

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dunia usaha era sekarang ini, semakin dihadapkan pada berbagai macam tantangan. Tantangan tersebut dapat berasal dari dalam maupun dari luar perusahaan tersebut. Untuk mewujudkan Visi dan Misi dari sebuah perusahaan diperlukan kerja sama yang baik dari para pengambil kebijakan (*Stakeholder*) yang ada didalam manajemen perusahaan tersebut.

Salah satu hal yang perlu mendapat perhatian yang lebih oleh perusahaan adalah bagaimana perusahaan dituntut untuk bisa menghasilkan barang dan jasa yang bernilai dan berkualitas baik. Hal ini bertujuan untuk menghadapi persaingan antar perusahaan yang memproduksi produk sejenis. Sebagai perusahaan manufaktur biaya dibedakan menjadi biaya produksi dan biaya non produksi. Biaya yang dikeluarkan harus diklasifikasikan secara jelas, sehingga memungkinkan dalam penentuan harga jual produksi secara teliti. Perusahaan yang tumbuh dan berkembang adalah perusahaan yang dapat bekerja dengan produktifitas dan efisien yang tinggi agar perusahaan dapat memproduksi dengan tepat jumlah, waktu, dan biaya serendah mungkin. Dalam hal ini peran biaya produksi sangat penting, terutama dalam meningkatkan keunggulan bersaing dari suatu perusahaan.

Menurut Mulyadi (2012) Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi dalam hubungannya dengan pengolahan bahan baku menjadi barang jadi. Dalam perusahaan penentuan harga jual produk dan jasa merupakan salah satu

jenis pengambilan keputusan manajemen yang penting. Menurut Sukiman (2011) harga jual adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi suatu barang atau jasa yang ditambah dengan persentase laba yang diinginkan perusahaan. Hansen dan Mowen (2009:7), mendefinisikan biaya sebagai kas atau nilai setara kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat saat ini atau masa di masa depan bagi organisasi. Biaya dikatakan sebagai setara kas karena sumber nonkas dapat ditukar dengan barang atau jasa yang diinginkan.

Menurut Supriyono (2014:16) mengatakan bahwa biaya adalah harga perolehan yang dikorbankan atau digunakan dalam rangka memperoleh penghasilan (revenue) dan akan dipakaikan sebagai pengurang keberhasilan.

Biaya produksi juga merupakan dasar yang memberikan perlindungan bagi perusahaan dari kemungkinan kerugian. Kerugian akan mengakibatkan suatu usaha tidak dapat tumbuh dan dapat mengakibatkan perusahaan harus menghentikan kegiatan bisnisnya. Untuk menghindari kerugian, salah satu cara adalah dengan berusaha memperoleh pendapatan yang paling tidak dapat menutup biaya produksi. Dengan demikian, sangat penting memperhitungkan biaya produksi dan menetapkan harga jual produk dengan tepat untuk memberikan perlindungan bagi perusahaan dari kerugian.

Perencanaan dan pengendalian biaya produksi dapat dilakukan dengan perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) secara tepat dan akurat dengan tetap menjaga kualitas dari barang atau produk yang dihasilkan. Informasi mengenai biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya overhead pabrik. Harga Pokok

Produksi (HPP) ini nantinya akan digunakan untuk penentuan harga jual produk. Dalam perhitungan unsur-unsur biaya kedalam Harga Pokok Produksi (HPP), terdapat dua pendekatan yaitu full costing dan variabel costing. Full costing merupakan metode penentuan Harga Pokok Produksi (HPP) yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi kedalam Harga Pokok Produksi (HPP) yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik yang berperilaku variabel maupun tetap, sedangkan variabel costing merupakan metode penentuan Harga Pokok Produksi (HPP) yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku variabel kedalam Harga Pokok 3 Produksi (HPP) yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik variabel.

Air Meneral Wai Tuo merupakan salah satu jenis perusahaan yang bergerak dalam industri pembuatan Air Minum Dalam Kemasan (AMDK). Produk yang dihasilkan adalah Air Minum Dalam Kemasan. Jika peneliti perhatikan perkembangan usaha industri pembuatan air minum kemasan sekarang ini semakin mengalami persaingan yang positif karena konsumen diberikan berbagai pilihan air minum dalam kemasan. Jika Air Mineral Wai Tuo di Desa Baloli Kec.Masamba Kab. Luwu Utara ingin tetap menjalankan usahanya ditengah banyaknya produk sejenis yang bersaing memperebutkan hati para konsumen, maka perlu bagi perusahaan untuk memperhatikan faktor-faktor apa saja yang berpengaruh terhadap harga jual, salah satunya adalah biaya produksi. Melihat hal tersebut, maka peneliti tertarik dalam membahas penelitian dengan

judul : “Analisis Biaya Terhadap Profit Margin Air Mineral Wai Tuo Desa Baloli
Kec. Masamba Kab. Luwu Utara Air Minum Dalam Kemasan (AMDK).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah yang dikemukakan adalah Bagaimana biaya berpengaruh terhadap Profit Margin Air Mineral Wai Tuo di Desa Baloli?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui biaya terhadap Profit Margin Air Mineral Wai Tuo di Kabupaten Luwu Utara.

1.4 Manfaat Penelitian

Penyusunan penelitian ini, pada hasilnya di harapkan dapat memberikan suatu manfaat baik secara langsung maupun tidak langsung untuk berbagai pihak yaitu:

a. Bagi Peneliti.

Untuk meningkatkan wawasan dan ilmu pengetahuan terkait dengan pengaruh antar variabel-variabel yang diteliti, dan penyelesaian skripsi.

b. Bagi Perusahaan

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi masukan bagi pimpinan Air Mineral wai Tuo untuk memperbaiki atau meningkatkan hasil penjualan melalui pelatihan kerja dan pemberian kompensasi

c. Bagi Akademi

Penulis berharap agar berpeluang besar menjadi referensi bagi mahasiswa dan kalangan akademisi lainnya, khususnya yang satu bidang dengan penelitian ini yaitu Manajemen Keuangan.

1.5 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup

Ruang lingkup dalam penelitian ini adalah Air Mineral Wai Tuo. Penelitian ini dilakukan untuk melihat biaya terhadap Profit Margin Air Mineral Wai Tuo.

1.5.2 Batasan penelitian

Berikut batasan-batasan masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- a. Biaya sebagai variabel (X)
- b. Profit Margin sebagai variabel (Y)

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Akuntansi Biaya

Akuntansi biaya banyak digunakan dalam organisasi, perusahaan pabrikan, dagang dan jasa seperti: pemerintah, universitas, rumah sakit dan lain-lain sebagainya. Akuntansi biaya dibutuhkan oleh perusahaan baik yang berorientasi pada laba atau perusahaan nirlaba. Semua perusahaan mempunyai kebutuhan dalam informasi biaya, dan informasi biaya tersebut dapat ditemukan dalam akuntansi biaya.

Akuntansi biaya dapat digunakan untuk tujuan pelaporan kepada pihak internal dan tujuan eksternal perusahaan. Untuk tujuan internal perusahaan dapat digunakan dalam pengambilan keputusan oleh manajemen dan mengevaluasi kinerja masing-masing divisi dalam perusahaan, sedangkan untuk tujuan eksternal perusahaan dapat digunakan untuk pelaporan hasil usaha kepada pihak investor dan untuk menyusun surat pemberitahuan pajak. Menurut Supriono (2011:12) Akuntansi Biaya adalah “salah satu cabang akuntansi yang merupakan alat manajemen dalam memonitor dan merekam transaksi biaya secara sistematis serta menyajikan informasi biaya dalam bentuk laporan. Akuntansi biaya adalah suatu bidang akuntansi yang mempelajari bagaimana cara mencatat, mengukur dan melaporkan tentang informasi biaya yang digunakan, (Bastian Bustami dan Nurlaela 2006:02) 5 6 B.

2.2 Biaya

2.2.1. Pengertian Biaya

Biaya atau *cost* adalah 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 kedalam neraca.

Biaya sangat penting untuk dipahami karena dengan melakukan perencanaan yang tepat, dapat digunakan untuk membantu *stake holder* dalam melakukan perencanaan, pengendalian, dan pembuatan keputusan ekonomi. Terdapat banyak sekali dari pengertian biaya itu sendiri, karena itu apabila terjadi kesalahan dalam penafsiran biaya maka dapat berdampak bagi keputusan yang akan diambil di perusahaan.

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

Hansen, Women (2009:40), “Biaya adalah kas atau nilai ekuivalen kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat saat ini atau dimasa datang bagi organisasi”.

Menurut Supriono (2011:14), juga membedakan biaya kedalam dua pengertian yang berbeda yaitu biaya dalam arti *cost* dan biaya dalam arti *expense*.

Biaya dalam arti *cost* (harga pokok) adalah jumlah yang dapat diukur dalam satuan uang dalam rangka pemilikan barang dan jasa yang diperlukan perusahaan, baik pada masa lalu (harga perolehan yang telah terjadi) maupun pada masa yang

akan datang (harga perolehan yang akan terjadi). Sedangkan *expence* (beban) adalah biaya yang dikorbankan atau dikonsumsi dalam rangka memperoleh pendapatan (*revenues*) dalam suatu periode akuntansi tertentu.

Besarnya biaya diukur dengan menggunakan satuan moneter, di Indonesia adalah rupiah, yang jumlahnya dipengaruhi oleh transaksi dalam rangka pemilihan barang dan jasa tersebut.

Mulyadi (2012) mendefinisikan biaya ke dalam dua jenis, yaitu pengertian biaya dalam arti luas dan pengertian biaya dalam arti sempit. Dalam arti luas biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi dan kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu. Sedangkan dalam arti sempit, biaya diartikan sebagai pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh aktiva. Sedangkan menurut Foster (2006) mengemukakan : “biaya (*cost*) sebagai sumber daya yang dikorbankan atau dilepaskan untuk mencapai tujuan tertentu”. Menurut Carter (2009) : biaya suatu nilai tukar, pengeluaran, pengorbanan yang dikeluarkan untuk menjamin memperoleh manfaat. Batubara, H (2013), Definisi diatas disimpulkan bahwa biaya adalah harga perolehan dari suatu pengorbanan atas sumber-sumber ekonomi baik barang atau jasa untuk mendapat sesuatu yang merupakan tujuan yaitu pendapatan atau penghasilan baik di masa kini atau masa sekarang.

Dari berbagai penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa biaya sebagai suatu pengorbanan atas sumber-sumber ekonomi untuk mendapatkan sesuatu atau untuk mencapai tujuan tertentu yang bermanfaat pada saat ini atau pada masa

yang akan datang (pendapatan). Seringkali istilah biaya dianggarkan sinonim dengan harga pokok dan beban dari sesuatu atau tujuan tertentu tersebut.

Biaya sebagai harga pokok, biaya yang dapat diukur atau merupakan harga pertukaran atas sumber ekonomis yang dikorbankan atau diserahkan untuk mendapatkan suatu barang, jasa atau aktiva. Sedangkan biaya sebagai beban apabila pengorbanan yang diperlukan itu terjadi dalam rangka merealisasikan pendapatan.

