

EVALUASI HARGA POKOK PRODUKSI UNTUK MENETAPKAN HARGA JUAL DAN LABA PRODUKSI PADA USAHA PABRIK BATU BATA DI DESA PALOH LADA

Bakhtiar¹, Syamsul Bahri², Darkasyi Mulyadi³
^{1,2,3} Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Malikussaleh
Email: bakti66@yahoo.com

ABSTRAK

Usaha batu bata merupakan salah satu bentuk usaha industri rumah tangga, dimana dibutuhkan perencanaan produksi yang baik jika usaha ini ingin berkembang. Usaha batu bata ini merupakan milik Bapak Ibrahim Aiyub dan mulai beroperasi sekitar tahun 2005. Adapun masalah yang dihadapi oleh usaha pabrik batu bata adalah minimnya laba yang diperoleh. Itu artinya laba yang diperoleh tidak sesuai dengan yang diharapkan. Salah satu cara untuk meningkatkan laba diantaranya dengan meningkatkan harga jual atau dengan meminimalkan biaya produksi. Oleh karena itu usaha pabrik batu bata perlu menetapkan harga pokok produksi sebagai dasar penetapan harga jual batu bata sehingga dapat mencapai laba yang diharapkan. Maka diperlukan perhitungan harga pokok produksi yang dapat diperoleh dengan menggunakan metode *full costing* dan *variable costing*. Hasil penelitian ini yaitu dapat diketahui harga pokok produksi batu bata sehingga lebih memudahkan ditetapkannya harga jual produk dan laba. Sedangkan hasil analisis mengenai penerapan target *costing*, menunjukkan bahwa untuk menilai efisiensi biaya produksi pada usaha Pabrik Batu Bata dapat digunakan dengan menggunakan pendekatan target *costing*, dimana dengan penerapan target *costing* maka perusahaan dapat memperoleh penghematan biaya sehingga laba bisa diperoleh sesuai dengan yang diharapkan.

Kata kunci: *Batu Bata, Harga Pokok Produksi, Harga Jual, Laba*

ABSTRACT

Enterprises brick is one form of home industry, where it takes a good production plan if the business wants to grow. Brick Enterprises is owned by Mr. Ibrahim Aiyub and began operating around 2005. The problems faced by businesses is the lack of brick factories earned income. That means the profit earned was not as expected. One way to increase profits such as by increasing the selling price or by minimizing production costs. Therefore, efforts need to assign brick factory cost of production as the basis for determining the selling price of the bricks so as to achieve the expected profit. It would require the calculation of the cost of production can be obtained by using full costing and variable costing. The results of this study can be seen that the cost of production of bricks making adoption easier selling price and profit. While the results of the analysis of the implementation of target costing, suggests that to assess the efficiency of production costs in the business Bricks Factory can be used to target costing approach, where the application of target costing the company can obtain cost savings so that profits can be obtained as expected.

Keyword: *Bricks, Cost of Production, Selling Price, Profit*

1. PENDAHULUAN

Perusahaan untuk dapat berkembang tentu harus melalui perjuangan dan didukung dengan perencanaan yang matang dalam menghadapi berbagai masalah dan rintangan yang timbul, seperti masalah operasional, keuangan, maupun masalah pemasaran dari produk yang diproduksi. Hasil produksi perusahaan dipengaruhi oleh pengadaan bahan baku, tenaga kerja serta biaya *overhead* pabrik. Suatu perusahaan akan dianggap berhasil apabila memperoleh penghasilan atau pendapatan dari penjualan produknya yang dihasilkan dan mampu

menutupi seluruh biaya yang telah dikeluarkan sehubungan proses produksi, maka dalam melakukan usaha perusahaan diharapkan menggunakan faktor-faktor produksi seperti bahan baku, tenaga kerja, peralatan, sehingga dapat digunakan untuk menghasilkan produk yang sesuai dengan keinginan perusahaan.

Perhitungan harga pokok penjualan yang tepat sangat penting bagi setiap perusahaan dalam melakukan perencanaan, pengendalian biaya dan pengambilan keputusan serta untuk menentukan laba yang sesuai. Apabila perusahaan memperhitungkan harga pokoknya terlalu tinggi maka akan mengakibatkan kerugian pada perusahaan karena tidak dapat bersaing dengan hasil produksi yang sejenis lainnya, sehingga produksi perusahaan tidak laku dijual. Namun, apabila perusahaan memperhitungkan harga pokok penjualannya terlalu rendah maka akan mengakibatkan kerugian pada perusahaan itu sendiri karena tidak mencapai laba yang diinginkan. Apabila suatu perusahaan telah menentukan harga pokok penjualan, maka akan ditetapkan pula harga jual yang sesuai dengan semua biaya produksi termasuk biaya-biaya pemasaran dan pencapaian laba yang diinginkan.

Usaha batu bata merupakan salah satu bentuk usaha industri rumah tangga, dimana dibutuhkan perencanaan produksi yang baik jika usaha ini ingin berkembang. Adapun usaha batu bata ini merupakan milik Bapak Ibrahim Aiyub dan mulai beroperasi sekitar tahun 2005. Usaha batu bata ini terletak di Desa Paloh Lada Jln. Medan – B. Aceh dengan mempekerjakan sekitar 10 orang karyawan. Setiap usaha tentunya mempunyai hambatan dan rintangan yang harus dihadapi agar usaha tersebut dapat berkembang. Begitu pula pada usaha batu bata juga tak luput dari masalah yang harus dihadapi. Adapun masalah yang dihadapi oleh usaha pabrik batu bata adalah minimnya laba yang diperoleh. Itu artinya laba yang diperoleh tidak sesuai dengan yang diharapkan. Berdasarkan hasil wawancara pada pemilik usaha pabrik batu bata, biaya yang harus dikeluarkan untuk memproduksi satu unit batu bata kurang lebih Rp 270, dengan harga jual Rp 290 sampai Rp 300 sehingga laba yang diperoleh dalam produksi batu bata per unit hanya berkisar antara 10% sampai 12%, sedangkan laba yang diharapkan adalah 16%. Salah satu cara untuk meningkatkan laba diantaranya dengan meningkatkan harga jual atau dengan meminimalkan biaya produksi.

