

## **PENGARUH HARGA POKOK PRODUKSI TERHADAP HARGA JUAL PADA PERUSAHAAN PELEBURAN ALUMINIUM CAP ELANG MAS**

Eva Faridah  
Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis  
vae\_everal@gmail.com

Teten Kuswara  
Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis  
tenkus@gmail.com

### **ABSTRAK**

*Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh Harga Pokok Produksi Terhadap Harga Jual Pada Perusahaan Peleburan Aluminium Cap Elang Mas. Tujuan penelitian ini adalah 1]. Untuk menganalisis harga pokok produksi pada Perusahaan Peleburan Aluminium Cap Elang Mas; 2]. Untuk menganalisis harga jual pada Perusahaan Peleburan Aluminium Cap Elang Mas; 3]. Untuk menganalisis pengaruh harga pokok produksi terhadap harga jual pada Perusahaan Peleburan Aluminium Cap Elang Mas. Metode yang digunakan dalam penelitian ini metode deskriptif dan metode verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Sedangkan untuk menganalisis data yang diperoleh digunakan analisis Regresi Linier Sederhana, Analisis Koefisien Korelasi, Analisis Koefisien Determinasi (KD), dan Uji Hipotesis menggunakan Uji Signifikansi (Uji t). Hasil dari penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa pengaruh harga pokok produksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga jual pada Perusahaan Peleburan Aluminium "Cap Elang Mas" Ciamis dengan besarnya pengaruh 92,16% dan sisanya 7,84% dipengaruhi faktor lain.*

*Kata kunci : Harga Pokok Produksi dan Harga Jual*

### **I. Pendahuluan**

Perkembangan ekonomi Indonesia saat ini semakin berkembang, seiring dengan perkembangan arus teknologi dan informasi yang secara langsung mempengaruhi kehidupan manusia. Pengaruh ini dapat dilihat dari pesatnya perkembangan dalam aspek ekonomi yang ditandai dengan banyak didirikannya usaha-usaha di daerah-daerah baik usaha kecil, usaha menengah sampai usaha yang bersekala besar yang didirikan oleh masyarakat yang menghasilkan produk yang beraneka ragam, maupun sejenis.

Dengan semakin berkembangnya perindustrian telah menimbulkan persaingan yang semakin ketat dengan mendorong perusahaan agar mampu bersaing dengan perusahaan lainnya dalam perindustrian. Untuk menghadapi hal tersebut, perusahaan harus mampu mengatur strategi yang tepat agar dapat mempertahankan atau bahkan meningkatkan posisinya ditengah persaingan yang sedang terjadi, sehingga tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan akan tercapai.

Pada perusahaan manufaktur, informasi biaya dapat terlihat pada perhitungan harga pokok produksi yang mencerminkan total biaya yang digunakan untuk memproduksi satuan produk yang dihasilkan. Biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, serta biaya *overhead* pabrik merupakan unsur-unsur yang harus dipertimbangkan dalam menetapkan harga pokok

produksi yang nantinya akan dijadikan dasar untuk menetapkan harga jual itu sendiri. Salah satu strategi yang dilakukan oleh perusahaan agar dapat bersaing dalam bisnis global ini adalah dengan mengurangi biaya, meningkatkan produktivitas, meningkatkan kualitas produk dan meningkatkan kemampuan untuk memberi respon terhadap berbagai kebutuhan konsumen. Dengan demikian, dinamika perekonomian global yang maju dengan pesat, kompleks, dan penuh inovasi, teknologi tersebut menuntut para pelaku bisnis untuk dapat mengelola usahanya dengan efektif dan efisien.

Harga pokok masih merupakan faktor yang penting dalam pertimbangan untuk menetapkan harga jual yang nantinya diharapkan untuk memperoleh laba. Dengan menentukan harga pokok produksi maka perusahaan dapat mengetahui biaya produksi yang akan dikeluarkan, perusahaan dalam menentukan harga jual dari suatu pesanan akan sesuai dengan biaya produksi yang telah dikeluarkan untuk memproduksi pesanan tersebut.

