya-biaya produksi yang termasuk dalam biaya *overhead* pabrik dikelompokkan menjadi beberapa golongan :

- 1) Biaya bahan penolong. Biaya bahan penolong adalah bahan yang tidak menjadi bagian produk jadi atau bahan yang meskipun menjadi bagian produk jadi tetapi nilainya relatif kecil bila dibandingkan dengan harga pokok produksi tersebut.
- 2) Biaya reparasi dan pemeliharaan. Biaya reparasi dan pemeliharaan berupa biaya suku cadang (*spareparts*), biaya bahan habis pakai

(*factory supplies*) dan harga perolehan jasa dari pihak luar perusahaan untuk keperluan perbaikan dan pemeliharaan emplasemen, perumahan, bangunan pabrik, mesin-mesin, dan equipmen, kendaraan, perkakas, laboratorium, dan aktiva tetap lain yang digunakan untuk keperluan pabrik.

- 3) Biaya tenaga kerja tidak langsung. Biaya tenaga kerja tidak langsung adalah tenaga kerja pabrik yang upahnya tidak dapat diperhitungkan secara langsung kepada produk atau pesanan tertentu. Biaya tenaga kerja tidak langsung terdiri upah, tunjangan dan biaya kesejahteraan yang dikeluarkan untuk tenaga kerja tidak langsung tersebut.
- 4) Biaya yang timbul sebagai akibat penilaian terhadap aktiva tetap. Biaya-biaya yang termasuk dalam kelompok ini adalah biaya-biaya depresiasi emplasemen pabrik, bangunan pabrik, mesin dan equipmen, perkakas laboratorium, alat kerja, dan aktiva tetap lain yang digunakan di pabrik.
- 5) Biaya yang timbul sebagai akibat berlalunya waktu. Biaya-biaya yang termasuk dalam kelompok ini antara lain adalah biaya-biaya asuransi gedung dan emplasemen, asuransi mesin dan ekuiptmen, asuransi kendaraan, asuransi kecelakaan karyawan, dan biaya amortisasi kerugian *trial-run*.

b. Penggolongan Biaya *Overhead* Pabrik Menurut Perilakunya dalam Hubungan Dengan Perubahan Volume Produksi

Ditinjau dari perilaku unsur-unsur biaya *overhead* pabrik dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan, biaya *overhead* pabrik dapat dibagi menjadi tiga golongan :

- 1) Biaya *overhead* pabrik tetap. Biaya *overhead* pabrik tetap adalah biaya *overhead* yang tidak berubah dalam kisar perubahan volume kegiatan tertentu.
- 2) Biaya *overhead* pabrik variable. Biaya *overhead* pabrik variabel adalah biaya *overhead* pabrik yang berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan.
- 3) Biaya *overhead* pabrik semivariabel. Biaya *overhead* pabrik semivariabel adalah biaya *overhead* pabrik yang berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan.

c. Penggolongan biaya *overhead* pabrik menurut hubungannya dengan departemen. Ditinjau dari hubungannya dengan departemen-departemen yang ada dalam pabrik, biaya *overhead* pabrik dapat digolongkan menjadi dua kelompok :

- 1) Biaya *overhead* pabrik langsung departemen. Biaya *overhead* pabrik langsung departemen adalah biaya *overhead* pabrik yang terjadi dalam departemen tertentu dan manfaatnya dinikmati departemen tersebut. Contoh biaya ini adalah gaji mandor departemen produksi, biaya depresiasi mesin, dan biaya bahan penolong.
- 2) Biaya *overhead* pabrik tidak langsung departemen. Biaya *overhead* pabrik tidak langsung departemen adalah biaya *overhead* pabrik

yang manfaatnya dinikmati oleh lebih dari satu departemen. Contoh biaya ini biaya depresiasi, pemeliharaan dan asuransi gedung pabrik.

3. Perilaku Biaya Produksi

Menurut Bustami, dkk (2010:7) : :”Biaya dalam akuntansi biaya diartikan dalam dua pengertian yang berbeda, yaitu biaya dalam artian *cost* dan biaya dalam artian *expense*”. Selanjutnya Bustami dan Nurlela (2010::7) juga menyebutkan bahwa : “Biaya atau *cost* pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu. Biaya ini belum habis masa pakainya, dan digolongkan sebagai aktiva yang dimasukkan dalam neraca.”

Setiap aktivitas yang dilakukan dalam perusahaan tidak terlepas dari biaya. Menurut Fess, dkk (2006:17) : “Konsep biaya (*cost concepts*) merupakan dasar untuk membukukan harga pertukaran atau biaya. Disamping itu, ada juga istilah beban yaitu biaya yang telah terpakai. Oleh karena itu, beban hanya berlaku dalam laporan keuangan eksternal. Sebagai dasar perencanaan dalam pengambilan keputusan adalah biaya.”

Penulis akan menguraikan masalah biaya yang relevan untuk berbagai macam pengambilan keputusan, yaitu:

1. Biaya Relevan.

Menurut Kamaruddin (2005:33) : “Biaya relevan adalah biaya yang akan mempengaruhi pengambilan keputusan di masa depan, oleh karena itu biaya tersebut harus diperhitungkan di dalam pengambilan keputusan. Pengambilan

keputusan dapat berupa pemilihan 2 (dua) atau lebih alternative”. Suatu biaya disebut relevan, jika biaya tersebut berhubungan dengan tujuan perekayasaan biaya tersebut. Jika manajemen bermaksud mengetahui harga pokok produk yang diproduksi dalam bulan yang bersangkutan. Biaya produksi sesungguhnya tersebut merupakan biaya relevan karena sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai oleh pengumpulan informasi biaya tersebut.

