

Sistem Informasi Akuntansi Penuh dalam Penentuan Harga Jual pada PT. Coca Cola Bottling Indonesia Medan

**ZULIA HANUM**

**Jurnal Ilmiah Ekonomikawan ISSN: 1693-7600 Edisi 12 Juli 2013**

### **ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah penerapan informasi akuntansi penuh dalam penentuan harga jual yang dilakukan perusahaan sudah efektif. Yang menjadi Objek Penelitian Penulis adalah PT. Coca Cola Bottling Indonesia-Medan yaitu Perusahaan yang bergerak dalam bidang minuman ringan. Penentuan harga jual dilakukan oleh tiap daerah sebelum ditransfer ke pusat. Hal ini disebabkan oleh karena perbedaan biaya harga pokok produksi dan biaya operasional yang terjadi di setiap daerah.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode statistic deskriptif, yaitu suatu metode yang dilakukan dengan mengumpulkan, mengklasifikasikan, menganalisa serta menginterpretasikan data yang berhubungan dengan masalah yang dihadapi dan membandingkan pengetahuan teknis (data sekunder) dengan keadaan yang sebenarnya pada perusahaan untuk kemudian mengambil kesimpulan. Dan kemudian menggunakan metode rata-rata dari variabel penelitian.

Dari pembahasan yang dilakukan dalam penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa informasi akuntansi penuh yang dilakukan oleh PT. Coca Cola Bottling Indonesia Medan dalam Penentuan Harga Jual telah tepat, hal ini dapat dilihat dari perhitungan mean adalah sebesar 2,67. Penentuan Harga Jual pada PT. Coca Cola Bottling Indonesia Medan telah menggunakan informasi akuntansi penuh, hal ini dapat dilihat dari adanya penggunaan Metode Full Cost Pricing, dimana dengan menggunakan metode ini maka akan menunjukkan biaya-biaya yang digunakan dalam proses produksi baik itu langsung maupun tidak langsung. PT.Coca Cola Bottling Indonesia Medan tidak menetapkan mark-up atas produknya, hal ini disebabkan karena harga jual telah ditetapkan secara nasional, namun dalam penetapan harga jual untuk medan dan tiap daerah lain perusahaan terlebih dahulu menetapkan sendiri harga jual sebelum ditransfer ke pusat sesuai dengan tingkat inflasi di daerah tersebut.

**Kata Kunci : Informasi Akuntansi Penuh dan Harga Jual**

**PENDAHULUAN**

Setiap perusahaan, yang dalam hal ini khususnya perusahaan manufaktur, sebelum melakukan aktivitas terutama produksi membutuhkan informasi yang berhubungan dengan proses produksi, seperti informasi total biaya yang dibutuhkan, jumlah produksi serta barang yang dipergunakan. Untuk itu diperlukan suatu bagian yang menghasilkan informasi yang dibutuhkan yaitu informasi akuntansi penuh yang menyajikan informasi mengenai pendapatan total, biaya total dan aktiva total baik di masa lalu maupun dimasa yang akan datang. Di dalam penganalisaan informasi akuntansi penuh, pada suatu perusahaan selalu berkaitan dengan objek informasi yang dapat berupa produk, aktivitas, departemen, atau divisi perusahaan sebagai objek keseluruhan.

Biaya produksi meliputi biaya-biaya yang terdiri dari pembelian bahan baku, upah tenaga kerja yang diperlukan serta biaya-biaya yang termasuk dalam biaya overhead pabrik. Sedangkan penentuan biaya produksi tersebut sangat berpengaruh terhadap harga jual produk. Apabila harga produksi besar tentunya harga jual produk tersebut juga harus tinggi untuk mendapatkan laba yang diharapkan

