

PENGARUH HARGA POKOK PRODUKSI TERHADAP PENETAPAN HARGA JUAL PADA CV MAJUJAYA DI JAKARTA

Widi Winarso

Program Studi Akuntansi
Akademi Manajemen Keuangan BSI Jakarta
widi.wws@bsi.ac.id

ABSTRACT

This study aims to: 1). to know the development cost of production t-shirt CV.Maju Jaya. from years 2007-2011, 2). to determine the selling price of the product development t-shirts CV. Maju Jaya from years 2007-2011, 3). to determine how much influence the Cost of Production Against Selling Price Determination in CV. Maju Jaya. The method used in this research is descriptive method of analysis with a case quantitative, data collection technique through observation, interviews, documentation and literature containing data on the cost of product and selling price as well as other support during the period 2007-2011 which is based on the company. The variables were tested for the cost of product as the independent variable (X) and the selling price as the dependent variable (Y). Analyzer applied is simple regression test with measurement scale of ratio. Then to find out how big and strong influence of one or more variables use correlation coefficients, and the coefficient of determination to find out the extent of the influence of the variable X to variable Y in the form of percentage. While the test is used to test the hypothesis of t, i.e., to determine the level of significance between the independent variable (X) the cost of goods production of the dependent variable (Y) is the selling price. The conclusions of this study, H_0 is rejected, which means that the price accepted H_1 staple production influence significantly to selling price. While the effect of the cost of production to the selling price by 99.8% and 0.04% are influenced by factors other than the cost of production, for example, the increase in non-production costs, marketing costs and others. So it can be concluded that the cost of production significantly influence the selling price which means that if the cost of production rises then the selling price will rise anyway

Key Word : Cost of Goods Sold (COGS), Selling Price.

I. PENDAHULUAN

Banyak faktor yang mempengaruhi penentuan harga pokok produksi. diantaranya biaya produksi dan laba yang diharapkan perusahaan. Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Oleh karena itu penentuan harga pokok merupakan masalah penting bagi setiap perusahaan karena kesalahan dalam penentuan harga pokok produksi dapat menyebabkan perusahaan mengalami kegagalan dalam mencapai tujuan.

Penentuan harga pokok produksi secara tepat dan benar sangat penting bagi perusahaan. Apabila penetapan harga pokok produksi terlalu rendah maka perusahaan akan mengalami kerugian, sedangkan penetapan harga pokok produksi terlalu tinggi maka pada saat memasarkan produk tersebut akan mengalami kesulitan dan dengan sendirinya kontinuitas perusahaan akan terhambat. Dalam menghitung harga pokok produksi, biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja merupakan biaya yang menempati proporsi yang paling besar

dan paling banyak digunakan. Perhitungan harga pokok produksi mempunyai peranan yang sangat penting dalam penyajian informasi secara ringkas dan sistematis kepada pemakai laporan. Apabila perhitungan harga pokok yang dilakukan kurang tepat akan berpengaruh didalam menentukan harga jual. Untuk menentukan harga jual, terlebih dahulu harus diketahui harga pokok dari pembuatan produknya dan beberapa biaya produksi yang akan dikeluarkan. Setelah itu baru menetapkan berapa harga jual yang tepat bagi produksi yang akan dihasilkan, sehingga produk tersebut dapat bersaing dengan produk lain dipasaran.

Harga jual suatu produk merupakan salah satu faktor penting disamping faktor-faktor lain yang harus diperhatikan dalam bisnis perusahaan dagang maupun perusahaan manufaktur. Seorang pelanggan atau konsumen seringkali mempertimbangkan harga dalam membuat keputusan apakah ia akan membeli suatu produk atau tidak. Walaupun tidak jarang juga kualitas lebih diunggulkan daripada harga, namun tidak dapat dipungkiri bahwa harga sangat berperan penting dalam proses pembuatan keputusan

pembelian barang konsumen. Kebijakan harga jual produk dan biaya akan selalu berubah-ubah sesuai dengan perubahan biaya produk dan kondisi pasar.

CV. Maju Jaya merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang bisnis *retail*. Dalam menjalankan fungsinya, perusahaan dihadapkan pada usaha-usaha bagaimana men – dayagunakan faktor-faktor produksi yang ada, misalnya bahan baku, tenaga kerja dan peralatan. Faktor-faktor produksi tersebut harus dimanfaatkan secara efisien sesuai kebutuhan perusahaan. Berhasil atau tidaknya suatu perusahaan, pada umumnya ditentukan oleh kecepatan dan ketepatan manajemen perusahaan didalam merencanakan harga pokok produksi.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Akuntansi Biaya

Perusahaan dapat dipandang sebagai suatu yang memproses masukan dan menghasilkan keluaran. Perusahaan yang bertujuan mencari laba maupun yang tidak, mengolah beberapa masukan berupa sumber ekonomi untuk menghasilkan keluaran berupa sumber ekonomi lain yang nilainya harus lebih tinggi daripada nilai masukannya. Suatu hal yang sangat penting bahwa setiap kegiatan yang dilakukan oleh perseorangan maupun lembaga atau badan usaha memerlukan informasi biaya untuk mengukur capaian dan kinerja masing-masing. Kalkulasi biaya yang sistematis yang dituangkan dalam laporan biaya sebagai informasi terdapat dalam ilmu akuntansi biaya.

A. Pengertian Akuntansi Biaya

Akuntansi biaya merupakan alat bagi manajemen dalam merencanakan, mengorganisir, mengawasi perusahaan agar tercapai yang diinginkan secara efektif dan efisien. Akuntansi biaya termasuk dalam informasi akuntansi manajemen dan dikategorikan dalam tipe informasi yang bersifat kuantitatif. Hal ini karena akuntansi biaya lebih menitikberatkan pada penyajian informasi biaya untuk kalangan internal perusahaan, misalnya kalkulasi harga pokok produksi, informasi biaya pemasaran, informasi biaya kesempatan, informasi biaya diferensial, dan informasi biaya lainnya. Pada tingkat pengawasan, akuntansi biaya membandingkan hasil yang dicapai dengan standar dan anggaran yang dibuat sebelumnya. (Mulyadi,2009:11)

B. Manfaat dan Tujuan Akuntansi Biaya

Mursyidi (2008:99) mengemukakan bahwa akuntansi biaya memiliki tiga tujuan utama, yaitu :

1. Menentukan harga pokok produk atau jasa
2. Mengendalikan biaya
3. Memberikan informasi sebagai dasar pengambilan keputusan tertentu

Witjaksono (2006:33) mengemukakan manfaat akuntansi biaya adalah sebagai berikut :

1. Sebagai pemasok informasi dasar untuk menentukan harga jual produk barang dan jasa.
2. Sebagai bagian dari alat pengendalian manajemen, terutama yang berkaitan dengan pengukuran kinerja *manager* pusat pertanggung jawaban.
3. Sebagai pemasok informasi pada pihak eksternal berkenaan dengan seluruh aspek biaya operasi, misalnya saja untuk kepentingan pajak.

