AKUNTOTEKNOLOGI : JURNAL ILMIAH AKUNTANSI DAN TEKNOLOGI - VOL. 11. NO. 1 (2019)
Versi Online Tersedia di : https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/akunto
| 2085-8108 (Cetak) | 2541-3503 (Online) |

Analisis Harga Pokok Produksi (Hpp) Dan Biaya Pemasaran Terhadap Peningkatan Laba Pada PT. Winata Pratama Indonesia

Ilhan[1)]
Yuriyandhi[2)]
Universitas Buddhi Dharma, Indonesia, Banten

ABSTRAK

Perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode *full costing* merupakan suatu informasi biaya pada umumnya yang sangat dibutuhkan untuk menentukan harga pokok produksi dan penetapan harga jual. Biaya produksi merupakan unsur yang besar jumlahnya. Mengingat pentingnya harga pokok produksi dan harga jual pada perusahaan, maka pengelolaan perusahaan harus bisa mengendalikan biaya produksi untuk menghitung harga jual yang di nilai wajar oleh konsumen. Serta meminimalkan biaya-biaya yang kiranya tidak menambah nilai.

Adapun metode penelitian yang digunakan penulis, yaitu metode pengumpulan data dengan studi lapangan dan studi kepustakaan. Metode studi ke lapangan dengan melakukan penelitian langsung ke perusahaan agar dapat memperoleh data yang sebenarnya dan dapat melakukan wawancara langsung kepada narasumber dan penjelasan data yang diberikan. Sedangkan studi kepustakaan dilakukan dengan cara membaca, mencatat dan mempelajari buku-buku yang akan membantu penulis dalam melakukan penelitian.

Berdasarkan hasil dan interpretasi penelitian dapat dilihat bahwa PT. Winata Pratama Indonesia telah melakukan perhitungan biaya produksi yang tepat karena perusahaan telah menggunakan metode full costing dan pembebanan biaya sudah sesuai dengan Prinsip Akuntansi Berlaku Umum (PABU) yang ada di indonesia.

Kata kunci : Harga Pokok Produksi, Biaya pemasaran, Peningkatan laba

ABSTRACT

Calculation of the cost of production using the full costing method is a general cost information that is needed to determine the cost of production and the determination of the selling price. Production costs are a large element. Considering the importance of the cost of production and the selling price of the company, the company's management must be able to control the cost of production to calculate the selling price that is fair value by consumers. And minimize costs that would not add value.

The research method used by the author, the data collection method with field studies and literature studies. The method of study in the field by conducting research directly to the company in order to obtain the actual data and can conduct interviews directly to informants and explanation of the data provided. While the literature study is done by reading, taking notes and studying books that will assist the writer in conducting research.

Based on the results and interpretation of the research, it can be seen that PT. Winata Pratama Indonesia has calculated the right production costs because the company has used the full costing method and the cost is in accordance with the General Applicable Accounting Principles (GAAP) in Indonesia.

Keywords: *Cost of Production, Marketing Costs, Increased profits*

PENDAHULUAN

Perusahaan yang bergerak dalam bidang industri dan perdagangan memegang peranan yang cukup penting dalam meningkatkan pembangunan dibidang perekonomian. Pada umumnya suatu perusahaan memiliki target atau tujuan untuk dicapai, salah satu tujuan tersebut adalah untuk mendapatkan laba yang tinggi dengan meminimalkan pengeluaran biaya-biaya seefisien mungkin. Salah satu faktor yang kerap kali menjadi pertimbangan penting untuk menjalankan suatu usaha yang baik, terutama dikaitkan dengan masalah produksi dari suatu perusahaan, biaya produksi merupakan salah satu variabel yang tidak boleh dilupakan. Terkendalinya biaya produksi ini akan menjadi salah satu kunci keberhasilan dari pengendalian produksi keseluruhan.

