

**ANALISIS PENENTUAN HARGA POKOK PRODUKSI DENGAN
MENGUNAKAN METODE PERHITUNGAN BIAYA
BERDASARKAN PESANAN (*JOB ORDER COSTING*)
PADA UKM BATIK SARI KENONGO SIDOARJO**

ARTIKEL ILMIAH

Diajukan untuk memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Strata Satu
Jurusan Akuntansi



Oleh :

**SITI JAZILAH
2010 310 626**

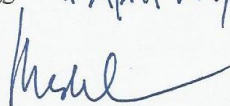
**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2014**

PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Siti Jazilah
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 01 Desember 1991
N.I.M : 2010310626
Jurusan : Akuntansi
Program Pendidikan : Strata I
Konsentrasi : Akuntansi Manajemen
Judul : Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi
Dengan Menggunakan Metode Perhitungan Biaya
Berdasarkan Pesanan (*Job Order Costing*) Pada
UKM Batik Sari Kenongo Sidoarjo

Disetujui dan diterima baik oleh :

Dosen Pembimbing,
Tanggal : 11 April 2014



(Dra. GUNASTI HUDIWINARSIH, Ak., M.Si.)

Ketua Program Studi S1 Akuntansi
Tanggal : 17 April 2014



(SUPRIYATI, SE., Ak., M.Si)

**ANALISIS PENENTUAN HARGA POKOK PRODUKSI DENGAN
MENGUNAKAN METODE PERHITUNGAN BIAYA
BERDASARKAN PESANAN (*JOB ORDER COSTING*)
PADA UKM BATIK SARI KENONGO SIDOARJO**

By :
Siti Jazilah
NIM : 2010310626

Counselorn Lecturer :
Dra. Gunasti Hudiwinarsih, Ak., M.Si.

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the cost of production and the price of batik fabric based products per order cost method for product sunduk kentang in ukm batik sari kenongo sidoarjo . The analytical tool used is the method of calculating the cost based on the order with the factory overhead cost allocation according to the relative sales value , where the rationale of this method that the selling price of a product is the embodiment of the costs incurred in processing the product. Thereby, the calculation cost of goods manufactured with job order cost method is lower then the calculation cost of Goods manufactured according to company method.

Keywords: Cost of Goods Manufactured, Cost of Production, Job Order Cost Method.

Dalam perkembangan bisnis yang sangat pesat , banyak perusahaan perorangan atau UKM (Usaha Kecil Menengah) yang masih belum menetapkan harga secara tepat. Salah satunya adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa dan dagang. Perusahaan ini hanya menggunakan perkiraan dan perbandingan harga dari perusahaan lain yang serupa atau sejenis.

Suatu perusahaan harus menetapkan harga yang tepat. Penetapan harga merupakan keputusan kritis yang menunjang keberhasilan operasi organisasi profit maupun nonprofit. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pendapatan bagi perusahaan. Harga

merupakan unsur bauran pemasaran yang bersifat fleksibel, artinya dapat diubah dengan cepat. Konsumen dalam menilai harga suatu produk atau jasa, sangat tergantung bukan hanya nominal tetapi melalui persepsi mereka pada harga dan lazim disebut persepsi harga. Penilaian konsumen terhadap harga bisa saja berbeda-beda. Hal ini dikarenakan adanya persepsi masing-masing individu yang dilatarbelakangi oleh lingkungan kehidupan dan kondisi ekonomi individu.

Menurut Asri (1986; 279) harga adalah suatu nilai tukar untuk manfaat yang ditimbulkan oleh barang atau jasa tertentu bagi

seseorang. Semakin tinggi manfaat yang dirasakan seseorang dari barang atau jasa tertentu, maka makin tinggi nilai tukar barang atau jasa tersebut dimatinya dan makin besar pula alat penukar yang bersedia dikorbankan. Sebagaimana dikemukakan oleh Stanto (Agipora, 2002) harga dapat pula diartikan sebagai jumlah uang (kemungkinan ditambah berupa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan layanan yang menyertainya. Harga dinilai sangat penting bagi perusahaan karena jika terjadi kesalahan dalam menentukan harga, perusahaan akan mengalami kerugian dan akan terjadi kebangkrutan.