Laba yang diperoleh perusahaan dapat optimal karena harga jual yang dibebankan kepada pemesan ditentukan oleh besarnya biaya produksi yang dikeluarkan untuk memproduksi pesanan tersebut. Satu-satunya faktor yang memiliki kepastian relatif tinggi yang mampu dikendalikan manajemen dalam menentukan harga jual yaitu biaya. Sehingga, informasi biaya menjadi dasar yang lebih pasti bagi manajemen dalam membuat kebijakan mengenai harga jual dengan tetap memperhitungkan laba yang diharapkan perusahaan serta faktor-faktor lainnya yang tidak bisa diramalkan dan dikendalikan sepenuhnya oleh perusahaan.

Sebagai gambaran dan data awal berikut ini penulis menyajikan data laporan keuangan harga jual Perusahaan Peleburan Alumunium Cap Elang Mas.

**Tabel 1. Harga jual Perusahaan Peleburan Alumunium Cap Elang Mas  
Periode Tahun 2012-2016**

Tahun	Nilai Jual Per Unit (Rp)	Peningkatan/ Penurunan (Rp)	Persentase (%)
2012	41.110	-	-
2013	48.484	7.373	1,18
2014	58.367	9.883	1,20
2015	56.883	(1.484)	(0,97)
2016	59.727	2.844	1,05

*Sumber: Laporan Keuangan Perusahaan Peleburan Alumunium Cap Elang Mas*

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai jual per unit tahun 2012 nilai jual per unit sebesar Rp. 41.110. Pada tahun 2013 nilai jual per unit mengalami kenaikan menjadi Rp.

48.484 dengan kenaikan 1,18%, kenaikan disebabkan karena pada tahun tersebut telah mengalami kenaikan harga pokok produksi sehingga nilai jual per unit meningkat. Pada tahun 2014 mengalami kenaikan nilai jual per unit menjadi Rp. 58.367 dengan kenaikan 1,20%, kenaikan disebabkan karena kenaikan harga pokok produksi, sehingga nilai jual per unit meningkat. Pada tahun 2015 mengalami penurunan nilai jual per unit menjadi Rp. 56.883 dengan penurunan 0,97%, penurunan disebabkan karena kenaikan harga pokok produksi di imbangi dengan produk yang dihasilkan, sehingga membuat nilai harga jual per unit menurun. Dan pada tahun 2016 mengalami kenaikan Harga Pokok Produksi menjadi Rp. 59.727 dengan kenaikan 1,05%, kenaikan disebabkan karena kenaikan harga pokok produksi, sehingga nilai jual per unit meningkat. Terlihat dari tahun 2012-2016 harga jual Perusahaan Peleburan Alumunium Cap Elang Mas mengalami kenaikan dan penurunan.

Kemudian untuk melihat penyebab kenaikan harga jual, maka dapat dilihat dari laporan keuangan harga pokok produksi yang ditetapkan oleh Perusahaan Peleburan Alumunium “Cap Elang Mas” Ciamis tahun 2012-2016 dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 2. Harga Pokok Produksi Perusahaan Peleburan Alumunium Cap Elang Mas Periode Tahun 2012-2016**

Tahun	Biaya Bahan Baku (Rp)	Biaya Tenaga Kerja Langsung (Rp)	Biaya Overhead Pabrik (Rp)	Harga Pokok Produksi (Rp)	Persentase (%)
2012	1.900.436.600	228.000.000	52.497.000	2.180.933.600	-
2013	1.870.957.000	345.600.000	54.150.000	2.270.707.000	1,04
2014	2.230.223.600	357.120.000	53.148.000	2.640.491.600	1,16
2015	2.519.769.200	267.840.000	52.950.000	2.840.559.200	1,08
2016	2.631.354.000	316.360.000	52.613.000	3.000.327.000	1,06

*Sumber: Laporan Keuangan Perusahaan Peleburan Alumunium Cap Elang Mas*

Dari tabel diatas dapat kita lihat harga pokok produksi Perusahaan Peleburan Alumunium Cap Elang Mas dari tahun 2012-2016. Pada tahun 2012 harga pokok produksi Rp. 2.180.933.600 Pada tahun 2013 mengalami kenaikan menjadi Rp. 2.270.707.000, dengan persentase kenaikan 1,04 %. Kenaikan disebabkan karena terjadi peningkatan pada biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik. Pada tahun 2014 mengalami kenaikan kembali menjadi Rp. 2.640.491.600 dengan persentase kenaikan 1,16%. Kenaikan disebabkan karena biaya bahan baku dan tenaga kerja langsung mengalami kenaikan. Pada tahun 2015 mengalami kenaikan kembali menjadi Rp. 2.840.559.200, dengan persentase kenaikan 1,08%. Kenaikan disebabkan dikarenakan pada tahun tersebut biaya bahan baku mengalami kenaikan.

