

Analisis Penetapan Biaya Produksi Dan Penentuan Harga Jual Iklan Pada PT Radio Suara Tiara Indah

Sonya Meiristia, Azli Fahrizal, dan Eka Sariningsih

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Malahayati, Bandar Lampung.
e-mail; ruslansonya@yahoo.com

Abstract. *This study aimed to analyze the accuracy of PT Radio Suara Tiara Indah in determining the cost of production and the selling price of the ad to the client, because the accuracy of the management plan is very cost effect on earnings in PT Radio Suara Tiara Indah. This study used secondary data, documentation, participant observation, structured interviews, and library research and use descriptive method with qualitative approach. The results of this study showed that the cost of production and the selling price of the specified ad less precise, because it is not done in accordance with existing methods. So it is difficult to know whether the determination of the production cost and the selling price was right or not.*

Keywords : *cost of production, selling price*

1. Latar Belakang

Kegiatan bisnis, tiap perusahaan dituntut semakin maju dan berkembang seiring dengan dimana setiap perusahaan harus mengacu pada pendapatan atau keuntungan yang dapat mensejahterakan karyawannya. Biaya merupakan salah satu sumber informasi yang paling penting dalam analisis strategik perusahaan.

Proses penentuan dan analisis biaya pada perusahaan dapat menggambarkan suatu kinerja perusahaan pada masa yang akan datang. Pada dasarnya masalah yang sering timbul dalam suatu perusahaan adalah perencanaan biaya oleh suatu perusahaan tidak sesuai dengan apa yang terjadi sesungguhnya (realisasi biaya). Penentuan biaya produksi dan harga jual merupakan penggunaan utama dari akuntansi dan analisis biaya produksi. Penelitian sebelumnya pernah dilakukan oleh Susi Suzana (2012), dengan judul “Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi dan Tarif Iklan Pada Lembaga Penyiaran Publik RRI, Banjarmasin” dengan hasil Penentuan harga pokok tarif iklan radio yang seharusnya diterapkan pada Lembaga Penyiaran Publik RRI Banjarmasin yaitu dengan memperhitungkan harga pokok produksi dengan menggunakan metode *full costing* yang menghitung semua unsur biaya yang ada seperti pada unsur biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* baik yang berperilaku *variabel* maupun tetap.

Penentuan biaya produksi merupakan hal yang sangat penting mengingat manfaat informasi biaya produksi adalah untuk menentukan harga jual. Harga jual yang terlalu tinggi akan menjadikan produk kurang bersaing dipasar, sementara harga jual yang terlalu rendah akan tidak memberikan keuntungan bagi pengusaha atau perusahaan.

PT Radio Suara Tiara Indah adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa media, dalam menentukan biaya produksi dan harga jual iklan. Biaya-biaya yang dibebankan oleh perusahaan PT. Radio Suara Tiara Indah di dalam menghitung biaya pokok produksinya hanya meliputi: upah produksi, kas radio, upah penulis naskah, dan upah pengisi suara. Hal ini akan mengakibatkan ketidaktepatan dalam perhitungan harga pokok produksi, dimana harga pokok produksi tersebut tidak menggambarkan harga pokok produksi yang seharusnya ditetapkan. Sama halnya dengan penentuan harga jual iklan yang selama ini ditetapkan, PT Radio Suara Tiara Indah tidak mengelompokkan berapa jumlah modal dan laba yang diinginkan untuk menetapkan berapa seharusnya harga jual iklan yang dipakai. Berdasarkan latar belakang diatas maka permasalahan dalam penelitian ini adalah

apakah biaya produksi dan harga jual iklan yang ditetapkan oleh PT Radio Suara Indah sudah sesuai atau tepat?. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memastikan bahwa Biaya Produksi dan Harga Jual Iklan yang ditetapkan oleh PT Radio Suara Indah ini tepat/sesuai.