Berdasarkan pendapat-pendapat diatas, dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya tujuan akuntansi biaya adalah untuk perencanaan dan pengendalian keputusan. Perencanaan berarti menetapkan dan memelihara suatu rencana operasi yang terintegrasi dan sejalan dengan tujuan perusahaan dan prosedur-prosedur yang sesuai. Untuk membuat suatu produk atau memberikan jasa diperlukan pengorbanan sumber ekonomis, yang dapat diperhitungkan dengan nilai uang.

2.2. Biaya

Manajer harus mampu meminimalkan biaya agar keuntungan yang ingin dicapai dapat tercapai, begitu juga kaitannya dengan aktiva yang diperoleh dari biaya yang dikeluarkan, manajer harus pintar dalam mencari atau memperoleh aktiva dengan tingkat harga yang lebih murah dan memiliki kualitas yang baik pula dibandingkan dengan harga pesaingnya.

A. Pengertian Biaya

Supriyono (2011:21) menerangkan bahwa “Biaya adalah harga perolehan yang dikorbankan atau digunakan dalam rangka memperoleh penghasilan (*revenues*) dan akan dipakai sebagai pengurang penghasilan”.

Bustami dan Nurlela (2009:42) memberikan batasan bahwa “Biaya atau *Cost* adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu”.

Berdasarkan dua pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa biaya merupakan pengorbanan sumber daya ekonomi untuk memperoleh aktiva,

dapat diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang secara potensial akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu.

B. Klasifikasi Biaya

Akuntansi biaya menggolongkan biaya dengan berbagai macam cara. Umumnya penggolongan biaya ini ditentukan atas dasar tujuan yang hendak dicapai dengan penggolongan tersebut, karena dalam akuntansi biaya dikenal konsep *different cost for different purpose*. Menurut Mulyadi (2009:39), biaya dapat digolongkan menurut :

1. Objek Pengeluaran
Berdasarkan penggolongan ini, maka objek pengeluaran merupakan dasar penggolongan biaya. Misalnya nama objek pengeluaran adalah bahan baku, maka semua pengeluaran yang berhubungan dengan bahan baku disebut biaya bahan baku.
2. Fungsi Pokok dalam Perusahaan
Tiga fungsi pokok biaya dalam perusahaan manufaktur yaitu :
 - a. Biaya Produksi
Biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Menurut objek pengeluarannya secara garis besar biaya produksi ini dibagi menjadi : Biaya Bahan Baku, Biaya Tenaga Kerja Langsung, dan Biaya *Overhead* Pabrik.
 - b. Biaya Pemasaran
Biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan pemasaran produk. Contohnya : Biaya Iklan, Biaya Promosi dan Biaya Contoh (sampel).
 - b. Biaya Administrasi dan Umum
Biaya-biaya untuk mengkoordinasikan kegiatan – kegiatan produksi dan pemasaran produk. Contoh : Biaya gaji karyawan bagian keuangan, bagian akuntansi, bagian personalia dan bagian hubungan masyarakat, biaya pemeriksaan akuntan dan biaya fotocopy.
3. Hubungan Biaya dengan Sesuatu yang Dibiayai
Berdasarkan hubungannya dengan sesuatu yang dibiayai, maka biaya dapat digolongkan menjadi :
 - a. Biaya Langsung
Biaya yang terjadi karena penyebab satu-satunya adalah adanya sesuatu yang dibiayai. Biaya produksi langsung terdiri dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.
 - b. Biaya Tidak Langsung

Biaya yang terjadi tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai. Biaya tidak langsung dalam hubungannya dengan produk disebut dengan biaya produksi tidak langsung atau bisa *overhead* pabrik.

4. Perilaku Biaya dalam Hubungannya dengan Perubahan Volume Kegiatan
Biaya menurut perilakunya dapat digolongkan menjadi:
 - a. Biaya Variabel
Biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Contoh : Biaya Bahan Baku dan Biaya Tenaga Kerja Langsung.
 - b. Biaya Semivariabel
Biaya yang berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Biaya semivariabel mengandung unsur biaya tetap dan biaya variabel.
 - c. Biaya *Semifixed*
Biaya yang tetap untuk tingkat volume kegiatan tertentu dan berubah dengan jumlah konstan pada volume produksi tertentu.
 - d. Biaya Tetap
Biaya yang jumlah totalnya tetap dalam kisar volume kegiatan tertentu. Contoh : Biaya Gaji.
 2. Jangka Waktu Manfaatnya
Berdasarkan jangka waktu manfaatnya, biaya dapat dibagi menjadi dua :
 - a. Pengeluaran Modal (*Capital Expenditures*)
Biaya yang mempunyai manfaat lebih dari satu periode akuntansi. Pengeluaran modal ini pada saat terjadinya dibebankan sebagai harga pokok aktiva, dan dibebankan dalam tahun-tahun yang menikmati manfaatnya dengan cara *depresiasi, amortisasi* atau *depleksi*.
 - b. Pengeluaran Pendapatan
Biaya yang hanya mempunyai manfaat dalam periode akuntansi terjadinya pengeluaran tersebut. Pada saat terjadinya, pengeluaran pendapatan ini dibebankan sebagai biaya dengan pendapatan yang diperoleh dari pengeluaran biaya tersebut.
- ### 2.3. Biaya Produksi

Mulyadi (2009:28) memberikan batasan bahwa “Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual”.

Soemarso (2004:111) memberikan pengertian bahwa “Biaya barang yang telah diselesaikan selama suatu periode disebut harga pokok produksi barang selesai (*cost of goods manufactured*) atau disingkat dengan harga pokok produksi”.

Berdasarkan pendapat di atas maka dapat disimpulkan bahwa biaya produksi adalah biaya yang berkaitan dengan proses dari bahan mentah menjadi produk jadi, melalui penggunaan sumber-sumber ekonomi, pemakaian tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik.