1

Begitu juga PT. Coca Cola Bottling Indonesia-Medan , sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang industry berbagai jenis minuman ringan dengan berbagai merek , dimana penentuan biaya produksi dilakukan oleh manajer keuangan perusahaan sebelum kegiatan proses produksi berlangsung . untuk memperoleh laba, pihak manajemen harus mampu menentukan harga jual dengan baik, karena apabila perusahaan tidak mampu menentukan harga jual dengan baik, maka perusahaan mungkin mengalami kerugian sebagai akibat harga yang terlalu rendah atau sebagai akibat barang yang tidak laku karena terlalu

mahal. Akuntansi penuh merupakan alat yang baik bagi manajemen untuk melaksanakan tugasnya sebagai pengelola perusahaan dalam mengambil keputusan, khususnya keputusan mengenai harga jual. Pengambilan keputusan harga jual penting bagi perusahaan, karena harga jual sangat berpengaruh terhadap pendapatan dan pada akhirnya akan berpengaruh terhadap laba perusahaan.

Dengan memperoleh informasi mengenai produksi dan biaya operasional dari tiap-tiap unit produksi coca cola, maka pihak manajemen perusahaan mengambil jumlah seluruh biaya sehingga diperoleh harga jual tersebut.

Dibawah ini merupakan table perbandingan biaya produksi dari tahun 2007-2010 :

Tabel I  
perbandingan biaya produksi dari tahun 2007-2010

<b>keterangan</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
<b>biaya bahan baku</b>	14.686	15.273	16.186	17.319
<b>biaya overhead pabrik</b>	2.075	2.136	2.191	2.279
<b>biaya tenaga kerja</b>	7.897	8.177	8.549	8.986

*Sumber : PT. Coca Cola*

Tabel II  
Laba dari tahun 2007-2010

<b>Tahun</b>	<b>Laba</b>
2007	9.685.176

2008	12.417 .540
2009	65.306 .826
2010	42.665 .929

Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa biaya bahan baku, biaya overhead, dan biaya tenaga kerja dari tahun 2007 hingga 2010 mengalami peningkatan, tentunya ini menyebabkan harga jual juga meningkat. Hal ini disebabkan oleh karena perbedaan biaya harga produksi dan biaya operasional yang terjadi . Dari data laba diatas terjadi penurunan laba di tahun 2010 disebabkan oleh menurunnya pendapatan kontribusi, ini menyebabkan laba perusahaan berfluktuasi untuk tahun 2010.

Dari data diatas dapat diketahui bahwa penentuan harga jual ditentukan dari informasi akuntansi penuh seperti jumlah biaya produksi dan biaya operasional.

## **KAJIAN TEORI**

### **Informasi Akuntansi Penuh**

Informasi akuntansi penuh menyajikan informatika mengenai pendapatan total, biaya total dan aktiva total baik di masa lalu maupun di masa yang akan datang. Dalam hubungannya dengan kesatuan usaha tertentu. Informasi akuntansi penuh dapat berupa informasi biaya penuh (*full cost information*), informasi

aktiva penuh (*full asset information*), dan informasi pendapatan penuh (*full revenue information*).

#### **a. Metode Perhitungan Akuntansi Biaya Penuh**

Menurut Mulyadi (2001, hal. 48) biaya penuh atau *full cost* merupakan:

Total biaya yang bersangkutan dengan informasi. Jika objek informasi berupa produk, *full cost* merupakan biaya yang bersangkutan dengan produk tersebut. Perhitungan *full cost* atau produk dipengaruhi oleh metode penentuan *cost* produk yang digunakan *full costing* atau *variable costing*, *activity based costing*.

Berdasarkan definisi tersebut biaya penuh produk adalah jumlah biaya yang bersangkutan dengan produk tersebut. Perhitungan biaya penuh produk menurut Mulyadi (2001, hal. 48) terdiri dari tiga metode, yaitu :

- 1) *Full Costing*
- 2) *Variable Costing*
- 3) *Activity Based Costing*

Di bawah ini akan diuraikan maksud dari kutipan di atas, yaitu sebagai berikut:

- 1) Metode *full costing*

*Full costing* (penentuan biaya pokok penuh) memperlakukan semua biaya produksi sebagai biaya produk (*product cost*), tidak peduli apakah biaya tersebut variabel ataukah tetap (Simamora, 1999, hal. 181)

