



**PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUKSI SUSU KEDELAI
PADA UD SEHAT SEJAHTERA BERSAMA KABUPATEN
JEMBER**

LAPORAN PRAKTEK KERJA NYATA

Oleh :

**Muhammad Aditya Rizfan Nabawi
NIM 170803104005**

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS JEMBER
2020**



**PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUKSI SUSU KEDELAI
PADA UD SEHAT SEJAHTERA BERSAMA KABUPATEN
JEMBER**

LAPORAN PRAKTEK KERJA NYATA

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Ahli Madya
Program Studi Diploma III Akuntansi Jurusan Akuntansi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember

Oleh :

**Muhammad Aditya Rizfan Nabawi
NIM 170803104005**

**PROGRAM STUDI D3 AKUNTANSI
JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS JEMBER**

2020



**COST OF GOODS MANUFACTURED CALCULATION OF SOYBEAN MILK
PRODUCTION AT UD SEHAT SEJAHTERA BERSAMA JEMBER REGENCY**

REAL WORK PRACTICE REPORTING

Proposed as one of the requirements to obtain the title Associate degree Diploma III
Programs Economics of Accounting Department of Economics
Jember University

By:

Muhammad Aditya Rizfan Nabawi
NIM 170803104005

**STUDY PROGRAM DIPLOMA OF ACCOUNTING III
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSSINESS
JEMBER UNIVERSITY**

2020

PERSEMBAHAN

Sebagai wujud rasa puji syukur, rasa hormat, rasa terimakasih serta kasih dan sayang yang tiada terkira, karya tulis ini saya persembahkan kepada :

1. Allah SWT atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya tugas akhir yang sederhana ini dapat terselesaikan. Sholawat dan salam selalu terlimpahkan keharibaan baginda Rasulullah Muhammad SAW.
2. Mama Tercinta (Nanik Rizkiyah) yang telah memberikan kasih sayang, segala dukungan, cinta kasih yang tiada terhingga dan tak henti-hentinya selalu memberikan doa serta pengorbanan yang tiada mungkin dapat kubalas hanya dengan selembar kertas yang bertuliskan kata cinta dan persembahan.
3. Bapak tercinta (H.Moh Fauzan) yang selama ini selalu membuatku termotivasi dan telah memberikan perhatian, kasih sayang serta bantuan dan doa.
4. Adikku tercinta (Zairina Rizfan Salsabila) yang telah memberikan semangat hidup yang luar biasa, sehingga bisa menjadi sumber inspirasiku serta semangat dalam menjalani kehidupan ini.
5. Seluruh keluarga besarku dan Bude Siti Rahayu, Bude Kustiani yang telah memberikan banyak bantuan, motivasi dan doa.
6. Pakde Sugeng Dermawan, Pakde Muhyi dan keluarga yang telah memberikan segala bentuk bantuan, motivasi dan doa.
7. Partner terbaik (Ilvie Dianati, Rizal Gibran Dwi Putra, Hisyam Azis Satriyanto, Beni Ramadhan, Putra Bagus Dwi Laksono, Putri Hayu Pratiwi, Robith Ubaidillah) yang selalu memberikan bantuan, dukungan dan doa.
8. Sahabat-sahabat terbaikku (Ach. Sidik Fauzi, Fahmi Maulana, Maftur Rahman, Alya Prastika, Robith Fuadi, Yusril Islami, Ibnu Saiful, Ali Azzami, Nur Fadillah, Imam Muslim, Alfin Mathak, Ages Roman, Fikri Musleh, Flaurencia Irene, ainun syafian)
9. Teman-teman seperjuangan di dalam keluarga besar D3 Akuntansi 2017. Terimakasih banyak untuk bantuan dan kerja samanya selama ini teman, sukses untuk kita semua.
10. Almamaterku Tercinta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jember.

MOTTO

“Bercita-citalah yang tinggi.. Berkeinginanlah yang banyak.. Bermimpilah yang tinggi..”
(Ilvie Dianati)

“Dan janganlah kamu berputus asa dari rahmat Allah. Sesungguhnya tiada berputus dari rahmat Allah melainkan orang-orang yang kufur”
(Qs. Yusuf ayat 87)

“Waktu itu bagaikan pedang, jika kamu tidak memanfaatkannya menggunakan untuk memotong, ia akan memotongmu”
(H.R. Muslim)



**LEMBAR PERSETUJUAN
LAPORAN PRAKTEK KERJA NYATA**

Nama : Muhammad Aditya Rizfan Nabawi
Nim : 170803104005
Jurusan : Akuntansi
Program Studi : Diploma III Akuntansi
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember
Judul Laporan : **PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUKSI
SUSU KEDELAI PADA UD SEHAT SEJAHTERA
BERSAMA KABUPATEN JEMBER**

Jember, 18 Maret 2020

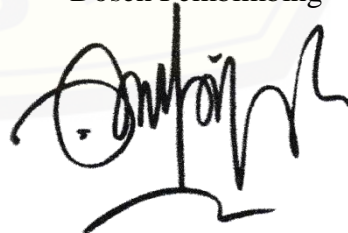
Mengetahui,

Koordinator Program Studi
D3 Akuntansi



Bunga Maharani, S.E., M.SA.
NIP. 19850301 201012 2 005

Laporan Praktek Kerja Nyata ini
telah disetujui oleh,
Dosen Pembimbing



Aisa Tri Agustini, S.E., M.Sc.
NIP. 19880803 201404 2 002

PENGESAHAN

JUDUL TUGAS AKHIR

**PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUKSI SUSU KEDELAI PADA UD SEHAT
SEJAHTERA BERSAMA KABUPATEN JEMBER**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama Mahasiswa : Muhammad Aditya Rizfan Nabawi

NIM : 170803104005

Jurusan : Akuntansi

Program Studi : Diploma III Akuntansi

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal:

15 Juni 2020

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh Gelar Ahli Madya (A.Md) Program Studi Diploma III Akuntansi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua : Drs. Sudarno, M.Si., Ak.

NIP. 19601225 198902 1 001

Anggota : Dr. Alwan Sri Kustono, M.Si., Ak.

NIP. 19720416 200112 1 001

Anggota : Moch. Shulthoni, S.E., M.SA.

NIP. 19800707 201504 1 002



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Jember



Dr. Muhammad Miqdad, S.E., M.M., Ak.
NIP. 197107 27 199512 1 001

KATA PENGANTAR

Segala puja dan puji serta rasa syukur kita kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, dan tak lupa salawat serta salam kita panjatkan pada baginda Nabi Besar Muhammad SAW, sehingga penulis Laporan Praktek Kerja Nyata yang berjudul : “Perhitungan Harga Pokok Produksi Susu Kedelai Pada UD Sehat Sejahtera Bersama Kabupaten Jember”, dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.

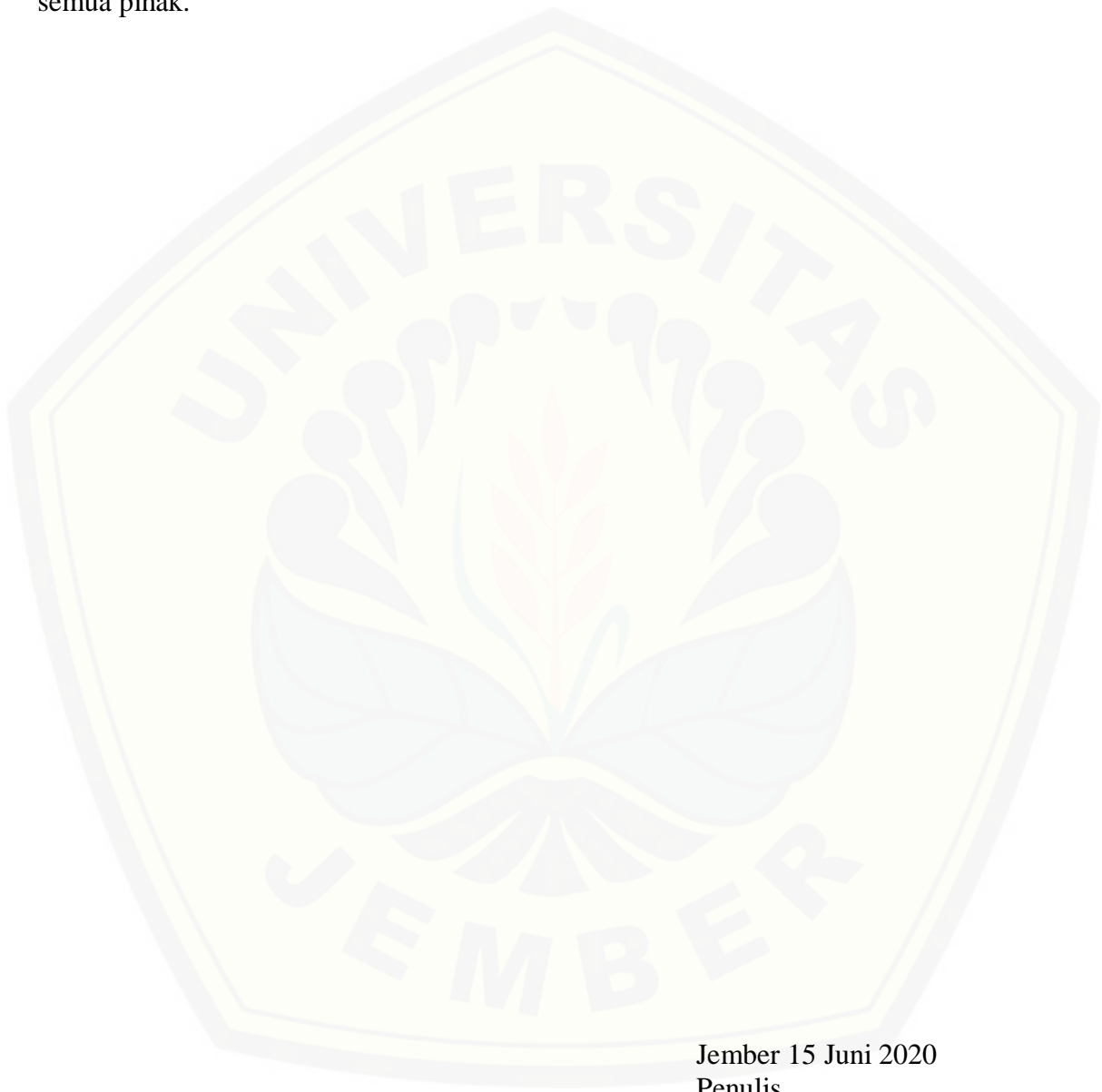
Penulisan laporan ini merupakan persyaratan untuk menyelesaikan studi pada program Diploma III Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember dan memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md).

Selama mengikuti Praktek Kerja Nyata sampai dengan penulisan laporan ini telah banyak melibatkan dan memperoleh bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Dr. Muhammad Miqdad, S.E., M.M., Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.
2. Bunga Maharani, S.E., M.SA. selaku Ketua Program Studi Diploma III Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.
3. Aisa Tri Agustini, S.E., M.Sc. selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu mengarahkan dan membimbing penulis sehingga penulisan laporan ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Bapak/Ibu Dosen serta Karyawan dan Karyawati Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.
5. Seluruh karyawan Susu Kedelai Madu Kabupaten Jember.
6. Seluruh keluarga besarku. Terima kasih atas doanya
7. Sahabat-sahabat terbaikku. Terima kasih atas doa dan bantuannya.
8. Seluruh teman-teman D3 Akuntansi 2017 seperjuangan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan laporan ini sangat jauh dari kesempurnaan dan banyak kekurangan, mengingat keterbatasan pengetahuan dan kemampuan penulis. Oleh karena itu penulis menerima adanya saran dan kritik yang membangun dari semua pihak demi kesempurnaan laporan ini.

Akhir kata penulis berharap semoga laporan ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.



Jember 15 Juni 2020
Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMANJUDULBAHASA INGGRIS	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSETUJUAN	vi
HALAMAN PENGESAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Alasan Pemilihan Judul	1
1.2 Tujuan dan Manfaat Praktek Kerja Nyat	4
1.2.1 Tujuan Praktek Kerja Nyata.....	4
1.2.2 Manfaat Praktek Kerja Nyata.....	4
1.3 Objek dan Jangka Waktu Pelaksanaan Kegiatan PKN	5
1.3.1 Objek Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata	5
1.3.2 Jangka Waktu Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata.....	5
1.4 Identifikasi Masalah	6
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Pengertian Biaya	8
2.2 Klasifikasi Biaya	9
2.3 Akuntansi Biaya	12
2.4 Biaya Produksi	13
2.5 Metode Pengumpulan Biaya Produksi	14
2.5.1 Metode Harga Pokok Pesanan	15
2.5.2 Metode Harga Pokok Proses	16
2.6Metode Penentuan Biaya Produksi	17
2.7 Pengertian Susu Kedelai	21

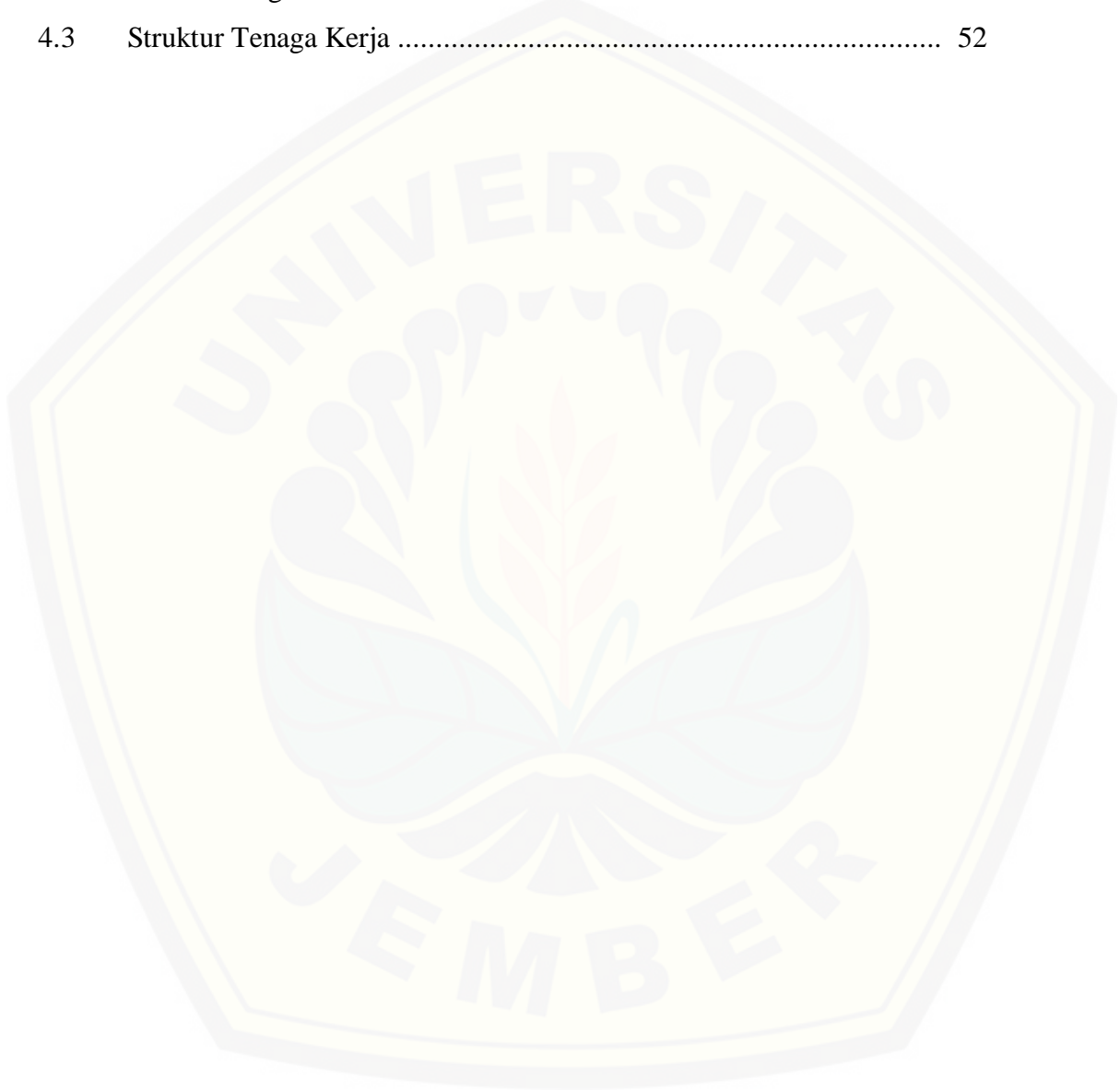
2.8 Home Industry	22
BAB III. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	26
3.1 Sejarah Singkat UD Sehat Sejahtera Bersama	26
3.2 Visi dan Misi UD Sehat Sejahtera Bersama	27
3.3 Makna Logo Perusahaan	27
3.4 Struktur Organisasi dan Deskripsi Jabatan	28
3.4.1 Struktur Organisasi.....	28
3.4.2 Deskripsi Jabatan	30
3.5 Hasil Praktek Kerja Nyata	35
3.6 Bauran Komunikasi Pemasaran Perusahaan	36
BAB IV. HASIL KEGIATAN PRAKTEK KERJA NYATA	43
4.1 Produk Yang Dihasilkan.....	43
4.2 Daftar Aset Tetap.....	45
4.3 Aktivitas Usaha	45
4.3.1 Pembelian Bahan Baku	45
4.3.2 Pembelian Bahan bakar.....	45
4.3.3 Proses Produksi	46
4.3.4 Peralatan Membuat Susu Kedelai.....	47
4.3.5 Penjualan.....	48
4.4 Pembahasan	49
4.4.1 Cara Perhitungan HPP menurut UD Sehat Sejahtera Bersama.	49
4.4.2 Cara Perhitungan HPP dengan metode <i>Variable Costing</i>	55
4.4.3 Perbandingan Perhitungan HPP Susu Kedelai Madu	59
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	63
5.1 Kesimpulan	63
5.2 Keterbatasan Praktek Kerja Nyata.....	64
5.3 Saran	64
DAFTAR PUSTAKA.....	65
LAMPIRAN	67