Menurut Hansen Mowen (2011:290) Dalam menentukan harga pokok sebuah produk terdapat 2 macam metode, yaitu : metode berdasarkan pesanan dan metode berdasarkan proses. Metode berdasarkan pesanan menghitung setiap biaya berdasarkan pesanan pelanggan, sedangkan metode berdasarkan proses melihat dari proses produksi untuk menghasilkan barang tersebut. Perhitungan harga berdasarkan pesanan dengan menghitung setiap biaya dari pesanan pelanggan saja, sedangkan perhitungan metode berdasarkan proses dihitung pada saat produk dihasilkan dalam kondisi proses yang kontiniu atau metode produksi masal dimana produk-produk yang dihasilkan dalam suatu departemen atau pusat biaya bersifat homogen.

UKM Batik Sari Kenongo Sidoarjo ini adalah salah satu UKM yang ada di Sidoarjo. Perusahaan ini memproduksi batik untuk dijual digerai atau untuk pesanan.

Persentase dalam penjualan yaitu 35% untuk dijual digerai dan 65% berdasarkan pesanan. Perusahaan ini mengalami permasalahan dalam menetapkan harga pokok produksi untuk pembuatan batik yang berdasarkan pesanan. Perusahaan ini selalu menetapkan harga pokok produksi secara tradisional. Hal ini berdampak pada laba yang dihasilkan kecil dan tidak sesuai yang diharapkan perusahaan. Jika perusahaan mengalami hal seperti itu terus menerus, maka akan berdampak pada keberlanjutan usahanya.

UKM Batik Sari Kenongo Sidoarjo dituntut untuk kreatif dalam mengelola usahanya, baik dalam hal mengefisienkan biaya, mengintensifkan waktu dan dalam membuat kebijakan serta pengambilan keputusan yang terbaik bagi kelangsungan usahanya. Pihak manajemen suatu perusahaan yang kegiatannya menghasilkan produk, memerlukan informasi mengenai berapa besar jumlah biaya yang di gunakan dalam menghasilkan satu unit produknya maka manajemen usaha yang dalam hal ini sebagai fokus dari penulisan adalah UKM Batik Sari Kenongo Sidoarjo harus memberikan perhatian yang serius terhadap masalah penentuan harga pokok produksi khususnya terkait dengan penentuan biaya overhead. Kesalahan dalam menentukan harga pokok produksi suatu pesanan mengakibatkan tidak maksimalnya laba atau keuntungan yang di peroleh oleh perusahaan. Oleh karena itu, upaya penentuan harga pokok produksi ini harus dilaksanakan secara hati-hati dengan menggunakan perhitungan dan

pertimbangan yang tepat dan dapat dipertanggungjawabkan secara teoritis maupun dalam penerapannya dalam dunia usaha agar tujuan perusahaan dapat dicapai semaksimal mungkin. Menggunakan metode perhitungan biaya berdasarkan pesanan perusahaan dapat menetapkan harga pokok produksi yang sesuai dengan pesanan pelanggan dan mampu mengurangi pemborosan biaya sehingga perusahaan tidak mengalami kerugian.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka perumusan masalah pada penelitian ini adalah “Bagaimanakah Penentuan Harga Pokok Produksi Dengan Menggunakan Metode Perhitungan Biaya Berdasarkan Pesanan (*Job Order Costing*) pada UKM Batik Sari Kenongo Sidoarjo.

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dirumuskan, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah : Untuk mengukur dan mengetahui harga pokok produksi dengan menggunakan metode perhitungan biaya berdasarkan pesanan (*Job Order Costing*).

LANDASAN TEORI

Akuntansi Biaya

Akuntansi biaya adalah proses pencatatan, penggolongan, peringkasan dan penyajian biaya pembuatan dan penjualan produk atau jasa dengan cara-cara tertentu, serta penafsiran terhadapnya. Objek kegiatan akuntansi biaya adalah biaya. (Mulyadi, 2009:7)

Biaya

Biaya adalah pengorbanan ekonomis untuk memperoleh barang atau jasa, dimana manfaat dari barang atau jasa tersebut dinikmati dalam waktu lebih dari satu tahun (jangka panjang). (Rudianto, 2008:25). Biaya adalah kas atau nilai setara kas yang dikorbankan untuk barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat pada saat ini atau di masa mendatang bagi organisasi. (Simamora, 2002:36)

Penggolongan Biaya

Semakin kompleksnya permasalahan yang dihadapi oleh suatu perusahaan akan berakibat semakin banyaknya tugas-tugas manajemen perusahaan tersebut dalam menjalankan fungsi manajemen. Selain itu, biaya-biaya yang terjadi diperusahaan semakin banyak. Oleh sebab itu perusahaan memerlukan informasi mengenai biaya, baik untuk penetapan harga, efisiensi penggunaan sumber daya, dan evaluasi tentang lini produk yang paling menguntungkan. Untuk memenuhi kebutuhan manajemen, biaya dapat digolongkan menjadi beberapa macam.