- 2) Metode *variable costing*

*Variable costing* merupakan salah satu metode penentuan *cost* produk, disamping *full costing*, yang membebankan hanya biaya produksi yang berperilaku saja kepada produk. Jika perusahaan menggunakan pendekatan *variable costing* dalam penentuan *cost* produksinya

### *Activity Based Costing*

*Activity based costing* pada dasarnya merupakan metode penentuan *cost* pabrik (*product costing*) yang ditujukan untuk menyajikan informasi *cost* produk secara cermat (*accurate*) bagi kepentingan manajemen, dengan mengukur secara cermat konsumsi sumber daya dalam setiap aktivitas yang digunakan untuk menghasilkan produk.

Dari uraian mengenai unsur yang membentuk biaya produk dengan full costing, variable costing, dan activity based costing, dapat disajikan ringkasan perkembangan metode penentuan cost produk . (*costing method*) seperti tampak pada gambar berikut ini.

**Gambar II-1**  
**Beda Pendekatan Full Costing, Variabel Costing, Dan Activity Based Costing**

Full Costing	Variable Costing	Activity Based Costing
Biaya produksi	Biaya Variable	Unit level activity costing
Biaya administrasi		Batch related activity cost
Biaya pemasaran	Biaya tetap	Product sustaining activity cost
		Facility-ustaining activity cost

Sumber : Mulyadi (2001) Akuntansi Manajemen

## **b. Manfaat Informasi Akuntansi Penuh**

Menurut Mulyadi (2001, hal. 54) informasi akuntansi bermanfaat bagi manajemen untuk :

- 1) Pelaporan keuangan
- 2) Analisa kemampuan menghasilkan laba (*profitability analysis*)
- 3) Penentuan harga jual dalam *cost-type contract*
- 4) Penentuan harga jual normal
- 5) Penentuan harga jual yang diatur dengan peraturan pemerintah
- 6) Penyusunan program

Untuk mengetahui lebih lanjut maksud dari kutipan di atas, berikut ini penulis akan menguraikannya satu persatu, yaitu sebagai berikut :

### 1) Pelaporan keuangan

Pelaporan keuangan dibagi menjadi dua golongan yaitu pelaporan keuangan kepada pihak luar dan pelaporan keuangan kepada manajemen puncak. Pelaporan keuangan ditujukan kepada pihak luar perusahaan terikat kepada prinsip akuntansi yang lazim, sedangkan pelaporan keuangan yang ditujukan kepada manajemen puncak tidak selalu terikat pada prinsip akuntansi yang lazim. Pelaporan keuangan memerlukan informasi akuntansi penuh yang berupa informasi masa lalu.

### 2) Analisis kemampuan menghasilkan laba (*profitability analysis*)

Dalam perusahaan yang menghasilkan berbagai macam produk (*product diversification*), manajemen memerlukan informasi akuntansi penuh untuk memungkinkan manajemen melakukan analisis kemampuan setiap produk dalam menghasilkan laba (*product profitability analysis*).

### 3) Penentuan harga jual dalam *cost-type contract*

*Cost-type contract* adalah kontrak pembuatan produk atau jasa yang pihak pembeli setuju untuk membeli produk atau jasa pada harga yang didasarkan pada total biaya yang sesungguhnya dikeluarkan oleh produsen ditambah laba yang

dihitung sebesar persentase tertentu dari total biaya tersebut. Dalam *cost-type contract* biaya penuh masa lalu dipakai sebagai dasar penentuan harga jual.

#### 4) Penentuan harga jual normal

Pada prinsipnya harga jual harus dapat menutup biaya penuh ditambah dengan laba yang wajar. Jika pendapatan *full costing* digunakan dalam penentuan harga pokok produksi, harga jual produk harus menutupi biaya penuh, yang merupakan jumlah biaya produksi dan biaya non produksi, ditambah dengan laba yang wajar jika pendekatan *variable costing* digunakan dalam penentuan harga pokok produksi, harga jual produk harus dapat menutup taksiran biaya penuh, yang merupakan jumlah biaya variable (biaya produksi variable dan biaya non produksi tetap) yang akan dikeluarkan, ditambah dengan laba wajar.