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jadwal Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata	6
Tabel 4.1	Daftar Aset Tetap	45
Tabel 4.2	Jumlah Produksi Susu Kedelai Madu Per Hari	49
Tabel 4.3	Rincian Biaya Bahan Baku Produksi Susu Kedelai Madu	50
Tabel 4.4	Biaya Tenaga Kerja	51
Tabel 4.5	Rincian Biaya Bahan Penolong Produksi Susu Kedelai Madu	53
Tabel 4.6	Rincian Biaya Overhead Pabrik Variable Susu Kedelai Madu	53
Tabel 4.7	Rincian Biaya Overhead Pabrik Tetap Susu Kedelai Madu	54
Tabel 4.8	Perhitungan HPP Berdasarkan Perhitungan Perusahaan	54
Tabel 4.9	Rincian Biaya Bahan Baku Produksi Susu Kedelai Madu	56
Tabel 4.10	Biaya Tenaga Kerja	56
Tabel 4.11	Rincian Biaya Bahan Penolong Produksi Susu Kedelai Madu	57
Tabel 4.12	Rincian Biaya Overhead Pabrik Variable Susu Kedelai Madu	57
Tabel 4.13	Perhitungan HPP Dengan Metode <i>Variable Costing</i>	58
Tabel 4.14	Perbandingan Perhitungan HPP Susu Kedelai Madu	59
Tabel 4.15	Selisih HPP	60
Tabel 4.16	Produk Susu Kedelai Madu Yang Dihasilkan	61
Tabel 4.17	Estimasi Perhitungan Laba Kotor Susu Kedelai Madu Dengan Perhitungan HPP Menurut Perusahaan	61
Tabel 4.18	Estimasi Perhitungan Laba Kotor Susu Kedelai Madu Dengan Metode <i>Variable Costing</i>	62

DAFTAR GAMBAR

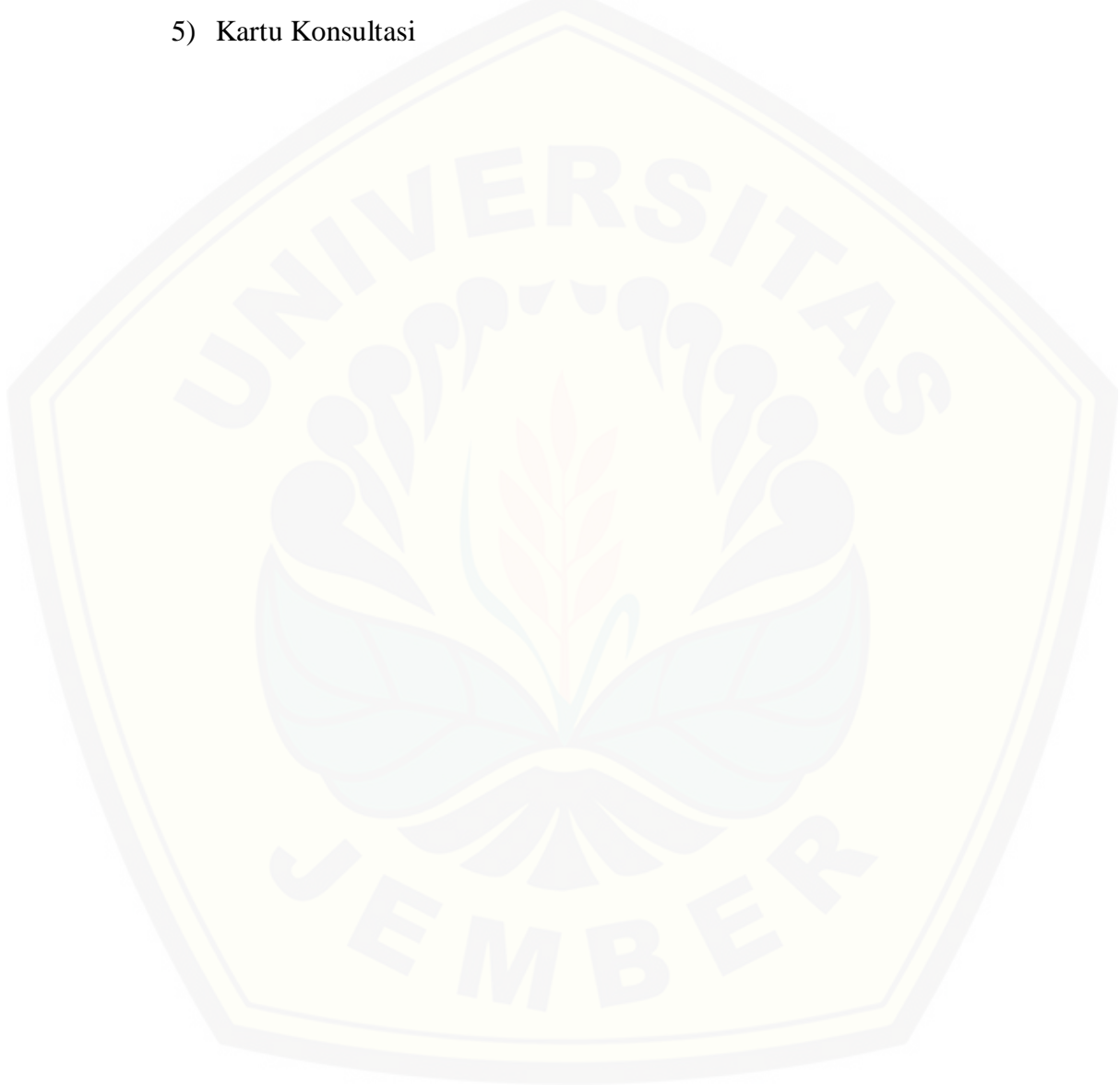
3.1	Logo Susu Kedelai Madu	27
3.2	Struktur Organisasi Susu Kedelai Madu	29
4.1	Produk Yang Dihasilkan Perusahaan	44
4.2	Produk Yang Dihasilkan Perusahaan	44
4.3	Struktur Tenaga Kerja	52



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

- 1) Surat Permohonan Tempat Praktek Kerja Nyata
- 2) Surat Permohonan Nilai Praktek Kerja Nyata
- 3) Formulir penilaian Praktek kerja Nyata
- 4) Kartu Absensi Praktek Kerja Nyata
- 5) Kartu Konsultasi



BAB I PENDAHULUAN

1.1 Alasan Pemilihan Judul

Usaha menengah kecil mikro (UMKM) merupakan salah satu sektor usaha yang mengalami peningkatan yang cukup tinggi dalam dunia usaha. Semakin meluasnya pelaku UMKM menjadi bukti akan ketatnya persaingan antar unit-unit usaha dengan produk atau jasa. Adanya persaingan ini mengakibatkan pelaku usaha harus memperhatikan faktor efisiensi dan efektivitas dalam sebuah produktivitas, karena merupakan salah satu kunci untuk memenangkan persaingan yang sehat antar pelaku usaha yang di tentukan dari kualitas, kuantitas, harga, dan layanan dari produk atau jasa yang dihasilkan. Secara tidak langsung para pelaku usaha dituntut untuk meningkatkan kualitas dari produk atau jasa yang di hasilkan dengan biaya seefisien mungkin. Maka dari itu para pelaku usaha harus bisa mengatur segala sesuatu yang memberikan pengaruh utama keberhasilan suatu usaha terutama pada biaya, sehingga dapat memenangkan persaingan dengan pelaku usaha lainnya.

Peranan UMKM masih menghadapi berbagai macam permasalahan. Salah satu permasalahan terkait hal produksi, kebanyakan UMKM masih menggunakan akuntansi biaya sederhana dalam menghitung harga pokok produksi. Kurangnya pengetahuan akan akuntansi biaya dan perkembangannya merupakan salah satu hal yang menjadi penyebab utama pelaku usaha masih menggunakan akuntansi biaya sederhana. Masalah efisiensi dan efektivitas dalam produksi mengakibatkan pelaku usaha kalah dalam persaingan yang semakin ketat. Karena produk yang dihasilkan oleh akuntansi tidak mencerminkan biaya secara keseluruhan.

Permasalahan yang mendalam mengenai akuntansi biaya pada UMKM adalah masalah penentuan harga pokok produksi. Masalah tersebut terletak pada kurang baiknya pencatatan akuntansi yang dilakukan oleh para pelaku bisnis. Hal ini terjadi karena pemilik usaha tidak terbiasa melakukan pencatatan dan pembuatan laporan keuangan atas bisnis mereka. Penentuan harga pokok produksi menjadi masalah yang harus di perhatikan oleh para pelaku bisnis untuk dapat menentukan harga pokok produksi yang tepat sehingga dapat memperoleh laba yang optimal bagi para pelaku

bisnis. Apabila para pelaku bisnis tidak memperhatikan masalah tersebut, maka akan berdampak pada kurang akuratnya pada penentuan beban pokok penjualan yang menentukan harga jual.

Perhitungan harga pokok pada awalnya diterapkan dalam perusahaan manufaktur, akan tetapi dalam perkembangannya perhitungan harga pokok telah diadaptasi oleh perusahaan jasa, perusahaan dagang, dan sektor nirlaba. Menurut Sodikin (2015:22) biaya produksi merupakan biaya yang diperlukan untuk memperoleh bahan baku (mentah) dari pemasok dan mengubahnya menjadi produk selesai yang siap dijual. Penentuan HPP dalam industri skala besar relatif lebih akurat dibandingkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), karena umumnya mereka memiliki Sumber Daya Manusia yang profesional. Sementara tidak demikian yang terjadi pada UMKM.

Harga pokok produksi dapat membantu perusahaan dalam menetapkan harga jual. Ketepatan dalam melakukan perhitungan harga pokok produksi mutlak dibutuhkan karena apabila terjadi kesalahan dalam perhitungan akan menyebabkan kerugian bagi perusahaan, oleh karena itu perhitungan harga pokok produksi harus dilakukan secara tepat. Harga pokok produksi digunakan sebagai dasar untuk mengetahui tingkat efisiensi dan efektifitas biaya dalam memproduksi suatu produk.

Penentuan harga pokok produksi pada UMKM seringkali tidak mencakup semua biaya yang semestinya dikonsumsi, misalnya biaya tenaga kerja untuk manajer dan beberapa struktural biasanya dikerjakan oleh pemilik perusahaan atau keluarga, Salah satunya adalah UD Sehat Sejahtera Bersama merupakan salah satu UMKM yang bergerak dalam industri produksi susu kedelai. UD Sehat Sejahtera Bersama berlokasi di jl.parangtritis, kelurahan Antirogo, kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember. UD Sehat Sejahtera Bersama merupakan salah satu UMKM di Jember yang berdiri sejak tahun 2010 dengan jumlah karyawan sebanyak 28 orang. UD Sehat Sejahtera Bersama memproduksi susu kedelai madu dan arum manis, dari 2 jenis produk utama tersebut penulis mengambil satu jenis industri produksi yang akan menjadi bahan praktek kerja nyata, yakni Susu Kedelai Madu. Karena dari 2 jenis produk unggulan UD Sehat Sejahtera Bersama yang di produksi, Susu Kedelai Madu yang dapat menyumbang omset penjualan paling banyak di bandingkan arum manis. Perusahaan ini memiliki potensi untuk berkembang lebih maju jika perusahaan ini melakukan pencatatan dan

penggolongan atas biaya produksi yang tepat. Selain itu perusahaan hanya mencatat jumlah uang yang di terima dan yang dikeluarkan, jumlah barang yang dibeli dan dan dijual, dan jumlah utang atau piutang tanpa menggolongkan jumlah dana yang dikeluarkan untuk biaya produksi. Hal tersebut mengakibatkan penentuan harga pokok produksi yang kurang akurat dalam menentukan biaya produk dan akan berdampak pada kurang tepatnya dalam penentuan harga jual.

Menghitung biaya dari suatu produk yang dihasilkan merupakan hal yang penting dalam suatu usaha. Perhitungan biaya merupakan hal yang harus dilakukan dengan benar dan sesuai dengan tiap-tiap sumber daya yang digunakan dari setiap kegiatan yang dilakukan untuk menghasilkan barang tersebut karena jika terjadi kesalahan dalam perhitungan biaya produksi, maka akan dapat mempengaruhi keputusan penentuan tarif produk dan tentunya nanti juga akan mempengaruhi keuntungan yang akan didapatkan oleh perusahaan. Terdapat sistem untuk memperoleh penentuan tarif produk yang tepat, maka dibutuhkan informasi biaya yang akurat. Salah satu metode yang dapat memberikan solusi dari masalah yang terjadi selama ini pada penentuan biaya produk adalah metode *variable costing*.

Metode *Variable costing* merupakan metode penentuan kos produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku variabel ke dalam kos produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik variabel (Mulyadi. 2015). Metode *variable costing* dapat membantu perusahaan untuk meningkatkan daya saing mereka dengan menghasilkan informasi yang akurat tentang harga pokok produksi sehingga perusahaan tersebut dapat menentukan tarif yang tepat untuk produk yang mereka hasilkan.

Praktek kerja nyata ini bertujuan untuk mengevaluasi dan membantu pemilik usaha dalam menerapkan perhitungan biaya produksi sehingga dapat menentukan jual yang tepat. Asumsi awal bahwa UD Sehat Sejahtera Bersama belum menerapkan perhitungan harga pokok produksi dengan benar dan masih menggunakan sistem akuntansi biaya yang sederhana. Berdasarkan adanya praktek kerja nyata ini, dapat membantu perusahaan dalam menentukan harga pokok produksi yang nantinya sebagai pedoman penentuan harga jual. Mengingat pemilik hanya melakukan perhitungan sederhana untuk semua biaya yang dikeluarkan untuk produksinya, maka dengan

praktek kerja nyata ini mencoba memberikan satu gambaran penentuan harga pokok produksi yang sesuai ilmu akuntansi yang telah diterima selama proses kuliah.