2.4. Harga Pokok Produksi

Biaya dalam pembuatan produk meliputi dua kelompok yaitu, biaya produksi dan biaya nonproduksi. Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam pengolahan bahan baku menjadi produk, sedangkan biaya nonproduksi merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam kegiatan nonproduksi, seperti kegiatan pemasaran dan kegiatan administrasi dan umum. Biaya nonproduksi ditambahkan pada harga pokok produksi untuk menghitung total harga pokok produk.

A. Pengertian Harga Pokok Produksi

Soemarso (2004:272) menyatakan bahwa “Biaya barang yang telah diselesaikan selama suatu periode disebut harga pokok produksi barang selesai (*cost of goods manufactured*) atau disingkat dengan harga pokok produksi”.

B. Unsur-unsur Harga Pokok Produksi

Harga pokok produksi berhubungan dengan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik. Biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung termasuk kedalam biaya prima yaitu, biaya-biaya yang termasuk kedalam produksi langsung. Sedangkan biaya *overhead* pabrik termasuk kedalam biaya konversi yaitu biaya produksi tidak langsung.

1. Biaya Bahan Baku

Soemarso (2004:66) menyatakan bahwa Biaya bahan baku adalah biaya untuk barang-barang yang dapat dengan mudah dan langsung diidentifikasi dengan barang jadi.

2. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Soemarso (2004:66) menyatakan bahwa Biaya tenaga kerja langsung adalah kompensasi yang dibayarkan kepada tenaga kerja langsung yaitu, tenaga kerja yang secara langsung bekerja dalam pengolahan barang.

3. Biaya *Overhead* Pabrik

Soemarso (2004:100) menyatakan bahwa Biaya *overhead* pabrik merupakan biaya produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.

Mulyadi (2009:99) menggolongkan biaya *overhead* pabrik menjadi :

- a. Penggolongan biaya *overhead* pabrik menurut sifatnya.
- b. Penggolongan Biaya *overhead* pabrik menurut perilakunya dalam hubungannya dengan volume kegiatan.
- c. Penggolongan biaya *overhead* pabrik menurut hubungannya dengan departemen.

C. Metode Pengumpulan Harga Pokok Produksi

Pengumpulan harga pokok produksi sangat ditentukan oleh cara produksi yang dilakukan perusahaan. Perusahaan yang memproduksi berdasarkan pesanan mengumpulkan harga pokok dengan menggunakan metode harga pokok pesanan (*job order cost method*), sedangkan perusahaan yang berproduksi massa mengumpulkannya dengan menggunakan metode harga pokok proses (*process cost method*).

1. Metode Harga Pokok Pesanan (*Job Order Cost Method*)

Perusahaan yang proses produksinya berdasarkan pesanan yang diterima dari pihak luar.

Menurut Mulyadi (2009:109) karakteristik metode harga pokok pesanan adalah :

- a. Perusahaan memproduksi berbagai macam produk sesuai dengan spesifikasi pemesanan dan setiap jenis produk perlu dihitung harga pokok produksinya secara individual.
- b. Biaya produksi harus digolongkan berdasarkan hubungannya dengan produk menjadi dua kelompok, yaitu: Biaya Produksi Langsung dan Biaya Produksi Tidak Langsung.
- c. Biaya produksi langsung terdiri dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung, sedangkan biaya produksi tidak langsung disebut dengan istilah biaya *overhead* pabrik.
- d. Biaya produksi langsung diperhitungkan sebagai harga pokok produksi pesanan tertentu berdasarkan biaya yang sesungguhnya terjadi, sedangkan biaya *overhead* pabrik diperhitungkan kedalam harga pokok pesanan berdasarkan tarif yang ditentukan dimuka.

2. Metode Harga Pokok Proses

Metode harga pokok proses adalah cara penentuan harga pokok produk yang membebankan biaya produksi selama periode tersebut. Dalam metode ini biaya-biaya produksi dikumpulkan untuk periode tertentu dan harga pokok produksi per satuan produk yang dihasilkan dalam periode tersebut dihitung dengan cara membagi total biaya produksi untuk periode tersebut dengan jumlah satuan produk yang dihasilkan dalam periode yang bersangkutan.

Mulyadi (2009:210) menyatakan bahwa karakteristik metode harga pokok proses adalah :

- a. Produk yang dihasilkan merupakan produk standar
- b. Produk yang dihasilkan dari bulan ke bulan adalah sama
- c. Kegiatan produksi dimulai dengan diterbitkannya perintah produksi yang berisi rencana produksi produk standar untuk jangka waktu tertentu

D. Metode Penentuan Harga Pokok Produksi

Metode-metode perhitungan harga pokok produksi digunakan untuk melakukan perhitungan atas unsur-unsur biaya kedalam harga pokok produksi.

Mulyadi (2009:101) menyatakan bahwa “Metode harga pokok produksi adalah cara memperhitungkan unsur-unsur biaya kedalam harga pokok produksi”.

Terdapat dua pendekatan dalam memperhitungkan unsur-unsur biaya kedalam harga pokok produksi, yaitu :

1. Metode *Full Costing*

Full costing merupakan metode penentuan harga produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi kedalam harga pokok produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik baik yang berperilaku variabel maupun tetap.

Harga pokok produksi yang dihitung dengan pendekatan *full costing* terdiri dari unsur harga pokok produksi ditambah dengan biaya nonproduksi.

2. Metode *Variabel Costing*

Variabel Costing merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku variabel.

Harga pokok produksi yang dihitung dengan pendekatan *variabel costing* terdiri dari unsur harga pokok produksi variabel ditambah dengan biaya nonproduksi variabel dan biaya tetap.

E. Manfaat Informasi Harga Pokok Produksi

Informasi harga pokok produksi sangat bermanfaat untuk menentukan harga jual yang akan dibebankan kepada konsumen. Oleh karena itu, harga jual yang akan ditetapkan sangat ditentukan oleh besarnya biaya produksi yang dimasukkan ke dalam harga pokok produksi.