Dan pada tahun 2016 mengalami kenaikan Harga Pokok Produksi menjadi Rp. 3.000.327.000, dengan persentase kenaikan 1,06%. Kenaikan disebabkan karena biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung mengalami peningkatan.

Sehingga, dapat disimpulkan metode penentuan harga pokok produksi yang diterapkan perusahaan belum sepenuhnya berjalan baik pada perusahaan peleburan aluminium Cap Elang Mas, dikarenakan kurangnya langkah-langkah yang digunakan, sehingga mengakibatkan harga pokok produksi yang diterapkan perusahaan belum efisien.

Keputusan harga jual merupakan keputusan yang sulit, karena adanya faktor-faktor yang terlibat dalam pembuatan keputusan tersebut, baik faktor intern maupun ekstern, sehingga perlu pertimbangan mendalam dan teliti untuk memperoleh harga jual yang benar-benar sesuai keinginan dan tujuan perusahaan. Menurut Swastha dan Irawan (2013:349) Adapun faktor-faktor tersebut adalah:

#### 1. Keadaan Perekonomian

Keadaan perekonomian sangat mempengaruhi tingkat harga yang berlaku, seperti periode resesi misalnya inflasi harga naik, deflasi harga akan turun. Dengan terjadinya nilai rupiah terhadap nilai dollar menyebabkan barang-barang mengalami kenaikan.

#### 2. Penawaran dan Permintaan

Penawaran dan permintaan dimana dengan adanya permintaan yang besar terhadap suatu barang tertentu akan mengakibatkan harga barang tersebut meningkat, sedangkan apabila penawaran terhadap suatu produk meningkat maka harga akan naik.

#### 3. Elastisitas Permintaan

Elastisitas permintaan dapat juga dikatakan sifat permintaan pasar, sifatnya tidak hanya berpengaruh pada penentuan harga tetapi mempengaruhi volume yang dijual apabila terjadi kenaikan harga maka penjualan akan turun dan sebaliknya.

#### 4. Persaingan

Persaingan dimana harga jual suatu barang juga dipengaruhi oleh keadaan yang persaingan yang ada antara lain persaingan murni, pada persaingan murni banyak penjual dan pembeli dalam pasar persaingan tidak sempurna yaitu ada barang sejenis dalam pasar dengan merk yang berbeda-beda.

## 5. Biaya

Biaya merupakan dasar penentuan harga dalam penentuan harga. Sebab suatu tingkat harga yang tidak dapat menutup biaya akan mengakibatkan kerugian, apabila suatu tingkat harga melebihi semua biaya akan menghasilkan keuntungan.

## 6. Tujuan dan Perusahaan

Tujuan perusahaan, setiap penentuan harga selalu dikaitkan dengan tujuan perusahaan yang hendak dicapai antara lain: laba maksimum, volume penjualan, penguasaan pasar, kembalinya modal yang tertanam dalam jangka waktu tertentu.

## 7. Pengawasan Pemerintah

Pengawasan pemerintah, pengawasan ini dapat berupa penentuan harga maksimum dan minimum, deskriminasi harga, serta praktek-praktek lain yang mendorong atau mencegah usaha-usaha ke arah monopoli.

Menurut Mulyadi (2012:65) dalam bukunya yang berjudul Akuntansi Biaya menjelaskan bahwa harga pokok produksi bermanfaat untuk:

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.

Sedangkan Menurut Abdul Halim dan Bambang Supomo (2013:42) Keunggulan metode penentuan harga pokok produksi adalah sebagai berikut:

1. Alat perencanaan operasi
2. Penetapan harga jual
3. Alat bantu pengambilan keputusan manajemen
4. Penentuan titik impas atau pulang pokok
5. Alat pengendalian manajemen.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa harga pokok produksi berpengaruh terhadap harga jual. Setiap perusahaan menggunakan harga pokok produksi sebagai penentuan harga jual. Ketika harga pokok produksi meningkat maka harga jual juga akan meningkat. Begitupun sebaliknya, ketika harga pokok produksi menurun maka harga jual juga akan menurun. Untuk itu diajukan hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H: Terdapat pengaruh harga pokok produksi terhadap harga jual.