#### 5) Penentuan harga jual yang diatur dengan peraturan pemerintah

Produk dan jasa yang dihasilkan untuk memenuhi kebutuhan pokok masyarakat luas seperti listrik, air, telepon, telgraf dan pos diatur dengan peraturan pemerintah. Harga jual produk dan jasa tersebut ditentukan berdasarkan biaya penuh masa yang akan datang ditambah dengan laba yang diharapkan. Informasi akuntansi penuh yang bermanfaat untuk penentuan harga jual produk atau jasa yang diatur dengan peraturan pemerintah terdiri dari biaya penuh masa yang akan datang yang akan dikeluarkan untuk menghasilkan aktiva penuh yang akan digunakan untuk menghasilkan produk jasa tersebut.

#### 6) Penyusunan Program

Penyusunan program adalah proses pengambilan keputusan mengenai program-program yang akan dilaksanakan oleh organisasi dan penaksiran jumlah sumber daya yang akan dialokasikan pada setiap program tersebut. Program



adalah kegiatan produk yang telah diputuskan oleh organisasi untuk dilaksanakan dalam jangka panjang sebagai pelaksanaan strateginya.

#### **d. Pengertian dan Unsur-unsur Biaya Penuh**

Pengertian biaya bervariasi menurut titik penekanan para ahli yang mengungkapkannya, anantara lain biaya dapat diartikan sebagai beban yang secara langsung atau tidak langsung telah dimanfaatkan di dalam usaha guna mendapatkan penghasilan atau laba, atau biaya juga dapat diartikan sebagai nilai tukar, prasyarat, atau pengorbanan yang dilakukan guna memperoleh manfaat.

Biaya produksi pada perusahaan terdiri dari tiga unsur yaitu:

- 1) Biaya bahan baku langsung.
- 2) Tenaga kerja langsung.
- 3) Biaya Overhead.

Uraian dari biaya-biaya yang dinyatakan di atas adalah sebagai berikut:

- 1) Biaya Bahan baku langsung

Matz dan Usry (1995, hal. 24) mengatakan, “bahan langsung adalah semua bahan yang membentuk bagian integral dari barang jadi dan dapat dimasukkan dalam kalkulasi biaya produksi”.

- 2) kerja langsung

Mengenai tenaga kerja langsung, Matz dan Usry (1995, hal. 25) menjelaskan bahwa : “ Tenaga kerja langsung adalah tenaga kerja yang dikerahkan untuk mengubah bahan langsung untuk menjadi barang jadi. Biaya Untuk ini meliputi baiay gakji para karyawan yang dapat dibebankan kepada produk”.

- 3) Biaya Overhead

Menurut Matz dan Usry (1995, hal. 24), “Biaya Overhead adalah biaya dari bahan tidak langsung, tenaga kerja tidak langsung dan semua biaya pabrikasi lainnya yang tidak dapat dibebankan langsung pada produk tertentu.” Secara sederhana dapat dinyatakan bahwa, overhead pabrik mencakup semua biaya pabrikasi kecuali bahan langsung dan tenaga kerja langsung.

## **2. Harga Jual**

### **a. Pengertian Harga Jual**

Di dalam memasarkan suatu produk, harga merupakan komponen utama dalam menghadapi persaingan dalam menentukan kedudukan perusahaan di pasar, karena pada sebagian konsumen faktor harga masih merupakan faktor utama yang diperkirakan sebelum memutuskan untuk membeli suatu barang yang ditawarkan oleh produsen. Agar dapat sukses dalam memasarkan, suatu perusahaan harus dapat menentukan harga jual secara tepat.