2. Biaya Tambahan

Menurut Halim, dkk (2005:81) “Biaya tambahan adalah tambahan biaya yang akan terjadi jika suatu alternatif dipilih”. Biaya tambahan merupakan informasi akuntansi manajemen yang diperlukan oleh manajemen dalam pengambilan keputusan yang berhubungan dengan penambahan dan pengurangan volume kegiatan.

3. Biaya Kesempatan

Menurut Samryn (2001:279) “Biaya kesempatan adalah potensi keuntungan berupa pendapatan atau penghematan biaya yang hilang karena memilih suatu alternative”. Dari pengertian ini diketahui bahwa biaya kesempatan merupakan pendapatan yang hilang akibat suatu pemilihan alternatif.

4. Biaya Terbenam

Menurut Samryn (2001:280) “Biaya terbenam adalah biaya yang telah terjadi dan tidak dapat diubah oleh suatu keputusan yang dibuat sekarang atau pada masa yang akan datang”. Jadi, biaya terbenam merupakan biaya yang sudah dikeluarkan dan yang tidak dapat dirubah oleh setiap keputusan yang dibuat saat ini ataupun dimasa yang akan datang. Maka biaya tersebut bukan biaya

diferensial dan oleh karenanya tidak dapat digunakan untuk menganalisis bertindak dimasa depan.

Disamping uraian biaya di atas, ada juga biaya penuh (*full cost*). Biaya penuh merupakan salah satu unsur akuntansi penuh sedangkan biaya diferensial merupakan salah satu unsur akuntansi diferensial. Keduanya merupakan unsur – unsur dari akuntansi manajemen. Biaya penuh merupakan total biaya yang bersangkutan dengan objek informasi. Jika informasi berupa produk, biaya penuh merupakan total biaya yang bersangkutan dengan produk tersebut. Perhitungan biaya penuh suatu produk menurut Bustami, dkk (2010:40) dipengaruhi oleh metode penentuan harga pokok produksi yang digunakan, yaitu :

“1. *Full Costing*

2. *Variabel Costing.*”

Ad.1. *Full Costing* merupakan salah satu metode penentuan harga pokok produksi yang membebankan seluruh biaya produksi sebagai harga pokok produksi, baik biaya produksi yang berperilaku variabel maupun tetap. Jika perusahaan menggunakan pendekatan full costing dalam penentuan harga pokok produksinya, biaya penuh merupakan total biaya produksi (biaya bahan baku + biaya tenaga kerja langsung + biaya overhead pabrik variabel + biaya overhead pabrik tetap) ditambah dengan total biaya non produksi (biaya administrasi dan umum + biaya pemasaran).

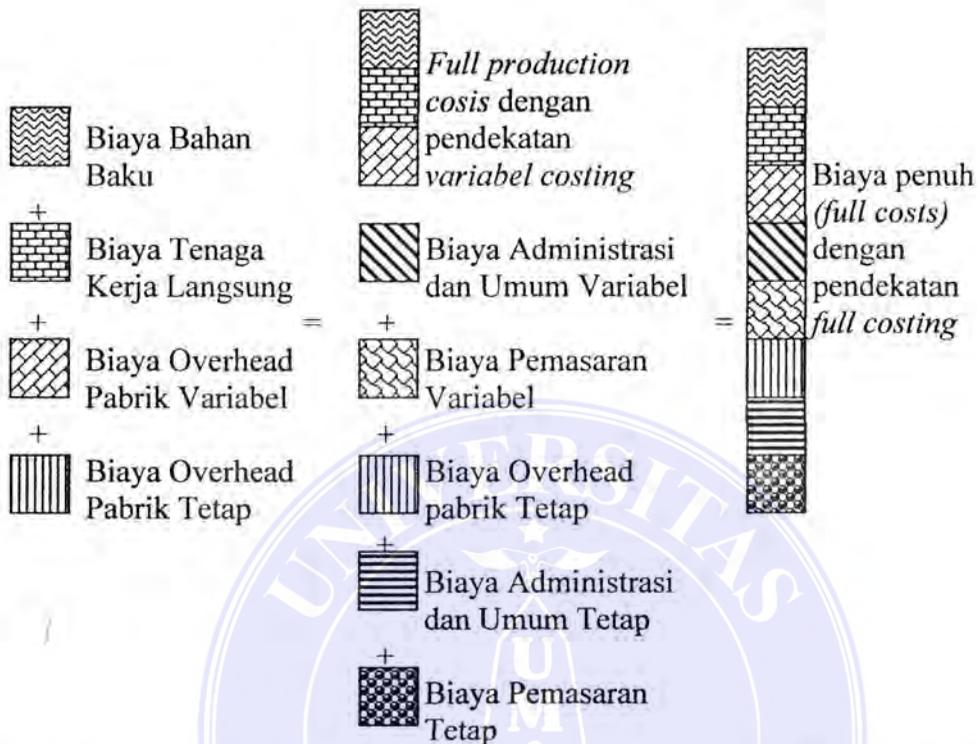
Gambar 2-1
Full Costing



Sumber : Mulyadi, *Akuntansi Manajemen*, Edisi Ketiga, Cetakan Ketiga, Salemba Empat, Jakarta, 2005, hlm. 49.