Mulyadi (2009:100) menyatakan bahwa manfaat harga pokok produksi bagi manajemen, yaitu :

1. Menentukan Harga Jual Produk.
2. Memantau Realisasi Biaya Produksi.
3. Menghitung Laba atau Rugi Periodik.
4. Menentukan Harga Pokok Persediaan Produk Jadi dan Dalam Proses

2.5. Harga Jual Produk

Salah satu persoalan rumit yang dihadapi oleh manajemen suatu perusahaan adalah menetapkan harga jual produk perusahaan. Walaupun terdapat banyak aspek yang dipertimbangkan oleh perusahaan dalam menentukan harga jual produk, tetapi seringkali faktor biaya dijadikan titik tolak dalam penetapan harga jual produk. Kebijakan harga jual produk dan biaya akan selalu berubah-ubah sejalan dengan perubahan biaya produk dan kondisi pasar. Biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk menghasilkan sejumlah produk didalam suatu periode akan dijadikan dasar untuk menetapkan harga jual produk.

Tujuan pokok penetapan harga jual adalah mencapai target penjualan (*return on investment*), memaksimalkan laba, meningkatkan penjualan dan mempertahankan atau memperluas pangsa pasar dan menstabilkan harga.

A. Pengertian Harga Jual

Sulastiningsih dan Zulkifli (2006:287) memberikan pengertian mengenai harga jual, yaitu “Sejumlah nilai yang harus dibayar oleh *customer* atas barang atau jasa yang mereka beli dari perusahaan”.

Mulyadi (2004:42) menyatakan bahwa “Harga jual adalah biaya produksi ditambah biaya non produksi ditambah laba yang diharapkan oleh perusahaan”.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka harga jual adalah satuan moneter atau uang yang dibebankan kepada pembeli berupa barang atau jasa yang dijual.

B. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga

Berdasarkan faktor – faktor yang mempengaruhi penentuan harga jual maka dapat disimpulkan secara singkat mengenai situasi yang mempengaruhi harga jual. Situasi tersebut terdiri dari tiga faktor yang merupakan ringkasan berbagai faktor yang mempengaruhi harga jual, yaitu :

1. Laba Target
Perusahaan didalam mewujudkan laba target ini harus mampu menghasilkan *customer value*. *Customer value* ini dapat diwujudkan jika perusahaan mampu menciptakan proses bisnis internal yang berkualitas.
 2. Situasi Pasar
Situasi pasar ini berkaitan dengan kondisi pasar dari produk perusahaan, yang meliputi situasi persaingan, elastisitas permintaan dan sifat dari produk perusahaan.
 3. Biaya Produksi dan Operasi (Faktor Kos)
Kos merupakan pengorbanan sumber ekonomis untuk menghasilkan produk. Struktur biaya sangat menentukan mekanisme penetapan harga, struktur biaya ini berkaitan dengan komposisi antara biaya tetap dan biaya variabel.
- C. Manfaat Informasi Biaya Penuh Dalam Penentuan Harga Jual

Informasi biaya penuh memberikan manfaat berikut ini bagi manajer penentu harga jual dalam pengendalian keputusan penentuan harga jual (Mulyadi, 2006:103) :

1. Biaya penuh merupakan titik awal untuk mengurangi ketidakpastian yang dihadapi oleh keputusan.
2. Biaya penuh merupakan dasar yang memberikan perlindungan bagi perusahaan dari kemungkinan kerugian.
3. Biaya penuh memberikan informasi yang memungkinkan manajer penentu harga jual melongok struktur biaya perusahaan pesaing.
4. Biaya penuh merupakan dasar untuk pengambilan keputusan perusahaan memasuki pasar.

D. Metode Penentuan Harga Jual

Mulyadi (2004:103) mengatakan bahwa terdapat empat metode penentuan harga jual, yaitu:

1. Penentuan Harga Jual Normal (*Normal Pricing*)
Pada saat keadaan normal, manajer penentu harga jual memerlukan informasi biaya penuh masa yang akan datang sebagai dasar penentuan harga jual suatu produk atau jasa.

Metode penentuan harga jual normal seringkali disebut dengan istilah *cost-plus pricing*, yaitu penentuan harga jual dengan cara menambahkan laba yang diharapkan diatas biaya penuh masa yang akan datang untuk memproduksi dan memasarkan produk. Harga jual normal dapat ditentukan dengan rumus :

Dua pendekatan dalam penetapan harga jual produk normal, yaitu :

- a. Pendekatan *Full Costing*
Berdasarkan pendekatan *full costing*, taksiran biaya penuh yang dipakai sebagai dasar penentuan harga jual.
- b. Pendekatan *Variabel Costing*
Harga jual produk harus dapat menutup taksiran biaya penuh, yang merupakan jumlah biaya variabel (biaya produksi variabel dan biaya non produksi variabel) dan biaya tetap ditambah dengan laba wajar. Pada pendekatan *variabel costing*, taksiran biaya penuh yang dipakai sebagai dasar penentuan harga jual terdiri dari unsure-unsur sebagai berikut :

2. Penentuan Harga Jual dalam *Cost- Type Contract Pricing*

Cost-Type Contract adalah kontrak pembuatan produk dan jasa yang pihak pembeli setuju membeli produk atau jasa pada harga yang didasarkan pada total biaya yang sesungguhnya dikeluarkan oleh produsen ditambah dengan laba yang dihitung sebesar presentase tertentu dari total biaya yang sesungguhnya.

3. Penentuan Harga Jual Pesanan Khusus (*Special Order Pricing*)

Pesanan khusus merupakan pesanan yang diterima oleh perusahaan diluar pesanan regular perusahaan. Biasanya *customer* yang melakukan pesanan khusus ini meminta harga dibawah harga jual normal, bahkan seringkali harga yang diminta oleh *customer* berada dibawah biaya penuh, karena biasanya pesanan khusus mencakup jumlah yang besar.

4. Penentuan Harga Jual Produk yang dihasilkan Perusahaan Pemerintah

Penentuan harga jual berdasarkan biaya penuh masa yang akan datang ditambah dengan laba yang diharapkan.

E. Rumus Perhitungan Harga Jual Per Unit

Jika biaya dipakai sebagai dasar penentuan harga jual, baik dalam pendekatan *full costing* maupun *variable costing*, biaya penuh masa yang akan datang dibagi menjadi dua, yaitu biaya yang

dipengaruhi secara langsung oleh volume produk dan biaya penuh yang tidak dipengaruhi oleh volume produk. Dalam penentuan harga jual, taksiran biaya penuh yang secara langsung berhubungan dengan volume produk dipakai sebagai dasar penentuan harga jual, sedangkan taksiran biaya penuh yang tidak dipengaruhi oleh volume produk ditambahkan kepada laba yang diharapkan untuk kepentingan perhitungan persentase *markup*.