Selain biaya produksi, ada salah satu faktor yang selalu berkaitan dalam meningkatkan laba atau pendapatan suatu perusahaan adalah pemasaran atau penjualan. Pemasaran merupakan bagian yang sangat vital didalam kegiatan operasional perusahaan untuk memasarkan produk yang telah diciptakan oleh perusahaan guna memenuhi kebutuhan konsumen, pada dasarnya fungsi pemasaran itu merupakan suatu proses kegiatan yang tidak sederhana dari barang sebelum produksi sampai bagaimana supaya sampai di tangan konsumen yang dapat menghasilkan laba perusahaan atau paling tidak sampai pada kembalinya modal perusahaan. Pemasaran (*marketing*) adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan jasa baik kepada para konsumen saat ini maupun konsumen potensial (Thamrin Abdullah dan Francis Tantri 2014, 2)

Pemasaran mempunyai peranan yang penting dalam masyarakat karena pemasaran menyangkut berbagai aspek kehidupan, termasuk di bidang ekonomi dan sosial. Tercermin pula pada setiap kehidupan masyarakat yang tidak terlepas dari kegiatan pemasaran yang ada, media *advertising* yang digunakan untuk mempersentasikan produk, dan toko tempat kita berbelanja serta banyak lagi. Selain itu pemasaran selalu mendorong untuk dilakukannya penelitian dan inovasi, sehingga menimbulkan produk-produk yang baru.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh Harga Pokok Produksi (HPP) terhadap Laba pada **PT. Winata Pratama Indonesia?**
2. Bagaimana pengaruh Biaya Pemasaran terhadap Laba pada **PT Winata Pratama Indonesia**?
3. Bagaimana pengaruh Harga pokok produksi (HPP) dan Biaya Pemasaran terhadap peningkatan laba pada **PT. Winata Pratama Indonesia?**

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh Harga Pokok Produksi (HPP) terhadap Laba pada **PT. Winata Pratama Indonesia?**
2. Untuk mengetahui pengaruh Biaya Pemasaran terhadap Laba pada **PT. Winata Pratama Indonesia?**
3. Untuk mengetahui pengaruh Harga Pokok Produksi (HPP) dan Biaya Pemasaran terhadap peningkatan laba pada **PT. Winata Pratama Indonesia?**

Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis, Dalam penelitian ini sangat berguna bagi penulis agar dapat meningkatkan dan mengembangkan terhadap displin ilmu yang dipelajari dan dapat mengimplementasikan teori-teori yang telah diperoleh dalam masa perkuliahan terhadap permasalahan yang dialami di dunia kerja.
2. Manfaat Praktis, Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi atau bahan pertimbangan bagi pihak perusahaan untuk menentukan kebijakan dalam pengambilan

keputusan pemasaran, khususnya dalam hal pemilihan Harga Pokok Produksi (HPP) dan Biaya Pemasaran bagi perkembangan dimasa yang akan datang.

LANDASAN TEORI

Biaya

Biaya (*cost*) adalah pengeluaran-pengeluaran atau nilai pengorbanan untuk memperoleh barang atau jasa yang berguna untuk masa yang akan datang atau mempunyai manfaat melebihi satu periode akuntansi (Firdaus Ahmad Dunia dan Wasillah Abdullah 2014, 22).

Klasifikasi Biaya

Pengklasifikasian biaya secara berbeda sangat diperlukan untuk memberi informasi biaya yang berbeda serta melayani kebutuhan manajerial yang berbeda pula. Pada dasarnya biaya dapat diklasifikasikan berdasarkan hal-hal berikut :

1. Hubungan biaya dengan produk
   a. Biaya langsung (*direct cost*)
   b. Biaya tidak langsung (*indirect cost*)
2. Hubungan biaya dengan volume kegiatan
   a. Biaya tetap (*fixed cost*)
   b. Biaya variabel (*variable cost*)
   c. Biaya semi variabel (*semi variable cost*)
3. Elemen biaya produksi
   a. Biaya bahan baku (*raw material cost*)
   b. Biaya tenaga kerja langsung (*direct labor cost*)
   c. Biaya overhead pabrik (*factory overhead cost*)
4. Fungsi pokok perusahaan
   a. Biaya produksi (*production cost*)
   b. Biaya pemasaran (*marketing cost*)
   c. Biaya administrasi dan umum
5. Hubungan biaya dengan proses manajerial
   a. Biaya standar (*standart cost*)
   b. Biaya aktual (*actual cost*)
   c. Biaya terkendali (*controllable cost*)
   d. Biaya tidak terkendali (*uncontrollable cost*)
   e. Biaya komiitan (*commited cost*)
   f. Biaya diskresioner (*discretionary cost*)
   g. Biaya relevan (*relevan cost*)
   h. Biaya kesempatan (*opportunity cost*)

