

ANALISIS HARGA POKOK PRODUKSI PADA PERUSAHAAN SOCOLATTE DI KABUPATEN PIDIE JAYA

(*Analysis Of Cost Of Goods Manufactured In Socolatte Company Of Pidie Jaya Regency*)

Fitri Handayani¹, Ismayani¹, Sofyan^{1*}

¹Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Syiah Kuala

Abstrak-Perhitungan harga pokok per unit merupakan kegiatan yang sangat penting dilakukan perusahaan karena dapat dijadikan dasar untuk menilai persediaan, harga pokok penjualan, perhitungan laba dan sejumlah keputusan lainnya. Harga pokok produksi adalah semua biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi barang atau jasa selama periode bersangkutan. Dengan kata lain bahwa harga pokok produksi merupakan biaya untuk memperoleh barang jadi yang siap jual. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis penentuan harga pokok produksi pada usaha Socolatte di Kabupaten Pidie Jaya. Penelitian ini dilakukan di Desa Musa Baroh Kecamatan Bandar Baru Kabupaten Pidie Jaya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Teknik pengumpulan data diperoleh dengan melakukan wawancara dan penelitian lapangan. Analisis data harga pokok produksi dilakukan dengan metode *full costing*. Perhitungan Harga Pokok Produksi Harga Pokok Produksi (HPP) menurut Perusahaan Socolatte lebih rendah dibandingkan perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) menurut metode *full costing* dengan selisih sebesar Rp 1.277, untuk produk coklat bar besar, coklat aneka rasa, coklat 3in1 besar dan coklat 3in1 kecil, sedangkan selisih HPP untuk coklat bar kecil sebesar Rp 479. Perbedaan nilai Harga Pokok Produksi (HPP) menurut perusahaan dan metode *full costing* terletak pada komponen biaya OHP tetap karena perusahaan tidak menghitungnya sebagai komponen Harga Pokok Produksi (HPP).

Kata Kunci: Harga Pokok, Metode *Full Costing*

Abstract-Calculation of the cost per unit is a significant activity for the company because it can be used as a basis for assessing the inventory, cost of goods sold, profit and some other decisions. The cost of goods manufactured is all costs to produce goods or services during the period in question. In other words, the cost of goods manufactured is the cost to obtain finished products ready for sale. The purpose of this study was to analyse the determination of cost of goods manufactured in Socolatte Company in Pidie Jaya. This research was conducted in the village of Musa Baroh of Bandar Baru sub-district of Pidie Jaya Regency. This study used a descriptive method with the qualitative and quantitative approach. Data were collected through interviews and field research. The data analysis of the cost of goods manufactured was done by using a full costing method. The calculation of the cost of goods manufactured according to Socolatte Company was lower than the calculation of goods manufactured according to the full costing method with the difference amounting to IDR 1,277. Meanwhile, for big bar chocolate products, different flavor chocolate, big 3 in 1 chocolate and small 3 in 1 chocolate, while the difference of cost of goods manufactured for the small chocolate bar was IDR 479. The difference in the value of the cost of goods manufactured according to the company and the full costing method lies in the fixed

manufacturing overhead *costs* component because company did not count it as an element of cost of goods manufactured.

Keywords: Determination of Cost, Full Costing Method

PENDAHULUAN

Seiring dengan ketatnya persaingan dunia industri dewasa ini, maka sudah menjadi sebuah keharusan bagi setiap perusahaan untuk selalu meningkatkan efisiensi dan efektivitas proses produksinya guna meningkatkan daya saing perusahaannya. Dalam kondisi persaingan yang semakin kompetitif, biaya yang semakin meningkat, laba yang semakin mengerut, dan persaingan yang semakin ketat mendorong perusahaan mencari solusi untuk melakukan efisiensi dan mengumpulkan data yang lebih akurat untuk mengambil keputusan yang tepat. Berbagai aspek menjadi bahan pertimbangan perusahaan untuk mempertahankan diri dalam lingkungan yang kompetitif tersebut. Intinya, perusahaan harus meningkatkan nilai jual melalui kualitas produk, harga, pelayanan, kecepatan waktu (*delivery*) dan beberapa faktor lain (Setyaningsih, 2011).