Karena sumber pendapatan terbesar di Usaha Dagang Sehat Sejahtera Bersama selain dari pendapatandarum manis, salah satunya dari susu kedelai madu. Berdasarkan uraian di atas yang diterapkan di usaha dagang tertarik melakukan praktek kerja nyata dengan mengambil judul ***“PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUKSI SUSU KEDELAI PADA USAHA DAGANG SEHAT SEJAHTERA BERSAMA”***

1.2 Tujuan dan Manfaat Praktek Kerja Nyata

1.2.1 Tujuan Praktek Kerja Nyata

- a. Mengetahui dan memahami secara langsung mengenai kegiatan perhitungan harga pokok produksi susu kedelai madu pada Usaha Dagang Sehat Sejahtera Bersama Jember.
- b. Menambah wawasan dan ilmu pengetahuan serta pengalaman yang belum pernah didapat di bangku kuliah.
- c. Memantapkan pengetahuan dan keterampilan serta menjadikan momen Praktek Kerja Nyata (PKN) sebagai bekal untuk mempersiapkan diri guna terjun ke masyarakat.
- d. Menguji kemampuan pribadi dalam tata cara hubungan masyarakat di lingkungan kerja.
- e. Mengetahui dan membantu guna meningkatkan produktifitas kinerja perusahaan.

1.2.2 Manfaat Praktek Kerja Nyata

1. Bagi Mahasiswa

- a. Dapat mengukur kemampuan pribadi atau pengetahuan yang dimiliki.
- b. Mampu menerapkan dan membandingkan teori dengan praktek serta mengetahui seberapa jauh teori-teori yang diperoleh selama mengikuti perkuliahan serta mampu dalam memecahkan suatu permasalahan.
- c. Melatih diri agar tanggap dan peka dalam menghadapi situasi dan kondisi yang berbeda antara teori dan praktek.

2. Bagi Universitas Jember

- a. Merupakan sarana guna menjembatani antara perusahaan atau instansi dan lembaga pendidikan Universitas Jember untuk kerja sama lebih lanjut baik yang bersifat akademis maupun non akademis.
- b. Perusahaan dapat dijadikan sarana calon tenaga kerja Indonesia, sehingga nantinya mampu dijadikan sebuah barometer perkembangan mutu calon tenaga kerja Indonesia.
- c. Sebagai pengenalan antara mahasiswa dengan perusahaan dalam meningkatkan kreatifitas pribadi.

3. Bagi Perusahaan yang Bersangkutan

- a. Merupakan sarana guna menjembatani antara perusahaan atau instansi dan lembaga pendidikan Universitas Jember untuk kerja sama lebih lanjut baik yang bersifat akademis maupun non akademis.
- b. Perusahaan dapat dijadikan sarana pendidik calon tenaga kerja Indonesia, sehingga nantinya mampu dijadikan sebuah barometer perkembangan mutu calon tenaga kerja Indonesia.
- c. Membantu dalam membentuk jiwa yang unggul.

1.3 Objek dan Jangka Waktu Pelaksanaan Kegiatan PKN

1.3.1 Objek Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata

Objek yang digunakan sebagai tempat Praktek Kerja Nyata adalah Usaha Dagang Sehat Sejahtera BersamaJember yang beralamat di Jl. Parangtritis, kel. Antirogo, kec. Sumber Sari Kabupaten Jember.

1.3.2 Jangka Waktu Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata

Jangka waktu pelaksanaan Praktek Kerja Nyata berdasarkan prosedur yaitu sekurang-kurangnya minimal 272 jam kerja efektif sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan Fakultas Ekonomi Universitas Jember. Praktek Kerja Nyata di Usaha Dagang Sehat Sejahtera BersamaKabupaten Jember ini dilaksanakan setiap hari kerja efektif (hari Senin sampai dengan hari Minggu). Waktu yang dijadwalkan tanggal 16Februari 2020 sampai 31Maret 2020. Adapun waktu pelaksanaan Praktek Kerja Nyata adalah sebagai berikut :

Senin s/d Minggu : Pukul 18.00 – 00.00

Pelaksanaan Kegiatan Praktek Kerja Nyata

Tabel 1.1 : Jadwal Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata

No.	Jenis Kegiatan	Minggu					
		I	II	III	IV	V	VI
1.	Perkenalan dan pengarahan oleh manager bagian research dan development serta karyawan UD Sehat Sejahtera Bersama Jember.	X	X	X			
2.	Pelaksanaan Kerja Nyata sekaligus pengenalan terhadap keadaan Usaha Dagang Sehat Sejahtera Bersama Jember.	X	X	X			
3.	Menerima tugas yang diberikan Usaha Dagang Sehat Sejahtera Bersama Jember.	X	X	X	X	X	X
4.	Konsultasi dan mengumpulkan data sebagai bahan PKN.				X	X	X
5.	Perpisahan dengan seluruh karyawan Susu Kedelai Madu UD Sehat Sejahtera Bersama Jember.						X

1.4 Identifikasi Permasalahan

Permasalahan yang ada pada UD Sehat Sejahtera Bersama yaitu terletak pada perhitungan harga pokok produksi (HPP). UD Sehat Sejahtera Bersama dalam prakteknya terdapat salah satu permasalahan terkait dengan harga pokok produksi yang kurang benar dan masih menggunakan akuntansi biaya sederhana dalam menghitung harga pokok produksi. Perusahaan menentukan harga pokok produksi dengan mencatat jumlah uang yang diterima dan yang dikeluarkan, barang yang dibeli dan dijual sehingga keandalan suatu data akuntansi dapat diragukan dikarenakan kurangnya pengendalian intern.

Berdasarkan uraian diatas penulis mengidentifikasi masalah yaitu :

Bagaimana perbandingan perhitungan harga pokok produksi susu kedelai madu menurut perusahaan dan penulis pada UD Sehat Sejahtera Bersama?



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Biaya

Menurut Mulyadi (2015:8) menyatakan dalam artian luas biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu. Dalam artian sempit biaya dapat diartikan sebagai pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh aktiva. Perbedaan yang mendasari pengertian biaya dalam arti luas, pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh aktiva ini disebut dengan istilah kos. Istilah kos juga digunakan untuk menunjukkan pengorbanan sumber ekonomi dalam pengolahan bahan baku menjadiproduk.

Menurut Harnanto(2017:22) biaya (*cost*) adalah jumlah uang yang dinyatakan dari sumber-sumber (ekonomi) yang dikorbankan (terjadi dan akan terjadi) untuk mendapatkan sesuatu atau mencapai tujuan tertentu

Baldric dkk. (2015) menyatakan biaya adalah kos barang atau jasa yang telah memberikan manfaat yang digunakan untuk memperoleh pendapatan. Biaya akan dikurangkan dari pendapatan untuk menentukan laba atau rugi pada suatu periode sehingga biaya akan dicantumkan dalam laporan labarugi.

Hansen dan Mowen (2016) menyatakan biaya adalah kas atau nilai setara kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberikan manfaat saat ini atau di masa depan bagi organisasi. Biaya dikatakan sebagai setara kas karena sumber nonkas dapat ditukar dengan barang atau jasa yang diinginkan. Contohnya menukar peralatan dengan bahan yang digunakan untuk produksi. Biaya yang dikeluarkan untuk mendapat manfaat di masa depan. Pada perusahaan yang berorientasi pada laba, masa manfaat biasanya berarti pendapatan. Ketika biaya telah dihabiskan dalam proses menghasilkan pendapatan, biaya tersebut dinyatakan kadaluwarsa. Biaya yang kadaluwarsa disebut beban. Disetiap periode beban akan dikurangkan dari pendapatan dalam laporan laba rugi untuk menentukan laba periodetersebut.

2.2 Klasifikasi Biaya

Menurut Mulyadi (2015) biaya digolongkan berdasarkan hal-hal berikut ini:

1. Penggolongan Biaya Menurut Objek Pengeluaran.

Penggolongan ini nama objek pengeluaran merupakan dasar penggolongan biaya. Misalnya nama objek pengeluaran adalah bahan bakar, maka semua pengeluaran yang berhubungan dengan bahan bakar disebut “biaya bahan bakar”. Contoh penggolongan biaya atas dasar objek pengeluaran dalam perusahaan kertas adalah sebagai berikut : biaya merang, biaya jerami, biaya gaji dan upah, biaya soda, biaya depresiasi mesin, biaya asuransi, biaya bunga, dan biaya zat warna.

2. Penggolongan Biaya menurut Fungsi Pokok dalam Perusahaan.

Perusahaan manufaktur terdapat tiga fungsi pokok, yaitu fungsi produksi, fungsi pemasaran, dan fungsi administrasi dan umum. Oleh karena itu dalam perusahaan manufaktur, biaya dapat dikelompokkan menjadi tiga kelompok:

a. Biaya Produksi

Merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk yang siap untuk dijual. Contohnya adalah biaya depresiasi mesin dan ekuipmen, biaya bahan baku, biaya bahan penolong, biaya gaji karyawan yang bekerja dalam bagian-bagian, baik yang langsung maupun yang tidak langsung berhubungan dengan proses produksi. Menurut objek pengeluarannya secara garis besar biaya produksi ini dibagi menjadi: biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik (*factory overhead cost*). Biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung disebut pula dengan istilah biaya utama (*prime cost*), sedangkan biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik sering pula disebut dengan istilah biaya konversi (*conversion cost*), yang merupakan biaya untuk mengkonversi (mengubah) bahan baku menjadi produk jadi.

b. Biaya Pemasaran

Merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk. Contohnya adalah biaya iklan, biaya promosi, biaya angkutan dari gudang perusahaan ke gudang pembeli, gaji karyawan bagian-bagian yang melaksanakan kegiatan pemasaran, dan biaya contoh (*sample*).

c. Biaya administrasi dan umum

Merupakan biaya-biaya untuk mengkoordinasi kegiatan produksi dan pemasaran produk. Contoh biaya ini adalah biaya gaji karyawan bagian keuangan, akuntansi, personalia dan bagian hubungan masyarakat, biaya pemeriksaan akuntan, dan biaya fotocopy.

Jumlah biaya pemasaran, dan biaya administrasi dan umum sering pula disebut dengan istilah biaya komersial (*commercial expenses*)

3. Penggolongan Biaya Menurut Hubungan Biaya dengan Sesuatu yang Dibiayai.

Berdasarkan hubungannya dengan sesuatu yang dibiayai, biaya dapat dikelompokkan menjadi dua golongan:

a. Biaya langsung (*direct cost*)

Biaya langsung adalah biaya yang terjadi, yang penyebab satu-satunya adalah karena adanya sesuatu yang dibiayai. Jika sesuatu yang dibiayai tersebut tidak ada, maka biaya langsung ini tidak akan terjadi. Biaya langsung akan mudah diidentifikasi dengan sesuatu yang dibiayai. Biaya produksi langsung terdiri dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Biaya langsung departemen (*direct department cost*) adalah semua biaya yang terjadi di dalam departemen tertentu. Contohnya adalah biaya tenaga kerja yang bekerja dalam departemen pemeliharaan merupakan biaya langsung departemen bagi departemen pemeliharaan dan biaya depresiasi mesin yang dipakai dalam departemen tersebut, merupakan biaya langsung bagi departemen tersebut.

b. Biaya Tidak Langsung (*indirect cost*)

Biaya tidak langsung adalah biaya yang terjadinya tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayainya. Biaya tidak langsung dalam hubungannya dengan produk disebut dengan istilah biaya produksi tidak langsung atau biaya *overhead* pabrik (*factory overhead cost*). Biaya ini tidak

mudah diidentifikasi dengan produk tertentu. Gaji mandor yang mengawasi pembuatan produk A, B, dan C merupakan biaya tidak langsung dari produk A, B, dan C, karena gaji mandor tersebut terjadi bukan hanya karena perusahaan memproduksi salah satu produk tersebut, melainkan karena memproduksi ketiga jenis produk tersebut. Jika perusahaan hanya menghasilkan satu macam produk (misalnya perusahaan semen, pupuk urea, gula) maka semua biaya merupakan biaya langsung dalam hubungannya dengan produk. Biaya tidak langsung dalam hubungannya dengan produk sering disebut biaya *overhead pabrik (factory overhead cost)*. Hubungannya dengan departmen, biaya tidak langsung adalah biaya yang terjadi di suatu departmen, tetapi manfaatnya dinikmati oleh lebih dari satu departmen. Contohnya adalah biaya yang terjadi di departmen pembangkit tenaga listrik. Biaya ini dinikmati oleh departmen-departmen lain dalam perusahaan, baik untuk penerangan maupun menggerakkan mesin dan peralatan yang mengkonsumsi listrik. Bagi departmen pemakai listrik, biaya yang diterima dari alokasi biaya departmen pembangkit tenaga listrik merupakan biaya tidak langsung departmen.

4. Peggolongan Biaya Menurut Perilakunya dalam Hubungannya dengan Perubahan Volume Aktivitas.

Berdasarkan hubungannya dengan perubahan volume aktivitas, biaya dapat digolongkan menjadi:

a) Biaya variabel (*variable cost*)

Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Contoh biaya variabel adalah biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung.

b) Biaya semi variabel

Biaya semi variabel adalah biaya yang berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Biaya semi variabel mengandung unsur biaya variabel dan biaya tetap.

c) Biaya *semifixed*

Biaya *semifixed* adalah biaya yang tetap untuk volume kegiatan tertentu

dan berubah dengan jumlah yang konstan pada volume produksi tertentu. Contohnya adalah biaya sewa gudang.

d) Biaya Tetap (*fixedcost*)

Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap dalam kisaran volume kegiatan tertentu. Contohnya adalah biaya gaji direktur produksi.

5. Penggolongan Biaya atas Dasar Jangka Waktu Manfaatnya.

Atas dasar jangka waktu manfaatnya, biaya dapat dibagi menjadi dua:

a. Pengeluaran Modal (*capital expenditures*)

Pengeluaran modal adalah biaya yang mempunyai manfaat lebih dari satu periode akuntansi (biasanya periode akuntansi adalah satu tahun kalender). Pengeluaran modal ini pada saat terjadinya dibebankan sebagai kos aktiva, dan dibebankan dalam tahun-tahun yang menikmati manfaatnya dengan cara dipresiasi, diamortisasi, atau didepleksi. Contoh pengeluaran modal adalah pengeluaran untuk pembelian aktiva tetap, untuk reparasi besar terhadap aktiva tetap, untuk promosi besar-besaran, dan pengeluaran untuk riset dan pengembangan suatu produk.

b. Pengeluaran Pendapatan (*revenue expenditures*)

Pengeluaran pendapatan adalah biaya yang hanya mempunyai manfaat dalam periode akuntansi terjadinya pengeluaran tersebut. Pada saat terjadinya, pengeluaran pendapat ini dibebankan sebagai biaya dan dipertemukan dengan pendapatan yang diperoleh dari pengeluaran biaya tersebut. Contoh pengeluaran pendapatan antara lain adalah biaya iklan dan biaya tenaga kerja.

2.3 Akuntansi Biaya

Menurut Mulyadi (2015) akuntansi biaya adalah proses pencatatan, penggolongan, peringkasan dan penyajian biaya, pembuatan dan penjualan produk atau jasa, dengan cara-cara tertentu, serta penafsiran tertentu terhadapnya. Proses pencatatan, penggolongan, peringkasan dan penyajian, serta penafsiran informasi biaya adalah tergantung untuk siapa proses tersebut ditunjukkan. Proses akuntansi biaya dapat

ditunjukkan untuk memenuhi kebutuhan pemakai luar perusahaan. Proses akuntansi biaya ini harus memperhatikan karakteristik laporan keuangan, dengan demikian akuntansi biaya dapat merupakan bagian dari akuntansi keuangan.