Harga Pokok Produksi (HPP)

Dalam menentukan harga pokok produksi, biaya konvensional komponen-komponen harga pokok produk terdiri dari biaya bahan baku (*direct material cost*), biaya tenaga kerja langsung (*direct labor cost*) dan biaya *overhead* pabrik (*factory overhead cost*), baik yang bersifat tetap maupun variabel. Harga pokok produksi (HPP) adalah total biaya barang yang diselesaikan selama periode berjalan. Biaya yang hanya dibebankan ke barang yang diselesaikan adalah bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, dan *overhead* pabrik (Kautsar Riza Salman dan Mochammad Farid 2016, 36).

Manfaat penentuan harga pokok produksi (HPP)

Informasi harga pokok produksi yang dihitung dalam jangka waktu tertentu bermanfaat bagi manajemen untuk (Bustami, Bastian, & Nurlela, 2014) :

1. Menilai persediaan bahan baku, barang dalam proses maupun barang jadi dan penetapan laba atau *inventory valuation and income determination*.

2. Menentukan harga jual produk. Perusahaan yang berproduksi massal memproses produknya untuk memenuhi persediaan di gudang.
3. Memantau realisasi biaya produksi. Jika rencana produksi untuk jangka waktu tertentu telah diputuskan untuk dilaksanakan, manajemen memerlukan informasi biaya produksi yang sesungguhnya dikeluarkan di dalam pelaksanaan rencana produksi tersebut.
4. Menghitung laba atau rugi periodik. Untuk mengetahui apakah kegiatan produksi dan pemasaran perusahaan dalam periode tertentu mampu menghasilkan laba bruto atau mengakibatkan rugi bruto, manajemen memerlukan informasi biaya produksi yang telah dikeluarkan untuk memproduksi produk dalam periode tertentu.
5. Menentukan harga pokok persediaan produk jadi dan produk dalam proses yang disajikan dalam neraca.

Metode perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP)

Metode perhitungan harga pokok produksi (HPP) adalah cara memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam harga pokok produksi ada 2 (dua) pendekatan :

1. *Full Costing*, metode penentuan harga pokok produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya ke dalam harga pokok produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku (*direct material cost*), biaya tenaga kerja lansung (*direct labor cost*), dan biaya overhead pabrik (*factory overhead cost*), baik yang berperilaku tetap maupun variabel.
2. *Variable costing*, metode penentuan harga pokok produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku variabel ke dalam harga pokok produksi, terdiri dari biaya bahan baku (*direct material cost*), biaya tenaga kerja langsung (*direct labor cost*), dan biaya overhead pabrik (*factory overhead cost*)

Pemasaran

Pemasaran (*marketing*) adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan jasa baik kepada para konsumen saat ini maupun konsumen potensial (Thamrin Abdullah dan Francis Tantri 2014, 2).

Konsep-konsep penting pemasaran

Dalam studi pemasaran terdapat lima (5) konsep melandasi aktifitas pemasaran organisasi, yaitu :

1. Konsep Produksi (*production concept*), salah satu konsep tertua dalam bisnis. Konsep ini berkeyakinan bahwa konsumen akan menyukai produk-produk yang tersedia di mana-mana dan harganya murah.
2. Konsep Produk (*product concept*), Konsep ini berpendapat bahwa konsumen cenderung memilih sebuah produk dengan fitur-fitur yang paling bermutu dan inovatif.
3. Konsep Penjualan (*selling concept*), Konsep ini berkeyakinan bahwa konsumen tidak akan tertarik untuk membeli produk dalam jumlah banyak, jika mereka tidak diyakinkan dan bahkan bila perlu dibujuk.
4. Konsep Pemasaran (*marketing concept*), Konsep ini berpandangan bahwa kunci untuk mewujudkan organisasi terletak pada kemampuan organisasi dalam menciptakan, memberikan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan (*customer value*) kepada pasar sasarannya secara lebih efektif dibandingkan pada pesaing.
5. Konsep Pemasaran Sosial (*societal marketing concept*), Konsep ini berkeyakinan bahwa tugas organisasi adalah menentukan kebutuhan, keinginan, dan minat pasar sasaran dan memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan lebih efisien dibandingkan para pesaing sedemikian rupa sehingga bisa mempertahankan atau meningkatkan kesejahteraan konsumen dan masyarakat.

