



SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH BIAYA *OVERHEAD* PABRIK
TERHADAP HARGA JUAL PADA MAHKOTA ASLI PADANG**

Oleh :

NAMA : ILMI WULANDARI

NIM : 17.10.002.2201.002

JURUSAN : AKUNTANSI

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT

2023



SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH BIAYA *OVERHEAD* PABRIK TERHADAP
HARGA JUAL PADA MAHKOTA ASLI PADANG**

OLEH:

NAMA : ILMI WULANDARI
NIM : 17.10.002.62201.002
PROGRAM STUDI : AKUNTANSI

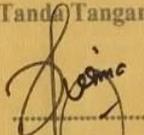
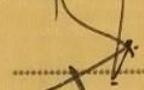
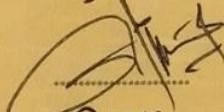
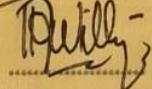
**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT**

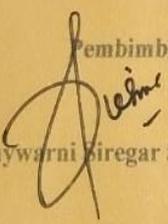
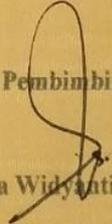
2023

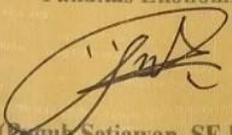
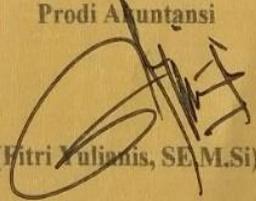
PENGESAHAN

Dinyatakan lulus setelah dipertahankan didepan Tim Penguji Skripsi
Tanggal 28 Februari 2023

Judul : Analisis Pengaruh Biaya *Overhead* Pabrik terhadap
harga jual pada Mahkota Asli Padang
Nama : Ilmi Wulandari
NIM : 17.10.002.62201.002
Program Studi : Akuntansi

	Tim penguji Nama	Tanda Tangan
Ketua Penguji	1. Liesma Maywarni Siregar SE,M.Si.Ak. CA	
	2. Rina Widayanti, SE, M.Si	
	3. Fitri Yulianis, SE,M.Si	
	4. Dr. Willy Nofranita, SE,M.Si,Ak,CA	

 Pembimbing 1 (Liesma Maywarni Siregar SE,M.Si.Ak. CA)	Disetujui :	 Pembimbing 2 (Rina Widayanti, SE, M.Si)
---	-------------	--

Dekan Fakultas Ekonomi  (Zuguh Setiawan, SE,M.Si)	Diketahui :	Ketua Prodi Akuntansi  (Fitri Yulianis, SE,M.Si)
---	-------------	---

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT karena berkat limpahan rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh Biaya *Overhead* Pabrik Terhadap Harga Jual pada Mahkota Asli Padang” guna memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Akuntansi di Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.

Selanjutnya shalawat serta salam kepada junjungan kita yakni Rasulullah Nabi Muhammad SAW sebagai contoh tauladan umat yang telah membawa kita dari zaman Jahiliyah ke zaman yang berilmu pengetahuan seperti saat ini.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Riki Saputra, M.A selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.
1. Ibu Liesma Maywarni Siregar SE, M.Si, Ak, CA selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan ilmu selama menjalani bimbingan skripsi kepada saya terimakasih juga atas waktu dan kesabaran dalam membimbing saya dalam menyelesaikan skripsi ini,
2. Ibu Rina Widyanti SE M.Si selaku dosen pembimbing II saya yang telah membimbing saya serta memberikan arahan sehingga skripsi ini selesai.
3. Kedua orang tua dan keluarga besar atas segala doa, kasih sayang, serta dukungan moral dan materil kepada penulis sehingga semua proses kegiatan dapat berjalan dengan baik.
4. Bapak Puguh Setiawan SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.
5. Ibu Fitri Yulianis SE, M.Si , selaku Kaprodi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.
6. Ibu Fitri Yulianis SE, M.Si dan Ibu Dr. Willy Nofranita, SE,M.Si, Ak,CA selaku dosen penguji yang telah memberikan arahan dan nasehat dalam menyelesaikan skripsi ini

7. Dosen-dosen Fakultas Ekonomi yang banyak membantu dalam pemberian materi perkuliahan sebagai modal awal dalam penyusunan proposal ini.
8. Karyawan dan staf Fakultas Ekonomi yang telah banyak membantu dalam proses administrasi.
9. Teman-teman yang telah membantu dalam kelancaran pelaksanaan penelitian.
10. Semua pihak yang telah memberi saran dan bantuan kepada penulis dalam kelancaran skripsi ini.

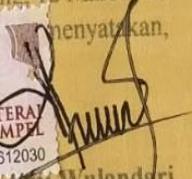
Semoga segala bantuan dan dukungan semua pihak dibalaskan oleh Allah SWT dan Skripsi penelitian ini dapat memberikan manfaat kepada setiap pihak yang membantu maupun pembacanya, Aamiin.

Padang, 16 Maret 2023

Penulis

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim.

Padang, 12 Maret 2023
menyatakan,

MBTERA
TEMPEL
BDDAKX237612030
Ami Wulandari
17.10.002.62201.002

HAK CIPTA

Hak cipta milik **Ilmi Wulandari**, tahun 2023, dilindungi oleh undang-undang. Yaitu dilarang mengutip dan memperbanyak tanpa izin tertulis dari Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat, sebagian atau seluruhnya dalam bentuk apapun, baik cetak, fotokopi, mikro film dan lain-lain sebagainya.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
DAFTAR LAMPIRAN.....	vii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Biaya	9
2.1.1 Klasifikasi Biaya	10
2.1.2 Biaya Produksi	14
2.1.2.1 Pengertian Biaya Produksi	14
2.1.2.2 Komponen Biaya Produksi	16
2.1.2.3 Metode Penentuan Biaya Produksi	18
2.1.2.4 Pengertian Biaya Overhead Pabrik	19
2.1.2.5 Jenis-Jenis Biaya Yang Termasuk Biaya Overhead Pabrik	21
2.1.2.6 Penentuan Biaya Overhead Pabrik.....	22
2.2 Harga Jual.....	25
2.3 Penetapan Harga Jual	26
2.4 Metode Penentuan Harga Jual.....	28
2.5 Penelitian Terdahulu	31

2.6 Kerangka Pemikiran.....	34
-----------------------------	----

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	35
---------------------------------------	----

3.2 Jenis Penelitian.....	35
---------------------------	----

3.3 Jenis Data dan Sumber Data	36
--------------------------------------	----

3.4 Teknik Pengumpulan Data	37
-----------------------------------	----

3.5 Metode Analisis Data	38
--------------------------------	----

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	39
-----------------------------------	----

4.1.1 Struktur Organisasi	40
---------------------------------	----

4.1.3 Jenis produk yang dihasilkan	42
--	----

4.2 Hasil dan Pembahasan.....	43
-------------------------------	----

4.2.1 Hasil.....	43
------------------	----

4.2.2 Proses Produksi.....	43
----------------------------	----

4.1.3 Data Harga Jual.....	53
----------------------------	----

4.2.4 Perbandingan Harga Jual dan Biaya <i>Overhead</i> Pabrik.....	53
---	----

4.3 Pembahasan.....	54
---------------------	----

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	57
---------------------	----

5.2 Saran.....	57
----------------	----

DAFTAR PUSTAKA.....	60
----------------------------	-----------

DAFTAR TABEL

Tabel 2.3	31
Penelitian Terdahulu	
Tabel 4.1	43
Deskripsi Produk.	
Tabel 4.2	44
Alat dan Mesin beserta Fungsinya	
Tabel 4.3	46
Hasil produksi	
Tabel 4.4	48
Tenaga Kerja Langsung	
Tabel 4.5	49
Gaji dan Upah Tenaga Kerja.	
Tabel 4.6	50
Biaya Air dan Listrik.	
Tabel 4.7	51
Biaya Bahan Bakar Mesin.	
Tabel 4.8	52
Biaya bahan Penolong.	
Tabel 4.9	52
Biaya Overhead Pabrik	
Tabel 4.10	53
Harga jual	
Tabel 4.11	54
Biaya Overhead Pabrik/Unit	
Tabel 4.12	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	34
Kerangka Pemikiran	
Gambar 4.1	40
Struktur Organisasi	

ANALISIS PENGARUH BIAYA *OVERHEAD* PABRIK TERHADAP HARGA JUAL PADA USAHA MAHKOTA ASLI PADANG

Ilmi Wulandari

NIM: 171000262201002

Email : ilmiwulandari43@gmail.com

Program Studi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh biaya *overhead* pabrik terhadap harga jual pada keripik balado Mahkota Asli Padang. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan metode analisis deskriptif, teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian dapat dijelaskan biaya *overhead* pabrik memberikan kontribusi terhadap harga jual dengan jumlah Rp 640 kg atau setara dengan 0,8% pada keripik balado Mahkota Asli Padang. Hal ini disebabkan adanya beberapa faktor yang menyebabkan biaya *overhead* pabrik kecil, pengaruh biaya *overhead* pabrik terhadap harga jual pada keripik balado Mahkota Asli Padang memberikan kontribusi yang relatif kecil karena tidak memasukkan semua unsur biaya selama proses produksi.

Kata kunci: Biaya *Overhead* Pabrik, Harga Jua

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Saat ini pengembangan bisnis mengalami kemajuan yang sangat cepat. Hal ini terlihat dengan semakin ketatnya persaingan yang terdapat didunia kerja dan bisnis untuk mempertahankan dan meningkatkan usahanya. Dengan persaingan yang semakin ketat, diharapkan perusahaan mampu menghadapi persaingan yang ada. Demikian pula dalam dunia usaha diharapkan memiliki kebijakan dan straregi yang dapat mempertahankan dan meningkatkan usahanya.

Selera konsumen, banyaknya pesaing yang masuk ke pasar harga jual yang ditetapkan oleh pesaing merupakan contoh faktor yang sulit diprediksi, yang mempengaruhi pertumbuhan harga jual di pasar. Salah satunya yang memiliki kepastian relatif tinggi yang mempengaruhi penentuan harga jual adalah biaya. Biaya penyediaan informasi tentang batas bawah harga jual yang akan ditentukan di bawah nilai total produk atau jasa, harga jual akan mengakibatkan kerugian bagi perusahaan. Penentuan harga jual umumnya merupakan keputusan mengenai masa depan. Meskipun harga jual produk telah ditetapkan di pasar, namun informasi biaya lengkap khususnya biaya produksi diperlukan sebagai titik awal untuk mengurangi ketidakpastian dalam menentukan harga jual produk atau jasa yang akan dibebankan kepada konsumen di masa yang akan datang. Dengan demikian, sangat penting untuk memperhitungkan biaya produksi dan menentukan

harga jual produk dengan baik untuk memberikan perlindungan bagi perusahaan dari kemungkinan kerugian.

Penetapan harga jual tidak tepat sering berakibat fatal pada masalah keuangan perusahaan dan akan mempengaruhi kelanjutan usaha suatu perusahaan. Ketidakpastian tersebut akan menimbulkan resiko pada perusahaan, misalnya kerugian yang terus menerus atau menimbulkan produk di gudang karena macetnya pemasaran. Untuk itu setiap perusahaan harus menetapkan harga jualnya secara tepat karena harga merupakan unsur pokok pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan.

Dalam perusahaan, penentuan harga jual dan jasa merupakan salah satu jenis pengambilan keputusan manajemen yang penting. Bagi manajemen, penentuan harga jual bukanlah kebijakan yang berkaitan dalam kebijakan pemasaran atau keuangan melainkan kebijakan yang berkaitan dengan semua aspek kegiatan perusahaan. Jenis produk jasa yang dihasilkan perusahaan kemungkinan dalam menentukan harga jual relatif tidak ada masalah. Dalam keadaan seperti ini, pada umumnya setiap perusahaan tidak dapat secara langsung mempengaruhi tinggi rendahnya harga jual produk yang dihasilkan.

Harga jual lebih ditentukan oleh kekuatan antara penawaran dan permintaan. Jadi harus diketahui jumlah penjualannya, dengan begitu menejer sebagai penentu harga jual selalu membutuhkan informasi harga pokok produk atau jasa dalam mengambil keputusan untuk menentukan harga jual, karena sangat diperlukan

mempertimbangkan biaya *overhead* pabrik dan menentukan harga jual produk secara tepat untuk memberikan perlindungan bagi perusahaan dari kerugian.

Biaya juga terhubung pada setiap tahap pada tahap pertama pemrosesan biaya yang ada mempertimbangkan harga yang harus dibayar untuk bahan baku dan perlengkapan. Hasil produksi perusahaan dipengaruhi oleh pengadaan bahan baku, biaya tenaga kerja dan *overhead* pabrik. Pengadaan bahan baku merupakan variabel yang memegang peranan penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, dengan tersedianya bahan baku sehingga memudahkan perusahaan dalam menjalankannya operasinya. Variabel lainnya adalah tenaga kerja, yang terdiri dari karyawan yang melakukan proses produksi. Selain itu, biaya *overhead* pabrik juga menjadi faktor penting karena dalam produksi terdapat biaya tambahan selain biaya di atas.

Pada umumnya masalah ini terjadi disebuah perusahaan yaitu kurang tepatnya dalam menghitung biaya yang dikeluarkan untuk proses produksi sehingga terjadinya penyelewengan harga antara biaya produksi dan harga jual. Lebih khususnya biaya-biaya yang kurang diperhitungkan yaitu tentang biaya *overhead* pabrik seperti biaya listrik, upah tenaga kerja tidak langsung, depresiasi bangunan, pemeliharaan alat produksi dan lain sebagainya, mereka hanya terfokus terhadap biaya bahan baku yang dikeluarkan.