Harga

Harga merupakan salah satu dari empat variable keputusan strategi utama yang dikendalikan oleh manajer pemasaran. Keputusan penetapan harga mempengaruhi jumlah penjualan yang dilakukan oleh perusahaan dan berapa banyak pendapatan yang diperoleh. Hal ini penting karena harga merupakan unsur penting dalam evaluasi konsumen terhadap produk. Harga adalah sesuatu yang harus diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan

keunggulan yang ditawarkan oleh bauran pemasaran perusahaan. Jadi, harga memainkan peran langsung dalam membentuk nilai pelanggan.

Menurut Marius (1999 : 24) harga merupakan jumlah uang yang harus konsumen bayarkan untuk mendapatkan suatu produk, harga merupakan variable dari program bauran pemasaran yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Menurut Andrian Payne (2000 : 171) harga dibuat dengan menambah persentasi mark-up pada biaya atas manfaat-manfaat dalam memakai atau menggunakan suatu jasa dan produk.

Dasar Penetapan Harga

Menurut Machfoedz (2005: 136) “Penetapan harga dipengaruhi oleh berbagai factor, baik factor internal maupun factor eksternal”

Faktor internal meliputi tujuan pemasaran perusahaan, strategi bauran pemasaran, biaya, dan metode penetapan harga.” Faktor eksternal meliputi sifat pasar dan permintaan, persaingan, dan elemen lingkungan yang lain.

Tujuan Penetapan Harga

Sebuah perusahaan memiliki beberapa tujuan penentuan harga dengan berjalannya waktu, dan perusahaan harus memformulasikan tujuan-tujuan ini dengan jelas sebelum mengembangkan strategi harga keseluruhan. Menurut Machfoedz (2005: 139) “Tujuan penetapan harga meliputi (1). Orientasi laba: mencapai target baru, dan meningkatkan laba; (2) Orientasi penjualan: meningkatkan volume

penjualan, dan mempertahankan atau mengembangkan pangsa pasar.”

Metode Penetapan Harga

Menurut Hansen mowen (2011:290-291) perhitungan harga pokok produk dan jasa dibagi menjadi dua , yaitu perhitungan biaya pesanan (*job-order costing*) dan perhitungan biaya proses (*process costing*).

Perhitungan biaya pesanan (*job-order costing*). Pada metode ini, obyek biaya adalah satu unit atau beberapa unit dari produk yang berbeda-beda atau terpisah yang disebut dengan pesanan (*job*).

Perhitungan biaya proses (*process-costing*). Pada metode ini, biaya per unit dihitung melalui pembagian biaya prosesnya dengan *output* pada periode yang terkait.

Hansen mowen (2011:160) menyebutkan bahwa terdapat perhitungan biaya selain biaya pesanan dan proses yaitu perhitungan biaya berdasarkan aktivitas (*activity based costing-ABC*). Perhitungan biaya berdasarkan fungsi atau aktivitas membebankan biaya pada objek biaya, seperti produk, pelanggan, pemasok, bahan baku, dan jalur pemasaran.

Harga Pokok Produksi

Harga pokok produksi menurut Mulyadi (2007:10) merupakan pengobanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau kemungkinan terjadi untuk memperoleh penghasilan. Harga pokok produksi menurut Hansen dan mowen (2004:8) harga pokok produksi adalah mewakili jumlah barang yang diselesaikan

pada periode tertentu. Wijaksono (2006:10) mendefinisikan harga pokok produksi adalah sejumlah nilai aktiva, tetapi apabila tahun berjalan aktiva tersebut dimanfaatkan untuk membantu memperoleh penghasilan. Dari berbagai pendapat para ahli dapat disimpulkan bahwa harga pokok produksi adalah semua pengorbanan yang dilakukan perusahaan untuk memproduksi suatu produk.