2.2.2 Objek Biaya

Obyek biaya atau tujuan biaya (*cost objective*) adalah tempat dimana biaya atau aktivitas diakumulasikan atau diukur. Unsur aktivitas-aktivitas yang dapat dijadikan sebagai obyek biaya adalah:

1. Produk

Produk adalah barang atau jasa yang dapat diperjual belikan. Dalam marketing, produk apapun yang bisa ditawarkan ke sebuah pasar dan bisa memuaskan sebuah keinginan atau kebutuhan.

2. Produksi

Produksi merupakan suatu kegiatan yang dikerjakan untuk menambah nilai guna suatu benda atau menciptakan benda baru sehingga lebih bermanfaat dalam memenuhi kebutuhan. Kegiatan menambah daya guna suatu benda tanpa mengubah sifat dan bentuknya dinamakan produksi barang.

3. Departemen

Departemen Departemen adalah suatu bagian yang memiliki tugas spesifik dari suatu organisasi yang lebih besar. Istilah ini biasanya digunakan untuk:

a).Kementerian dalam suatu pemerintah negara. b).Bagian dari suatu

perusahaan.c).Departemen (pembagian negara), subdivisi dari suatu negara.d).Departemen Store.(e).Jurusan pada perguruan tinggi

4. Divisi

Bagian dari suatu perusahaan besar : pegawai Pertamina divisi perkapalan.

5. Lini produk

Lini Produk adalah sekelompok produk yang berhubungan yang diproduksi oleh suatu perusahaan. Suatu perusahaan dapat memiliki lebih dari satu lini produk dan tiap produk dalam satu lini tersebut dapat dijual secara terpisah. Lini produk dapat terdiri atas produk yang berhubungan dengan berbagai ukuran, jenis, warna, kualitas, atau harga.

6. Kontrak

Kontrak adalah kesepakatan antara dua orang atau lebih mengenai hal tertentu yang disetujui oleh mereka.

7. Pesanan pelanggan

Setiap pesanan yang diminta pelanggan harus segera dilayani dengan cara mendengarkan dan dicatat. Kemudian mengecek kembali apakah ada perubahan jenis dan jumlah pesanan atau tidak, jadwal atau waktu pengiriman barang.

8. Proses

Proses adalah urutan pelaksanaan atau kejadian yang terjadi secara alami atau didesain, mungkin menggunakan waktu, ruang, keahlian, atau sumber daya lainnya, yang menghasilkan suatu hasil.

9. Tujuan Strategis

Tujuan strategis atau tujuan utama adalah sebuah penjabaran dari pernyataan misi, yang dikembangkan dengan spesifisitas yang lebih besar mengenai bagaimana agen akan melakukan misinya.

Obyek biaya tersebut dapat digunakan untuk menelusuri biaya dan menentukan seberapa obyektif, biaya tersebut dapat diandalkan dan seberapa berartinya ukuran biaya yang dihasilkan.

2.3 Biaya Produksi

2.3.1 pengertian Biaya Produksi

Biaya Produksi Menurut Mulyadi (2012) biaya produksi merupakan “biaya-biaya yang terjadi dalam hubungannya dengan pengolahan bahan baku menjadi barang jadi”. Menurut Sadono Sukirno (2014) biaya produksi adalah “semua pengeluaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperoleh faktor-faktor produksi dari 11 bahan-bahan mentah yang akan digunakan untuk menciptakan barang-barang yang diproduksi tersebut”.

Menurut Bastian Bustami dan Nurlaela (2006:10) dalam bukunya akuntansi biaya menjelaskan bahwa biaya produksi adalah “biaya yang digunakan dalam proses produksi yang terdiri dari bahan baku langsung, tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik”. Maka dapat disimpulkan bahwa biaya produksi adalah biaya yang berhubungan dengan produksi dan harus dikeluarkan untuk mengolah dan membuat bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual.

2.3.2 Unsur-unsur biaya produksi

Menurut Supriyono (2011:194) unsur-unsur biaya produksi, yaitu:

a. Biaya Bahan Baku

Biaya bahan baku adalah biaya bahan pakai untuk diolah dan akan menjadi produk jadi. Bahan dari suatu produk merupakan bagian terbesar yang membentuk suatu produk jadi, sehingga dapat diklasifikasikan secara langsung dalam harga pokok dari setiap macam barang tersebut.

b. Biaya Tenaga Kerja

Biaya tenaga kerja adalah balas jasa yang diberikan kepada karyawan produksi baik yang secara langsung maupun tidak langsung turut ikut mengerjakan produksi barang yang bersangkutan.

b. Biaya Overhead pabrik

Biaya *Overhead* Pabrik Merupakan biaya yang tidak dapat dibebankan secara langsung pada suatu hasil produk. Biaya ini meliputi biaya-biaya selain biaya bahan baku dan tenaga kerja.

2.3.3 Cara penggolongan Biaya

Klasifikasi biaya atau penggolongan biaya adalah suatu proses pengelompokkan biaya secara sistematis atas keseluruhan elemen biaya yang ada kedalam golongan-golongan tertentu yang lebih ringkas untuk dapat memberikan informasi yang lebih ringkas dan penting.

Supriono, (2011:16). Penggolongan adalah “proses pengelompokan atas seluruh elemen yang ada kedalam golongan-golongan tertentu, yang lebih ringkas untuk dapat memberikan informasi biaya yang lebih berarti”.

Dalam ilmu akuntansi biaya, penggolongan biaya bertujuan untuk menyajikan informasi biaya yang akurat dan tepat bagi manajemen dalam mengelola perusahaan atau divisi secara efektif. Oleh karena itu biaya perlu dikelompokkan sesuai dengan tujuan apa informasi tersebut digunakan, sehingga dalam pengelompokan biaya dapat digunakan suatu konsep “*Different Cost for Different Purposes*” yang artinya berbeda biaya berbeda tujuan.

Dalam akuntansi biaya, biaya digolongkan dengan berbagai macam cara. Umumnya penggolongan biaya ini ditentukan atas dasar tujuan yang ingin dicapai dengan penggolongan tersebut, karena dalam akuntansi biaya dikenal konsep “*different cost for different purposes*”. Biaya dapat digolongkan menurut :

a. Objek pengeluaran

Obyek Pengeluaran Dalam cara penggolongan ini, nama obyek pengeluaran merupakan dasar penggolongan biaya. Misalnya nama obyek pengeluaran adalah bahan bakar, semua pengeluaran yang berhubungan dengan bahan bakar disebut “biaya bahan bakar”.

b. Fungsi pokok dalam perusahaan

Dalam perusahaan manufaktur, ada tiga fungsi pokok, yaitu fungsi produksi, fungsi pemasaran, dan fungsi administrasi umum :a).Biaya Produksi Merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap dijual. Contohnya biaya bahan baku, biaya bahan penolong, dan semua biaya

yang berhubungan dengan proses produksi.b).Biaya Pemasaran Merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk. Vontoh dari biaya ini adalah biaya iklan, biaya angkutan, serta semua biaya yang terkait dalam kegiatan pemasaran produk.c).Biaya Administrasi dan Umum Merupakan biaya-biaya untuk mengkoordinasi kegiatan produksi dan pemasaran produk. Contoh biaya ini adalah biaya gaji karyawan bagian keuangan, akuntansi, personalia dan bagian hubungan masyarakat, biaya pemeriksaan akuntan, dan biaya penggandaan.

c. Menurut hubungan biaya dengan sesuatu yang di biyai

Sesuatu yang dibiayai sesuatu yang dibiayai dapat berupa produk atau departemen. Dalam hubungannya dengan sesuatu yang dibiayai, biaya dapat dikelompokkan menjadi dua golongan :

Biaya langsung (*direct cost*) Biaya langsung adalah biaya yang terjadi, yang penyebab satu-satunya adalah karena adanya sesuatu yang dibiayai. Jika sesuatu yang dibiayai tersebut tidak ada, maka biaya langsung ini tidak akan terjadi. Dengan demikian biaya langsung akan mudah diidentifikasi dengan sesuatu yang dibiayai. Biaya langsung terdiri dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.

Biaya tidak langsung (*indirect cost*) Biaya tidak langsung adalah biaya yang terjadi tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai. Biaya tidak langsung dalam hubungannya dengan produk disebut dengan istilah biaya produksi tidak langsung atau biaya *overhead* pabrik. Biaya ini tidak mudah diidentifikasi dengan produk tertentu.

d. Perilakunya dalam hubungannya dengan perubahan volume aktivitas

Dalam hubungannya dengan perubahan volume aktivitas, biaya dapat digolongkan menjadi: a). Biaya Variabel adalah biaya yang secara total berubah sebanding dengan aktivitas atau volume produksi dalam rentang relevan tapi perunit bersifat tetap. Bahan langsung dan tenaga kerja langsung dapat digolongkan sebagai biaya variabel. Contoh lain dari biaya variabel adalah, komisi penjualan, biaya pengiriman 15 barang, pengerjaan ulang, unit-unit yang rusak, bahan baku tidak langsung, tenaga kerja tidak langsung, jasa umum, waktu pengadaan, alat-alat kecil, dan lain-lain sebagainya. b). Biaya tetap adalah biaya yang secara total tetap dalam rentang relevan (*relevant range*) tetapi perunit berubah. Dalam jangka panjang sebenarnya semua biaya bersifat variabel meskipun beberapa jenis biaya tampak sebagai biaya tetap. Contoh biaya tetap ini adalah, biaya gaji, biaya sewa, pajak bumi dan bangunan, asuransi, dan lain-lain sebagainya. c). Biaya campuran adalah biaya yang mengandung unsure biaya tetap dan biaya variabel. Biaya campuran disebut juga dengan biaya semi variabel. Biaya semi variabel adalah biaya yang pada aktivitas tertentu memperlihatkan karakteristik biaya tetap maupun biaya variabel. Contoh dari biaya campuran ini adalah biaya listrik, telepon, air, gas, bensin, perlengkapan, beberapa tenaga kerja tidak langsung, biaya pension, pajak penghasilan, asuransi jiwa kelompok karyawan, biaya perjalanan dinas, biaya hiburan dan pemeliharaan.

e. Atas Dasar waktu Manfaatnya

Dasar waktu manfaatnya, biaya dapat dibagi menjadi dua : pengeluaran modal dan pendapatan. Pengeluaran modal adalah biaya yang mempunyai manfaat lebih

dari satu periode akuntansi. Contohnya adalah pengeluaran modal untuk aktiva tetap. Pengeluaran pendapatan adalah biaya yang hanya mempunyai manfaat dalam periode akuntansi terjadinya pengeluaran tersebut. Contohnya biaya iklan dan biaya tenaga kerja.

2.4 harga Pokok Produksi

2.4.1 Pengertian Harga Pokok produksi (HPP)

Harga Pokok Produksi (HPP) adalah kumpulan biaya produksi yang terdiri dari bahan baku langsung, tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik ditambah persediaan produk dalam proses awal dan dikurang persediaan produk akhir. Harga Pokok Produksi (HPP) mempunyai kaitan erat dengan indikator-indikator kesuksesan perusahaan, seperti: laba kotor penjualan dan laba bersih. Semuanya ditentukan dengan rasio harga jualnya dengan harga pokok produknya, sedikit saja perubahan yang terjadi pada harga pokoknya maka akan berdampak besar pada keberhasilan perusahaan dalam mendapatkan keuntungan. Menurut Mulyadi (2012) Harga Pokok Produksi (HPP) adalah “semua biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi suatu barang atau jasa selama periode bersangkutan”. Dengan kata lain Harga Pokok Produksi (HPP) merupakan biaya untuk memperoleh barang jadi yang siap dijual.