2. Kajian Pustaka

Biaya adalah suatu proses pengelompokan biaya yang sistematis atas keseluruhan elemen – elemen yang ada dalam suatu golongan. Menurut V.Wiratna Sujarweni (2015 : 9), “Biaya dibagi menjadi dua pengertian secara luas dan secara sempit. Biaya dalam arti luas adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur satuan uang dalam usahanya untuk mendapatkan sesuatu untuk mencapai tujuan tertentu baik yang sudah terjadi dan belum terjadi/baru direncanakan. Biaya dalam arti sempit adalah pengorbanan sumber ekonomi dalam satuan uang untuk memperoleh aktiva.”

Klasifikasi Biaya

Manajemen perusahaan di dalam mengelola usahanya sudah tentu memerlukan informasi tentang biaya-biaya yang terjadi di dalam perusahaan. Di dalam akuntansi biaya terdapat berbagai macam catatan penggolongan atau pengklasifikasian biaya. Supriyono (2009 : 48) menggolongkan biaya sebagai berikut :

1. Penggolongan biaya sesuai dengan fungsi pokok dari kegiatan/aktifitas perusahaan.
2. Penggolongan biaya sesuai dengan tendensi perusahaannya terhadap aktivitas atau kegiatan atau penggolongan biaya sesuai dengan periode akuntansi dimana biaya dibebankan. (*fixed cost*) dan (*variabel cost*).
3. Penggolongan biaya sesuai dengan obyek atau pusat biaya yang dibiayai. Penggolongan biaya untuk tujuan pengendalian biaya.
4. Penggolongan biaya sesuai dengan tujuan pengambilan keputusan.

Metode Harga Pokok Pesanan (*Job Order Costing*)

Metode harga pokok pesanan adalah metode pengumpulan harga pokok produk dimana biaya dikumpulkan untuk setiap jenis pesanan atau kontrak atau jasa secara terpisah, dan setiap pesanan atau kontrak dapat dipisahkan identitasnya.

Metode harga Pokok Proses (*Process Costing*)

Metode harga pokok proses adalah metode pengumpulan harga pokok produk dimana biaya dikumpulkan untuk setiap 30 satuan waktu tertentu, misalnya bulan, triwulan, semester, tahun.

Harga Pokok Produksi

Menurut Mursyidi (2008) mendefinisikan bahwa penentuan harga pokok produksi 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. Cara penentuan harga pokok produksi sendiri ada dua yaitu metode *full costing* dan metode *variabel costing*.

Metode Pengumpulan Biaya Produksi

Menurut Carter dan Usry (2006) dalam sistem perhitungan biaya berdasarkan proses, bahan baku, tenaga kerja, dan *overhead* pabrik dibebankan ke pusat biaya. Biaya yang dibebankan ke setiap unit ditentukan dengan membagi total biaya yang dibebankan ke pusat biaya dengan total unit yang diproduksi.

Metode Penentuan Biaya Produksi

Menurut Bustami dan Nurlela (2006) kalkulasi biaya penuh (*full costing*) merupakan suatu metode dalam perhitungan harga pokok yang dibebankan kepada produk dengan memperhitungkan seluruh biaya produksi baik yang bersifat variabel maupun yang bersifat tetap. Dalam mempertimbangkan unsur-unsur biaya produksi, terdapat dua pendekatan: *full costing* dan *variable costing*.

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.

2. Variable costing

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.

Subjek dan Objek Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menyimpulkan jika terdapat Subjek dan Objek yang dikaji. Subjek dalam penelitian ini adalah menganalisis pembebanan biaya produksi dan penentuan harga jual iklan. Objek penelitian nya adalah sebuah perusahaan jasa media radio yaitu PT Radio Suara Tiara Indah.

Metode Pengumpulan Data

1. Metode Dokumentasi
2. Metode Pengamatan Terlibat
3. Metode Wawancara Terstruktur
4. Metode Riset Kepustakaan

3. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Yaitu dengan cara mengungkapkan fakta, keadaan, fenomena, variabel dan keadaan yang terjadi pada saat penelitian berjalan. Penelitian dengan cara ini juga menuturkan data yang bersangkutan dengan situasi yang sedang terjadi.