### **b. Penentuan Harga Jual**

Umumnya harga jual produk dan jasa standar ditentukan oleh perimbangan permintaan dan penawaran di pasar, sehingga biaya bukan merupakan penentu harga jual. Karena permintaan *customer* atas produk dan jasa tidak mudah ditentukan oleh manajer penentu harga jual, maka dalam penentuan harga jual, manajer tersebut akan menghadapi banyak ketidakpastian. Selera *customer*, jumlah pesaing yang memasuki pasar, dan harga jual yang ditentukan oleh pesaing yang memasuki pasar ditentukan oleh pesaing, merupakan faktor-

faktor yang sulit untuk diramalkan, yang mempengaruhi pembentukan harga jual produk atau jasa di pasar.

### **c. Informasi Akuntansi Penuh Dalam Penentuan Harga Jual**

Seperti telah disebutkan diatas, dalam keadaan normal, harga jual harus mampu menutup biaya penuh dan menghasilkan laba yang sepadan dengan investasi. Dalam keadaan khusus, harga jual produk tidak dibebani tugas untuk menutup seluruh biaya penuh, setiap harga jual di atas biaya variabel telah memberikan kontribusi dalam menutup biaya tetap.

Menurut Mulyadi (2001, hal. 348):

Ada tiga metode penentuan harga jual : penentuan harga jual dalam keadaan normal, penentuan harga jual dalam *cost-type contract*, dan penentuan harga jual pesanan khusus, penentuan harga jual produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan yang diatur dengan peraturan pemerintah.

#### **Penentuan Harga Jual Normal (Normal Pricing)**

Dalam keadaan normal, manajer penentu harga jual memerlukan informasi biaya masa yang akan datang sebagai dasar penentuan harga jual produk atau jasa. Metode penentuan harga jual normal sering kali disebut dengan istilah *cost-plus pricing*, karena harga jual ditentukan dengan menambah biaya masa yang akan datang dengan suatu persentase *markup* (tambahan diatas jumlah biaya) yang dihitung dengan formula tertentu.

#### **d. Penentuan Harga Jual Khusus (Special Order Pricing)**

Sebelum diuraikan rumus perhitungan harga jual pesanan khusus, perlu dijelaskan lebih dahulu pengertian pesanan khusus. Pesanan khusus merupakan pesanan yang diterima oleh perusahaan di luar regular perusahaan. Biasanya *customer* yang melakukan pesanan khusus ini meminta harga dibawah harga jual

normal, bahkan sering kali harga yang diminta oleh *customer* berada di bawah biaya penuh, karena biasanya pesanan khusus mencakup jumlah yang besar.

### **METODE PENELITIAN**

metode penelitian ini berbentuk deskriptif yaitu penelitian yang menganalisa data yang bersifat menjelaskan, menggambarkan dan menjabarkan secara sistematis tentang suatu hal permasalahan berdasarkan data dan keterangan yang tersedia, dengan cara mengumpulkan data-data yang merupakan faktor pendukung variabel judul untuk kemudian di analisis.

Untuk memperoleh data dan informasi yang dapat dipertanggungjawabkan yang mengarah pada kebenaran, maka alat pengumpulan data yang digunakan adalah menggunakan lembar observasi. Yang terdiri dari empat jawaban yang merentang dari Sangat Efektif, Efektif, Kurang Efektif, Tidak Efektif.

Sebelum Lembar Observasi di susun, maka penulis sajikan lembar observasi sebagai berikut :

**Tabel III-1**  
**Kisi-kisi Lembar Observasi**

o	Komponen	No. Butir	T otal
	Informasi akuntansi penuh	1, 2, 3	3
	Manfaat informasi akuntansi	4, 5, 6, 7,	5
	penuh	8	4
	Faktor-faktor dalam	9, 10, 11,	
	menentukan harga jual	12	3
	Informasi biaya penuh dalam		

	menentukan harga jual	13, 14, 15	
Jumlah			1 5

### E. Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan penulis adalah teknik statistic deskriptif, yaitu suatu metode yang dilakukan dengan mengumpulkan, mengklasifikasikan, menganalisa serta menginterpretasikan data yang berhubungan dengan masalah yang dihadapi dan membandingkan pengetahuan teknis (data skunder) dengan keadaan sebenarnya pada perusahaan untuk kemudian mengambil kesimpulan. Kemudian menggunakan metode rata-rata dari masing-masing variabel penelitian. Menurut Sudjana (2002, hal. 67) untuk menghitung rata-rata ( $\bar{X}$ ) digunakan rumus sebagai berikut :