2.4.2 Metode penentuan Harga pokok Produksi (HPP)

Menurut Mulyadi (2012) dalam bukunya Akuntansi Biaya menjelaskan bahwa metode penentuan harga pokok produk dapat dihitung dengan menggunakan metode berikut :

a. Metode penentuan Harga pokok Pesanan (Job Order Costing)

Supriyono (2011: 117) menyebutkan metode harga pokok pesanan adalah “metode pengumpulan Harga Pokok Produksi yang biayanya dikumpulkan untuk setiap pesanan atau kontrak atau jasa secara terpisah dari setiap pesanan atau kontrak dapat dipisahkan identitasnya”. Proses produksi akan dimulai setelah ada pesanan dari langganan melalui dokumen pesanan penjualan yang memuat jenis dan jumlah produk yang dipesan, spesifikasi pesanan, tanggal pesanan diterima dan harus diserahkan. Pada metode ini, yang menjadi obyek biaya (*Cost Object*) adalah unit produk individual, batch, atau kelompok produk dalam satu job. Manfaat dari harga pokok pesanan diantaranya:

(a).Menentukan harga kepada pemesan.(b).Mempertimbangkan diterima atau tidaknya pesanan.(c).Memantau realisasi produk.(d).Memperhitungkan laba atau rugi.(e).Penentuan HPP jadi atau proses.

Ciri-ciri perusahaan yang menggunakan harga pokok pesanan diantaranya:

(a).Proses produksi secara terus-menerus.(b).Produknya bersifat standar.(c). Produk ditujukan untuk memenuhi persediaan siap jual.(d).Tidak tergantung pada pesanan

b. Metode penentuan Harga Pokok Proses

Supriyono (2011) menyebutkan metode harga pokok proses adalah metode pengumpulan Harga Pokok Produksi yang biayanya yang dikumpulkan untuk setiap satuan waktu tertentu. Menurut Bastian Bustami & Nurlaela (2013) Pengertian Harga Pokok Produksi adalah “bagaimana perhitungan biaya kepada suatu produk atau pesanan atau jasa, yang dapat dilakukan dengan cara

memasukkan seluruh biaya produksi atau hanya memasukkan unsure biaya produksi variabel”.

Metode penentuan Harga Pokok Produksi (HPP) adalah cara memperhitungkan unsur-unsur biaya kedalam harga pokok produksi. Dalam memperhitungkan biaya kedalam harga pokok produksi terdapat dua faktor pendekatan yaitu *full costing* dan *variabel costing*.

(a). *Full Costing* merupakan metode penentuan Harga Pokok Produksi (HPP) yang memperhitungkan semua unsure biaya produksi kedalam 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 unsure 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 umum). (b). *Variabel Costing* merupakan metode penentuan Harga Pokok Produksi (HPP) yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang berprilaku 19 produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik.

2.4.3 Profitabilitas

a. Pengertian Profitabilitas

Profitabilitas merupakan salah satu cuan dalam pengukuran besar tidaknya laba yang dihasilkan dan menjadi sesuatu penting untuk mengetahui apakah suatu perusahaan telah melaksanakan suatu usaha dengan cara efisien. Efisiensi suatu perusahaan atau sebuah usaha dapat dilihat setelah dibandingkan oleh laba yang

diperoleh suatu perusahaan dengan *asset* atau modal yang dapat memperoleh laba suatu perusahaan tersebut. Profitabilitas adalah gambaran dari kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan. Agus Sartono (2011:122) Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan dalam memperoleh laba yang berhubungan dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba. Utami(2009) Tingkat keuntungan bersih yang diperoleh suatu perusahaan yang dapat digunakan untuk menjalankan suatu usaha adalah profitabilitas. Kemampuan suatu perusahaan dalam meningkatkan suatu usahanya dalam periode yang ditentukan dapat dilihat dari profitabilitasnya. Tolak ukur masalah efektivitas manajemen dilihat dari keuntungan yang diperoleh, kemudian dibandingkan dengan hasil penjualan serta investasi suatu perusahaan dapat dilihat dari hasil profitabilitasnya. Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dan mengukur tingkat efisiensi operasional dan efisiensi dalam menggunakan harta yang dimiliki oleh suatu perusahaan (Chen, 2002). Brigham dan Houston (2010) juga mengemukakan bahwa profitabilitas adalah hasil bersih dari serangkaian kebijakan serta wewenang dalam suatu perusahaan. Kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba adalah tanggung jawab perusahaan kepada setiap pemegang saham, kemudian laba juga merupakan hal penting dalam menetapkan nilai perusahaan. Setiap perusahaan harus selalu bisa berusaha untuk meningkatkan profitabilitas dari tahun ketahun, karena semakin meningkatnya nilai profitabilitas maka perusahaan akan mempunyai perencanaan yang baik dimasa yang akan datang. Profitabilitas juga adalah kemampuan suatu perusahaan untuk mendapatkan laba

yang berhubungan dengan penjualan, total aktiva serta modal kerja sendiri. Profitabilitas menunjukkan keahlian suatu perusahaan untuk memperoleh laba selama periode tertentu yang telah ditentukan oleh suatu perusahaan. Sundjaja,2003 (Lukman Hidayat,2013)Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba,dilihat dari hubungan antara pendapatan dan biaya yang dihasilkan dari penggunaan asset suatu perusahaan baik aset tetap maupun aset lancar dalam kegiatan yang produktif.Laba suatu perusahaan dapat ditingkatkan melalui peningkatan pendapatan dan pengurangan biaya.Laba yang diperoleh suatu perusahaan akan meningkatkan dan mengembangkan usaha.Suatu perusahaan dapat memperoleh keuntungan lebih besar apabila perusahaan tersebut dapat memperluas pangsa pasar untuk produknya.Ukuran profitabilitas yang paling penting adalah laba bersih.Dapat diartikan bahwa pada dasarnya kemampuan laba menggambarkan kemampuan suatu perusahaan untuk mendapatkan laba yang diharapkan. Pada umumnya modal suatu perusahaan dapat berasal dari pemilik perusahaan tersebut maupun dari para kreditur. Profitabilitas dapat diartikan sebagai kemampuan suatu perusahaan menghasilkan laba (profit). Syafri (1999:304) Profitabilitas suatu perusahaan adalah kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang dan sebagainya. Munawir (2004:33) Analisis profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. Dari beberapa pengertian tersebut dapat dikatakan bahwa yang dimaksud dengan profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan dalam memperoleh laba atau nilai hasil akhir

operasional suatu perusahaan selama periode tertentu. Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aset maupun modal sendiri. Setiap suatu perusahaan baik jasa maupun industri dalam kegiatannya memiliki tujuan yang terpenting yaitu memperoleh keuntungan (laba), dan diharapkan mendapatkan laba secara optimal. Nafarin (2007:306) Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk memperoleh laba dengan sumber daya yang tersedia. Gitman (2009:56) mendefinisikan profitabilitas merupakan hubungan antara pendapatan dan biaya yang dihasilkan dengan menggunakan aset perusahaan, baik lancar maupun tetap, dalam aktivitas produksi. Definisi profitabilitas diatas mengandung pengertian sebagai berikut:(a).Profitabilitas menunjukkan kemampuan suatu perusahaan dalam menggunakan asetnya untuk melaksanakan aktivitas yang produktif.(b).Dalam pengertian profitabilitas diatas terkandung juga pengertian semakin tinggi tingkat efisiensi dari suatu perusahaan dalam mengelola aktivitya,maka akan semakin tinggi profitabilitasnya.(c).Profitabilitas dapat dilihat dari hal yang berhubungan antara pendapatan dengan biaya.

Profitabilitas sering juga disebut dengan Retur non Asset (ROA) adalah suatu pengukuran dari penghasilan atau income yang tersedia bagi pemilik perusahaan atas asset didalam suatu perusahaan. Semakin tinggi rasio ini semakin baik keadaan suatu perusahaan. Rasio Profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan (Kasmir,2011:196). Rasio profitabilitas mengukur kemampuan para eksekutif perusahaan dalam menciptakan tingkat keuntungan baik dalam bentuk laba suatu perusahaan

maupun nilai ekonomis atas penjualan, aset bersih suatu perusahaan sebagai salah satu alat keputusan investasi apakah investasi bisnis ini akan dikembangkan dan sebagainya (Raharjaputra,2011:68).Rasio Profitabilitas adalah rasio untuk mengukur kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba. Rasio profitabilitas menggambarkan kemampuan suatu perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang, dan sebagainya.

b. Cara Menentukan Profitabilitas

1. *Gross profit margin* (Marjinlaba kotor). *Gross profit margin* atau marjin laba kotor adalah rasio profitabilitas yang digunakan untuk menghitung persentase kelebihan laba kotor terhadap pendapatan penjualan. *Gross Profit* atau Laba Kotor yang dimaksud disini adalah pendapatan Penjualan yang dikurangi dengan harga pokok penjualan (HPP). Biaya yang termasuk pada harga pokok penjualan (HPP) atau *cost of goods sold* (CGS) ini diantaranya seperti bahan baku dan tenaga kerja langsung yang terkait dengan pembuatan suatu produk. Dengan kata lain, Rasio marjin laba kotor atau *gross profit margin* ini digunakan untuk mengukur seberapa efisien perusahaan menggunakan bahan dan tenaga kerjanya untuk memproduksi dan menjual produk-produknya untuk menghasilkan keuntungan. *Gros sprofi tmargin* (*GPM*) dapat dihitung dengan formula sebagai berikut:

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Penjualan Bersih} - \text{HPP}}{\text{Penjualan Bersih}} \times 100\%$$

2. *Net Profit Margin* (Margin Laba Bersih). *Net profit margin* (NPM) atau dalam bahasa Indonesia disebut dengan marjin laba bersih adalah rasio profitabilitas yang digunakan untuk mengukur persentase laba bersih pada suatu perusahaan

terhadap penjualan bersihnya. Marjin laba bersih ini menunjukkan proporsi penjualan yang tersisa setelah dikurangi semua biaya terkait. *Net profit margin* ini sering disebut juga dengan *profit margin ratio* (rasio marjin laba).

Bagi investor marjin laba bersih atau *net profit margin* ini biasanya digunakan untuk mengukur seberapa efisien manajemen mengelola perusahaannya dan juga memperkirakan profitabilitas masa depan berdasarkan peramalan penjualan yang dibuat oleh manajemennya, dengan membandingkan laba bersih dengan total penjualan, investor dapat melihat berapa persentase pendapatan yang digunakan untuk membayar biaya operasional dan biaya non-operasional serta berapa persentase tersisa yang dapat membayar dividenke para pemegang saham ataupun berinvestasi kembali keperusahaannya.