Baldric dkk. (2015) menyatakan akuntansi biaya sebagai proses pengukuran, penganalisaan, perhitungan dan pelaporan biaya, profitabilitas, dan kinerja operasi. Informasi akuntansi biaya dirancang untuk kepentingan manajer. Karena manajer mengambil keputusan hanya untuk perusahaannya sendiri maka kriteria penting informasi akuntansi biaya adalah relevansi informasi bagi pengambilan keputusan oleh manajer.

Menurut Sujarweni (2015:2) mengemukakan bahwa akuntansi biaya adalah informasi tentang biaya produksi untuk kepentingan kegiatan manajemen perusahaan industri, yang meliputi bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik, penyimpanan, dan penjualan produk jadi.

Akuntansi biaya dianggap sebagai alat untuk menghitung nilai persediaan yang disajikan di laporan keuangan dan harga pokok penjualan yang disajikan dilaporkan laba rugi. Pandangan ini membatasi peran informasi yang diperlukan manajer untuk pengambilan keputusan karena yang memerlukan informasi biaya produk ini hanyalah pihak di luar perusahaan, dan pandangan ini sekarang sudah tidak relevan lagi.

Pandangan saat ini terhadap akuntansi biaya dapat membantu manajemen dalam melaksanakan fungsinya. Pengumpulan, penyajian, dan penganalisisan informasi yang berhubungan dengan biaya dapat membantu manajemen dalam penyusunan anggaran, pengendalian, penentuan harga, penentuan laba, pemilihan alternatif untuk pengambilan keputusan, dan pengendalian biaya dalam lingkungan teknologi baru.

2.4 Biaya Produksi

Menurut Mulyadi (2015:14) biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk yang siap untuk dijual. Contohnya adalah biaya depresiasi mesin dan peralatan, biaya bahan baku, biaya bahan penolong, biaya gaji karyawan yang bekerja dalam bagian-bagian, baik yang langsung maupun yang tidak langsung berhubungan dengan proses produksi. Menurut objek pengeluarannya secara garis besar biaya produksi ini dibagi menjadi: biaya bahan baku, biaya tenaga

kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik (*factory overhead cost*). Biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung disebut pula dengan istilah biaya utama (*prime cost*), sedangkan biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik sering pula disebut dengan istilah biaya konversi (*conversion cost*), yang merupakan biaya untuk mengkonversi (mengubah) bahan baku menjadi produk jadi.

Menurut Sodikin (2015:22) biaya produksi merupakan biaya yang diperlukan untuk memperoleh bahan baku (mentah) dari pemasok dan mengubahnya menjadi produk selesai yang siap dijual. Biaya produksi pada perusahaan manufaktur terdiri atas elemen-elemen biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik.

Bentuk pengklasifikasian yang lain bahan langsung dan tenaga kerja langsung digabungkan atau dijumlahkan menjadi biaya utama (*prime cost*) yang merupakan biaya-biaya yang secara langsung berhubungan dengan produksi. Penggabungan atau penjumlahan tenaga kerja langsung dan *overhead* pabrik disebut biaya konversi (*conversion cost*) yang merupakan biaya-biaya yang mengolah bahan langsung menjadi produk yang selesai (*finished product*). Meskipun tenaga kerja langsung adalah bagian dari kedua klasifikasi tersebut, perhitungan ganda bukan merupakan masalah, karena pengklasifikasian ini merupakan suatu metode analisis untuk membantu manajemen dalam melaksanakan fungsi pengendalian, bukan dimaksudkan untuk tujuan penentuan harga pokok.

2.5 Metode pengumpulan Biaya Produksi

Menurut Mulyadi (2015:16) dalam pembuatan produk terdapat dua kelompok biaya yaitu, biaya produksi dan biaya nonproduksi. Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam pengolahan bahan baku menjadi produk, sedangkan biaya nonproduksi merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan nonproduksi, seperti kegiatan pemasaran dan kegiatan administrasi dan umum. Biaya produksi membentuk kos produksi, yang digunakan untuk menghitung kos produk jadi dan kos produk yang pada akhir periode akuntansi masih dalam proses. Biaya nonproduksi ditambahkan pada kos produksi untuk menghitung total kos produk.

Pengumpulan kos produksi sangat ditentukan oleh cara produksi. secara garis besar, cara memproduksi produk dapat dibagi menjadi dua macam: produksi atas dasar

pesanan dan produksi massa. Perusahaan yang memproduksi berdasarkan pesanan melaksanakan pengolahan produknya atas dasar pesanan yang diterima dari pihak luar. Perusahaan yang memproduksi berdasar produksi massa melaksanakan pengolahan produksinya untuk memenuhi persediaan di gudang. Umumnya berupa produk standar.

Perusahaan yang memproduksi berdasar pesanan, mebumpulkan kos produksinya dengan menggunakan metode kos pesanan (*job order cost method*). Dalam metode ini biaya-biaya produksi dikumpulkan untuk pesanan tertentu dan kos produksi per satuan produk yang dihasilkan untuk memenuhi pesanan tersebut dihitung dengan cara membagi total biaya produksi untuk pesanan tersebut dengan jumlah satuan produk dalam pesanan yang bersangkutan.

Perusahaan yang memproduksi massa, mengumpulkan kos produksinya dengan menggunakan metode kos proses (*process cost method*). Dalam metode ini biaya-biaya produksi dikumpulkan untuk periode tertentu dan kos produksi per satuan produk yang dihasilkan dalam periode tersebut dihitung dengan cara membagi total biaya produksi untuk periode tersebut dengan jumlah satuan produk yang dihasilkan dalam periode bersangkutan.

Pengumpulan Harga Pokok Produksi sangat ditentukan oleh cara produksi. Adapun macam-macam jenis metode. Pengumpulan Harga Pokok Produksi adalah sebagai berikut :

2.5.1 Metode Harga Pokok Pesanan

Menurut Supriyono (2015:36) Harga Pokok Pesanan adalah metode pengumpulan harga pokok produk dimana biaya dikumpulkan untuk setiap pesanan atau kontrak atau jasa secara terpisah dan setiap pesanan atau kontrak dapat dipisahkan identitaskan.

Metode harga pokok pesanan biasanya digunakan oleh perusahaan-perusahaan yang membuat produksi berdasarkan pesanan, bentuk dan kualitas produk dibuat sesuai dengan keinginan pemesan seperti industri pesawat terbang, industri percetakan, industri mebel dan industri mesin-mesin pesanan.

Penentuan harga pokok pesanan merupakan suatu cara penentuan harga pokok yang membebankan biaya produksi untuk menjumlahkan produk tertentu yang dapat dipisahkan identitasnya. Metode ini digunakan oleh perusahaan yang mengolah

produksinya berdasarkan atas pesanan. Karakteristik metode harga pokok pesanan adalah sebagai berikut :

- a. Digunakan jika perusahaan memproduksi berbagai macam produk sesuai dengan spesifikasi pemesan dan setiap jenis produk perlu dihitung harga pokoknya secara individual.
- b. Biaya produksi harus dipisahkan menjadi dua golongan pokok yaitu biaya produksi langsung dan tidak langsung.
- c. Biaya produksi langsung terdiri dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja, sedangkan biaya produksi tidak langsung disebut dengan istilah biaya *overhead* pabrik.
- d. Biaya langsung diperhitungkan sebagai harga pokok pesanan tertentu berdasarkan biaya yang sesungguhnya terjadi, sedangkan biaya overhead pabrik diperhitungkan ke dalam harga pokok pesanan berdasarkan tarif yang ditentukan dimuka.
- e. Harga pokok perunit produk dihitung pada saat pesanan selesai diproduksi
- f. Pada harga pokok pesanan, harga pokok dikumpulkan untuk setiap pesanan jumlah biaya produksi akan dihitung setiap pesanan selesai.

2.5.2 Metode Harga Pokok Proses

Metode harga pokok proses merupakan pengumpulan harga pokok produksi yang digunakan perusahaan yang mengolah produknya secara massa. Berdasarkan metode ini biaya produksi dikumpulkan untuk setiap proses selama jangka waktu tertentu dan harga pokok produksi persatuan dihitung dengan cara membagi total biaya produksi dalam proses tertentu selama waktu yang berkaitan.

Perusahaan yang berproduksi secara massal memiliki karakteristik sebagai berikut :

1. Produk yang dihasilkan adalah produk standar.
2. Produk yang dihasilkan dari bulan ke bulan adalah sama.
3. Kegiatan produksi dimulai dengan diterbitkannya perintah rencana produk standar untuk jangka waktu tertentu.

Karakteristik pengumpulan harga pokok produksi dalam metode harga pokok proses adalah sebagai berikut :

- a. Biaya produksi dikumpulkan perdepartemen produksi perperiode akuntansi.

- b. Harga pokok produk persatuan dihitung dengan cara membagi total biaya produksi yang dikeluarkan selama periode akuntansi tertentu dengan jumlah satuan produksi yang dihasilkan periode yang bersangkutan.
- c. Penggolongan biaya produksi biaya produksi langsung dan biaya produksi tidak langsung diperlukan terutama jika perusahaan hanya menghasilkan satu macam produk.
- d. Unsur yang digolongkan dalam BOP terdiri dari biaya produk selain biaya bahan baku dan bahan penolong serta biaya tenaga kerja. Dalam suatu proses produksi tidak semua produk yang diolah dapat menjadi produk yang baik yang memenuhi standar mutu yang telah ditetapkan.

Kadang juga terdapat produk yang hilang ditinjau dari terjadinya, produk dapat hilang pada awal proses maupun akhir proses. Produk yang hilang pada awal proses berakibat:

- Meningkatkan harga pokok per satuan produk yang diterima dari departemen produksi sebelumnya.
- Meningkatkan harga pokok per satuan yang ditambahkan dalam departemen produksi setelah departemen produksi yang pertama.

Produk hilang yang terjadi diakhir proses berakibat menaikkan harga pokok persatuan produk yang ditransfer ke departemen berikutnya atau ke gudang.

2.6 Metode Penentuan Biaya produksi

Penentuan harga pokok produk adalah pembebanan unsur biaya produksi terhadap produk yang dihasilkan dari suatu proses produksi, artinya penentuan biaya yang melekat pada produk jadi dan persediaan barang dalam proses Maghfirah (2016).

Menurut Mulyadi (2015:17) metode penentuan biaya produksi adalah cara memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam kos produksi. Dalam memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam kos produksi, terdapat dua pendekatan:

1. Full Costing

Full costing merupakan metode penentuan kos produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi ke dalam kos produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik, baik yang berperilaku variabel

maupun tetap. Dengan demikian kos produksi menurut metode *full costing* terdiri dari unsur biaya berikut ini:

Biaya bahan baku	xxx
Biaya tenaga kerja langsung	xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik variable	xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik tetap	<u>xxx</u>
Kos produksi	xxx

Biaya produk yang dihitung dengan pendekatan *full costing* terdiri dari unsur kos produksi (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik variabel, dan biaya *overhead* pabrik tetap) ditambah dengan biaya non produksi (biaya pemasaran, biaya administrasi dan umum).

2. Variable Costing

Menurut mulyadi (2015:18) *variable costing* merupakan metode penentuan kos produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku variable ke dalam kosproduksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik variabel.

Pendekatan *variable costing* dikenal sebagai *contribution approach* yang merupakan suatu format laporan laba rugi yang mengelompokkan biaya berdasarkan perilaku biaya dimana biaya-biaya dipisahkan menurut kategori biaya variabel dan biaya tetap dan tidak dipisahkan menurut fungsi-fungsi produksi, administrasi dan penjualan.

Pendekatan ini berupa biaya-biaya yang berubah sejalan dengan perubahan *output* yang diperlakukan sebagai elemen harga pokok produk. Laporan laba rugi yang dihasilkan dari pendekatan ini banyak digunakan untuk memenuhi kebutuhan pihak internal oleh karena itu tidak harus disesuaikan dengan prinsip akuntansi yang berlaku umum.

Berdasarkan metode *variable costing*, menggunakan pendekatan perilaku yang artinya perhitungan harga pokok produksi dan penyajian dalam laba rugi didasarkan atas perilaku biaya-biayanya. Biaya yang biasanya dibebankan dalam metode ini adalah biaya non produksi. Dengan demikian kos produksi menurut metode *variable costing*

terdiri dari unsur biaya produksi berikut ini:

Biaya bahan baku	xxx
Biaya tenaga kerja langsung	xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik variabel	<u>xxx</u>
Kos produksi	xxx

Kos produk yang dihitung dengan pendekatan *variable costing* terdiri dari unsur kos produksi variabel (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik variabel) ditambah dengan biaya non produksi variabel (biaya pemasaran variabel dan biaya administrasi dan umum variabel).

Metode *variable costing* dianggap tidak sesuai dengan prinsip akuntansi yang lazim, sehingga laporan keuangan untuk kepentingan pajak dan masyarakat umum harus di buat atas dasar metode *full costing*. Metode *variable costing* naik turunnya laba dihubungkan dengan perubahan-perubahan dalam penjualan. Perusahaan yang kegiatan usahanya bersifat musiman, *variabel costing* akan menyajikan kerugian yang berlebihan dalam periode-periode tertentu, sedangkan dalam periode lainnya menyajikan laba yang tidak normal. Oleh karena itu peranan *variable costing* dalam perencanaan laba jangka pendek yang menghasilkan laporan laba-rugi dan di sajikan informasi biaya variable yang terpisah dari informasi biaya tetap dapat memenuhi kebutuhan manajemen untuk perencanaan laba jangka pendek.

Variable costing dalam pengambilan keputusan menyajikan informasi yang lebih baik untuk mengendalikan *period cost* dibandingkan informasi yang dihasilkan dengan metode *full costing*. Dalam *full costing* biaya *overhead* pabrik tetap diperhitungkan dalam tarif biaya *overhead* pabrik dan dibebankan sebagai unsur biaya produksi sehingga manajemen kehilangan perhatian terhadap *period cost* (biaya *overhead* pabrik tetap) tertentu yang dapat dikendalikan. Berdasarkan metode *variable costing*, *period cost* yang terdiri biaya yang berperilaku tetap dikumpulkan dan disajikan secara terpisah dalam laporan laba-rugi sebagai pengurang terhadap laba kontribusi.

Variable costing dalam pengambilan keputusan menyajikan data yang bermanfaat untuk pembuatan keputusan jangka pendek. Dalam melakukan keputusan jangka pendek yang menyangkut mengenai perubahan keputusan jangka pendek yang menyangkut mengenai perubahan volume kegiatan, biaya tetap tidak relevan karena tidak berubah dengan adanya perubahan volume kegiatan. *Variable costing* khususnya bermanfaat

untuk penentuan harga jual jangka pendek.

Metode *full costing* maupun *variable costing* merupakan metode penentuan harga pokok produksi. perbedaan metode tersebut adalah terletak pada perlakuan terhadap biaya produksi yang berperilaku tetap. *Full costing* dalam biaya overhead pabrik baik berperilaku tetap maupun variabel dibebankan kepada produk atas dasar biaya overhead pabrik sesungguhnya. Sedangkan dalam metode *variable costing*, biaya *overhead* pabrik yang dibebankan kepada produk hanya biaya yang berperilaku saja.

Berdasarkan metode *full costing*, harga pokok produksi dihitung dengan menjumlah semua unsur biaya produksi, baik biaya produksi yang berperilaku tetap maupun yang berperilaku variabel. Penentuan harga pokok produksi tersebut tidak selalu dapat menghasilkan informasi akuntansi yang relevan dengan kebutuhan manajemen. Kepentingan perencanaan laba dan pengambilan keputusan jangka pendek, manajemen memerlukan informasi biaya menurut perilakunya.