Perhitungan harga pokok per unit merupakan kegiatan yang sangat penting dilakukan perusahaan karena dapat dijadikan dasar untuk menilai persediaan, harga pokok penjualan, perhitungan laba dan sejumlah keputusan lainnya. Harga pokok produksi adalah semua biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi barang atau jasa selama periode bersangkutan. Dengan kata lain bahwa harga pokok produksi merupakan biaya untuk memperoleh barang jadi yang siap jual (Kuswadi, 2005).

Perhitungan harga pokok produksi yang dilakukan dengan tepat maka penentuan harga jual produk dapat dilakukan dengan tepat sehingga perusahaan mengetahui laba yang dapat dihasilkan. Sebaliknya, jika penentuan harga pokok produksi dilakukan dengan tidak tepat akan menyebabkan penentuan harga jual yang tidak tepat pula. Hal ini akan mengakibatkan perhitungan harga jual yang terlalu tinggi ataupun terlalu rendah dari harga pokok produksi. Jika harga jual terlalu rendah dari harga pokok produksi akan menyebabkan kerugian bagi perusahaan karena tidak mampu menutup biaya-biaya yang dikeluarkan berkaitan dengan produk yang dihasilkan. Sedangkan jika harga jual terlalu tinggi akan menyebabkan berkurangnya minat konsumen untuk membeli produk perusahaan (Hariadi, 2002).

Keakuratan pembebanan biaya pada objek biaya sangat penting bagi para pemakai informasi biaya. Tujuan keakuratan adalah untuk mengukur dan membebankan biaya sumber-sumber yang dikonsumsi oleh suatu objek biaya. Ketidakakuratan pembebanan biaya akan menimbulkan (distorsi) pembebanan biaya, yang selanjutnya akan mengakibatkan kesalahan penentuan biaya, pembuatan keputusan, perencanaan dan pengendalian. Distorsi biaya akan menimbulkan pembebanan biaya yang terlalu tinggi (*cost overstated* atau *cost overrun*) untuk produk bervolume banyak dan pembebanan biaya yang terlalu rendah (*cost understated* atau *cost underrun*) untuk produk yang bervolume sedikit (Supriyono, 2007).

Kakao merupakan salah satu komoditi perkebunan yang memiliki nilai jual tinggi di pasaran internasional. Hampir semua jenis industri makanan menggunakan tepung kakao untuk meningkatkan nilai dan kualitas rasa produk. Kakao merupakan salah satu komoditas yang sangat potensial dalam industri manufaktur makanan. Produksi baik sebagai sumber

penghidupan jutaan petani produsen maupun sebagai salah satu bahan penyedap yang sangat diperlukan untuk produksi makanan, seperti kue-kue dan berbagai jenis minuman.

Kabupaten Pidie Jaya dikenal sebagai salah satu daerah penghasil Kakao terbesar di Aceh dengan luas kebun kakao sekitar 12.000 ha dan produksi sekitar 2.362 ton (Dinas Perkebunan Pidie Jaya, 2015). Selama ini, petani menjual kakao dalam bentuk biji mentah tanpa ada proses nilai tambah sedikit pun. Biji kakao dijual kepada tengkulak yang langsung mendatangi kebun petani sehingga harga yang diterima petani cenderung murah dan oleh karenanya petani tidak mendapatkan keuntungan yang optimal. Menurut pemilik Socolatte, Bapak Irwan, saat ini, rata-rata harga jual biji kakao mentah dipasar sekitar Rp 35.000 per kg. Potensi untuk meningkatkan pendapatan petani kakao dapat ditempuh antara lain dengan meningkatkan nilai tambah biji Kakao mentah menjadi barang setengah jadi berupa tepung Kakao atau bahkan mengolah menjadi makanan siap saji.