Rasio ini mengukur laba bersih setelah pajak terhadap penjualan, semakin tinggi *net profit margin* semakin baik operasi suatu perusahaan. *Net profit margin* (NPM) dapat dihitung dengan formula sebagai berikut:

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba Setelah Bunga dan Pajak}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

3. *Return On Investment (ROI)*. *Return on investment* merupakan rasio yang menunjukkan berapa besar laba bersih yang diperoleh perusahaan bila diukur dari nilai aktiva (Syafri, 2004:63). *Retur non investment* dapat dihitung dengan formula berikut:

$$\text{ReturnonInvestment} = \frac{\text{Laba sesudah Pajak}}{\text{Total Akiva}} \times 100\%$$

4. *Return On Equity (ROE)*. *Return on equity ratio* yang biasanya disingkat dengan ROE adalah rasio profitabilitas yang mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dari investasi pemegang saham di perusahaan tersebut.

Dengan kata lain, ROE ini menunjukkan seberapa banyak keuntungan yang dapat dihasilkan oleh perusahaan dari setiap satu rupiah yang di investasikan oleh para pemegang saham.

Return on equity adalah rasio yang memperlihatkan sejauh manakah perusahaan mengelola modal sendiri (*net worth*) secara efektif, mengukur tingkat keuntungan dari investasi yang telah dilakukan pemilik modal sendiri atau pemegang saham perusahaan (Sawir, 2009:20). *Return one quity (ROE)* dapat dihitung dengan formula sebagai berikut:

$$\text{Returnon Equity} = \frac{\text{Laba sesudah Pajak}}{\text{Total Modal Sendiri}} \times 100\%$$

5. *Return On Asset (ROA)*. Rasio ini digunakan perusahaan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dengan menggunakan total asset yang ada dan mengurangi biaya-biaya modal (biaya yang digunakan mendanai asset) kemudian dikeluarkan dari analisis. Dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Return On Asset} = \frac{\text{Laba sesudah Pajak}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

Masalah profitabilitas pada umumnya lebih penting dari pada masalah profit, karena profit perusahaan yang besar belum menentukan perusahaan dalam keadaan baik dan tidak mencerminkan suatu perusahaan telah bekerja dengan efisien. Karena efisiensi suatu perusahaan baru dapat dilihat jika profit yang dihasilkan dibandingkan dengan total asset atau modal yang digunakan untuk memperoleh profit tersebut. Dengan demikian perusahaan hendaknya tidak hanya memperhatikan bagaimana usaha untuk memperbesar profit tetapi yang lebih

penting ialah usaha untuk mempertinggi profitabilitasnya, karena profitabilitas yang tinggi merupakan pencerminan efisiensi yang tinggi pula.

Efisiensi serta efektifitas pengeloaahan *asset* yang semakin baik ditunjukkan oleh rasio yang tinggi. *Return on asset (ROA)* atau *return on investment (ROI)* menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari asset yang digunakan. Analisis *return on asset (ROA)* yang bersifat menyeluruh dan dipergunakan sebagai acuan untuk efektifitas dari keseluruhan operasi perusahaan. Dengan menggunakan analisis diatas maka perusahaan tidak hanya fokus untuk memperoleh laba tetapi untuk meningkatkan profitabilitasnya, hal ini dikarenakan laba bukanlah ukuran bahwa perusahaan tersebut telah bekerja secara efisien. Dengan demikian hal yang perlu diperhatikan perusahaan bukan hanya untuk memperoleh laba tetapi yang lebih penting dan harus diperhatikan yaitu perusahaan harus mampu meningkatkan profitabilitasnya. Karena usaha dalam meningkatkan profitabilitas ekonomi atau *earning power* memiliki arti yang sangat penting bagi perusahaan, maka dari itu perusahaan harus mengusahakan agar profitabilitas yang dihasilkan terus mengalami peningkatan demi kelangsungan hidup perusahaan itu sendiri.

2.5 Harga Jual

2.5.1 Pengertian Harga Jual

Menurut Kotler dan Keller (2009:439) harga jual adalah “sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat, karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Menurut Krismiaji dan Anni (2011:326) menyatakan harga jual adalah “upaya untuk menyeimbangkan keinginan untuk memperoleh manfaat sebesar-besarnya dari perolehan pendapatan yang tinggi dan penurunan volume penjualan jika harga jual dibebankan ke konsumen terlalu mahal.

Maka disimpulkan bahwa harga jual adalah besarnya harga yang dibebankan atau dikeluarkan untuk produksi tambah biaya non produksi dan jumlah laba yang diinginkan.

2.5.2 Tujuan Penetapan Harga Jual

dasarnya ada empat jenis tujuan penetapan harga jual, yaitu :

a. Tujuan Berorientasi pada laba

Laba Asumsi teori ekonomi klasik menyatakan bahwa setiap perusahaan selalu memilih harga yang dapat menghasilkan laba paling tinggi. Tujuan ini dikenal dengan istilah maksimasi laba.

b. Tujuan Berorientasi Pada Volume

Selain tujuan berorientasi pada laba, ada pula perusahaan yang menetapkan harganya berdasarkan tujuan yang berorientasi pada volume tertentu atau yang biasa dengan istilah *Volume Pricing Objective*. Harga ditetapkan sedemikian rupa agar mencapai target volume penjualan (dalam ton, kg, unit dan sebagainya).

c. Tujuan Berorientasi Pada Citra

Citra (*image*) suatu perusahaan dapat dibentuk melalui penetapan harga. Perusahaan dapat menetapkan harga tinggi untuk membentuk atau mempertahankan citra prestisius. Sementara itu harga rendah dapat digunakan untuk membentuk citra nilai tertentu (*image of falue*), misalnya dengan

memberikan jaminan bahwa harganya merupakan harga terendah disuatu wilayah tertentu. Pada hakekatnya baik penetapan harga, tinggi maupun rendah bertujuan untuk meningkatkan persepsi konsumen terhadap keseluruhan bauran produk yang ditawarkan perusahaan.

d. Tujuan Stabilitas Harga

Harga Dalam pasar yang konsumennya sangat sensitif terhadap harga jual, bila suatu perusahaan menurunkan harganya, maka para pesaingannya harus menurunkan pula harga mereka. Kondisi seperti ini yang mendasari terbentuknya tujuan stabilisasi harga dalam industri-industri tertentu yang produknya sangat standarisasi (misalnya minyak bumi).

Muliyadi (2012:78) menyatakan bahwa pada prinsipnya harga jual harus dapat menutupi biaya penuh ditambah dengan laba yang wajar. Kotler dan Keller (2009:138) menyatakan bahwa tujuan penetapan harga jual yaitu:(a). Kelangsungan Hidup.(b).Laba sekarang maksimum.(c).pendapatan sekarang maksimum.(d). Pertumbuhan sekarang maksimum.

2.5.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga Jual

Secara umum ada dua faktor utama yang mempengaruhi penetapan harga jual yaitu faktor internal dan faktor eksternal.

a. Faktor Internal

a).Pemasaran Faktor utama yang menentukan dalam penetapan harga jual adalah tujuan pemasaran perusahaan. Tujuan tersebut bisa berupa maksimasi laba, mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan meraih pangsa pasar yang besar, menciptakan kepemimpinan dalam hal kualitas, mengatasi persaingan,

melakukan tanggung jawab sosial dan lain-lain.b). Strategi Bauran Pemasaran. Harga hanyalah salah satu komponen dari bauran pemasaran. Oleh karena itu harga perlu dikoordinasikan dan saling mendukung dengan bauran pemasaran lainnya, yaitu produk, distribusi dan promosi.c).Biaya merupakan faktor yang menentukan harga minimal yang harus ditetapkan agar perusahaan tidak mengalami kerugian. Oleh karena itu setiap perusahaan pasti menaruh perhatian besar pada aspek struktur biaya (tetap dan variabel) serta jenis-jensi biaya lainnya.d). Organisasi Manajemen perlu memutuskan siapa didalam organisasi yang harus menetapkan harga jual. Setiap perusahaan menangani masalah penetapan harga menurut caranya masing-masing.

b. Faktor Eksternal

a).Setiap perusahaan perlu memahami sifat pasar dan permintaan yang dihadapinya, apakah termasuk pasar persaingan sempurna, persaingan monopolistik, oligopoli atau monopoli. Faktor lain yang tidak kalah pentingnya adalah elastisitasnya permintaan.b).Persaingan.Informasi-informasi yang dibutuhkan untuk menganalisis karateristik persaingan yang dihadapi antara lain:1).Jumlah perusahaandalam industri.2).Ukuran relatif setiap anggota dalam industri.3).Diferensi produk.4).Kemudahan untuk memasuki industri yang bersangkutan.

2.6 Penelitian Terdahulu

Table 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti dan Tahun Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Winy Gayatri (2013)	Penentuan Harga Jual Produk Dengan Metode <i>Cost Plus Pricing</i> Pada PT. Pertani (persero) Cabang Sulawesi Utara.	Metode Analisis Deskriptif	Dari hasil penelitian tersebut terjadi perbedaan signifikan untuk beberapa varietas yaitu varietas ciherang, mekongga, dan varietas inpari 13 karena perusahaan tidak membebankan biaya tenaga kerja, biaya <i>overhead</i> variabel dan laba secara proporsional, sehingga terjadi perbedaan harga jual yang ditetapkan perusahaan dengan yang dilakukan oleh penelitian ini yaitu dengan menggunakan metode <i>cost plus pricing</i> .
2.	Andre Henri Slat (2013)	Analisis Harga Pokok Produk Dengan Metode <i>Full Costing</i> dan Penentuan Harga Jual Berdasarkan <i>Cost Plus Pricing</i> Dalam Menentukan Profitabilitas Perusahaan Pada CV.	Metode Analisis Deskriptif	Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat kelemahan dalam perhitungan harga pokok produk perusahaan yaitu kalkulasi harga pokok produk yang dilakukan perusahaan lebih tinggi dari pada harga pokok produk menurut harga pokok produk

		Anugerah Genteng Manado.		<p>setelah dievaluasi, menurut perusahaan harga pokok produk genteng garuda, sebesar Rp. 2.100,3030</p> <p>31 Profitabilitas Perusahaan Pada CV. Anugerah Genteng Manado. genteng KIA sebesar Rp. 2.000, paving serasi sebesar Rp. 1.400, paving 3 berlian sebesar Rp. 1.300, dan <i>hollow brich</i> sebesar Rp. 2.400. Sedangkan harga pokok produk setelah dievaluasi untuk genteng garuda, sebesar Rp. 1.940, genteng KIA sebesar Rp. 1.864, paving serasi sebesar Rp. 1.334, paving 3 berlian sebesar Rp. 1.243, dan <i>hollow brich</i> sebesar Rp. 2.277.</p>
3.	Yunita Puspitaningrum (2006)	Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Harga Jual Kacang Atom Pada Perusahaan Gajah Semarang	Metode Analisis Deskriptif Kuantitatif dengan menggunakan Analisis Regresi Sederhana	<p>Dari hasil penelitian diperoleh persamaan regresi sederhana dapat diketahui bahwa biaya produksi memiliki pengaruh yang besar (positif) terhadap harga jual. Hal ini dapat ditunjukkan dari persamaan regresi $Y = 2.2 E + 08 + 1.095$ yang memiliki arti bahwa setiap</p>