## II. Metode

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode analisis deskriptif dan metode verifikasi dengan pendekatan kuantitatif. Artinya penelitian yang berusaha memberikan gambaran mengenai data atau kejadian berdasarkan fakta-fakta yang tampak pada situasi dengan melakukan penelitian yang menekankan analisisnya pada data-data *numeric* (angka) yang diolah. Penelitian ini ditujukan untuk menggambarkan dengan jelas bagaimana pengaruh harga pokok produksi terhadap harga jual pengolahan karet Oleh karena itu, pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, karena data harga pokok produksi dan perhitungan harga jual pada Perusahaan Peleburan Alumunium Cap Elang Mas yang diperoleh dari penelitian ini berupa data kuantitatif.

Penelitian ini dilakukan untuk meneliti bagaimana pengaruh harga pokok produksi terhadap harga jual, sehingga perlu dilakukan pengujian terhadap hipotesis yang diajukan dengan cara mengukur variabel yang diteliti. Variabel tersebut adalah:

### 1. Variabel Independen

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah Harga Pokok Produksi (X). Menyatakan harga pokok produksi terdiri dari tiga elemen biaya, yaitu: bahan baku langsung, tenaga kerja langsung dan overhead pabrik (Bustami dan Nurlela, 2013:49)

$$\text{Harga Pokok Produksi} = \text{Bahan Baku langsung} + \text{Tenaga Kerja Langsung} + \text{overhead pabrik}$$

### 2. Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Harga Jual (Y). Harga jual adalah harga yang dapat menutup semua biaya (biaya produksi dan non produksi) ditambah dengan laba yang wajar, umumnya biaya tidak menentukan harga jual produk atau jasa (Mulyadi, 2012:65).

$$\text{Harga Jual} = \text{Biaya Produksi} + \text{Biaya Non Produksi} + \text{Laba}$$

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data ini bertujuan untuk mengetahui Harga Pokok Produksi, dan Harga Jual.

1. Data primer, meneliti secara langsung dengan cara menyusun daftar pertanyaan, mengadakan wawancara langsung pada bagian keuangan perusahaan.

2. Data sekunder, meneliti dengan cara mengumpulkan data yang diperoleh dari buku-buku sumber yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti.

Sementara itu di dalam penelitian ilmiah, ada beberapa teknik pengumpulan data, yaitu sebagai berikut:

1. Pengamatan (*observasi*) merupakan cara pengumpulan data dengan terjun dan melihat langsung ke lapangan terhadap objek yang diteliti (populasi/sampel).
2. Penelusuran literatur merupakan cara pengumpulan data dengan menggunakan sebagian atau seluruh data yang telah ada atau laporan data dari peneliti sebelumnya.
3. Wawancara (*interview*) merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan mengadakan tanya jawab langsung kepada objek yang diteliti atau kepada perantara yang mengetahui persoalan dari objek yang diteliti.
4. Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data sekunder yang berupa data laporan keuangan yang diperoleh dari instansi atau lembaga terkait dengan cara mengumpulkan data-data tersebut, mengolahnya kemudian menganalisis.

Untuk melengkapi dan menyelesaikan pelaksanaan penelitian ini penulis menggunakan teknik pengambilan data dan informasi berupa pengumpulan dokumentasi, teknik ini digunakan untuk memperoleh data primer.

Teknik analisis data digunakan dengan analisis secara statistik dengan tahapan-tahap berikut ini:

#### 1. Uji Regresi Linier Sederhana

Uji regresi linear sederhana digunakan untuk mengukur pengaruh antara satu variabel bebas terhadap variabel terikat. Rumusnya adalah:

$$Y = a + bX$$

(Sugiyono, 2012:261)

Dimana:

Y = Variabel Response atau Variabel Akibat (Dependent)

X = Variabel Predictor atau Variabel Faktor Penyebab (Independent)

a = Konstanta

b = Koefisien regresi (kemiringan); besaran Response yang ditimbulkan oleh Predictor.

#### 2. Uji Koefisien Korelasi

Uji koefisien korelasi adalah nilai yang menunjukkan kuat atau tidaknya hubungan antar dua variabel dan untuk mengetahui arah hubungan yang terjadi. Untuk dapat menguji hipotesis

penelitian. Koefisien korelasi menunjukkan seberapa besar hubungan yang terjadi antara dua variabel. Untuk mengetahui seberapa besar hubungan antara variabel X (Harga pokok produksi) dengan Y (Harga jual), dapat digunakan perhitungan korelasi dengan rumus sebagai berikut:

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

(Sugiyono, 2012:212)

Keterangan:

r = Koefisien korelasi

X = Variabel Independen

Y = Variabel Dependen

n = Sampel

Derajat korelasi dinyatakan dengan ukuran koefisien korelasi, yaitu suatu bilangan antara -1 dan +1.