Data Pendukung

Didalam menentukan pembebanan biaya dan penentuan harga jual iklan, data – data yang dibutuhkan antara lain adalah, contoh laporan produksi, *price list advertising*, pemasukan iklan.

4. Hasil dan Pembahasan

Biaya Masing – Masing Pekerjaan

Pada PT Radio Suara Tiara Indah, perhitungan biaya tenaga kerja dibebankan pada tenaga kerja langsung dan tenaga kerja tidak langsung saja, sementara biaya lain – lain nantinya akan diakumulasikan pada beban biaya overhead variabel. Umumnya, perusahaan menggunakan kartu hadir dan kartu jam kerja. Kartu hadir digunakan untuk mencatat waktu yang digunakan karyawan untuk mengerjakan pesanan atau pekerjaan tertentu. Pada PT Radio Suara Tiara Indah, hal diatas diterapkan untuk mengakumulasikan total jam siaran bagi penyiar yang gaji disesuaikan dengan jumlah jam kerja mereka selama sebulan. Sementara untuk karyawan yang bekerja selain penyiar hanya menggunakan absen tulis dan *finger print*.

Biaya Masing – Masing Pekerjaan pada PT Radio Suara Tiara Indah

Menurut Firdaus Ahmad Dunia (2012 : 60) “Pencatatan dan pembebanan biaya tenaga kerja untuk penentuan harga pokok dan pekerjaan – pekerjaan yang dilaksanakan, pada dasarnya dilakukan dalam dua tahap pencatatan, sebagai berikut” :

1. Mencatat total gaji dan upah (*payroll*) untuk tenaga – tenaga kerja langsung dan tenaga – tenaga kerja tidak langsung yang dihimpun dari kartu – kartu waktu.
2. Mengalokasikan biaya tenaga kerja, yaitu biaya tenaga kerja langsung dibebankan ke akun barang dalam proses dan tenaga kerja tidak langsung dibebankan ke akun biaya overhead

Pada PT Radio Suara Tiara Indah yang termasuk dalam tenaga kerja langsung adalah semua karyawan yang berhubungan langsung dengan on air yaitu : Penyiari, *Operator*, *Editor*, *Script Writer*, dan Pengisi Suara. Sementara yang termasuk dalam tenaga kerja tidak langsung adalah semua karyawan yang berhubungan dengan kegiatan off air, yaitu : Staf Administrasi dan Keuangan, *Station Manager*, *Program Director*, dan *Team Off Air*.

Pada PT Radio Suara Tiara Indah, pencatatan gaji akan dihitung sesuai *jobdesk* masing – masing karyawan kecuali penyiari yang upahnya dihitung per jam dan di akumulasi dari total berapa jam dalam 1 bulan mereka bekerja. Pada dasarnya di PT Radio Suara Tiara Indah telah menetapkan gaji tetap untuk masing – masing staf diluar *on air* (penyiari), namun baik divisi produksi atau marketing bisa saja mendapatkan upah yang lebih besar dari gaji pokok mereka, tergantung berapa banyak *project* iklan yang ditelah rampung dikerjakan oleh divisi produksi dan berapa banyak klien yang deal untuk beriklan pada PT Radio Suara Tiara Indah.

Produk dan Biayanya

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dipakai, dimiliki, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. PT Radio Suara Tiara Indah tidak menghasilkan produk dalam bentuk barang atau sejenisnya yang berwujud, perusahaan jasa ini memproduksi produk yang siap dipasarkan berupa iklan dan program yang hanya bisa dinikmati dengan cara didengar. Ada beberapa jenis produk nya mereka tawarkan :

- *Spot* (diputar)
- *Adlibs* (dibaca)
- *Insert* (diputar dengan durasi lebih dari 2 menit), dan
- Produk Tambahan : *Talkshow* dan *Live Report*