Selain itu untuk menghindari ketidak relevan informasi yang dihasilkan, maka di gunakan metode *variable costing*. Hubungannya dengan laba rugi perusahaan, penggunaan metode *variable costing* memberikan informasi untuk perencanaan laba jangka pendek, karena informasi akuntansi yang dihasilkan lebih relevan. Kaitannya untuk jangka pendek, biaya tetap tidak berubah dengan adanya perubahan volume kegiatan, sehingga hanya biaya variabel yang perlu dipertimbangkan oleh manajemen dalam pengambilan keputusan. Oleh karena itu metode *variable costing* yang menghasilkan laporan laba rugi yang menyajikan informasi biaya variabel yang terpisah dari informasi biaya tetap dapat memenuhi kebutuhan manajemen untuk perencanaan laba jangkapendek.

Perencanaan laba jangka pendek dilakukan oleh manajemen pada saat penyusunan anggaran. Dalam proses penyusunan anggaran tersebut manajemen berkepentingan untuk menguji dampak setiap alternatif yang akan dipilih terhadap laba perusahaan. Karena dalam jangka pendek biaya tetap tidak berubah, maka informasi yang relevan dengan perencanaan laba jangka pendek adalah informasi yang berdampak terhadap hasil penjualan dan biaya variabel, yang keduanya merupakan komponen untuk menghitung laba kontribusi dan rasio laba kontribusi. Perubahan penggunaan metode penentuan harga pokok produksi dari akuntansi biaya ke dalam metode *variable costing* akan banyak memberikan manfaat terhadap perusahaan. Selain untuk perencanaan laba

jangka pendek, dengan penggunaan metode *variable costing* laba yang di hasilkan oleh perusahaan jelas akan berbeda dengan penggunaan metode akuntansi biaya, selain pada laba perbedaan tersebut akan muncul pada penentuan harga suatu produk yang dihasilkan. Penggunaan metode *variable costing* ini akan menghasilkan harga yang wajar dibandingkan dengan metode akuntansi biaya yang digunakan perusahaan sebelumnya.

2.7 Pengertian Susu Kedelai

Susu kedelai adalah bahan makanan serta minuman yang biasa dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia. Susu kedelai mengandung energi sebesar 41 kilo kalori, 3,5 gram protein, 5 gram karbohidrat, 2,5 gram lemak, 50 miligram kalsium, 45 miligram fosfor dan zat besi 1 miligram. Selain itu dalam susu kedelai juga terkandung vitamin A sebanyak 200 IU, vitamin B1 0,08 miligram dan vitamin C 2 miligram. Hasil tersebut didapat dari melakukan uji tes terhadap 100 gram Susu Kedelai, dengan jumlah yang dapat dimakan sebanyak 100 % (Rukmana, 1997:16-17).

Susu kedelai memiliki kadar protein dan komposisi asam amino yang hampir sama dengan susu sapi. Keunggulan lain dari susu kedelai dibandingkan susu sapi adalah tidak mengandung kolesterol sama sekali. Namun, kandungan kolesterol pada susu sapi masih tergolong sangat rendah jika dibandingkan bahan pangan hewani lainnya. Kandungan protein dalam susu kedelai dipengaruhi oleh varietas kedelai, jumlah air yang ditambahkan, jangka waktu dan kondisi penyimpanan, serta perlakuan panas. Semakin banyak jumlah air yang digunakan untuk mengencerkan susu, maka semakin sedikit kadar protein yang diperoleh. Kadar protein dalam susu kedelai yang dibuat dengan perbandingan kedelai air 1:8, 1:10 dan 1:15 berturut-turut adalah 3.6%, 3.2%, dan 2.4%. Susu kedelai yang dibuat dengan kadar protein 3% mempunyai mutu gizi yang mendekati susu sapi. Untuk anak balita, minum dua gelas susu kedelai sudah dapat memenuhi 30% dari total kebutuhan proteinnya setiap hari. Kadar asam amino lisin yang tinggi menyebabkan susu kedelai dapat digunakan untuk meningkatkan nilai gizi protein pada nasi dan makanan sereal lainnya, yang umumnya rendah kadar lisinnya.

Mutu protein susu kedelai hampir sama dengan mutu protein susu sapi. *Protein eficiency ratio* (PER) susu kedelai 2.3, sedangkan PER susu sapi adalah 2.5. PER 2.3 artinya setiap gram protein yang dinamakan akan menghasilkan pertambahan berat

badan sebesar 2.3 gram. Dengan demikian, semakin tinggi nilai PER mencerminkan semakin baik mutu protein tersebut. Secara umum susu kedelai mengandung vitamin B1, B2 dan niasin dalam jumlah yang setara dengan susu sapi atau ASI, serta mengandung vitamin E dan K dalam jumlah yang cukup banyak. Namun, susu kedelai tidak mengandung vitamin B12 dan kandungan mineralnya (terutama kalsium) lebih sedikit dibandingkan susu sapi. Oleh karena itu, dianjurkan untuk melakukan fortifikasi (penambahan) vitamin dan mineral pada susu kedelai untuk mensejajarkan kualitasnya dengan susu sapi.

Karena berasal dari tumbuh-tumbuhan, susu kedelai secara alami bebas kolesterol dan rendah lemak jenuh, juga tidak mengandung laktosa. Kacang kedelai dan susu kedelai mengandung sejumlah kebaikan sebagai sumber protein nabati yang baik, kalium dan kalsium yang ditambahkan. Dewasa ini di pasaran juga tersedia susu kedelai yang ditambahkan probiotik atau fermentasi, yang bias menjadi pilihan lebih baik, terutama bagi orang dengan tekanan darah tinggi. Namun susu kedelai juga memiliki banyak manfaat untuk kesehatan seperti meningkatkan daya tahan tubuh, mencegah kanker, menurunkan kadar kolesterol, mencegah tekanan darah tinggi, serangan jantung, stroke, meningkatkan pertumbuhan sel-sel otak karena banyak mengandung protein, mencegah diabetes, selain itu susu kedelai dapat memperlambat proses penuaan karena memiliki kandungan vitamin E yang tinggi dan masih banyak manfaat lainnya. Usaha susu kedelai, menjadi peluang usaha yang cukup bagus untuk dijalani dan sangat menjanjikan keuntungan. Usaha ini dapat dimulai dengan modal yang kecil dan cocok dijalankan dalam skala usaha kecil rumah tangga, bahan bakunya banyak dijumpai diberbagai tempat dan cara pembuatannya juga cukup mudah, serta pemasaran yang tidak terlalu sulit.

2.8 Home Industry

Secara harfiah, *Home* berarti rumah, tempat tinggal, ataupun kampung halaman. Sedangkan industri, dalam kamus ilmiah dapat diartikan sebagai kerajinan, usaha produk barang dan ataupun perusahaan.

Jadi dapat disimpulkan bahwa *home industry* merupakan rumah usaha produk barang atau jasa yang diolah dengan menggunakan sarana dan juga peralatan (mesin) dengan beberapa kumpulan perusahaan yang sejenis dalam proses produksinya. *Home industry* termasuk dalam kategori perusahaan perorangan atau yang di kelola oleh

keluarga yang berarti pemilik dari suatu perusahaan perseorangan. Bagi yang hendak memulai bisnis kecil, bentuk perusahaan perseorangan adalah bentuk yang dipandang paling sesuai.

Home industri paling banyak dilakukan oleh masyarakat di desa, dimana mereka hanya memiliki banyak jaringan dalam dunia bisnisnya. Para pengusaha yang memiliki *home industry* kebanyakan dari mereka adalah ibu rumah tangga sebagai pemimpin industrinya dan keluarga yang lainnya sebagai pembantu dalam proses perindustrian tersebut.

Umumnya, pelaku kegiatan ekonomi yang berbasis di rumah ini adalah keluarga itu sendiri ataupun salah satu dari anggota keluarga yang berdomisili di tempat tinggalnya itu dengan mengajak beberapa orang disekitarnya sebagai karyawannya. Meskipun dalam skala yang tidak terlalu besar, *home industry* juga sering disebut sebagai perusahaan kecil, karena jenis kegiatan ekonomi dipusatkan di rumah. Namun, terkadang *home industry* tersebut berjalan dengan lancar dan laba dari yang diperoleh melebihi modal awal yang digunakan dalam berusaha.

Usaha kecil tersebut harus berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang yang dimiliki, dikuasai, atau berafiliasi baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha menengah atau usaha besar. Istilah industri biasanya menimbulkan gambaran dalam pikiran akan adanya pabrik-pabrik, perusahaan-perusahaan yang mengelola bahan mentah menjadi barang jadi dengan menggunakan alat-alat seperti mesin dan lain-lain.

Kegiatan *home industry* diakui sebagai perusahaan kecil karena jenis kegiatan ekonomi ini dipusatkan di rumah. Pengertian usaha kecil secara jelas tercantum dalam UU No. 9 tahun 1995, yang menyebutkan bahwa usaha kecil adalah usaha dengan kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000 (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha) dengan hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 1.000.000.000. Kriteria lainnya dalam UU No. 9 tahun 1995 adalah: milik WNI, berdiri sendiri, berafiliasi langsung atau tidak langsung dengan usaha menengah atau besar dan berbentuk badan usaha perorangan, baik bebadan hukum ataupun tidak. Jika terdaftar dalam Dinas Perdagangan Kabupaten/Kota permohonan izin pemerintah untuk menjalankan usaha, *home industry* termasuk dalam kategori peraturan Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) Putih, yaitu perusahaan kecil yang dengan kekayaan kurang dari Rp 200.000.000.

Home Industry ini sangat erat kaitannya dengan adanya sebuah teknologi yang membantu memperlancar jalannya produksi, ekonomi yang merupakan akar dari terciptanya sebuah industri di dalamnya, perubahan yang mana setiap adanya sebuah industri baik itu besar maupun kecil tidak dapat dipungkiri akan terjadi yang namanya perubahan sosial yang berdampak pada individu baik itu yang ikut terjun dalam dunia perindustrian maupun individu yang berada disekitar kawasan industri. Karena terdapat komponen-komponen seperti orang-orang yang terlibat di dalamnya atau kegiatan industri tersebut sangat mempengaruhi akan keberlangsungan hidup masyarakat.

Home industry juga dapat berarti industri rumah tangga, karena termasuk dalam kategori usaha kecil yang dikelola keluarga.

a. Pelaku *Home Industry*

Pada umumnya pelaku kegiatan ekonomi yang berbasis dirumah ini adalah keluarga itu sendiri ataupun salah satu dari anggota keluarga yang berdomisili di tempat tinggalnya itu dengan mengajak beberapa orang disekitarnya untuk bekerja sebagai karyawannya. Meskipun dalam skala yang tidak terlalu besar, namun kegiatan ekonomi ini secara tidak langsung membuka lapangan pekerjaan untuk sanak saudara ataupun tetangga di kampung halamannya. Usaha perusahaan kecil ini otomatis dapat membantu program pemerintah dalam upaya mengurangi angka pengangguran dan akhirnya jumlah penduduk miskinpun akan berangsur menurun.

b. Pusat Kegiatan *Home Industry*

Home Industry pada umumnya memusatkan kegiatan di salah satu rumah keluarga tertentu dan biasanya para karyawan berdomisili di tempat yang tak jauh dari rumah produksi tersebut. Secara geografis dan psikologis hubungan pemilik usaha dan karyawan sangat dekat, memungkinkan untuk menjalin komunikasi sangat mudah.

Kemudahan dalam berkomunikasi ini diharapkan dapat memicu etos kerja yang tinggi. Masing-masing pihak merasa bahwa kegiatan ekonomi ini adalah milik keluarga, kerabat dan warga sekitar. Merupakan tanggung jawab bersama dalam upaya meningkatkan perusahaan mereka.

c. *Home Industry* sebagai Alternatif Penghasilan bagi Keluarga

Bertambahnya jumlah keluarga tentu saja akan menambah jumlah kebutuhan dalam memenuhi keperluan anggota keluarga itu sendiri semakin meningkat. Kebutuhan keluarga ini akan terasa ringan terpenuhi jika ada usaha yang mendatangkan *income* atau penghasilan keluarga untuk menutupi kebutuhan tersebut. *Home Industry* yang pada umumnya berawal dari usaha keluarga yang turun menurun dan pada akhirnya meluas ini secara otomatis dapat bermanfaat menjadi mata pencaharian penduduk kampung disekitarnya. Kegiatan ekonomi ini biasanya tidak begitu menyita waktu, sehingga memungkinkan pelaku usaha membagi waktunya untuk keluarga dan pekerjaan tetap yang diembanya.



BAB III

GAMBARAN UMUM OBJEK MAGANG

3.1 Sejarah Singkat UD Sehat Sejahtera Bersama Sumpersari Jember

Home Industri UD Sehat Sejahtera Bersama adalah pabrik yang bergerak dibidang produksi pangan yang memproduksi susu kedelai. Home industri ini telah mendapatkan izin dari badan pengawas obat dan makanan (POM) yang diatur oleh undang-undang sebagai syarat pendirian industri dibidang pangan. Lokasinya berada di jl. Parangtritis, Kelurahan Antirogo, Kecamatan Sumpersari, Kabupaten Jember, Provinsi Jawa Timur. Home industri ini telah berdiri kurang lebih selama 9 tahun sejak tahun 2010 dengan karyawannya saat ini 28 orang. 5 orang bagian produksi, 20 orang bagian packaging, dan 3 orang di bagian supir yang bertugas mengantarkan.

Saat ini UD Sehat Sejahtera Bersama Sumpersari Jember memproduksi 22.000-25.000 sachet perharinya yang didistribusikan di kecamatan Kencong, kecamatan Rambipuji, kecamatan Ambulu, kecamatan Jombang, kecamatan Kalisat, dll serta toko-toko klontong dan mlijo-mlijo. Hampir seluruh kecamatan yang ada di Jember tidak luput dari saluran pendistribusian produk SKM. Hal tersebut sudah bisa membuktikan bahwa Susu Kedelai Madu produksi UD Sehat Sejahtera Bersama mampu menguasai pasar yang ada di Jember dan mampu bersaing dengan produk susu kedelai lainnya.

Sistem upah atau gaji karyawan Home Industri UD Sehat Sejahtera Bersama adalah berdasarkan bulanan. Agar dapat mendorong kinerja karyawan pihak home industri UD Sehat Sejahtera Bersama memberikan jaminan sosial berupa fasilitas pengobatan, bonus, asuransi kesehatan kerja, tunjangan hari raya, asuransi kematian.

Sejak berdirinya hingga saat ini home industri UD Sehat Sejahtera Bersama Sumpersari Jember terus mengalami peningkatan produksi meskipun sempat jatuh bangun pada awal mula pendiriannya. Awalnya Home Industri susu kedelai ini dibangun masih dalam skala kecil atau dapat disebut industri rumah tangga yang hanya memiliki beberapa karyawan saja. Pengelolaannya pun hanya di kelola oleh Ibu Miati Alfin selaku pemilik usaha. Namun lambat laun seiring

banyaknya konsumen, Home Industri UD Sehat Sejahtera Bersama kini menjadi semakin besar dan memiliki banyak karyawan serta sudah membuka 11 cabang di beberapa kota di Jawa hingga Sumatera. Cabang-cabang yang membuka usaha Susu kedelai dai UD Sehat Sejahtera Bersama di kelola langsung oleh keluarga dari Ibu Miati Alfin tersebut.

Omset dari penjualan SKM perbulannya mencapai 1 milyar rupiah, hal itu tidak mustahil mengingat cabang-cabangnya sudah ada di berbagai kota di Jawa dan Sumatera. Bisa dikatakan home industri UD Sehat Sejahtera Bersama adalah home industri olahan susu kedelai terbesar di seluruh Jawa. Karena bisa menguasai pasar-pasar hampir seluruh wilayah Jawa dan Sumatera.