1. Jika = +1 berarti ada korelasi positif sempurna antara variabel X dan variabel Y.
2. Jika = -1 berarti ada korelasi negatif sempurna antara variabel X dan variabel Y.
3. Jika = 0 berarti tidak ada korelasi variabel X<sub>1</sub> dan variabel Y.

Untuk mengetahui tingkat hubungan koefisien korelasi yang digunakan tabel sebagai berikut:

**Tabel 3. Interpretasi Koefisien Korelasi X terhadap Y**

Proposi/internal koefisien	Keterangan
0,00-0,19	Sangat Lemah
0,20-0,39	Lemah
0,40-0,59	Sedang
0,60-0,79	Kuat
0,80-1,00	Sangat Kuat

(Sugiyono, 2012:250)

### 3. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara, dua variabel. Untuk mencari koefisien determinasi, menggunakan rumus sebagai berikut:

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

(Sugiyono, 2012:231)

Keterangan : Kd = Koefisien determinasi

$r^2$  = Koefisien korelasi



#### 4. Uji t

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Pengujian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel bebas (Harga Pokok Produksi) terhadap variabel terikat (Harga Jual). Uji t dicari dengan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

(Sugiyono, 2012:250)

Keterangan: r = Koefisien regresi

n = Jumlah responden

t = Uji hipotesis

Adapun langkah-langkah yang digunakan untuk uji t adalah:

- a. Jika t hitung < t tabel, maka Ho diterima dan Ha ditolak, ini berarti tidak terdapat pengaruh bermakna (signifikan) oleh variabel X dan Y.
- b. Jika t hitung > t tabel, maka Ho ditolak dan Ha diterima ini berarti terdapat pengaruh signifikan antara Variabel X dan Y.

### III. Hasil

Berdasarkan hasil penelitian Harga Pokok Produksi pada Perusahaan Peleburan Alumunium Cap Elang Mas tahun 2012-2016 diketahui bahwa Harga Pokok Produksi Per Unit mengalami kenaikan. Hal tersebut diuraikan sebagai berikut:

1. Pada tahun 2012 harga pokok produksi per unit pada Perusahaan Peleburan Alumunium Cap Elang Mas adalah sebesar Rp. 22.396.
2. Pada tahun 2013 harga pokok produksi per unit pada Perusahaan Peleburan Alumunium Cap Elang Mas mengalami peningkatan sebesar 1,08%. Hal ini disebabkan karena terjadi peningkatan pada biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik sehingga menambah harga pokok produksi.
3. Pada tahun 2014 harga pokok produksi per unit pada Perusahaan Peleburan Alumunium Cap Elang Mas mengalami peningkatan sebesar 1,29%. Hal ini disebabkan karena terjadi peningkatan pada biaya bahan baku dan tenaga kerja langsung sehingga menambah harga pokok produksi.

4. Pada tahun 2015 harga pokok produksi per unit pada Perusahaan Peleburan Alumunium Cap Elang Mas mengalami peningkatan sebesar 1,01%. Hal ini disebabkan karena terjadi peningkatan pada biaya bahan baku sehingga menambah harga pokok produksi.
5. Pada tahun 2016 harga pokok produksi per unit pada Perusahaan Peleburan Alumunium Cap Elang Mas mengalami peningkatan sebesar 1,09%. Hal ini disebabkan karena terjadi peningkatan pada biaya bahan baku sehingga menambah harga pokok produksi.

Secara keseluruhan dapat diketahui bahwa dari tahun ke tahun harga pokok produksi per unit pada Perusahaan Peleburan Alumunium Cap Elang Mas terus mengalami peningkatan. Peningkatan terbesar yaitu terjadi pada tahun 2014 yaitu sebesar Rp. 31.112 sehingga hal tersebut menjadikan menambah harga pokok produksi. Dengan meningkatnya harga pokok produksi maka akan berdampak pada harga jual perusahaan. Harga pokok produksi diperlukan perusahaan untuk pengambilan keputusan didalam menentukan harga jual suatu produk.