Penentuan Harga Jual Produk

Menurut Wiratna Sujarweni (2015), harga pokok penjualan pada perusahaan jasa, tidaklah jauh berbeda dengan perusahaan dagang dan manufaktur. Perusahaan jasa sendiri biasanya terdapat dua kemungkinan, kemungkinan yang di maksud adalah (1) ketika proses pemberian jasa, akan mengkonsumsi bahan baku, tenaga kerja dan overhead. (2) Kemungkinan kedua adalah ketika tidak terdapat bahan baku atau biaya overhead, karena perusahaan jasa bisa beroperasi tanpa menggunakan bahan baku dan overhead, namun beroperasi tanpa menggunakan tenaga kerja sangat lah mustahil. Itu adalah kondisi idealnya. Pada prakteknya, banyak perusahaan yang tidak memiliki persediaan, namun tetapi tetap mengeluarkan biaya untuk tenaga kerja langsung atau overhead. Harga jual produk maupun jasa dapat ditentukan dengan beberapa metode, antara lain:

a. Penentuan harga jual normal

Ada dua unsur yang diperhitungkan dalam penentuan harga jual normal, yakni taksiran biaya penuh dan laba yang diharapkan. Perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Harga Jual} = \text{Modal} + \text{Laba yang diharapkan}$$

b. Penentuan harga jual dalam *cost type contract*

Merupakan penentuan harga jual berdasarkan kontrak pembuatan produk atau jasa di mana pembeli menyetujui harga yang didasarkan pada total biaya yang sesungguhnya dikeluarkan produsen ditambah dengan laba yang dihitung sebesar persentase tertentu dari seluruh biaya tersebut.

c. Penentuan harga jual pesanan khusus

Pesanan khusus adalah pesanan yang diterima perusahaan di luar pesanan regular perusahaan. Pemesan biasanya memesan dalam jumlah besar sehingga harga yang diminta berada di bawah harga jual normal.

d. Penentuan harga jual yang diatur dengan peraturan pemerintah

Pada metode ini harga jual produk didasarkan pada biaya penuh masa yang akan datang ditambah laba yang diharapkan. Contohnya : bahan bakar, minyak, beras, telepon, listrik, dan sebagainya.

Dalam menentukan harga jual produk, tidak dapat dilakukan sekali saja tetapi harus selalu dievaluasi dan disesuaikan dengan kondisi yang sedang dihadapi perusahaan. Perubahan harga jual mempunyai

tujuan untuk menyesuaikan agar harga baru yang ditetapkan dapat mencerminkan biaya saat ini (*current cost*) atau biaya masa depan (*future cost*), return yang diinginkan oleh perusahaan, reaksi pesaing dan sebagainya.

Ada beberapa kebijakan dalam menentukan harga jual, yaitu :

1. Kebijakan penentuan harga jual (*pricing policies*)
 Kebijakan penentuan harga jual adalah pernyataan sikap manajemen terhadap penentuan harga jual produk atau jasa. Kebijakan tersebut tidak menentukan harga jual, namun menetapkan faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dan aturan dasar yang perlu diikuti dalam penentuan harga jual.
2. Keputusan penentuan harga jual (*pricing decision*)
 Keputusan penentuan harga jual adalah penentuan harga jual produk atau jasa suatu organisasi yang umumnya dibuat untuk jangka pendek. Keputusan ini dipengaruhi oleh kebijakan penentuan harga jual, pemanfaatan kapasitas, dan tujuan organisasi.