Terdapat perbedaan konsep langsung dan tidak langsungnya biaya dengan volume antara metode *full costing* dengan metode *variable costing*. Konsep biaya yang berhubungan langsung dengan volume menurut metode *full costing* adalah berupa biaya produksi, sedangkan biaya yang tidak berhubungan langsung dengan volume adalah berupa biaya nonproduksi.

III. METODE PENELITIAN

Penelitian menggunakan metode analisis deskriptif dan metode verifikatif dengan pendekatan kuantitatif, artinya penelitian yang berusaha memberikan gambaran mengenai data atau kejadian berdasarkan fakta-fakta yang tampak pada situasi dengan melakukan penelitian yang menekankan analisisnya pada data-data *numeric* (angka) yang diolah.

Sugiyono (2012:89) menyatakan bahwa "Metode analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud untuk membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau *generalisasi*". Lebih lanjut Sugiyono (2012:57) menyatakan bahwa metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan

kuantitatif, teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan kepustakaan yang memuat data mengenai harga pokok produksi dan harga jual serta pendukung lainnya selama periode 2007-2011 yang bersumber pada perusahaan. Adapun variabel-variabel yang diuji adalah harga pokok produksi sebagai variabel independen (X) dan harga jual sebagai dependen (Y). Alat analisis yang digunakan adalah uji regresi sederhana dengan skala pengukuran ratio. Kemudian untuk mengetahui seberapa besar dan kuat pengaruh antara variabel satu atau lebih digunakan koefisien korelasi, dan koefisien determinasi untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel X terhadap variabel Y dalam bentuk persentasi. Sedangkan untuk menguji hipotesis digunakan uji t, yaitu untuk menentukan tingkat signifikansi antara variabel independen (X) yaitu harga pokok produksi terhadap variabel dependen (Y) yaitu harga jual.

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa metode analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif merupakan metode yang bertujuan menggambarkan secara sistematis dan faktual tentang fakta-fakta serta hubungan antar variabel yang diselidiki dengan cara mengumpulkan data, mengolah, menganalisis, dan menginterpretasi data dalam pengujian hipotesis.

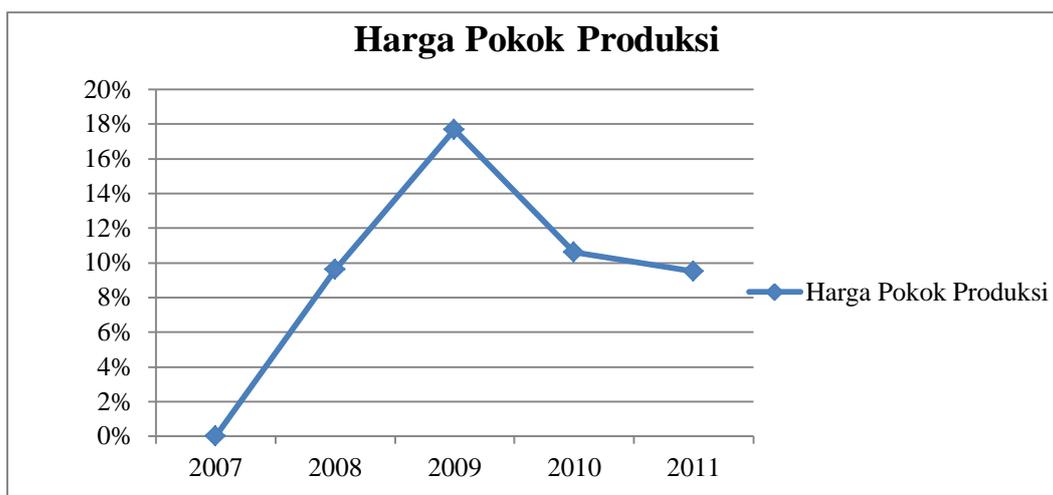
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan pada CV. Maju Jaya, perkembangan harga pokok produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik fluktuatif cenderung naik dan yang paling mempunyai kontribusi yaitu biaya bahan baku karena harga bahan baku tersebut ditentukan oleh tinggi rendahnya nilai tukar rupiah dan harga dari kain yang dibeli dari distributor. Untuk mengetahui lebih detailnya mengenai perkembangan harga pokok produksi dari periode tahun 2007-2011, dapat dilihat pada tabel dibawah ini

Tabel 1 : Harga Pokok Produksi *T-shirt* Periode tahun 2007-2011

Tahun	Biaya Bahan Baku (Rp)	Biaya Tenaga Kerja Langsung (Rp)	Biaya Overhead Pabrik (Rp)	Harga Pokok Produksi (Rp)	Persentasi Perubahan
2007	513.881.686	50.051.850	20.568.464	584.502.000	-
2008	562.271.550	52.787.600	25.434.850	640.494.000	9.6%
2009	693.767.500	40.586.000	20.038.500	754.392.000	17.7%
2010	768.550.200	40.567.000	20.394.800	834.108.000	10.6%
2011	842.851.200	46.586.900	24.385.900	913.824.000	9.5%

Sumber: Hasil penelitian (2012)



Sumber : Hasil penelitian (2012)

Gambar 1 : Grafik Perkembangan Harga Pokok Produksi

Berdasarkan data pada tabel diatas dapat diketahui bahwa harga pokok produksi untuk produk *T-shirt* adalah sebesar Rp 584.502.000 untuk tahun 2007 dan selalu mengalami peningkatan untuk setiap tahunnya. Pada tahun 2008 harga pokok produksi naik sebesar Rp 55.992.000 dari tahun sebelumnya. Hal ini disebabkan oleh naiknya harga bahan baku yang digunakan dalam proses produksi dan kenaikan upah pegawai. Pada tahun 2009 harga pokok produksi naik sebesar Rp. 113.898.000 kenaikannya cukup drastis dari tahun sebelumnya, hal ini disebabkan karena adanya kenaikan harga bahan baku serta kenaikan ini dipengaruhi oleh banyaknya jumlah permintaan konsumen terhadap produk *t-shirt* pada *badger invaders*, namun kenaikan ini tidak disertai dengan kenaikan upah pegawai melainkan ada penurunan dari upah pegawai. Pada tahun 2010 harga pokok produksi mengalami peningkatan sebesar Rp. 79.716.000 untuk periode ini peningkatan harga pokok produksi tidak sebesar tahun 2008 yang meningkat drastis, hal ini disebabkan karena adanya kenaikan dari bahan baku. Kenaikan dari bahan baku itu sendiri dikarenakan didalam pemilihan bahan yang lebih berkualitas untuk dapat menghasilkan *t-shirt*

yang lebih baik. Kemudian pada tahun 2011 mengalami peningkatan yang sama nominalnya yaitu Rp. 79.716.000 hali ini disebabkan oleh adanya kenaikan dari bahan baku dan penambahan pegawai. Dimana adanya penambahan pegawai ini bertujuan untuk mempertahankan kualitas produk yang dihasilkan, sehingga mampu menghasilkan produk *t-shirt* dengan kuantitas yang cukup banyak, agar meningkatkan jumlah permintaan dan meningkatkan jumlah laba yang dihasilkan.