METODE PENELITIAN

Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT. Winata Pratama Indonesia yang bertempat Komplek Duta Niaga Kav 9 No 9bc, jalan halim perdana kusumah tangerang, Kota Tangerang, Indonesia. Perusahaan bergerak dibidang manufaktur dan distribusi *furniture* dengan mengambil objek penelitian yang menganalisis Harga Pokok Produksi dan Biaya Pemasaran terhadap Peningkatan Laba.

Visi, Misi dan Nilai Perusahaan

Visi, Menciptakan produk *furniture* yang unggulan dan menjadi *supplier* serta produsen berkualitas, inovatif serta mampu menghadapi persaingan pasar global.

Misi,

1. Membangun individu yang profesional.
2. Memproduksi produk furniture yang berkualitas.
3. Meningkatkan kerjasama dengan *buyer* dan kesejahteraan karyawan.
4. Menciptakan lapangan kerja.

Nilai,

1. *Winning Team*, Merekrut, melatih, dan mempersiapkan individu-individu yang terus ingin berkembang untuk memenuhi visi dan misi perusahaan.
2. *Integrity*, Selalu melakukan yang terbaik untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan dengan memegang penuh kejujuran dan menjunjung tinggi prinsip moral.
3. *Never Give Up*, Tidak akan menyerah ketika menghadapi masalah-masalah dan selalu mencari solusi terbaik untuk penyelesaiannya.

Metode Penelitian

Dalam penyusunan skripsi ini, metode yang digunakan oleh penulis adalah metode deskriptif analisis, yaitu metode yang didasarkan fakta-fakta atau kejadian yang sebenarnya pada perusahaan yang bersangkutan untuk kemudian diolah menjadi data. Selanjutnya akan dianalisis, sehingga akan menghasilkan sebuah kesimpulan.

Data Penelitian

1. Data Primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari perusahaan melalui metode pengamatan dan wawancara kepada pihak-pihak yang bersangkutan mengenai pembahasan masalah di dalam skripsi. Data primer yang digunakan oleh penulis adalah pengamatan langsung ke lapangan untuk mengetahui alur proses produksi yang dilakukan oleh perusahaan, dan melakukan wawancara kepada karyawan produksi, bagian administrasi produksi, maupun manager yang berhubungan dengan proses produksi dan pengolahan data untuk laporan biaya produksi.
2. Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh dari data yang sudah ada baik secara lisan maupun tertulis serta informasi lainnya yang menyangkut data perusahaan. Data sekunder yang digunakan oleh penulis adalah data laporan pemakaian bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik tetap maupun variabel, serta laporan biaya produksi yang merupakan komponen utama dalam penyusunan harga pokok produksi (HPP) perusahaan.

Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang diperlukan, instrumen penelitian yang penulis gunakan adalah sebagai berikut :

1. Studi Lapangan (*Field Research*), Penelitian ini dilakukan dengan mengadakan peninjauan langsung objek penelitian
   a. Wawancara (*Interview*), teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara tanya jawab secara langsung dan lisan kepada pihak-pihak yang dianggap perlu dan berwenang memberikan data kepada penulis yang berhubungan dengan penelitian.

b. Pengamatan langsung (*Observation*), teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengunjungi dan mengamati beberapa bagian perusahaan agar penulis memperoleh gambaran kepada perusahaan untuk memudahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini.