Ad.2. *Variabel Costing* merupakan salah satu metode penentuan harga pokok produksi, disamping full costing, yang membebankan hanya biaya produksi yang berperilaku variabel saja kepada produk. Jika perusahaan menggunakan pendekatan variabel costing dalam penentuan harga pokok produksinya, biaya penuh merupakan total biaya variabel (biaya bahan baku + biaya tenaga kerja langsung + biaya overhead pabrik variabel + biaya administrasi dan umum variabel + biaya pemasaran variabel) ditambah dengan total biaya tetap (biaya overhead pabrik tetap + biaya administrasi dan umum tetap + biaya pemasaran tetap).

Gambar 2.2
Variabel Costing



Sumber : Mulyadi, *Akuntansi Manajemen*, Edisi Ketiga, Cetakan Ketiga, Salemba Empat, Jakarta, 2005, hlm. 50.

D. Perhitungan Harga Pokok Produk

Perusahaan tidak selalu memiliki kemampuan untuk menentukan harga jual produk seperti yang dikehendakinya, karena seringkali terdapat sejumlah pesaing yang telah menjual produk yang sama dengan harga tertentu, sehingga dalam menentukan harga jual produknya, perusahaan harus menyesuaikan dengan harga pesaing dan daya beli masyarakat. Sementara itu, perusahaan juga harus memperhitungkan harga pokok dari produk tersebut. Kondisi pasar semacam itu membuat metode-metode yang dipakai sebelumnya seringkali menjadi tidak relevan dengan keadaan yang dihadapi perusahaan.

Sirait (2006:150) menyatakan bahwa harga pokok produksi barang-barang yang dihasilkan dapat dihitung jika telah diketahui :

1. Volume produksi masing-masing barang (dilihat dari anggaran produksi);
2. Biaya bahan mentah untuk masing-masing barang (dilihat dari anggaran bahan mentah)
3. Biaya tenaga kerja langsung untuk masing-masing barang (dilihat dari anggaran tenaga kerja)
4. Biaya *overhead* masing-masing bagian produksi dan bagian jasa;
5. Dasar kegiatan masing-masing bagian produksi dan bagian jasa;
6. Angka-angka standar pada masing-masing bagian produksi dan bagian jasa.

Menurut Bustami dan Nurlela (2010 : 40) : “Penentuan harga pokok adalah bagaimana memperhitungkan biaya kepada suatu produk atau pesanan atau jasa, yang dapat dilakukan dengan cara memasukkan seluruh biaya produksi atau hanya memasukkan unsur biaya produksi variabel saja.”

Metode penentuan harga pokok produksi adalah cara memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam harga pokok produksi. Dalam memperhitungkan biaya ke dalam harga pokok produksi terdapat menurut Mulyadi (2005:17) : “Terdapat dua pendekatan yaitu *full costing* dan *variable costing*”.

1. *Full Costing*.

Full costing merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi ke dalam harga pokok produksi, yang terdiri dari bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik baik yang tetap maupun variabel. Dengan demikian harga pokok produksi menurut metode *full costing* terdiri dari unsur biaya produksi (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik baik tetap maupun variabel) ditambah dengan biaya non produksi biaya (pemasaran, biaya administrasi dan umum)



2. *Variable Costing.*

Variable costing merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang berprilaku produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik variabel.

Dalam sistem biaya standar, harga pokok produksi serta operasi produksi dihitung berdasarkan biaya yang telah ditentukan di muka baik dari segi kualitas maupun nilai uangnya. Sistem biaya standar ditentukan berdasarkan estimasi mengenai berapa “Seharusnya” biaya yang diperlukan untuk memproduksi produk atau barang hasil, bukan berdasarkan data biaya historis. Estimasi biaya ini tentu didasarkan atas spesifikasi produk, bahan baku dan proses produksi. Biaya standar harus merupakan biaya normal bahkan biaya-biaya yang paling efisien dalam memproduksi produk yang bersangkutan.

Standar adalah suatu norma, suatu kaidah, dan apa saja yang umumnya dianggap normal, dapat diterima dan dipergunakan sebagai suatu standar. Oleh sebab itu, standar merupakan suatu ukuran sasaran yang harus dipatuhi. Sistem biaya standart sebagai pengendalian biaya utamanya sehingga para manajer dan karyawan bertanggung jawab untuk memenuhi standar dengan mengambil kesempatan berpartisipasi dalam proses penetapan biaya standar. Sistem biaya standar digunakan dalam perhitungan biaya maupun berdasarkan biaya pesanan.

Menurut Carter dan Usry (2009: 730) “Biaya standar adalah biaya yang telah ditentukan sebelumnya untuk memproduksi satu unit atau sejumlah unit tertentu”. Jadi biaya standar merupakan biaya yang direncanakan untuk suatu

produk dalam kondisi operasi sekarang atau yang diantisipasi. Oleh sebab itu, biaya standar merupakan biaya yang direncanakan untuk suatu produk berdasarkan kondisi usaha saat ini.

Mursyidi (2008:49) : “Biaya standar merupakan biaya yang ditentukan dimuka untuk suatu produk yang bersifat homogen dan relatif stabil. Kalkulus biaya standar mempunyai dua elemen, yaitu standar fisik (standar *input* untuk satu unit output), dan standar harga (biaya standar atau tariff per unit *input*)”.

Biaya standar memberikan dasar keputusan yang lebih baik dalam penentuan *revenue* dibandingkan dengan biaya historis. Biaya standar dihitung pada *volume* kegiatan normal dan pada tingkat efisien yang wajar. Fluktuasi acakan pada kegiatan dan harga yang mengakibatkan fluktuasi yang besar pada biaya historis tidak terdapat pada biaya standar. Biaya standar merupakan alat pengawasan biaya yang lebih efektif dibandingkan dengan kebanyakan biaya historis, karena biaya standar memungkinkan perbandingan antara biaya aktual dengan biaya standar yang telah ditentukan terlebih dahulu. Biaya administrasi yang diperlukan untuk sistem biaya standar lebih kecil dari yang dibutuhkan untuk sistem biaya historis.