Usaha Mahkota Asli merupakan suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang produksi keripik balado dalam kemasan. Dalam menghitung harga pokok produksi usaha Mahkota Asli tidak merincikan terhadap seluruh biaya *overhead*

pabrik. Dalam kegiatan usahanya, Kripik Balado Mahkota Asli mengolah bahan mentah menjadi bahan jadi melalui suatu proses produk yang memiliki daya saing tinggi dalam efisiensi biaya. Dalam pembahasan tentang biaya *overhead* pabrik pada keripik balado Mahkota dibutuhkan laporan yang sangat akurat tentang biaya produksi yang dikeluarkan perusahaan.

Untuk mendapatkan informasi mengenai biaya produksi ini diperlukan pengolahan dan perhitungan yang tepat terhadap masing-masing elemen biaya produksi untuk menghasilkan produk jadi. Dalam pelaksanaan operasi produk dari suatu perusahaan, biaya produksi merupakan suatu variabel yang sangat penting. Biaya produksi yang terkendali merupakan kunci keberhasilan dari pengendalian produksi secara keseluruhan. Masalah produksi tidak hanya merupakan cara menciptakan suatu barang bermutu yang diminati oleh masyarakat, tetapi juga bagaimana menciptakan suatu produk yang murah dan dapat dijangkau harganya oleh masyarakat. Apabila perusahaan tidak beroperasi dengan efisien maka akan menimbulkan beban perusahaan yang bisa mengakibatkan tingginya biaya produksi dan tingginya harga pokok produk yang dihasilkan perusahaan. Hal ini bisa mengakibatkan tingginya harga jual produk tersebut sehingga menjadikan perusahaan akan kalah bersaing dengan perusahaan lain.

Biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan untuk mengolah bahan mentah menjadi produk jadi. Sedangkan biaya non produksi, seperti kegiatan pemasaran dan kegiatan administrasi dan umum. Biaya produksi berupa harga pokok produksi, yang digunakan untuk menghitung harga pokok produk jadi dan harga pokok barang yang masih dalam proses pada akhir periode akuntansi. Untuk

menghitung harga pokok produksi biaya nonproduksi ditambahkan pada harga pokok produksi.

Biaya produksi yang terjadi berupa pemakaian bahan baku langsung, pemakaian biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik dikumpulkan dan dibebankan ke produk untuk mendapat harga pokok masing-masing produk. Agar biaya tersebut dapat dibebankan secara lebih akurat kesetiap jenis produk yang dihasilkan perusahaan, maka perlu dilakukan pengalokasian biaya, terutama untuk biaya *overhead* pabrik. Biaya *overhead* pabrik adalah biaya- biaya produksi selain biaya bahan baku langsung dan biaya tenaga kerja langsung.

Biaya *overhead* pabrik merupakan salah satu elemen biaya produksi yang jumlahnya cukup besar karena jenisnya yang cukup banyak dan jumlahnya fluktuatif di setiap periode. Oleh karena itu dibutuhkan pengawasan serta pengendalian yang lebih intensif terhadap biaya *overhead* pabrik ini. Secara tidak langsung biaya produksi berpengaruh terhadap laba perusahaan, juga dalam penentuan harga pokok produksi. Hal ini disebabkan karena banyaknya jumlah komponen dari biaya *overhead* pabrik ini merupakan biaya yang diperhitungkan akibat penggunaan alat produksi dan biaya produksi selain bahan baku langsung.

Pengalokasian biaya *overhead* pabrik ke setiap produk berdasarkan volume produksi ini menyebabkan ketidak akuratan dalam perhitungan harga pokok prinsip produksi karena tidak semua sumber daya dalam proses produksi dikonsumsi proporsional dengan jumlah produk yang dihasilkan. Ketidakakuratan

dalam penetapan harga pokok produksi akan berakibat pada ketidpastian dalam pengambilan keputusan terhadap penetapan harga jual.

Dalam penyusunan produk tersebut dikumpulkan menjadi biaya produksi dan non produksi, oleh karena itu penulis ingin melakukan penelitian terhadap biaya *overhead* pabrik pada usaha Mahkota Asli Padang sehingga dapat mengetahui gambaran biaya *overhead* dan harga jual yang sebenarnya.

Penelitian tentang pengaruh *overhead* pabrik sudah banyak diteliti salah satunya penelitian yang dilakukan oleh Ernawati (2021) yang penelitiannya dapat disimpulkan bahwa dari hasil penelitian ini diperoleh persamaan regresi sederhana dapat diketahui bahwa biaya produksi berpengaruh besar (positif) terhadap harga jual.

Sedangkan penelitian oleh Novianti pada tahun (2021) penelitiannya dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian mengenai pengendalian biaya *overhead* pabrik dalam produksi, terlihat bahwa semua komponen biaya *overhead* pabrik memiliki selisih yang kurang baik selama dua tahun terakhir. Faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya perbedaan tersebut karena kurang efektifnya pengendalian biaya yang dilakukan oleh perusahaan.

Berdasarkan penelitian terdahulu di atas, bahwa biaya *overhead* pabrik memiliki pengaruh terhadap penentuan harga jual, perhitungan terhadap biaya *overhead* pabrik sangat diperlukan oleh perusahaan salah satunya untuk pengambilan keputusan dalam penentuan biaya produksi dan harga jual. Oleh karena itu penulis tertarik untuk menggali lebih dalam tentang pengaruh biaya

overhead pabrik terhadap harga jual yang akan penulis tuangkan dalam skripsi yang berjudul “ **Analisis Pengaruh Biaya *Overhead* Pabrik Terhadap Harga Jual pada Usaha Mahkota Asli Padang**”

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di uraikan diatas maka rumusan penelitiannya sebagai berikut:

1. Bagaimana perhitungan biaya *overhead* pabrik pada usaha Keripik Balado Mahkota Asli Padang?
2. Bagaimana pengaruh biaya *overhead* pabrik terhadap harga jual pada usaha Keripik Balado Mahkota Asli Padang?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana perhitungan biaya *overhead* pabrik pada usaha Mahkota Asli Padang.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh biaya *overhead* pabrik terhadap harga jual pada usaha Mahkota Asli Padang.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi:

1. Bagi peneliti

Sebagai sumbangan pemikiran bagi disiplin ilmu akuntansi khususnya akuntansi biaya yang relevan bagi para manajer usaha kecil dan menengah.

2. Lembaga yang diteliti

Sebagai bahan informasi di dalam pengambilan keputusan bagi manager atau pemilik usaha, bahwa ada pengaruh biaya *overhead* pabrik terhadap harga jual produk.

3. Bagi Akademisi

Sebagai bahan bagi peneliti lain yang meneliti hal yang sama, serta mendorong penelitian tentang informasi akuntansi yang relevan untuk industri menengah di masa yang akan datang. Semakin banyak penelitian di bidang ini diharapkan hasil dan temuan dari penelitian tersebut.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Biaya

Haryati dan Yonata (2021) mendefinisikan biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau mungkin akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu. Menurut Khaddafi, dkk (2018) biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan akan memberikan jumlah keuntungan/manfaat pada saat ini atau masa yang akan datang .

Lestari dan Permana (2017) mendefinisikan biaya (*cost*) adalah kas atau nilai ekuivalen kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat saat ini atau dimasa yang akan mendatang bagi organisasi. Ekuivalen kas adalah sumber non kas yang dapat ditukar dengan barang atau jasa yang diinginkan.

Ingga (2017) menyatakan biaya adalah nilai kas atau setara kas yang dikorbankan untuk memperoleh barang atau jasa yang diharapkan akan membawa manfaat bagi perusahaan baik sekarang maupun dimasa mendatang. Silalahi, dkk (2019) menyatakan biaya (*cost*) merupakan pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh biaya (*cost*) aktiva. Halim (2019) mendefinisikan biaya merupakan pengeluaran yang sudah terjadi (*expired*) yang digunakan dalam memproses produk yang dihasilkan.

Menurut Mulyadi (2018) biaya dalam arti luas adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu.

Dari defenisi di atas dapat disimpulkan bahwa biaya adalah pengorbanan sumber daya ekonomi yang dapat diukur dengan satuan uang untuk menghasilkan barang atau jasa guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan dan memberikan manfaat sekarang atau yang akan datang

2.1.2 Klasifikasi Biaya

Klasifikasi biaya diperlukan untuk mengolah data yang dapat membantu manajemen dalam mencapai tujuannya. Klasifikasi biaya adalah proses pengelompokan pada semua elemen-elemen biaya secara sistematis ke dalam kelompok tertentu untuk dapat memberikan informasi biaya yang lengkap bagi pimpinan perusahaan dalam menelora dan menyajikan fungsinya. Penggolongan biaya menurut Khaddafi, dkk (2018) mengolongkan biaya lebih rinci menjadi beberapa jenis penggolongan seperti berikut.

1. Penggolongan biaya menurut fungsi pokok

Pada perusahaan manufaktur ada 3 fungsi pokok yaitu fungsi produksi, fungsi pemasaran dan fungsi administrasi dan umum

- a. Biaya Produksi (*Cost Product*) merupakan biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk yang siap untuk dijual.
- b. Biaya pemasaran merupakan biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk.
- c. Biaya administrasi dan umum merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk mengarahkan, mengendalikan dan untuk mengoperasikan perusahaan atau biaya-biaya untuk mangkoordinasi kegiatan produksi dengan pemasaran produk.

2. Penggolongan biaya berdasarkan fungsi produksi
 - a. Biaya bahan baku langsung merupakan biaya yang pada umumnya dapat ditelusuri langsung ke dalam wujud produk.
 - b. Biaya tenaga langsung adalah biaya yang terjadi sehubungan dengan pengerjaan atau pembuatan produk, dan pekerjaan yang dilakukan dapat ditelusuri langsung pada produk yang dihasilkan.
 - c. Biaya overhead pabrik merupakan biaya pendukung dalam pembuatan suatu produk, semua biaya yang dikorbankan untuk membuat produk yang tidak dapat digolongkan kepada biaya bahan baku langsung dan biaya tenaga kerja langsung maka di golongkan pada biaya overhead pabrik.
- 3 Penggolongan biaya dari aspek keutamaan biaya dalam proses produksi
 - a. Biaya Utama (*Prime Cost*) biaya yang terdiri dari biaya bahan baku dan tenaga kerja langsung.
 - b. Biaya Konversi (*Conversion cost*) terdiri dari unsur biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik, disebut biaya konversi karena kedua unsur biaya ini merupakan biaya untuk mengubah bahan baku menjadi produk jadi.
- 4 Penggolongan biaya menurut hubungan biaya dengan objek yang dibiayai
 - a. Biaya Langsung (*Direct cost*) biaya yang terjadi langsung akan mudah diidentifikasi dengan suatu yang dibiayai, contoh, untuk biaya produksi langsung yakni biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung, sedangkan biaya departemen langsung misalnya, biaya depresiasi mesin yang dipakai dalam departemen pemeliharaan akan menjadi biaya langsung bagi departemen.
 - b. Biaya tidak langsung (*Indirect Cost*) adalah biaya yang terjadinya tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai. Berkaitan dengan pembuatan produk contohnya adalah biaya *overhead* pabrik.
- 5 Penggolongan biaya menurut perilaku biaya (*Variability*) dalam hubungan dengan perubahan volume kegiatan
 - a. Biaya Variabel adalah biaya yang berubah sebanding/sesuai dengan perubahan pada volume produksi. Perubahan biaya dalam jumlah keseluruhan akan semakin besar sesuai dengan besarnya jumlah perubahan kegiatan, dengan asumsi biaya perunit tidak berubah. contohnya biaya variabel adalah biaya bahan baku, upah langsung.
 - b. Biaya Tetap adalah biaya yang total jumlahnya tidak berubah sampai pada limit tertentu. Biaya ini tidak dipengaruhi oleh volume produksi ataupun volume penjualan dan sehingga harga perunit relatifkan berubah seiring dengan jumlah yangperubahan kualitas yang terjadi.
 - c. Biaya Semivariabel adalah biaya yang perubahannya tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan produksi atau volume penjualan.

6 Penggolongan biaya menurut periode waktu dan manfaatnya

- a. Pengeluaran Modal (*Capital Expenditure*) biaya yang mempunyai manfaat lebih dari satu periode akuntansi. Contohnya pengeluaran untuk pembelian aktiva tetap, periode akuntansi yang menikmati manfaat pengeluaran modal tersebut dibebani sebagian dari biaya depresiasi atau amortisasi
- b. Pengeluaran Pendapatan (*Revenue Expenditure*) adalah biaya yang hanya mempunyai manfaat dalam periode terjadinya pengeluaran tersebut, dan biasanya dibebankan ke laporan laba rugi, contohnya biaya iklan, biaya tenaga kerja dan lain-lain. Menurut Iryanie dan Handayani (2019) ada delapan klasifikasi biaya, yaitu terdiri dari:

1. Unsur produk

Pengklasifikasian biaya berdasarkan unsur produk ini dibebankan atas:

- a. Bahan-bahan : bahan utama yang dipakai didalam produksi yang kemudian diproses menjadi produk jadi melalui penambahan upah langsung dan FOH
- b. Bahan Langsung : semua bahan yang dapat dikenal sampai menjadi produk jadi, dengan mudah ditelusuri dan merupakan bahan utama produk jadi.
- c. Bahan tidak langsung: semua bahan yang dimasukkan kedalam proses produksi yang tidak dapat dengan mudah ditelusuri seperti bahan langsung.
- d. Tenaga Kerja/ Buruh : usaha fisik atau usaha mental yang dikeluarkan didalam produksi suatu produk
 - a. Tenaga kerja langsung : semua tenaga kerja yang secara langsung terlihat dengan produksi produk jadi dan dapat juga ditelusuri dengan mudah, merupakan bahan utama produk jadi.
 - b. Tenaga kerja tidak langsung: semua tenaga kerja yang secara terlibat dalam proses produksi produk jadi, tetapi bukan tenaga kerjalangsung
- e. *Overhead* Pabrik (FOH) : Semua biaya yang terjadi dipabrik selain bahan langsung dan upah tenaga kerja langsung , merupakan kumpulan dari berbagai rekening yang terjadi di dalam eksplotasi pabrik.

