



**ANALISIS PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUKSI DAN
PENETAPAN HARGA JUAL DENGAN METODE *COST PLUS
PRICING* PADA PABRIK TEMPE SEMAR BOGOR**

Skripsi

Diajukan oleh:

Ayu Sulistyoningrum

022120055

**FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR**

JUNI 2024



**ANALISIS PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUKSI DAN
PENETAPAN HARGA JUAL DENGAN METODE *COST PLUS PRICING*
PADA PABRIK TEMPE SEMAR BOGOR**

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Akuntansi,
Program Studi Akuntansi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan
Bogor

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
(Towaf Totok Irawan, S.E., M.E., Ph.D)

Ketua Program Studi

(Dr. Arief Tri Hardiyanto, Ak., MBA, CMA,
CCSA CA, CSEP, QIA., CFE., CGCAE)

**ANALISIS PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUKSI DAN
PENETAPAN HARGA JUAL DENGAN METODE *COST PLUS PRICING*
PADA PABRIK TEMPE SEMAR BOGOR**

Skripsi

Telah disidangkan dan dinyatakan lulus

Pada: 5 Juni 2024

Ayu Sulistyoningrum

022120055

Disetujui,

Ketua Penguji Sidang

(Ketut Sunarta, Ak., M.M., CA., PIA.)



Ketua Komisi Pembimbing

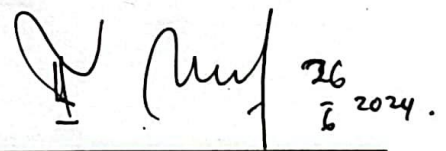
(Dr. H. Akhsanul Haq., Drs., Ak., MBA.,

CMA., CFE)



Anggota Komisi Pembimbing

(Ellyn Octavianty, SE., MM)



Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ayu Sulistyoningrum

NPM : 022120055

Judul Skripsi : Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Dan Penetapan Harga Jual Dengan Metode *Cost Plus Pricing* Pada Pabrik Tempe Semar Bogor.

Dengan ini saya menyatakan bahwa Paten dan Hak Cipta dari produk skripsi di atas adalah benar karya saya dengan arahan dari komisi pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun.

Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan Paten dan Hak Cipta dari karya tulis saya kepada Universitas Pakuan.

Bogor, 20 Juni 2024



Penulis

(Ayu Sulistyoningrum)

© Hak Cipta milik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan, tahun 2024

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.

Dilarang mengumumkan dan atau memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis dalam bentuk apapun tanpa seizin Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.

ABSTRAK

AYU SULISTYONINGRUM 022120055, Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Dan Penetapan Harga Jual Dengan Metode *Cost Plus Pricing* Pada Pabrik Tempe Semar Bogor. Dibawah bimbingan: Akhsanul Haq dan Ellyn Octavianty. 2023.

Harga pokok produksi merupakan salah satu bagian penting yang diperlukan manajemen perusahaan untuk mengetahui biaya produksi dan untuk menentukan harga jual suatu produk. Dengan perhitungan harga pokok produksi maka akan diperoleh jumlah biaya produksi per-unit. Sehingga dengan perhitungannya dapat menjadi pertimbangan bagi pemilik usaha untuk menentukan harga jual suatu produk.

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kuantitatif, analisis ini digunakan untuk membandingkan antara perhitungan pabrik dengan perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode *full costing* yang kemudian informasi tersebut menjadi landasan dalam menetapkan harga jual dengan menggunakan metode *cost plus pricing*. Dalam penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh secara langsung dengan mengadakan wawancara dan observasi dengan pihak Pabrik Tempe Semar. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan perbedaan harga pokok produksi, pada perhitungannya harga pokok produksi pabrik adalah Rp3.907,- sedangkan menggunakan metode *full costing* mendapat hasil rata-rata lebih tinggi sebesar Rp4.167,- hal ini dikarenakan perhitungan *full costing* menghitung semua unsur pengeluaran yang terjadi di pabrik baik bersifat tetap maupun variabel sehingga harga pokok produksi dengan metode *full costing* lebih tinggi dengan selisih Rp260,- dengan perhitungan pabrik. Atas dasar perhitungan tersebut, tingginya harga pokok tentu mempengaruhi besaran harga jual yang ditetapkan. Dengan menggunakan metode *cost plus pricing*, peneliti menghitung besaran laba dan mendapatkan *mark up* sebesar 51%. Sehingga didapatkan harga jual oleh metode *cost plus pricing* sebagai berikut: Jumbo; 17.000, Sedang; 14.000, Kecil; 9.500, Super; 9.500, Lonjor; 11.000, Mendoan 2.500, Sumpil; 1.000. Sedangkan harga jual yang diterapkan oleh pabrik sebagai berikut: Jumbo; 16.000, Sedang; 13.000, Kecil; 7.000, Super; 7.000, Lonjor; 10.000, Mendoan 5.000, Sumpil; 800. Dapat disimpulkan bahwa harga jual berdasarkan metode *cost plus pricing* menghasilkan harga jual yang lebih tinggi dari harga jual yang ditetapkan pabrik saat ini.

Kata Kunci: Harga Pokok Produksi, Harga Jual, *Full Costing*, *Cost Plus Pricing*

PRAKATA

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, yang telah membimbing umat dari masa kegelapan menuju cahaya. Penelitian ini merupakan bagian dari tugas akhir skripsi sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pakuan. Penulis sadar bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan baik secara ilmiah maupun teknis karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan masukan dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak sehingga dapat dijadikan bahan evaluasi khususnya untuk penulis agar dapat menjadi skripsi yang lebih baik.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis telah mendapatkan banyak bantuan, bimbingan, arahan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kekuatan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.
2. Kedua orang tua penulis. Alm. ayah yang menjadi salah satu keinginan beliau agar semua anak-anaknya menjadi Sarjana. Beribu-ribu terima kasih untuk ibu karena sudah berjuang untuk anak-anaknya sehingga dapat menyelesaikan pendidikan akhir ini.
3. Bapak Prof. Dr. Ir. rer. Pol. H. Didik Notosoedjono., M.Sc. selaku Rektor Universitas Pakuan.
4. Bapak Towaf Totok Irawan, S.E., M.E., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
5. Ibu Dr. Retno Martanti Endah Lestari, SE., MSi., CMA., CAPM selaku Wakil Dekan 1 Bidang Akademik dan Kemahasiswaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
6. Bapak Dr. Asep Alipudin, SE., M.Ak. selaku Sekretaris Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.
7. Bapak Dr. Arief Tri Hardiyanto, Ak., MBA, CMA, CCSA CA, CSEP, QIA., CFE., CGCAE. selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pakuan.
8. Bapak Dr. H. Akhsanul Haq., Drs., Ak., MBA., CMA., CFE. selaku Ketua Komisi Pembimbing yang telah mengarahkan dan memberi masukan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Ibu Ellyn Octavianty, SE., MM. selaku Anggota Komisi Pembimbing yang telah mengarahkan dan memberi masukan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Bapak dan Ibu Dosen pengajar serta seluruh staff Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pakuan.
11. Kakak Hamid selaku narasumber dan seluruh pihak yang terkait pada Pabrik Tempe Semar karena sudah mengizinkan dan memberikan kesempatan penulis untuk melakukan penelitian di lokasi tersebut.

12. Saudara yang telah memberi dukungan dan bantuan yang dibutuhkan oleh penulis.
13. Semua sahabat penulis (Wulan, Nisa, Dillah, Hanna, Dyah, Riski, Dania, Nindi, Erika, Odah, Agi, Najwa, Salma), terima kasih karena memberikan doa tulus kepada penulis serta dorongan semangat dalam melewati setiap tahapnya.
14. Semua pihak yang telah membantu, mendukung, serta mendoakan agar penyusunan ini berjalan dengan baik.
15. Dan terakhir, penulis ingin berterima kasih kepada diri sendiri karena sudah bisa melalui setengah perjalanan yang cukup panjang, terima kasih karena sudah bertahan sampai sejauh ini, terima kasih karena tidak menyerah terhadap semua hal yang terjadi.

Penulis berharap dengan adanya penelitian ini dapat membantu pembaca dalam memperoleh pengetahuan atau dapat menjawab pertanyaan pembaca mengenai lingkup penelitian ini. Penulis sadar betul masih terdapat kekurangan pada penelitian ini, oleh karena itu kritik dan saran yang diberikan pembaca akan sangat membantu penulis untuk menjadi lebih baik.

Bogor, 20 Juni 2024

Penulis
(Ayu Sulistyoningrum)

DAFTAR ISI

	Halaman
JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN DAN PERNYATAAN TELAH DISIDANGKAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN PELIMPAHAN HAK CIPTA	iv
LEMBAR HAK CIPTA	v
ABSTRAK	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah.....	5
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	5
1.2.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	5
1.3.1. Maksud Penelitian.....	5
1.3.2. Tujuan Penelitian	5
1.4 Kegunaan Penelitian.....	6
1.4.1 Kegunaan Praktis	6
1.4.2 Kegunaan Teoritis	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Akuntansi Biaya	7
2.1.1 Pengertian Akuntansi Biaya.....	7
2.1.2 Peranan Akuntansi Biaya	8
2.1.3 Sistem Akuntansi Biaya	9
2.1.4 Konsep Biaya	10
2.1.5 Klasifikasi Biaya	10
2.2 Harga Pokok Produksi	13
2.2.1 Pengertian Harga Pokok Produksi	13

2.2.2	Tujuan Harga Pokok Produksi	14
2.2.3	Fungsi Harga Pokok Produksi	14
2.2.4	Metode Pengumpulan Harga Pokok Produksi	15
2.2.5	Metode Perhitungan Harga Pokok Produksi	16
2.3	Harga Jual	19
2.3.1	Pengertian Harga Jual	19
2.3.2	Tujuan Penetapan Harga Jual.....	20
2.3.3	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga jual	21
2.3.4	Metode Penetapan Harga Jual.....	22
2.4	<i>Cost Plus Pricing</i>	23
2.4.1	Pengertian <i>Cost Plus Pricing</i>	23
2.4.2	Rumus <i>Cost Plus Pricing</i>	24
2.4.3	Kelebihan dan Kelemahan <i>Cost Plus Pricing</i>	24
2.5	Penelitian Terdahulu.....	25
2.6	Kerangka Pemikiran	31
BAB III METODE PENELITIAN.....		33
3.1	Jenis Penelitian	33
3.2	Objek, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian	33
3.3	Jenis dan Sumber Data Penelitian	34
3.4	Operasionalisasi Variabel	34
3.5	Metode Pengumpulan Data	35
3.5.1	Studi Pustaka.....	35
3.5.2	Studi Lapangan/Observasi	35
3.5.3	Wawancara.....	35
3.5.4	Dokumentasi	36
3.6	Metode Analisis.....	36
BAB IV HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN.....		39
4.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian	39
4.1.1	Sejarah dan Perkembangan Pabrik Tempe Semar	39
4.1.2	Struktur Organisasi dan Uraian Tugas	39
4.1.3	Proses Pembuatan Tempe	40
4.2	Kondisi/Fakta Variabel yang Diteliti/Deskripsi Karakteristik Responden	41
4.2.1	Harga Pokok Produksi Menurut Pabrik	41
4.2.2	Penetapan Harga Jual Menurut Pabrik Tempe Semar	44