3.2 Visi dan Misi UD Sehat Sejahtera Bersama Sumpalsari Jember

Adapun Visi dan Misi UD Sehat Sejahtera Bersama Sumpalsari Jember yang diterapkan selama ini adalah sebagai berikut :

Visi

- i. Memberikan manfaat kepada masyarakat luas
- ii. Membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan

Misi

Selalu mewujudkan keinginan dan harapan para pelanggan serta menjamin kepuasan pelanggan dengan menghasilkan produk susu kedelai yang berkualitas terbuat dari bahan-bahan alami serta bermutu tinggi.

3.3 Makna Logo Perusahaan

Gambar 3.1 Logo Susu Kedelai Madu



Sumber: UD Sehat Sejahtera Bersama.

1. Gambar Kedelai : Gambar kedelai yang terletak pada samping tulisan menandakan bahwa produk tersebut terbuat dari kedelai pilihan.
2. Font SKM : Penulisan font SKM yang berukuran besar adalah singkatan dari Susu Kedelai Madu.
3. Warna Merah : Menandakan banyaknya manfaat atau energi yang terdapat dalam kandungan Susu Kedelai Madu.

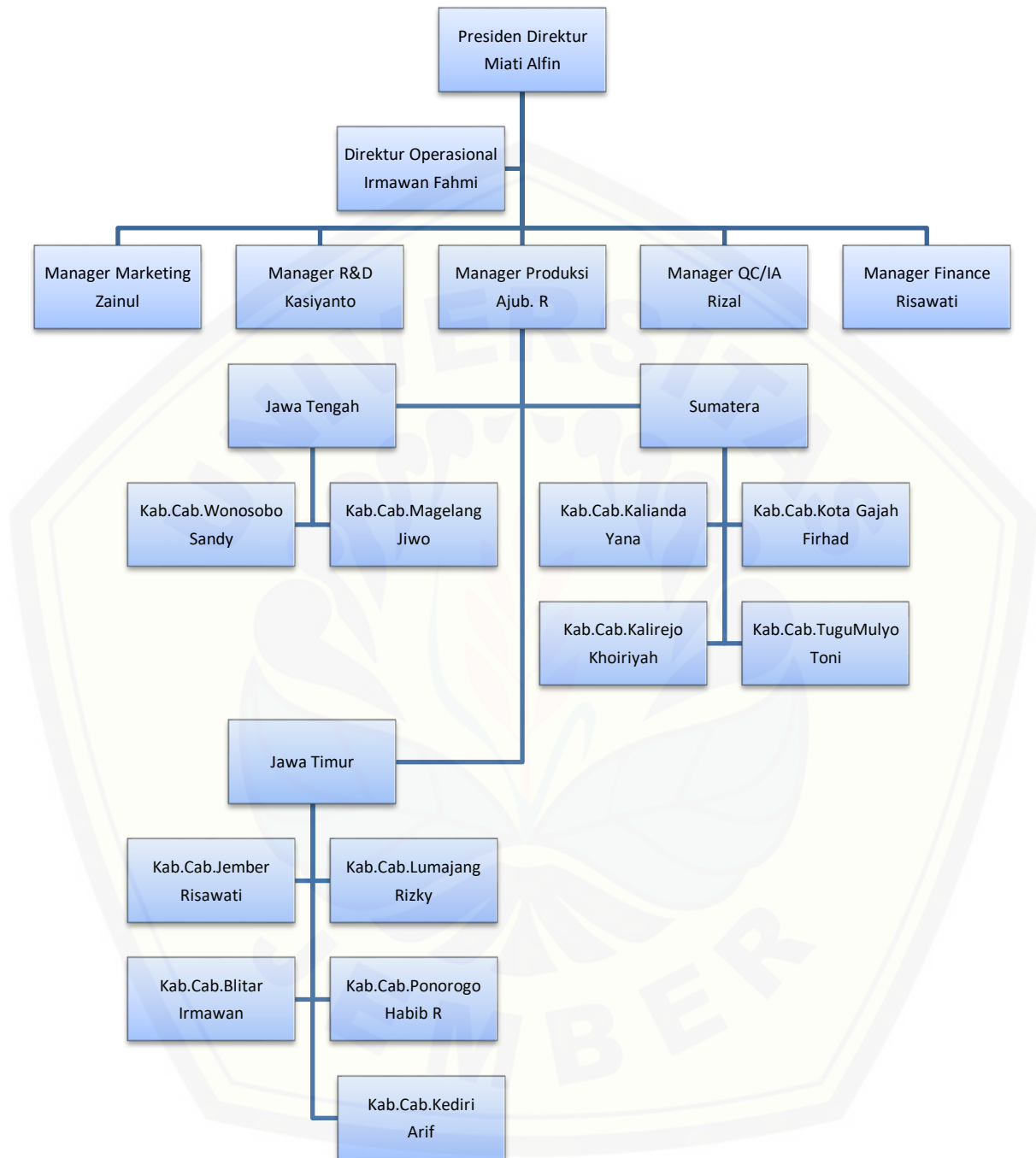
3.4 Struktur Organisasi dan Deskripsi Jabatan UD Sehat Sejahtera Bersama

3.4.1 Struktur Organisasi

Struktur organisasi dapat diartikan sebagai kerangka kerja formal organisasi yang dengan kerangka kerja itu tugas-tugas pekerjaan dibagi-bagi, dikelompokkan, dan dikoordinasikan.

Struktur organisasi perusahaan merupakan gambaran skematis tentang hubungan kerja sama yang ada dalam perusahaan ataupun organisasi untuk mencapai sasaran. Struktur organisasi ini menggambarkan pembagian kerja, garis-garis wewenang, pembatasan tugas dan tanggung jawab dari unit-unit organisasi yang ada dalam perusahaan. Adapun struktur organisasi dan uraian tugas pada Home industri UD Sehat Sejahtera Bersama yaitu terdiri dari :

Gambar 3.2 Struktur Organisasi Susu Kedelai Madu



Sumber: UD Sehat Sejahtera Bersama.

3.4.2 Deskripsi Jabatan

A. Tugas, Fungsi, dan Tanggung Jawab Presiden Direktur

Tugas Presiden Direktur antara lain:

1. Mengkoordinasikan dan mengendalikan kegiatan-kegiatan dibidang administrasi keuangan, kepegawaian dan kesekretariatan.
2. Mengkoordinasikan dan mengendalikan kegiatan pengadaan dan peralatan perlengkapan.
3. Merencanakan dan mengembangkan sumber-sumber pendapatan serta pembelanjaan dan kekayaan perusahaan.
4. Mengendalikan uang pendapatan, hasil penagihan rekening penggunaan air dari langganan.
5. Melaksanakan tugas-tugas yang diberikan Direktur Utama.
6. Dalam melaksanakan tugas-tugas Direktur Umum bertanggung jawab kepada Direktur Utama.
7. Memimpin seluruh dewan atau komite eksekutif.
8. Menawarkan visi dan imajinasi di tingkat tertinggi (biasanya bekerjasama dengan MD atau CEO).
9. Memimpin rapat umum, dalam hal: untuk memastikan pelaksanaan tata-tertib; keadilan dan kesempatan bagi semua untuk berkontribusi secara tepat; menyesuaikan alokasi waktu per item masalah; menentukan urutan agenda; mengarahkan diskusi ke arah konsensus; menjelaskan dan menyimpulkan tindakan dan kebijakan.
10. Bertindak sebagai perwakilan organisasi dalam hubungannya dengan dunia luar.
11. Memainkan bagian terkemuka dalam menentukan komposisi dari board dan sub-komite, sehingga tercapainya keselarasan dan efektivitas.
12. Mengambil keputusan sebagaimana didelegasikan oleh BOD atau pada situasi tertentu yang dianggap perlu, yang diputuskan, dalam meeting-meeting BOD.
13. Menjalankan tanggung jawab dari direktur perusahaan sesuai dengan standar etika dan hukum.

B. Tugas, Fungsi, dan Tanggung Jawab Direktur Operasional

Tugas Direktur Operasional antara lain:

1. Merencanakan, melaksanakan dan mengawasi seluruh pelaksanaan operasional perusahaan.
2. Membuat standar perusahaan mengenai semua proses operasional, produksi, proyek dan kualitas hasil produksi.
3. Membuat strategi dalam pemenuhan target perusahaan dan cara mencapai target tersebut.
4. Membantu tugas-tugas direktur utama.
5. Mengecek, mengawasi dan menentukan semua kebutuhan dalam proses operasional perusahaan.
6. Merencanakan, menentukan, mengawasi, mengambil keputusan dan mengkoordinasi dalam hal keuangan untuk kebutuhan operasional perusahaan.
7. Mengawasi seluruh karyawan apakah tugas yang dilakukan sesuai dengan standar operasional perusahaan.
8. Bertanggung jawab pada pengembangan kualitas produk ataupun karyawan.
9. Membuat laporan kegiatan untuk diberikan kepada direktur utama.
10. Bertanggung jawab pada proses operasional, produksi, proyek dan kualitas hasil produksi.

C. Tugas, Fungsi, dan Tanggung Jawab Manager Marketing

Tugas Manager Marketing antara lain:

1. Manajer pemasaran bertanggung-jawab terhadap manajemen bagian pemasaran.
2. Manajer pemasaran bertanggung-jawab terhadap perolehan hasil penjualan dan penggunaan dana promosi.
3. Manajer pemasaran sebagai koordinator manajer produk dan manajer penjualan.
4. Manajer pemasaran membina bagian pemasaran dan membimbing seluruh karyawan dibagian pemasaran.
5. Manajer pemasaran membuat laporan pemasaran kepada direksi.

D. Tugas, Fungsi, dan Tanggung Jawab Manager Research & Development

Tugas Manager Research & Development antara lain:

Tugas:

Merencanakan, melaksanakan, dan melaporkan semua aktifitas research and development untuk tujuan perbaikan dan pengembangan produk perusahaan.

Tanggung jawab:

1. Mengembangkan produk baru dan proses produksi yang lebih baik.
2. Melakukan riset produk dan riset pasar untuk keperluan R&D.
3. Bertanggung jawab terhadap solusi dari keluhan dan tren keinginan konsumen.
4. Menyiapkan dokumen pendaftaran perizinan yang diperlukan.
5. Merekrut, mengarahkan, melatih, dan mentoring staff jika diperlukan.
6. Menghitung dan mengefisienkan cost (COGS) produk baru maupun produk yang sudah ada.

E. Tugas, Fungsi, dan Tanggung Jawab Manager Produksi

Tugas Manager Produksi antara lain:

Tugas Manajer Produksi / Production Manager

1. Melakukan perencanaan dan pengorganisasian jadwal produksi.
2. Menilai proyek dan sumber daya persyaratan.
3. Memperkirakan, negosiasi dan menyetujui anggaran dan rentang waktu dengan klien dan manajer.
4. Menentukan standar kontrol kualitas.
5. Mengawasi proses produksi.
6. Me re-negosiasi rentang waktu atau jadwal yang diperlukan.
7. Melakukan pemilihan, pemesanan dan bahan pembelian.
8. Mengorganisir perbaikan dan pemeliharaan rutin peralatan produksi.
9. Menjadi penghubung dengan pembeli, pemasaran dan staf penjualan.
10. Mengawasi pekerjaan staf junior.

Tanggung jawab manajer produksi / Production Manager

1. Mengawasi proses produksi, menyusun jadwal produksi.
2. Memastikan anggaran biaya produksi efektif.
3. Memutuskan sumber apa yang diperlukan.
4. Menyusun skala waktu untuk pekerjaan.
5. Memperkirakan biaya dan menetapkan standar kualitas.
6. Memantau proses produksi dan menyesuaikan jadwal yang diperlukan.
7. Bertanggung jawab untuk pemilihan dan pemeliharaan peralatan.
8. Memantau standar produk dan melaksanakan program kontrol kualitas.
9. Bertanggung jawab sebagai penghubung antar departemen yang berbeda, misalnya pemasok, manajer.
10. Bekerja dengan manajer untuk melaksanakan kebijakan dan tujuan perusahaan.
11. Memastikan bahwa pedoman kesehatan dan keselamatan diikuti.
12. Mengawasi dan memotivasi tim pekerja.
13. Meninjau kinerja pekerja.
14. Mengidentifikasi kebutuhan pelatihan.

F. Tugas, Fungsi, dan Tanggung Jawab Manager Operator Quality Control

Tugas Manager Operator Quality Control antara lain :

Tugas Manajer Operator Quality Control

1. Briefing atau meeting adalah sebuah keharusan di dunia industri, terutama untuk para pekerja yang bekerja di line produksi suatu perusahaan.
2. Melihat Task Schedule istilah dalam perusahaan berbeda-beda, tetapi intinya sama saja yaitu untuk melihat agenda kerja yang harus dilakukan oleh operator QC pada hari itu.
3. Melakukan pengecekan secara menyeluruh dan mendetail terhadap hasil produksi.
4. Melakukan penyortiran terhadap material hasil produksi yang lolos dengan yang tidak lolos.
5. Menganalisa dan menemukan kesalahan atau penyebab tidak lolos secara detail.
6. Memberikan solusi kepada operator produksi terkait kesalahan yang menyebabkan hasil produksi cacat atau tidak lolos.

7. Membuat dan menyusun laporan kinerja sebagai bahan pertanggungjawaban nantinya.
8. Melakukan koordinasi dengan shift lain terkait pekerjaan yang telah dilakukan dan informasi lainnya.

Tanggung Jawab Operator QC

1. Memastikan kinerja sesuai WPS (*Work Plan Sheet*).
2. Memastikan barang hasil produksi di cek dengan baik.
3. Memastikan barang yang tidak lolos cek diketahui kesalahan dan cara menanggulangnya.
4. Memastikan koordinasi dengan shift lain terlaksana dengan baik.
5. Memastikan laporan kerja dibuat tepat waktu.
6. Memastikan target produksi tercapai dengan maksimal.
7. Menjaga nama baik perusahaan.

G. Tugas, Fungsi, dan Tanggung Jawab Manager Finance

Tugas Manager Finance antara lain:

Tugas Manajer Keuangan

1. Bekerja sama dengan manajer lainnya untuk merencanakan serta meramalkan beberapa aspek dalam perusahaan termasuk perencanaan umum keuangan perusahaan.
2. Menjalankan dan mengoperasikan roda kehidupan perusahaan se-efisien dan se-efektif mungkin dengan menjalin kerja sama dengan manajer lainnya.
3. Mengambil keputusan penting dalam investasi dan berbagai pembiayaan serta semua hal yang terkait dengan keputusan tersebut.
4. Menghubungkan perusahaan dengan pasar keuangan, di mana perusahaan dapat memperoleh dana dan surat berharga perusahaan dapat diperdagangkan.

Tanggung Jawab Manajer Keuangan

Tanggung jawab utama dari manajer keuangan antara lain sebagai berikut:

1. Mengkoordinasikan dan mengontrol perencanaan, pelaporan, serta pembayaran kewajiban pajak perusahaan agar efisien, akurat, tepat waktu, dan sesuai dengan peraturan pemerintah yang berlaku.
2. Merencanakan dan mengkoordinasikan penyusunan anggaran perusahaan, serta mengontrol penggunaan anggaran tersebut untuk memastikan penggunaan dana secara efektif dan efisien dalam menunjang kegiatan operasional perusahaan.
3. Mengelola fungsi akuntansi dalam memproses data dan informasi keuangan untuk menghasilkan laporan keuangan yang dibutuhkan perusahaan secara akurat.
4. Merencanakan dan mengkoordinasikan pengembangan sistem serta prosedur keuangan dan akuntansi. Selain itu juga mengontrol pelaksanaannya untuk memastikan semua proses dan transaksi keuangan berjalan dengan tertib dan teratur.
5. Merencanakan dan mengkonsolidasikan perpajakan seluruh perusahaan untuk memastikan efisiensi biaya dan kepatuhan terhadap peraturan perpajakan.
6. Merencanakan, mengkoordinasi, dan mengontrol arus kas perusahaan (*cash flow*), terutama pengelolaan piutang dan utang. Sehingga, hal ini dapat memastikan ketersediaan dana untuk operasional perusahaan dan kondisi keuangan dapat tetap stabil.