				<p>kenaikan biaya produksi akan diikuti pula oleh kenaikan harga jual sebaliknya penurunan biaya produksi akan diikuti pula dengan penurunan harga jual. Pengaruh biaya produksi terhadap harga jual dalam penelitian ini adalah sebesar 92%, dan sisanya 8% dipengaruhi oleh faktor (variabel) lain seperti permintaan sasaran produk dan persaingan di pasaran serta selera konsumen.</p>
4.	Raras Maftukhah (2016)	<p>Pengaruh Biaya Produksi Dalam Menentukan Harga Jual Perspektif Ekonomi Islam Pada Pabrik Bantal Dan Kasur Lantai “sapanyana” Desa Dawuhan Wetan, Kedung Banteng, Banyumas, Jawa Tengah</p>	<p>Metode Analisa kuantitatif, statistik deskriptif, regresi linier berganda, uji asumsi klasik, uji parsial t dan uji f dengan perhitungan IBM SPSS statistik 21</p>	<p>Hasil penelitian ini yaitu biaya produksi yang dikeluarkan meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja atau gaji karyawan dan biaya tak terduga atau biaya overhead. Ketiga biaya tersebut tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap harga jual yang dikeluarkan oleh pabrik bantal dan kasur lantai “Sapanyana” karena minimnya biaya yang dikeluarkan untuk proses produksi. Sehingga</p>

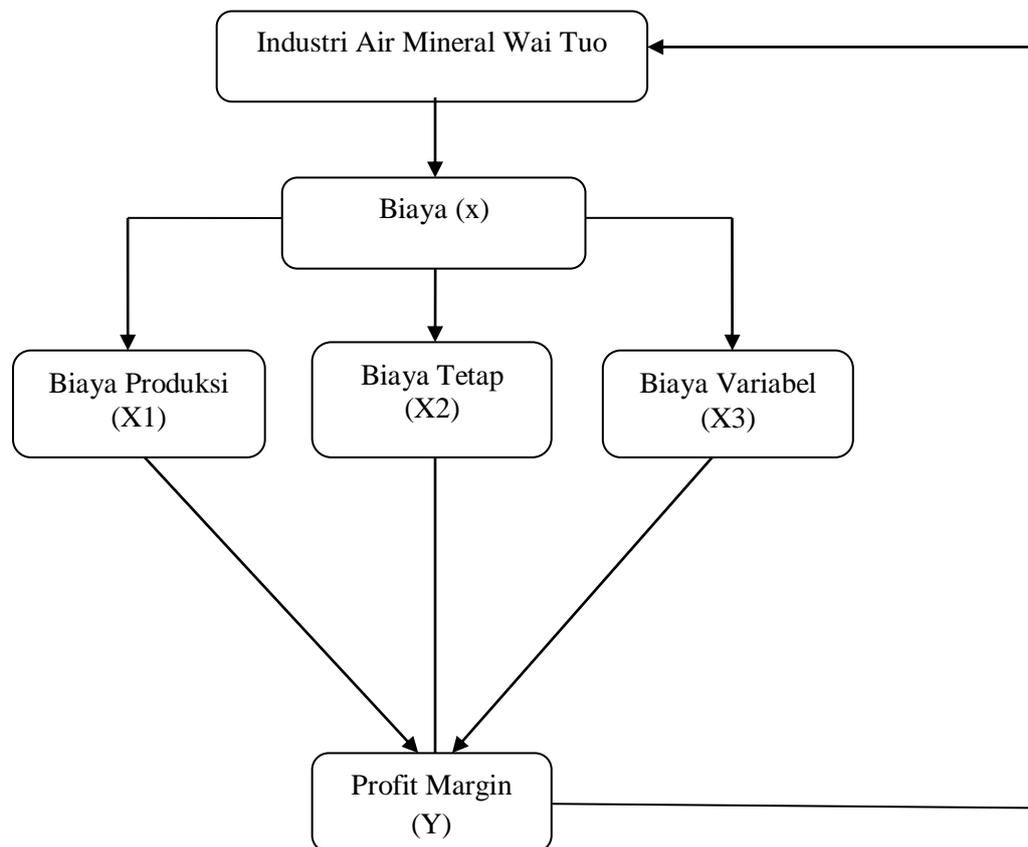
				dapat menciptakan harga jual yang sangat terjangkau oleh konsumen.
5.	Hesti Triyanto (2013)	Penentuan Harga Jual Kamar Hotel Saat Low Season Dengan Metode <i>Cost Plus Pricing</i> Pendekatan Variabel <i>Costing</i> Pada Hotel Puri Artha Yogyakarta	Metode Analisis Deskriptif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga jual yang ditetapkan perusahaan pada saat low season lebih tinggi dibandingkan dengan harga jual dengan metode <i>cost-plus pricing</i> pendekatan variable costing
6.	Michael Gunawan (2009)	Penentuan Harga Jual Perusahaan Dengan Metode <i>Full Costing</i> Pada PT. Danliris Sukaharjo	Metode Analisis Deskriptif	Hasil penelitian yaitu PT. Danliris Sukaharjo mengabaikan biaya pemasaran dan biaya administrasi umum.
7.	Dewi Kasita Rachmayanti (2011)	Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Sepatu Dengan Metode <i>Full Costing</i> (studi kasus UKM Galaksi Kampung Kabandungan Ciapus, Bogor)	Metode Analisis Deskriptif Dengan Pendekatan Kuantitatif	Hasil penelitian adalah berdasarkan perhitungan perusahaan untuk harga pokok produksi adalah Rp. 16.029,106 (model BM01), Rp. 15.185,936 (model BM02), dan Rp. 15.429,106 (model BM03). Metode harga pokok produksi dengan <i>full costing</i> adalah Rp. 18.191,439 (model BM01), Rp. 17.233,269 (model BM02), Rp. 17.476,439 (model

				BM03).
8.	Silvania Eprilianta (2011)	Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Tahu Dengan Metode <i>Full Costing</i> Pada Industri Kecil (Studi Kasus Cv. Laksa Mandiri)	Metode Analisis Deskriptif Kualitatif	Hasil penelitian yaitu perhitungan harga pokok produksi yang dilakukan oleh Cv. Laksa Mandiri untuk tahu putih adalah Rp. 203,50 dan tahu kuning adalah Rp. 222,94, sedangkan analisa perhitungan harga pokok produksi dengan metode full costing untuk tahu putih adalah Rp. 207,84 dan tahu kuning adalah Rp. 227,57 jadi selisih antara metode full costing dengan metode yang dilakukan oleh perusahaan adalah tahu putih Rp.4,34 dan tahu kuning adalah Rp. 4,63.
9.	Andri Eka Permatasari (2013)	Penerapan <i>Full Costing</i> Method Melalui Perhitungan Harga Pokok Produksi Sebagai Dasar Penentuan Harga Jual Pada UKM Tahu Pak Dariyo	Metode Analisis Deskriptif Dengan Pendekatan Kuantitatif	Hasil penelitian yaitu perhitungan harga pokok produksi pada UKM Tahu Pak Dariyo dengan perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode <i>full costing</i> menunjukkan perbedaan hasil pada biaya overhead pabrik yaitu metode <i>full costing</i> yang memasukkan biaya penyusutan mesin dan kendaraan serta

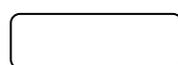
				biaya pemeliharaan mesin kendaraan.
10.	Arum Budi Lestari (2013)	Evaluasi Penetapan Harga Pokok Produksi Roti Pada UKM Roti Saudara Di Banyumanik	Metode Analisis Deskriptif Kualitatif	didapatkan hasil yang berbeda antara metode yang digunakan UKM Roti Saudara dengan metode yang digunakan peneliti.

2.7 Kerangka Konseptual

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual



Keterangan Gambar :



: Variabel yang diteliti



: Garis penghubung.

2.8 Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan atau pernyataan sementara yang diungkapkan secara deklaratif atau yang menjadi jawaban dari sebuah permasalahan.

Berdasarkan latar belakang dan kajian empiris yang sudah dikemukakan sebelumnya, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

Diduga bahwa Biaya berpengaruh terhadap Profit Margin Air Mineral Wai Tuo Desa Baloli Kec.Masamba Kab.Luwu Utara.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian adalah sebagai pandangan atau model atau pola pikir yang menjabarkan berbagai variabel yang akan diteliti, kemudian membuat hubungan antara satu variabel dengan variabel lain. Sehingga akan mudah dirumuskan masalah penelitiannya, pemilihan teori yang relevan, rumusan hipotesis yang digunakan, metode penelitian, instrumen penelitian, teknik analisa yang digunakan, serta kesimpulan yang diharapkan.

Desain penelitian yang dilakukan peneliti pada penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan data yang terdiri dari teknik observasi, dan teknik *library research* untuk mendapatkan data mengenai laporan keuangan dari biaya produksi dan Profitabilitas.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi yang di pilih untuk melakukan penelitian ini adalah Industri Air Mineral Wai Tuo di PDAM Tirta Bukae, Kecamatan Masamba, kabupaten Luwu Utara.

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1 Populasi

Populasi pada penelitian ini adalah semua data dan dokumen keuangan pada industri Air Mineral Wai Tuo kabupaten Luwu Utara yang di peroleh langsung yang terkait dengan variabel penelitian.

3.3.2 Sampel

Sampel pada penelitian ini adalah laporan keuangan Air Mineral Wai Tuo Desa Baloli Kec. Masamba Kab. Luwu Utara pada 4 (Tahun) terakhir.

3.4 jenis dan Sumber Data

Jenis data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada sampel filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis, data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Sumber data yang digunakan adalah data sekunder berupa laporan keuangan pada Indusri Air Mineral Wai Tuo Kabupaten Luwu Utara selama 4 tahun Terakhir.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilaksanakan oleh peneliti dengan langka-langka berikut.

1. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data, dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan. Observasi ke lokasi penelitian untuk melihat kondisi dan untuk memperoleh informasi dari objek penelitian mengenai izin penelitian dan menetapkan waktu pelaksanaan penelitian.

2. *Library Research*

Library research yaitu pengumpulan data atau informasi dengan mempelajari referensi, buku-buku literatur, dan karya ilmiah yang berkaitan dengan penelitian.

2.6 Variabel penelitian dan Defenisi Operasional

2.6.1 Variabel penelitian

Variabel merupakan indikator terpenting yang menentukan keberhasilan penelitian, sebab variabel penelitian adalah obyek penelitian, atau yang terjadi titik perhatian suatu penelitian. Secara umum ada dua jenis variabel yang dapat digunakan dalam suatu penelitian. Kedua variabel itu adalah variabel bebas dan variabel terikat. Dalam penelitian, yang menjadi variabel adalah sebagai berikut

- a. Analisis Biaya merupakan variabel terikat (independent variabel) yang diberi simbol (X).
- b. Profit Margin merupakan variabel terikat (dependent variabel) yang beri simbol (Y).

2.6.2 Defenisi Operasional

Devinisi operasional merupakan batasan tentang uraian variabel yang dimaksud dalam penelitian, atau tentang apa yang diukur oleh variabel yang bersangkutan.