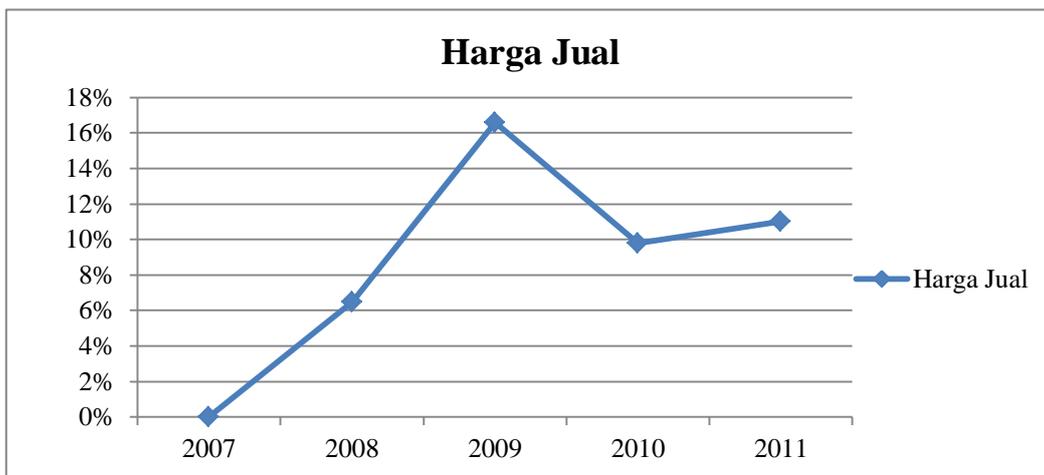
4.1. Analisis Perkembangan Harga Jual pada CV. Maju Jaya

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan pada CV. Maju jaya, perusahaan dalam menetapkan harga jual produknya menggunakan pendekatan *full costing*, dimana unsur-unsur yang diperhitungkan terdiri dari biaya produksi, biaya non-produksi dan laba yang diharapkan. Perusahaan telah menetapkan untuk laba yang diharapkan sebesar 2.3%. Perkembangan harga jual pun mengalami fluktuatif cenderung naik. Untuk lebih jelasnya mengenai perkembangan harga jual dapat dilihat pada tabel 2 dibawah ini :

Tabel 2 : Harga Jual *T-shirt* periode tahun 2007-2011

Tahun	Harga Jual	Persentasi Perubahan
2007	1.432.952.400	-
2008	1.525.872.000	6.5%
2009	1.779.528.000	16.7%
2010	1.953.816.000	9.8%
2011	2.169.288.000	11%

Sumber : Hasil penelitian (2012)



Sumber : Hasil pengolahan data (2012)

Gambar 2 : Grafik Perkembangan Harga Jual

Berdasarkan tabel 2 dapat diketahui bahwa harga jual dari produk *t-shirt* pada setiap tahunnya mengalami kenaikan, hal ini bertujuan untuk menutup seluruh biaya yang telah dikeluarkan dalam proses tersebut, dimana kenaikan tersebut dilihat berdasarkan terus naiknya harga pokok produksi yang disebabkan oleh naiknya harga bahan baku, banyaknya permintaan konsumen terhadap produk, naiknya upah pegawai dan penambahan dari pegawai pada setiap periodenya.

Analisis data yang diperoleh dengan menggunakan bantuan komputer melalui program SPSS dengan tujuan memperoleh hasil pengujian yang akurat. Berikut ini adalah pengujian statistiknya untuk harga pokok produksi dan harga jual dari periode 2007-2011 :

1. Uji Regresi Linear Sederhana

Alat analisis regresi linear sederhana $Y = a + bX$ digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh harga pokok produksi terhadap harga jual.

4.2. Pengaruh Harga Pokok Produksi terhadap Penentuan Harga Jual

Tabel 3 : Perhitungan Variabel X dan Variabel Y (dalam ribuan Rp)

Tahun	X	Y	X ²	Y ²	XY
2007	584.502	1.432.952,4	341.642.588.004.000	2.053.352.580.665.760	837.563.543.704.800
2008	640.494	1.525.872	410.232.564.036.000	2.328.285.360.384.000	977.311.860.768.000
2009	754.392	1.779.528	569.107.289.664.000	3.166.719.902.784.000	1.342.461.686.976.000
2010	834.108	1.953.816	695.736.155.664.000	3.817.396.961.856.000	1.629.693.556.128.000
2011	913.824	2.169.288	835.074.302.976.000	4.705.810.426.944.000	1.982.347.437.312.000
Total	3.727.320	8.861.456	2.851.792.900.344.000	16.071.565.232.633.800	6.769.378.084.888.800

Sumber : Hasil pengolahan data (2012)

Berdasarkan tabel perhitungan variabel x dan y diatas maka diperoleh:

$$\begin{aligned} \sum X &= 3.727.320.000 & \sum Y^2 &= 16.071.565.232.633.800.000 \\ \sum X^2 &= 2.851.792.900.344.000.000 & \sum XY &= 6.769.378.084.888.800.000 \\ \sum Y &= 8.861.456.400 & n &= 5 \\ \sum Y^2 &= 16.071.565.232.633.800.000 \end{aligned}$$