3.5 Hasil Praktek Kerja Nyata

Praktek Kerja Nyata diharapkan akan memperoleh hasil sesuai dengan tujuan yang diterapkan. Hasil praktek kerja nyata ini adalah data yang kemudian dijadikan bahan untuk Tugas Akhir dengan metode yang telah ditentukan. Analisis data merupakan tahap untuk menelaah data yang diperoleh dari beberapa informan yang telah dipilih selama kerja nyata berlangsung. Selain itu juga berguna untuk menjelaskan dan memastikan kebenarannya. Analisis data ini telah dilakukan sejak awal kerja nyata dan bersamaan dengan proses pengumpulan data di lapangan.

Pemasaran merupakan salah satu fungsi strategis dalam perusahaan untuk menjalankan bisnisnya. Pemasran merupakan ujung tomas bagi eksistensi perusahaan dalam jangka panjang. UD Sehat Sejahtera Bersama Sumbersari Jember menggunakan bentuk komunikasi pemasaran terpadu kepada konsumen. Bentuk komunikasi pemasaran terpadu yang dimaksud adalah bagaimana UD Sehat Sejahtera Bersama

memasarkan produknya serta untuk memperoleh, mengembangkan dan mempertahankan konsumen baik konsumen yang sudah ada maupun konsumen baru. Hal tersebut dapat membuat perusahaan akan mendapatkan feedback dari konsumen secara positif. Feedback yang dimaksud adalah peningkatan produk penjualan SKM atau Susu Kedelai Madu yang di produksi oleh UD Sehat Sejahtera Bersama Sumpalsari Jember.

Komunikasi pemasaran UD Sehat Sejahtera Bersama Sumpalsari Jember dalam meningkatkan minat konsumen. Pertanyaan ini dilakukan melalui beberapa informan yaitu, Miati Alfin sebagai President Director , Zainul Rahmat sebagai Manager Marketing, Rudy sebagai sales pasar Sumpalsari, Saiful sebagai sales pasar Kalisat, Rizky sebagai kepala cabang Lumajang, Irmawan Fahmi sebagai kepala cabang Blitar.

Berdasarkan hasil dari wawancara yang pada saat praktek kerja nyata di UD Sehat Sejahtera Bersama Sumpalsari Jember, hasilnya sebagai berikut :

3.6 Bauran Komunikasi Pemasaran UD Sehat Sejahtera Bersama Sumpalsari Jember

Strategi IMC merupakan salah satu elemen untuk dapat menyampaikan informasi tentang produk atau jasa yang akan dipasarkan kepada pelanggan dan brand image inilah dapat terbentuk melalui sinergi seluruh atribut dalam komunikasi pemasaran terpadu berupa suatu pesan dengan citra yang positif dan seragam dalam persepsi pelanggan dan calon pelanggan.

Strategi komunikasi pemasaran menurut UD Sehat Sejahtera Bersama Sumpalsari Jember adalah bagaimana perusahaan mengenalkan produk dan mereknya sesuai dengan keinginan perusahaan, lebih jauh strategi komunikasi pemasaran berhubungan dengan cara melakukan penawaran kepada konsumen untuk mendorong terjadinya pembelian. UD Sehat Sejahtera Bersama Sumpalsari Jember dalam strategi komunikasi pemasarannya, menggunakan berbagai model komunikasi dalam bauran komunikasi, diantaranya melalui iklan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), hubungan masyarakat (*public relations*), personal (*personal selling*), pemasaran langsung (*direct marketing*), dan pemasaran interaktif (*online marketing*).

1. Periklanan (*advertising*) Home Industri UD Sehat Sejahtera Bersama Sumbersari Jember

Dalam UD Sehat Sejahtera Bersama Sumbersari Jember,

Periklanan menjadi peran penting dalam kesuksesan pemasaran produk. Iklan menjadi prioritas utama sebagai alat untuk tujuan publikasi dan sebagai upaya pesan-pesan atau informasi secara luas kepada khalayak sasaran. Media yang digunakan oleh UD Sehat Sejahtera Bersama Sumbersari Jember adalah media televisi dan instagram. Seperti yang dijelaskan oleh Miati selaku Presiden Direktur “Kita menggunakan media televisi khususnya TV lokal dan media advertising digital yaitu instagram”(Miati,62th)

Pemilihan media merupakan strategi perusahaan untuk menentukan media apa yang akan digunakan oleh masyarakat, seperti penjelasan dari Miati selaku Presiden Direktur.

“Perusahaan dalam menentukan pilihan media kami lebih memilih media seperti televisi dan instagram. Karena masih digemari banyak masyarakat. Apalagi instagram, penggunaanya semakin hari semakin bertambah. Dulu kami pernah menggunakan iklan melalui televisi lokal Jember dan itu selalu diperpanjang perbulannya, kalau untuk IG sendiri perusahaan mengendorse akun instagram @makananjember sekali posting mengeluarkan biaya 100rb selain itu kami juga menggunakan media seperti youtube untuk mengenalkan produk kami.”(Miati,62th)

Pemilihan media berdasarkan target pasar agar bisa lebih efektif. UD Sehat Sejahtera Bersama dalam mempromosikan produknya menggunakan media sosial Instagram dan Televisi lokal serta youtube. Instagram, televisi, dan youtube dinilai merupakan media yang paling banyak digunakan oleh masyarakat. Dari hasil wawancara dan observasi, media periklanan yang dipilih sudah cukup efektif. Hal tersebut terlihat dari peningkatan produk SKM dipasar semakin meningkat baik yang membeli langsung di pabrik maupun permintaan dari sales pasar. Iklan merupakan kegiatan komunikasi non-personal yang dibayar untuk menginformasikan mengenai produk dan organisasi tertentu oleh pihak sponsor. Komunikasi dalam pemasaran Home Industri UD Sehat Sejahtera Bersama lebih fokus menggunakan media instagram maupun media konvensional yaitu televisi.

Iklan merupakan setiap bentuk komunikasi nonpersonal tentang produk yang dihasilkan oleh perusahaan, baik barang maupun jasa. Perusahaan pada umumnya

mengeluarkan biaya yang besar dalam melaksanakan kegiatan pemasaran periklanan melalui media periklanan, baik yang bersifat *online* maupun *offline*. Seperti yang dituturkan Rizky selaku Kepala Cabang Lumajang.

“manfaatnya, memasang iklan atau beriklan sangat bagus mas, feedback yang didapat dari perusahaan juga besar. Salah satunya meningkatnya permintaan produk baik yang beli langsung di pabrik atau melalui sales kami.”(Rizky,34th)

UD Sehat Sejahtera Bersama juga memilih *endorse* untuk mengiklankan produk mereka melalui instagram, *endorse* yang dilakukan oleh UD Sehat Sejahtera Bersama berupa menggunakan pengaruh baik publik figur atau orang yang memiliki pengaruh besar dalam masyarakat untuk mempromosikan produknya. *Endorse* dilakukan untuk memperkenalkan kepada masyarakat secara luas agar mendapatkan pelanggan yang tertarik untuk membeli produk-produk yang dipromosikan. Sehingga adanya *endorse*, kegiatan marketing menjadi salah satu kegiatan yang paling banyak dilakukan oleh kalangan artis, selebgram, ataupun influencer di tanah air. Cara marketing yang memanfaatkan *endorse*, merupakan cara modern yang memungkinkan produk bisa dikenal oleh masyarakat luas dalam hitungan detik. Produk akan mengalami peningkatan penjualan dan lebih familiar di kalangan konsumen.

2. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi penjualan yang dimaksud disini adalah kegiatan pemasaran yang memberikan nilai tambah atau intensif kepada tenaga penjualan, distributor, maupun konsumen. Promosi penjualan yang dilakukan oleh home industri UD Sehat Sejahtera Bersama bertujuan juga untuk meningkatkan volume penjualan produknya. Berikut penjelasan Miati selaku Presiden Direktur *“Target promosi penjualan yang utama adalah pasar-pasar mas, dalam perusahaan UD Sehat Sejahtera Bersama juga mempunyai tim marketing yang berperan langsung dalam promosi penjualan”*(Miati,62th).

Zainul selaku Manager Marketing juga menambahkan *“Sebelum membicarakan masalah strategi, tim marketing harus survei pasar terlebih dahulu mas, disana kita akan tahu apa saja kebutuhan pasar, pesaing produk kita seperti apa. Lalu kita memikirkan masalah strategi, kalau biasanya saat membuka cabang baru, atau pasar*

yang belum sama sekali kenal pada produk dari SKM dari UD Sehat Sejahtera Bersama kita memberikan produk secara cuma-cuma kepada calon distributor, agar distributor mau menjual produk kita nantinya. Jadi biasanya selama beberapa hari kita memberi produk gratis, tergantung pasarnya sih kalau itu. Lama-lama distributor juga tertarik dengan produk kita dan dengan sendirinya akan berlangganan. Selanjutnya kita harus mengetahui kelemahan pesaing produk kita, sejauh ini dari riset kami produk SKM sangat unggul dibandingkan yang lain karena SKM memiliki banyak varian rasa, dari original, strawberry, melon, dan coklat. Karena sasaran penjualan kita dari semua kalangan baik balita maupun lansia. Kami pikir dengan banyaknya varian rasa maka konsumen akan tertarik. Selama produk SKM di pasarkan sejauh ini bebas dari bahan pengawet. Hal itu yang kami yakinkan kepada konsumen. Bahwasannya dengan mengonsumsi SKM banyak sekali kandungan serta manfaat yang akan didapatkan. Kita juga dalam promosi penjualan biasanya menyertakan brosur SKM yang sudah dijelaskan dalam brosur tersebut manfaaat serta khasiat dalam Susu Kedelai”(Zainul,50th).

Jadi bisa diartikan bahwa disetiap perusahaan khususnya UD Sehat Sejahtera Bersama, promosi penjualan merupakan salah satu cara yang digunakan perusahaan untuk meningkatkan volume penjualan. UD Sehat Sejahtera Bersama melakukan promosi penjualan dengan upaya bisa bersaing dengan pelaku bisnis lainnya yang memproduksi susu kedelai serupa. Kaitannya dengan adanya tim marketing yang bersinergi, dapat merangsang konsumen untuk membeli produk susu kedelai dari UD Sehat Sejahtera Bersama dan juga untuk melakukan pembelian ulang.

3. Penjualan Personal (*Personal Selling*)

Personal selling adalah interaksi antar individu, saling bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan antar pihak lain. UD Sehat Sejahtera Bersama sendiri bagian yang menangani untuk penjualan personal dinamakan sales pasar. Berikut penjelasan Rudy selaku sales “Awalnya sebelum sales yang melakukan penjualan personal ditangani oleh marketing dulu mas. Mulai dari yang membuka pasar, mencari pendistribusian setelah itu dilanjutkan oleh sales. Sales adalah yang

menjualkan produk, targetnya yaitu volume penjualannya. Yang dilakukan sales untuk penjualan personalnya agar tetap stabil atau naik omset yaitu menjaga hubungan baik dengan konsumen, dengan demikian antara sales dengan konsumen memiliki imbal balik satu sama lain. Sales juga memiliki tugas untuk menambah target pasar, mencari pelanggan baru agar produk kita bisa terjual semakin banyak mas”(Rudy,37th)

Hal serupa juga ditambahkan oleh Saiful “*Tidak susah sebenarnya mas memasarkan SKM, karena sudah ada izin dari Dinkes nya. Sehingga dengan sendirinya masyarakat atau calon pembeli bahwa produk kami adalah produk terpercaya kualitasnya dibandingkan dengan produk susu kedelai lainnya. Dalam hal packaging juga SKM sangat rapi, jadi saya selaku sales juga terbantu mas. Justru kebanyakan malah konsumen yang mencari saya. Sejauh ini proses penjualan personal masih sesuai dengan pendistribusian biasanya. Karena saya sudah memiliki langganan mas”* Saiful selaku sales Pasar Kalisat juga menambahkan perihal target pasarnya “*Targetnya ya kalau bisa pengambilannya bertambah dan BS atau Barang Sisanya berkurang. Alhamdulillah saya pengambilan perhari sekitar 3500 sachet SKM. Kalau misalkan nggak nambah pengambilannya ya diusahakan harus stabil. Di perusahaan juga ada sistem bonus bulanan”*(Saiful,37th)

Salah satu bentuk support dari perusahaan UD Sehat Sejahtera Bersama kepada para pelaku personal selling atau sales adalah memberikan bonus bulanan. Supaya para sales lebih semangat untuk memasarkan produk SKM UD Sehat Sejahtera Bersama. Seperti yang dipaparkan presiden direktur berikut ini “*Di UD Sehat Sejahtera Bersama sendiri juga mempunyai bonus bulanan untuk para sales yang sudah menjual produk perusahaan. Bonusnya sendiri berupa uang yang dimana dihitung dengan pengambilan produk setiap bulannya, dikurangi BS (Barang Sisa) dikalikan 40. Jadi contohnya misalkan sales Kalisat membawa membawa SKM sebanyak 3500 sachet, BS nya 200 perharinya katakan seperti itu, jadi $3500 - 200 = 3300 \times 30$ (hari) = 99.000 sachet yang terjual perbulannya dikalikan 40. Sehingga $99.000 \times 40 = 3.960.000$ itu bonus perbulan dari perusahaan untuk sales. Hal tersebut bertujuan supaya sales lebih semangat untuk memasarkan lebih banyak lagi produk SKM”*(Miati,64th)

Jadi bisa diartikan dalam perusahaan peran sales dalam penjualan personal atau personal selling juga sangat berpengaruh dalam volume penjualan dan komunikasi pemasaran tentunya. Dengan kinerja sales dan perusahaan yang saling bersinergi bukan tidak mungkin produk SKM UD Sehat Sejahtera Bersama dapat mendominasi di pasar dibandingkan produk yang sama dengan produk yang berbeda.

4. Pemasaran Interaktif (*Interaktive Marketing*)

Pemasaran interaktif adalah salah satu model komunikasi dalam komunikasi pemasaran yang bersifat mandiri, karena dapat melakukan seluruh fungsi dari model komunikasi dari bauran pemasaran. Hal yang membedakan pemasaran interaktif dengan model pemasaran lain adalah media interaktif memungkinkan terjadinya arus informasi timbal balik antara perusahaan dengan konsumen. UD Sehat Sejahtera Bersama sendiri memandang media sosial seperti instagram sangat efektif untuk melakukan pemasaran interaktif. Pemasaran interaktif saat ini masih dianggap sebagai salah satu metode pemasaran yang efektif untuk digunakan oleh perusahaan atau para pemasar. Dengan berkembangnya zaman saat ini pemasaran interaktif bisa melalui macam-macam saluran media. UD Sehat Sejahtera Bersama dalam pemasaran interaktif bisa melalui instagram untuk mempermudah pelanggan supaya bisa melakukan transaksi tanpa harus keluar rumah terlebih dahulu. Sosial media seperti instagram saat ini sudah menjadi ladang bisnis tersendiri bagi pegiat media sosial. Seperti yang dituturkan oleh Rizky selaku Kepala Cabang Lumajang. *“Pemasaran interaktif atau interaktive maketing di UD Sehat Sejahtera Bersama saat ini bisa melalui instagram dengan alamat susu_kedelaimadu. Disitu sudah tertera nomor hp dan email kita jika ingin melakukan pemesanan. Pelanggan dengan mudah melakukan transaksi hanya dengan telepon mas, nanti kita bisa langsung antar. Tetapi banyak kendala dalam melakukan pemasaran interaktif tersebut. Kendala yang pertama adalah karena produk SKM kita tidak mengandung bahan pengawet jadi hanya bisa bertahan 8 jam saja, kecuali dimasukkan di dalam freezer. Jadi pelanggan luar kota tidak bisa kita penuhi permintaannya kecuali kota-kota yang memang ada abang SKM UD Sehat Sejahtera Bersama. Sejauh ini kami masih melayani hanya di 14 kota cabang saja. Kendala yang kedua adalah karena dari perusahaan sendiri memang belum ada bagian yang menangani khusus di bagian media seperti mengelola instagram. Hal tersebut membuat respon perusahaan slow respon terhadap konsumen” (Riky, 34th)*

Hal yang sama juga disampaikan oleh Irmawan selaku Kepala Cabang Blitar. “karena perusahaan fokus pemasarannya hanya di pasar tradisional jadi pemasaran langsung atau akun instagramnya keteteran mas. Tidak adanya karyawan khusus yang menangani di bagian itu juga membuat pengelola kadang suka kesusahan. Belum lagi kadang kepala cabang kepala cabang yang ada di luar kota umurnya sudah tidak muda lagi. Jadi kurang telaten menangani hal tersebut. Tapi kita berusaha semaksimal mungkin memberikan yang terbaik untuk konsumen” (Irmawan, 56th).