Tabel 3.1 Definisi Operasional

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator
1.	Biaya Produksi	Biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan selama proses manufaktur atau pengelolaan dengan tujuan menghasilkan produk yang siap di pasarkan.	Biaya Produksi=Biaya Langsung + Biaya tidak Langsung + Biaya Overhead Pabrik

2.	Biaya Variabel	Biaya Variabel adalah biaya yang berubah mengikuti aktivitas bisnis.	Biaya Variabel = Biaya Per Unit X Jumlah Total Unit
3.	Biaya Tetap	Biaya Tetap adalah pengeluaran bisnis yang tidak bergantung pada tingkat barang atau jasa yang dihasilkan oleh bisnis tersebut pengeluaran ini berkaitan dengan waktu, seperti gaji atau beban sewa yang dibayar setiap bulan dan sering disebut sebagai pengeluaran tambahan.	Biaya Tetap = Total Biaya – Biaya Per Unit
4.	Profit Margin	Profit Margin adalah satu rasio profitabilitas yang paling umum digunakan untuk mengukur bagaimana perusahaan atau aktivitas bisnis menghasilkan uang.	<p style="text-align: center;"><i>Gross Profit Margin</i></p> $= \frac{\text{Penjualan Bersih} - \text{HPP}}{\text{Penjualan Bersih}} \times 100\%$

2.7 Instrumen penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah Data laporan Keuangan yang diberikan oleh pemilik Air Mineral Wai Tuo di Desa baloli Kecamatan masamba kabupaten Luwu Utara.

2.8 Metode Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan setelah dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengolompokkan data-data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk

menguji hipotesis yang telah diajukan. Adapun analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2 Analisis data

No	Y	Biaya Produksi (X)	Biaya variabel (X2)	Biaya tetap (X3)	Profit margin (X4)
1.	Profit Margin	Biaya Produksi = Biaya Langsung + Biaya tidak Langsung + Biaya Overhead Pabrik	Biaya Variabel = Biaya Per Unit X Jumlah Total Unit	Biaya Tetap = Total Biaya – Biaya Per Unit	<i>Gross Profit Margin</i> = $\frac{\text{Penjualan Bersih} - \text{HPP}}{\text{Penjualan Bersih}} \times 100\%$

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Objek Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Kabupaten Luwu Utara yaitu salah satu Daerah Tingkat II di Provinsi Sulawesi Selatan. Ibu kota Kabupaten Luwu Utara adalah Masamba yang berjarak 430 km kearah Utara Kota Makassar Ibu kota Sulawesi Selatan. Kabupaten Luwu Utara yang dibentuk berdasarkan UU No. 13 Tahun 1999 Tentang Pembentukan Kabupaten Luwu Utara.

Secara geografis Kabupaten Luwu Utara terletak pada $01^{\circ} 53' 19''$ - $02^{\circ} 55' 36''$ Lintang Selatan dan $119^{\circ} 47' 46''$ - $120^{\circ} 37' 44$ Bujur Timur dengan batas wilayah di sebelah Utara berbatasan dengan Sulawesi Tengah dan sebelah Timur berbatasan dengan Kabupaten Luwu Timur. Luas wilayah Kabupaten Luwu Utara tercatat $7.502,58 \text{ Km}^2$ dimana secara administrasi pemerintahan Kabupaten Luwu Utara terbagi atas 11 Kecamatan, terdapat sekitar 8 sungai besar yang mengalir wilayah Kabupaten Luwu Utara.

Perusahaan daerah air minum Kabupaten Luwu Utara dibentuk berdasarkan peraturan daerah nomor 30 tahun 2000 dan telah direvisi melakukan peraturan daerah Kabupaten Luwu Utara nomor 2 tahun 2014 tentang perusahaan daerah air minum daerah tirta bukae kabupaten luwu utara.

Pemerintah daerah telah memberikan peluang untuk melakukan upaya-upaya-upaya meningkatkan pendapatan dengan dikeluarkan kebijakan yakni:

1. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1962 Tentang Perusahaan Daerah.
2. Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1999 Tentang Pemerintahan Daerah Dan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1999 Tentang Pertimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat Dan Daerah, kemudian disempurnakan lagi dengan dikeluarkannya Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 Tentang Pemerintah Daerah Dan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004 Tentang Pertimbangan Keuangan Antara Pemerintah Dan Pemerintah Daerah.
3. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2004 tentang Sumber Daya Air (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2004 Nomor 32).
4. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 2005 (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2005 Nomor 33).
5. Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 257/MENKES/PER/VI/1982 Tahun 1982 tentang Syarat-Syarat dan Pengawasan Kualitas Air Pemandian Umum.
6. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 3 Tahun 1990 tentang Pengelolaan Barang Milik Perusahaan Daerah.
7. Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 416/MENKES/PER/IX/1990 tentang Syarat – Syarat dan Pengawasan Kualitas Air.
8. Peraturan Menteri Pekerjaan Umum Nomor 249/PRT/M/2005 tentang Badan Pendukung Pengembangan Sistem Air Penyediaan Air Minum.
9. Surat Keputusan Bersama Menteri Dalam Negeri dan Menteri Pekerjaan Umum Nomor 4 Tahun 1984 dan Nomor 27/KPTS/1984 tentang Pembinaan Perusahaan Daerah Air Minum.

10. Pedoman Organisasi, Sistem Akutansi, Teknik Operasi dan Pemeliharaan, Teknik Perawatan dan Perhitungan Biaya Untuk Menentukan Tarif Air Minum.
11. Keputusan Menteri Dalam Negeri Nomor 690 – 1599 Tahun 1985 tentang Tugas Pembinaan dan Monitoring Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) di Tingkat Provinsi.
12. Pedoman Akutansi Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tahun 2000.
13. Peraturan Menteri Dalam Negari Nomor 2 Tahun 2007 tentang Organ Dan Kepegawaian Perusahaan Daerah Air Minum.
14. Peraturan Daerah Kabupaten Luwu Utara Nomor 31 Tahun 2000 tentang Ketentuan-Ketentuan Pokok Kepegawaian PDAM Kabupaten Luwu Utara (Lembaran Daerah Kabupaten Luwu Utara Tahun 2000 Nomor 60).
15. Peraturan Daerah Kabupaten Luwu Utara Nomor 2 Tahun 2014 tentang Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Bukae (Lembaran Daerah Kabupaten Luwu Utara Tahun 2014 Nomor 2, Tambahan Lembaran Daerah Kabupaten Luwu Utara Nomor 328).
16. Peraturan Bupati Luwu Utara Nomor 17 Tahun 2015 tentang Tugas Pokok, Fungsi Dan Uraian Tugas Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Bukae (Berita Daerah Kabupaten Luwu Utara Tahun 2015 Nomor 17).

Visi dari PDAM Tirta Bukae Kabupaten Luwu Utara, yaitu menyediakan air minum yang cukup dan memenuhi standar kesehatan secara berkesinambungan bagi masyarakat Kabupaten Luwu Utara, yang pada gilirannya akan mewujudkan PDAM yang mandiri mampu memberikan kontribusi kepada Pemerintah Daerah

sebagai salah satu sumber PDAM menuju terwujudnya Kabupaten Luwu Utara yang maju sejahtera dan mandiri.

Misi PDAM Tirta Bukae Kabupaten Luwu Utara, yaitu:

1. Meningkatkan sistem penyediaan air minum perpipaan dan penurunan tingkat kehilangan air.
2. Meningkatkan dan mengembangkan fasilitas sistem penyediaan air minum untuk memenuhi kebutuhan dasar dan menunjang pertumbuhan ekonomi melalui Sistem Penyediaan Air Minum Perpipaan dan Non Perpipaan.
3. Meningkatkan kapasitas produksi dan pengembangan distribusi baru.
4. Meningkatkan kinerja SDM tenaga PDAM.
5. Pengembangan peran swasta dalam pelayanan Sistem Penyediaan Air Minum.

Sasaran pembangunan sarana penyediaan air minum dapat dicapai dengan asumsi sebagai berikut:

1. Stabilitas nasional yang berkaitan dengan masalah politik. Ekonomi dan supremasi hukum dalam kondisi baik sehingga tidak menimbulkan efek yang merugikan bagi pertumbuhan.
2. Tingginya kesadaran masyarakat saat ini untuk mengkonsumsi air bersih.

Penyediaan air bersih menjadi fokus utama sangat mendesak untuk ditangani sebab sampai saat ini belum semua masyarakat telah menikmati pelayanan air bersih secara memadai. Undang-Undang Nomor 4 Tahun 1992 mengenai Perumahan dan Permukiman menyatakan bahwa salah satu tujuan pemanfaatan ruang adalah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan

untuk tercapainya keseimbangan antara kehidupan dan lingkungannya sehingga keseimbangan ekologi akan terpelihara dengan baik.

Tugas umum pemerintah dan sebagai tugas pembangunan adalah menyelenggarakan Pembangunan Prasarana Dasar (PSD), dimana salah satu dari PSD yang dimaksud adalah penyediaan air bersih. Dimana arah dan kebijakan pembangunan sektor air bersih tersebut berdasarkan pada azas pemerataan dan hak asasi manusia sehingga pelayanan masyarakat seyogyanya tidak boleh dibedakan. Pemikiran ini mengangkat perhatian Departemen Kimpraswil untuk memperhatikan secara serius daerah-daerah yang termasuk dalam kategori kawasan rawan air bersih dan kekeringan.

Untuk mengoptimalkan pelayanan air bersih PDAM luwu utara perlu di programkan:

1. Perlunya percepatan pertumbuhan pelanggan.
2. Perbaikan/ pemeliharaan sumber air dan jaringan pipa transmisi, distribusi.
3. Penanggulangan kebocoran
 - Pemeliharaan jaringan pipa.
 - Penggantian meteran air yang rusak.
4. Mengoptimalkan produksi air bersih dan meningkatkan pelayanan.
5. Perlu penyertaan modal Pemerintah Daerah Kabupaten Luwu Utara sebagai investasi.
6. Perlu pembangunan kantor PDAM Kabupaten Luwu Utara untuk meningkatkan pelayanan kemasyarakat dan meningkatkan kinerja pegawai PDAM Kabupaten Luwu Utara.