Menyadari daerahnya sebagai sentra produksi Kakao maka Bapak Irwan Ibrahim membuka perusahaan berbasis agroindustri pengolahan biji kakao dibawah naungan koperasi "Rimbun Coop". Lokasi pabrik berada di Jalan Medan Banda-Aceh km 138 Baroh Musa, Bandar Baru, Kabupaten Pidie Jaya Provinsi Aceh. Produk hasil industri ini dinamakan Socolatte. Socolatte memproduksi bermacam-macam jenis makanan seperti *Chocolate bar* kecil, *Chocolate bar* besar, *Chocolate 3 in 1* kecil, *Chocolate 3 in 1* besar, dan *Chocolate* aneka rasa. Harga yang terjangkau dan kemasan yang menarik menjadikan produk Socolatte dikenal masyarakat baik lokal maupun luar Kabupaten Pidie Jaya. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis penentuan harga pokok produksi pada usaha Socolatte di Kabupaten Pidie Jaya.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Desa Musa Baroh Kecamatan Bandar Baru Kabupaten Pidie Jaya. Penentuan lokasi penelitian dilakukan dengan sengaja (*purposive sampling*), dengan pertimbangan Usaha Socolatte merupakan salah satu sentra produksi kakao. Subjek dalam penelitian ini adalah produsen Socolatte. Adapun ruang lingkup penelitian ini terbatas pada Analisis Harga Pokok Produksi Socolatte di Desa Musa Baroh Kecamatan Bandar Baru Kabupaten Pidie Jaya.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam melakukan penelitian ini, data yang dikumpulkan terdiri dari dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder :

1. Data primer diperoleh dari observasi langsung menggunakan panduan wawancara yang telah dipersiapkan terlebih dahulu sesuai dengan tujuan penelitian.
2. Data sekunder diperoleh dari instansi-instansi yang terkait dengan penelitian baik dari instansi pemerintah, swasta maupun perpustakaan.

Teknik pengumpulan data diperoleh dengan melakukan wawancara, dan penelitian lapangan. Wawancara yaitu cara mengumpulkan data dengan mengajukan pertanyaan langsung kepada informan atau pihak yang berwenang. Observasi adalah pengamatan langsung kepada suatu obyek yang akan diteliti, sedangkan penelitian lapangan adalah usaha

pengumpulan data dan informasi secara intensif disertai analisa dan pengujian kembali atas semua yang telah dikumpulkan.

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan metode *full costing*. Pemilihan metode ini dengan pertimbangan bahwa dengan metode *full costing*, biaya *overhead* pabrik dibebankan kepada produk jadi atau harga pokok produksi berdasarkan tarif yang ditentukan pada aktivitas normal atau aktivitas yang sesungguhnya terjadi sehingga meningkatkan akurasi analisis biaya.

Analisis data dilakukan dengan analisis kualitatif dan kuantitatif. Analisis kuantitatif dilakukan dengan menghitung harga pokok produksi dengan metode yang digunakan perusahaan yaitu dengan metode tradisional (*traditional costing*) dimana dalam menghitung biaya produksi biaya *overhead* pabrik dialokasikan berdasarkan unit atau volume *based measurement* misalnya jam tenaga kerja langsung, jam mesin ataupun unit bahan baku yang digunakan dan dengan metode *full costing*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini hanya fokus pada 5 produk yaitu *Chocolate bar* kecil, *Chocolate bar* besar, *Chocolate 3 in 1* kecil, *Chocolate 3 in 1* besar, dan *Chocolate* aneka rasa. Alasan mengambil lima produk tersebut karena merupakan produk kemasan dan biaya untuk komposisi dalam satu kemasan produk dapat dihitung dengan jelas. sedangkan produk-produk lainnya tidak dijual dalam bentuk kemasan seperti brownies, bolu gulung, dan minuman *Chocolate* sehingga sulit untuk dianalisis biaya komposisinya.

Tabel 1. Biaya Bahan Baku Langsung pada Produk Socolatte

No	Jenis	Kebutuhan / bulan	Satuan	Harga / Satuan	Jumlah (Rp/Bulan)	Persentase (%)
1	Kakao	1.500	Kg	40.000	60.000.000	28,37
2	Gula Pasir	600	Kg	15.000	9.000.000	4,26
3	Susu	300	Kg	100.000	30.000.000	14,18
4	Lesitin	150	Kg	300.000	45.000.000	21,28
5	Vanili	150	Kg	150.000	22.500.000	10,64
6	Kacang Mete	300	Kg	150.000	45.000.000	21,28
Jumlah					211.500.000	100,00

Sumber: Data Primer (diolah), 2016

Berdasarkan data pada tabel 1 di atas dapat dijelaskan bahwa biaya bahan baku langsung yang dikeluarkan sebesar Rp 211.500.000 per bulan. Biaya terbesar yaitu pembelian biji kakao sebesar Rp 60.000.000 atau 28,37% dari jumlah biaya bahan baku langsung, kemudian biaya pembelian lesitin dan kacang mete masing-masing sebesar Rp 45.000.000 per bulan atau 21,28%. Selanjutnya, persentase biaya pembelian susu, vanili dan gula pasir masing-masing sebesar 14,18%, 10,64% dan 4,26%.