2. Studi Kepustakaan (*library research*), Penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh landasan teori yang dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari buku-buku (literatur), referensi, juga bahan-bahan yang penulis dapatkan yang berkaitan dengan masalah penelitian guna melengkapi data dari pengamatan secara langsung dan yang akan digunakan dalam melakukan analisis pembahasan.
3. Dokumentasi (*dokumentation*), Dalam metode ini peneliti akan mengumpulkan dokumen-dokumen terkait dengan harga pokok produksi dan untuk memperoleh pengetahuan dan landasan teori dari berbagai literatur, referensi dan hasil penelitian yang berhubungan dengan objek penelitian.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Penelitian

PT. Winata Pratama Indonesia adalah suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang manufaktur dan distribusi *furniture* dari bahan-bahan partikel *board* kualitas terbaik dengan laminasi PVC yang tebal. PT. Winata Pratama Indonesia menggunakan akuntansi biaya *full costing* dalam menghitung biaya produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik. Berikut ini data biaya produksi yang disajikan oleh PT. Winata Pratama Indonesia selama tiga (3) tahun.

Tabel IV.1 Laporan Biaya Produksi
Periode 2016

Keterangan	Total (Rp)
Biaya Bahan Baku	38.969.033.870,04
Biaya Tenaga Kerja Langsung	2.217.641.419,92
Biaya *Overhead* Pabrik :	
Biaya Pemeliharaan Gedung	181.405.200,00
Biaya Pemeliharaan Kendaraan	278.510.100,00
Biaya Pemeliharaan Mesin	280.438.200,00
Biaya Pemeliharaan Peralatan Kantor	37.440.000,00
Biaya Listrik	83.974.842,00
Biaya Air	5.901.000,00
Biaya Telephone & Fax	16.478.628,00
Biaya Sewa Gedung	234.000.000,00
Biaya Perlengkapan Pabrik	458.821.794,00
Total Biaya Overhead Pabrik	1.576.969.764,00
Total Biaya Produksi	42.763.645.053,96

Tabel IV.2 Laporan Biaya Produksi
Periode 2017

Keterangan	Total (Rp)
Biaya Bahan Baku	38.858.238.476,30
Biaya Tenaga Kerja Langsung	2.741.692.320,00

Biaya *Overhead* Pabrik :	
Biaya Pemeliharaan Gedung	217.686.240,00
Biaya Pemeliharaan Kendaraan	334.212.120,00
Biaya Pemeliharaan Mesin	336.525.840,00
Biaya Pemeliharaan Peralatan Kantor	44.928.000,00
Biaya Listrik	100.769.810,40
Biaya Air	7.081.200,00
Biaya Telephone & Fax	19.774.353,60
Biaya Sewa Gedung	280.800.000,00
Biaya Perlengkapan Pabrik	550.586.152,80
Total Biaya Overhead Pabrik	1.892.363.716,80
Total Biaya Produksi	42.763.645.053,96

Tabel IV.3 Laporan Biaya Produksi
Periode 2018

Keterangan	Total (Rp)
Biaya Bahan Baku	40.407.564.686,56
Biaya Tenaga Kerja Langsung	3.187.343.040,00
Biaya *Overhead* Pabrik :	
Biaya Pemeliharaan Gedung	253.967.280,00
Biaya Pemeliharaan Kendaraan	389.914.140,00
Biaya Pemeliharaan Mesin	392.613.480,00
Biaya Pemeliharaan Peralatan Kantor	52.416.000,00
Biaya Listrik	117.564.778,80
Biaya Air	8.261.400,00
Biaya Telephone & Fax	23.070.079,20
Biaya Sewa Gedung	327.600.000,00
Biaya Perlengkapan Pabrik	642.350.511,60
Total Biaya Overhead Pabrik	2.207.757.669,60
Total Biaya Produksi	45.802.665.396,16

Analisis Data

1. Biaya bahan baku

Pembebanan biaya terhadap perhitungan harga pokok produksi

Pada PT. Winata Pratama Indonesia, biaya bahan baku yang dibebankan untuk perhitungan harga pokok produksi terdiri dari berbagai macam bahan baku akan menghasilkan beberapa unit *furniture*. . Pada tabel dibawah ini merupakan kebutuhan bahan baku untuk pembuatan beberapa unit *furniture* adapun rinciannya sebagai berikut :