Rata-rata ( $\bar{X}$ ) adalah :

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{N}$$

Keterangan :  $\bar{X}$  = Mean (rata-rata) hasil observasi

N = Jumlah unsure observasi

$\sum X_i$  = Total hasil observasi

1. Range = Nilai tertinggi – Nilai terendah

$$= 4 - 1 = 3$$

2. Jumlah Interval = Range : Lebar Interval

$$= 3 : 4 = 0,75$$

Dari hasil perhitungan diatas dapat di ambil kriteria keputusan sebagai berikut:

Tabel : III.3

Interval Kriteria Keputusan

o	Interval	Kategori
1	3,26 - 4,00	Sangat Efektif
2	2,51 - 3,25	Efektif
3	1,76 - 2,50	Kurang Efektif
4	1,00 - 1,75	Tidak Efektif

Kriteria Keputusan :

3,26 - 4,00	(Analisis Penerapan Informasi Akuntansi Penuh Dalam Penentuan Harga Jual pada PT.Coca Cola Bottling Indonesia Medan Sangat Efektif)
2,51 - 3,25	(Analisis Penerapan Informasi Akuntansi Penuh Dalam Penentuan Harga Jual pada PT.Coca Cola Bottling Indonesia Medan Efektif)
1,76 - 2,50	(Analisis Penerapan Informasi Akuntansi Penuh Dalam Penentuan Harga Jual pada PT.Coca Cola Bottling Indonesia Medan Kurang Efektif)
1,00 - 1,75	(Analisis Penerapan Informasi Akuntansi Penuh Dalam Penentuan Harga Jual pada PT.Coca Cola Bottling Indonesia Medan Tidak Efektif)

## HASIL PENELITIAN

### 1. Informasi Akuntansi Penuh Dalam Penentuan Harga Jual

Penentuan harga jual produk merupakan salah satu jenis penentuan harga jual manajemen yang sangat penting. Penentuan harga jual produk ini juga berkaitan dengan seluruh aspek kegiatan perusahaan. Harga jual produk selain mempengaruhi volume penjualan juga mempengaruhi jumlah pendapatan perusahaan. Perusahaan dalam menentukan harga jual produk sudah menggunakan informasi akuntansi penuh. Penetapan harga jual yang dilakukan perusahaan adalah berdasarkan harga jual yang dilakukan perusahaan adalah berdasarkan harga jual yang telah ditetapkan oleh pusat, namun dalam skripsi ini penulis hanya membahas harga jual yang ditetapkan PT. Coca Cola Bottling Indonesia-medan sebelum ditransfer ke Pusat.

Sebagaimana diketahui bahwa produk yang dihasilkan ada beberapa macam, kemudian dalam penulisan skripsi ini hanya membatasi pada satu jenis produksi saja. Adapun salah satu jenis produk yang dihasilkan PT. Coca Cola Bottling Indonesi-Medan adalah Coca Cola (193 ml).