Nilai a dan b dicari dengan menggunakan rumus *least square* sebagai berikut :

$$a = \frac{\sum Y (\sum X^2) - \sum X \sum XY}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$\frac{8.861.456.400(2.851.792.900.344.000.000) - 3.727.320.000(6.769.378.084.888.800.000)}{5 \sum 2.851.792.900.344.000.000 - (\sum 3.727.320.000)^2}$$

$$\frac{25.271.038.448.227.900.000.000.000.000 - 25.231.638.323.367.700.000.000.000.000}{14.258.964.501.720.000.000 - 13.892.914.382.400.000.000}$$

$$\frac{39.400.124.860.200.300.000.000.000}{366.050.119.320.001.000}$$

a = 107.635.875

$$b = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$\frac{5(6.769.378.084.888.800.000) - (3.727.320.000)(8.861.456.400)}{5(2.851.792.900.344.000.000) - (3.727.320.000)^2}$$

$$\frac{33.846.890.424.444.000.000 - 33.029.483.668.848.000.000}{14.258.964.501.720.000.000 - 13.892.914.382.400.000.000}$$

$$\frac{817.406.755.596.001.000}{366.050.119.320.001.000}$$

= 2,233

Hasil output pengolahan data dengan menggunakan program SPSS versi 20.0 adalah sebagai berikut :

Tabel 4 : Tabel Statistik SPSS Koefisien Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	107635874.927	60767327.272		1.771	.175
Harga Pokok Produksi	2.233	.080	.998	27.752	.000

a. Dependent Variable

Sumber : Hasil pengolahan data (2012)

Berdasarkan hasil perhitungan manual dan output dari pengolahan data menggunakan program SPSS versi 20.0 diatas, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

$$Y = 107.635.875 + 2,233 X$$

Artinya nilai a dan b tersebut adalah :

a = 107.635.875 ini menunjukkan apabila ada harga pokok produksi maka harga jual sebesar 2,33.

b = 2,33 ini menunjukkan setiap adanya kenaikan harga pokok produksi akan diikuti dengan kenaikan harga jual sebesar 2,33 begitupun sebaliknya.

Pada tabel 4 dapat dilihat bahwa nilai probabilitas pengaruh harga pokok produksi terhadap harga jual sebesar 0.00. Angka probabilitas $0.00 < 0.05$, maka model regresi ini tepat digunakan untuk memprediksi penentuan harga jual pada CV. Maju jaya.

2. Uji Koefisien Korelasi

Untuk mengetahui besarnya derajat atau kekuatan korelasi antara harga pokok produksi dengan harga jual, maka penulis menggunakan rumus koefisien korelasi pearson sebagai berikut :

$$r = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{(n \sum X^2 - (\sum X)^2)(n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

$$\frac{5(6.769.378.084.888.800.000) - (3.727.320.000)(8.861.456.400)}{\sqrt{(5(2.851.792.900.344.000.000) - (3.727.320.000)^2)(5(16.071.565.232.633.800.000) - (8.861.456.400)^2)}}$$

$$r = \frac{\frac{33.846.890.424.444.000.000 - 33.029.483.668.848.000.000}{\sqrt{(14.258.964.501.720.000.000 - 13.892.914.382.400.000.000)(80.357.826.163.169.000.000 - 78.525.409.529.101.000.000)}}}{\frac{817.406.755.596.001.000}{\sqrt{(366.050.119.320.001.000)(1.832.416.634.068.040.000)}}}$$

$$r = \frac{817.406.755.596.001.000}{\sqrt{670.756.327.544.560.000.000.000.000.000.000.000}}$$

r = 0,998

Koefisien korelasi yang diperoleh dari pengolahan data dengan program SPSS versi 20.0 adalah sebagai berikut :

Tabel 5 : Statistik SPSS Korelasi

	Harga Pokok Produksi	Harga Jual
Harga Pokok Produksi	<i>Pearson Correlation</i>	1
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	.998**
	<i>N</i>	5
Harga Jual	<i>Pearson Correlation</i>	.998**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	.000
	<i>N</i>	5

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
 Sumber : Hasil pengolahan data (2012)

Berdasarkan hasil perhitungan manual dan output dari pengolahan data menggunakan program SPSS versi 20.0 tersebut maka didapat hasil nilai korelasi untuk pengaruh harga pokok produksi terhadap harga jual adalah 0.998, yang artinya hubungan variabel harga pokok produksi dan harga jual sangat kuat.

Korelasi positif menunjukkan bahwa hubungan antara harga pokok produksi dan harga jual searah, artinya jika harga pokok produksi meningkat maka harga jualnya pun akan meningkat. Hal ini dikarenakan untuk menutupi seluruh biaya produksi yang keluar. Dari hasil koefisien jorelasi pearson baik dengan cara manual atau dengan menggunakan program SPSS versi 20.0 dapat diambil keputusan dengan ketentuan :

- a. Jika *Probabilitas value* < 0.05, maka Ho ditolak dan pengujian signifikan.
- b. Jika *Probabilitas value* > 0.05, maka Ho diterima, maka pengujian tidak signifikan

Berdasarkan kedua hasil koefisien korelasi pearson baik dengan cara manual atau dengan menggunakan program versi 20.0 ternyata hasilnya adalah harga pokok produksi mempunyai hubungan yang sangat kuat dengan harga jual pada CV. Maju Jaya.

3. Koefisien Determinasi

Rumus yang digunakan untuk mengetahui berapa besarnya persentase pengaruh harga pokok produksi terhadap harga jual adalah sebagai berikut :

$$Kd = r^2 \times 100 \%$$

$$= (0,998)^2 \times 100\%$$

$$= 0,996 \times 100\%$$

$$= 99,6\%$$

Sedangkan berdasarkan perhitungan dengan menggunakan program SPSS versi 20.0 hasilnya adalah sebagai berikut :

Tabel 6 : Tabel Statistik SPSS Model Summary

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.998 ^a	.996	.995	21771152.497

a. Predictors: (Constant), Harga Pokok Produksi

Sumber : Hasil pengolahan data (2012)

Berdasarkan hasil perhitungan manual dan output dari pengolahan data menggunakan program *SPSS versi 20.0* tersebut maka didapat hasil nilai korelasi untuk pengaruh harga pokok produksi terhadap harga jual adalah 0.998, yang artinya hubungan variabel harga pokok produksi dan harga jual sangat kuat.

Korelasi positif menunjukkan bahwa hubungan antara harga pokok produksi dan harga jual searah, artinya jika harga pokok produksi meningkat maka harga jualnya pun akan meningkat. Hal ini dikarenakan untuk menutupi seluruh biaya produksi yang keluar. Dari hasil koefisien jorelasi pearson baik dengan cara manual atau dengan menggunakan program *SPSS versi 20.0* dapat diambil keputusan dengan ketentuan :

- a. Jika *Probabilitas value* < 0.05, maka H_0 ditolak dan pengujian signifikan
- b. Jika *Probabilitas value* > 0.05, maka H_0 diterima, maka pengujian tidak signifikan

Berdasarkan kedua hasil koefisien korelasi pearson baik dengan cara manual atau dengan menggunakan program *versi 20.0* ternyata hasilnya adalah harga pokok produksi mempunyai hubungan yang sangat kuat dengan harga jual pada CV. Maju Jaya.