Oleh karena itu usaha pabrik batu bata perlu menetapkan harga pokok produksi sebagai dasar penetapan harga jual batu bata sehingga dapat mencapai laba yang diharapkan. Perhitungan dan penentuan harga pokok produksi merupakan hal yang sangat penting dalam penetapan harga jual produk. Dimana harga jual yang ditetapkan dapat menutupi biaya yang telah dikeluarkan sehingga penetapan harga jual dapat memperhitungkan laba yang diharapkan. Harga pokok produksi dapat diperoleh dengan metode *full costing* dan *variable costing*. Metode *full costing* diperoleh apabila biaya *overhead* pabrik yang dibebankan berbeda dengan biaya *overhead* pabrik yang sesungguhnya terjadi. Sedangkan dengan metode *variable costing* adalah dengan membebankan biaya produksi *variable*, sedangkan biaya produksi tetap dianggap sebagai biaya langsung dibebankan pada laba rugi.

Salah satu cara untuk menentukan laba produksi adalah dengan penerapan target *costing*. Target *costing* adalah penentuan harga pokok produk sesuai dengan yang diinginkan sebagai dasar penetapan harga jual produk sehingga target laba yang diinginkan akan tercapai. Diharapkan dengan adanya perhitungan target *costing*, perusahaan dapat menetapkan laba yang wajar sehingga para pelanggan rela membayar suatu produk yang telah dihasilkan oleh perusahaan tersebut.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pengertian Harga Jual

Harga ialah nilai tukar suatu produk yang dinyatakan dalam satuan moneter atau uang. Hansen dan Mowen (2001) mendefinisikan “harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang

dijual atau diserahkan". Pada kenyataannya, harga jual yang tinggi memang menghasilkan laba per unit yang besar, tapi kuantitas yang terjual menjadi sedikit. Dan jika dibandingkan dengan harga jual yang rendah, memang menghasilkan laba per unit yang lebih rendah, tapi kuantitas yang terjual menjadi lebih banyak.

2.2. Sasaran Penetapan Harga Jual

Dalam mencapai tujuan pasarnya, setiap perusahaan sangat mempertimbangkan keputusan dalam menetapkan harga. Menurut Boone dan Kurtz (2000:70) terdapat empat kategori penetapan harga, yaitu:

- 1) Sasaran profitabilitas, sebagian besar perusahaan mengejar sejumlah sasaran profitabilitas dalam strategi penetapan harganya. Mereka mengerti bahwa laba merupakan hasil dari pendapatan dikurang beban dimana pendapatan merupakan harga jual dikalikan kuantitas yang terjual.
- 2) Sasaran volume, sasaran volume yang pertama dalam strategi penetapan harga adalah maksimalisasi penjualan (*sales maximalization*). Dan sasaran yang kedua mendasarkan keputusan penetapan harga pada pangsa pasar (*market share*) yaitu persentase dari sebuah pasar yang dikontrol oleh perusahaan atau produk tertentu.
- 3) Tingkat kompetisi, sasaran penetapan harga ini bertujuan untuk menyamai harga yang ditetapkan pesaing. Dalam banyak bisnis, perusahaan menetapkan harga mereka sendiri untuk menyamakan dengan harga yang telah ditetapkan oleh pemimpin industri dalam hal ini perusahaan yang telah mapan.
- 4) Sasaran prestise, prestise membuat sebuah harga menjadi relatif tinggi untuk mengembangkan dan menjaga citra dan kualitas dan eksklusivitas.

2.3. Faktor-Faktor Penentu Harga Jual

Menurut Boone dan Kurtz (2000) dalam menentukan harga jual, perusahaan dipengaruhi oleh beberapa faktor dalam mempertimbangkan harga jual, yaitu:

- 1) Tujuan Pemasaran, sebelum menetapkan harga, biasanya menetapkan strategi untuk produk. Perusahaan telah memilih pasar yang akan dijadikan pasar sasarannya dan menetapkan posisi produknya di pasar.
- 2) Strategi Bauran Pemasaran, selain faktor tujuan pemasaran, penentuan harga pun dipengaruhi oleh faktor strategi bauran pemasaran. Pola dan disain produk, distribusi, tempat, dan promosi sangat berpengaruh pada penentuan harga jual. Disain produk yang menarik dibutuhkan teknik yang baik dan akan menentukan harga penjualan. Kualitas produk yang lebih baik akan mempengaruhi harga penjualan yang lebih tinggi karena untuk membuat kualitas barang dan jasa yang lebih baik diperlukan biaya yang lebih besar.
- 3) Biaya produksi, biaya seringkali oleh perusahaan kecil, menengah dan besar dijadikan dasar untuk menetapkan harga suatu produk. Biasanya perusahaan menetapkan harga untuk seluruh biaya produksi, distribusi, promosi, biaya perpajakan, biaya penjualan, dan biaya lain yang membebani perusahaan dari mulai produksi sampai pada purna jual.
- 4) Penentuan harga jual berdasarkan harga pesaing, perusahaan sangat mempertimbangkan harga pesaing yang terdapat di pasar. Ada beberapa strategi yang dipakai oleh perusahaan dalam menentukan harga jual, sekaligus menghadapi harga pesaing. Penentuan harga berdasarkan harga pesaing dibagi atas 3, yaitu:
 - a) Penentuan harga penetrasi, penentuan harga ini, dimana perusahaan menentukan harga yang lebih rendah dari harga pesaing agar dapat menguasai pasar. Keberhasilan penentuan harga penetrasi tergantung pada seberapa besar tanggapan konsumen terhadap penurunan harga.

- b) Penentuan harga defensive, perusahaan menurunkan harga pokok produksi dalam usaha mempertahankan pangsa pasarnya. Di samping itu, ada beberapa perusahaan yang menurunkan harga untuk menyerang perusahaan pesaing yang baru masuk ke dalam pasar, sering disebut dengan biaya predatori.
- c) penentuan harga prestise, perusahaan yang memiliki diversifikasi bauran produk akan menggunakan strategi penetrasi harga pada beberapa produk dan penentuan harga prestise untuk produk lainnya. Adapun yang menjadi tujuan dari penentuan harga prestise adalah untuk memberi kesan lini terbaik bagi produk.

2.4. Pengertian Biaya

Menurut mulyadi (1998) mengatakan bahwa biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam bentuk satuan uang yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu. Menurut sunarto (2003) mengatakan bahwa biaya adalah harga pokok atau bagiannya yang telah dimanfaatkan atau dikonsumsi untuk memperoleh pendapatan.