2. Hubungannya dengan produksi

Pengklasifikasian biaya berdasarkan hubungan dengan produksi dibagi atas:

- a. Biaya prima (*Prime Cost*) : biaya bahan baku langsung dan biaya tenaga kerja langsung dimana biaya tersebut berhubungan langsung dengan produksi.
- b. Biaya konversi (*Conversion cost*) biaya yang berhubungan dengan mengolah bahan baku menjadi produk jadi sehingga *Conversion cost* terdiri dari biaya tenaga kerja langsung dan FOH.

3. Hubungannya dengan volume

Pengklasifikasian biaya berdasarkan hubungannya dengan volume, terbagi atas:

- a) Biaya Variabel (*Variable cost*) : biaya yang secara total cenderung berubah-ubah secara proporsional sesuai dengan perubahan volume produksi sedangkan per-unitnya cenderung tetap konstan.
- b) Biaya tetap (*Fixed cost*) : biaya yang dalam unit berubah-ubah dan dalam total selalu konstan, meskipun dalam batas interval tertentu.
- c) Biaya semi variabel (*Semi variable cost*): biaya yang mengandung dua unsur biaya (*Fixed cost dan Variable cost*)
- d) Biaya Penutupan (*Shutdown cost*) biaya tetap yang akan dibebankan ketika perusahaan tidak melakukan aktivitas produksi.

4. Pembebanannya terhadap departemen

Pengklasifikasian berdasarkan pembebanan terhadap departemen, sebagai berikut:

- a) Departemen Produksi : suatu departemen yang secara langsung memberi kontribusi untuk memproduksi suatu item dan memasukan departemen dimana proses konversi atau proses produksi langsung.
- b) Departemen Jasa : suatu departemen yang berhubungan dengan proses produksi secara tidak langsung dan berfungsi memberikan jasa (layanan) untuk departemen lain.

5. Daerah Fungsional

Pengklasifikasian berdasarkan daerah fungsional terdiri dari:

- a) Biaya manufaktur : biaya ini berhubungan dengan produksi suatu barang, merupakan jumlah dari biaya bahan baku, tenaga kerja langsung dan *overhead* pabrik
- b) Biaya Pemasaran : biaya yang dibebankan di dalam penjualan suatu barang atau jasa dari keluarnya barang dari gudang sampai ke tangan pembeli.
- c) Biaya Administrasi : biaya yang dibebankan untuk mengarahkan, mengawasi dan mengoperasikan suatu perusahaan dan memasukan gaji yang dibayar untuk manajemen serta staff pembukuan.

6. Periode pembebanannya terhadap pendapatan

Pengklasifikasiannya terbagi atas:

- a) Biaya Produk : biaya yang secara langsung dapat diidentifikasi sampai ke produk jadi, meliputi biaya bahan langsung, tenaga kerja langsung dan *overhead* pabrik.

- b) Biaya Periodik : biaya yang secara tidak langsung berhubungan dengan produk dan karenanya tidak dimasukkan dalam unsur persediaan.

7. Pertimbangan Ekonomik

Biaya kesempatan : nilai manfaat yang dapat diukur yang dapat dipilih dengan cara memilih serangkaian tindakan alternatif. Hubungannya dengan masa manfaat. Sama dengan periode pembebanannya terhadap pendapatan yaitu: *Revenue expenditure dan Capital expenditure*.

8. Pertimbangannya dengan manajemen puncak

Pengklasifikasian berdasarkan pertimbangan manajemen puncak terdiri atas:

- a) Biaya Rekrutasi : taksiran unsur biaya yang dibebankan dengan jumlahnya yang paling tepat dan wajar
- b) Biaya Kebijakan/*Discretionary cost*: semua unsur biaya yang jumlahnya bervariasi sesuai dengan kebijakan manajer pusat pertanggungjawaban.
- c) Biaya Komite/ *Sunk cost* : biaya yang merupakan konsekuensi komitmen yang sebelumnya telah dibuat dan yang tidak dapat dihindarkan.

Berdasarkan klasifikasi biaya diatas dapat disimpulkan bahwa dalam pengklasifikasian biaya yaitu terdapat biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja, dan biaya *overhead* pabrik.

2.1.3 Biaya Produksi

2.1.3.1 Pengertian Biaya Produksi

Proses produksi merupakan suatu kegiatan yang paling penting dalam melakukan kegiatan pelaksanaan produksi di dalam perusahaan. Dalam melakukan kegiatan tersebut memerlukan informasi akuntansi biaya yang digunakan dalam pengambilan keputusan yang lebih mengarah kepada tindakan dalam pengambilan keputusan yang lebih megarah kepada tindakan informasi yang ada berupa tindakan informasi yang ada berupa data atau anggaran masa lalu yang merupakan petunjuk tindakan sekarang.

Kuswadi (2016), menyatakan “biaya produksi merupakan biaya yang berkaitan dengan perhitungan beban pokok penjualan. Biaya pokok produksi atau

penjualan terdiri atas biaya bahan baku dan biaya bahan penolong, biaya tenaga kerja dan *overhead* pabrik”.

Bustami dan Nurlela (2013), mendefinisikan biaya produksi (*cost of production*) adalah biaya yang dikeluarkan untuk membuat sejumlah barang atau jasa yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik. Harnanto (2017) menyatakan biaya produksi adalah biaya yang melekat pada produk, meliputi semua biaya, baik secara langsung maupun tidak langsung dapat diidentifikasi dengan kegiatan pengolahan bahan baku menjadi produk jadi.

Purwaji dan Wibowo (2017), mendefinisikan “biaya produksi adalah biaya yang terkait dengan fungsi produksi, yaitu biaya yang timbul dalam pengolahan bahan baku menjadi produk jadi sampai akhirnya produk tersebut siap untuk dijual”.

Sukirno (2013) menyatakan biaya produksi adalah sebagai semua pengeluaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperoleh faktor –faktor produksi bahan –bahan mentah yang akan digunakan untuk menciptakan barang – barang yang diproduksi perusahaan tersebut. Menurut Mulyadi (2015), biaya produksi adalah biaya – biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Secara garis besar biaya produksi ini dibagi menjadi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead*.

Sugiharsono dan Wahyuni (2019) menyatakan biaya produksi adalah biaya yang harus ditanggung produsen dapat dihubungkan dengan jumlah barang yang diproduksi hingga akhirnya berbentuk kurva biaya produksi. Berdasarkan sifatnya

biaya produksi dapat dibedakan menjadi dua jenis yaitu biaya tetap (*Fixed cost*) yaitu biaya yang dalam periode waktu tertentu jumlahnya tetap, tidak tergantung dari jumlah produk yang dihasilkan. Biaya variabel (*variabel cost*) yaitu biaya yang jumlahnya berubah ubah sesuai dengan jumlah produk yang dihasilkan.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa biaya produksi yaitu biaya memiliki keterkaitan dengan fungsi produksi, yang meliputi biaya, baik langsung maupun tidak langsung dengan mengolahnya dari bahan baku menjadi produk jadi yang kemudian siap untuk dijual.

2.1.3.2 Komponen Biaya Produksi

Angriyani, dkk (2021) menyatakan dalam jurnalnya komponen biaya produksi dapat dikelompokkan menjadi 3 elemen yaitu:

1. Biaya Bahan Baku merupakan biaya bahan yang memiliki bentuk fisik serta di identifikasikan sebagai bahan awal atau mentah yang langsung bersentuhan dalam sebuah proses produksi
2. Tenaga Kerja Langsung, biaya tenaga kerja langsung adalah ongkos yang dibayarkan kepada pegawai yang terlibat langsung dalam jalannya proses produksi barang.
3. *Overhead* Pabrik, biaya overhead pabrik adalah pengeluaran yang tidak langsung berkaitan dengan proses produksi.

Ketiga elemen ini sangat berpengaruh untuk harga pokok produksi digunakan untuk menentukan harga jual yang memberikan pada konsumen dimana harga tersebut bisa disesuaikan dengan biaya yang telah dikeluarkan dalam proses produksi ada dua macam metode yang dapat digunakan yaitu metode *full costing* dan *variabel costing* digunakan untuk memperhitungkan biaya *overhead* pabrik (termasuk juga seperti biaya sewa pabrik, amortisasi, dan utilitas). Metode ini tujuannya ialah untuk menyerap seluruh biaya yang terkait dalam menghasilkan barang atau jasa, metode *full costing* ini sering digunakan

untuk laporan keunagna dan laporan kepada pihak- pihak tertentu. Metode *variabel costing* biasanya dipilih untuk menghitung harga pokok produksi untuk produk sederhana yang diharuskan untuk mengikuti langkah- langkah biaya dan periode atau waktu singkat yang harus diselesaikan.

2.1.3.3 Metode Penentuan Biaya Produksi

Mulyadi (2012) menyatakan bahwa metode penentuan biaya produksi adalah cara menghitung unsur – unsur biaya ke dalam biaya produksi. Ada dua pendekatan dalam penentuan biaya produksi yaitu:

1. *Full Costing* merupakan metode penentuan biaya produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi ke dalam biaya produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, langsung, dan biaya *overhead* pabrik, baik yang *variabel* maupun tetap. Metode *full costing* merupakan penentuan biaya produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi kedalam biaya produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik, baik yang berperilaku variabel maupun yang tetap. Dengan demikian biaya produksi menurut metode *full costing* terdiri dari unsur biaya berikut:

Tabel 2.1
Biaya Produksi
Metode *Full Costing*

Biaya Bahan baku	xxx
Biaya Tenaga kerja langsung	xxx
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik variabel	xxx
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik tetap	<u>xxx</u>
Kos (Biaya) Produksi	xxx

Pada metode *full costing*, biaya *overhead* pabrik dibebankan kepada produk jadi atau ke harga pokok penjualan. *Metode full costing* memphitungkan biaya *overhead* tetap harga pokok karena biaya ini dianggap melekat pada harga pokok pesediaan barang jadi maupun persediaan barang dalam proses yang belum terjual dan dianggap sebagai harga pokok penjualan jika produk tersebut habis terjual.

2. *Variable Costing* merupakan metode penentuan biaya produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku variabel ke dalam biaya produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik variabel. Variabel costing adalah penentuan harga pokok produksi yang hanya membebankan biaya- biaya produksi variabel saja kedalam harga pokok produk menurut metode *variable costing* terdiri dari:

Tabel 2.2
Harga Pokok Produksi
 Metode *Variable Costing*

Biaya Bahan baku	xxx
Biaya Tenaga kerja variabel	xxx
Biaya Overhead Pabrik variabel	<u>xxx</u>
Harga Pokok produksi	xxx

Penentuan harga pokok variabel (*variable costing*) adalah suatu konsep penentuan harga pokok yang hanya memasukkan biaya produksi variabel sebagai elemen harga pokok produk. Biaya produksi tetap dianggap sebagai biaya periode atau biaya waktu (*periode cost*) yang langsung dibebankan kepada laba rugi periode terjadinya dan tidak diperlakukan sebagai biaya produksi.

2.1.3.4. Pengertian Biaya Overhead Pabrik

Biaya *overhead* pabrik adalah bahan baku tidak langsung dan tenaga kerja tidak langsung serta biaya tidak langsung lainnya yang tidak dapat ditelusuri secara langsung ke produk selesai atau tujuan akhir biaya. Istilah lain yang digunakan untuk *overhead* pabrik adalah biaya produksi tidak langsung.

Khaddafi, dkk (2018) mendefinisikan biaya *overhead* pabrik adalah bahan baku tidak langsung dan tenaga kerja tidak langsung serta biaya tidak langsung lainnya yang tidak dapat ditelusuri secara langsung ke produk selesai atau tujuan

akhir biaya. Istilah lain yang digunakan untuk *overhead* pabrik adalah biaya produksi tidak langsung.

Mulyadi (2015) menyatakan biaya *overhead* pabrik adalah elemen penyusunan biaya produksi selain biaya tenaga kerja langsung dan biaya bahan baku yang biasa disingkat dengan BOP. Biaya *overhead* pabrik cenderung sulit untuk didefinisikan jumlah dan nilainya karena *relative* kecil dan tidak konstan. Brewer (2013) mendefinisikan biaya *overhead* pabrik adalah biaya manufaktur yang tidak termasuk dalam biaya bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung.

Haryati dan Yonata (2021) mendefinisikan biaya *overhead* pabrik adalah biaya selain bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung tetapi membantu dalam mengubah bahan menjadi produk selesai.