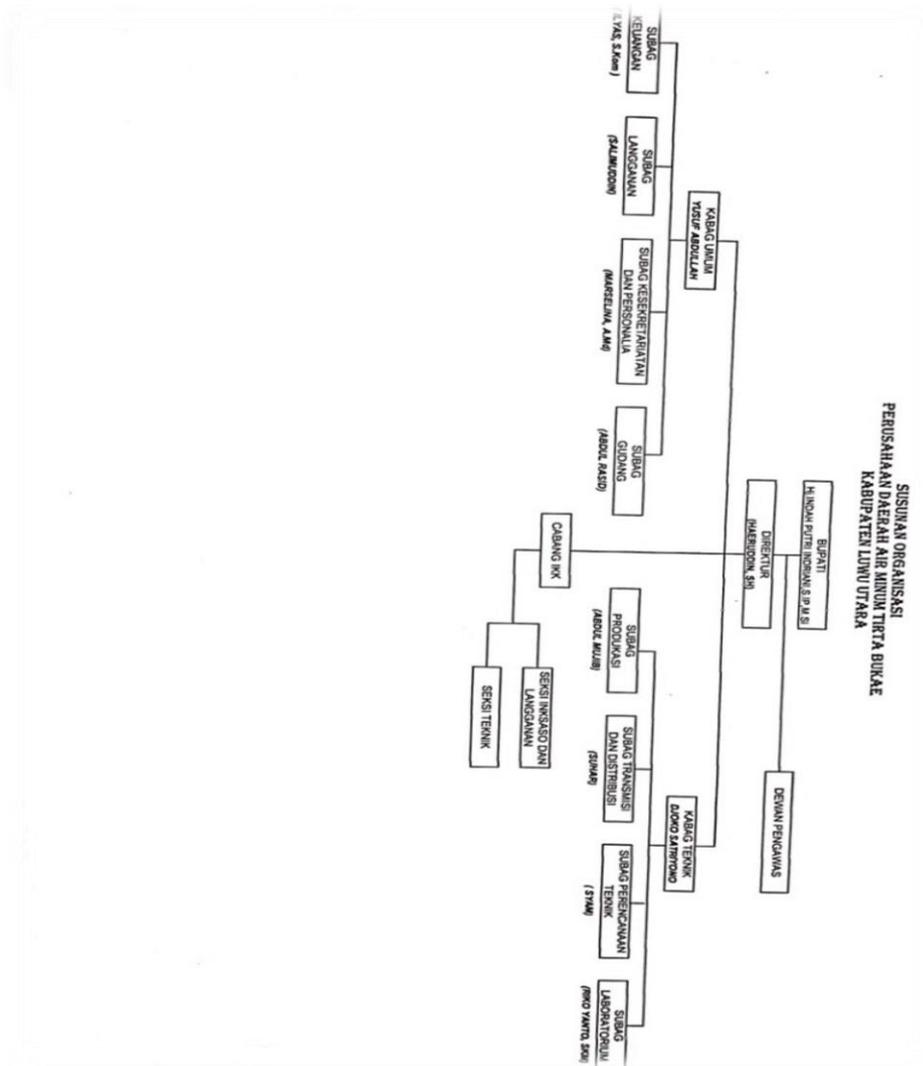
4.1.2 Struktur Organisasi

Organisasi berasal dari kata organ (sebuah kata dalam bahasa Yunani) yang berarti alat. Oleh karena itu kita dapat mendefinisikan organisasi sebagai sebuah wadah yang memiliki multi peran dan didirikan dengan tujuan mampu memberikan serta mewujudkan keinginan berbagai pihak, dan tak terkecuali kepuasan bagi pemiliknya.

Pada umumnya, setiap perusahaan atau organisasi memiliki susunan struktur organisasi. Pembentukan struktur organisasi adalah langkah awal untuk menjalankan aktivitas organisasi atau rancangan suatu perusahaan untuk melaksanakan fungsi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan. Pengertian struktur organisasi secara umum adalah suatu susunan dari berbagai komponen atau unit kerja didalam organisasi didalam masyarakat atau perusahaan.

Agar lebih jelas, dibawah ini disajikan struktur organisasi yang dimiliki oleh perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Bukae Kabupaten Luwu Utara.

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Perusahaan Air Minum Daerah Tirta Bukae Kabupaten Luwu Utara



Adapun tugas dan fungsi masing-masing bagian adalah sebagai berikut :

1. Direktur Utama, bertugas sebagai mengkoordinir dan menaungidireksi pelaksana dan bagian pengawasan.

2. Direktur, bertugas sebagai mengkoordinir dan menaungi definisi pengendalian, bagian informasi teknologi, divisi sekretariat dan umum serta bagian sumber daya manusia.
3. Kepala Bagian Umum (Kabag Umum), bertugas untuk mendistribusikan dan memberi petunjuk pelaksanaan serta mengawasi pelaksanaan tugas
4. Kepala Bagian Bidang Teknik (Kabag Teknik), bertugas membina dan memotivasi bawahan dalam rangka peningkatan produktivitas dan pengembangan karier bawahan.
5. Sub. Bagian Keuangan (Subag Keuangan), bertugas untuk mendistribusikan dan memberi petunjuk pelaksanaan serta mengawasi pelaksanaan tugas dari Subbag Kasir, Subag Pembukuan, Subag Anggaran dan Subag Rekening.
6. Sub Bagian Langgan (Subag Langgan), bertugas untuk mendistribusikan dan memberi petunjuk pelaksanaan serta mengawasi pelaksanaan tugas dari Kabag Penagihan, Subang Pembaca Meter dan Subag Pengaduan Langgan.
7. Subag Kesekretariatan dan Personalia, bertugas untuk menyelenggarakan kegiatan dan pengelolaan administrasi kepegawaian, pembinaan dan pengembangan sumber daya dan kesejahteraan pegawai.
8. Subag Gudang, bertugas menerima, menyimpan dan mendistribusikan barang persediaan dan barang kebutuhan kantor lainnya sesuai dengan kebutuhan unit kerja masing – masing.
9. Subag Transmisi dan Distribusi, bertugas pengelolaan urusan kegiatan
10. pemeliharaan pendistribusian air dan pengelolaan urusan kegiatan pengembangan jaringan transmisi dan distribusi.

11. Subag Perencanaan Teknik, bertugas perencanaan kegiatan perluasan jaringan dan rehabilitasi perpipaan dan pengembangan fasilitas produksi, sambungan langganan dan pemeliharaan perpipaan.
12. Kepala Bagian Produksi, bertugas untuk merencanakan, mengkoordinasi dan mengawasi pelaksanaan tugas dari Subag instalasi dan Sumber air serta Subag laboratorium.

4.1.3 Biaya Produksi

Biaya produksi merupakan biaya yang harus dikeluarkan dalam sebuah bisnis dalam menghasilkan suatu produk dan jasa.

Tabel 4.1 Data dan Hasil perhitungan Biaya Produksi

Tahun	Biaya Bahan Baku Langsung	Biaya Tenaga Kerja Langsung	Biaya Overhead Pabrik	Biaya Produksi
2018	Rp. 98.871.000	Rp. 160.375.500	Rp. 6.827.000	Rp. 266.073.000
2019	Rp. 111.471.000	Rp. 196.875.550	Rp. 7.487.712	Rp. 315.834.262
2020	Rp. 257.890.000	Rp. 317.515.782	Rp. 7.205.707	Rp. 582.611.489
2021	Rp. 256.600.000	Rp. 348.458.248	Rp. 12.648.236	Rp. 617.706.484

Sumber data yang diolah.

Analisis data yang digunakan sebagai berikut:

Biaya Produksi = Biaya Bahan Baku Langsung + Biaya Tenaga
kerja Langsung + Biaya Overhead pabrik.

1. Biaya Produksi air mineral wai tuo kabupaten luwu Utara Tahun 2018

Biaya produksi = Rp. 98.871.000 + Rp. 160.375.500 + Rp. 6.827.000

Biaya Produksi = Rp. 266.073.500

2. Biaya Produksi air mineral wai tuo kabupaten luwu Utara Tahun 2019

$$\text{Biaya produksi} = 111.471.000 + 196.875.550 + 7.487.712$$

$$\text{Biaya Produksi} = 315.834.262$$

3. Biaya produksi air mineral wai tuo kabupaten Luwu Utara Tahun 2020

$$\text{Biaya Produksi} = 257.890.000 + 317.515.782 + 7.205.707$$

$$\text{Biaya produksi} = 582.611.489$$

4. Biaya produksi air mineral wai tuo Kabupaten Luwu Utara 2021

$$\text{Biaya Produksi} = 256.600.000 + 348.458.248 + 12.648.236$$

$$\text{Biaya Produksi} = 617.706.484$$

Berdasarkan hasil analisis biaya produksi pada industri air mineral wai tuo Desa baloli Kec. Masamba kab. Luwu Utara Tahun 2018 sampai 2021. Pada tahun 2018 biaya produksi sebesar Rp. 266.073.500, Pada tahun 2019 biaya produksi sebesar Rp.315.834.262, sedangkan pada tahun 2020 biaya produksi sebesar Rp.582.611.489 dan pada tahun 2021 biaya produksi sebesar Rp. 617.706.484. Hal ini menunjukkan bahwa biaya produksi air mineral wai tuo Desa Baloli Kec.Masamba kab.Luwu Utara mengalami kenaikan tingkat kenaikan dari tahun 2018 sampai tahun 2021.

4.1.4 Biaya Variabel

Biaya variabel merupakan merupakan biaya yang berubah mengikuti aktivitas bisnis. Dengan kata lain, biaya variabel artinya biaya yang besarnya naik turun tergantung pada volume operasional perusahaan.

Tabel 4.2 Data dan Hasil perhitungan Biaya Variabel

Tahun	Biaya Per Unit	Jumlah Total Unit	Biaya Variabel
2018	Rp. 28.000	621	Rp. 17.388.000
2019	Rp.28.000	581	Rp. 16.268.000
2020	Rp. 28.000	419	Rp. 11.732.000
2021	Rp. 30.000	14	Rp. 420.000

Sumber data yang diolah.

Analisis data yang digunakan sebagai berikut:

Biaya variabel = Biaya Per unit X Jumlah Total unit

1. Biaya Variabel air mineral wai tuo Desa Baloli Kec.Masamba kab.Luwu

Utara Pada Tahun 2018

$$\text{Biaya variabel} = 28.000 \times 621$$

$$\text{Biaya variabel} = 17.388.000$$

2. Biaya Variabel air mineral wai tuo Desa Baloli Kec.Masamba kab.Luwu

Utara Pada Tahun 2019

$$\text{Biaya variabel} = 28.000 \times 581$$

$$\text{Biaya variabel} = 16.268.000$$

3. Biaya variabel air mineral wai tuo desa baloli kec.Masamba kab. Luwu

Utara pada tahun 2020

$$\text{Biaya Variabel} = 28.000 \times 419$$

$$\text{Biaya variabel} = 11.732.000$$

4. Biaya variabel Air Mineral Wai Tuo Desa Baloli kec.Masamba Kab.Luwu

Utara pada tahun 2021

$$\text{Biaya variabel} = 30.000 \times 14$$

$$\text{Biaya Variabel} = 420.000$$

Berdasarkan hasil analisis biaya variabel pada industri air mineral wai tuo Desa baloli Kec. Masamba kab. Luwu Utara Tahun 2018 sampai 2021. Pada tahun 2018 biaya variabel sebesar Rp. 17.388.000, Pada tahun 2019 biaya variabel sebesar Rp. 16.268.000, sedangkan pada tahun 2020 biaya produksi sebesar Rp. 11.732.000 dan pada tahun 2021 biaya produksi sebesar Rp. 420.000. Hal ini menunjukkan bahwa biaya variabel air mineral wai tuo Desa Baloli Kec. Masamba kab. Luwu Utara mengalami penurunan dari tahun 2018 sampai tahun 2021.

4.1.5 Biaya Tetap

Biaya tetap merupakan pengeluaran bisnis yang tidak bergantung pada tingkat barang atau jasa yang dihasilkan oleh bisnis tersebut. pengeluaran ini berkaitan dengan waktu, seperti gaji atau beban sewa yang dibayar setiap bulan, dan sering disebut sebagai pengeluaran tambahan.

Tabel 4.3 Data dan Hasil perhitungan Biaya Tetap

Tahun	Total Biaya	Biaya Per Unit	Biaya Tetap
2018	Rp. 21.394.500	Rp. 28.000	Rp. 21.366.500
2019	Rp. 16.888.000	Rp. 28.000	Rp. 16.860.000
2020	Rp. 11.776.000	Rp. 28.000	Rp. 11.748.000
2021	Rp. 394.000	Rp. 30.000	Rp. 364.000

Sumber data yang diolah.