Biaya (*Cost*) adalah semua pengorbanan yang dikeluarkan untuk memproduksi atau memperoleh suatu komoditi. Untuk menghasilkan suatu produk (*output*) diperlukan sejumlah input. Biaya adalah nilai dari sejumlah input (faktor produksi) yang dipakai untuk menghasilkan suatu produk (*output*). Dalam bidang kesehatan produk yang dihasilkan adalah jasa pelayanan kesehatan, misal di rumah sakit produk outputnya adalah pelayanan rawat jalan, rawat inap, laboratorium, radiologi, kamar bedah dan lain-lain. Agar rumah sakit dapat menghasilkan pelayanan diperlukan sejumlah input antara lain gedung, alat medis dan non medis, tenaga medis serta input lain yang secara tidak langsung digunakan oleh pasien. Dengan kata lain biaya adalah nilai dari suatu pengorbanan untuk memperoleh suatu output tertentu.

2.5. Pengertian *Target Costing*

Target costing menurut Witjaksono (2006) suatu sistem dimana penentuan harga pokok produk adalah sesuai dengan yang diinginkan (*target*) sebagai dasar penetapan harga jual produk yang akan memperoleh laba yang diinginkan atau penentuan harga pokok sesuai dengan harga jual yang pelanggan rela membayarnya. Supriyono (2002) mendefinisikan *target costing* adalah "sistem untuk mendukung proses pengurangan biaya dalam tahap pengembangan dan perencanaan produk model baru tertentu, perubahan model secara penuh atau perubahan model minor". Manfaat utama *Target costing* adalah penetapan harga pokok produk sebagai dasar penetapan harga sehingga target laba yang diinginkan akan tercapai.

a. Prinsip-Prinsip Penerapan *Target Costing*

Target costing adalah suatu proses yang sistematis yang menggabungkan manajemen biaya dan perencanaan laba. Perhitungan biaya target (*target costing*) menjadi suatu pendekatan khusus yang berguna untuk pembuatan tujuan penurunan biaya. Menurut Witjaksono (2006) proses penerapan *target costing* menganut prinsip-prinsip sebagai berikut

- 1) Harga menentukan biaya (*Price Led Costing*)
- 2) Fokus pada pelanggan
- 3) Fokus pada desain produk dan desain proses
- 4) *Cross Functional Team*
- 5) Melibatkan Rantai Nilai
- 6) Orientasi daur hidup produk.

Selanjutnya keenam prinsip-prinsip penerapan biaya target (*target costing*) tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Harga menentukan biaya (*Price – Led Costing*)
2. Fokus pada pelanggan
3. Fokus pada desain produk dan desain proses
4. *Cross Functional Team*
5. Melibatkan rantai nilai
6. Orientasi daur hidup produk

b. Asumsi Dasar *Target Costing*

Menurut Witjaksono (2006) *target costing* sangat mungkin sesuai bagi perusahaan yang *Price Taker* dalam suatu pasar yang heterogen, dimana kompetisi menentukan harga jual produk barang/jasa, yang ditandai dengan karakteristik antara lain :

1. Umumnya tidak layak atau tidak ada kehendak untuk menawarkan produk dengan harga yang tak terjangkau oleh para kompetitor.
2. Keunggulan spesifik suatu perusahaan akan menentukan arah dalam melakukan deferensiasi produk baru dari yang telah ada di pasaran, misalnya *Cost Advantage* produk yang sama/serupa namun dengan harga yang lebih murah dan Penambahan fungsi, misalnya dengan tambahan fitur baru dengan harga yang kompetitif.

c. Kendala Menerapkan *Target Costing*

Dari uraian di atas dapat dibayangkan bahwa penerapan *target costing* ternyata tidak mudah. Berikut ini adalah kendala yang kerap dikeluhkan oleh perusahaan yang mencoba menerapkan *target costing* (Witjaksono : 2006).

1. Konflik antar kelompok atau antar anggota kelompok
2. Karyawan yang mengalami *burnout* karena tuntutan target penyelesaian pekerjaan
3. Target waktu penyelesaian yang terpaksa ditambah
4. Sulitnya melakukan pengaturan atas berbagai faktor penentu keberhasilan *target costing*.

Dengan demikian sangat disarankan bagi perusahaan yang tertarik untuk menerapkan *target costing* memperhatikan hal-hal berikut :

1. Manajemen puncak harus memahami proses *target costing* sebelum mengadopsinya.
2. Apabila perhatian manajemen terlalu terpaku pada pencapaian sasaran *target costing*, maka dapat mengalihkan perhatian dari manajemen mengenai pencapaian sasaran keberhasilan organisasi secara keseluruhan.

4.6. Harga Pokok Produksi

Harga pokok merupakan pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh aktiva. Menurut Mulyadi (2002), menyatakan bahwa : “Harga pokok digunakan untuk menunjukkan pengorbanan sumber ekonomi dalam pengolahan bahan baku menjadi produk.” Menurut Hansen dan Mowen yang diterjemahkan oleh Ancella A. Hermawan M.B.A., (2006) menyatakan bahwa : “Harga pokok produksi mencerminkan total biaya barang yang diselesaikan selama periode berjalan. Biaya yang hanya akan dibebankan ke barang yang diselesaikan adalah biaya manufaktur bahan langsung, biaya tenaga kerja langsung dan overhead. Rincian dari biaya ini diuraikan dalam daftar pendukung yang disebut sebagai laporan harga pokok produksi”.

a. Manfaat Informasi Harga Pokok Produksi

Dalam perusahaan manufaktur, informasi harga pokok produksi yang dihitung untuk jangka waktu tertentu bermanfaat bagi manajemen. Menurut Mulyadi (2002) menyatakan bahwa manfaat informasi harga pokok produksi 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 produk dalam proses yang disajikan dalam neraca.

b. Metode Penentuan Harga Pokok Produksi

1. Metode Variable Costing,
Variable costing adalah metode penentuan harga pokok yang hanya membebankan biaya-biaya produksi variabel saja ke dalam harga pokok produk.. Metode ini disebut

Variable Costing dengan alasan bahwa biaya yang dibebankan kepada produk hanya biaya yang berhubungan langsung dengan produk saja. Dengan pengertian tersebut, maka yang disebut harga pokok produksi adalah penjumlahan dari biaya bahan variabel, biaya upah variabel dan biaya *overhead variable* (LM Samryn, 2001). Dalam metode *variable costing*, biaya *overhead* pabrik tetap diperlakukan sebagai *period costs* dan bukan sebagai unsur harga pokok produk, sehingga biaya *overhead* pabrik tetap dibebankan sebagai biaya dalam periode terjadinya. Dengan demikian biaya *overhead* pabrik tetap di dalam metode *variable costing* tidak melekat pada persediaan produk yang belum laku dijual, tetapi langsung dianggap sebagai biaya dalam periode terjadinya. Menurut *metode variable costing*, penundaan pembebanan suatu biaya hanya bermanfaat jika dengan penundaan tersebut diharapkan dapat dihindari terjadinya hanya yang sama dalam periode yang akan datang.