Tabel IV. 4 Laporan Pemakaian Bahan Baku
Periode 2016

Type	Qty	Satuan	Jumlah
LPT 316-150 (LP 3 PT + Laci WL)	1800	Unit	1.750.127.817,96
LPT 311-166 (LP 3 PT +	1.992,00	Unit	1.737.556.755,18

Meja Rias FC)			
BB 0016-1646, BB 0037-980	11.760,00	Pcs	6.921.398.090,52
BB 0018-2940	35280	Pcs	18.900.382.631,04
BB 0017-1345	16140	Pcs	9.659.568.575,34
Total			38.969.033.870,04

Tabel IV. 5 Laporan Pemakaian Bahan Baku Periode 2017

Type	Qty	Satuan	Jumlah
LPT 316-150 (LP 3 PT + Laci WL)	1800	Unit	2.222.279.826,24
LPT 311-166 (LP 3 PT + Meja Rias FC)	1.992,00	Unit	1.483.126.301,74
BB 0016-1646, BB 0037-980	11.760,00	Pcs	6.800.684.636,38
BB 0018-2940	35280	Pcs	18.681.833.092,32
BB 0017-1345	16140	Pcs	9.670.314.619,62
Total			38.858.238.476,30

Tabel IV. 6 Laporan Pemakaian Bahan Baku Periode 2018

Type	Qty	Satuan	Jumlah
LPT 316-150 (LP 3 PT + Laci WL)	1800	Unit	2.154.394.896,55
LPT 311-166 (LP 3 PT + Meja Rias FC)	1.992,00	Unit	1.754.447.904,12
BB 0016-1646, BB 0037-980	11.760,00	Pcs	7.040.325.063,24
BB 0018-2940	35280	Pcs	19.030.114.188,00
BB 0017-1345	16140	Pcs	9.793.130.448,60
Total			39.772.412.500,51

Pada tabel diatas dapat diketahui pemakaian bahan baku dari masing-masing *type furniture* dimana setiap tahunnya mengalami kenaikan mulai dari 2016 sampai 2018 terjadi kenaikan bahan baku dari masing-masing unit *furniture*, dari kelima unit *furniture* pada tabel diatas salah satunya adalah *type* LPT 316-150 (LP 3 PT + LACI WL), merupakan *furniture* yang paling laris di jabodetabek

2. Biaya tenaga kerja langsung

Selain biaya bahan baku, terdapat juga biaya tenaga kerja langsung yang termasuk komponen penting dalam perhitungan harga pokok produksi. Biaya tenaga kerja langsung ini harus diperhitungkan dalam harga pokok produksi, karena biaya untuk membayar gaji, lembur ataupun insentif karyawan merupakan biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi barang yang akan dijual. Pada tabel dibawah ini

Tabel IV.7 Laporan Biaya Tenaga Kerja Langsung
Periode 2016, 2017, 2018

Keterangan	Jumlah (Rp)
Biaya Upah & Honorer	3.955.220.332,44
Biaya Catering karyawan	47.548.020,00
Biaya Tunjangan operator	178.456.824,00
Biaya Tunjangan kerajinan	178.456.824,00
Biaya Tunjangan kesehatan	43.127.065,80
Biaya Gaji, Lembur & THR	3.274.589.647,68
Biaya Transport karyawan	27.841.177,20
Total	7.705.239.891,12

3. Biaya *Overhead* Pabrik

Komponen terakhir yang menjadi salah satu komponen penting dalam perhitungan harga pokok produksi adalah biaya *overhead* pabrik. Biaya *overhead* pabrik sendiri terbagi menjadi 2 (dua) yaitu biaya *overhead* pabrik tetap dan biaya *overhead* pabrik variabel. Dalam perhitungan harga pokok produksi dengan metode *full costing*, kedua jenis biaya *overhead* pabrik diperhitungkan.