Bagi perusahaan sebaiknya perhitungan harga pokok produksi disusun berdasarkan kategori pada metode full costing, sehingga akan mudah untuk dipahami penggolongan biayanya. Hal ini karena perhitungan harga pokok produksi disusun berdasarkan urutan akun tanpa memisahkan ke golongan biaya masing-masing. Perusahaan sebaiknya lebih memperhatikan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik, sehingga perlunya melakukan pengawasan yang pada saat proses produksi, agar harga pokok produksi dapat lebih hemat lagi.

Dari pembahasan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa harga pokok produksi merupakan pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dengan satuan uang untuk memperoleh penghasilan. Informasi yang berkaitan dengan harga pokok produksi dapat digunakan sebagai dasar penentuan harga jual.

Harga jual pada pada Perusahaan Peleburan Alumunium Cap Elang Mas tahun 2012-2016 diketahui bahwa Harga Jual per unit mengalami kenaikan dan penurunan. Hal tersebut diuraikan sebagai berikut:

1. Pada tahun 2013 harga jual per unit mengalami peningkatan dibandingkan dengan 2012 sebesar 1,18% dari tahun sebelumnya disebabkan kenaikan harga produk.
2. Pada tahun 2014 harga jual per unit mengalami peningkatan dibandingkan dengan 2013 sebesar 1,20% dari tahun sebelumnya disebabkan kenaikan harga produk.

3. Pada tahun 2015 harga jual per unit mengalami penurunan dibandingkan dengan 2014 sebesar 0,97% disebabkan oleh jumlah permintaan produk naik.
4. Pada tahun 2016 harga jual mengalami peningkatan dibandingkan dengan 2015 sebesar 1,05% disebabkan oleh jumlah kenaikan harga produk.

Perusahaan Peleburan Alumunium Cap Elang Mas mengalami kenaikan dan penurunan, kenaikan terbesar terjadi pada tahun 2014 sebesar 1,20% dan penurunan terjadi pada tahun 2015 sebesar 0,97% hal ini disebabkan kenaikan dan penurunan harga pokok produksi dan penekanan biaya-biaya yang dialokasikan perusahaan terutama harga pokok produksi namun hal tersebut diimbangi dengan naiknya laba yang diharapkan oleh perusahaan disertai dengan peningkatan permintaan konsumen sehingga perusahaan dapat menghasilkan harga jual yang meningkat pada tahun tersebut.

Besarnya harga jual tersebut, jelas sangat menguntungkan bagi pihak perusahaan. Apabila harga jual meningkat maka laba perusahaan pun meningkat. Kenaikan harga jual disebabkan karena jumlah permintaan tiap tahun terus naik sehingga perusahaan mengeluarkan produknya setiap tahun dengan jumlah yang banyak sesuai yang diminta oleh para konsumen dan kenaikan harga jual tersebut diakibatkan karena barang lebih murah dibanding dengan harga produk yang lain.

Perusahaan sebaiknya lebih memperhatikan biaya produksi, biaya non produksi dan menentukan laba yang diharapkan, perusahaan harus melakukan pengawasan agar biaya produksi tidak terlalu tinggi serta harus mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk, skill, dan sumber daya manusia agar harga jual selalu maksimal.

Dari pembahasan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa harga jual adalah suatu barang atau jasa yang diproduksi oleh perusahaan menjadi biaya pengeluaran bagi perusahaan ditambah dengan persentase laba yang diinginkan perusahaan, oleh sebab itu untuk mencapai suatu laba yang diinginkan oleh perusahaan salah satu cara yang perlu dilakukan untuk menarik suatu minat konsumen adalah dengan cara menentukan harga produk dengan tepat untuk dijual. Dapat memberikan kepuasan kepada konsumen dengan harga yang sesuai dengan kualitas produk suatu barang, dan harga tersebut adalah harga jual yang tepat.