2. Metode Full Costing, *full costing* atau sering pula disebut *absorption* atau *conventional costing*

Metode Full Costing adalah metode penentuan harga pokok produksi, yang membebankan seluruh biaya produksi, baik yang berperilaku tetap maupun variabel kepada produk. Harga pokok produksi menurut metode *full costing* terdiri dari : Biaya bahan baku, Biaya tenaga kerja langsung, Biaya *overhead* pabrik tetap, Biaya *overhead* pabrik *variable* dan Harga pokok produk (LM Samryn, 2001). Dalam metode *full costing*, biaya *overhead* pabrik, baik yang berperilaku tetap maupun variabel, dibebankan kepada produk yang diproduksi atas dasar tarif yang ditentukan di muka pada kapasitas normal atau atas dasar biaya *overhead* pabrik sesungguhnya. Oleh karena itu, biaya *overhead* pabrik tetap akan melekat pada harga pokok persediaan produk dalam proses dan persediaan produk jadi yang belum laku dijual, dan baru dianggap sebagai biaya (unsur harga pokok penjualan) apabila produk jadi tersebut telah terjual.

4.7. Metode Penentuan Harga Jual

Metode penentuan harga jual ada empat, yaitu :

1. Penentuan Harga Normal (Normal Pricing)

Dalam keadaan normal, harga jual ditentukan atas biaya penuh masa yang akan datang dan ditambahkan atas laba yang diharapkan. Adapun rumus yang di gunakan untuk menghitung harga jual yaitu :

$$\text{Harga jual Per-unit} : \frac{\text{Total harga jual}}{\text{Jumlah produk yang diproduksi}}$$

2. Cost Type Contract (Cost type Contract)

Kontrak pembuatan produk / jasa yang pihak pembeli setuju untuk membeli produk / jasa pada total biaya yang sesungguhnya dikeluarkan oleh produsen ditambah dengan laba yang dihitung sebesar persentase tertentu dari total biaya sesungguhnya tersebut.

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

Pesanan diterima oleh perusahaan diluar pesanan reguler perusahaan. Pesanan reguler adalah pesanan yang dibebani tugas untuk menutup seluruh biaya tetap yang akan terjadi dalam tahun anggaran. Pesanan khusus adalah diperkirakan tidak hanya mengeluarkan biaya variabel saja, namun merupakan biaya tetap, karena harus beroperasi diatas kapasitas yang telah tersedia.

4. Penentuan Harga Jual Waktu dan Bahan

Penentuan harga jual dan bahan ini pada dasarnya merupakan *Cost-Plus Pricing*. Harga jual ditentukan sebesar harga jual perbuah dan ditambah laba yang diharapkan. Metode harga jual seperti ini digunakan oleh perusahaan bengkel mobil, dok kapal, dan perusahaan lain yang menjual jasa reparasi dan bahan, dan suku cadang sebagai pelengkap penjualan jasa.

3. METODOLOGI PENELITIAN

1. Pengumpulan Data Penelitian

Data biaya bahan baku , Data biaya tenaga kerja, Data overhead pabrik.

2. Data Biaya Produksi

Biaya produksi adalah biaya yang terjadi sehubungan dengan kegiatan manufaktur atau memproduksi suatu barang terdiri atas biaya bahan langsung, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead. Pada aspek biaya produksi yang meliputi:

1. Bahan langsung (*Direct Materials*) adalah semua bahan yang membentuk bagian integral dari barang jadi.
2. Biaya tenaga kerja langsung adalah biaya yang timbul karena pemakaian tenaga kerja yang dipergunakan untuk mengolah bahan menjadi bahan jadi.
3. Biaya overhead adalah biaya yang timbul karena pemakaian fasilitas untuk mengolah barang berupa mesin, alat-alat, tempat kerja dan kemudahan lain.

3. Penentuan harga pokok produksi dengan variable costing dan full costing.

4. Penentuan harga jual

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Biaya Bahan Baku

Bahan baku yang digunakan untuk membuat batu bata adalah :

Tanah liat dengan harga Rp 150.000/mobil. 2. Pasir dengan harga Rp 100.000/mobil

4.2. Biaya Tenaga Kerja

Jumlah tenaga kerja pada pabrik batu bata adalah 9 orang, yang terbagi atas:

a. 2 orang tenaga wanita. b. 7 orang tenaga pria

Untuk daftar nama karyawan dapat dilihat pada tabel 4.1 yaitu sebagai berikut :

Tabel 1. Data Nama Karyawan Beserta Upah/Gaji

No	Nama	Divisi	Upah/gaji
1	Nuraini	Tukang cetak batu bata	Rp 25/unit
2	Masyitah	Tukang cetak batu bata	Rp 25/unit
3	Muksalmina	a. Tukang pengolahan (pijak) tanah b. Tukang susun batu bata setengah jadi	a. Rp 35/unit b. Rp 5/unit
4	M. Isa	a. Tukang pengolahan (pijak) tanah b. Tukang susun pengeringan batu bata c. Tukang susun batu bata setengah jadi	a. Rp 35/unit b. Rp 5/unit c. Rp 5/unit
5	Iwan	a. Tukang bongkar muat batu bata setengah jadi b. Tukang bongkar muat batu bata jadi	a. Rp 12/unit b. Rp 15/unit
6	Rahmad	a. Tukang bongkar muat batu bata setengah jadi b. Tukang bongkar muat batu bata jadi	a. Rp 12/unit b. Rp 15/unit
7	Zulmadi	a. Tukang bongkar muat batu bata setengah jadi b. Tukang bongkar muat batu bata jadi	a. Rp 12/unit b. Rp 15/unit
8	Andi	a. Tukang bongkar muat batu bata setengah jadi b. Tukang bongkar muat batu bata jadi	a. Rp 12/unit b. Rp 15/unit
9	Irwan	a. Tukang susun batu bata untuk pembakaran b. Tukang tutup dan buka tempat pembakaran batu bata c. Tukang bakar batu bata	a. Rp 200.000 b. Rp 80.000 c. Rp 400.000