4.3	Analisis Dari Variabel Yang Diteliti Dilokasi Penelitian.....	45
4.3.1	Perhitungan Harga Pokok Produksi Menggunakan <i>Full Costing</i>	45
4.3.2	Harga Jual Menurut Metode <i>Cost Plus Pricing</i>	50
4.4	Pembahasan dan Interpretasi Hasil Penelitian.....	52
4.4.1	Perbandingan Harga Pokok Produksi Antara Metode Pabrik Dengan Metode <i>Full Costing</i>	52
4.4.2	Perbandingan Harga Jual Menurut Pabrik Tempe Semar Dengan Metode <i>Cost Plus Pricing</i>	53
4.4.3	Perbandingan Hasil Penelitian Dengan Peneliti Sebelumnya.....	54
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		57
5.1	Simpulan.....	57
5.2	Saran	57
DAFTAR PUSTAKA		59
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		62
LAMPIRAN		63

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Harga Jual Tempe Wilayah Bogor 2023.....	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel	34
Tabel 4. 1 Biaya Bahan Baku Menurut Pabrik	42
Tabel 4. 2 Biaya Tenaga Kerja Langsung Menurut Pabrik.....	42
Tabel 4. 3 Total Tempe Yang Dihasilkan Per-Produksi	43
Tabel 4. 4 Harga Pokok Produksi Menurut Pabrik Tempe Semar.....	43
Tabel 4. 5 Alokasi Harga Pokok Produksi Setiap Ukuran Tempe Menurut Pabrik Tempe Semar.....	44
Tabel 4. 6 Daftar Harga Jual Tempe Semar.....	44
Tabel 4. 7 Biaya Bahan Baku Langsung Menurut <i>Full Costing</i>	45
Tabel 4. 8 Biaya Tenaga Kerja Langsung Menurut <i>Full Costing</i>	45
Tabel 4. 9 Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung Menurut <i>Full Costing</i>	46
Tabel 4. 10 Biaya Pemeliharaan dan Perawatan Aset Pabrik	46
Tabel 4. 11 Daftar Aset dan Peralatan Menurut <i>Full Costing</i>	47
Tabel 4. 12 Biaya Depresiasi Aset dan Peralatan Menurut <i>Full Costing</i>	47
Tabel 4. 13 Biaya <i>Overhead</i> Pabrik Tetap Menurut <i>Full Costing</i>	48
Tabel 4. 14 Biaya Kemasan Menurut <i>Full Costing</i>	49
Tabel 4. 15 Biaya <i>Overhead</i> Pabrik Variabel Menurut <i>Full Costing</i>	49
Tabel 4. 16 Biaya Administrasi & Umum	49
Tabel 4. 17 Harga Pokok Produksi Menurut <i>Full Costing</i>	49
Tabel 4. 18 Alokasi Harga Pokok Produksi Menurut <i>Full Costing</i> Setiap Ukuran Tempe	50
Tabel 4. 19 Perbandingan Harga Pokok Produksi Menurut Pabrik Tempe Semar Dengan <i>Full Costing</i>	52
Tabel 4. 20 Alokasi Pembebanan Harga Pokok Produksi Untuk Tiap Ukuran Tempe	53
Tabel 4. 21 Perbandingan Harga Jual Metode Pabrik Tempe Semar dan Metode <i>Cost Plus Pricing</i>	53

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	32
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Pabrik Tempe Semar Bogor.....	40
Gambar 1 Logo Pabrik Tempe Semar.....	66
Gambar 2 Foto Bersama Kak Hamid.....	66
Gambar 3 Suasana Pabrik Tempe Semar.....	66

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Wawancara	63
Lampiran 2 Dokumentasi.....	66

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan globalisasi dan teknologi informasi telah mengubah pandangan bisnis di seluruh dunia. Akses yang mudah terhadap informasi telah membantu dunia usaha dan individu untuk berinovasi, bersaing, dan beradaptasi lebih cepat. Fenomena ini tidak hanya berdampak pada cara berpikir individu, tetapi juga membawa dampak besar pada kemajuan teknologi. Kemajuan teknologi informasi telah membuka pintu bagi individu dan bisnis untuk mengakses informasi dengan cepat dan efektif. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu beradaptasi terhadap perubahan ini untuk tetap kompetitif di pasar yang semakin ketat.

Di Indonesia, salah satu sektor bisnis yang mengalami perkembangan pesat adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Terlebih lagi, saat terjadi krisis ekonomi akibat pandemi COVID-19, UMKM di Indonesia tumbuh dengan pesat karena banyak masyarakat yang mencoba peluang usaha dari rumah. Namun, situasi ini juga menciptakan tantangan baru di mana persaingan pasar semakin ketat.

Pernyataan Sandiaga Salahuddin Uno menyoroti pentingnya UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) sebagai pilar ekonomi nasional di Indonesia. Dalam artikel kominfo.go.id yang ditulis oleh Viska, menargetkan adanya penciptaan 4,4 juta lapangan kerja baru oleh UMKM pada tahun 2024. UMKM dianggap vital karena mampu berinovasi, beradaptasi, dan berkolaborasi. Berikut dengan artikel yang dikeluarkan oleh kementerian koordinator bidang perekonomian Indonesia per Agustus 2023, UMKM memberikan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 61% atau senilai Rp9.580 triliun dan kontribusi dalam penyerapan tenaga kerja sebesar 97%, hal ini menunjukkan besaran kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi negara. Dalam artikel [UMKM Indonesia.id](https://www.umkmindonesia.id) (Annisa Anastasya, 2023), terdapat presentase banyaknya unit UMKM yang telah mendaftarkan usahanya pada *Online Single Submission - Risk Based* (OSS-RBA) per tahun 2022, dan Jawa Barat menjadi provinsi dengan UMKM terbanyak dengan total 1.494.723 unit usaha.

Dalam mengatasi yang semakin ketatnya persaingan bisnis, perusahaan dituntut memiliki keunggulan dalam berbagai aspek, termasuk efisiensi, kualitas produk, manfaat produk, teknologi, dan sumber daya manusia yang berkualitas baik untuk perusahaan dagang, jasa, maupun manufaktur. Hal ini menunjukkan bahwa baik bisnis yang sudah lama maupun yang baru dimulai harus bisa bersaing agar bertahan dalam persaingan produk yang semakin ketat. Untuk dapat berkembang dan bersaing dengan perusahaan lain maka perusahaan tersebut diharapkan untuk selalu berkomitmen menjalankan bisnis secara konsisten dengan mencapai tujuan yang telah direncanakan.

Keputusan strategis seperti penentuan harga jual produk menjadi salah satu faktor kunci dalam meraih keberhasilan bisnis.

Dalam proses pemasaran untuk memperluas lingkup pasar, perusahaan harus mempelajari tipe-tipe konsumen yang menjadi target pasarnya. Konsumen dibagi menjadi dua tipe dalam mempertimbangkan sebelum membeli produk yaitu kualitas atau harga. Beberapa dari konsumen sebelum melakukan pembelian produk tentunya akan mencari informasi dengan membandingkan harga jual untuk produk yang sama dengan perusahaan berbeda dan memilih harga yang sesuai dengan finansial mereka. Harga jual juga sebagai simbol kualitas dari produk yang mereka jual, konsumen percaya bahwa semakin mahal harga suatu produk maka kualitas yang didapat juga akan semakin tinggi. Jadi tidak jarang dari konsumen memilih produk dengan harga lebih tinggi dibanding produk dengan harga rendah. Oleh karena itu perusahaan harus bijak dalam menetapkan harga jual. Harga jual tidak hanya memengaruhi ketertarikan konsumen tetapi juga berdampak pada keuntungan bisnis.

Dalam konteks ini, penetapan harga jual merupakan keputusan jangka panjang yang mempengaruhi kelangsungan hidup usahanya. Sebuah bisnis harus mempertimbangkan berbagai faktor, baik dari internal maupun eksternal, seperti biaya produksi, persaingan pasar, permintaan konsumen, dan lingkup pasar yang luas. Harga jual adalah sebuah informasi penting yang diterima konsumen mengenai suatu produk untuk memberi kesan pertama. Hal ini dapat memengaruhi persepsi mereka terhadap kualitas produk tersebut. Saat menentukan harga jual produk, tentunya para pelaku usaha memiliki target keuntungan yang akan diambil dari setiap produknya. Oleh karena itu, pelaku usaha memikirkan berbagai cara untuk meningkatkan penjualan di antaranya penetapan harga jual dan strategi pemasaran produk berdasarkan target penjualan.

Perusahaan umumnya akan menetapkan harga jual berdasarkan modal yang dikeluarkan ditambah dengan seberapa banyak laba yang ingin didapatkan. Cara tersebut mirip dengan metode *cost plus pricing*, yaitu menambahkan modal pada besar persentase laba yang telah dihitung. Cara ini akan sangat bermanfaat bagi perusahaan khususnya dalam bidang manufaktur. Dengan begitu, perusahaan dapat mengetahui biaya yang dikeluarkan di setiap jenis produk sehingga harga jualnya dapat di bedakan.

Sebelum menetapkan harga jual sebuah produk, tentunya harga pokok produksi suatu produk harus diketahui. Dengan begitu akan jauh lebih mudah menentukan besaran modal yang terpakai selama proses produksi berlangsung. Menurut Mulyadi (2017) biaya produksi merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk proses pengolahan bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Maka dari itu dalam menentukan harga pokok produksi harus dilakukan pengawasan dan

pengendalian supaya biaya tersebut dapat ditekan oleh manajemen agar harga pokok produksi tidak terlalu tinggi yang mengakibatkan tingginya harga jual.