Secara keseluruhan upah tenaga kerja langsung per bulan yang harus dikeluarkan perusahaan Socolatte sebesar Rp 28.900.000. Data lebih jelas tentang upah tenaga kerja langsung dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. Biaya Tenaga Kerja Langsung pada Perusahaan Socolatte

No	Jabatan	Jumlah (orang)	Gaji (Rp/ Bulan)	Persentase (%)
1	Bagian Pembelian BB	1	2.000.000	6,92
2	Kabag Produksi	1	2.500.000	8,65
3	Karyawan Produksi	16	22.400.000	77,51
4	Kary. Packaging	1	2.000.000	6,92
	Jumlah	19	28.900.000	100,00

Sumber: Data Primer (diolah), 2016

Berdasarkan data pada tabel 2 di atas dapat dijelaskan bahwa biaya tenaga kerja langsung sebesar Rp 28.900.000 per bulan. Persentase terbesar yaitu biaya karyawan produksi sebesar 77,51%, selebihnya terdistribusi secara merata pada biaya gaji kabag produksi sebesar 8,65%, bagian pembelian sebesar 6,92% dan karyawan *packaging* sebesar 6,92%.

Tabel 3. Biaya Bahan Tidak Langsung pada Perusahaan Socolatte

No	Jenis	Kebutuhan / bulan	Satuan	Harga / Satuan	Jumlah (Rp/Bulan)
1	Kertas pembungkus	600	Lembar	2.000	1.200.000
2	Alumunium foil	30	Roll	800.000	24.000.000
	Jumlah				25.200.000

Sumber: Data Primer (diolah), 2016

Berdasarkan data pada tabel 3 di atas biaya bahan tidak langsung pada Perusahaan Socolatte meliputi kertas pembungkus dan *alumunium foil*. Kertas pembungkus dibutuhkan sebanyak 600 lembar per bulan dengan harga Rp 2.000 per lembar atau secara keseluruhan sebesar Rp 1.200.000. Sedangkan *alumunium foil* dibutuhkan sebanyak 30 roll per bulan atau sebesar Rp 24.000.000. Total biaya bahan baku tidak langsung yang harus dikeluarkan perusahaan Socolatte sebesar Rp 25.200.000 per bulan. Data ditampilkan pada tabel berikut:

Tabel 4. Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung pada Perusahaan Socolatte

No	Jabatan	Jumlah (orang)	Gaji (Rp/Bulan)	Jumlah (Rp)	Persentase (%)
1	Manager	1	3.000.000	3.000.000	22,73
2	Kary. Administrasi	1	1.500.000	1.500.000	11,36
3	Kary. Keuangan	1	1.500.000	1.500.000	11,36
4	Kary. Pemasaran	8	800.000	6.400.000	48,49
5	Kary. Kebersihan	1	800.000	800.000	6,06
	Jumlah			13.200.000	100,00

Sumber: Data Primer (diolah), 2016

Dari tabel 4 di atas dapat dijelaskan bahwa persentase biaya tenaga kerja tidak langsung terbesar pada karyawan pemasaran yaitu Rp 6.400.000 atau 48,49% dari total biaya tenaga

kerja tidak langsung. Gaji karyawan pemasaran per orang sebesar Rp 800.000 per bulan, besaran tersebut disesuaikan dengan jam kerja karyawan pemasaran yaitu 3 jam per hari.

Tabel 5. Biaya *Overhead* Pabrik

No	Biaya OHP	Jumlah (Rp)	Persentase (%)
1	Listrik	10.000.000	60,34
2	Bahan Bakar (gas)	3.750.000	22,63
3	Penyusutan mesin	1.533.333	9,25
4	Penyusutan perlengkapan	777.917	4,69
5	Penyusutan gedung	512.000	3,09
	Jumlah	16.573.250	100,00

Sumber: Data Primer (diolah), 2016

Berdasarkan data pada tabel 5 di atas dapat dijelaskan bahwa biaya *overhead* pabrik selain biaya bahan tidak langsung dan tenaga kerja tidak langsung sebesar Rp 16.573.250 per bulan. Dari jumlah tersebut, biaya listrik merupakan terbesar yaitu Rp 10.000.000 atau 60,34%. Biaya terbesar berikutnya adalah bahan bakar gas yaitu Rp 3.750.000 atau 22,63%. Sedangkan sisanya terdiri dari penyusutan alat, perlengkapan dan peralatan masing-masing sebesar 9,25%, 4,69% dan 3,09%.