Berdasarkan hasil perhitungan statistik bahwa harga pokok produksi berpengaruh positif terhadap harga jual pada Perusahaan Peleburan Alumunium Cap Elang Mas. Terbukti dari hasil Uji t menunjukkan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $5.9385 > 2.353$ . Artinya bahwa setiap penambahan atau peningkatan variabel harga pokok produksi akan berdampak positif pada

harga jual. Hasil perhitungan analisis koefisien korelasi menunjukkan bahwa hubungan antara harga pokok produksi dengan harga jual sebesar 96% dalam kategori sangat tinggi, sesuai dengan Tabel 3.2 artinya harga pokok produksi dengan harga jual memiliki hubungan sangat tinggi Berdasarkan pengolahan data besarnya korelasi harga pokok produksi dengan harga jual adalah sebesar 0,921 atau sebesar 92,16% yang termasuk pada kategori tinggi artinya Harga Pokok Produksi dipengaruhi Harga Jual sebesar 92,16%. Sedangkan sisanya 7.84% disebabkan oleh faktor lain yang tidak diteliti seperti kondisi ekonomi, daya beli, pesaing, dan lain-lain.

Dari pembahasan tersebut diatas dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian ini mendukung hipotesis yang telah diajukan yaitu “Harga pokok produksi berpengaruh positif terhadap harga jual”. Hasil ini mengindikasikan bahwa setiap perusahaan menggunakan harga pokok produksi sebagai penentuan harga jual. Ketika harga pokok produksi meningkat maka harga jual juga akan meningkat. Begitupun sebaliknya, ketika harga pokok produksi menurun, maka harga jual juga akan menurun.

#### IV. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh harga pokok produksi terhadap harga jual pada Perusahaan Peleburan Aluminium Cap Elang Mas maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Perusahaan Peleburan Aluminium Cap Elang Mas dalam melakukan perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode full costing, akan tetapi secara penyajian belum menggunakan metode *full costing* secara mestinya. Dapat dilihat dari kenaikan dan penurunan setiap tahunnya, Kenaikan harga pokok produksi tertinggi pada tahun 2014 dan kenaikan terendah pada tahun 2013.
2. Penentuan harga jual pada Perusahaan Peleburan Aluminium Cap Elang Mas mengalami kenaikan dan penurunan dari tahun 2012-2016. Artinya kenaikan dan penurunan disebabkan oleh kenaikan harga jual dan kenaikan laba yang diharapkan oleh perusahaan disertai dengan peningkatan permintaan konsumen.
3. Harga pokok produksi berpengaruh positif terhadap harga jual dari tahun 2012-2016 pada Perusahaan Peleburan Aluminium Cap Elang Mas. Artinya bahwa dengan meningkatkan harga pokok produksi, maka akan meningkatkan pula harga jual.

**Daftar Pustaka**

- Bastian, B & Nurlela. 2013. *Akuntansi Biaya*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Basu, S & Irawan 2013. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Offset.
- Garrison, N & Brewer. 2013. *Akuntansi Manajerial*, Edisi 14. Jakarta: Salemba Empat.
- Gitosudarmo, I. 2012. *Anggaran Perusahaan*. Yogyakarta: BPFE Universitas Gajah Mada.
- Halim & kusufi. 2014. *Akuntansi Keuangan Daerah*. Edisi 4. Jakarta: Salemba Empat.
- Harahap. 2013. *Teori Akuntansi*. Cetakan Kesebelas. Rajawali Pers. Jakarta.
- Herman, K. 2013. *Marketing Plus: Siasat Manajemen Persaingan Global*. Jakarta: PT. Gramedia Pusaka Utama.
- Horngren, C et. al. 2012. *Akuntansi Biaya: Pendekatan Manajerial*. Jakarta: Erlangga.
- Kamarudin, A. 2013. *Akuntansi Manajemen: Dasar-dasar konsep biaya dan pengambilan keputusan*, Edisi Revisi 8. Jakarta: Rajawali Pers Bisnis.
- Kotler, P & Keller, KL. 2014. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Krismiaji, A. 2011. *Akuntansi Manajemen*, Edisi Kedua. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Mulyadi. 2012. *Akuntansi Biaya*, Edisi 5. Yogyakarta: UPP-STIM YKPN.
- Rosidah, E. 2013. *Akuntansi Biaya*. Bandung: Mujahid Prees.
- Sumarso, SR. 2015. *Dasar Akuntansi*, Edisi 2. Jakarta: LPFEUI.
- Sufia, S & Elizabeth. 2015. *Akuntansi Biaya*. Bogor: Edisi In Media.
- Sumarsan, T. 2013. *Perpajakan Indonesia* (vol.3). Jakarta: PT. Indeks.
- Swastha, B. 2013. *Manajemen Penjualan*, Edisi 3. Yogyakarta: BPFE.