Tujuan dan Manfaat Penentuan Harga Pokok Produksi

Informasi harga pokok produksi yang dihitung untuk jangka waktu tertentu bermanfaat bagi manajemen untuk menentukan harga jual produk, Memantau realisasi biaya produksi, menghitung laba atau rugi periodik, menentukan harga pokok persediaan produk jadi dan produk dalam proses yang disajikan dalam neraca. Jadi dapat disimpulkan bahwa tujuan dan manfaat dalam penentuan harga pokok produksi yaitu sebagai berikut.

Sebagai dasar dalam penetapan harga jual. Sebagai alat untuk menilai efisiensi proses produksi. Sebagai alat untuk memantau realisasi biaya produksi. Untuk menentukan laba atau rugi periodik. Menilai dan menentukan harga pokok persediaan.

Perhitungan Biaya Berdasarkan Pesanan (*Job Order Costing*)

Menurut William K. Carter (2009:144) Dalam sistem perhitungan biaya berdasarkan pesanan (*job order costing*) biaya produksi diakumulasikan untuk setiap pesanan (*job*) yang terpisah; suatu pesanan adalah output yang

didentifikasikan untuk memenuhi pesanan pelanggan tertentu atau untuk mengisi kembali suatu item dari persediaan. Hal ini berbeda dengan sistem perhitungan biaya berdasarkan proses di mana biaya diakumulasikan untuk suatu operasi atau subdivisi dari suatu perusahaan, seperti departemen.

Karakteristik Perhitungan Biaya Berdasarkan Pesanan (*Job Order Costing*)

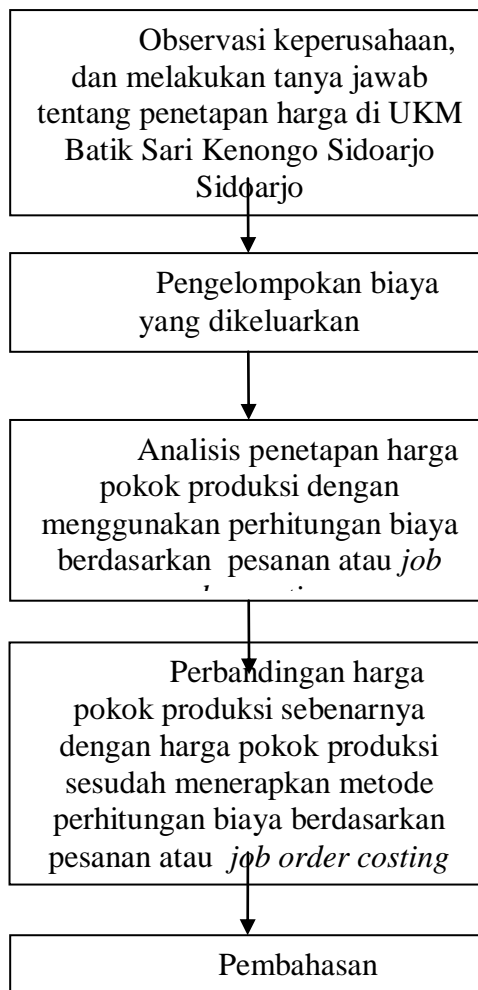
Menurut Mulyadi (2009:37) Adapun karakteristik usaha perusahaan yang produksinya berdasarkan pesanan adalah sebagai berikut :

Proses pengolahan produk terjadi secara terputus-putus. Jika pesanan yang satu selesai dikerjakan, proses produksi dihentikan dan mulai dengan pesanan berikutnya. Produk dihasilkan sesuai dengan spesifikasi yang ditentukan oleh pemesan. Dengan demikian pesanan yang satu dapat berbeda dengan pesanan yang lain. Produksi ditujukan untuk memenuhi pesanan, bukan untuk memenuhi persediaan digudang.

Manfaat Penggunaan Perhitungan Biaya Berdasarkan Pesanan (*Job Order Costing*)

Menurut Mulyadi (2009:39) manfaat dari penggunaan *job order costing* bagi pihak manajemen adalah :

Menentukan harga jual yang akan dibebankan kepada pelanggan.
Mempertimbangkan dalam hal menerima atau menolak pesanan.
Memantau realisasi biaya produksi.