Penentuan Harga Jual Iklan pada PT Radio Suara Tiara Indah

Tabel 1. Pricelist Produk yang ditawarkan

ITEM	HARGA
Spot 60"	Rp 50.000,-
Adlibs	Rp 60.000,-
Insert 3'	Rp 80.000,-

Tabel 2. Pricelist Produk Tambahan

Live Report	Rp 150.000,- / 2x live report
Talkshow	Rp 500.000,- - Rp 750.000,-

Melalui informasi yang penulis dapatkan. Awal radio ini berdiri pembebanan biaya produksi dan penentuan harga iklan sudah ditetapkan oleh *Oz Network* merupakan kantor pusat dari Oz Radio Lampung dulu. Kini, setelah menjadi d!Radio, harga jual iklan yang digunakan pun tidak jauh berbeda. Biaya tersebut ditentukan berdasarkan perhitungan manajemen melalui pembagian fee masing – masing tenaga kerja dan melalui harga perusahaan kompetitor sejenis yang ada di Lampung. Pihak manajemen *mensurvey* ke beberapa radio sejenis dan mendapati kalau harga yang ditetapkan oleh *d!Radio* sekarang ini sudah cukup pantas. Sebagai contoh perbandingan adalah RRI Pro2 Fm dan Sonora Fm. Mengapa harga jual iklan yang dibebankan oleh radio sejenis tersebut bisa dikatakan lebih rendah atau murah bahkan tidak mematok *fix price* untuk biaya produksi? Kemudian mengapa PT Radio Suara Tiara Indah membebankan harga jual iklan lebih tinggi?. Penjelasan yang penulis dapat adalah, karena kedua radio sejenis tersebut telah mendapatkan *support* atau subsidi dari perusahaan tempat mereka bernaung dan negara. Contoh RRI Pro2 Fm yang *disupport* oleh negara, kemudian Sonora Fm di *support* oleh Kompas Media. Sehingga mereka tidak perlu khawatir ketika penjualan iklan tidak stabil. Sementara harga jual iklan yang PT Radio Suara Tiara Indah tetapkan lebih tinggi, karena PT Radio Suara Tiara Indah merupakan perusahaan perseorangan pribadi yang hanya mengandalkan pendapatan melalui kualitas dan kinerja SDM yang ada, program atau konten acara, dan kualitas produk yang ditawarkan. Dapat dibuktikan jika d!Radio mendapat sambutan baik dari pendengar dan mendapat minat klien yang datang untuk beriklan. Inilah elemen dari apa saja kah yang terdapat didalam harga jual iklan di PT Radio Suara Tiara Indah :

Tabel 3. Elemen Harga Jual Iklan

Uraian	Jumlah
Fee Marketing (10%)	Rp 5.000,-
Kas Radio (90%)	Rp 45.000,-
- Administasi	Rp 5.000,-
- Biaya Pemutaran	Rp 10.000,-
- Ppn 10%	Rp 4.500,-
- Lain - lain	Rp 22.500,-
Total	Rp 50.000,-

Catatan lain yang penulis dapatkan adalah, bagian kas radio sebesar 90% itu lah yang nantinya akan diakumulasi dan dipergunakan sebagai pemenuh kebutuhan radio. (Gaji, biaya listrik, biaya telepon, pajak, dan biaya lain – lain).

Selanjutnya mengenai biaya produk tambahan live report dan talkshow.

Live report, PT Radio Suara Tiara Indah membebankan biaya pada klien sebesar Rp 150.000,- / 2x live report dalam 1 event yang sama.

Tabel 4. Biaya Produk Tambahan

Bensin Mobil Kantor	Rp 50.000,-
Pulsa	Rp 25.000,-
Upah Reporter	Menyesuaikan
Konsumsi	Rp 50.000,-

Untuk upah reporter, dihitung 2 jam siaran untuk 1kali live report. Misalnya, 1jam siaran tarif penyiar Rp 18.000,- berarti untuk 1kali live report reporter akan mendapatkan upah sebesar Rp 36.000,-.

Talkshow, biaya yang dibebankan adalah (Rp 500.000,-) –(Rp 750.000,-) untuk 1 kali talkshow dengan durasi 50 menit, biaya yang dibebankan juga tergantung di program apa talkshow berlangsung. Menurut informasi yang penulis dapatkan, biaya tersebut dibebankan untuk :

- Upah penyiar, *produser* (jika ada) dan *operator* : @10% dari biaya *talkshow*.
- Upah marketing atau PR 10% (tergantung siapa yang menangani klien).
- Sisanya akan masuk ke kas radio.