Menurut Mursyidi (2008:251) : “Salah satu standar dalam sistem biaya standar adalah standar biaya produksi, yang terdiri dari standar bahan baku, standar biaya tenaga kerja dan standar biaya *overhead* pabrik”. Adapun penjelasan dari ketiga standar tersebut adalah sebagai berikut :

1. Standar bahan baku. Standar bahan baku terdiri dari biaya standar dan standar kualitas unit bahan. Bagian produksi akan menetapkan spesifikasi jenis dan

kualitas bahan yang akan digunakan untuk memproduksi barang yang akan dijual sesuai dengan standar volume penjualan

2. Standar biaya tenaga kerja. Standar biaya tenaga kerja juga mencakup tarif upah tenaga kerja dan penggunaan jam kerja. Penetapan biaya standar untuk tenaga kerja relative lebih kompleks dibandingkan penetapan biaya standar untuk bahan baku.
3. Standar biaya *overhead* pabrik

Dalam menghasilkan suatu produk manajer produksi perlu menetapkan biaya produksi. Biaya produksi standar adalah sejumlah uang atau biaya yang dikeluarkan perusahaan secara standar dalam menghasilkan suatu produk. Dalam penetapan biaya produk (*Product costing*) biaya diakumulasikan untuk tiap produk atau kelompok produk yang berhubungan. Gambaran umum kalkulasi biaya berdasarkan aktivitas yang terjadi pada proses produksi mendefinisikan yaitu produksi merupakan kegiatan yang mengubah suatu produk menjadi produk dalam bentuk lain yang memiliki manfaat lebih baik atau sama sekali berbeda". Sistem harga pokok ini dapat diterapkan pada metode harga pokok pesanan maupun harga pokok proses pada perusahaan yang mapan (*established*) dan menggunakan teknologi maju.

Biaya produksi standar yang ditetapkan pihak manajemen perusahaan adalah biaya bahan baku standar, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik standar. Ketiga jenis biaya produksi standar ini digunakan untuk menetapkan harga jual produksi yang berlebih atau tinggi. Pengeluaran biaya produksi yang tinggi secara langsung mempengaruhi harga jual produk sedangkan

harga jual produk di pasaran menjadi saingan jadi pihak manajemen mengendalikan pengeluaran biaya produksi tersebut dengan menggunakan penetapan biaya produksi standar.

Menurut Bustami dan Nurlela (2010:79) :

Untuk penentuan penetapan biaya standar bahan baku ini perlu diperhatikan :

1. Penyusunan anggaran bahan baku.
2. Penyimpanan bahan baku yang terbaik.
3. Pembelian yang terjadwal.
4. Pengiriman dan pengawasan bahan baku.

Biaya produksi standar mencakup biaya bahan baku standar, biaya tenaga kerja langsung standar dan biaya overhead pabrik standar. Penetapan biaya bahan baku standar adalah penggunaan bahan baku dalam produk. Penetapan biaya tenaga kerja dalam proses produksi sesuai produk yang dihasilkan.

Efisiensi merupakan suatu hal yang penting yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk mencapai laba yang optimal. Konsep efisiensi berkaitan dengan seberapa jauh suatu proses mengkonsumsi masukan dibandingkan dengan standar atau sesuatu yang bisa dijadikan pembanding. Efisiensi dan efektifitas merupakan dua macam kriteria yang biasa digunakan untuk menilai prestasi pusat pertanggung jawaban. Menurut Rahmawati (2007:105) mengemukakan bahwa “Efisiensi merupakan suatu ukuran dalam membandingkan pemakaian masukan yang direncanakan dengan pemakaian masukan yang sebenarnya dilaksanakan”.

Hal ini sejalan dengan pendapat yang diungkapkan oleh Husein dalam buku yang berjudul *Business An Introduction* (2003:121): “Efisiensi merupakan ukuran dalam membandingkan input yang direncanakan dengan yang sebenarnya.

Apabila masukan yang sebenarnya makin hemat, maka tingkat efisiensinya makin

tinggi, dan makin kecil masukan yang dapat dihemat akan makin rendah tingkat efisiensinya". Pengertian efisiensi dalam produksi merupakan perbandingan antara *output* dan *input*, berkaitan dengan tercapainya *output* maksimum dengan sejumlah *input*. Jika rasio *ouput* besar maka efisiensi dikatakan semakin tinggi. Dapat dikatakan bahwa efisiensi adalah penggunaan *input* terbaik dalam memproduksi *output*

Menurut Supriyono (2008: 24) :

Efisiensi adalah rasio keluaran terhadap masukan. Suatu pusat pertanggung-jawaban (biaya) dinamakan efisien jika pusat pertanggung-jawaban tersebut :

1. Sumber atau biaya atau masukan yang digunakan lebih kecil untuk menghasilkan keluaran dalam jumlah yang sama.
2. Sumber atau biaya atau masukan yang digunakan adalah sama untuk menghasilkan keluaran dalam jumlah lebih besar.

Perusahaan dengan operasi yang efisien tidak akan membuang sumber daya. Penilaian efisiensi terpisah dari penilaian efektivitas. "Sebuah perusahaan dapat efektif melalui pencapaian tujuan atau sasaran yang disusun untuk operasinya, tetapi masih belum efisien, dan perusahaan yang efisien mungkin belum efektif jika gagal mencapai tujuan operasi" (Blocher, dkk, 2007:726).