Gambar 1
Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan yang telah dijelaskan pada bab pertama, bahwa penelitian ini menggunakan Metode Deskriptif Kualitatif karena tujuan dari peneliti yang dilakukan adalah untuk mengetahui harga yang sesuai dengan aktivitas yang dilakukan diperusahaan supaya perusahaan

mendapatkan laba yang sesuai dengan aktivitasnya.

Batasan Penelitian

Penelitian dilakukan pada salah satu perusahaan jasa atau UKM yang ada di Sidoarjo, yaitu usaha batik Sari Kenongo yang berlokasi di Jalan Raya Kenongo Timur 5 RT 001 Tulangan Sidoarjo.

Penelitian ini dibatasi dengan perhitungan harga pokok produksi

pada tahun 2013 dan pada bulan November 2013 berdasarkan metode perhitungan biaya berdasarkan pesanan (*job order costing*).

Data Dan Metode Pengumpulan Data

Jenis Data

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung pada saat penelitian dengan mengadakan wawancara langsung kepada obyek yang sedang dilakukan. Data ini juga diperoleh dengan wawancara terstruktur dengan menggunakan daftar pertanyaan yang telah disediakan disertai dengan catatan yang ada. Data primer ini didapat dari wawancara atau tanya jawab kepada pihak perusahaan atau karyawan yang bertugas di perusahaan tersebut.

Data sekunder yaitu data yang diambil dari literature yang mempunyai hubungan dengan penulis yang sedang dilakukan oleh penulis. Data yang diambil dari instansi/pihak-pihak yang terkait dengan obyek penelitian untuk data dalam penulis ini berasal dari perusahaan dan ditunjang dengan data-data lainnya. Data sekunder ini didapat dari laporan keuangan perusahaan dan literatur pengajaran.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan oleh penulis dalam melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut :

Penelitian Lapangan, yaitu penelitian yang dilakukan dengan teknik sebagai berikut: Wawancara,

Observasi dan Penelitian Kepustakaan.

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur dan mengetahui harga pokok produksi dengan menggunakan metode perhitungan biaya berdasarkan pesanan (*Job Order Costing*) di UKM Batik Sari Kenongo Sidoarjo dengan informan Painah/Bu Hartono. Penentuan harga pokok produksi pada UKM Batik Sari Kenongo Sidoarjo masih menggunakan cara tradisional, yaitu dengan memperkirakan biaya overhead pabrik. Perhitungan seperti itu berdampak pada efisiensi biaya yang dikeluarkan, dan akan memperkecil laba yang diperoleh.

Hal ini yang mendasari analisa untuk menghitung biaya overhead dengan menggunakan metode nilai jual *relative*. Penggunaan metode ini bertujuan untuk mengefisienkan biaya yang dikeluarkan bersamaan dan untuk menetapkan biaya Overhead sehingga dapat digunakan untuk menghitung harga pokok produksi. Setelah perhitungan biaya overhead, maka analisa dapat menghitung harga pokok produksi dengan menggunakan metode berdasarkan pesanan dan dapat dilihat adanya perbedaan antara hasil perhitungan harga pokok produksi menurut metode perusahaan dengan hasil perhitungan harga pokok produksi berdasarkan hasil analisa.

Adapun perbedaan perhitungan harga pokok produksi menurut perusahaan dengan perhitungan menurut hasil analisis dapat dilihat dalam table berikut :

Tabel 1
Perbedaan Perhitungan Harga Pokok Produksi *Sunduk Kentang* 80 Unit Kain Menurut Perhitungan Perusahaan Dan Hasil Analisa Pada Bulan November 2013

Produk	Perhitungan harga pokok produksi		Selisih
	Perusahaan	Hasil Analisa	
<i>Sunduk Kentang</i> 80 unit kain			
Biaya bahan baku	4.395.000	1.200.000	3.195.000
Biaya tenaga kerja langsung	5.480.000	5.480.000	-
Biaya <i>Overhead</i> pabrik	1.098.750	3.916.680	2.817.930
Harga Pokok Produksi	10.973.750	10.596.680	377.070
Harga pokok produksi / kain	137.171,8	132.458,5	4.713,3

Tabel 2
Perbedaan Perhitungan Harga Pokok Produksi *Bayeman* 65 Unit Kain Menurut Perhitungan Perusahaan Dan Hasil Analisa Pada Bulan November 2013