Tabel 6. Biaya *Overhead* Pabrik pada Perusahaan Socolatte berdasarkan Sifatnya

Biaya	Tetap	Variabel	Total
Bahan Tidak Langsung		25.200.000	25.200.000
Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung	13.200.000		38.400.000
Listrik		10.000.000	48.400.000
Bahan Bakar		3.750.000	52.150.000
Penyusutan mesin	1.533.333		53.683.333
Penyusutan Perlengkapan	77.917		53.761.250
Penyusutan Gedung	512.500		54.273.750
Jumlah	15.323.750	38.950.000	54.273.750

Sumber: Data Primer (diolah), 2016

Berdasarkan data pada tabel 6 di atas dapat dijelaskan bahwa biaya *overhead* pabrik pada perusahaan Socolatte sebesar Rp 54.273.750 per bulan, terdiri dari biaya tetap sebesar Rp 15.323.750 dan biaya variabel sebesar Rp 38.950.000.

Tabel 7. Harga Pokok Produksi Coklat Bar besar

Harga Pokok Produksi (HPP)	Rp.1.692.172
HPP per kemasan	Rp.11.281
Harga Jual per kemasan	Rp.15.000
Nilai Tambah per kemasan	Rp.3.719

Sumber: Data primer (diolah), 2016

Berdasarkan data pada tabel 7 di atas dalam menghasilkan produk coklat bar ukuran besar sebanyak 150 batang dapat dilihat bahwa harga pokok produksi pada coklat bar besar yaitu Rp 1.692.172, rata-rata harga pokok produksi (HPP) coklat bar ukuran besar yaitu Rp

11.281 per kemasan, dijual dengan harga Rp 15.000 per kemasan, sehingga diperoleh nilai tambah pada coklat bar besar yaitu sebesar Rp 3.719 per kemasan.

Tabel 8. Harga Pokok Produksi Coklat Bar kecil

Harga Pokok Produksi (HPP)	Rp.1.722.172
HPP per kemasan	Rp.4.305
Harga Jual per kemasan	Rp.7.000
Nilai Tambah per kemasan	Rp.2.695

Sumber: Data primer (diolah), 2016

Berdasarkan data pada tabel 8 di atas dalam menghasilkan produk coklat bar ukuran kecil sebanyak 400 batang dapat dilihat bahwa harga pokok produksi pada coklat bar kecil yaitu Rp 1.722.172, rata-rata harga pokok produksi (HPP) coklat bar ukuran besar yaitu Rp 4.305 per kemasan, dijual dengan harga Rp 7.000 per kemasan, sehingga diperoleh nilai tambah pada coklat bar besar yaitu sebesar Rp 2.695 per kemasan.

Tabel 9. Harga Pokok Produksi Coklat Aneka Rasa

Harga Pokok Produksi (HPP)	Rp.2.108.114
HPP per kemasan	Rp.21.081
Harga Jual per kemasan	Rp.35.000
Nilai Tambah per kemasan	Rp.13.919

Sumber: Data primer (diolah), 2016

Berdasarkan data pada tabel 9 di atas dalam menghasilkan produk coklat aneka rasa sebanyak 100 kotak dapat dilihat bahwa harga pokok produksi pada coklat aneka rasa yaitu Rp 2.108.114, rata-rata harga pokok produksi (HPP) coklat bar ukuran besar yaitu Rp 21.081 per kemasan, dijual dengan harga Rp 35.000 per kotak, sehingga diperoleh nilai tambah pada coklat bar besar yaitu sebesar Rp 13.919 per kotak.