Berikut ini penulis akan menguraikan cara perhitungan harga jual coca cola (193 ml) yang digunakan perusahaan. Di mana dalam perhitungan harga jual produknya, perusahaan menggunakan Metode Full Cost Pricing, selanjutnya penulis akan menguraikan perhitungan harga jual coca cola (193 ml) yaitu :

Perhitungan harga jual untuk tahun 2007, yaitu :

Biaya produksi = Biaya bahan baku + biaya tenaga kerja + biaya overhead

pabrik

$$= \text{Rp. } 14.686 + \text{Rp. } 7.897 + \text{Rp. } 2.075$$

$$= \text{Rp. } 24.658$$

$$\text{Biaya operasi} = \text{Rp. } 1.481$$

Margin laba diperoleh berdasarkan selisih antara harga jual bersih per case dengan harga pokok penjualan, yaitu :

$$\text{Margin} = \text{Net Sales per Case} - \text{Total Cost of Sales}$$

$$= \text{Rp. } 28.790 - \text{Rp. } 26.139$$

$$= \text{Rp. } 2.651$$

$$\text{Harga Jual} = \text{Biaya produksi total} + \text{Margin laba} + \text{biaya operasi}$$

$$= \text{Rp. } 24.658 + \text{Rp. } 2.651 + \text{Rp. } 1.481$$

$$= \text{Rp. } 28.790$$

Perhitungan harga jual untuk tahun 2008 yaitu :

Biaya produksi = Biaya bahan baku + biaya tenaga kerja + biaya overhead pabrik

$$= \text{Rp. } 15.273 + \text{Rp. } 8.177 + \text{Rp. } 2.136$$

$$= \text{Rp. } 25.586$$

$$\text{Biaya operasi} = \text{Rp. } 1.851$$

$$\text{Margin} = \text{Net Sales per Case} - \text{Total Cost of Sales}$$

$$= \text{Rp. } 30.230 - \text{Rp. } 27.437$$

$$= \text{Rp. } 2.793$$

$$\text{Harga Jual} = \text{Biaya produksi total} + \text{Margin laba} + \text{biaya operasi}$$

$$= \text{Rp. } 25.586 + \text{Rp. } 2.793 + \text{Rp. } 1.851$$



$$= \text{Rp. } 30.230$$

Perhitungan Harga jual untuk tahun 2009 yaitu :

Biaya produksi = Biaya bahan baku + biaya tenaga kerja + biaya overhead  
pabrik

$$= \text{Rp. } 16.186 + \text{Rp. } 8.549 + \text{Rp. } 2.191$$

$$= \text{Rp. } 26.926$$

Biaya operasi = Rp. 1.977

Margin = Net Sales per Case – Total Cost of Sales

$$= \text{Rp. } 32.000 - \text{Rp. } 28.903$$

$$= \text{Rp. } 3.097$$

Harga Jual = Biaya produksi total + Margin laba + biaya operasi

$$= \text{Rp. } 26.926 + \text{Rp. } 3.097 + \text{Rp. } 1.977$$

$$= \text{Rp. } 32.000$$

Perhitungan Harga jual untuk tahun 2010 yaitu :

Biaya produksi = Biaya bahan baku + biaya tenaga kerja + biaya overhead  
pabrik

$$= \text{Rp. } 17.319 + \text{Rp. } 8.968 + \text{Rp. } 2.279$$

$$= \text{Rp. } 28.566$$

Biaya operasi = Rp. 2.054

Margin = Net Sales per Case – Total Cost of Sales

$$= \text{Rp. } 33.820 - \text{Rp. } 30.620$$

$$= \text{Rp. } 3.200$$

Harga Jual = Biaya produksi total + Margin laba + biaya operasi

$$\begin{aligned} &= \text{Rp. } 28.566 + \text{Rp. } 3.200 + \text{Rp. } 2.054 \\ &= \text{Rp. } 33.820 \end{aligned}$$

Dari perhitungan diatas dapat diketahui bahwa, harga jual dari tahun 2007 sampai tahun 2010 perusahaan berfluktuasi untuk setiap tahunnya , hal ini disebabkan karena adanya perbedaan biaya hatrga pokok produksi dan biaya operasional yang terjadi pada perusahaan untuk setiap tahunnya.

## **2. Hasil Observasi**

Dalam melakukan penelitian ini, penulis mengumpulkan data dengan menggunakan lembaran observasi, dimana penulis mengajukan sebanyak 15 pertanyaan yang diamati terhadap Analisi Penerapan Informasi Akuntansi Penuh Dalam Penentuan Harga Jual pada PT.Coca Cola Bottling Indonesia-Medan.