Produk	Perhitungan harga pokok produksi		Selisih
	Perusahaan	Hasil Analisa	
<i>Bayeman</i> 65 unit kain			
Biaya bahan baku	2.685.000	975.000	1.710.000
Biaya tenaga kerja langsung	3.867.000	3.867.000	-
Biaya <i>Overhead</i> pabrik	671.250	2.237.620	1.138.870
Harga Pokok Produksi	7.223.250	7.079.620	143.630
Harga pokok produksi / kain	111.126,92	108.917,23	2.209,69

Table 3
Perbedaan Perhitungan Harga Pokok Produksi *Bunga-Bunga* 40 Unit Kain Menurut Perhitungan Perusahaan Dan Hasil Analisa Pada Bulan November 2013

Produk	Perhitungan harga pokok produksi		Selisih
	Perusahaan	Hasil Analisa	
<i>Bunga-bunga</i> 40 unit kain			
Biaya bahan baku	1.865.000	600.000	1.265.000
Biaya tenaga kerja langsung	2.380.000	2.380.000	-
Biaya <i>Overhead</i> pabrik	466.250	1.565.700	1.099.450
Harga Pokok Produksi	4.711.250	4.545.700	165.550
Harga pokok produksi / kain	117.781,25	113.642,5	4.138,75

Dari table perbandingan perhitungan harga pokok produksi di atas, menunjukkan adanya perbedaan perhitungan harga pokok produksi antara perhitungan perusahaan dengan perhitungan harga pokok produksi dari hasil analisa penulis. Perhitungan untuk pesanan *Sunduk Kentang* memiliki perbedaan perhitungan yaitu perhitungan menurut perusahaan sebesar Rp 10.937.750,00, sedangkan menurut hasil analisis berdasarkan biaya yang sesungguhnya dikeluarkan sebesar Rp 10.596.680,00. Terjadi selisih perhitungan harga pokok produksi sebesar Rp 377.070,00. Perhitungan untuk pesanan *Bayeman* juga terdapat selisih, menurut perusahaan harga pokok produksi sebesar Rp. 7.223.750,00, sedangkan menurut analisis biaya yang dikeluarkan sebesar Rp. 7.079.620,00. Terjadi selisih perhitungan harga pokok produksi sebesar Rp. 143.630,00.

Perhitungan pesanan *Bunga-bunga* juga terdapat selisih, menurut

perusahaan harga pokok produksi sebesar Rp. 4.711.250,00, sedangkan menurut analisis berdasarkan biaya sesungguhnya dikeluarkan sebesar Rp. 4.545.700,00. Terjadi selisih perhitungan harga pokok produksi sebesar Rp. 165.550,00. Ketiga data tersebut dapat dilihat perhitungan harga pokok produksi menurut perusahaan lebih besar dibandingkan perhitungan harga pokok berdasarkan pesanan (*job order costing*). Selisih ini terjadi karena adanya perbedaan pembebanan biaya bahan penolong dimana perusahaan memperhitungkannya ke dalam biaya bahan baku, akan tetapi menurut teori akuntansi biaya (Mulyadi 2009:18) biaya tersebut dimasukkan ke dalam biaya *Overhead* pabrik.

Perusahaan juga tidak mencatat adanya biaya listrik dan biaya bahan bakar minyak. Persentase dari selisih perhitungan perusahaan dan perhitungan menggunakan *Job Order Costing* sebesar 3%, jika perusahaan menggunakan metode dengan

perhitungan perusahaan akan berdampak pada ketidak sesuaian laba yang diperoleh perusahaan. Dampak dari ketidak sesuaian ini akan berpengaruh pada harga jual. Kondisi ini akan berpengaruh pada berkelanjutan usahanya.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur dan mengetahui harga pokok produksi dengan menggunakan metode perhitungan biaya berdasarkan pesanan (*Job Order Costing*) di UKM Batik Sari Kenongo Sidoarjo dengan informan Painah/Bu Hartono. Berdasarkan uraian pada bab sebelumnya serta hasil analisis dan perhitungan yang dilakukan di UKM Batik Sari Kenongo Sidoarjo dengan judul Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Dengan Menggunakan Metode Perhitungan Biaya Berdasarkan Pesanan (*Job Order Costing*) Pada Ukm Batik Sari Kenongo Sidoarjo. maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