4.3. Biaya Overhead Pabrik

1. Kayu bakar : Rp 750.000/truk. 2. Biaya listrik : Rp 30.000/bulan. 3. Sewa kerbau : Rp 5/unit 4. Sewa mobil : Rp 10/unit. 5. Sewa supir : Rp 8/unit

4.4. Perhitungan Biaya Produksi

Salah satu faktor yang mempengaruhi kegiatan produksi adalah dengan memperhatikan masalah biaya produksi, dimana biaya produksi adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam kegiatan proses produksi. Adapun jenis biaya produksi yang dikeluarkan oleh perusahaan dapat meliputi : biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik.

a. Biaya Bahan Baku

Sebelum dilakukan perhitungan target *costing*, maka terlebih dahulu akan disajikan data total produksi batu bata di Desa Paloh Lada khususnya untuk Bulan Juni 2012 yaitu 57.000 unit batu bata. Dalam hubungannya dengan uraian tersebut di atas dapat disajikan data biaya bahan baku langsung khususnya pada Pabrik Batu Bata Di Desa Paloh Lada untuk Bulan Juni 2012 yaitu :

Biaya yang dikeluarkan untuk membeli bahan baku :

- Pada bulan juni memerlukan tanah liat sebanyak 9 mobil, sehingga biaya yang harus dikeluarkan untuk membeli tanah liat yaitu : $150.000/\text{mobil} \times 9 = \text{Rp } 1.350.000$
- Pada bulan juni memerlukan pasir sebanyak 1 mobil, sehingga biaya yang harus dikeluarkan untuk membeli pasir yaitu : $\text{Rp } 100.000$

Untuk lebih lengkapnya dapat disajikan melalui tabel 4.2 yaitu sebagai berikut :

Tabel 2. Besarnya Biaya Bahan Baku Langsung Tahun 2012

No	Jenis Bahan Baku Langsung	Bulan Juni
1	Tanah liat	Rp 1.350.000
2	Pasir	Rp 100.000
Jumlah Biaya bahan baku langsung		Rp 1.450.000

Berdasarkan tabel 2 yakni data biaya bahan baku yang dikeluarkan oleh pabrik batu bata, maka besarnya biaya bahan baku langsung dapat ditentukan dengan menggunakan rumus :

$$\text{Biaya bahan baku langsung (unit)} = \frac{\text{Biaya bahan baku langsung}}{\text{Jumlah produksi}}$$

Dengan demikian besarnya biaya bahan baku langsung untuk Bulan Juni dapat dihitung sebagai berikut :

$$\text{Biaya bahan baku langsung (unit)} = \frac{\text{Biaya bahan baku langsung}}{\text{Jumlah produksi}}$$

$$\text{Biaya bahan baku langsung (unit)} = \frac{\text{Rp } 1.450.000}{\text{Rp } 57.000} = \text{Rp } 25,43$$

b. Biaya tenaga kerja langsung

Untuk bulan april dengan hasil produksi 57.000 unit batu bata, biaya tenaga kerjanya meliputi :

- Upah tukang cetak batu bata Rp 25/unit, maka diperoleh $57.000 \times 25 = \text{Rp } 1.425.000$
- Upah pijak tanah Rp 35/unit, maka diperoleh $57.000 \times 35 = \text{Rp } 1.995.000$
- Upah susun pengeringan batu bata Rp 5/unit, maka diperoleh $57.000 \times 5 = \text{Rp } 285.000$
- Upah susun batu bata setengah jadi Rp 5/unit, maka diperoleh $57.000 \times 5 = \text{Rp } 285.000$
- Upah bongkar muat batu bata setengah jadi Rp 12/unit, maka diperoleh $57.000 \times 12 = \text{Rp } 684.000$

- f. Upah bongkar muat batu bata jadi Rp 15/unit, maka diperoleh $57.000 \times 15 = \text{Rp } 855.000$
- g. Upah susun batu bata untuk pembakaran batu bata Rp 200.000
- h. Upah tutup dan buka untuk pembakaran batu bata Rp 80.000
- i. Upah bakar batu bata Rp 400.000

Keseluruhan biaya yang telah dikeluarkan pada Bulan Juni bila di jumlahkan secara keseluruhan akan diperoleh hasil Rp 6.209.000. Besarnya biaya tenaga kerja langsung pada Bulan Juni 2012 berjumlah Rp 6.209.000. Dengan demikian maka besarnya biaya tenaga kerja langsung yang dikeluarkan oleh Pabrik Batu untuk Bulan Juni 2012 dapat dilihat sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Biaya tenaga kerja langsung per unit} &= \frac{\text{Biaya tenaga kerja langsung}}{\text{Jumlah produksi}} = \frac{6.209.000}{57.000} \\ &= \text{Rp } 108,92 \end{aligned}$$

c. Biaya Overhead Pabrik

Biaya overhead pabrik pada Bulan Juni dengan hasil produksi 57.000 unit batu bata, meliputi :

- a. Kayu bakar 6 truk, maka biaya yang dikeluarkan adalah $750.000/\text{truk} \times 8 \text{ truk} = \text{Rp } 6.000.000$
- b. Biaya listrik Rp 35.000
- c. Sewa kerbau Rp 5/unit, maka biaya yang dikeluarkan adalah $57.000 \text{ unit} \times 5/\text{unit} = \text{Rp } 285.000$
- d. Sewa mobil Rp 10/unit, maka biaya yang dikeluarkan adalah $57.000 \text{ unit} \times 10/\text{unit} = \text{Rp } 570.000$
- e. Sewa supir Rp 8/unit, maka biaya yang dikeluarkan adalah $57.000 \text{ unit} \times 8/\text{unit} = \text{Rp } 456.000$

Untuk lebih lengkapnya, Besarnya overhead pabrik langsung untuk Bulan Juni 2012 dapat disajikan melalui tabel 4.3 yaitu sebagai berikut :

Tabel 3. Data Biaya Overhead Pabrik

No	Jenis Biaya Overhead Pabrik	Bulan Juni
1	Kayu Bakar	Rp 6.000.000
2	Biaya Listrik	Rp 35.000
3	Sewa Kerbau	Rp 285.000
4	Sewa mobil	Rp 570.000
5	Sewa supir	Rp 456.000
Jumlah Biaya Overhead Pabrik		Rp 7.341.000

Tabel 3. menunjukkan bahwa jumlah biaya overhead pabrik untuk Bulan Juni adalah sebesar Rp 7.341.000, sehingga biaya overhead pabrik per unit dapat dihitung sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Besarnya biaya overhead pabrik per unit} &= \frac{\text{Biaya overhead pabrik}}{\text{Jumlah produksi}} = \frac{\text{Rp } 7.341.000}{\text{Rp } 57.000} \\ &= \text{Rp } 128,79 \end{aligned}$$