Tabel IV.8 Laporan Biaya Overhead Pabrik
Periode 2016, 2017, 2018

Keterangan	Jumlah (Rp)
Biaya Pemeliharaan	2.195.088.815,70
Biaya Listrik & Air	323.553.031,20
Biaya Telepone & Fax	59.323.060,80

Biaya Sewa gedung	842.400.000,00
Biaya Perlengkapan pabrik	1.651.758.458,40

4. Biaya Pemasaran

Komponen terakhir yang menjadi salah satu komponen penting dalam perusahaan adalah biaya pemasaran serta biaya administrasi dan umum. Biaya pemasaran sendiri terbagi menjadi beberapa bagian antara lain ; biaya iklan, biaya *entertainment*, uang makan *sales*, gaji bagian *expedisi* serta uang makan bagian *expedisi*. Sedangkan biaya administrasi dan umum antara lain Bensin, parkir & tol, jasa konsultan, reward, bonus serta THR pelanggan. Biaya pemasaran, umum & administrasi yang dikeluarkan oleh perusahaan diharapkan dapat meningkatkan laba, pemasaran yang dilakukan perusahaan bisa melalui media cetak atau media *electronic*.

Tabel IV.9 Laporan BiayaPemasaran, Umum & Administrasi Periode 2016, 2017, 2018

Keterangan	Jumlah (Rp)
Biaya Iklan	87.091.200,00
Beban Gaji, lembur & THR	873.948.960,00
Biaya komisi	436.460.940,00
Reward & Bonus marketing	91.206.000,00
Biaya Entertainment	386.417.703,60
Uang makan sales	42.309.000,00
Gaji bagian expedisi	152.601.300,00
Uang makan bagian expedisi	322.266.600,00
Biaya lain-lain	356.931.748,80
Reward, bonus & THR pelanggan	549.658.170,00
Total	3.298.891.622,40

5. Hasil Analisis Harga Pokok Produksi dan Biaya Pemasaran

Metode perhitungan harga pokok produksi yang digunakan oleh perusahaan sangatlah menentukan harga jual produk di perusahaan. Apabila perhitungan harga pokok produksi yang digunakan kurang tepat, maka dapat menimbulkan *undercosting* atau *overcosting* untuk suatu produk.

Terdapat berbagai metode dalam perhitungan harga pokok produksi yang dapat digunakan oleh perusahaan, akan tetapi seringkali yang terjadi dalam penyusunan harga pokok produksi di perusahaan terdapat kesalahan pembebanan, contoh : biaya bahan penolong yang seharusnya dimasukkan ke dalam kategori biaya *overhead* pabrik tetapi dimasukkan ke dalam biaya bahan baku, dan lain sebagainya.

Tabel IV.10 Perbandingan Harga Pokok Produksi dan Biaya Pemasaran Periode 2016, 2017, 2018

Tahun	Biaya Produksi (Rp)	Biaya Pemasaran (Rp)	Laba (Rp)	Persentase %
2016	42.763.645.053,96	916.358.784,00	149.280.297.002,10	29,26%
2017	43.492.294.513,10	1.099.630.540,80	179.136.356.402,52	24,89%
2018	45.802.665.396,16	1.282.902.297,60	208.992.415.802,94	22,53%
Total	132.058.604.963,22	3.298.891.622,40	537.409.069.207,56	76,68%

Tahun 2016
Biaya produksi
Rp 42.763.645.053,96 X 100% = 28,65 %
Rp 149.280.297.002,10

Biaya pemasaran
Rp 916.358.784,00 X 100% = 0,61 %
Rp 149.280.297.002,10

Dapat diketahui pengaruh biaya produksi terhadap peningkatan laba pada periode 2016 sebesar 28,65%, dimana dengan biaya produksi yang dikeluarkan sebesar Rp 42.763.645.053,96 sedangkan pengaruh biaya pemasaran terhadap laba sebesar 0,61% dengan laba yang dihasilkan sebesar Rp 149.280.297.002,10 .

Tahun 2017
Biaya produksi
Rp 43.492.294.513,10 X 100% = 24,89 %
Rp 179.136.356.402,52

Biaya pemasaran
Rp 1.099.630.540,80 X 100% = 0,61 %
Rp 179.136.156.402,52

Dapat diketahui pengaruh biaya produksi terhadap peningkatan laba pada periode 2017 sebesar 24,89%, dimana dengan biaya produksi yang dikeluarkan sebesar Rp 43.492.294.513,10 sedangkan pengaruh biaya pemasaran terhadap laba sebesar 0,61% dengan laba yang dihasilkan sebesar Rp 179.136.156.402,53.