Menurut Simamora (2005:301) : "Pengendalian biaya (*cost control*) adalah perbandingan kinerja aktual dengan kinerja standar, penganalisaan selisih-selisih yang timbul guna mengidentifikasi penyebab-penyebab yang dapat dikendalikan, dan pengambilan tindakan untuk membenahi atau menyesuaikan perencanaan dan pengendalian pada masa akan datang".

Satu-satunya cara mengukur efisiensi adalah dengan membandingkan biaya aktual dengan biaya standar atau tolak ukur biaya lainnya.

E. Hubungan Biaya, Volume dan Laba

Menurut Garrison/Noreen (2006:322) yaitu “analisis *cost-volume-profit* adalah salah satu dari beberapa alat yang sangat berguna bagi manajer dalam memberikan perintah. Alat ini membantu manajer untuk memahami hubungan timbal balik antara biaya, volume, dan laba”.

Menurut Blocher/Chen/Cokins/Lin (2007:387) yaitu “analisis *cost-volume-profit* merupakan metode untuk menganalisis bagaimana keputusan operasi dan keputusan pemasaran mempengaruhi laba bersih, berdasarkan pemahaman tentang hubungan antara biaya variabel, biaya tetap, harga jual per unit, dan tingkat output”.

Menurut Hansen & Mowen (2009:423) yaitu “analisis *cost-volume-profit* merupakan alat yang berguna untuk perencanaan dan pengambilan keputusan. Karena analisis CVP menekankan pada keterkaitan antara biaya, jumlah yang dijual, dan harga, analisis ini menggabungkan semua informasi keuangan perusahaan”.

Analisis CVP dapat menjadi alat yang berharga untuk mengidentifikasi luas dan besarnya masalah ekonomi yang dihadapi perusahaan dan membantu menunjukkan secara tepat jawaban yang diperlukan. Analisis CVP juga dapat ditujukan pada banyak isu lainnya, seperti: jumlah unit yang harus dijual agar impas; dampak pengurangan biaya tetap pada titik impas; dan dampak peningkatan harga pada laba. Sebagai tambahan, analisis CVP memungkinkan manajer untuk melakukan analisis sensitivitas dengan menguji pengaruh berbagai tingkat harga atau biaya pada laba.

Menurut Bustami (2010:208), analisis *cost-volume-profit* dapat digunakan untuk hal-hal sebagai berikut:

1. Mengetahui jumlah penjualan minimal yang harus dipertahankan agar perusahaan tidak mengalami kerugian.

2. Mengetahui jumlah penjualan yang harus dicapai untuk memperoleh tingkat keuntungan tertentu.
3. Mengetahui seberapa jauh berkurangnya penjualan agar perusahaan tidak mengalami kerugian.
4. Mengetahui bagaimana efek perubahan harga jual, biaya dan volume penjualan.
5. Menentukan bauran produk yang diperlukan untuk mencapai jumlah laba yang ditargetkan.

Hubungan biaya, volume dan laba seringkali diartikan sebagai analisis titik impas. Hal ini sangat disayangkan karena analisis titik impas hanyalah satu elemen dalam hubungan tersebut, walaupun merupakan elemen yang penting.

Pengertian Analisis Titik Impas (*Break Event Point*) menurut Bustami (2010:208), "Suatu cara atau teknik yang digunakan oleh seorang manajer perusahaan untuk mengetahui pada volume (jumlah) penjualan dan volume produksi berapakah suatu perusahaan yang bersangkutan tidak menderita kerugian dan tidak pula memperoleh laba".

Menurut Blocher/Chen/Cokins/Lin (2007:392) adalah "titik impas yaitu titik ketika pendapatan sama dengan biaya total dan laba sama dengan nol".

Bustami (2010:208-209) mengemukakan bahwa "analisis biaya, volume, dan laba maupun titik impas akan memberikan hasil yang memadai apabila asumsi berikut terpenuhi:

1. Perilaku penerimaan dan pengeluaran dilukiskan dengan akurat dan bersifat linier sepanjang jangkauan (rentang) yang relevan.
2. Biaya dapat dipisah menjadi biaya tetap dan biaya variabel.
3. Efisiensi dan produktivitas tidak akan berubah.
4. Harga jual tidak akan mengalami perubahan.
5. Biaya-biaya tidak berubah.
6. Bauran penjualan tetap konstan.
7. Tidak ada perbedaan yang signifikan (nyata) antara persediaan awal dan persediaan akhir".

F. Pengertian Efektif dan Efisiensi

Efektif adalah kata dasar dari efektivitas yang mengandung pengertian dicapainya keberhasilan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Efektivitas selalu terkait dengan hubungan antara hasil yang diharapkan dengan hasil yang telah dicapai. Efektivitas dapat dilihat dari berbagai sudut pandang (*view point*) dan dapat dinilai dengan berbagai cara dan mempunyai kaitan yang erat dengan efisiensi.

Menurut pendapat Mahmudi dalam bukunya *Manajemen Kinerja Sektor Publik* mendefinisikan efektivitas, sebagai berikut : “Efektivitas merupakan hubungan antara *output* dengan tujuan, semakin besar kontribusi (sumbangan) *output* terhadap pencapaian tujuan, maka semakin efektif organisasi, program atau kegiatan” (Mahmudi, 2005:92).