Lestari dan Permana (2017) menyatakan biaya *overhead* pabrik adalah biaya produksi diluar biaya bahan baku langsung dan biaya tenaga kerja langsung, yang terdiri dari biaya *overhead* variabel dan *overhead* tetap, biaya *overhead* disebut juga biaya tidak langsung. Dalam praktiknya, biaya *overhead* ini sering mendominasi struktur biaya produksi. Oleh karena itu, perusahaan melalui manajemen perlu merencanakan dan mengolah biaya *overhead* dengan cermat.

Dapat disimpulkan biaya *overhead* pabrik adalah seluruh biaya manufaktur yang tidak dapat diklasifikasikan sebagai biaya bahan baku atau biaya tenaga kerja langsung serta yang tidak dapat ditelusuri ke unit produksi secara individual. Biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja tidak langsung merupakan biaya utama dari suatu produk, namun biaya *overhead* pabrik juga harus terjadi untuk

membuat suatu produk. Biaya *overhead* pabrik mencakup semua biaya produksi yang tidak termasuk dalam bahan langsung dan tenaga kerja langsung.

2.1.3.5 Jenis – Jenis Biaya yang Termasuk Biaya *Overhead* Pabrik

Biaya *overhead* pabrik terdiri dari berbagai macam biaya, baik yang memerlukan maupun yang tidak memerlukan pengeluaran kas pada saat terjadi biaya. Mulyadi (2016) menyatakan biaya *Overhead* Pabrik terbagi menjadi tiga golongan yaitu:

1. Penggolongan biaya *overhead* menurut sifatnya, biaya overhead pabrik dapat digolongkan menurut sifatnya sebagai berikut:
 - a. Biaya bahan penolong, biaya yang secara kasat mata komposisinya kecil jika ditelusuri diakhir produk yang dihasilkan tetapi berperan dalam menyelesaikan proses produksi produk tersebut.
 - b. Biaya pemeliharaan dan reparasi, biaya pemeliharaan dan reparasi berupa suku cadang, biaya bahan habis pakai dan harga jasa dari pihak luar perusahaan untuk keperluan perbaikan dan pemeliharaan.
 - c. Biaya tenaga kerja tidak langsung adalah tenaga kerja pabrik yang upahnya dibayarkan kepadakaryawan pabrik secara fisik dan tidak dapat diperhitungkan secara langsung kepada produk atau pesanan tertentu.
 - d. Biaya yang timbul akibat penilaian terhadap aktiva tetap adalah biaya-biaya depresiasi emplasemen pabrik, bangunan pabrik, mesin dan ekuipmen, perkakas laboratorium, alat kerja dan aktiva tetap lainnya yang digunakan oleh pabrik.
 - e. Biaya yang timbul sebagai akibat berlalunya waktu adalah biaya-biaya asuransi gedung dan emplasemen, asuransi mesin dan ekuipmen, asuransi kendaraan, asuransi kecelakaan karyawan, dan biaya amortisasi kerugian trial-run.
 - f. Biaya overhead lainnya yang secara langsung memerlukan pengeluaran tunai adalah biaya reparasi yang diserahkan kepada pihak luar perusahaan, biaya listrik dan sebagainya.
2. Penggolongan biaya *overhead* pabrik menurut perilakunya dalam hubungannya dengan perubahan volume produksi.
 - a. Biaya *overhead* tetap adalah biaya *overhead* yang tidak berubah dalam kisar perubahan volume kegiatan tertentu.

- b. Biaya *overhead* variabel adalah biaya *overhead* pabrik yang berubah sebanding dengan volume kegiatan.
 - c. Biaya *overhead* semi variabel adalah volume kegiatan yang berubah tidak sebanding dengan perubahan biaya *overhead* penggolongan biaya menurut hubungannya dengan departemen.
3. Penggolongan biaya *overhead* pabrik menurut hubungannya dengan departemen.
- a. Biaya *overhead* langsung departemen adalah biaya *overhead* terjadi dalam departemen tertentu dan manfaatnya hanya dapat dinikmati oleh departemen tersebut.
 - b. Biaya *overhead* tidak langsung departemen adalah biaya *overhead* yang manfaatnya dapat dinikmati oleh lebih dari satu departemen.

2.1.3.6 Penentuan Biaya Overhead Pabrik

Dunia dan Abdullah (2012) menyatakan dalam penentuan tarif biaya *overhead* pabrik terdapat dua tahap yaitu:

1. Tarif pabrik menyeluruh, untuk tarif pabrik menyeluruh biaya *overhead* diakumulasikan dalam satu kelompok besar pabrik secara menyeluruh (tahap pertama), biaya *overhead* dibebankan pada kelompok hanya dengan menjumlahkan semua biaya *overhead* yang ditaksir (diharapkan) terjadi dipabrik selama setahun.
2. Tarif perdepartemen, pada tahap pertama biaya *overhead* pabrik menyeluruh dan dibebankan ke masing- masing departemen produksi, menciptakan kelompok biaya *overhead* per departemen, pada pembebanan biaya tahap pertama, departemen adalah objek biaya dan biaya *overhead* yang dibebankan dengan menggunakan penelusuran langsung dan penelusuran penggerak dan alokasi. Pada tahap kedua *overhead* pabrik dibebankan ke produk dengan mengalihkan tarif per departemen dengan jumlah penggerak yang digunakan departemen bersangkutan.

Untuk keperluan analisis selisih antara biaya *overhead* pabrik sesungguhnya dengan yang dibebankan kepada produk atas dasar tarif, tarif biaya *overhead* pabrik harus dipecah menjadi dua macam yaitu: tarif biaya *overhead* pabrik tetap dan tarif biaya *overhead* pabrik variabel. Oleh karena itu tiap - tiap

elemen biaya *overhead* pabrik yang dianggarkan harus sudah digolongkan sesuai dengan perilaku dalam hubungan dengan perubahan volume kegiatan.

Rahayu (2015) menyatakan di dalam jurnalnya berikut ini diuraikan beberapa dasar pembebanan biaya *overhead* pabrik kepada produk, yaitu:

a. Satuan Produk

Metode ini adalah metode yang paling sederhana dan langsung membebankan biaya *overhead* pabrik untuk setiap produk dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\frac{\text{Taksiran BOP}}{\text{Taksiran jumlah unit produk yang dihasilkan}}$$

b. Biaya Bahan Baku

Jika biaya *overhead* pabrik yang dominan bervariasi dengan nilai bahan baku (misalnya biaya asuransi bahan baku), maka dasar yang dipakai untuk membebankannya kepada produk adalah biaya bahan baku yang dipakai.

c. Biaya Tenaga Kerja

Jika sebagian besar elemen biaya *overhead* pabrik mempunyai hubungan yang erat dengan jumlah upah tenaga kerja langsung (misalnya pajak penghasilan atas upah karyawan yang menjadi tanggungan perusahaan), maka dasar yang dipakai untuk menentukan biaya *overhead* pabrik adalah tenaga kerja langsung. Tarif biaya *overhead* pabrik dihitung dengan rumus :

$$\frac{\text{Taksiran biaya overhead pabrik}}{\text{Taksiran biaya tenaga kerja langsung}} \times 100\%$$

d. Jam Tenaga Kerja Langsung

Karena adanya keterkaitan yang sangat erat antara biaya tenaga kerja langsung dengan jumlah jam kerja langsung, maka biaya *overhead* pabrik dibebankan atas dasar jam tenaga kerja langsung dengan rumus sebagai berikut :

$$\frac{\text{Taksiran BOP}}{\text{Taksiran jam tenaga kerja}}$$

e. Jam Mesin

Apabila biaya *overhead* pabrik bervariasi dengan waktu penggunaan mesin (contoh bahan bakar atau listrik dipakai untuk menjalankan mesin), maka dasar yang dipakai untuk membebankannya adalah jam mesin. Dengan rumus sebagai berikut:

$$\frac{\text{Taksiran BOP}}{\text{Taksiran jumlah jam mesin}}$$

2.2 Harga Jual

Harga jual merupakan sejumlah kompensasi (uang atau barang) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi barang atau jasa. Perusahaan selalu menetapkan harga pokoknya dengan harapan produk tersebut laku terjual dan memperoleh laba yang maksimum.

Menurut Ramdhani, dkk (2020), harga merupakan komponen yang berpengaruh langsung terhadap laba perusahaan. Tingkat harga yang ditetapkan mempengaruhi kualitas barang yang dijual. Selain itu secara tidak langsung harga juga mempengaruhi biaya, karena kualitas yang terjual berpengaruh pada biaya yang ditimbulkan dalam kaitannya dengan efisiensi produksi. Samryn (2012:38) menyatakan bahwa harga merupakan salah satu jenis informasi penting yang diterima pelanggan tentang suatu produk. Penetapan harga juga berhubungan dengan seluruh tujuan jangka pendek dan sasaran jangka panjang sebuah perusahaan.

Sujarweni (2019) menyatakan bahwa 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 Mulyadi dalam Sandra dan Aznedra (2019) menyatakan bahwa prinsipnya harga jual harus dapat menutupi biaya penuh ditambah dengan laba yang wajar. Harga jual sama dengan biaya produksi ditambah *markup*.

Lestari dan Permana (2017) mendefinisikan “harga jual sebagai nilai atau angka yang telah menutupi biaya produksi secara utuh dan ditambahkan dengan laba atau keuntungan dalam jumlah yang wajar”. Sudaryono (2015) mendefinisikan harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang – barang yang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa harga jual adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi suatu barang atau jasa ditambah dengan persentase laba yang diinginkan perusahaan, harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk dan dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.

2.3 Penetapan Harga Jual

Umumnya harga jual produk dan jasa ditentukan oleh perimbangan permintaan dan penawaran dipasar, sehingga biaya bukan satu –satunya penentu harga jual. Selera konsumen, jumlah pesaing yang memasuki pasar dan harga jual yang ditentukan pesaing merupakan contoh faktor –faktor yang sulit diramalkan.

Penentuan harga jual dapat ditentukan berdasarkan biaya, tingkat margin, manfaat dan faktor lain yang mempengaruhinya. Tujuan penetapan harga jual merupakan dasar atau pedoman bagi perusahaan dalam menjalankan kebijaksanaan harga jual.

Berikut adalah tujuan penetapan harga yang bersifat ekonomis dan non ekonomis menurut Ramdhani dkk (2020) :

1. Memaksimalkan Laba
Penetapan harga ini biasanya memperhitungkan tinglat keuntungan yang ingin diperoleh. Semakin besar margin keuntungan yang ingin didapat, maka menjadi tinggi pula harga yang ditetapkan untuk konsumen. dalam menetapkan harga sebaiknya turut memperhitungkan daya beli dan variabel lain yang diraih dapat maksimum.
2. Meraih pangsa pasar
Untuk dapat menarik perhatian para konsumen yang menjadi target market atau target pasar maka suatu perusahaan sebaiknya menetapkan harga yang serendah mungkin. Dengan harga turun, maka akan memicu peningkatan permintaan yang juga datang dari market share pesaing atau kompetitor, sehingga ketika pangsa pasar tersebut diperoleh maka harga akan disesuaikan dengan tingkat laba yang diinginkan.
3. *Return on Investmen* (ROI) / Pengembalian Modal Usaha
Setiap usaha menginginkan tingkat pengembalian modal yang tinggi. ROI yang tinggi dapat dicapai dengan jalan menaikkan profit margin serta meningkatkan angka penjualan.
4. Mempertahankan Pangsa Pasar
Ketika perusahaan memiliki pasar tersendiri, maka perlu adanya penetapan harga yang tepat agar dapat tetap mempertahankan pangsa pasar yang ada.
5. Tujuan Stabilitas Harga
Dalam pasar yang konsumennya sangat sensitif terhadap harga, bila suatu perusahaan menurunkan harganya, maka para pesaingnya harus menurunkan pula harga mereka. Kondisi seperti ini yang mendasari terbentuknya tujuan stabilitas harga dalam industri-industri tertentu (misalnya minyak bumi). Tujuan stabilitas dilakukan dengan jalan penetapan harga untuk mempertahankan hubungan yang stabil antara harga suatu perusahaan dan harga pemimpin industri (*industry leader*).
6. Menjaga Kelangsungan Hidup Perusahaan
Perusahaan yang baik menetapkan harga dengan memperhitungkan segala kemungkinan agar tetap memiliki dana yang cukup untuk tetap menjalankan aktifitas usaha bisnis yang dijalani

Menurut Lestari dan Permana (2017), di dalam harga proses penetapan harga jual suatu produk, perusahaan hendaknya mengikuti prosedur yang terdiri dari enam langkah, pokok, yaitu memilih sasaran harga, menentukan permintaan, memperkirakan biaya, menganalisis pesaing, memilih metode harga, dan memilih harga akhir.

1. Memilih sasaran harga, langkah pertama adalah memilih sasaran harga, seperti misalnya bertahan hidup, memaksimalkan keuntungan

jangka pendek, volume penjualan, permintaan pasar, unggul dalam pangsa pasar, pesaing atau prestise.