Tahun 2018
Biaya produksi
Rp 45.802.665.396,16 X 100% = 22,53 %
Rp 208.992.415.802,94

Biaya pemasaran
Rp 1.282.902.297,60 X 100% = 0,61 %
Rp 208.992.415.802,94

Dapat diketahui pengaruh biaya produksi terhadap peningkatan laba pada periode 2018 sebesar 22,53%, dimana dengan biaya produksi yang dikeluarkan sebesar Rp 45.802.665.396,16 sedangkan pengaruh biaya pemasaran terhadap laba sebesar 0,61% dengan laba yang dihasilkan sebesar Rp 208.992.415.802,94.

KESIMPULAN

Dari penelitian ini dapat disimpulkan antara lain :

1. Pembebanan harga bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik yang dilakukan oleh PT. Winata Pratama Indonesia telah sesuai dengan biaya-biaya yang dikeluarkan.
2. Pencatatan pembebanan biaya yang dilakukan oleh perusahaan telah sesuai dengan Prinsip Akuntansi Berlaku Umum (PABU), dimana biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik yang dibebankan telah dicatat sesuai dengan klasifikasinya.
3. Metode perhitungan harga pokok produksi yang dilakukan oleh perusahaan sama dengan perhitungan harga pokok produksi metode *full costing*. Sehingga tidak terdapat perbedaan

antara perhitungan harga pokok perusahaan dengan perhitungan harga pokok peneliti karena tidak terdapat perbedaan atau selisih.

4. Terjadi kenaikan Biaya Pemasaran pada periode 2016, 2017, dan 2018 dengan persentase 0.61% di setiap periodenya.
5. Terdapat pengaruh biaya pemasaran terhadap peningkatan laba di setiap periodenya mengalami kenaikan dengan persentase 29,26% pada periode 2016, pada periode 2017 dengan persentase 24.89% dan periode 2018 dengan persentase 22,53%.

DAFTAR PUSTAKA

Sofjan Assauri, **Manajemen Bisnis dan Pemasaran**, Edisi pertama. Depok : PT RajaGarfindo Persada, 2018.

Charles T. Hongren, Gary L. Sundem, David Burgstahler, Jeff Schatzberg, **Akuntansi Manajemen**,Edisi ke-16 Jilid pertama, Jakarta : Erlangga, 2014.

Thamrin Abdullah dan FrancisTantri, **Manajemen Pemasaran**, Edisi pertama cetakan ke 3. Jakarta : PT. RajaGarfindo Persada, 2014.

Dermawan Sjahrial, Djahotman Purba, Gunawan, **Akuntansi Manajemen**, Edisi kedua. Jakarta : Mitra Wacana Media, 2017

Kautsar Riza Salman, Mochammad Farid, **Akuntansi Manajemen"Alat pengukuran dan pengambilan keputusan manajerial"**, Edisi Pertama. Jakarta : PT. Indeks, 2016.

Bustami, Bastian & Nurlela, **Akuntansi Biaya**, Edisi keempat. Jakarta : Mitra Wacana Media, 2014.

Baldric Siregar, Bambang Suripto, Dody Hapsoro, Eko Widodo Lo, Erlina Herowati, Lita Kusumasari, Nurofik, **Akuntansi Biaya**, Edisi kedua. Jakarta : Salemba Empat, 2014 hal. 25-32.

Fandi Tjiptono, Ph.d Gregorius Chandra, **Pemasaran Strategik**, Edisi ketiga.Yogyakarta : ANDI (anggota IKAPI), 2017 hal 23.

Firdaus Ahmad Dunia, Wasilah Abdullah, **Akuntansi Biaya**, Edisi ketiga. Jakarta : Salemba Empat, 2014.

Wiwik Lestari, Dhyka Bagus Permana, **Akuntansi Biaya** dalam perspektif manajerial, Edisi kesatu. Depok : Kharisma Putra Utama Offset, 2017.

J. Paul Peter, Jerry C. Olson, **Perilaku konsumen & strategi pemasaran**, Edisi kesembilan buku 2. Jakarta : Salemba Empat, 2014.