Tabel 10. Harga Pokok Produksi Coklat 3 in 1 besar

Harga Pokok Produksi (HPP)	Rp.1.039.746
HPP per kemasan	Rp.25.994
Harga Jual per kemasan	Rp.45.000
Nilai Tambah per kemasan	Rp.19.000

Sumber: Data primer (diolah), 2016

Berdasarkan data pada tabel 10 di atas dalam menghasilkan produk coklat 3 in 1 ukuran besar sebanyak 40 kotak dapat dilihat bahwa harga pokok produksi pada coklat 3 in 1 ukuran besar yaitu Rp 1.039.746, rata-rata harga pokok produksi (HPP) coklat bar ukuran besar yaitu Rp 25.994 per kotak, dijual dengan harga Rp 45.000 per kotak, sehingga diperoleh nilai tambah pada coklat bar besar yaitu sebesar Rp 19.000 per kotak.

Tabel 11. Harga Pokok Produksi Coklat 3 in 1 kecil

Harga Pokok Produksi (HPP)	Rp.1.721.991
HPP per kemasan	Rp.21.525
Harga Jual per kemasan	Rp.35.000
Nilai Tambah per kemasan	Rp.13.475

Sumber: Data primer (diolah), 2016

Berdasarkan data pada tabel 11 di atas dalam menghasilkan produk coklat 3 in 1 ukuran kecil sebanyak 80 kotak dapat dilihat bahwa harga pokok produksi pada coklat 3 in 1 ukuran besar yaitu Rp 1.721.991, rata-rata harga pokok produksi (HPP) coklat bar ukuran besar yaitu Rp 21.525 per kotak, dijual dengan harga Rp 35.000 per kotak, sehingga diperoleh nilai tambah pada coklat bar besar yaitu sebesar Rp 13.475 per kotak. Berdasarkan data pada tabel di atas dapat dijelaskan bahwa, bahan baku produk Socolatte pada dasarnya relatif sama, perbedaannya hanya terdapat pada komposisi kuantitas bahan. Untuk menghasilkan produk coklat bar ukuran besar sebanyak 150 batang dibutuhkan bahan baku langsung berupa biji kakao sebanyak 10 kg, gula, lesitin, susu, vanili dan kacang mede masing-masing sebanyak 3, 0,25; 0,50, 0,05 dan 0,50 kg. Biaya bahan langsung sebesar Rp 652.500, biaya tenaga kerja langsung sebesar Rp 361.250, biaya *overhead* pabrik (OHP) variabel sebesar Rp 486.875 dan biaya *overhead* pabrik (OHP) tetap sebesar Rp 191.547

Produk coklat bar ukuran kecil sebanyak 400 batang dibutuhkan bahan baku langsung berupa biji kakao sebanyak 10 kg, gula, lesitin, susu, vanili dan kacang mede masing-masing sebanyak 5; 0,25; 0,50, 0,05 dan 0,50 kg. Biaya bahan langsung sebesar Rp 682.500, biaya tenaga kerja langsung sebesar Rp 361.250, biaya *overhead* pabrik OHP variabel sebesar Rp 486.875 dan biaya OHP tetap sebesar Rp 191.547. Produk coklat aneka rasa sebanyak 100 kotak dibutuhkan bahan baku langsung berupa biji kakao sebanyak 18 kg, gula, lesitin, susu dan vanili masing-masing sebanyak 10; 1,00; 2,00, 0,30 dan 0,50 kg. Biaya bahan langsung sebesar Rp 1.655.833, biaya tenaga kerja langsung sebesar Rp 240.833, biaya *overhead* pabrik OHP variabel sebesar Rp 324.583 dan biaya *overhead* pabrik OHP tetap sebesar Rp 127.698.

Produk coklat 3In1 ukuran besar sebanyak 40 kotak dibutuhkan bahan baku langsung berupa biji kakao sebanyak 10 kg, gula, lesitin, susu, vanili dan kacang mede masing-masing sebanyak 10; 6,00; 0,30, 1,00 dan 0,50 kg. Biaya bahan langsung sebesar Rp 762.500, biaya tenaga kerja langsung sebesar Rp 96.333, biaya *overhead* pabrik OHP variabel sebesar Rp 129.833 dan biaya *overhead* pabrik OHP tetap sebesar Rp 51.079. Produk coklat 3In1 ukuran kecil sebanyak 80 kotak dibutuhkan bahan baku langsung berupa biji kakao sebanyak 15 kg, gula, lesitin, susu, vanili dan kacang mede masing-masing sebanyak 8,00; 0,30, 2,00, 0,05 dan 1,00 kg. Biaya bahan langsung sebesar Rp 1.167.500, biaya tenaga kerja langsung sebesar Rp 192.667, biaya *overhead* pabrik OHP variabel sebesar Rp 259.667 dan biaya *overhead* pabrik OHP tetap sebesar Rp 102.158.