2. Menentukan permintaan., langkah kedua perusahaan menentukan yang akan memperlihatkan jumlah produk yang akan dibeli di pasar dalam periode tertentu, pada berbagai tingkat harga. Makin inelastis permintaan, makin mampu perusahaan menaik-turunkan harganya.
3. Memperkirakan biaya, langkah ketiga ialah perusahaan memperkirakan perilaku biaya pada berbagai tingkat produksi dan perilaku biaya dalam kurva pengalamannya. Biaya perusahaan ada dua jenis, yaitu biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap (*overhead*) adalah biaya yang tidak bervariasi dengan produksi penjualan, misalnya gaji karyawan. Biaya variabel merupakan biaya yang bervariasi langsung dengan tingkat produksi, misalnya biaya bahan untuk produksi,.
4. Menganalisis biaya, harga dan penawaran pesaing, perusahaan dapat menggunakan analisis biaya, permintaan pasar, biaya pesaing, harga pesaing dan kemungkinan reaksi pesaing sama sebagai dasar penentuan harga.

2.4 Metode Penentuan Harga Jual

Sodikin (2015) menyatakan bahwa pendekatan penentuan harga jual untuk waktu dan bahan (*time and material pricing*) menggunakan dua buah tarif penentuan harga jual. Tarif pertama adalah menentukan harga bahan yang digunakan untuk melayani pelanggan. Penentuan harga jual dengan metode ini sangat cocok digunakan oleh bengkel reparasi jam, bengkel reparasi mobil dan motor, perusahaan percetakan, dan perusahaan- perusahaan lain yang bergerak dibidang jasa.

Swastha (2010) menyatakan bahwa metode penentuan harga jual yang berdasarkan biaya dalam bentuk yang paling sederhana , yaitu:

1. *Cost plus pricing method* , penentuan harga jual *cost plus pricing*, biaya yang digunakan sebagai dasar penentuan, dapat didefinisikan sesuai dengan metode penentuan harga pokok yang digunakan. Dalam perhitungan *cost plus pricing*, digunakan rumus:

$$\text{Harga jual} = \text{Biaya total} + \text{Margin}$$

2. *Mark up pricing method*, banyak digunakan oleh para pedagang. Para pedagang akan menentukan harga jualnya dengan cara menambahkan *mark up* yang diinginkan pada harga beli per satuan. Persentase yang ditetapkan berbeda untuk setiap jenis barang. Dalam menghitung harga jual, menggunakan rumus.

$$\text{Harga jual} = \text{Harga beli} + \text{Mark up}$$

3. Penentuan harga oleh produsen, dalam metode ini harga yang ditetapkan oleh perusahaan- perusahaan lain dalam saluran distribusi. Karena itu, penetapan harga oleh produsen memegang peranan penting dalam menentukan harga akhir barang. Dalam penetapan harga jualnya, produsen dapat berorientasi pada biaya.

Ramdhani, dkk (2020) mendefinisikan secara umum metode penetapan harga terdiri dari 3 macam pendekatan, yakni:

1. Penetapan harga berdasarkan biaya
 - a. Penetapan harga biaya plus, di dalam metode ini harga jual per unit ditentukan dengan menghitung jumlah seluruh biaya per unit ditambah jumlah tertentu untuk menutupi laba yang dikehendaki pada unit tersebut (margin). Rumus :

$$\text{Biaya Total} + \text{Margin} = \text{Harga Jual}$$

- b. Penentuan harga *Mark-Up*, untuk metode *mark up* ini harga jual per unit ditentukan dengan menghitung harga pokok pembelian per unit ditambah (*mark up*) jumlah tertentu. Rumus:

$$\text{Harga Beli} + \text{Mark Up} = \text{Harga Jual}$$

- c. Penetapan harga BEP (*Break Even Point*) metode penetapan harga berdasarkan keseimbangan antarjumlah total biaya keseluruhan dengan jumlah total penerimaan keseluruhan. Rumus :

$$\text{BEP} \Rightarrow \text{Total Biaya} = \text{Total Penerimaan}$$

2. Penetapan harga berdasarkan harga pesaing/Kompetitor, penetapan harga dilakukan dengan menggunakan harga kompetitor sebagai referensi, dimana dalam pelaksanaannya lebih cocok untuk produk yang standar dengan kondisi pasar oligopoli. Untuk menarik dan meraih para konsumen dan para pelanggan, perusahaan biasanya menggunakan strategi harga. Penerapan strategi jual juga bisa digunakan untuk mensiasati para pesaingnya, misalkan dengan cara menetapkan harga di bawah harga pasar dengan maksud untuk meraih pangsa pasar.
3. Penetapan harga berdasarkan permintaan, proses penetapan harga yang didasari persepsi konsumen terhadap value/nilai yang diterima (*price volume*)
Sensitivitas harga dan *perceived quality*. Untuk mengetahui value dari harga terhadap kualitas, maka analisis *price sensitivity meter* (PSM) merupakan salah satu bentuk yang dapat digunakan.

Harga jual suatu produk biasanya ditentukan setelah harga pokoknya diketahui. Umumnya seorang pengusaha menentukan harga jual produk – produknya berdasarkan laba kotor yang diinginkannya. Tetapi, adakalanya pengusaha menentukan harga jual berdasarkan laba bersih yang diinginkannya, karena dia ingin menutup biaya-biaya operasional perusahaannya yakni biaya-biaya pimpinan dan pemasaran. Laba yang diinginkan itu dapat dinyatakan sebagai suatu persentase dari harga pokok dan sebagai suatu persentase dari harga jual. Tanpa harga yang tepat untuk dijual, produsen akan mengganggu resiko bagi kelangsungan hidup usaha produksinya. Harga jual yang terlalu tinggi, menyebabkan para konsumen berpindah ke produk sejenis yang dihasilkan usaha produksi yang lain, yang harganya lebih murah.

2.4 Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya yang telah dilakukan beberapa orang terkait penelitian ini menjadi bahan masukan atau bahan rujukan bagi penulis dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 2.3
Penelitian Terdahulu

NO	Nama peneliti	Judul penelitian	Metode Penelitian	Hasil penelitian
1	Ernawati (2021)	Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Harga Jual PT. Simpatindo Multimedia Banyuasin	Metode Kuantitatif	Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa mengenai biaya produksi terhadap harga jual PT. Simpatindo Multimedia Banyuasin maka dapat disimpulkan bahwa biaya produksi berpengaruh positif signifikan terhadap harga jual yang berarti jika biaya produksi naik maka harga jual pun akan meningkat.
2	Novianty (2021)	Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Harga Jual PT. Simpatindo Multimedia	Metode Kualitatif	Hasil penelitian mengenai pengendalian biaya <i>overhead</i> pabrik dalam produksi

		Banyuasin		menunjukkan bahwa semua komponen biaya <i>overhead</i> pabrik terjadi selisih yang tidak menguntungkan selama dua tahun terakhir. Faktor yang menyebabkan selisih karena kurang efektifnya pengendalian biaya yang dilakukan oleh pihak perusahaan.
3	Purnama sari dkk (2021)	Analisis Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Harga Jual pada PT. Ultra Milk Jaya Industri Tbk Yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia	Metode Kualitatif	Dari hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa biaya produksi memiliki pengaruh yang kuat dan besar terhadap harga jual yaitu sebesar 99% dan sisanya sebesar 1% dipengaruhi oleh variabel lain. Seperti permintaan di pangsa pasar dan persaingan pasar. Biaya yang digunakan untuk penilaian ini adalah biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya overhead pabrik.

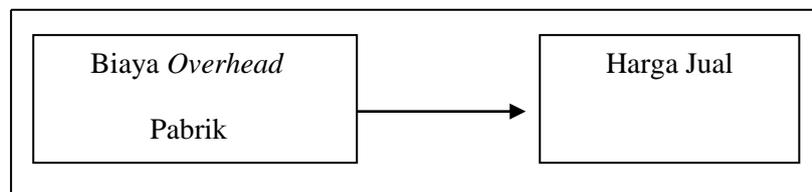
4	Supra dan Rustiana (2018)	Analisis Perhitungan Biaya <i>Overhead</i> Pabrik pada Meubel Suwito	Metode Kualitatif	Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa analisis perhitungan biaya overhead pabrik pada Maubel Suwito maka dapat dikemukakan kesimpulan yaitu biaya overhead pabrik berdasarkan metode <i>activity based costing system</i> memberikan hasil yang lebih kecil untuk produk lemari pakaian, sedangkan produk tempat tidur memberikan hasil yang besar.
5.	Anggrowati dkk (2019)	Pengaruh Biaya <i>Overhead</i> Pabrik Terhadap Harga Pokok Produksi pada CV. Tirta Mekar Jaya	Metode Kuantitatif	Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa CV. Tirta Mekar Jaya dalam melakukan pengelompokan biaya yang menjadi unsur pembentukan harga pokok produksi dalam tiga kategori, yaitu bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya <i>overhead</i> pabrik

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan pada penelitian terdahulu tersebut, maka penelitian ini akan membahas tentang pengaruh FOH terhadap penentuan harga jual pada CV. Mahkota Asli Padang.

2.5 Kerangka Pemikiran

Menurut Sugiyono (2018) mengemukakan bahwa, kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang diidentifikasi sebagai masalah yang penting.

Kerangka pemikiran ini dimaksudkan sebagai rancangan untuk dapat menjelaskan dan menunjukkan persepsi keterkaitan antara variabel yang diteliti berdasarkan pada rumusan masalah. Keterkaitan maupun hubungan antara variabel yang diteliti berdasarkan pada rumusan masalah. Keterkaitan maupun hubungan antara variabel yang diteliti diuraikan berdasarkan pada kajian teori di atas. Untuk lebih jelasnya kaitan antara variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian akan dilakukan pada usaha Mahkota Asli Padang yang beralamat di Jl. Hidayah No. 21 Dadok Tunggul Hitam Padang. Peneliti memilih lokasi tersebut dikarenakan sesuai dengan topik yang dibahas yaitu mengenai pengaruh biaya *overhead* pabrik terhadap harga jual pada tahun 2021.

3.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Menurut Afrizal (2016) penelitian kualitatif adalah metode penelitian ilmu-ilmu sosial yang mengumpulkan dan menganalisis data berupa kata-kata (lisan maupun tulisan) dan perbuatan-perbuatan manusia serta penelitian tidak berusaha menghitung atau mengkuantifikasi data kualitatif yang telah diperoleh dan dengan demikian tidak menganalisis angka-angka.

Menurut Gunawan (2013) penelitian kualitatif adalah pendekatan untuk membangun pernyataan pengetahuan berdasarkan perspektif-konstruktif (misalnya makna-makna yang bersumber dari pengalaman individu, nilai-nilai social dan sejarah, dengan tujuan untuk membangun teori atau pola pengetahuan tertentu) atau berdasarkan perspektif partisipasi (misalnya orientasi terhadap politik, isu, kolaborasi, atau perubahan). Menurut Sugiyono (2018) metode

penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.

Berdasarkan uraian di atas, terdapat tempat kata kunci yang perlu di perhatikan yaitu cara ilmiah, ilmu sosial, data, dan tujuan kegunaan. Oleh karena itu, peneliti memilih menggunakan metode penelitian kualitatif untuk menentukan cara mencari, mengumpulkan, mengolah dan menganalisis data hasil penelitian tersebut.

3.3 Jenis Data dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini terdiri dari 2 macam yaitu data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung dari sumber asli dan tidak melalui perantara, Bahri (2018). Adapun informan dalam penelitian ini adalah Hj.Dra Zaifunis Rasyid (Pemilik).

b. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang dianalisis untuk mempermudah dalam pemecahan masalah penelitian yang datanya berasal dari sumber- sumber yang telah ada atau data yang sudah tersedia dan dikumpulkan oleh pihak lain dan diperoleh secara tidak langsung atau melalui media perantara (Bahri, 2018).

Data dalam penelitian ini adalah data sekunder berupa dokumen seperti: Sejarah berdirinya usaha Mahkota Asli, Struktur kepengurusan usaha. Mahkota Asli data biaya produksi dalam periode tahun 2020. Sedangkan sumber data dalam penelitian ini yaitu data yang diperoleh dari usaha Mahkota Asli yang berupa data biaya produksi khususnya dalam penentuan harga pokok produksi dengan menggunakan pendekatan *variabel costing* pada tahun 2020.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2018), teknik pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini dengan menggunakan beberapa metode, yaitu:

1. Observasi

Yaitu dengan melakukan tinjauan langsung keperusahaan yang akan diteliti.

2. Wawancara

Yaitu dengan melakukan proses tanya jawab secara langsung kepada pihak perusahaan atau pengumpulan data dengan jalan melakukan tanya jawab langsung dengan pihak yang terkait dalam perhitungan biaya *overhead* pabrik.

3. Dokumentasi

Pengumpulan data secara langsung dilapangan, dimana teknik ini bertujuan untuk memperoleh data sekunder dengan cara mengambil catatan atau dokumentasi.

3.4 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan menganalisis dan mendeskripsikan data kegiatan operasional usaha terutama yang terkait dengan biaya overhead pabrik dan penetapan harga jual yang biasa dilakukan pada usaha Mahkota Asli Padang dan kemudian merumuskannya.