Efektivitas berfokus pada *outcome* (hasil), program, atau kegiatan yang dinilai efektif apabila *output* yang dihasilkan dapat memenuhi tujuan yang diharapkan atau dikatakan *spending wisely*. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 2.1 mengenai hubungan arti efektivitas di bawah ini.

$$\text{Efektivitas} = \frac{\text{OUTCOME}}{\text{OUTPUT}}$$

Gambar Hubungan Efektivitas

Sumber: Mahmudi, 2005:92.

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, maka efektivitas adalah menggambarkan seluruh siklus input, proses dan output yang mengacu pada hasil

guna daripada suatu organisasi, program atau kegiatan yang menyatakan sejauhmana tujuan (kualitas, kuantitas, dan waktu) telah dicapai, serta ukuran berhasil tidaknya suatu organisasi mencapai tujuannya dan mencapai target-targetnya. Hal ini berarti, bahwa pengertian efektivitas yang dipentingkan adalah semata-mata hasil atau tujuan yang dikehendaki.

Pandangan yang sama menurut pendapat Peter F. Drucker yang dikutip H.A.S. Moenir dalam bukunya *Manajemen Umum di Indonesia* yang mendefinisikan efektivitas, sebagai berikut : “*Effectiveness, on the other hand, is the ability to choose appropriate objectives. An effective manager is one who selects the right things to get done*”. (Efektivitas, pada sisi lain, menjadi kemampuan untuk memilih sasaran hasil sesuai. Seorang manajer efektif adalah satu yang memilih kebenaran untuk melaksanakan) (dalam Moenir, 2006:166).

Memperhatikan pendapat para ahli di atas, bahwa konsep efektivitas merupakan suatu konsep yang bersifat multidimensional, artinya dalam mendefinisikan efektivitas berbeda-beda sesuai dengan dasar ilmu yang dimiliki walaupun tujuan akhir dari efektivitas adalah pencapaian tujuan. Kata efektif sering dicampuradukkan dengan kata efisien walaupun artinya tidak sama, sesuatu yang dilakukan secara efisien belum tentu efektif.

Menurut pendapat Markus Zahnd dalam bukunya *Perancangan Kota Secara Terpadu* mendefinisikan efektivitas dan efisiensi, sebagai berikut : “Efektivitas yaitu berfokus pada akibatnya, pengaruhnya atau efeknya, sedangkan efisiensi berarti tepat atau sesuai untuk mengerjakan sesuatu dengan tidak membuang-buang waktu, tenaga dan biaya” (Zahnd, 2006:200-2001).

Berdasarkan penjelasan di atas, bahwa efektivitas lebih memfokuskan pada akibat atau pengaruh sedangkan efisiensi menekankan pada ketepatan mengenai sumber daya, yaitu mencakup anggaran, waktu, tenaga, alat dan cara supaya dalam pelaksanaannya tepat waktu. Lebih lanjut menurut

Agung Kurniawan dalam bukunya *Transformasi Pelayanan Publik* mendefinisikan efektivitas, sebagai berikut : “Efektivitas adalah kemampuan melaksanakan tugas, fungsi (operasi kegiatan program atau misi) daripada suatu organisasi atau sejenisnya yang tidak adanya tekanan atau ketegangan diantara pelaksanaannya” (Kurniawan, 2005:109).

Sehubungan dengan hal-hal yang dikemukakan di atas, maka secara singkat pengertian daripada efisiensi dan efektivitas adalah, efisiensi berarti melakukan atau mengerjakan sesuatu secara benar, “*doing things right*”, sedangkan efektivitas melakukan atau mengerjakan sesuatu tepat pada sasaran “*doing the right things*”. Tingkat efektivitas itu sendiri dapat ditentukan oleh terintegrasinya sasaran dan kegiatan organisasi secara menyeluruh, kemampuan adaptasi dari organisasi terhadap perubahan lingkungannya.

Dipandang dari sudut ilmu pemerintahan efektivitas sangat penting, oleh karena hal tersebut merupakan salah satu kriteria yang harus diperhatikan dalam ilmu pemerintahan. Dalam kaitan ini, maka berikut ini dikemukakan beberapa pengertian efektivitas menurut pendapat ahli, yaitu :

Mengacu pada penjelasan diatas, maka untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif perlu adanya harmonisasi kemampuan sumberdaya dengan menggunakan sarana yang lain sehingga sasaran yang akan dicapai menjadi

jelas. Pencapaian sasaran tersebut dapat dikatakan efektif apabila adanya keharmonisan.

Setiap pekerjaan pegawai dalam organisasi sangat sangat menentukan bagi pencapaian hasil kegiatan seperti yang telah direncanakan terlebih dahulu. Untuk itu faktor keefektifannya banyak mempengaruhi kepada kemampuan aparatur dan organisasi dalam melaksanakan tugas dan kewenangannya. Tingkat pencapaian tujuan aparatur dalam suatu organisasi dikatakan efektif apabila pencapaian itu sesuai dengan tujuan organisasi dan memberikan hasil yang bermanfaat.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan penulis adalah penelitian deskriptif. Menurut Sugiyono (2008:11) “Penelitian deskriptif yaitu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan,/menghubungkan dengan variabel lain”.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT. Modern Plasindo Mutiara yang berlokasi Jl. Medan – Binjai Km. 12 (Pupuk Kompos) No. 130 Desa Pujimulyo Kecamatan Sunggal Kabupaten Deli Serdang Kode Pos 20351 Telp. 061 – 8452285.

3. Waktu Penelitian

Adapun waktu penelitian direncanakan dari bulan Nopember 2012 sampai dengan Februari 2013.