Dari hasil observasi yang dilakukan dan yang telah diamati agar hasil penelitian menjadi objektif, maka dimintakan kepada pegawai yang berkompeten pada bagian akuntansi untuk mengisi lembar observasi.

Untuk menguji hasil penelitian berdasarkan observasi yang telah penulis lakukan terhadap 15 pertanyaan, maka dapat dihitung dengan menggunakan rumus rata-rata (M). jumlah skor ideal (bila responden menjawab skor tertinggi pada setiap butir) =  $4 \times 15 = 60$  (4 = skor tertinggi, 15 = jumlah pertanyaan).

Apabila dimasukkan ke dalam Rumus Perhitungan Mean, maka nilai rata-ratanya adalah :

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{N}$$

$$\bar{X} = \frac{40}{15}$$

$$\bar{X} = 2,67$$

Dari hasil perhitungan observasi tersebut adalah angka 2,67 berada pada kisaran 2,51 – 3,25 . Jadi asumsi observasinya adalah : “Penerapan Informasi Akuntansi Penuh yang dilaksanakan oleh manajemen perusahaan sudah efektif dalam penentuan harga jual”. Penerapan informasi akuntansi penuh dinilai sudah efektif karena harga jual yang ditentukan sudah sesuai dengan fluktuasi di daerah, sehingga harga jual bisa menutupi semua biaya. Harga jual setiap tahun akan meningkat karena pada tiap tahun pasti akan terjadi kenaikan biaya produksi dan biaya operasi, tapi dengan diterapkannya informasi akuntansi untuk menentukan harga jual didapatkan tingkat efektifitas yang baik. Inilah yang membuat perusahaan berjalan dengan baik, walaupun harga jual nasional ditetapkan oleh pusat namun tiap daerah terlebih dahulu berhak menentukan harga jual untuk masing-masing daerah.

## **KESIMPULAN**

1. Dari pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa informasi akuntansi penuh yang dilakukan oleh PT. Coca Cola Bottling Indonesia- Medan dalam penentuan harga jual telah efektif, hal ini dapat dilihat dari perhitungan mean adalah sebesar 2,67.

2. Penentuan Harga jual pada PT. Coca Cola Bottling Indonesia-Medan telah menggunakan informasi akuntansi penuh, hal ini dapat dilihat dari adanya penggunaan Metode Full cost Pricing, dimana dengan menggunakan metode ini maka akan menunjukkan biaya-biaya yang digunakan dalam proses produksi baik itu biaya langsung maupun biaya tidak langsung.
3. PT. Coca Cola Bottling Indonesia-Medan menentukan sendiri harga jual produk sesuai dengan inflasi daerah medan, harga jual ini akan ditransfer ke pusat untuk selanjutnya keputusan harga jual nasional ditentukan oleh pusat yang berada di bekasi.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Gondodiyoto Sanyoto (2007). Audit Sistem Informasi, Edisi Revisi, Jakarta:

Penerbit Mitra Wacana Media.

Gunawan (2009). Sistem Pengawasan Intern Piutang Pada PT. PLN (persero) Wil. Sumatera Utara. Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Hendry Simamora (2002). Akuntansi, Cetakan Pertama Jakarta: Penerbit Salemba Empat

Hall A James (2001). Sistem Akuntansi, Buku satu, Edisi Ketiga. Jakarta : Salemba Empat

Mulyadi (2001). Sistem Informasi Akuntansi, Edisi Ketiga, Cetakan Ketiga. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

Kuncoro, Mudrajad, (2003), Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi, Penerbit Erlangga, Jakarta.

Mulyadi (2001). Sistem Informasi Akuntansi, Edisi Ketiga, Cetakan Ketiga. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

Siagian, D dan Sugiarto, (2006), Metode Statistika untuk Bisnis dan Ekonomi, Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Sugiyono, (2008), Metode Penelitian Bisnis, Penerbit Alfabeta, Bandung.