Analisis data dimulai dengan melakukan pengumpulan data melalui wawancara dan pencarian dokumen, kemudian membuat data, yaitu mengambil data yang sesuai dengan konteks penelitian dan menolak data yang tidak diperlukan, kemudian melakukan analisis apakah biaya *overhead* pabrik tersebut berpengaruh terhadap harga jual pada usaha keripik balado mahkota dan mengambil kesimpulannya.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

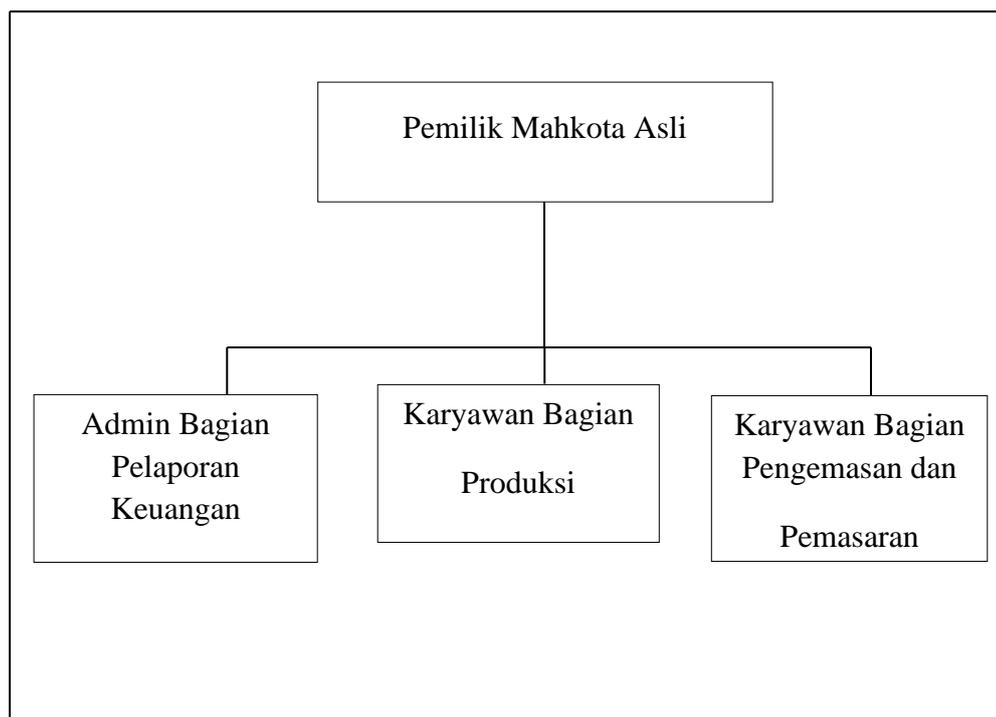
4.1 Gambaran umum perusahaan

Perusahaan Keripik Balado Mahkota Asli Padang merupakan suatu usaha yang bergerak dibidang industri keripik balado yang sudah berdiri sejak tahun 1993 dan telah terdaftar di Depertemen Perindustrian dan Perdagangan sebagai usaha kecil. Industri ini beralamat Jl. Hidayah No. 21 Dadok Tunggul Hitam Padang sebagai tempat untuk proses produk atau pabrik dari pembuatan produk dan tempat pemasaran di Jl. Prof Hamka No. 137 Tabing Padang. Tujuan pemilik mendirikan usaha keripik balado ini adalah untuk menjadikan perusahaan ini sebagai perusahaan terkemuka dalam memproduksi makanan spesifik dan penggerak perekonomian di Sumatera Barat.

Pada awal berdirinya perusahaan ini hanya mempunyai modal awal sebesar 100.000.000 yang berupa modal pribadi dengan perkembangan modal dari tahun ketahun meningkat 100% dan terjadi perkembangan sehingga keripik balado Mahkota Asli mempunyanyi aset untuk menjaga nilai kekayaan dan meningkatkan keamanan harta perusahaan. Berdasarkan data statistik 2021 menunjukkan hasil panen singkong di Sumatera Barat cukup besar dengan jumlah rata rata 154.728,76 ton per tahunnya, sehingga banyak pengusaha UMKM memanfaatkan singkong tersebut sebagai bahan utama produknya, begitu juga dengan usaha keripik balado Mahkota Asli Padang, juga memanfaatkan singkong sebagai bahan dasar produk keripik balado.

Keripik Balado Mahkota Asli Padang ini mempunyai tenaga kerja yang terdiri dari bagian tenaga kerja administrasi dan keuangan, tenaga kerja produksi dan tenaga kerja bagian gudang untuk menyimpan produk jadi.

4. 1. 1 Struktur Organisasi Keripik Balado Mahkota Asli



Sumber: Mahkota Asli Padang

Gambar 4.1
Struktur Organisasi Keripik Balado Mahkota Asli

Struktur Organisasi merupakan hal yang penting dalam menjalankan suatu usaha, baik perusahaan maupun perusahaan besar. Fungsi dari struktur organisasi adalah adanya pemisahan wewenang dan tanggung jawab bagi para karyawan sehingga tidak terjadi kekeliruan dan kesalahpahaman dalam melaksanakan tugasnya masing-masing.

Deskripsi dari tugas masing-masing bagian dalam struktur organisasi usaha Mahkota Asli Padang sebagai berikut:

1. Pimpinan/pemilik berperan sebagai manager tertinggi sekaligus pemilik perusahaan. Berwenang mengambil keputusan baik di dalam maupun di luar yang menyangkut keberadaan dan pengembangan perusahaan.
2. Admin bagian pelaporan keuangan bertugas untuk menyusun rencana kerja dan anggaran perusahaan, melaksanakan kegiatan pengolahan keuangan serta fungsi kebendaharaan serta menyiapkan informasi yang diperlukan tentang keuangan perusahaan baik dalam periode harian, migguan, bulanan, maupun tahunan
3. Karyawan bagian produksi bertugas untuk mengatur persediaan penyimpanan bahan-bahan produksi secara tepat waktu dan menganalisis mutu dan kualitas produk agar sesuai dengan standar dan komposisi yang telah ditetapkan .
4. Karyawan bagian pengemasan bertugas untuk menjamin tersedianya hasil produksi yang sesuai dengan kapasitas produksi perusahaan dan menjaga mutu dan kualitas produk pada tahap akhir produksi. Sedangkan tugas pemasaran adalah mempertahankan dan mencapai target penjualan sesuai dengan rencana perusahaan, membina dan menjaga hubungan baik dengan konsumen.

4. 1.2 Jenis-jenis produk yang dijual pada Mahkota Asli Padang

Adapun jenis- jenis produk yang dijual Mahkota Asli Padang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.1
Deskripsi Produk

No	Nama Produk
	Keripik balado original
2	Sanjai putih
3	Sanjai bumbu
4	Opak balado
5	Serundeng
6	Dakak-dakak
7	Talas
8	Kapelo bagulo
9	Karak kaliang
10	Cincang ganepo
11	Kerupuk ubi mentah
12	Lento
13	Sarang balam

Sumber: Mahkota Asli Padang

Dari deskripsi tabel 4.1 diatas terdapat 13 produk yang dipasarkan oleh perusahaan Mahkota Asli Padang, sedangkan yang diproduksi hanya keripik balado saja. Oleh karena itu peneliti hanya berfokus pada produk yang dihasilkan oleh perusahaan Mahkota Asli Padang yaitu produk keripik balado.

4.2 Hasil dan Pembahasan

4.2.1 Hasil

4.2.2 Proses Produksi Keripik Balado Mahkota Asli

Proses produksi keripik balado Mahkota Asli Padang memiliki beberapa tahapan sebelum memulai produksinya yaitu tahap persiapan, tahap penggorengan dan pengadukan, tahapan pengemasan dan pemasaran. Dalam tahapan persiapan tentunya harus menyediakan alat dan bahan untuk proses produksinya. Pada perusahaan Mahkota Asli Padang, proses produksi dilakukan terlebih dahulu mengecek semua peralatan dan mesin yang akan digunakan dalam proses pembuatan keripik balado. Adapun jenis mesin dan peralatan yang digunakan oleh perusahaan Mahkota Asli Padang beserta kegunaannya dapat dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 4.2
Peralatan dan Mesin beserta Fungsinya

No	Nama Alat	Fungsi/Kegunaannya
1.	Golok	Untuk memotong kedua ujung ubi
2.	Pisau kecil anti karat	Untuk mengupas ubi kayu
3.	Ketam manual	Untuk mengetam ubi untuk keripik panjang
4.	Tungku penggoreng, kualii besar, dan tangki minyak	Digunakan pada saat proses penggoreng keripik ubi
5	Bak air	Untuk mencuci dan merendam ubi kayu yang telah dikupas dan diketam
6.	Wadah plastik (keranjang)	Untuk meletakkan ubi kayu yang telah dicuci

7.	Generator	Untuk cadangan aliran listrik apabila ada pemadaman listrik
8.	Compressor	Untuk mendorong bahan bakar minyak tanah agar masuk kedalam kompor
9.	Mesin penggiling cabe	Untuk menggiling cabe segar, bawang, dan bumbu lainnya.
10.	Mesin penggoreng	Untuk menggoreng ubi atau open pengering
11.	Mesin molen pengaduk	Untuk memberi bumbu atau cabe cabe keripik ubi yang telah digoreng
12.	Mesin pengemasan	Untuk <i>finishing</i> proses pengemasan
13.	Mesin ketam	Untuk mengetam ubi untuk keripik bulat

Sumber: Mahkota Asli Padang

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari Perusahaan Mahkota Asli Padang untuk memproduksi keripik balado dari bahan mentah menjadi bahan jadi yang siap untuk dijual, melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

a. Tahap persiapan

Pada tahap ini bahan baku langsung yang digunakan dalam proses produksi adalah ubi kayu untuk sekali produksi perusahaan bisa memproduksi sekitar 1 ton untuk setiap proses produksi dilakukan dua kali dalam seminggu, rata - rata pembelian dengan harga Rp 6.000/kg. Pada tahap selanjutnya dilakukan penyortiran pemilihan ubi kayu yang akan diproses, dibedakan antara ubi yang berukuran besar dan kecil. Selanjutnya ubi kayu tersebut akan dibersihkan dan direndam selama beberapa menit, ubi yang telah direndam akan ditiriskan dan

akan diproses lagi ke dalam tahapan pengetaman ubi dengan menggunakan mesin mengetam ubi dan kemudian dikeringkan.

b. Tahap penggorengan dan pengadukan

Pada tahap ini ubi yang dikeringkan akan diproses lagi ketahap penggorengan dan pengadukan dengan menggunakan kualii besar dan kompor, agar memperoleh kondisi keripik balado yang renyah dan memberi rasa sedap maka sebelum dikemas terlebih dahulu ubi yang telah digoreng tersebut didinginkan dan akan diberi bumbu dan cabe dengan meggunakan mesin molen pengaduk untuk hasil yang diinginkan. Adapun bahan utama yang digunakan tahap penggorengan ini adalah minyak goreng, kuantitas minyak goreng yang digunakan dalam sebulan sekitar 50 kg, untuk bahan penolong lainnya seperti cabe, bawang, garam, dan penyedap.

c. Tahapan pengemasan

Setelah melalui tahap pembersihan, pengolahan, penggorengan maka keripik balado mahkota asli padang siap untuk dikemas dan diberi stiker pada setiap kemasan dengan rapi dan siap untuk di jual. Pengemasan produk Mahkota Asli Padang telah menggunakan kemasan *standing pouch* yang higienis dan juga mencantumkan termasuk label sesuai sertifikat yang dimiliki antara lain:

- a. Label halal
- b. Label Depkes P-IRT
- c. *Ingradients/* Komposisi
- d. *Nutrition Fact/* Nilai Gizi
- e. *Best Before (Expired Date)* Tanggal Kadaluarsa

f. Label Tanpa Bahan Pengawet

d. Pemasaran

Disamping memiliki beberapa outlet untuk pemasaran yang berada di Jl.Prof Hamka No.137 Tabing, Mahkota Asli Padang juga memiliki beberapa armada kendaraan untuk distribusi dan pemasaran termasuk untuk *mall*, supermarket dan mini market dan retail lainnya, dengan area antara lain:

- a. Daerah Padang, Padang Panjang, Bukittinggi dan sekitarnya
- b. Daerah jalur Lintas Barat Sumatera sampai dengan Jambi, Bengkulu dan sekitarnya
- c. Daerah jalur Lintas Timur Sumatera sampai dengan Pekanbaru dan sekitarnya.

Keripik Balado Mahkota Asli Padang juga memasarkan produknya dengan beberapa relasi dikota besar seperti: Jakarta, Palembang, Papua, NTT, Sumatera hampir keseluruhannya bahkan produk Keripik Mahkota Asli Padang ada yang sampai keluar negeri.