Dari penjelasan diatas jelas penetapan harga jual iklan pada PT Radio Suara Tiara Indah dirasa belum tepat karena tidak sesuai dengan teori penentuan harga jual yang ada. Jika menggunakan perhitungan HPP Normal perhitungan akan menggunakan rumus = **Harga jual = Modal + laba yang diharapkan**. Cara menetapkan harga jual produk diRadio hanya dengan kesepakatan bersama antara owner, konsultan, dan divisi keuangan dengan cara menetapkan harga jual produk sedikit lebih tinggi dari harga lama dan mensurvey beberapa kompetitor (*competition oriented pricing*). Hal – hal di atas juga tidak disalahkan, karena ada beberapa teori yang cukup mendukung sistem yang diterapkan oleh PT Radio Suara Tiara Indah. Menurut R. A. Supriyono mendefinisikan“Harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan”. Faktor biaya, bisa menjadi dasar dalam menentukan harga jual produk atau jasa. Biaya dapat langsung diidentifikasi kepada produk atau jasa yang dihasilkan karena merupakan faktor yang berasal dari dalam perusahaan. Biaya dapat memberikan informasi batas bawah suatu harga yang harus ditentukan oleh perusahaan atas suatu produk atau jasa. Batas bawah harga tersebut haruslah harga yang dapat menutupi seluruh biaya produksi walaupun dengan perolehan laba yang minimal.

Produksi dan Biayanya

Pada PT Radio Suara Tiara Indah, sumber daya divisi produksi sangat berpengaruh pada hasil dari produk yang dibuat. Dalam hal ini adalah kualitas iklan, insert, smash, dan jinggle. Kualitas dari seorang yang berada di divisi produksi sangat berpengaruh juga pada kuantitas klien atau pendengar.

Karena semakin baik kualitas produk yang dibuat, maka akan semakin tinggi minat klien dan pendengar. Tidak jauh berbeda dengan program siaran. Hasil produksi iklan sangat mementingkan kualitas untuk mempertahankan atau menarik klien dan pendengar.

Pada PT Radio Suara Tiara Indah, proses produksi berlangsung hanya ketika ada klien yang berniat untuk memasang iklan dalam bentuk spot atau insert. Karena iklan adlibs tidak memerlukan proses produksi. PT Radio Suara Tiara Indah memiliki tarif biaya produksi yang dibebankan kepada klien yaitu sebesar Rp 350.000,- per 1x produksi iklan. Biaya tersebut adalah bagian dari upah tenaga kerja langsung, biaya telepon, dan biaya listrik.

Penentuan Biaya Produksi pada PT Radio Suara Tiara Indah

Menurut LM Samryn (2014:14) “Metode penentuan harga pokok produksi adalah cara untuk memperhitungkan unsur-unsur biaya kedalam harga pokok produksi. Dalam memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam harga pokok produksi, terdapat dua pendekatan yaitu full costing dan variabel costing”.

Full costing merupakan metode penentuan harga pokok yang memperhitungkan semua biaya produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan overhead tanpa memperhatikan perilakunya.

Pada PT Radio Suara Tiara Indah tidak ada metode khusus yang diterapkan dalam penetapan biaya produksi, sama halnya dengan penentuan harga jual, biaya produksi ditentukan langsung oleh owner, pihak manajemen, dan konsultan radio berdasarkan perhitungan manajemen melalui pembagian fee masing – masing tenaga kerja dan melalui penyesuaian biaya produksi perusahaan sebelumnya.