Analisis data yang digunakan sebagai berikut:

$$\text{Biaya Tetap} = \text{Total Biaya} - \text{Biaya Per Unit}$$

1. Biaya tetap Air Mineral Wai Tuo Desa Baloli Kec.Masamba kab. Luwu Utara pada tahun 2018

$$\text{Biaya Tetap} = 21.394.500 - 28.000$$

$$\text{Biaya Tetap} = 21.366.500$$

2. Biaya tetap Air Mineral Wai Tuo Desa Baloli Kec.Masamba kab. Luwu Utara pada tahun 2019

$$\text{Biaya Tetap} = 16.888.00 - 28.000$$

$$\text{Biaya Tetap} = 16.860.000$$

3. Biaya Tetap Air Mineral Wai Tuo Desa Baloli Kec.Masamba Kab.Luwu Utara pada Tahun 2020

$$\text{Biaya Tetap} = 11.776.00 - 28.000$$

$$\text{Biaya Tetap} = 11.748.000$$

4. Biaya Tetap Air Mineral Wai Tuo Desa Baloli Kec.Masamba Kab. Luwu Utara pada Tahun 2021

$$\text{Biaya Tetap} = 394.000 - 30.000$$

$$\text{Biaya Tetap} = 364.000$$

Berdasarkan hasil analisis biaya tetap pada industri air mineral wai tuo Desa baloli Kec. Masamba kab. Luwu Utara Tahun 2018 sampai 2021. pada tahun 2018 sebesar Rp. 21.366.500 Pada tahun 2019 biaya tetap sebesar Rp. 16.860.000, sedangkan pada tahun 2020 biaya produksi sebesar Rp. 11.748.000 dan pada tahun 2021 biaya tetap sebesar Rp. 364.000. Hal ini menunjukkan bahwa biaya tetap air mineral wai tuo Desa Baloli Kec.Masamba kab.Luwu Utara mengalami penurunan dari tahun 2018 sampai tahun 2021.

4.1.6 Profit Margin

Profit Margin merupakan salah satu rasio profitabilitas yang paling umum digunakan untuk mengukur bagaimana perusahaan atau aktivitas bisnis menghasilkan uang. Margin keuntungan mewakili persentase penjualan yang telah diubah menjadi keuntungan.

Tabel 4.4 Data dan Hasil perhitungan Profit Margin

Tahun	Penjualan Bersih	Harga Pokok Penjualan (HPP)	Penjualan Bersih	Rasio (%)
2018	Rp.26.434.500	Rp. 21.394.500	Rp. 26.434.500	19,0
2019	Rp.24.727.500	Rp.16.888.000	Rp. 24.727.500	31,7
2020	Rp. 32.377.500	Rp.1.776.000	Rp. 32.377.500	63,62
2021	Rp. 27.336.000	Rp. 394.000	Rp. 27.336.000	99,99

Sumber data yang diolah.

Analisis data yang digunakan sebagai berikut:

$$\text{Profit Margin} = \text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Penjualan Bersih} - \text{HPP}}{\text{Penjualan Bersih}} \times 100\%$$

1. Profit Margin Air Mineral Wai Tuo Desa Baloli Kec.Masamba kab.Luwu

Utara pada Tahun 2018

$$\begin{aligned} \text{Gross Profit Margin} &= \frac{26.434.500 - 21.394.500}{26.434.500} \times 100\% \\ &= 19,0\% \end{aligned}$$

2. Profit Margin Air Mineral Wai Tuo Desa Baloli Kec.Masamba kab.Luwu

Utara pada Tahun 2019

$$\begin{aligned} \text{Gross Profit Margin} &= \frac{24.727.500 - 16.888.000}{24.727.500} \times 100\% \\ &= 31,7\% \end{aligned}$$

3. Profit Margin Air Mineral Wai Tuo Desa Baloli Kec.Masamba Kab.Luwu Utara pada tahun 2020

$$\begin{aligned} \text{Gross Profit Margin} &= \frac{32.377.500 - 11.776.000}{32.377.500} \times 100\% \\ &= 63,62\% \end{aligned}$$

4. Profit Margin Air Mineral Wai Tuo Desa Baloli Kec.Masamba Kab.Luwu Utara pada tahun 2021

$$\begin{aligned} \text{Gross Profit Margin} &= \frac{27.336.000 - 394.000}{27.336.000} \times 100\% \\ &= 99,99\% \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil analisis biaya profit Margin pada industri air mineral wai tuo Desa baloli Kec. Masamba kab. Luwu Utara Tahun 2018 sampai 2021. Pada tahun 2018 yaitu sebesar 19,0%, Pada tahun 2019 biaya Profit Margin sebesar 31,7%. Sedangkan pada tahun 2020 biaya profit Margin sebesar 63,62% dan pada tahun 2021 biaya profit Margin sebesar 99,99%. Hal ini menunjukkan bahwa biaya profit Margin air mineral wai tuo Desa Baloli Kec.Masamba kab.Luwu Utara mengalami tingkat kenaikan dari tahun 2018 sampai tahun 2021.

1.2 Pembahasan

Hasil Biaya Pengolahan Air Mineral Tirta Bukae Kabupaten Luwu Utara Tahun 2018 – 2021

Tahun	Rasio			
	Biaya produksi	Biaya variabel	Biaya tetap	Profit margin
2018	Rp.266.073.000	Rp. 17.388.000	Rp. 16.860.000	19,0
2019	Rp.315.834.262	Rp.16.268.000	Rp. 11.748.000	31,7
2020	Rp. 582.611.489	Rp.11.732.000	Rp. 21.366.500	63,63%
2021	Rp.617.706.484	Rp. 420.000	Rp. 364.000	99,99 %

Tabel 4.5 Hasil Perhitungan

Setelah melakukan penelitian laporan keuangan atau evaluasi terhadap laporan keuangan PDAM Tirta Bukae kab.Luwu Utara tahun 2018, 2019, 2020 dan 2021 dengan menggunakan analisis Biaya Produksi, Biaya Variabel, Biaya Tetap dan *Groos Profit Margin* untuk tingkat Profit Margin. Seperti yang terlihat pada tabel diatas maka dapat dinilai bahwa kinerja keuangan perusahaan Tirta Bukae kab.Luwu Utara adalah sebagai berikut:

1. Biaya produksi

Laporan Keuangan PDAM Tirta Bukae kab.Luwu Utara dari tahun 2018 sampai tahun 2021 mengalami peningkatan yang baik dari biaya yang harus dikeluarkan dalam sebuah bisnis dalam mennghasilkan suatu produk dan jasa.

2. Biaya Variabel

Laporan keuangan Air Mineral Wai Tuo Desa Baloli Kec.Masamba Kab. Luwu Utara dari tahun 2018 sampai tahun 2021 mengalami penurunan yang kurang baik dari biaya yang berubah dalam mengikuti aktivitas bisnis perusahaan.

3. Biaya Tetap

Laporan keuangan Air Mineral Wai Tuo Desa Baloli Kec.Masamba Kab. Luwu Utara dari tahun 2018 sampai tahun 2021 mengalami penurunan yang kurang baik dalam pengeluaran bisnis yang bergantung pada tingkat barang atau jasa yang dihasilkan oleh bisnis perusahaan tersebut.

4. Groos Profit Margin

Laporan keuangan Air Mineral Wai Tuo Desa Baloli Kec.Masamba Kab. Luwu Utara dari tahun 2018 sampai tahun 2021 mengalami kenaikan yang sangat baik dalam mengukur bagaimana perusahaan atau aktivitas bisnis dalam menghasilkan keuntungan dalam penjualan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian untuk penilaian kinerja keuangan dengan menggunakan biaya produksi, biaya variabel, biaya tetap dan *Gross Profit Margin* yang merupakan sampel dari penelitian maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Laporan keuangan Air Mineral Wai Tuo berdasarkan hasil perhitungan biaya Produksi dapat dikatakan baik karena perusahaan tidak mengalami kesulitan mengeluarkan suatu biaya dalam sebuah bisnis.
2. Laporan Keuangan Air Mineral Wai Tuo berdasarkan hasil perhitungan biaya Variabel tidak cukup baik dimana setiap tahunnya mengalami penurunan, walaupun pada tahun 2019 mengalami peningkatan. Hal ini disebabkan karena tingginya volume oprasional perusahaan.
3. Laporan Keuangan Air Mineral Wai Tuo berdasarkan perhitungan menggunakan biaya tetap tidak cukup baik di mana setiap tahunnya mengalami penurunan karena setiap tahun memiliki pengeluaran seperti gaji atau beban sewa dibayar setiap bulannya.
4. Laporan Keuangan Air Mineral Wai Tuo menggunakan *Gross Profit Margin* mengalami peningkatan di mana setiap tahun mengalami peningkatan di setiap tahunnya. Hal ini di pertahankan agar keuntungan penjualan perusahaan terus meningkat.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, penelitian ini mempunyai saran sebagai berikut:

1. Diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber referensi penelitian selanjutnya yang memiliki topik dan tema yang sama.
2. Bagi perusahaan dapat mengurangi harga pokok produksi dari produknya dapat mempertimbangkan biaya atas modal yang digunakan walaupun itu menggunakan modal sendiri. Tujuannya agar harga pokok produk produksi yang dihasilkan dapat lebih akurat dan menguntungkan perusahaan.

DARTAR RUJUKAN

- Agus, Sartono. (2011). *Manajemen keuangan Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: BPFE.
- Bastian Bustami & Nurlela. 2012 *Akuntansi Biaya : kajian teori dan Aplikasi*. Edisi pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Bastian Bustami & Nurlela (2013). *Akuntansi Biaya Edisi 4*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Brigham, Eugene F. dan J.F Houston. (2010). *Dasar-dasar manajemen Keuangan* Edisi 11. Jakarta: Salemba empat.
- Carter, William k (2015). *Cost Accounting, jilid I edisi ke empat belas*. Jakarta: salemba empat.
- Chen, J. Z. et al. (2014). *Extensive Somatic Mitochondrial Mutations in primary prostate Cancer Using Laser Capture Microdissention.* (Online). Tersedia: <http://dir.nichd.nih.gov/lcm/lcm.htm> (17 februari 2015).
- Gitman, Lawrence J. (2014). *Principles of managerial Finance. Twelfth Edition*. Prentice Hall.
- Krismaji. (2011). *Akuntansi manajemen*. Edisi kedua. Cetakan pertama. UPP STIM YKPN. Yogyakarta.
- Kasmir, (2011), *Analisis laporan Keuangan*, Edisi I, Cetakan 4, Penerbit PT raja Grafindo Persada, Jakarta.

- Kotler dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta:Erlangga
- Mulyadi (2012). Akuntansi Biaya. Edisi 5 Cetakan sebelas. Yogyakarta: STIE YKPN
- Nafarin M (2013). Penganggaran perusahaan Edisi Tiga. Salemba Empat. Jakarta.
- Sugiono. 2011.Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung:Afabeta
- Sofyan Syafri. (2013). *Analisis Krisis atas laporan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sawir, (2015). Analisa Kinerja Keuangan dan perencanaan keuangan Perusahaan. jakarta; PT.Gramedia Pustaka Utama.