Harga pokok produksi menghitung semua pengeluaran yang diperlukan dalam proses pembuatan produk. Unsur yang terkandung dalam harga pokok produksi berupa biaya bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Dari total yang dihasilkan dari proses perhitungan harga pokok produksi akan di olah kembali dengan pendekatan tertentu untuk mendapatkan harga jual yang sesuai dengan keinginan namun tetap terkontrol oleh bagian produksi agar harga jual yang diputuskan tidak terlalu mahal. Oleh karena itu, harga jual produk sangat penting untuk diperhatikan agar sesuai dengan target usaha. Dengan begitu, perusahaan mengetahui biaya yang dikeluarkan di setiap jenis produk sehingga harga jualnya dapat di bedakan sesuai dengan keuntungan yang telah perhitungkan sebelumnya.

Dalam perhitungan harga pokok produksi dapat menggunakan dua metode, yaitu *full costing* dan *variable costing*, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *full costing* agar seluruh biaya dalam proses produksi diperhitungkan. Pengertian metode *full costing* menurut Mulyadi (2014) metode *full costing* adalah metode penentuan harga pokok produksi kedalam harga pokok produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik, baik yang berperilaku variabel maupun tetap, dengan demikian harga pokok produksi diperhitungkan secara penuh.

Adapun beberapa hasil penelitian terdahulu diantaranya oleh Dinda Danela (2021) dengan judul “Penerapan Harga Pokok Produksi Metode *Full Costing* Dengan Penetapan Harga Jual Menggunakan *Cost Plus Pricing* Pada Pabrik Tahu Abc Malang” didapatkan hasil penelitian bahwa Perhitungan harga pokok produksi berdasarkan metode *full costing* menghasilkan biaya produksi yang lebih tinggi daripada biaya produksi menurut perusahaan. Hal ini dikarenakan peneliti sudah menghitung dengan rinci semua biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi tahu setiap harinya. Biaya-biaya yang tidak dihitung oleh perusahaan seperti biaya bahan bakar kayu, biaya transportasi, dan biaya depresiasi. Demikian pula pada penelitian yang dilakukan oleh Ratih Purwasih (2022) dengan judul “Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Sebagai Dasar Harga Jual Dengan Metode *Cost Plus Pricing* (Pada Rumah Makan Cimpago Bogor)” memperoleh hasil bahwa harga jual yang berlaku saat ini lebih rendah dari pada harga jual berdasarkan metode *cost plus pricing*. Ini disebabkan oleh fakta bahwa biaya produksi yang sebenarnya melebihi perkiraan yang dibuat oleh pemilik. Dalam menetapkan biaya produksi, pemilik hanya mengandalkan intuisi dan melakukan perhitungan yang sederhana tanpa melakukan klasifikasi biaya dengan cermat, sehingga biaya yang dikenakan pada produk akhir dihitung secara keseluruhan.

Penulis akan melakukan penelitian pada Pabrik Tempe Semar, usaha ini merupakan industri manufaktur berskala kecil menengah yang mengolah bahan baku mentah berupa kedelai menjadi produk jadi berupa tempe yang kemudian dipasarkan kepada konsumen. Saat ini ada banyak usaha rumah produsen atau pabrik tempe di Indonesia. Tercatat pada tahun 2021 oleh Rumah Tempe Indonesia, terdapat kurang lebih 100.000 produsen tempe di Indonesia. Berikut adalah harga jual tempe untuk ukuran 1 kg yang berada di wilayah Bogor sebagai berikut:

Tabel 1. 1 Harga Jual Tempe Wilayah Bogor 2023

Wilayah	Harga Jual
Pasar Anyar Bogor (Pabrik Tempe Semar)	Rp 16.000
Pasar Nanggung	Rp 16.000
Pasar Cileungsi	Rp 16.000
Pasar Cicangkal	Rp 15.000
Pasar Cisarua	Rp 15.000
Pasar Ciawi	Rp 14.000
Pasar Parung	Rp 13.000

Sumber: dirga.bogorkab.go.id

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa Pasar Anyar Bogor, Pasar Nanggung, dan Pasar Cileungsi berada di tingkat pertama dengan harga jual yang tinggi untuk ukuran 1kg tempe seharga Rp16.000. Sedangkan Pasar Cicangkal dan Pasar Cisarua berada di urutan kedua dengan harga Rp15.000.

Pabrik Tempe Semar di pilih sebagai lokasi penelitian karena penulis tertarik pada masalah yang dihadapi oleh pengrajin tempe salah satunya penentuan harga jual. Dalam praktiknya banyak pelaku bisnis termasuk Pabrik Tempe Semar yang menjual produknya di Pasar Anyar Bogor masih menggunakan metode penetapan harga jual secara tradisional atau berdasarkan taksiran harga pasar. Oleh karenanya, perhitungan harga pokok produksi Pabrik Tempe Semar belum tepat yang mengakibatkan harga jual yang kurang akurat. Permasalahan yang dihadapi dalam penetapan harga jual produk ialah jika harga jual yang terlalu tinggi akan menurunkan daya beli konsumen, sebaliknya harga jual yang rendah dapat mempengaruhi laba yang akan diterima. Harga pokok produksi yang tidak dikendalikan dengan baik juga akan berdampak pada tinggi rendahnya harga jual. Memang harga jual merupakan salah satu keputusan yang harus dibuat dengan hati-hati agar *feedback* yang didapat dari konsumen bernilai positif.

Berdasarkan permasalahan yang diuraikan diatas, penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi dan Penetapan Harga Jual Dengan Metode *Cost Plus Pricing* Pada Pabrik Tempe Semar Bogor**”. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih baik bagi Pabrik Tempe Semar dalam menentukan harga jual yang kompetitif

dan menguntungkan di tengah perubahan harga bahan baku. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi lebih lanjut dalam pemahaman tentang metode penetapan harga yang lebih efektif dalam industri UMKM di Indonesia, khususnya Pabrik Tempe Semarang.

1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Atas dasar uraian latar belakang di atas, maka peneliti mengidentifikasi masalah sebagai berikut: Dalam perhitungan harga pokok produksi Pabrik Tempe Semarang belum memasukan semua biaya yang telah dikeluarkan secara terperinci dalam pelaksanaan proses produksi. Harga jual yang dipakai saat ini juga belum menggunakan perhitungan akuntansi sehingga laba yang diperoleh tidak dapat ditentukan dengan jelas.

1.2.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan batasan masalah di atas, maka penulis mencoba merumuskan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana perhitungan harga pokok produksi tempe pada Pabrik Tempe Semarang?
2. Bagaimana penetapan harga jual tempe pada Pabrik Tempe Semarang?
3. Bagaimana penerapan metode *cost plus pricing* dalam menetapkan harga jual tempe pada Pabrik Tempe Semarang?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1. Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengevaluasi bagaimana penerapan *cost plus pricing* yang terjadi dilapangan. Selain itu penulis ingin mengetahui tingkat pemahamannya terhadap teori terkait dan kemudian menyimpulkan hasil dari penelitian, serta memberikan saran yang berguna bagi usaha dari kesimpulan penelitian yang telah dilakukan.

1.3.2. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai penulis dalam penelitian ini ialah untuk mengetahui penetapan harga jual dengan metode *cost plus pricing* yang diuraikan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis cara perhitungan harga pokok produksi tempe pada Pabrik Tempe Semar
2. Untuk mengetahui dan menganalisis penetapan harga jual tempe pada Pabrik Tempe Semar
3. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana penerapan metode *cost plus pricing* dalam menetapkan harga jual tempe pada Pabrik Tempe semar

1.4 Kegunaan Penelitian

Penulis mengharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat, diantaranya:

1.4.1 Kegunaan Praktis

Adapun penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai berikut:

1. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai masukan bagi perusahaan dalam menentukan harga pokok produksi dan harga jual dalam penerapannya menggunakan metode *cost plus pricing*.
2. Untuk menambah dan memperdalam wawasan serta pengetahuan penulis mengenai penerapan harga pokok produksi dan harga jual dengan metode *cost plus pricing*.

1.4.2 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pemahaman di masa yang akan datang dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk pengetahuan, bahan untuk diskusi, dan bahan kajian lebih lanjut bagi pembaca tentang penerapan harga pokok produksi berdasarkan pendekatan *full costing* dan penetapan harga jual dengan metode *cost plus pricing*.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Akuntansi Biaya

2.1.1 Pengertian Akuntansi Biaya

Akuntansi biaya, akuntansi manajemen, dan akuntansi keuangan umumnya memiliki keterkaitan satu dengan lainnya. Ketiganya adalah sistem pengolahan keuangan yang kemudian menghasilkan suatu informasi yang berguna bagi perusahaan. Akuntansi biaya dan akuntansi keuangan berfokus pada aspek kuantitatif karena kedua sistem tersebut mengkhususkan pada transaksi yang terjadi pada perusahaan, akuntansi biaya membantu akuntansi keuangan dalam menghasilkan informasi biaya yang akurat untuk laporan keuangan yang berguna bagi akuntansi keuangan. Kemudian akuntansi keuangan menyajikan informasi tersebut kepada pemilik kepentingan di luar perusahaan. Sedangkan akuntansi manajemen berfokus pada aspek kuantitatif dan kualitatif yang dikumpulkan untuk membantu manajemen dalam mengambil keputusan.

Akuntansi biaya merupakan bagian dari akuntansi manajemen dan akuntansi keuangan, di mana termasuk ke dalam salah satu bidang khusus akuntansi seperti halnya akuntansi perpajakan. Akuntansi biaya menekankan pada penentuan dan pengendalian biaya yang tentunya berhubungan langsung dengan biaya (cost) yang dikeluarkan dalam memproduksi atau memperoleh suatu barang.

Menurut Mulyadi (2017), akuntansi biaya merupakan proses pencatatan, penggolongan, peringkasan dan penyajian biaya pembuatan dan penjualan produk jasa dengan cara-cara tertentu serta penafsiran terhadapnya.

Menurut Toar, Karamoy, & Wokas (2017), akuntansi biaya merupakan cabang dari akuntansi yang memberikan informasi keuangan, yang digunakan oleh pihak-pihak yang memberikan kepentingan dalam pengambilan keputusan ataupun pengeolahan perusahaannya.

Sedangkan menurut Santi Rahma Dwi (2019), akuntansi biaya adalah mengukur, menganalisis, dan melaporkan informasi keuangan dan non keuangan yang terkait dengan biaya perolehan atau penggunaan sumber daya organisasi.