4.5. Menghitung harga pokok produksi

Analisa yang digunakan dalam penentuan harga pokok produksi (HPP) adalah dengan menggunakan pendekatan *Full Costing* dan *Variabel Costing*.

a. Pendekatan Full Costing

Full costing adalah penentuan harga pokok produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya overhead pabrik baik yang variable maupun tetap. Adapun Cara perhitungan HPP dengan metode *Full Costing* dapat disajikan melalui tabel 4.4 yaitu:

Tabel 4. Perhitungan HPP dengan metode full costing

No	Uraian	Bulan Juni
1	Biaya bahan baku	Rp 1.450.000
2	Biaya tenaga kerja langsung	Rp 6.209.000
3	Biaya overhead pabrik variable	Rp 7.306.000
4	Biaya overhead pabrik tetap	Rp 35.000
Total Biaya		Rp15.000.000

Berdasarkan Tabel 4 menunjukkan bahwa harga pokok produksi (HPP) dengan metode *full costing* untuk Bulan Juni sebesar Rp 15.000.000.

b. Pendekatan Variable Costing

Variable Costing adalah suatu konsep penentuan harga pokok produksi yang hanya memasukkan atau membebankan biaya produksi variable sebagai elemen harga pokok produksi, sedangkan biaya produksi tetap dianggap sebagai biaya periode yang langsung dibebankan kepada laba rugi. Adapun Cara perhitungan HPP dengan metode *Variable Costing* dapat disajikan melalui tabel 4.5 yaitu :

Tabel 5. Perhitungan HPP dengan metode variable costing

No	Uraian	Bulan Juni
1	Biaya bahan baku	1.450.000
2	Biaya tenaga kerja langsung	6.209.000
3	Biaya overhead pabrik variable	7.306.000
Total Biaya		14.965.000

Berdasarkan Tabel 5 menunjukkan bahwa harga pokok produksi (HPP) dengan metode *variable costing* untuk Bulan Juni sebesar Rp 14.965.000.

4.6. Penentuan Harga Jual

Sebelum dilakukan penentuan harga jual, maka terlebih dahulu akan disajikan data penjualan batu bata di Desa Paloh Lada untuk Bulan Juni 2012 yaitu batu bata yang terjual sebesar 55.800 unit. Sedangkan data harga jual batu bata untuk Bulan Juni 2012 yaitu Rp 300/unit. Berdasarkan uraian diatas yakni data harga batu bata, maka terlebih dahulu disajikan laporan laba rugi yaitu sebagai berikut :

1. Metode Full Costing

Laporan laba rugi dengan menggunakan metode *full costing* untuk Bulan Juni dapat dilihat pada tabel 6 :

Tabel 6. Laporan Laba Rugi Penjualan Batu Bata Bulan Juni 2012

Uraian	Bulan Juni
Hasil penjualan	Rp 16.740.000
Biaya produksi	Rp 15.000.000 -
Laba Bruto	Rp 1.740.000
Biaya administrasi & umum	Rp 0 -
Biaya pemasaran	Rp 0 -
Laba Bersih Usaha	Rp 1.740.000

2. Metode Variable Costing

Laporan laba rugi dengan menggunakan metode *variable costing* untuk Bulan Juni dapat dilihat pada tabel 7 :

Tabel 7. Laporan Laba Rugi Penjualan Batu Bata Bulan Juni 2012

Uraian	Bulan Juni
Hasil penjualan	Rp 16.740.000
Biaya produksi variabel	Rp 14.965.000
Biaya pemasaran variabel	Rp 0
Biaya adm & umum variabe	Rp 0 -
Laba kontribusi	Rp 1.775.000
Biaya produksi tetap	Rp 35.000
Biaya pemasaran tetap	Rp 0
Biaya adm & umum tetap	Rp 0 -
Laba Bersih Usaha	Rp 1.740.000

Dalam hubungan dengan uraian diatas akan disajikan hasil perhitungan biaya per ton (biaya produksi) pada Pabrik batu bata di Desa Paloh Lada untuk Bulan Juni dapat dilihat pada tabel 8 yaitu sebagai berikut :

Tabel 8. Hasil Perhitungan Biaya Produksi Per Unit Bulan April-Juni 2012

No	Uraian	Bulan Juni
1	Biaya bahan baku langsung	25,43
2	Biaya tenaga kerja langsung	108,92
3	Biaya overhead pabrik	128,79
	Total biaya per unit	263,14

Untuk menentukan harga jual berdasarkan hasil perhitungan harga pokok produksi (HPP) dapat ditentukan dengan menggunakan rumus :

Harga jual = taksiran biaya penuh + laba yang diharapkan

1. Bulan Juni

Untuk penjualan batu bata pada Bulan Juni, diharapkan laba sebesar 16 % maka dapat ditentukan harga jual sebagai berikut :

Harga jual/unit = taksiran biaya penuh + laba yang diharapkan = $263,14 + (16\% \times 263,14) = \text{Rp } 305$

Data harga jual batu bata menurut perusahaan dan data harga jual batu bata dari perhitungan harga pokok produksi sesuai dengan target laba sebesar 16% maka akan disajikan dalam bentuk tabel yaitu sebagai berikut:

Tabel 9. Perbandingan harga jual menurut perusahaan dan harga jual dari perhitungan harga pokok produksi (HPP)

Bulan	Harga Jual Menurut Perusahaan Per Unit (Rp)	Harga Jual setelah ditambah target keuntungan 16% dari HPP Per Unit	Selisih harga jual/unit	
			Rp	Persentase (%)
Juni	300	305	5	1,67
Total	300	305	5	1,67

Berdasarkan tabel 9 yakni Perbandingan Harga Jual Menurut Perusahaan dan Harga Jual dari Perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) dari target laba yang diharapkan sebesar 16%, untuk Bulan Juni diperoleh hasil bahwa harga jual batu bata per unit tidak memenuhi dari target laba yang diharapkan (kurang dari 16 %) yaitu sebesar 1,67 %.