Setelah melalui beberapa tahapan maka ubi yang diproses mengalami beberapa penyusutan mulai dari pengupasan ubi dan pemilihan ubi yang kualitasnya baik. Sehingga diperoleh total bersih hasil produksi dalam setahun adalah 84.000 Kg. Hasil produksi keripik balado Mahkota Asli Padang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 3
Hasil produksi keripik balado/Kg
Tahun 2021

No	Bulan	Hasil produksi
1	Januari	7.000 kg
2	Februari	7.000 kg
3	Maret	7.000 kg
4	April	7.000 kg
5	Mei	7.000 kg
6	Juni	7.000 kg
7	Juli	7.000 kg
8	Agustus	7.000 kg
9	September	7.000 kg
10	Oktober	7.000 kg
11	November	7.000 kg
12	Desember	7.000 kg
		84.000 kg

Biaya-biaya yang diperhitungkan dalam penentuan harga pokok produksi pada Perusahaan Mahkota Asli Padang:

1. Biaya bahan baku langsung

Biaya bahan baku pada umumnya meliputi semua biaya yang secara langsung digunakan dalam proses produksi. Berdasarkan informasi yang diperoleh, bahan baku yang digunakan oleh perusahaan mahkota asli padang pada tahun 2021 dalam proses produksinya yaitu berupa ubi yang dibeli langsung dibeli pada petani, proses produksi ubi dilakukan 2 kali dalam seminggu. Berikut tabel biaya bahan baku langsung:

Tabel 4.4
Bahan Baku Langsung

No	Jenis Ubi	Jumlah	Harga/kg
1	Ubi kayu	1 ton	Rp 6.000/kg

Sumber : Mahkota Asli Padang

2. Biaya Tenaga kerja Langsung (BTK)

Pada proses produksi Keripik Balado Mahkota Asli Padang mempekerjakan tenaga kerja yang turun langsung pada proses produksi sebanyak 9 orang, dua orang pada bagian pengupasan ubi, dua orang bagian pengetaman ubi, dua orang bagian penggorengan dan pemberian bumbu pada keripik balado dua orang bagian pengemasan keripik yang bertugas memasukan keripik kedalam plastik pengemasan yang masing-masing beratnya berbeda-beda dan Satu orang pada bagian pemberian stiker. Berikut tabel tenaga kerja langsung:

Tabel 4.4
Tenaga Kerja Langsung

No	Jumah	Pekerjaan
1	2 orang	Bagian pengupasan ubi
2	2 orang	Bagian pengetaman ubi,
3	2 orang	Bagian penggorengan dan pemberian bumbu
4	2 orang	Bagian pengemasan
5	1 orang	Bagian pemberian stiker

Sumber : Mahkota Asli Padang

Berdasarkan penjelasan diatas pada perusahaan mahkota asli padang tenaga kerja langsung berjumlah 9 orang, untuk karyawan pada perusahaan mahkota padang ada istilahnya pegawai harian ada pegawai bulanan, pada perusahaan Mahkota Asli Padang tenaga kerja langsung hanya dihitung pegawai bulanan saja atau karyawan tetap. Berdasarkan wawancara dengan informan penelitian bahwa tidak adanya pemisahan antara tenaga kerja langsung dan tenaga kerja tidak langsung yang terlibat dalam proses produksi.

Adapun biaya gaji yang dikeluarkan oleh Mahkota Asli Padang pada tahun 2021 adalah sebesar Rp 10.000.000 per bulan untuk semua karyawannya, dimana gaji tersebut sudah termasuk uang makan.berikut adalah rincian biaya gaji dan upah pada tahun 2021 :

Tabel 4.6
Gaji dan Upah Tenaga Kerja
Tahun 2021

No	Bulan	Gaji dan Upah
1	Januari	Rp. 10.000.000,-
2	Februari	Rp. 10.000.000,-
	Maret	Rp. 10.000.000,-
4	April	Rp. 10.000.000,-
5	Mei	Rp. 10.000.000,-
6	Juni	Rp. 10.000.000,-
7	Juli	Rp. 10.000.000,-
8	Agustus	Rp. 10.000.000,-
9	September	Rp. 10.000.000,-
10	Oktober	Rp. 10.000.000,-
11	November	Rp. 10.000.000,-
12	Desember	Rp. 10.000.000,-
	Total Gaji dan Upah	Rp. 120.000.000,-

Sumber: Mahkota Asli Padang

Berdasarkan tabel 4.6 diatas dapat dilihat gaji dan upah tenaga kerja yang dikeluarkan setiap bulannya oleh Mahkota Asli Padang adalah 10.000.000 jika dihitung total biaya gaji dan upah pada usaha Mahkota Asli Padang adalah Rp 120.000.000,- pertahunnya.

3. Biaya *Overhead* Pabrik

Biaya *overhead* pabrik merupakan biaya umum selain bahan baku dan tenaga kerja langsung, komponen yang termasuk sebagai biaya *overhead* pabrik pada Mahkota Asli Padang adalah:

a. Biaya Air dan Listrik

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari perusahaan Mahkota Asli Padang biaya listrik dan air tersebut digunakan untuk menghidupkan satu buah mesin pengetam, satu buah mesing molen mengaduk, open pengering 8 buah lampu digudang produksi, dan mesin menarik air. Berikut rincian biaya air dan listrik tahun 2021.

Tabel 4.7
Biaya Air dan Listrik
Tahun 2021

No	Bulan	Biaya Air dan Listrik
1	Januari	Rp. 1.350.000,-
2	Februari	Rp. 1.600.000,-
3	Maret	Rp. 1.400.000,-
4	April	Rp. 1.350.000,-
5	Mei	Rp. 1.350.000,-
6	Juni	Rp. 1.500.000,-
7	Juli	Rp. 1.350.000,-
8	Agustus	Rp. 1.450.000,-
9	September	Rp. 1.350.000,-
10	Oktober	Rp. 1.550.000,-

11	November	Rp.	1.350.000,-
12	Desember	Rp.	1.400.000,-
	Total Biaya	Rp	17.000.000,-

Sumber: Mahkota Asli Padang

Berdasarkan tabel 4.7 dapat dilihat biaya air dan listrik yang dikeluarkan Mahkota Asli Padang dapat dihitung total biaya air dan listrik pada Mahkota Asli Padang adalah Rp.17.000.000,- pertahunnya

b. Biaya Bahan Bakar Mesin

Proses produksi ubi menjadi keripik balado menggunakan mesin yang berbahan bakar minyak tanah untuk proses penggorengan ubi menjadi keripik balado. Perusahaan mahkota asli padang untuk mengoperasikan penggorengan ubi dibutuhkan 100 liter minyak tanah perbulan, sehingga pengeluaran untuk biaya bahan bakar mesin untuk penggoreng ubisebesar Rp 14.250.000,- untuk biaya satu tahunnya.

Tabel 4.8
Biaya Bahan Bakar Mesin
Tahun 2021

No	Bulan	Biaya Bahan Bakar Mesin
1	Januari	Rp. 1.200.000,-
2	Februari	Rp. 1.200.000,-
3	Maret	Rp. 1.250.000,-
4	April	Rp. 1.200.000,-
5	Mei	Rp. 1.150.000,-
6	Juni	Rp. 1.200.000,-
7	Juli	Rp. 1.300.000,-
8	Agustus	Rp. 1.200.000,-
9	September	Rp. 1.250.000,-
10	Oktober	Rp. 1.100.000,-
11	November	Rp. 1.000.000,-
12	Desember	Rp. 1.200.000,-
	Total Biaya	Rp. 14.250.000,-

Sumber: Mahkota Asli Padang

Berdasarkan tabel 4.8 dapat dilihat biaya bahan bakar mesin yang dikeluarkan Mahkota Asli Padang dapat dihitung total biaya bahan bakar mesin adalah Rp.14.250.000,- pertahunnya.

c. Bahan Penolong

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari perusahaan Mahkota Asli Padang untuk bahan penolong dalam pembuatan keripik balado berupa stiker, plastik dan lem. Biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk biaya penolong untuk satu tahun perusahaan bisa mengeluarkan biaya penolong Rp 22.500.000,-

Tabel 4.9
Biaya Bahan Penolong
Tahun 2021

No	Bulan	Biaya Bahan Penolong
1	Januari	Rp. 2.000.000,-
2	Februari	Rp. 1.850.000,-
3	Maret	Rp. 2.000.000,-
4	April	Rp. 2.000.000,-
5	Mei	Rp. 2.300.000,-
6	Juni	Rp. 2.000.000,-
7	Juli	Rp. 1.750.000,-
8	Agustus	Rp. 2.250.000,-
9	September	Rp. 2.100.000,-
10	Oktober	Rp. 2.000.000,-
11	November	Rp. 2.250.000,-
12	Desember	Rp. 2.000.000,-
	Total Biaya	Rp. 22.500.000,-

Sumber: MahkotaAsli Padang

Berdasarkan tabel 4.9 diatas diketahui biaya bahan penolong pada keripik balado Mahkota Asli Padang setiap bulannya mengalami penurunan dan kenaikan, jadi jika ditotalkan biaya yang dikeluarkan untuk bahan penolong pada usaha Mahkota Asli Padang adalah Rp.22.500.000,- pertahunnya.

Dari uraian diatas maka biaya *overhead* pabrik pada usaha Mahkota Asli Padang pada tahun 2021 dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4. 10
Biaya Overhead Pabrik
Tahun 2021

No	Keterangan	Jumlah	%
1.	Biaya Air dan Listrik	Rp 17.000.000,-	31,68
2.	Biaya Bahan Bakar Mesin	RP 14.250.000,-	26,51
3	Bahan Penolong	Rp 22.500.000,	41,86
	Total Biaya Overhead Pabrik	Rp 53.750.000,-	100

Sumber: Mahkota Asli Padang

Berdasarkan tabel 4.10 dapat dilihat bahwa jumlah biaya *overhead* pabrik yang dikeluarkan untuk melakukan produksi pada Mahkota Asli Padang tahun 2021 yaitu sebesar Rp, 53.750.000,-

4.2.3 Data Harga Jual

Harga jual produk sangat ditentukan oleh ketepatan dalam menentukan biaya produksi, sehingga harga jual produk yang ditawarkan dapat menutupi semua biaya dan mampu menghasilkan laba. Berikut data harga jual dari perusahaan Mahkota Asli Padang pada tahun 2021.

Tabel 4.11
Harga jual keripik balado/Kg
Tahun 2021

No	Tahun	Quantity (Kg)	Harga jual /Kg (Rp)	Penjualan (Rp)
1	2021	84.000,	80.000	6.720.000.000

Sumber : Mahkota Asli Padang

Berdasarkan tabel 4.11 diatas diketahui bahwa produksi keripik balado yang dihasilkan oleh Mahkota Asli Padang adalah sebanyak 84.000.kg dengan harga jual keripik balado per kilogramnya adalah Rp.80.000,- selama tahun 2021.

4.2.4 Perbandingan Harga Jual dan Biaya *Overhead* Pabrik

Tabel 4.12
Biaya *Overhead* Pabrik/Unit
Tahun 2021

No	Tahun	Total BOP (Rp)	Quantity Produk (Kg)	BOP/Kg (Rp)
1	2021	R53.750.000,-	84.000,-	640

Hasil perhitungan pada tabel 4.12 di atas menunjukkan bahwa biaya *overhead* pabrik per kilogamnya adalah Rp. 640. Nilai BOP tersebut terlihat kecil dikarenakan keterbatasan data yang diberikan narasumber pada saat wawancara peneliti dilakukan.

4.3 Pembahasan

Pada dasarnya harga jual produk yang ditentukan dari kekuatan permintaan dan penawaran produk yang dipasarkan. Dalam penentuan harga jual yang dipengaruhi oleh faktor laba, faktor produk, biaya produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya *overhead* pabrik dan faktor eksternal seperti permintaan dari pelanggan atau pasar, persaingan tetapi pada penelitian ini hanya berfokus pada faktor biaya *overhead* pabrik yang terdiri dari biaya air dan listrik, biaya bahan bakar mesin, dan biaya penolong. Adapun perhitungan biaya *overhead* pabrik produk keripik balado adalah sebagai berikut :

1) Biaya air dan listrik	: Rp. 17.000.000,-
2) Biaya Bahan Bakar	: Rp. 14.250.000,-
3) Biaya Bahan Penolong	: Rp. 22.500.000,-
Total	: Rp. 53.750.000,-

Untuk biaya penyusutan peralatan, biaya pemeliharaan mesin termasuk yang terlibat dalam proses produksi tidak dimasukkan dalam perhitungan disebabkan keterbatasan informasi yang diberikan oleh informan pada saat wawancara dilaksanakan.

Mengacu pada perhitungan yang ditunjukkan pada tabel 4.9 diketahui bahwa komponen terbesar pada biaya *overhead* pabrik pada keripik balado Mahkota Asli Padang tahun 2021 adalah biaya bahan penolong dengan jumlah Rp.22.500.000, atau setara dengan 41,86%.

Tabel 4.12
Harga jual keripik balado/Kg
Tahun 2021

No	Tahun	Quantity (Kg)	Harga jual (Rp)/Kg	Penjualan (Rp)
1	2021	84.000	80.000	6.720.000.000

Dari tabel diatas diketahui bahwa diperkirakan penjualan produk keripik balado pada tahun 2021 di produksi sebanyak 84.000 Kg atau senilai Rp 6.720.000.000,. Adapun nilai BOP dari produk keripik balado adalah Rp.640/ Kg. Biaya overhead pabrik tersebut memberikan kontribusi terhadap harga jual pada produk keripik balado Mahkota Asli Padang setara dengan 0,8%. Presentase ini dianggap kecil, disebabkan keterbatasan informasi yang diberikan oleh

narasumber dari pihak Mahkota Asli Padang terkait dengan pemisahan biaya tenaga kerja tidak langsung antara karyawan tetap dan karyawan harian, biaya penyusutan peralatan, biaya pemeliharaan mesin.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa biaya *overhead* pabrik memberikan kontribusi terhadap harga jual dengan jumlah Rp 640 Kg atau setara dengan 0,8% pada keripik balado Mahkota Asli Padang, presentase ini dianggap kecil, disebabkan karena Mahkota Asli Padang tidak memperhitungkan semua komponen biaya *overhead* pabrik dan tidak memasukkan semua unsur biaya selama proses produksi.