Dari penjelasan diatas diketahui bahwa akuntansi biaya merupakan bagian dari akuntansi manajemen yang berfokus pada biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi suatu barang, kemudian akan di jadikan sebagai dasar dalam penentuan harga jual barang tersebut. Akuntansi biaya juga berperan sebagai alat manajemen untuk memonitor dan mengendalikan transaksi biaya guna mencapai efisiensi dan melaporkan informasi keuangan dalam bentuk laporan anggaran. Dengan demikian, akuntansi biaya menjadi instrumen penting dalam pengelolaan dan perencanaan keuangan suatu perusahaan.

2.1.2 Peranan Akuntansi Biaya

Akuntansi biaya memiliki peran penting dalam suatu organisasi atau perusahaan karena membantu manajemen dalam pengambilan keputusan, perencanaan, pengendalian, dan evaluasi aktivitas operasional dan keuangan. Akuntansi biaya memiliki beberapa peranan yang dipegang dalam penggunaannya, diantaranya:

a. Penganggaran

Anggaran adalah rencana keuangan baik pendapatan maupun pengeluaran yang direncanakan untuk satu periode tertentu. Anggaran yang bermanfaat dan realistis tidak hanya dapat membantu memperlakukan kerja sama para karyawan, memperjelas kebijakan, dan merealisasikan rencana kerja, tetapi juga dapat menciptakan keselarasan yang lebih baik dalam perusahaan dan keserasian tujuan antara para manajer dan bawahannya. Akuntansi biaya dan penganggaran memainkan peranan penting dalam mempengaruhi perilaku per-orangan dan kelompok pada semua tahap proses manajemen, yang meliputi tahap:

- 1) Pendapatan saran
- 2) Penyedia informasi mengenai visi yang akan dicapai
- 3) Memotivasi karyawan dan pengevaluasian kerja
- 4) Pengajuan saran untuk masa depan

b. Pengendalian Biaya

Dalam pengendalian biaya, tanggung jawab harus diserahkan kepada pihak yang memegang penuh atas anggaran biaya yang dikendalikan. Untuk membantu proses pengendalian biaya, akuntan biaya dapat menggunakan biaya standar. Biaya standar ini ditentukan terlebih dahulu berdasarkan informasi yang dikumpulkan dari pengalaman masa lalu dan dari pengalaman ilmiah.

c. Penetapan Harga

Meskipun permintaan dan penawaran biasanya menjadi faktor penentu dalam penetapan harga, namun penentuan harga jual yang menguntungkan juga akan bergantung pada pertimbangan mengenai biaya. Keinginan untuk mematuhi tawaran pesaing atas pekerjaan yang diusulkan merupakan keputusan penetapan harga yang sulit, dimana hanya ada sedikit atau tanpa pengalaman dalam memproduksi barang atau jasa.

d. Perhitungan Laba

Salah satu tujuan utama akuntansi biaya adalah pengalokasian biaya produksi ke unit produk dalam persediaan akhir dan ke unit yang terjual dalam satu periode. Pada akhir periode fiskal, perbandingan biaya dengan pendapatan akan menghasilkan keuntungan bagi perusahaan.

e. Pemilihan Alternatif

Akuntansi biaya merupakan sumber informasi tentang berbagai jenis pendapatan dan biaya yang dapat dihasilkan oleh rangkaian tindakan alternatif. Berdasarkan informasi ini, manajemen harus membuat keputusan baik jangka pendek maupun jangka panjang mengenai persoalan seperti

memasuki pasaran baru, mengembangkan produk baru, menghentikan produk atau keseluruhan lini produk, membeli atau membuat sendiri komponen-komponen produk, dan menerima atau menolak pesanan khusus.

Akuntansi biaya membantu perusahaan dalam menentukan harga jual, serta dapat menargetkan berapa keuntungan yang hendak dicapai. Data yang didapat dalam proses akuntansi biaya berupa rincian pengeluaran dan pengeluar perusahaan yang menyangkut produksi maupun non produksi kemudian akan diklasifikasikan ke dalam beberapa bagian untuk diolah menjadi sebuah informasi berupa harga pokok produksi ataupun harga pokok proses. Dari beberapa peranan akuntansi biaya diatas, peneliti akan mengambil salah satu peran akuntansi biaya dalam penetapan harga jual yang dijadikan sebagai topik dalam penelitian ini.

2.1.3 Sistem Akuntansi Biaya

Perancangan sistem informasi akuntansi biaya memerlukan pemahaman yang menyeluruh atas struktur organisasi perusahaan dan jenis informasi biaya yang dibutuhkan. Sistem informasi akuntansi biaya harus berkaitan dengan pembagian kekuasaan, sehingga setiap manajer dapat dianggap bertanggung jawab atas biaya yang terjadi di departemennya.

Akuntansi biaya memiliki siklus dalam suatu perusahaan tergantung kegiatan perusahaan itu sendiri. Salah satunya, siklus kegiatan perusahaan manufaktur dimulai dari pengolahan bahan baku sampai berakhir dengan produk jadi. Siklus akuntansi biaya pada perusahaan maufaktur diawali dengan pencatatan harga pokok bahan baku yang masuk dalam proses produksi, dilanjutkan dengan pencatatan biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik yang dikonsumsi selama produksi, serta diakhiri dengan di sajikannya harga pokok produk jadi yang diserahkan pada bagian gudang.

Sistem ini memegang peranan dalam membantu manajemen mengambil keputusan, perencanaan, pengendalian, dan evaluasi biaya terkait dengan produksi dan aktivitas bisnis lainnya. Berikut adalah komponen utama dari sistem akuntansi biaya:

1. Pengumpulan Data: Data yang dikumpulkan berupa biaya bahan baku, tenaga kerja, overhead pabrik dan biaya-biaya lainnya yang terkait dengan operasional perusahaan.
2. Pengolahan Data: Setelah semua data dikumpulkan, sistem akan mengolah data tersebut untuk menghitung biaya atau jasa yang akan dialokasikan pada departemen yang relevan.
3. Penyimpanan Data: Informasi biaya yang dihasilkan kemudian disimpan dalam basis data atau sistem penyimpanan elektronik.
4. Analisis dan Pelaporan: Manajer dapat menggunakan informasi ini untuk memahami bagaimana biaya-biaya tersebut mempengaruhi laba dan kinerja organisasi. Hasil analisis ini juga digunakan untuk menyusun laporan-laporan keuangan dan manajemen yang relevan.

Sistem Informasi Akuntansi Biaya dapat sangat bervariasi dalam kompleksitasnya tergantung pada ukuran dan jenis organisasi. Namun, tujuan

utamanya tetap sama, yaitu menyediakan informasi yang relevan dan akurat tentang biaya-biaya yang dikeluarkan oleh organisasi untuk mengambil keputusan yang lebih baik dan mencapai tujuan keuangan.

2.1.4 Konsep Biaya

Konsep biaya merupakan nilai tukar, pengeluaran, atau pengorbanan yang dilakukan untuk mendapatkan manfaat adalah definisi akuntan. Biaya (*cost*) seringkali disamakan dengan beban (*expense*) sehingga perlu dibedakan dimana biaya (*cost*) adalah suatu pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang, untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan akan memberikan manfaat baik sekarang maupun yang akan datang. Sedangkan beban (*expense*) adalah suatu pengorbanan sumber ekonomi yang ditujukan untuk memperoleh pendapatan pada periode dimana beban itu terjadi atau merupakan bagian dari harga perolehan yang dibebankan dalam rangka memperoleh penghasilan.

Hansen & Mowen (2013) dalam Fahrul F. (2021). Menyatakan biaya adalah kas atau nilai setara kas yang dikeluarkan untuk menghasilkan barang atau jasa yang diharapkan memberi keuntungan baik sekarang maupun dimasa yang akan datang bagi suatu organisasi.

Argument ini juga didukung dengan pernyataan Diyah S. Hariyani (2018), biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang dalam usahanya mendapatkan sesuatu untuk mencapai tujuan tertentu baik yang sudah terjadi maupun yang belum terjadi atau baru direncanakan.

Sedangkan menurut Aji Desilia Anggareni (2019), biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi, yang digunakan untuk memperoleh manfaat saat ini atau dimasa yang akan datang bagi suatu organisasi.

Secara garis besar biaya adalah sejumlah nilai yang dikeluarkan perusahaan untuk mendapatkan sesuatu yang berguna bagi proses produksi maupun aktivitas perusahaan. Biaya juga dapat diartikan sebagai pengorbanan yang diberikan perusahaan dalam mendapatkan semua yang dibutuhkan dalam proses produksi ataupun dalam menjalankan kegiatan di perusahaan. Penting untuk dipahami bahwa biaya tidak selalu harus dalam bentuk uang tunai, mereka juga dapat mencakup pengorbanan dalam bentuk sumber daya atau aset lainnya. Tujuan utama pengukuran biaya dalam akuntansi adalah untuk membantu perusahaan dalam pengelolaan keuangan, pengambilan keputusan, penetapan harga produk atau layanan, dan analisis kinerja perusahaan.

2.1.5 Klasifikasi Biaya

Klasifikasi biaya merupakan proses pengelompokan dari seluruh komponen biaya dengan lebih ringkas dan sistematis agar penjelasan yang diberikan lebih akurat dan bermanfaat proses pengelompokan biaya merupakan langkah penting dalam

manajemen keuangan dan akuntansi untuk memahami bagaimana biaya-biaya tersebut memengaruhi kinerja keuangan suatu perusahaan. Selain itu, pengelompokan biaya juga berguna dalam memudahkan pemakaian data yang berkaitan dengan biaya tersebut. Klasifikasi biaya digolongkan menjadi beberapa bagian:

1. Biaya yang digolongkan berdasarkan kategori fungsi, yaitu:

- Biaya Produksi (*Manufacturing Cost*)

Biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi berlangsung yang menjadikan bahan baku mentah ke barang jadi. Biaya produksi dipecah menjadi 3 golongan yaitu:

- Biaya bahan baku (*direct material*) merupakan biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh bahan baku utama yang berperan langsung dalam produk yang diciptakan. Misalnya dalam proses produksi mie, bahan baku utama adalah tepung terigu.
- Biaya tenaga kerja langsung (*direct labor*) merupakan upah yang dibayar oleh perusahaan kepada tenaga kerja yang berkaitan langsung dengan aktivitas produksi, seperti dalam produksi mie terdapat karyawan yang mengolah adonan.
- Biaya *Overhead* pabrik merupakan kumpulan biaya produksi yang tidak dapat secara langsung diatribusikan ke produk atau unit dalam perusahaan manufaktur. Didalamnya terdapat biaya yang tidak termasuk *direct material* dan *direct labor* seperti biaya bahan baku tidak langsung (bahan penolong), tenaga kerja tidak langsung, biaya sewa, biaya gaji, biaya administrasi, biaya pemasaran dan biaya lainnya.
- Bahan penolong adalah komponen yang digunakan dalam proses produksi namun bukan bagian yang dapat dilihat secara kasat mata pada produk jadi. Fungsi bahan penolong adalah untuk mendukung dan memfasilitasi proses produksi, namun tidak akan ditemukan dalam produk jadi. Contoh bahan penolong seperti: pelumas yang digunakan pada mesin produksi, garam atau gula yang digunakan sebagai penyeimbang rasa makanan, skrup mur atau baut yang digunakan dalam produksi kendaraan.