Tabel 3.1
Rencana Waktu Penelitian

No	Keterangan	Nop. 2012				Des.2012				Jan. 2013				Feb. 2013			
		I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
1	Pengajuan Judul																
2	Konsultasi / Bimbingan																
3	Pembuatan dan Seminar Proposal																
4	Pengumpulan Data																
5	Analisis Data																
6	Penyusunan & Bimbingan Skripsi																
7	Pengajuan dan Sidang Meja Hijau																

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2008:72), “populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh data biaya produk per pesanan dan target laba per pesanan di PT. Modern Plasindo Mutiara yaitu sebanyak 125 pesanan selama tahun 2012.

2. Sampel

Menurut Sugiono (2008:73), “sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi”. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 30 pesanan terakhir kantong plastik yang terjadi di PT. Modern Plasindo Mutiara.

C. Definisi Operasional Variabel

Variabel-variabel yang diteliti sehubungan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Biaya Produk Perpesanan (X). Biaya produk adalah yang dikeluarkan untuk membuat suatu produk yang timbul akibat dari adanya pesanan yang terjadi di PT. Modern Plasindo Mutiara.

2. Penentuan Target Laba (Y).

Penentuan target laba adalah kebijakan yang diterapkan oleh pihak manajemen PT. Modern Plasindo Mutiara dalam menentukan berapa minimum laba yang diharapkan dari suatu pesanan.

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 1/2/24

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 (repository.uma.ac.id)1/2/24

D. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan peneliti dalam melakukan penelitian adalah data kuantitatif dan kualitatif. Sumber data penelitian ini diperoleh dari data primer dan sekunder yang diperoleh dari bagian produksi di PT. Modern Plasindo Mutiara.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dari penelitian ini adalah :

1. Wawancara, yaitu tanya jawab langsung dengan pihak dalam perusahaan.
2. Dokumentasi, yaitu: dengan mengumpulkan data dari teori-teori yang berhubungan dengan data biaya produksi dan target laba PT. Modern Plasindo Mutiara dalam kegiatan produksi 30 pesanan terakhir kantong plastik yang terjadi di PT. Modern Plasindo Mutiara selama tahun 2012.

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah tehnik analisis data deskriptif Analisis data deskriptif, yaitu suatu teknik penganalisaan yang dirumuskan dan menafsirkan data dan keterangan yang diperoleh dengan jalan melakukan pengumpulan, penyusunan dan pengklasifikasikan data kemudian interpretasi. Analisis deskriptif pada penelitian ini dilakukan dengan :

1. Analisis Data Primer

Dalam analisis data primer, digunakan metode deskriptif-kuantitatif. Untuk menjawab rumusan masalah digunakan perhitungan mean score. Selanjutnya dari data yang diperoleh, dicari nilai rata-ratanya dan standar deviasi untuk mengetahui ukuran pemusatan dan ukuran keragaman tanggapan responden.

Dengan menggunakan rumus :

$$\text{Rata-rata} = \frac{\sum X_i F_i}{N}$$

dimana :

X_i = nilai pengukuran ke- i

F_i = frekuensi kelas ke- i

n = banyaknya pengamatan

Hasil dari nilai rata-rata dan standar deviasi tersebut kemudian dipetakan ke rentang skala yang mempertimbangkan informasi interval berikut :

$$\begin{aligned} \text{Interval} &= \frac{\text{nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}}{\text{banyaknya kelas}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0,8 \end{aligned}$$

(Sumber : Durianto, 2001)

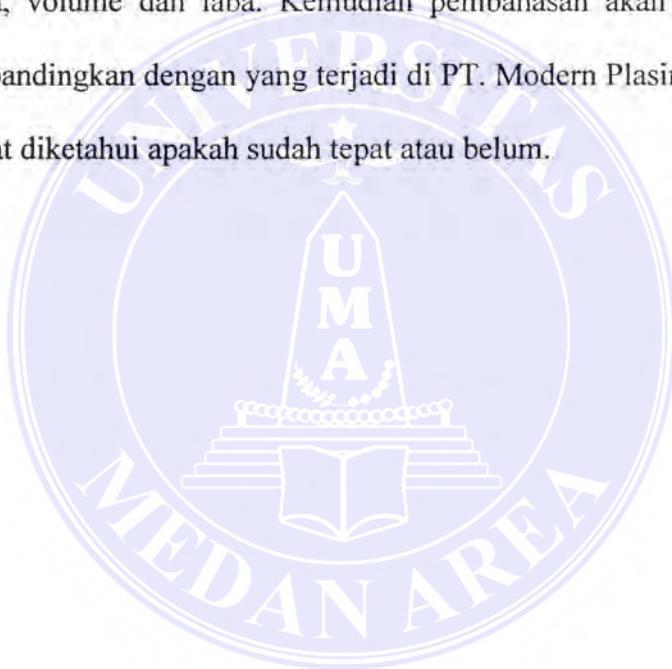
Setelah besarnya interval diketahui, kemudian dibuat rentang skala sehingga dapat diketahui dimana letak rata-rata penilaian responden terhadap setiap unsur diferensiasinya dan sejauh mana variasinya. Informasi rentang skala tersebut adalah sebagai berikut:

- 1,00 – 1,80 : Sangat jelek
- 1,81 – 2,60 : Jelek

- 2,61 – 3,40 : Rata-rata
- 3,41 – 4,20 : Baik
- 4,21 – 5,00 : Sangat Baik

2. Analisis Data Sekunder.

Analisis data sekunder dilakukan dengan menggunakan teori yang berhubungan dengan penentuan target laba perpesanan dengan menggunakan analisis biaya, volume dan laba. Kemudian pembahasan akan dilanjutkan dengan membandingkan dengan yang terjadi di PT. Modern Plasindo Mutiara sehingga dapat diketahui apakah sudah tepat atau belum.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari hasil pembahasan pada bab sebelumnya mengenai perhitungan biaya produk per pesanan yang dilakukan PT. Modern Plasindo Mutiara dalam hubungannya terhadap kebijakan target laba untuk 30 pesanan terakhir, peneliti berkesimpulan sebagai berikut:

1. Rata-rata skor variabel Perhitungan Biaya Berdasarkan Pesanan di PT. Modern Plasindo adalah sebesar 4,675 yang mengandung arti bahwa perhitungan biaya produksi berdasarkan pesanan di PT. Modern Plasindo Mutiara termasuk dalam kategori sangat baik
2. Rata-rata skor variabel Target Laba di PT. Modern Plasindo adalah sebesar 4,725 yang mengandung arti bahwa penetapan target laba di PT. Modern Plasindo Mutiara termasuk dalam kategori sangat baik
3. PT. Modern Plasindo Mutiara dalam perhitungan harga pokok produksi menggunakan *variable costing* karena manajemen perusahaan hanya hanya memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku variabel yang dikelompokkan sebagai biaya produk yang terdiri dari biaya bahan baku, tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik
4. Manajemen PT. Modern Plasindo Mutiara merencanakan target laba yang ingin dicapai untuk setiap pesanan pada tahun 2012 adalah sebesar 30 % dari harga pokok produksi dari setiap pesanan.

B. Saran

Dari kesimpulan di atas, peneliti mencoba memberikan saran yang mungkin berguna bagi perusahaan sehubungan dengan perhitungan biaya produk per pesanan yang dilakukan PT. Modern Plasindo Mutiara dalam hubungannya terhadap kebijakan target laba, sebagai berikut :

1. Penerapan metode perhitungan biaya berdasarkan pesanan sebaiknya diiringi dengan adanya peningkatan jumlah pesanan secara berkelanjutan dari tahun ke tahun..
2. Perusahaan ada baiknya dalam melakukan perhitungan biaya produksi menggunakan *full costing*, sehingga biaya yang diperhitungkan tidak hanya yang terkait dengan biaya produksi namun juga biaya non produksi.
3. Target laba sebesar 30 % harus memperhitungkan juga adanya kemungkinan penurunan dalam jumlah pesanan dari tahun sebelumnya sehingga dapat mengantisipasi adanya kerugian jika terjadi penurunan dalam jumlah pesanan pada tahun berjalan.

DAFTAR PUSTAKA

- Blocher, Edward J., et al, 2007, *Cost Management, Manajemen Biaya*, Diterjemahkan oleh Tim Penerjemah Penerbit Salemba, Edisi 3. Buku 1 , Salemba Empat, Jakarta.
- Bustami, Bastian dan Nurlela, 2010, *Akuntansi Biaya*, Edisi Kedua, Penerbit Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Carter, Wiliam K. Milton F. Usry, 2009. *Akuntansi Biaya*, Penerjemah: Krista, Edisi 13, Penerbit Salemba Empat, Jakarta
- Gordon, Hilton, dan Welsch, 2005, *Anggaran-Perencanaan dan Pengendalian Laba*, Terjemahan RA. Bee Tien Kartini Raf, Edisi Kelima, Penerbit Bumi Aksara, Jakarta.
- Hansen dan Mowen, 2009, *Akuntansi Manajemen*, 8th, Erlangga, Jakarta.
- Harahap, Sofyan Syafri, 2007, *Teori Akuntansi*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Harnanto. 2003, *Akuntansi Perpajakan*, Edisi Pertama, BPFE, Yogyakarta.
- Hornngren, Datar dan Foster, 2006, *Akuntansi Biaya Penekanan Manajerial*, PT. Intermedia, Jakarta.
- Husein, Umar, 2003, *Business an Introduction*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Jusuf, Jopie, 2008, *Analisis Kredit Untuk Account Officer*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Kurniawan, Agung, 2005, *Transformasi Pelayanan Publik*, Pembaruan, Yogyakarta.
- Mahmudi, 2005, *Manajemen Kinerja Sektor Publik*, Akademi Manajemen Perusahaan, YKPN, Yogyakarta.
- Moenir, 2006, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, PT Bumi Aksara, Jakarta.
- Mulyadi, 2005, *Akuntansi Biaya*, Akademi Manajemen Perusahaan, YKPN, Yogyakarta.
- Mursyidi, 2008, *Akuntansi Biaya*, PT. Refika Aditama, Bandung.
- Rahmawati, Nunung, 2007, *Analisis Efisiensi Modal Kerja dan Pemasaran Terhadap Laba Perusahaan PT. Pindad (Persero) Bandung*, Skripsi, FPIPS UPI, Bandung.

- Simamora, Henry, 2005, **Akuntansi Manajemen**, Edisi Revisi, Salemba Empat, Jakarta.
- Sirait, J. T., 2006, **Anggaran Sebagai Alat Bantu Bagi Manajemen**, Penerbit PT. Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta.
- Sugiyono, 2008, **Metode Penelitian Bisnis**, Alfabeta, Bandung.
- Supriyono, R.A., 2008, **Akuntansi Biaya Perencanaan dan Pengendalian Biaya serta Pembuatan Keputusan**, BPFE UGM, Yogyakarta.
- Zahnd, Markus, 2006, **Perancangan Kota Secara Terpadu**, Kanisius, Yogyakarta.