Berdasarkan harga jual dari data biaya maka akan disajikan perhitungan margin laba dalam penjualan batu bata yang dapat dilihat pada tabel 10 sebagai berikut :

Tabel 10 Besarnya Laba Dalam Penjualan Batu Bata (Menurut Perusahaan)

Bulan	Harga Jual Per Unit	Biaya Per Unit	Laba	
	(Rp)	(Rp)	Rp	%
Juni	300	263,14	36,86	12,28
Total	300	263,14	36,86	12,28

Berdasarkan tabel 10 yakni hasil perhitungan laba dalam penjualan batu bata yang menunjukkan bahwa laba dalam penjualan batu bata untuk Bulan Juni sebesar 12,28%, sedangkan laba yang diharapkan oleh Pabrik Batu Bata yaitu sebesar 16%.

4.7. Analisis Penerapan Target Costing sebagai Alat Penilaian Efisiensi Produksi Batu Bata

Salah satu cara yang dilakukan oleh perusahaan dalam memaksimalkan laba dalam penjualan batu bata adalah penerapan target *costing*. Dimana target costing adalah penerapan harga pokok produksi sebagai dasar penetapan harga sehingga target laba yang diinginkan akan tercapai. Kemudian perlu ditambahkan bahwa dari kalkulasi biaya yang dilakukan oleh Pabrik Batu Bata Milik Bapak Ibrahim di Desa Paloh Lada ternyata diperoleh laba kurang dari 16% atau belum sesuai dengan yang diharapkan. Oleh karena itulah akan dilakukan perhitungan target *costing* yang dapat disajikan pada tabel 11:

Tabel 11 Perhitungan Target Costing Dalam Penjualan Batu Bata

Uraian	Bulan Juni
Penjualan	Rp 16.740.000
Laba yang di harapkan 16% dari penjualan	Rp 2.678.400
Total Biaya Produksi	Rp 14.061.600

Berdasarkan tabel 11 maka besarnya target *costing* dalam penjualan batu bata untuk Bulan Juni sebesar Rp 14.061.600. Dengan demikian maka target *costing* per unit dapat dihitung sebagai berikut :

❖ Bulan Juni

Besarnya target *costing* per unit dalam penjualan batu bata untuk Bulan Juni dapat dihitung sebagai berikut :

$$\text{Target Costing (per unit)} = \frac{\text{Total biaya produksi}}{\text{Total penjualan}} = \frac{\text{Rp 14.061.600}}{\text{Rp 55.800}} = \text{Rp 252}$$

Berdasarkan hasil perhitungan target *costing*, maka selanjutnya akan dilakukan perhitungan margin laba dalam penjualan batu bata yang dapat disajikan melalui tabel 4.12 yaitu sebagai berikut :

Tabel 12 Perhitungan Laba Dalam Penjualan Batu Bata (Menurut Target Costing)

Bulan	Harga Jual Per Unit	Biaya Per Unit	Laba	
	(Rp)	(Rp)	Rp	%
Juni	300	252	48	16
Total	300	252	48	16

Tabel 12 yakni hasil perhitungan laba dalam penjualan yang margin laba dalam penjualan yang menunjukkan bahwa target *costing* yang ditetapkan oleh perusahaan telah sesuai dengan prosentase laba yang diharapkan dalam penjualan batu bata. Oleh karena

itulah akan disajikan perbandingan kalkulasi biaya menurut perusahaan dan menurut target *costing* yang dapat dilihat pada tabel 13 yaitu sebagai berikut :

Tabel 13 Perbandingan Biaya Menurut Perusahaan dengan Menurut Target Costing dalam Penjualan Batu Bata per Unit

Bulan	Besarnya Biaya Menurut Perusahaan (Rp)	Besarnya Biaya Menurut Target Costing (Rp)	Penghematan Biaya	
			Rp	%
Juni	263,14	252	11,14	4,23
Total	263,14	252	11,14	4,23

Tabel 13 yakni hasil perhitungan laba dalam penjualan yang laba dalam penjualan yang menunjukkan bahwa target *costing* yang ditetapkan oleh perusahaan telah sesuai dengan persentase laba yang diharapkan dalam penjualan batu bata. Oleh karena itulah akan disajikan perbandingan kalkulasi biaya menurut perusahaan dan menurut target *costing* yang dapat dilihat pada tabel 14 yaitu sebagai berikut :

Tabel 14 Perbandingan Biaya Menurut Perusahaan dengan Menurut Target Costing dalam Penjualan Batu Bata

Bulan	Besarnya Biaya Menurut Perusahaan (Rp)	Besarnya Biaya Menurut Target Costing (Rp)	Penghematan Biaya	
			Rp	%
Juni	15.000.000	14.061.600	938.400	6,25
Total	15.000.000	14.061.600	938.400	6,25

Berdasarkan tabel 14 yakni hasil perbandingan total biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dengan menurut target *costing*, maka dapatlah dikatakan bahwa dengan penerapan target *costing* lebih efisien jika dibandingkan dengan menurut perusahaan. Hal ini dapat dilihat bahwa untuk Bulan Juni besarnya biaya menurut perusahaan sebesar Rp 15.000.000, sedangkan menurut target *costing* sebesar Rp 14.061.600, sehingga terjadi penghematan sebesar Rp 938.400 atau sebesar 6,25%. Dengan demikian maka dapatlah dikatakan bahwa penerapan target *costing* dapat dijadikan sebagai alat penilaian efisiensi produksi batu bata.

4.8. Usaha-Usaha dalam Peningkatan Laba Produksi Batu Bata

Menurut Suwardjono (2008 : 464) laba dimaknai sebagai imbalan atas upaya perusahaan menghasilkan barang dan jasa. Ini berarti laba merupakan kelebihan pendapatan diatas biaya (biaya total yang melekat dalam kegiatan produksi dan penyerahan barang / jasa). Kalimat yang sangat banyak dinantikan jawabannya oleh banyak pelaku usaha adalah bagaimana cara meningkatkan laba dari usaha yang dilakukan. Bila suatu usaha sudah berjalan dan mulai membuahkan keuntungan, tentu sedikit demi sedikit kita berupaya agar keuntungan tersebut semakin lama semakin meningkat. Itulah yang menjadikan suatu usaha semakin lama semakin berkembang sehingga dengan usaha tersebut bisa menjadikan kehidupan yang lebih baik. Namun banyak yang kemudian berhenti berkembang karena laba usahanya berhenti pada nilai tertentu, padahal kebutuhan hidup semakin meningkat. Karena itu perlu upaya untuk terus meningkatkan laba dari usaha yang telah dijalankan.