- Biaya non Produksi (*Non-Manufacturing Cost*)

Biaya non produksi adalah biaya yang tidak berkaitan dengan kegiatan produksi barang secara langsung. Biaya non produksi dibagi menjadi 2 golongan yaitu:

- Biaya administrasi dan umum (*administration and general cost*), yaitu biaya-biaya yang terjadi dan berhubungan dengan fungsi administrasi dan umum untuk kegiatan perusahaan secara keseluruhan.
- Biaya pemasaran (*marketing cost*) yaitu biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk.

2. Biaya yang digolongkan berdasarkan pola perilaku biaya atau volume produksi:
 - Biaya Tetap (*Fixed Cost*) adalah biaya yang jumlahnya tetap atau tidak berubah dalam rentang waktu tertentu, berapapun besarnya penjualan atau produksi perusahaan. Contoh dari biaya tetap itu sendiri adalah biaya sewa gedung, gaji karyawan, pajak, biaya asuransi, biaya pembayaran pinjaman, dan sebagainya.
 - Biaya Variabel (*Variable Cost*) adalah biaya yang dalam rentang waktu dan sampai batas-batas tertentu jumlahnya berubah-ubah secara proporsional. biaya yang secara total meningkat secara proporsional terhadap peningkatan dalam aktivitas dan menurun secara proporsional terhadap penurunan dalam aktivitas perusahaan
 - Biaya Semi variabel, adalah biaya yang sulit digolongkan ke dalam kedua jenis biaya di atas (tidak termasuk ke dalam biaya tetap atau biaya variabel).

3. Biaya yang digolongkan berdasarkan sesuatu yang harus dibiayai:
 - Biaya Langsung (*Direct Cost*), merupakan biaya yang terjadi dimana penyebab satu-satunya adalah karena ada sesuatu yang harus dibiayai. Dalam kaitannya dengan produk, biaya langsung terdiri dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.
 - Biaya Tidak Langsung (*Indirect Cost*), merupakan biaya yang terjadi tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai, dalam hubungannya dengan produk, biaya tidak langsung dikenal dengan biaya overhead pabrik. Contoh biaya tidak langsung adalah biaya bersama, biaya bersama adalah biaya yang berasal dari penggunaan fasilitas atau jasa oleh dua operasi atau lebih.

4. Biaya yang digolongkan atas dasar jangka waktu manfaatnya:
 - Pengeluaran Modal (*Capital Expenditures*), adalah biaya yang memiliki manfaat lebih dari satu periode akuntansi. Pengeluaran ini dibebankan sebagai aktiva pada saat terjadinya dan dibebankan untuk beberapa tahun kedepan untuk menikmati manfaatnya dengan cara diamortisasi, didepresiasi atau didepleksi. Contoh: pembelian gedung dan mesin.
 - Pengeluaran Pendapatan (*Revenue Expenditures*), adalah biaya yang hanya memiliki masa manfaat kurang dari 1 periode akuntansi, seperti biaya iklan dan telepon.

5. Biaya yang digolongkan berdasarkan sumber dana:
 - Biaya Eksploitasi (*Expenses*): Biaya yang terkait dengan operasi sehari-hari perusahaan dan dikenakan dalam periode tertentu. Contoh: biaya listrik, biaya gaji karyawan.
 - Biaya Investasi (*Capital Cost*): Biaya yang terkait dengan investasi dalam aset jangka panjang, seperti tanah, gedung, atau peralatan. Ini biasanya dikapitalisasi dan didepresiasi selama beberapa tahun.

Penting untuk diingat bahwa klasifikasi biaya dapat bervariasi tergantung pada jenis bisnis dan tujuan pengelolaan keuangan perusahaan. Penggolongan biaya berbeda-beda tergantung dari sumber dan fungsinya. Dengan memahami bagaimana biaya-biaya ini berkontribusi pada operasi dan hasil keuangan, organisasi dapat mengambil langkah-langkah yang lebih baik untuk mencapai tujuan mereka. Oleh karena itu, perusahaan harus memilih klasifikasi biaya yang paling sesuai dengan kebutuhan mereka untuk pengambilan keputusan yang efektif.

2.2 Harga Pokok Produksi

2.2.1 Pengertian Harga Pokok Produksi

Harga pokok produksi (HPP) merupakan jumlah dari seluruh biaya yang dipergunakan dalam memproduksi bahan mentah menjadi suatu produk jadi siap jual. Biaya yang termasuk dalam sebuah proses pengolahan bahan baku menjadi barang jadi atau manufaktur merupakan biaya produksi (*production cost or manufacturing cost*) dan biaya yang terlibat dalam proses ini akan berdampak pada besar kecilnya harga pokok produksi.

Bahri & Rahmawaty (2019), menyatakan bahwa harga pokok produksi (*cost of goods manufactured*) merupakan penjumlahan keseluruhan biaya yang dikeluarkan selama proses produksi hingga produk masuk dalam persediaan barang jadi selama periode tertentu. Setiap perusahaan baik besar maupun kecil, terkhusus lagi pada perusahaan manufaktur perlu memiliki perhitungan dalam menentukan harga pokok produksi. Karena dalam perhitungannya semua pengeluaran yang dibayarkan baik biaya langsung maupun tidak langsung akan dicatat kemudian diolah untuk bisa menghasilkan nominal yang terbebaskan dalam satuan produknya.

Harga pokok produksi merupakan gabungan dari pada biaya produksi bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik serta persediaan produk dalam proses awal dan dikurang persediaan produk dalam proses akhir (Mulyadi, 2017). Ketiga pengelompokan biaya tersebut bertujuan mempermudah manajer keuangan dalam menghitung setiap unsur-unsur yang berkontribusi dalam menciptakan produk. Dengan diklasifikasikannya biaya perhitungan akan lebih efisien karena sudah tersusun dengan jelas sifat atau fungsi dari setiap biaya.

Hansen dan Mowen (2013) dikutip dalam Bryan F. W. Taroreh et. al (2021), menyatakan bahwa harga pokok produk adalah pembebanan biaya yang mendukung tujuan manajerial yang spesifik atau yang ingin dicapai. Perhitungan harga pokok produksi biasanya digunakan dalam perhitungan laba kotor yang diperoleh dari pengurangan antara pendapatan penjualan dengan beban termasuk harga pokok produksi. Harga pokok produksi juga menjadi acuan untuk menghitung harga jual yang sesuai, menilai laba produk, dan membuat keputusan yang strategis dalam perusahaan terkait produksi dan aktivitasnya.

2.2.2 Tujuan Harga Pokok Produksi

Pada prinsipnya tujuan akhir dari suatu perusahaan adalah untuk meraih keuntungan, langkahnya adalah dengan mengukur pendapatan yang didapat dan membandingkannya dengan pengorbanan yang telah dilakukan, untuk mengetahui seberapa besar laba yang berhasil diperoleh. Harga pokok produksi memudahkan menejer dalam memahami dan mengelola biaya yang terkait dengan proses produksi suatu produk atau jasa. Tujuan dari harga pokok produksi yaitu untuk mengendalikan biaya. Biaya yang dirinci berdasarkan pengklasifikasiannya memudahkan menejer dalam mengidentifikasi area di mana mereka dapat mengurangi biaya yang tidak perlu.

Selain itu, dengan adanya harga pokok produksi perusahaan dapat membuat perencanaan dan penganggaran melalui biaya produksi yang diharapkan dengan merencanakan penggunaan sumber daya dan pengalokasian dana. Harga pokok produksi juga dapat menunjukkan bagaimana kinerja suatu perusahaan, dengan cara membandingkan antara harga pokok produksi dengan pendapatan yang dihasilkan dari penjualan produk atau jasa, dan dapat mengevaluasi seberapa jauh perusahaan berhasil dalam mengelola biaya produksi.

Tujuan dari harga pokok produksi ini penting dalam manajemen keuangan dan operasional perusahaan karena membantu perusahaan membuat keputusan yang lebih tepat, mengendalikan biaya, dan mencapai tujuan keuangan mereka. Dari yang sudah disampaikan di atas, terlihat bahwa harga pokok produksi memiliki tujuan yang berpengaruh dalam internal perusahaan, harga pokok produksi ikut andil dalam beberapa keputusan yang dibuat seperti harga jual, laba, kinerja dan lainnya.

2.2.3 Fungsi Harga Pokok Produksi

Fungsi harga pokok produksi memiliki hubungan erat dengan peranan akuntansi biaya dalam suatu organisasi atau perusahaan. Akuntansi biaya berfokus pada pengumpulan, analisis, dan pelaporan data biaya untuk membantu manajemen dalam pengambilan keputusan strategis. Berikut adalah beberapa fungsi harga pokok (Mulyadi, 2017):

1. **Mentukan harga jual produk**
 Harga pokok produksi dapat digunakan untuk menentukan harga jual produk. Perhitungan ini memungkinkan perusahaan untuk merencanakan dan menyesuaikan strategi penetapan harga persediaannya.
2. **Memantau realisasi biaya produk**
 Mengumpulkan informasi biaya produksi yang dikeluarkan dalam jangka waktu tertentu membantu memantau apakah proses produksi menghabiskan total biaya produksi seperti yang telah dihitung sebelumnya.
3. **Menghitung laba atau rugi periode**
 Harga pokok produksi dibutuhkan untuk memproduksi produk dalam periode tertentu. Ini dilakukan untuk mengetahui apakah kegiatan produksi dan pemasaran dalam periode mampu menghasilkan laba atau rugi. Informasi laba rugi bruto periodik dibutuhkan untuk mengetahui kontribusi produk dalam menutup biaya non produksi dan menghasilkan laba rugi.
4. **Menentukan harga pokok persediaan produk jadi dan dalam proses**
 Dalam neraca, manajemen harus menyajikan harga pokok persediaan produk jadi dan harga pokok produksi. Biaya ini, pada tanggal neraca masih dalam proses untuk tujuan tersebut. Biaya produksi yang melekat pada produk jadi yang belum laku dijual pada tanggal neraca disajikan dalam neraca sebagai harga pokok persediaan produk dalam proses.