Berdasarkan uraian komponen harga pokok produksi (HPP) produk Socolatte maka HPP per produk menurut metode *full costing* dan perhitungan HPP per produk menurut perusahaan Socolatte dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 12. HPP per unit Berdasarkan Metode *Full Costing* dan Perusahaan Socolatte

No	Jenis Produk	Harga Pokok Produksi (HPP)	
		Full Costing (Rp)	Perusahaan (Rp)
1	Coklat Bar Besar		
-	Jumlah HPP	11.281	10.004
-	Selisih		1.277
2	Coklat Bar Kecil		
-	Jumlah HPP	4.305	3.827
-	Selisih		479
3	Coklat Aneka Rasa		
-	Jumlah HPP	21.081	19.804

	-	Selisih		1.277
4		Coklat 3In1 Besar		
	-	Jumlah HPP	25.994	24.717
	-	Selisih		1.277
5		Coklat 3In1 Kecil		
	-	Jumlah HPP	21.525	20.248
	-	Selisih		1.277

Sumber: Data primer (diolah), 2016

Berdasarkan data pada tabel 12 di atas dapat dijelaskan bahwa, HPP per produk dengan metode *full costing* lebih tinggi dibandingkan HPP menurut perusahaan. Pada produk coklat bar besar, coklat aneka rasa dan coklat 3in1 besar terdapat selisih HPP sebesar Rp 1.277, sedangkan pada produk coklat 3in1 kecil sebesar Rp 479. Selisih nilai HPP tersebut terletak pada biaya OHP tetap, dimana pada perhitungan HPP dengan metode *full costing* biaya OHP tetap dimasukkan sebagai salah satu komponen HPP. Sedangkan, perhitungan HPP menurut perusahaan, biaya OHP tidak dihitung sebagai komponen HPP.

KESIMPULAN DAN SARAN

Perhitungan HPP (Harga Pokok Produksi) menurut Perusahaan Socolatte lebih rendah dibandingkan perhitungan HPP (Harga Pokok Produksi) menurut metode *full costing* dengan selisih sebesar Rp 1.277, untuk produk coklat bar besar, coklat aneka rasa, coklat 3in1 besar dan coklat 3in1 kecil, sedangkan selisih HPP untuk coklat bar kecil sebesar Rp 479. Perbedaan nilai HPP (Harga Pokok Produksi) menurut perusahaan dan metode *full costing* terletak pada komponen biaya OHP (*Overhead Pabrik*) tetap karena perusahaan tidak menghitungnya sebagai komponen HPP.

Adapun saran yang dapat diberikan dari penelitian ini, yaitu Perusahaan Socolatte sebaiknya menggunakan perhitungan dengan metode *full costing* dalam menghitung biaya produksi. Karena metode ini menghitung semua biaya yang dikeluarkan selama proses produksi. Sehingga akan menghasilkan perhitungan yang lebih tepat dan akurat dibandingkan dengan metode yang digunakan oleh perusahaan selama ini dan menghitung biaya pemeliharaan mesin dan biaya penyusutan peralatan dan mesin. Karena hal ini merupakan elemen yang penting untuk menghitung biaya *overhead* pabrik.

DAFTAR PUSTAKA

- Dinas Perkebunan Kabupaten Pidie Jaya. 2015. *Laporan Tahunan Tanaman Perkebunan Kabupaten Pidie Jaya*. Meureudu.
- Kuswadi. 2005. *Meningkatkan Laba Melalui Pendekatan Akuntansi Keuangan dan Akuntansi Biaya*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo Gramedia.
- Hariadi, B. 2002. *Akuntansi Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- Setyaningsih, S. L. 2011. *Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Berdasarkan Sistem Activity Based Costing (ABC) pada Pabrik Roti "Sumber Rejeki" Gunungpati*. Skripsi. Universitas Negeri Semarang. Semarang.
- Supriyono, R. A. 1999. *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta : BPFE.