(1)Perhitungan menurut perusahaan sudah menunjukkan keuntungan yang baik, namun perhitungan menurut perusahaan masih mengalami masalah pembebanan biaya *overhead* pabrik yang belum memasukkan beban komponen dari biaya *overhead* pabrik. Hal ini berdampak penentuan harga jual yang terlalu tinggi. Harga jual yang terlalu tinggi akan mengakibatkan produk yang dijual terlalu mahal, dan berakibat pada pelanggan yang akan mencari perusahaan lain. (2) Apabila dibandingkan dengan perhitungan perusahaan dan perhitungan berdasarkan *Job Order Costing*

terdapat perbedaan dalam penentuan harga pokok produksi. Perbedaan dan perbandingan ini menunjukkan bahwa metode perhitungan biaya berdasarkan pesanan (*job order costing*) lebih sesuai digunakan untuk menetapkan harga pokok produksi di UKM Batik Sari Kenongo Sidoarjo.

Agar hasil pembahasan dapat tercapai sasaran dalam melakukan penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan penelitian yaitu :

(1) Keterbatasan untuk memperoleh data biaya yang dikeluarkan (2) Kendala komunikasi dalam wawancara, responden terkadang kurang memahami makna dari pertanyaan.

Berdasarkan hasil kesimpulan diatas dengan mempertimbangkan manfaat yang diperoleh, maka penulisan dapat mengemukakan saran sebagai berikut :

(1)Untuk memperoleh harga pokok produksi seperti yang terjadi pada UKM Batik Sari Kenongo, perusahaan seharusnya meneliti jenis produk yang dihasilkan, apakah merupakan produk tunggal atau produk bersama sehingga dapat diketahui metode yang paling tepat untuk menghitung harga pokok dari produk yang dihasilkan. (2) Untuk mendapatkan hasil perhitungan pembebanan pada pengumpulan harga pokok produksi secara tepat dan teliti, maka perusahaan seharusnya merubah cara perhitungan pembebanan tarif biaya *Overhead* pabrik terhadap produk pesanan yang sesuai dengan prosedur perhitungan menurut prinsip akuntansi biaya berdasarkan metode

harga pokok pesanan. (3) Dalam pembebanan biaya *Overhead* pabrik, perusahaan seharusnya memahami konsep harga pokok produksi dimana yang dimaksud harga pokok produksi adalah harga atau biaya yang dikeluarkan untuk proses produksi yang terkait dengan pesanan, jika tidak terkait dengan proses produksi biaya tersebut tidak boleh dimasukkan atau dibebankan sebagai biaya *Overhead* pabrik. (4) Penentuan harga pokok produksi seharusnya perusahaan menggunakan metode perhitungan biaya berdasarkan pesanan (*job order costing*), Karena dapat dilihat dari perbandingan harga pokok produksi perusahaan dan analisa terdapat perbedaan dan biaya yang dikeluarkan juga lebih efisien

DAFTAR RUJUKAN

- Asri, Marwan, 1986, *Marketing*, Edisi Satu, BPFE, Yogyakarta.
- Bungin, Burhan. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- Carter, William K. 2009. *Akuntansi Biaya*. Edisi 14. Salemba Empat. Jakarta.
- Hansen and Mowen, 2011, *Akuntansi Manajerial*. Buku I. Edisi Delapan. Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, Philip 2001. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Terjemahan Damur Sihombing. M.B.A. Edisi & Jilid satu dan dua. Jakarta : Erlangga.
- Machfoedz, M. 2005. *Pengantar Pemasaran Modern*. UPP AMP YKPN. Yogyakarta.
- Marius P. Angipora**, 1999, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Cetakan Pertama Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Mulyadi. 2009. *Akuntansi Biaya*, Edisi 6, STIE YKPN, Yogyakarta.
- Nickels, William G. 2010. *Pengantar Bisnis. Tujuan Penentuan Harga*. Buku II. Edisi Delapan. Salemba Empat. Jakarta.
- Payne, Adrian. 2000. *The Essence Of Service Marketing Pemasaran Jasa*. Alih bahasa: Fandy Tjiptono. Yogyakarta: Andi.
- Rudianto. 2008. *Pengantar Akuntansi : Konsep dan Teknik Penyusunan Laporan Keuangan*, Erlangga, Jakarta.
- Simamora, Henry. 2002. *Akuntansi Manajemen*. Salemba Empat, Jakarta.