Seperti yang di jelaskan diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa menghitung harga pokok produksi adalah praktek penting dalam manajemen keuangan karena dapat membantu perusahaan dalam mengambil keputusan yang lebih baik dan mencapai tujuan perusahaan. Tidak hanya itu, harga pokok produksi juga bermanfaat bagi banyak pihak karena memiliki dampak yang luas terhadap berbagai aspek perusahaan dan pemangku kepentingan lainnya. Contohnya seperti: pemasok, pemegang saham, manajemen perusahaan dan keuangan perusahaan.

2.2.4 Metode Pengumpulan Harga Pokok Produksi

Pengumpulan harga pokok produksi adalah proses untuk mengumpulkan informasi mengenai semua biaya yang berkaitan dengan kegiatan produksi suatu produk atau jasa. Terdapat dua acara yang digunakan untuk pengumpulan harga pokok produksi yaitu metode harga pokok pesanan dan metode harga pokok proses (Wijaya, 2018):

- A. **Metode Harga Pokok Pesanan (*Job Order Costing Method*)**
 Metode ini umumnya digunakan oleh perusahaan yang membuat produk berdasarkan pesanan, bentuk, dan kualitas yang dibutuhkan oleh pemesan. Harga pokok produksi dihitung dengan membagi total biaya produksi untuk pesanan tersebut dengan jumlah satuan produk dalam pesanan tersebut untuk mendapatkan harga pokok per produk.

B. Metode Harga Pokok Proses (*Proses Cost Method*)

Pengumpulan harga pokok proses ditentukan oleh biaya yang terbentuk dari kumpulan biaya produksi berdasarkan pada produksi keseluruhan. Perusahaan yang menggunakan metode ini biasanya melaksanakan pengolahan produksinya untuk memenuhi perdesian produk pada gudangnya.

Pemilihan metode pengumpulan harga pokok produksi akan tergantung pada jenis bisnis, kompleksitas produksi, dan sumber daya yang tersedia. Kombinasi beberapa metode juga sering digunakan untuk mendapatkan informasi yang lebih lengkap dan akurat.

2.2.5 Metode Perhitungan Harga Pokok Produksi

Estimasi harga pokok produksi adalah proses menghitung semua biaya yang terkait dengan pembuatan suatu produk. Tujuan dari penghitungan ini adalah untuk menentukan berapa biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi setiap unit produknya. Perhitungan harga pokok produksi sangat penting dalam manajemen keuangan, karena dapat membantu dalam pengambilan keputusan terkait harga jual, strategi penetapan harga, dan pengendalian biaya produksi.

Ada beberapa metode perhitungan harga pokok produksi yang dapat digunakan oleh perusahaan, tergantung pada jenis bisnis dan kompleksitas produksinya. Berikut adalah beberapa metode perhitungan harga pokok produksi, (Mulyadi, 2017):

1. Metode Absorpsi (*Full Costing*)

Metode ini sering dikenal dengan metode *full costing*, diartikan sebagai metode penentuan kos produksi yang menghitung segala unsur produksi ke dalam kos produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik, baik itu yang berperilaku tetap maupun variabel.

Perumusan unsur-unsur dalam pendekatan *full costing*:

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

Metode *full costing* dapat membantu perusahaan dalam mengidentifikasi elemen biaya yang dapat dikendalikan atau dioptimalkan. Ini memungkinkan manajemen untuk melakukan analisis biaya lebih mendalam dan mengambil tindakan yang diperlukan untuk mengurangi biaya produksi jika diperlukan.

Menurut Mulyadi (2016) dalam penelitian Nadya Solihati (2021), metode *full costing* memiliki kelebihan dan kelemahan sebagai berikut:

Kelebihan:

Metode *full costing* diakui sebagai pendekatan yang sesuai dengan prinsip akuntansi Indonesia karena menyajikan laporan keuangan yang adil dan wajar kepada pihak eksternal. Prinsip-prinsip akuntansi Indonesia menekankan pentingnya menentukan harga pokok produksi dengan memperhitungkan semua biaya yang terlibat dalam proses produksi, tanpa memisahkan biaya menjadi biaya tetap dan biaya variabel. Selain itu, metode *full costing* juga dianggap lebih mudah dan sederhana dalam perhitungannya karena mencakup semua biaya yang relevan.

Kelemahan:

metode *full costing* kurang disarankan untuk digunakan dalam pengambilan keputusan jangka pendek karena memasukkan semua elemen biaya, termasuk biaya tetap dan variabel, yang tidak selalu relevan dalam situasi di mana keputusan jangka pendek diperlukan. Data biaya yang dihasilkan oleh metode *full costing* juga sering tidak relevan untuk tujuan kontrol manajerial dalam jangka pendek, karena tidak membedakan antara biaya *overhead* pabrik yang dapat dikendalikan dan yang tidak dapat dikendalikan.

Dengan metode *full costing*, beban yang dilaporkan pada laporan keuangan adalah barang yang sudah laku terjual. Oleh karenanya, metode ini dapat melakukan penundaan beban biaya *overhead* saat barang belum laku terjual. Dengan memahami dan mengelola HPP dengan baik, perusahaan dapat meningkatkan efisiensi operasionalnya, mengoptimalkan laba, dan membuat keputusan yang lebih baik dalam lingkungan bisnis yang kompetitif.

2. Metode Langsung (*Variable Costing*)

Metode ini fokus pada biaya-biaya yang dapat diatribusikan langsung ke setiap unit produk. Metode dalam penentuan biaya produksi yang berperilaku variabel saja ke dalam kos produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik variabel.

Perumusan unsur-unsur dalam pendekatan *variable costing*:

Biaya bahan baku	xxx
Biaya tenaga kerja langsung	xxx
Biaya overhead pabrik variabel	<u>xxx</u>
HPP/kos produksi	xxx

Metode *variabel costing* memiliki jumlah biaya yang terus berubah-ubah tergantung pada pesanan dan lingkup kegiatan bisnis. Metode ini memandang biaya tetap sebagai biaya yang tidak langsung terkait dengan produksi, oleh karena itu, tidak diatribusikan ke produk secara langsung.

Adapun kelebihan dan kelemahan dari metode variabel costing:

Kelebihan:

- Dapat digunakan sebagai pengendali biaya karena memberikan semua biaya tetap dalam satu kelompok tersendiri.
- Dapat dimanfaatkan untuk menentukan harga jual jangka pendek.
- Dapat merencanakan biaya agar mendapatkan laba dalam jangka waktu relatif lebih singkat.
- Dapat digunakan sebagai rujukan, khususnya untuk mengambil keputusan saat melakukan order pesanan khusus.

Kelemahan:

- Metode ini dianggap tidak sesuai dengan prinsip akuntansi
- Karena biaya *overhead* pabrik dalam persediaan dan harga pokok persediaan tidak diperhitungkan, maka akibatnya nilai persediaan lebih rendah. Hal ini akan mengurangi modal kerja yang akan dilaporkan untuk keperluan analisa *financial*.
- Dapat menyebabkan naik dan turun laba. Hal ini terjadi dikarenakan adanya perubahan volume penjualan produk.

Metode Variabel Costing sering digunakan untuk tujuan pengambilan keputusan internal, analisis margin kontribusi, dan perencanaan laba. Meskipun begitu, metode ini tidak sesuai dengan tujuan dari pelaporan keuangan eksternal. Standar akuntansi mengharuskan perusahaan untuk menggunakan metode *full costing* saat menyusun neraca dan laporan laba rugi. Oleh karena itu, seringkali perusahaan membuat catatan akuntansi ganda dengan kedua metode guna memenuhi kebutuhan masing-masing pihak.

3. Metode ABC (*Activity Based Costing*), metode ini mencoba mengidentifikasi dan memperhitungkan biaya-biaya yang berhubungan dengan aktivitas tertentu yang mendukung produksi. ABC dapat memberikan pandangan yang lebih akurat tentang biaya produk, terutama dalam situasi dimana biaya *overhead* sangat kompleks.

Pada penelitian ini penulis menggunakan pendekatan *full costing* karena metode ini merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang membebankan seluruh biaya produksi baik berprilaku tetap maupun variabel kepada produk. Karena hal itu, metode *full costing* dianggap sesuai dengan prinsip akuntansi sebab mencakup semua biaya produksi. Prinsip akuntansi yang relevan dalam konteks ini adalah prinsip akuntansi biaya penuh atau *full costing principle*. Menurut Horngren et al (2016) dikutip dalam Nabila C. (2023), metode *full costing* lebih akurat dan relevan dalam

mengukur biaya produksi dan membuat keputusan bisnis daripada metode perhitungan biaya lainnya seperti variabel *costing*.

Penting bagi perusahaan untuk memiliki pemahaman menyeluruh tentang semua biaya yang terlibat dalam proses produksi suatu produk, karena ini menjadi landasan untuk menetapkan harga jual yang sesuai. Pemilihan cara menghitung harga pokok produksi juga harus cocok dengan sifat bisnis yang bersangkutan, tujuan manajemen, dan kebutuhan pada laporan keuangan. Pemilihan metode perhitungan harga pokok produksi harus dengan pertimbangan matang, dan perusahaan harus mempertimbangkan keuntungan dan keterbatasan dari setiap metodenya.

2.3 Harga Jual

2.3.1 Pengertian Harga Jual

Terdapat banyak sekali istilah yang dapat menggambarkan apa yang disebut dengan harga. Secara umum, harga adalah sejumlah nilai yang ditawarkan kepada konsumen untuk dapat memiliki suatu barang. Harga yang ditawarkan tersebut bertujuan untuk mendapatkan keuntungan atas produk atau jasa yang dijual.

Kotler dan Armstrong (2018), mengungkapkan pengertian harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Lebih jauh lagi sebagai nilai yang harus dibayar untuk mendapatkan manfaat dari produk tersebut. Menurut Aji Desilia Anggareni (2019), harga jual adalah sejumlah uang atau ukuran lainnya yang dibebankan kepada konsumen untuk mendapatkan produk atau jasa yang dihitung dari total biaya produksi dan biaya non-produksi ditambah laba yang diharapkan. Sedangkan Fandy Tjiptono (2015), menjelaskan bahwa harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa.

Maka dari beberapa penjelasan para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa harga merupakan besaran nilai yang perlu dibayarkan seseorang untuk memiliki manfaat dari suatu barang atau jasa. Besaran harga bisa jadi berbeda-beda tergantung dari jumlah biaya produksi yang dikeluarkan, dari sini dapat dihitung keuntungan yang ingin diperolehnya.