Peneliti telah melakukan survey ke beberapa radio sejenis dan mendapatkan kalau harga yang ditetapkan oleh *d!Radio* sekarang ini sedikit lebih tinggi. Berikut adalah tabel yang berisi biaya produksi yang dibebankan oleh perusahaan - perusahaan sejenis yang ada di Bandar Lampung :

Tabel 5. Pembebanan Biaya Produksi Perusahaan Sejenis

Radio	Biaya Produksi	Berlaku di Tahun
d!Radio	Rp 350.000,-	2013-2016
RRI Pro2 Fm	Rp 200.000,-	2012-2016
Sonora FM	Tidak ditentukan	2014-2016

Pihak manajemen juga memberikan informasi apa saja yang dibebankan dalam biaya produksi yang telah ditetapkan, yaitu sebagai berikut :

Biaya Produksi ditetapkan sebesar Rp 350.000,- :

- Pihak Produksi 30%
- Kas Radio 25%
- Penulis Naskah 15%
- Pengisi Suara 30% (dibagi dengan berapa orang talent yang dipergunakan suaranya)

Tabel 6. Spot dan Talent

SPOT	TALENT	Rp
Novotel Lampung	Script Writer	Rp 52.500,-
	Voice Over	Rp 105.000,-
	Editor	Rp 105.000,-
	Kas Radio	Rp 87.500,-

Pada PT Radio Suara Tiara Indah tidak ditemukan adanya informasi mengenai biaya bahan baku. Menurut pihak manajemen, hal ini disebabkan karena, PT Radio Suara Tiara Indah tidak memproduksi produk berupa barang, melainkan jasa, walaupun ada biaya tambahan lainnya itu bisa ditetapkan sebagai biaya peralatan kantor atau alat – alat pendukung seperti perangkat komputer yang terdapat software atau program khusus didalamnya. Kemudian mengapa biaya overhead seperti biaya listrik

dan telepon tidak terdata didalam biaya pembuatan produk, sementara telepon, internet, dan listrik adalah item - item yang sangat membantu kelancaran proses produksi. Menurut informasi yang didapatkan oleh penulis, pihak manajemen tidak membagi persentase untuk ketiga item, karena :

- Biaya telephone dan biaya listrik tidak dapat di pastikan berapa total pemakaiannya sampai pada saat waktu kedua *item* itu dibayar disetiap bulannya. Sehingga pihak manajemen memutuskan untuk mengambil bagian 25% dari biaya produksi
- Berbeda dengan biaya listrik dan telepon, PT Radio Suara Tiara Indah mendapat bebas biaya internet karena adanya bentuk kerja sama antara d!Radio dengan produk internet yang bersangkutan. Sehingga PT Radio Suara Tiara Indah tidak perlu terbebaskan dengan biaya internet setiap bulannya.

Sistem penentuan biaya produksi pada PT Radio Suara Tiara Indah ini, cukup didukung dengan beberapa teori yang ada, antara lain adalah yang menyebutkan jika produk jasa bersifat *perishability* atau mudah lenyap jasa tak dapat disimpan dan mudah hilang, juga permintaan jasa dapat berubah-ubah menurut musim dan waktu. Oleh karena itu, jasa menimbulkan tantangan dalam bidang perencanaan, penetapan harga dan promosi pada perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam bidang industry jasa tersebut. Sehingga, perusahaan tidak disalahkan jika menetapkan beban biaya produksi nya sesuai dengan keadaan perusahaan.

5. Kesimpulan dan Saran

Simpulan

Bagi pihak manajemen seharusnya menguji kembali penentuan biaya produksi agar hasil perhitungannya lebih akurat, perusahaan bisa menetapkan biaya produksi dengan menggunakan metode full costing yang memperhitungkan semua biaya produksi tanpa memperhatikan perilakunya atau, dengan menggunakan metode *Variabel costing* merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku variabel ke dalam harga pokok produksi.