Berdasarkan hasil penelitian pada usaha pabrik batu bata di Desa Paloh Lada, maka untuk dapat meningkatkan laba agar sesuai dengan yang diharapkan yaitu dengan 2 cara :

1. Menetapkan harga jual berdasarkan perhitungan harga pokok produksi

Berdasarkan hasil perhitungan harga pokok produksi, maka harga jual batu bata per unit untuk Bulan April yaitu Rp 301, untuk Bulan Mei harga jual batu batanya per unit yaitu Rp 304, sedangkan untuk Bulan Juni harga jual batu batanya per unit yaitu Rp 303. Itu

artinya harga jual batu bata per unit mengalami sedikit kenaikan dari harga jual batu bata yang telah ditetapkan sebelumnya yaitu Rp 300 per unit.

2. Meningkatkan efisiensi dan kinerja karyawan

Pemilik usaha pabrik batu bata harus mampu meningkatkan produktivitas dan mendorong pekerjaannya untuk lebih efektif dalam bekerja. Berikut ini hal-hal yang harus diperhatikan oleh pengelola pabrik batu bata yaitu :

a. Meminimalisasi kerusakan produk

Bahan baku berupa tanah liat agar diolah dengan baik (tanah liat yang padat harus dicangkul secara merata agar tanah liat tersebut menjadi gembur dan mudah menyerap air, kemudian tanah liat direndam dengan air yang cukup selama kurang lebih setengah hari. Selanjutnya tanah liat tersebut dibajak sampai benar-benar lumat dengan tujuan agar batu bata tersebut tidak mudah patah).

b. Mengurangi pemborosan baik dari segi biaya maupun waktu

Mengurangi pemborosan dari segi biaya yaitu dengan mengolah kembali batu bata setengah jadi yang patah (produk gagal). Sedangkan dari segi waktu yaitu dengan meningkatkan kedisiplinan kerja karyawan sehingga produktivitasnya meningkat.

c. Menjaga kepuasan pelanggan

Agar produk batu bata yang dihasilkan dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan/konsumen maka perlu diperhatikan hal-hal berikut ini diantaranya dengan mengusahakan agar produk batu bata yang dihasilkan dalam bentuk yang bagus, kuat, rapi dan berwarna kemerah-merahan. Kemudian diusahakan agar produk batu bata yang diterima oleh pelanggan/konsumen tidak banyak yang patah.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu sebagai berikut :

- 1) Berdasarkan perhitungan harga pokok produksi (HPP) pada pembuatan batu bata dengan metode *full costing* untuk Bulan Juni sebesar Rp 15.000.000, Sedangkan harga pokok produksi (HPP) pada pembuatan batu bata dengan metode *variable costing* untuk Bulan Juni sebesar Rp 14.965.000.
- 2) Berdasarkan hasil perhitungan harga pokok produksi (HPP) batu bata agar diperoleh harga jual/unit sesuai dengan laba 16%, maka ditetapkan untuk Bulan Juni harga jualnya yaitu Rp 305/unit, sehingga target labanya tercapai atau meningkat sebesar 3,72%.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Bastian BustamidanNurlela, 2006. *AkuntansiBiaya :TeoridanAplikasi*. Bandung:GrahaIlmu
- Blocher, E.J., Chen. K.H., dan Lin, T.W.,2001. *ManajemenBiaya: DenganTekananStrategik, JilidKedua,EdisiPertama*, Penerjemah: A. SustyAmbarriani, SalembaEmpat, Jakarta.
- Boone, Louis E., and Kurtz, David L., 2000, *Contemporary Business*, Harcourt Inc.
- Carter, William K danUsry, Milton F. 2002.*AkuntansiBiaya*. Jakarta: SalembaEmpat.
- Curtis, Dan B., James J. Floyd and Jerry L. Winsor. 1996. *Business and Professional Communication*. (Terjemahan).Jakarta : PT. RosdaJayaputra.
- Don R, Hansen danMowen Maryanne M. *ManajemenBiaya*. Buku 2.Jakarta :SalembaEmpat,2001.
- Duncan, Tom. *Principles of Advertising & Integrated Marketing Communication*, 2nd edition. New York: McGraw Hill/Irwin 2005

- Garrison, Ray H., Eric W. Norendan Peter C. Brewer, 2006. *Managerial Accounting, ahlibahasaolehNuriHinduan, AkuntansiManajerial*, edisisebelas, Bukusatu, PT. SalembaEmpat, Jakarta.
- Hasibuan, S.P.M. 1994. *ManajemenSumberDayaManusia, DasardanKunciKeberhasilan*. Jakarta.
- Henry Simamora, 1999, *ManajemenSumberDayaManusia*, BP STIE YKPN, Yogyakarta, 745 halaman.
- LM Samryn, *AkuntansiManajerialSuatuPengantar*, CetakanPertama, PT. Raja GrafindoPersada, Jakarta, 2001, halaman 63.
- Mulyadi, 1986, *AkuntansiBiaya, Edisikedua*, Yogyakarta: BPFE UniversitasGunadarma.
- Mulyadi, 1998. *AkuntansiBiaya*. Yogyakarta :Aditya Media
- Mulyadi, 2001. *SistemAkuntansi*, EdisiKe 3, PenerbitSalembaEmpat
- Mulyadi, 2002. *AkuntansiBiayaedisikelima*. STIE YKPN, Yogyakarta.
- S, BambangdanKartasapoetra, G., 1998. *KalkulasiPengendalianBiayaProduksi*, PT.BinaAksara, Jakarta.
- Soemarso, 2002. *AkuntansiSuatuPengantar*, edisipertama, SalembaEmpat, Jakarta.
- Subagyo, Pangstu. 2000. *ManajemenOperasi*. Yogyakarta.BPFE Yogyakarta.
- Sunarto. 2004. *AkuntansiBiaya*. Yogyakarta.AMUS Yogyakarta.
- Sunarto. 2004. *AkuntansiManajemen*. Yogyakarta.AMUS Yogyakarta.
- SunartodanR. Sahedhy Noor (2003). *ManajemenSumberDayaManusia*. Penerbit BPFE, Yogyakarta.
- Supriyono, R.A, 2002, *Akuntansi Biaya dan Akuntansi Manajemen untuk Teknologi Majudan Globalisasi*, EdisiKedua, CetakanPertama, Penerbit : BPFE, Yogyakarta.
- Witjaksono, 2006, *AkuntansiBiaya*, EdisiPertama, CetakanPertama, Penerbit :GrahaIlmu, Yogyakarta.
- ZakiBaridwan. 2000. *Intermediate Accounting Edisiketujuh*. Yogyakarta: BPFE.