Harga berperan penting dalam suatu transaksi jual beli. Melalui penetapan harga dapat dinilai kualitas barang yang ditawarkan. Terdapat enam langkah dalam menetapkan harga:

1. Perusahaan harus menentukan tujuan dalam menetapkan harga, tujuan tersebut dapat berupa mempertahankan kelangsungan perusahaan, untuk mendapatkan laba maksimum, memperluas daerah pemasaran.
2. Perusahaan perlu menghitung permintaan konsumen, karena pada dasarnya harga mengikuti berapa banyak permintaan konsumen. Dalam pelajaran

ekonomi, semakin tinggi harga maka akan semakin sedikit permintaan, sebaliknya semakin rendah harga maka akan semakin tinggi permintaan.

3. Perusahaan juga perlu memperhitungkan berapa biaya yang dikeluarkan selama produksi, agar harga yang ditetapkan nanti tidak berada di bawah harga produksinya.
4. Perusahaan perlu dalam meninjau harga yang ada di pasar, agar harga dapat bersaing dengan baik tentunya dalam menetapkan harga tidak memiliki perbedaan yang jauh antara harga perusahaan dengan perusahaan pesaing.
5. Pemilihan metode dalam menetapkan harga. Perusahaan dapat memilih metode apa yang akan digunakan untuk menetapkan harga jualnya.
6. Pemilihan harga final. Dalam memilih harga akhir, perusahaan perlu mempertimbangkan faktor-faktor yang ada, seperti kualitas dan merek. Merek merupakan sebuah nilai tersendiri bagi produk. Merek pula dapat membawa produk mencapai nilai tertingginya. Contoh: Zara, Dior, Chanel dan lainnya.

Harga jual merupakan komponen kunci dalam strategi pemasaran dan penetapan harga produk atau layanan. Penentuan harga jual yang tepat adalah faktor penting dalam mencapai tujuan keuangan perusahaan, mempertahankan pelanggan, dan bersaing di pasar. Harga jual yang terlalu tinggi bisa mengurangi daya tarik produk atau layanan, sementara harga yang terlalu rendah bisa merugikan profitabilitas perusahaan. Harga dapat disesuaikan atau diubah dengan cepat. Berbeda dengan sifat atau kewajiban produk, kedua elemen terakhir tidak dapat dengan mudah atau cepat diubah atau disesuaikan, karena umumnya melibatkan keputusan yang bersifat jangka panjang. Oleh karena itu, perusahaan harus melakukan analisis pasar yang cermat dan perhitungan biaya yang akurat untuk menentukan harga jual yang optimal.

2.3.2 Tujuan Penetapan Harga Jual

Penetapan harga jual adalah keputusan strategis yang kompleks dan mempengaruhi keseluruhan kinerja bisnis. Tujuan penetapan harga jual dapat bervariasi tergantung pada strategi bisnis dan kondisi pasar. Beberapa tujuan umum penetapan harga jual meliputi:

- **Tujuan Berorientasi Pada Laba**
Menurut asumsi teori ekonomi klasik, setiap perusahaan selalu memilih harga yang menghasilkan laba paling besar. Namun, dalam era persaingan global yang kompleks, dengan banyak variabel yang memengaruhi daya saing perusahaan, mencapai tujuan ini menjadi sulit karena sulit untuk memperkirakan dengan tepat jumlah penjualan yang dapat dicapai pada tingkat harga tertentu.

- Tujuan Berorientasi Pada Volume
Harga diatur sedemikian rupa untuk mencapai target volume penjualan, nilai penjualan, atau pangsa pasar. Pendekatan ini umumnya digunakan oleh maskapai penerbangan, lembaga pendidikan, perusahaan perjalanan, dan bisnis bioskop.
- Tujuan Berorientasi Pada Citra
Strategi penetapan harga dapat membentuk citra sebuah perusahaan. Perusahaan bisa menetapkan harga tinggi untuk menciptakan atau menjaga citra prestisius. Sebaliknya, harga rendah dapat digunakan untuk menciptakan citra nilai tertentu, seperti menjamin bahwa harga tersebut adalah yang terendah di wilayah tertentu. Pada intinya, penetapan harga murah atau mahal bertujuan untuk membentuk persepsi konsumen tentang seluruh produk yang ditawarkan oleh perusahaan.
- Tujuan Stabilisasi Harga
Dalam pasar di mana konsumen sangat memperhatikan harga, jika sebuah perusahaan menurunkan harga, pesaingnya juga harus mengikuti dengan menurunkan harga mereka. Situasi seperti ini menyebabkan munculnya tujuan stabilisasi harga dalam beberapa industri. Tujuan stabilisasi ini dicapai dengan menetapkan harga agar tetap seimbang dengan harga yang ditetapkan oleh pemimpin industri.
- Tujuan lainnya
Tujuan penetapan harga jual lainnya dapat mencegah masuknya pesaing, mempertahankan loyalitas pelanggan, mendukung penjualan ulang, atau mendapatkan aliran kas secepatnya.

2.3.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga jual

Dalam pemasaran produk, perusahaan tentunya memperhatikan kebutuhan dan kenyamanan calon konsumen sebagai pihak yang membeli produknya. Oleh karena itu, perusahaan harus memperhatikan beberapa faktor yang mempengaruhi harga agar harga yang di putuskan dapat diterima oleh calon konsumen. Faktor-faktor yang harus diperhatikan dalam penetapan harga produk, yaitu:

1. Keterjangkauan harga.
Dengan menganalisis target pasar apakah sesuai dengan kemampuan daya beli konsumen. Dalam satu perusahaan memiliki bergagai prodak dengan harga yang berbeda, hal ini memungkinkan konsumen untuk memilih sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan.
2. Kesuaian harga dengan kualitas produk
Dalam menetapkan harga perlu diperhatikan, apakah kualitas yang ditawarkan penjual sesuai dengan nilai yang diterima pembeli. Konsumen kerap memilih harga yang lebih tinggi diantara dua produk dengan melihat tingginya kualitas barang yang ditawarkan.

3. Daya saing harga
Selain menganalisis target pasar, perusahaan juga perlu menganalisis pesaing yang ada disekitar lokasi lingkungan pasar untuk dapat membandingkan harga yang mereka kenakan. Konsumen cenderung membandingkan harga produk yang sama dari dua perusahaan berbeda untuk menjadi pertimbangan murah atau mahal nya harga produk.
4. Kesesuaian harga dengan manfaat produk
Aspek yang diperhatikan dalam menetapkan harga, apakah manfaat yang ditawarkan penjual sesuai dengan nilai yang diterima pembeli. Konsumen memilih untuk membeli suatu produk jika manfaat yang mereka terima lebih besar atau setara dengan nilai yang mereka keluarkan untuk membelinya.

Indikator penetapan harga dapat sangat bervariasi tergantung pada jenis produk atau layanan, pasar, dan strategi bisnis. Pemilihan harga yang tepat adalah bagian penting dari manajemen pemasaran dan bisnis yang berhasil.

2.3.4 Metode Penetapan Harga Jual

Pada tahap ini manajemen harus bijak dalam menetapkan harga jual yang sesuai dengan produk yang ditawarkan kepada konsumen. Manajemen harus menganalisa atau mempelajari harga jual pesaing yang berada disekitar lingkup perusahaan. Karena, jika konsumen menemukan harga yang lebih rendah dengan produk yang sama cenderung akan membuat konsumen memilih produk tersebut. Oleh karenanya, manajemen perlu memperhatikan harga pasaran agar dalam menetapkan harga jual nantinya tidak memilih perbedaan yang jauh dengan produk dan kualitas yang sama.

Sujarweni (2019), menjelaskan ada tiga metode yang dapat digunakan untuk penentuan harga jual yaitu metode penentuan harga jual berdasarkan biaya, metode penentuan harga jual berdasarkan harga pesaing/competitor, dan metode penentuan harga jual berdasarkan permintaan:

1. Metode penentuan harga berdasarkan biaya
Metode penetapan harga jual yang berasal dari biaya dalam bentuk yang paling sederhana adalah:
 - a. *Cost plus pricing method*
Cost plus pricing method adalah salah satu metode penentuan harga jual dengan cara yang sederhana, yaitu dengan cara menambahkan laba yang diperhitungkan sebelumnya oleh perusahaan pada biaya produksi suatu barang.
 - b. *Mark-up pricing method*
Mark-up pricing merupakan metode yang sering digunakan oleh para pedagang. Mereka menetapkan harga jual dengan menambahkan *mark-up* yang diperoleh berdasarkan rumus perhitungan pada harga beli per satuan. *Mark-up* adalah salah satu metode penetapan harga yang paling sederhana dan umum digunakan. Cara kerjanya adalah dengan

mengurangi harga produksi dari harga eceran produk, kemudian hasilnya dibagi dengan harga eceran, dan dikalikan 100 untuk mendapatkan persentase *mark-up*.

c. Penetapan Harga BEP (*Break Even Point*)

Metode penetapan harga yang berfokus pada keselarasan antara total biaya dan total pendapatan.

2. Metode penentuan harga jual berdasarkan harga pesaing/*competitor*
Strategi penetapan harga digunakan untuk mencapai keunggulan kompetitif dan mencapai sebanyak mungkin konsumen. Sebagai contoh, strategi penetapan harga ini menetapkan harga produk di bawah harga pasar untuk memperoleh pangsa pasar yang lebih besar.
3. Metode penentuan harga jual berdasarkan permintaan
Metode penetapan harga berdasarkan keseimbangan antara jumlah total biaya keseluruhan dengan jumlah total penerimaan keseluruhan. Misal, konsumen merasa harganya murah, terlalu murah, terlalu mahal, atau terlalu mahal dan diminta untuk mengevaluasi apakah itu terkait dengan kualitas yang diterima.

Permintaan produk juga mempengaruhi harga jual yang ditetapkan. Umumnya, suatu perusahaan memberikan solusi dari masalah yang ada di masyarakat berupa produk yang di jual. Perusahaan juga mengukur rentan usia yang membutuhkan atau menjadi target pasar. Dengan banyaknya permintaan produk untuk mengurangi permasalahan konsumen dan melihat kemampuan daya beli dari target pasarnya, manajemen dapat memperkirakan harga jual berdasarkan dari banyaknya permintaan konsumen dengan pertimbangan harga yang tidak memberatkan konsumen.