V. PENUTUP

1.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai harga pokok produksi terhadap penetapan harga jual yang penulis lakukan di CV. Maju Jaya, maka dalam bab ini dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Perkembangan harga pokok produksi setiap tahunnya mengalami kenaikan, pada tahun 2009 harga pokok produksi mengalami peningkatan yang cukup drastis dari tahun-tahun sebelumnya yaitu sebesar Rp. 113.898.000. Hal ini dikarenakan adanya kenaikan harga bahan baku serta kenaikan ini dipengaruhi oleh banyaknya jumlah permintaan konsumen terhadap produk *t-shirt* pada *badger invaders*. Harga jual pada CV. Maju Jaya didasarkan pada harga pokok produksi dikalikan persentasi laba yang diharapkan atau yang sudah ditentukan kemudian ditambah *mark up*.
2. Metode yang digunakan oleh peneliti dalam melakukan penelitian mengenai hubungan harga pokok produksi terhadap penetapan harga jual adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif , artinya penelitian

yang berusaha memberikan gambaran mengenai data atau kejadian berdasarkan fakta-fakta yang tampak pada situasi dengan melakukan penelitian yang menekankan analisisnya pada data-data *numeric* (angka) yang diolah.

3. Berdasarkan hasil perhitungan besarnya koefisien korelasi atau tingkat keeratan hubungan antara harga pokok produksi dan harga jual menyatakan bahwa sangat kuat dan berpengaruh positif yaitu sebesar 0,998. Sementara pengaruh harga pokok produksi terhadap harga jual sebesar 99,8% dan 0,04% dipengaruhi oleh faktor lain selain dari harga pokok produksi, misalnya kenaikan biaya non produksi, biaya pemasaran dan lain-lain. Jadi dapat disimpulkan bahwa harga pokok produksi berpengaruh signifikan terhadap harga jual yang berarti jika harga pokok produksi naik maka harga jual pun akan mengalami kenaikan pula.

1.2. Saran-Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diuraikan diatas, maka saran yang dapat penulis kemukakan adalah sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan
Dilihat dari informasi mengenai harga pokok produksi yang ada pada perusahaan dimana terjadinya kenaikan harga pokok produksi per tahunnya yang disebabkan oleh kenaikan harga bahan baku, maka perusahaan harus membuat anggaran yang lebih besar untuk pembelian bahan baku dalam jumlah yang besar, hal ini dilakukan untuk mengurangi resiko kenaikan harga bahan baku pada tahun-tahun berikutnya.
2. Bagi Peneliti Lain
Penulis mencoba memberikan saran yang diharapkan dapat memberi manfaat yang berguna bagi peneliti selanjutnya dimasa yang akan datang. Peneliti lain yang akan meneliti masalah yang sama disarankan untuk menambahkan variabel-variabel lain seperti biaya pemasaran, biaya non produksi serta biaya-biaya lain yang mempengaruhi harga jual

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Kamaruddin. 2011. Akuntansi Manajemen. Jakarta: PT. Rajagrafindo. Persada.
- Bustami, Bastian, dan Nurlela. 2006. Akuntansi Biaya Tingkat Lanjut. Yogyakarta: Graha Ilmu

- Bustami, Bastian, dan Nurlela. 2009. Akuntansi Biaya. Edisi Pertama. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Kholmi, Masyiah, dan Yuningsih. 2009. Akuntansi Biaya. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang (UMM Press).
- Hansen dan Mowen. 2001. Manajemen Biaya. Buku Kedua. Jakarta: PT. Salemba Emban Patria
- Madena, Andi. 2012. Pengaruh Harga Pokok Produksi Terhadap Harga Jual. Studi Kasus: CV. Sukses Sarana Ciamis. Ciamis. Diambil dari : <http://journal.unsil.ac.id/jurnalunsil-359-.html>. (28 April 2013)
- Mursyidi. 2008. Akuntansi Biaya. Bandung: Refika Aditama.
- Mulyadi. 2004. Akuntansi Manajemen. Konsep Manfaat dan Rekayasa. Jakarta: PT. Salemba Emban Patria
- Mulyadi. 2009. Akuntansi Biaya. Edisi Kelima. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Merdiana, Dita. 2011. Analisis Aktiva Tetap dan Harga Pokok Produksi terhadap Profitabilitas PT. Pindad (Persero) Bandung. Diambil dari: <http://elib.unikom.ac.id/gdl.php?mod=browse&op=read&id=jbptunikompp-gdl-ditamerdia-26930&q=merdiana%20dita>. (29 April 2013)
- Nabawi, Asep Muhammad. 2012. Pengaruh Harga Pokok Produksi Terhadap Harga Jual. Studi Kasus: PD. Dua Monas. Diambil dari : <http://journal.unsil.ac.id/jurnalunsil-346-.html>. (28 April 2013)
- Nazir, Moh. 2011. Metode Penelitian. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Rudianto. 2006. Akuntansi Manajemen, Informasi untuk Pengambilan Keputusan Manajemen. Jakarta: PT. Grasindo.
- Soemarso. 2004. Akuntansi Suatu Pengantar. Edisi Kelima. Jakarta: PT. Salemba Empat
- Sugiyono. 2003. Statistika untuk Penelitian. Bandung: CV. Alfabeta.
- , 2004. Metode Penelitian Administrasi. Bandung: CV. Alfabeta.
- , 2012. Metode Penelitian Bisnis. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sulastiningsih, dan Zulkifli. 2006. Akuntansi Biaya. Edisi Kedua. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN (UPP STIM YKPN).
- Sumarni, Murti, dan Salamah Wahyuni. 2006. Metodologi Penelitian Bisnis. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Sunarto. 2003 Akuntansi Biaya. Edisi Revisi. Yogyakarta: Amus Yogyakarta.
- Supriyono. 2011. Akuntansi Biaya, Pengumpulan Biaya dan Penentuan Harga Pokok. Bandung: Refika Aditama.
- Supriyono. 2012. Akuntansi Manajemen, Proses Pengendalian Manajemen. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN.
- Witjaksono, Armanto. 2006. Akuntansi Biaya. Edisi Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.