Sama halnya dengan menentukan harga jual iklan yang selama ini di terapkan. Ada baiknya jika PT Radio Suara Tiara Indah mengkaji kembali dengan menggunakan beberapa metode yang sering digunakan untuk menentukan harga jual, yaitu :

$$\text{Biaya Produksi} = \text{Biaya bahan baku} + \text{Biaya Tenaga Kerja Langsung} + \text{Biaya Overhead Pabrik}$$

$$\text{Harga Jual} = \text{Modal} + \text{Laba yang diinginkan}$$

Saran

Jika perusahaan menggunakan metode Teori Kemampuan Untuk Membayar dalam menentukan upah karyawan mestinya perusahaan benar – benar merujuk pada kemampuan usaha anda dalam memberikan upah. Besar kecilnya upah berdasarkan dari laba yang didapatkan oleh perusahaan. Jadi, bila usaha anda mendapatkan keuntungan yang besar, maka pegawai anda juga harus menerima tambahan upah dari keuntungan tersebut. Dari tiga teori mengenai perhitungan upah tenaga kerja yang dijelaskan diatas, yang harus diingat adalah upah yang diberikan kepada karyawan haruslah *win-win solution*, sehingga tidak ada pihak yang merasa dirugikan.”

Daftar Pustaka

- Aliminsyah, Panji. 2010. *Analisis Penentuan Harga Jual Perkemaan Produk Terhadap Laba yang Dihasilkan PT Indofood.*
- Ayu, Diah. 2011. *Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Batik Mustika Blora dengan Menggunakan Metode ABC.* Skripsi Universitas Bunda Mulya, Jakarta.
- Burhan, Bungin. 2013. *Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan, Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya.*
- Bustami, dan Nurlela. 2010. *Buku Kumpulan Akuntansi dan Pengertian Secara Luas dan Lengkap.*
- Deri Arnos (Penterjemah). 2010. *Akuntansi Biaya, Jakarta: PT. Erlangga.*

- Dunia, Ahmad Firdaus. 2009. *Kajian Pustaka dan Kerangka Pemikiran Biaya Masing – Masing Pekerjaan*. Elib – Unikom.
- Eka, Sariningsih. 1998. *Analisi Penentuan tarif BOP pada CV Pusaka jaya di Bandar Lampung*.
- Fajar, Santoso. 2011. *Analisis Penerapan Metode ABC System didalam Perhitungan Biaya Eksporasi pada PT. Apexindo Pratama Duta Tbk*. Skripsi : Universitas Malahayati Bandar Lampung.
- Hall, James. 2009. *Sistem Informasi Akuntansi*. Edisi 4. Buku 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Horngen, Charles T dan Walter T. Harrison Jr. 2007. *Akuntansi*. Jakarta: Erlangga.
- Indiasari, Karmila. 2008. *Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi dalam Rangka Penetapan Harga Jual Koran pada PT Citra Media Nusa Purnama*. Skripsi : Universitas Sumatera Utara Medan.
- Kartadinata. 2011. *Akuntansi dan Analisis Biaya*, Jakarta : Aneka Cipta.
- Kustandi, Suhandang. 2010. *Akuntansi Periklanan, Kita Manajemen, dan Strategi* : Bandung : Nuansa.
- Kumalasari, Inge. 2013. *Penggolongan Biaya Tenaga Kerja*: Jakarta.
- Mulyadi, 2015, *Akuntansi Biaya* : Yogyakarta : Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen.
- Raharjaputra, Hendra S. 2009. *Manajemen Keuangan dan Akuntansi untuk Eksekutif Perusahaan*. Jakarta: Salemba Empat
- Ricky W., and RonaldJ. 2011. *Penerapan Ilmu Manajemen* : Jurnal Ekonomi dan Bisnis.
- Robbins. 2012. *Working Behaviour*. E- Jurnal.
- Setya, Isna, Pratiwi. 2012. *Analisis metode Pembebanan Biaya Produksi Terhadap Perhitungan Harga Pokok Produksi pada PT Sumber Djaja Perkasa*. E-jurnal Universitas Jember.
- Suzi, Suzana. 2012. *Analisis Penentuan Harga Pokok Tarif Iklan pada Lembaga Penyiaran Publik RRI Banjarmasin*. E-jurnal.
- Utut, Oryza, Septian. 2007. *Analisis Penetapan Harga Jual Unit Rumah pada Proyek Perumahan Griya Suci Permai baru Gresik*. E-jurnal.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung Alfabeta, CV. Anggota Ikatan Penerbit Indonesia (IKAPI).