Jadi di UD Sehat Sejahtera Bersama pengelolaan instagram sebagai pemasaran interaktif masih dikatakan kurang maksimal. Padahal seharusnya hal tersebut sangat penting di era sekarang yang apa-apa bisa dilakukan dengan mudah. Seperti belanja saja hanya dengan menggunakan handphone semuanya langsung terpenuhi.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pada bab sebelumnya, dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut.

Praktek kerja nyata ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana perhitungan harga pokok produksi berdasarkan perhitungan menurut perusahaan dan metode *variable costings* serta untuk mengetahui perbandingan nilai harga pokok produksi berdasarkan perhitungan menurut perusahaan dan metode *variable costing*. Berdasarkan analisis dari pembahasan hasil praktek kerja nyata, penulis dapat menarik kesimpulan yaitu :

1. Perhitungan harga pokok produksi yang dilakukan UD Sehat Sejahtera Bersama telah menggunakan perhitungan tersendiri dalam menghitung harga pokok produksi susu kedelai madu, hal tersebut dapat diketahui bahwa perusahaan menghitung seluruh biaya yang terjadi dimulai dari proses mendapatkan bahan-bahan hingga produk jadi sampai ke sales atau pedagang, sejauh ini perusahaan belum melakukan perhitungan harga pokok produksi untuk produk susu kedelai madu. Selain itu perusahaan juga belum pernah melakukan perhitungan penyusutan atas aset yang dimiliki perusahaan. Total harga pokok produksi yang di dapat susu kedelai madu berdasarkan perhitungan UD Sehat Sejahtera Bersama sebesar Rp 442,3 per sashet susu kedelai madu.
2. Perhitungan harga pokok produksi berdasarakan metode *variable costing* mendapatkan hasil yang berbeda dengan perhitungan yang digunakan UD Sehat Sejahtera Bersama. Perhitungan menurut hasil praktek kerja nyata dengan menggunakan metode *variable costing* mendapatkan hasil lebih rendah sebesar Rp 417,3 sehingga di dapat selisih lebih kecil Rp 25. Hal tersebut di sebabkan karena metode *variable costing* hanya memperhitungkan biaya yang berperilaku variabel saja.
3. Berdasarkan perbandingan perhitungan harga pokok produksi menggunakan perhitungan dari perusahaan dan penulis dengan menggunakan metode *variable costing* didapatkan selisih harga pokok produksi yang dihasilkan meskipun memiliki perbedaan hanya sedikit. Perhitungan yang dihasilkan menggunakan metode *variable costing* lebih

rendah dari pada metode perusahaan. Selisih nilai harga pokok produksi dari perhitungan perusahaan dan metode *variable costing* tersebut yaitu sebesar Rp 25. Perusahaan kurang memahami cara perhitungan harga pokok produksi yang tepat, yaitu tidak memasukkan biaya-biaya secara tepat ke dalam perhitungan harga pokok produksi, sehingga dengan memasukkan seluruh unsur biaya yang dikeluarkan dapat membuat laporan harga pokok produksinya lebih akurat dan tentunya harga jual akan lebih tepat serta dapat meningkatkan laba perusahaan.

5.2 Keterbatasan Praktek Kerja Nyata

1. Keterbatasan perusahaan dalam memberi data terkait biaya-biaya yang dibutuhkan terutama pada biaya yang dikeluarkan dalam produksi.
2. Perusahaan UD Sehat Sejahtera Bersama belum menerapkan akuntansi biaya dalam perhitungan harga pokok produksi.
3. Praktek kerja nyata ini hanya difokuskan kepada satu jenis produk yang dihasilkan.
4. Praktek kerja nyata ini bersifat spesifik terhadap penerapan satu metode, yaitu *variable costing*.

5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, ada beberapa saran yang dapat diberikan dalam praktek kerja nyata pada UD Sehat Sejahtera Bersama yaitu:

1. Perusahaan sebaiknya membuat catatan mengenai bahan dan biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi dan biaya-biaya tersebut digolongkan berdasarkan fungsi pokok dari aktivitas perusahaan untuk mempermudah perhitungan keuangan perusahaan.
2. Perusahaan sebaiknya menerapkan akuntansi biaya yang benar untuk menjadi dasar perhitungan harga pokok produksi.
3. Perusahaan sebaiknya membuat catatan persediaan atau kartu persediaan untuk mengetahui nilai persediaan

DAFTAR PUSTAKA

- Hansen dan Mowen. 2016. *Management Accounting*. Buku 1 Edisi ke-8. Jakarta: Salemba Empat.
- Harnanto. 2017. *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Mulyadi. 2015. *Akuntansi Biaya*. Edisi ke-5 cetakan ketigabelas. Yogyakarta: STIM YKPN.
- Maghfiroh, M dan Fazli, S. 2016. Analisis perhitungan harga pokok produksi dengan penerapan metode *full costing* pada UMKM Kota Banda Aceh. *Jurnal JIMEKA* Vol. 1, No.2.
- Pongantung, Artika Kartini. W.S Manoppo. J. Mangindaan. 2018. Analisis Biaya Variable Costing untuk Pengambilan Keputusan Menerima atau Menolak Pesanan Khusus pada Perusahaan Kue Bangket Tokin. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Minahasa : Fakultas Ekonomi Universitas Sumatra Utara.
- Pandey, Christian M. Inggriani. Elim. Sherly. Pinatik. 2018. Analisis Penentuan Tarif Rawat Inap Berdasarkan Variable Costing pada Rumah Sakit GMIM Siloan Sonder). *Jurnal Riset Akuntansi Manado* : Fakultas Ekonomi Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Sujarweni, V Wiratna. 2015. *Akuntansi Biaya*. Cetakan Pertama. Yogyakarta : Pustaka Baru Press.
- Supriyono. 2015. *Akuntansi Biaya*, Edisi ke-2. BPFE: Jakarta
- Siregar, Baldric. Bambang. Dody. Eko Widodo. Erlina. Hapsoro. Herowati. Lita. Lo. Nurofik. Suropto. Kusumasari. 2015. *Akuntansi Biaya*. Edisi ke-2. Jakarta: Salemba Empat.

Sarifillah, Nur. 2019. Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Tahu Bapak Paiman. *Akuntansi Biaya*. Surakarta : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta.

Sodikin, dan selamat, S. 2015. *Akuntansi manajemen*. Yogyakarta: YKPN.

Sriyani, Iin. 2018. Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Dengan Metode Full Costing dan Variable Costing. *Akuntansi Biaya*. Medan : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.

Saputra, Dimas. 2018. Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Pada Usaha Pembuatan Tahu Pak Darno Di Samarinda. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Samarinda : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman.

Wasito, Ronggo. *Sosial Industri*. Edisi kedua. Surabaya : Jaudar Press, 2016

LAMPIRAN

1. Surat Permohonan Tempat Praktek Kerja Nyata



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Kalimantan 37 – Kampus Bumi Tegal Boto Kotak Pos 159 Jember 68121
Telepon 0331-337990 Faximile 0331-332150
Email : feb@unej.ac.id Website : www.feb.unej.ac.id

Nomor : 3430/UN.25.1.4/PM/2020
Lampiran : Satu Bendel
Hal : **Permohonan Tempat PKN**

28 Mei 2020

Yth. Pimpinan UD. Sehat Sejahtera Bersama Sumpersari Jember
Jl. Parangtritis Antirogo Sumpersari
Jember

Dengan ini kami beritahukan dengan hormat, bahwa guna melengkapi persyaratan kelulusan pada Program Diploma III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember maka para mahasiswa diwajibkan melaksanakan Praktek Kerja Nyata (PKN).

Sehubungan dengan hal tersebut kami mengharap kesediaan Institusi yang Saudara pimpin untuk menjadikan Obyek atau tempat PKN. Adapun mahasiswa yang ingin meminta data tersebut adalah Sebagai Berikut :

NO	NAMA	NIM	PROG. STUDI
1.	Rizal Gibra Dwi Putra	170803104003	D3 Akuntansi
2.	Muh. Aditya Rizfan Nabawi	170803104005	D3 Akuntansi
3.	Hisyam Azis Satriyanto	170803104030	D3 Akuntansi

Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata tersebut pada bulan : 16 Februari 2020 - 31 Maret 2020

Demikian atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terimakasih.

a.n. Dekan
Wakil Dekan I



Dr. Zainuri, M.Si
NIP. 19640325 198902 1 001

Tembusan kepada Yth :
1. Yang bersangkutan;
2. Arsip

2. Surat Permohonan Nilai Praktek Kerja Nyata



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS JEMBER

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kalimantan 37 – Kampus Bumi Tegal Boto Kotak Pos 159 Jember 68121

Telepon 0331-337990 Faximile 0331-332150

Email : feb@unej.ac.id Website : www.feb.unej.ac.id

Nomor : /UN25.1.4/KR/2020
Lampiran : 1 (satu) lembar
Perihal : **Permohonan Nilai PKN**

Yth. Pimpinan UD Sehat Sejahtera Bersama Kabupaten Jember
Jl. Parangtritis Kelurahan Antirogo Sumbersari
Jember

Sehubungan telah dilaksanakan Praktek Kerja Nyata (PKN) Mahasiswa Program Diploma 3 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember pada institusi Saudara, maka dengan hormat kami mohon penilaian terhadap mahasiswa PKN tersebut sebagaimana form penilaian terlampir. Hasil penilaian tersebut mohon dikirim kembali ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember dalam amplop tertutup setelah berakhirnya pelaksanaan Praktek Kerja Nyata.

Demikian atas perhatian serta kerjasamanya disampaikan terimakasih.

Jember 18 Mei 2020

a.n. Dekan,
Wakil Dekan I



Zainuri
Dr. Zainuri, M.Si.
NIP 196403251989021001

3. Formulir Penilaian Praktek Kerja Nyata



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS JEMBER

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kalimantan 37 – Kampus Bumi Tegal Boto Kotak Pos 159 Jember 68121

Telepon 0331-337990 Faximile 0331-332150

Email : feb@unej.ac.id Website : www.feb.unej.ac.id

**NILAI HASIL PRAKTEK KERJA NYATA (PKN) MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS JEMBER**

NO	INDIKATOR PENILAIAN	NILAI	
		ANGKA	HURUF
1.	Kedisiplinan	95	A
2.	Ketertiban	91	A
3.	Prestasi Kerja	88	B
4.	Kesopanan	95	A
5.	Tanggung Jawab	91	A

IDENTITAS MAHASISWA :

Nama : Muhammad Aditya Rizfan Nabawi

N I M : 170803104005

Program Studi : D3 AKUNTANSI

IDENTITAS PEMBERI NILAI :

Nama : Kasiyanto

Jabatan : Manager R&D

Institusi : UD. Sehat Sejahtera Bersama

Tanda Tangan dan

Stempel Lembaga :



PEDOMAN PENILAIAN

NO	ANGKA	KRITERIA
1.	90-100 (A)	Sangat Baik
2.	80-89 (B)	Baik
3.	70-79 (C)	Cukup Baik
4.	60-69 (D)	Kurang Baik

	17-Mar-2020	18-Mar-2020	19-Mar-2020	20-Mar-2020	21-Mar-2020	22-Mar-2020	23-Mar-2020	24-Mar-2020	25-Mar-2020	26-Mar-2020
Nama										
Rizal Gibra Dwi. P	Ayud	Ayud	Ayud	Ayud	Ayud	Ayud	Ayud	Ayud	Ayud	Ayud
Muh. Aditya Rizfan. N	Ayud	Ayud	Ayud	Ayud	Ayud	Ayud	Ayud	Ayud	Ayud	Ayud
Hisyam Azis. S	Ayud	Ayud	Ayud	Ayud	Ayud	Ayud	Ayud	Ayud	Ayud	Ayud
	27-Mar-2020	28-Mar-2020	29-Mar-2020	30-Mar-2020	31-Mar-2020					
Nama										
Rizal Gibra Dwi. P	Ayud	Ayud	Ayud	Ayud	Ayud					
Muh. Aditya Rizfan. N	Ayud	Ayud	Ayud	Ayud	Ayud					
Hisyam Azis. S	Ayud	Ayud	Ayud	Ayud	Ayud					

Mengetahui
Manager R&D


Kasryanto

SKM
SISTEM INFORMASI MANAJEMEN
MANAJEMEN INFORMATIKA
MAGISTER C.S. Jember

5. Kartu Konsultasi



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Kalimantan 37 – Kampus Bumi Tegal Boto Kotak Pos 159 Jember 68121
Telepon 0331-337990 Faximile 0331-332150
Email : feb@unej.ac.id Website : www.feb.unej.ac.id

KARTU KONSULTASI

BIMBINGAN PRAKTEK KERJA NYATA (PKN) PROGRAM STUDI DIPLOMA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS JEMBER

Nama : Muhammad Aditya Rizfan Nabawi
N I M : 170803104005
Program Studi : Diploma Akuntansi
Judul Laporan : "Perhitungan Harga Pokok Produksi Susu Kedelai Pada UD Sehat
PKN : "Sejahtera Bersama Kabupaten Jember".

Dosen Pembimbing : Aisa Tri Agustini SE., M.Sc.

TMT_Persetujuan : s/d

Perpanjangan : s/d

NO.	TGL. KONSULTASI	MASALAH YANG DIKONSULTASIKAN	TANDA TANGAN PEMBIMBING
1.	11 - 02 - 2020	Bimbingan ACC Judul	1.
2.	04 - 03 - 2020	Bimbingan ACC Judul Yang Direvisi	2.
3.	17 - 04 - 2020	Bimbingan Bab 1,2, dan 3	3.
4.	20 - 04 - 2020	Bimbingan Bab 4 dan 5	4.
5.	27 - 04 - 2020	Bimbingan Bab 4, Perhitungan HPP	5.
6.	30 - 04 - 2020	Bimbingan Bab 4, 4.4 Pembahasan	6.
7.	02 - 05 - 2020	Bimbingan 4.4 Aset Tetap	7.
8.	04 - 05 - 2020	Bimbingan 4.4 Biaya Tenaga Kerja	8.
9.	07 - 05 - 2020	Bimbingan Kesimpulan dan Daftar Pustaka	9.
10.	18 - 05 - 2020	Bimbingan ACC Laporan PKN	10.
11.			11.....
12.			12.....
13.			13.....
14.			14.....
15.			15.....

Laporan Praktek Kerja Nyata (PKN) ybs. disetujui untuk diujikan:

Mengetahui,
Koordinator Program Studi
D3 Akuntansi

Bunga Maharani, S.E., M.SA.
NIP. 19850301 201012 2 005

Jember, 18 Maret 2020
Dosen Pembimbing

Aisa Tri Agustini SE., M.Sc.
NIP. 19880803 201404 2 002