5.2 SARAN

1. Sebaiknya dalam perhitungan biaya *overhead* pabrik memasukkan semua unsur biaya selama proses produksi dengan terperinci dalam satu rangkaian produksi dan membuat pembukuan dengan baik agar lebih mudah dalam memperhitungkannya.
2. Sebaiknya dalam perhitungan biaya *overhead* pabrik perlu dijelaskan secara rinci pemisahan biaya tenaga kerja tidak langsung supaya tidak terdapat kekeliruan dalam penentuan harga jual nantinya.
3. Didalam perhitungan biaya *overhead* pabrik menurut Mahkota Asli Padang terdapat komponen biaya *overhead* pabrik yang belum dibebankan, biaya yang belum dibebankan antara lain biaya pemeliharaan mesin, biaya penyusutan mesin, biaya peralatan dan bangunan.

4. Sebaiknya perusahaan membuat berbagai macam ukuran dalam kemasan yang lebih kecil dengan harga yang terjangkau agar perusahaan lebih mudah mendistribusikan produk keripik balado sebagai jajanan umum yang dapat dijangkau dan dikonsumsi oleh konsumen, perusahaan sebaiknya menambah kemasan produk keripik balado agar lebih menarik sebagai upaya perusahaan dalam memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumen. Selain menambah kemasan, kualitas keripik balado Mahkota Asli Padang juga harus memiliki nilai tinggi agar konsumen tidak beralih ke perusahaan sejenis lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal. 2016. **Metode Penelitian Kualitatif : Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif Dalam Berbagai Disiplin Ilmu**. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada
- Anggriyani, Dian Septi., Basuki, H., Abdurrahim. (2021). **Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Pembuatan Kain Sasirangan Dengan Metode Full Costing Di Industri Kecil Menengah (IKM) Sasirangan Salba Desa Salam Babaris**. Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjar Masin.
- Anggrowati, Luki Sri., Alean Kistiani Hegy Suryana, Unna Safitri. “**Pengaruh Biaya Overhead Pabrik terhadap Harga Pokok Produksi pada CV. Tirta Mekar Jaya. 2019**”. Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi. Universitas Boyolali. Vol. 7 No 1. Juni 2019.
- Bustami, Bastian., dan Nurlela. 2013. **Akuntansi Biaya**. Jakarta. Mitra Wacana Media.
- Brewer, Petter. 2013. **Akuntansi Manajerial (Managerial Accounting)**. Jakarta. Salemba Empat.
- Dunia, Firdaus Ahmad dan Abdullah, Wasilah. 2012. **Akuntansi Biaya**. Jakarta. Salemba Empat.
- Ernawati. 2021. “**Pengaruh Biaya Produksi terhadap Harga Jual PT. Simpatindo Multimedia Banyuasin**. Jurnal Ratri (Riset Akuntansi)”. Vol.2 No.2. Universitas Tridinanti, Sumatera Selatan.
- Gunawan, Imam. 2013. **Metode Penelitian Kualitatif :Teori dan Praktik**. Jakarta. PT. Bumi Aksara.
- Halim, Abdul. 2019. **Dasar – dasar Akuntansi Biaya**. Edisi 9. Yogyakarta.
- Harnanto. 2017. **Akuntansi Biaya Konsep dan Metodologi Penggolongan Biaya, Elemen Biaya Produksi dan Perhitungan Harga Pokok Produksi**. Yogyakarta. Andi OFFSET.
- Haryati, Dini dan Yonata, Hendrian. 2021. **Akuntansi Biaya**. Solok. Insan Cendikia Mandiri.
- Ingga, Ibrahim. 2017. **Akuntansi Manajemen: Implementasi dalam Kasus Indonesia Edisi 1 Cet 1**. Yogyakarta. CV. Budi Utama.

- Iryanie, Emy dan Handayani, Monika. 2019. **Akuntansi Biaya** . Yogyakarta. Poliban Press.
- Khaddafi, Muhammad., Jubi., Hani, Syafrida., Isnawati., Yunita, Nur Afni., Kamila 2018. **Akuntansi Biaya Edisi 2**. Medan. Madanatera
- Kuswadi. 2016. **Akuntansi Keuangan dan Akuntansi Biaya**. Jakarta. PT. Alex Media Komputindo.
- Lestari, Wiwik. dan Permana, Dhyka 2017. **Akuntansi Biaya dalam Perspektif Manajerial Edisi 1**. Depok. PT. Raja Grafindo Persada.
- Mulyadi. 2018 **Akuntansi Biaya**. Edisi 11. Yogyakarta. Penerbit FE UGM
- Novianty, Annisa. 2021. “**Analisis Pengendalian Biaya Overhead Pabrik pada PT. Juragan Kosmetik Indonesia**”. Skripsi Ekonomi. Bahri, Syaiful.2018. Metode Penelitian Bisnis – Lengkap Dengan Teknik Pengolahan Data SPSS. Yogyakarta. ANDI. Penerbit BPFE
- Purnama Sari, Teti., Valianti, Reva Maria., Arifin, Muhammad Aryo. 2021. “**Analisis Pengaruh Biaya Produksi terhadap Harga Jual PT. Ultra Milk Jaya Industri Tbk yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia**”. Jurnal Mediasi. Vol. 3 No. 2 Maret. Universitas PGRI Palembang.
- Purwadji, Agus dan Wibowo. 2017 . **Akuntansi Biaya**. Edisi 2. Jakarta. Salemba Empat.
- Rahayu, Yuri. 2015. **Analisis Pembebanan Biaya Overhead Pabrik Terhadap Harga Jual Produk UKM Di Wilayah Sukabumi**. Jurnal ECODEMICA. Vol. III. No. 2 September
- Ramdhani, Dadan., Merida., Hendrani, Ali., Suheri. 2020. **Akuntansi Biaya (Konsep dan Implementasi di Industri Manufaktur)**. Yogyakarta : CV. Markumi.
- Samryn, L.M. 2012. **Akuntansi Manajemen**. Jakarta. Penerbit Kencana.
- Sandra, V dan Aznedra. 2019. **Analisis Penetapan Harga Jual Jasa Perbaikan Propeller Dengan Menggunakan Metode Time and Material Pricing Di Departemen BSP Division (Studi Kasus Pada PT.Mencast Offshore And Marine)**. Jurnal Ekonomi, Vol 13. No 01.
- Silalahi, Alistraja Dison., Jubi., Kamila., Lufriansyah., Nainggolan, Cristine Dewi., Sembiring, Masta., Darwanis., Setiawan, Puguh. 2019. **Akuntansi Manajemen**. Medan. Madanatera
- Sodikin , Slamet Sugiri. 2015. **Akuntansi Manajemen: Sebuah Pengantar**. Edisi 5. Yogyakarta. Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.

- Sudaryono. 2015. **Pengantar Bisnis Teori dan Contoh Kasus**. Yogyakarta. CV. Andi Offest.
- Sugiharsono., dan Wahyuni, Daru (2019). **Dasar – Dasar Ekonomi**. Depok. PT. Raja Grafindo
- Sugiyono. 2018. **Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D**. Bandung. Alfabeta.
- Sujarweni, Wiratna. 2019. **Akuntansi Manajemen: Teori dan Aplikasi**. Yogyakarta. Pustaka Baru Press.
- Sukirno, Sadono. 2013. **Makro Ekonomi, Teori Pengantar**. Depok. PT. Raja Grafindo Persada.
- Supra, Deswati dan Amila Rustiana. 2018. “**Analisis Perhitungan Biaya Overhead Pabrik pada Maubel Suwito. Jurnal Ilmiah Akuntansi Rahmadiyah (Jiar)**”. STIE. Rahmadiyah Sekayu Vol.1 No. 2, Juni 2018.
- Haryati, Dini. dan Yonata. 2021. **Akuntansi Biaya**. Solok. :Insan Cendikia Mandiri.
- Swastha, Basu. 2010 **Manajemen Penjualan** Edisi 3, Biro Penerbit Fakultas Ekonomi (BPFE), Yogyakarta.

LAMPIRAN

Alat Mesin Molen Pengaduk



Alat Mesin Pengemasan



Mesin Ketam Ubi



Mesin Penggiling Cabe





Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat
FAKULTAS EKONOMI

Prodi Manajemen dan Prodi Akuntansi Terakreditasi "B"

Website: www.umsb.ac.id e-mail: rektor@umsb.ac.id umsb@telkom.net

Alamat : Jalan Pasir Kandang Nomor 4, Telepon (0751) 485 1262, Padang 25172

SURAT KEPUTUSAN

Nomor : 274/II.3/AU/KEP/2021

TENTANG :
 PENUNJUKAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR/SKRIPSI
 Semester **Ganjil** Tahun Akademik 2020 / 2021

Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat di Padang, setelah :

- Menimbang : 1. Bahwa sesuai dengan buku Pedoman Akademik Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat perlu ditetapkan Dosen Pembimbing Tugas Akhir/Skripsi untuk setiap mahasiswa;
 2. Bahwa judul tugas akhir/skripsi terlebih dahulu harus mendapat persetujuan dari Dosen Pembimbing yang telah ditunjuk oleh ketua Prodi;
 3. Bahwa untuk kepastian dalam pelaksanaan tugas Dosen Pembimbing Tugas Akhir/Skripsi perlu ditetapkan Surat Keputusan Dekan;
- Mengingat : 1. AD dan ART Muhammadiyah
 2. Undang-undang Pendidikan Nasional Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sisdiknas
 3. PP Nomor 17 Tahun 2010 Tentang Pengelolaan dan penyelenggaraan Pendidikan.
 4. Statuta UMSB Tahun 2003
 5. SK Akreditasi Nomor : 013/BAN-PT/Ak-XII/S1/VI/2009 tanggal 9 Juni 2009.
 6. SK Majelis Pendidikan Tinggi Pimpinan Pusat Muhammadiyah Nomor 63/SK-MPT/III.B/1.b/1999 tanggal 11 Oktober 1999 tentang Qaedah PTM

MEMUTUSKAN

- Menetapkan
 Pertama : Menyetujui Judul Skripsi/tugas akhir kepada mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini :
- | | |
|---------------|------------------------------|
| Nama | : Ilmi Wulandari |
| Bp/NPM | : 17.10.002.62201.002 |
| Prodi | : Akuntansi |

Judul Tugas Akhir/Skripsi :
Pengaruh Tingkat Pendidikan, Tingkat Pendapatan, dan Lama Usaha terhadap Minat Penggunaan Financial Technology (Studi Kasus pada Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Padang)

- Kedua :
 Menunjuk Saudara :
 a. Liesma Maywarni Siregar, SE, M.Si, Ak, CA Ditugaskan Sebagai Pembimbing I
 b. Rina Widyanti, SE, M.Si Ditugaskan Sebagai Pembimbing II

Ketiga :
 Surat Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagai amanah, Jika terdapat kekeliruan dalam penetapan ini akan ditinjau kembali sebagaimana mestinya;

Ditetapkan di : Padang
 Pada tanggal : 07 Rajab 1442 H.
 19 Februari 2021 M.

Dekan,

Dr. Dra. Tri Irfa Indrayani, M.Pd
 NBM : 93 25 57

Tembusan :

1. Rektor UMSB
- ② Yang bersangkutan
3. File

**USAHA KERIPIK BALADO MAHKOTA ASLI
PADANG**

**Jl. HIDAYAH NO. 21 DADOK TUNGGUL HITAM
SUMATERA BARAT**

HP : 0751-4621-64

POS 25176

Lamp. : -

Hal : Surat Pemberitahuan Selesai Penelitian

Kepada Yth.
**Bapak Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammdiyah Sumatera Barat
Di Tempat**

Assalammu'alaikum wr,wb.

Seiring salam semoga bapak dalam keadaan sehat walafiat, aamin.

Membalas surat Bapak nomor 751/II.3.AU/F/2022 perihal permohonan izin penelitian atas nama mahasiswi **ILMI WULANDARI** dengan Nomor Induk Mahasiswa 17.10.002.62201.002, bersama ini kami sampaikan bahwa nama tersebut telah melaksanakan penelitian sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan di Perusahaan Mahkota Asli Padang milik saya sendiri yang saya beri nama Keripik Balado Mahkota Asli Padang. Dengan senang hati memberikan izin untuk melakukan penelitian ditempat kami guna membantu untuk menyelesaikan tugas akhir skripsi.

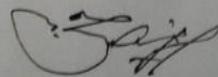
Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wabillahi taufiq walhidayah

Wassalammu'alaikum wr,wb

Padang , 3 September 2022

Pemilik Mahkota Asli Padang



Hj. Dra. Zaifunis Rasvid



SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

Nomor : 199/KET /II.3.AU/D/2023

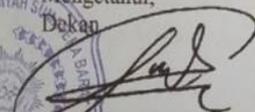
Operator Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat. Dengan ini menerangkan bahwa Mahasiswa dengan identitas berikut:

Nama : *Ilmi Wulandari*
N I M : 171000262201002
Program Studi : SI Akuntansi
Fakultas : Ekonomi

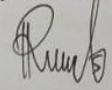
Judul Tugas Akhir/Skripsi:

“Analisis pengaruh biaya overhead pabrik terhadap harga jual pada mahkota asli padang.”

Dinyatakan sudah memenuhi syarat batas maksimal plagiarisme kurang dari 30 % pada setiap subbab naskah Tugas Akhir/Skripsi yang di susun. Surat keterangan ini digunakan sebagai prasarat untuk mengikuti ujian Tugas Akhir/Skripsi.

Mengetahui,
Dekan

Pugh Setiawan, S.E., M.Si
NIDN. 1007017302

Padang, 27 Februari 2023
Operator Fakultas Ekonomi


Ratna Sari, S. Kom
NIK. 21022017