2.4 *Cost Plus Pricing*

2.4.1 *Pengertian Cost Plus Pricing*

Dalam menetapkan harga jual dapat ditentukan dengan berbagai cara diantaranya *cost plus pricing*. *Cost plus pricing* merupakan salah satu cara dalam menetapkan harga jual, yang harus dapat menutupi biaya yang telah dikeluarkan perusahaan untuk menghasilkan produk dan menghasilkan laba yang dikehendaki.

Menurut Garisson, et al. (2013) dalam Sondakh (2023), menyatakan bahwa *cost plus pricing* adalah proses penentuan harga jual dengan cara menghitung biaya produksi per unit, memutuskan berapa laba yang diinginkan, kemudian menentukan harga jual. Deviesa (2019) dalam Bryan F. W. Taroreh, et al (2021), menyatakan untuk harga jual suatu produk dengan metode *cost plus pricing/absorption cost pricing* maka perusahaan harus menambahkan biaya (*cost*) dengan presentase *mark-up*. Kedua pernyataan diatas didukung dengan pernyataan menurut Fandy Tjiptono (2015), *cost-plus pricing* adalah penentuan harga jual yang menambahkan persentase tertentu terhadap biaya produksi.

Secara garis besar, *cost plus pricing* adalah suatu metode penetapan harga di mana harga jual suatu produk atau layanan ditentukan dengan menambahkan *mark-up* (marginal) ke biaya produksi atau biaya total. Dalam hal ini, biaya produksi mencakup biaya variabel dan biaya tetap yang terkait dengan produksi barang atau penyediaan layanan. Rumus yang digunakan metode *cost plus pricing* juga cukup mudah dipahami, sehingga tidak menyulitkan pihak manajemen dalam mempelajari dan mengaplikasikannya.

2.4.2 Rumus *Cost Plus Pricing*

Metode *cost plus pricing* merupakan salah satu perhitungan sederhana yang ada untuk mempermudah para pelaku usaha dalam menetapkan harga jual dengan rumus:

$$\text{Harga jual} = \text{Harga Pokok Produksi} + \text{Persentase Mark-Up}$$

Dalam penentuan harga jual menggunakan metode *cost plus pricing*, semua unsur biaya harus diperhitungkan baik biaya produksi maupun biaya non produksi. Adapun rumus perhitungan rumus persentase mark-up:

$$\text{Persentase Mark-up} = \frac{(\text{Biaya Non Produksi} + \text{Laba yang diharapkan})}{\text{Biaya Produksi}} \times 100\%$$

Metode *cost plus pricing* dapat menggunakan pendekatan *full costing* maupun *variabel costing* dalam menghitung harga pokoknya sesuai kebutuhan perusahaan. Pada penelitian ini penulis menggunakan pendekatan *full costing*, karena sesuai dengan sistem yang ada di lokasi penelitian.

2.4.3 Kelebihan dan Kelemahan *Cost Plus Pricing*

Setiap metode atau rumusan memiliki kekurangan dan kelebihannya masing-masing saat diterapkan pada sebuah sistem perusahaan. Pihak perusahaan hanya perlu menyesuaikan apakah metode yang di pilih tepat untuk dijalankan di perusahaannya. Meskipun metode *cost plus pricing* ini umum digunakan, namun tetap saja terdapat kelemahan dan kelebihannya seperti:

1. Kelebihan *cost plus pricing*

Adapun kelebihan dalam penggunaan metode *cost plus pricing* antara lain:

- Metode ini relative mudah dipahami dan diimplementasikan oleh banyak perusahaan karena hanya melibatkan penambahan keuntungan ke biaya produksi.
- *Cost plus pricing* memberikan keamanan kepada perusahaan karena biaya produksi dan keuntungan dihitung dengan jelas, memberikan stabilitas dalam penetapan harga.
- Perusahaan dengan mudah meyakinkan pelanggan jika terjadi kenaikan biaya baik bahan baku maupun lainnya.

2. Kelemahan *cost plus pricing*

- *Cost plus pricing* mungkin tidak responsif terhadap perubahan pasar, tren konsumen, atau perubahan dalam lingkungan bisnis. Ini dapat menghambat kemampuan perusahaan untuk bersaing secara efektif.
- Metode ini dapat menyebabkan perusahaan menetapkan harga yang terlalu rendah jika biaya produksi diestimasi dengan tidak akurat, sehingga mengurangi potensi keuntungan

2.5 Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya sebagai referensi dalam penulisan adalah sebagai berikut:

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti Dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel Yang Diteliti	Metode Analisis	Hasil Penellitian
1	Bryan F. W. Taroreh, Sifrid S. Pangemanan, I Gede Suwetja. (2021)	Analisis Penentuan Harga Jual Menggunakan Metode Cost Plus Pricing Dengan Pendekatan Full Costing Pada Cv. Verel Tri Putra Mandiri	Variabel Independen : Harga Pokok Produksi Variabel Dependen : Harga Jual	Metode deskriptif kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan adanya perbedaan antara harga jual yang ditetapkan perusahaan dengan perhitungan harga jual menggunakan metode cost plus pricing. Dari 3 sampel produk yang digunakan untuk penelitian, terdapat selisih dimana untuk harga yang ditetapkan perusahaan lebih besar daripada metode cost plus pricing. Terdapat 1 produk yang memiliki selisih lebih dari 10% yaitu pada produk roti kacang sebesar 11,12% (Rp.555,91) dan 2 produk lainnya dengan selisih kurang dari 10% yaitu pada produk roti coklat sebesar 7,62% (Rp.380,88) dan roti keju sebesar 9,01% (Rp.450,66). Hal ini terjadi karena perusahaan tidak melakukan perhitungan berdasarkan biaya, melainkan hanya berdasarkan atas harga pasar serta metode perkiraan

					yang didasarkan atas pengalaman pemilik dalam menjalankan usaha.
2.	Dwi Ratna Nurpitasari (2017).	Pendekatan Cost-Plus Pricing Dalam Penentuan Harga Jual Roti Pada UD Ganysha Kediri	Variabel Tunggal : Harga Jual	Pendekatan kuantitatif dan teknik penelitian deskriptif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat selisih antara harga jual UD. Ganysha Kediri dengan harga jual <i>cost-plus pricing</i> pendekatan variable costing. Harga jual dengan <i>cost-plus pricing</i> lebih tinggi daripada harga jual perusahaan sehingga dapat memaksimalkan laba perusahaan dengan menambah laba yang dikehendak.
3	Ratih Purwasih (2022).	Penentuan Harga Pokok Produksi Sebagai Dasar Harga Jual Dengan Metode <i>Cost Plus Pricing</i> Pada Rumah Makan Cimpago Bogor.	Variabel Independen : Harga Pokok Produksi Variabel Dependen : Harga Jual	Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kuantitatif,	Dari hasil analisis pengujian, diketahui bahwa hasil perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode <i>full costing</i> memiliki keunggulan dibandingkan dengan metode yang ditetapkan oleh perusahaan. Sehingga perhitungan harga pokok produksi akan mempengaruhi dalam penetapan harga jual. Harga jual per porsi yang sudah ditetapkan perusahaan sebesar Rp14.000 dan mark up yang dicapai 20%, sedangkan persentase mark up yang

					diinginkan perusahaan sebesar 60%, sehingga harga jual yang seharusnya ditetapkan perusahaan sebesar rp18.000 oleh karena harga jual yang ditetapkan dengan metode <i>cost plus pricing</i> lebih menguntungkan dibandingkan dengan metode perusahaan.
4	Tesalonika J Lendombel, Ventje Ilat, Meily Y B Kalalo (2021).	Penerapan <i>Full Costing</i> Sebagai Alat Untuk Menghitung Harga Pokok Produksi Pada UD. Mandiri Desa Pangu Kecamatan Ratahan	Variabel tunggal: Harga pokok produksi	Metode analisis menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif.	Berdasarkan hasil penelitian ini harga pokok produksi yang dihitung menggunakan metode <i>full costing</i> lebih besar dibandingkan dengan harga produk yang dihitung dengan menggunakan perkiraan perusahaan. Hal ini disebabkan karena penggolongan dan pengumpulan yang diajukan oleh perusahaan tidak diperhitungkan seluruh biaya yang dikorbankan. Berdasarkan deskripsi milik perusahaan dan perhitungan menurut metode <i>full costing</i> terdapat perbedaan pada harga pokok produksi dan harga jual.
5	Dinda Danela (2021).	Penerapan Harga Pokok Produksi Metode <i>Full</i>	Variabel Independen : Harga Pokok Produksi	Penelitian ini menggunakan pendekatan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa perhitungan harga pokok produksi

		<i>Costing</i> Dengan Penetapan Harga Jual Menggunakan <i>Cost Plus Pricing</i> Pada Pabrik Tahu ABC Malang	Variabel Dependen : Harga Jual	kualitatif deskriptif	berdasarkan metode <i>full costing</i> menghasilkan biaya yang lebih tinggi daripada perhitungan menurut perusahaan. Hal ini dikarenakan perusahaan belum memasukan semua komponen biaya yang dikeluarkan untuk proses produksi tersebut, seperti biaya overhead variable dan biaya non produksi. Sehingga juga mengalami kenaikan dalam menetapkan harga jualnya.
6	Sigit Wisnu S.B Dan Lailatul Fitriah (2019).	Penetapan Harga Jual Dengan Metode <i>Cost Plus Pricing</i> Menggunakan Pendekatan <i>Full Costing</i> Pada Ud. Dzaky Alam Food.	Variabel Independen : Harga Pokok Produksi Variabel Dependen : Harga Jual	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kuantitatif.	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa perhitungan harga pokok produksi dengan metode <i>full costing</i> dan perhitungan harga jual dengan metode <i>cost plus pricing</i> diperoleh hasil yang berbeda yaitu lebih rendah dibandingkan dengan perhitungan perusahaan. Semakin rendah harga pokok produksi maka semakin rendah pula harga jualnya.
7	Intan Purnama Putri, Sigit Puji Winarko, Puji Astuti (2022).	Analisis Perhitungan HPP <i>Full Costing</i> Dan Harga Jual <i>Cost Plus Pricing</i> Pada UD	Variabel Independen : Harga Pokok Produksi Variabel Dependen : Harga Jual	Pendekatan dan jenis penelitian ini yaitu kuantitatif deskriptif. Teknik analisis data yang	Hasil penelitian menunjukkan bahwa metode <i>full costing</i> dan <i>cost plus pricing</i> krecek uyel mendapatkan hpp dan harga jual yang lebih

		Arpuma Nganjuk		digunakan yaitu <i>full costing</i> dan <i>cost plus pricing</i> .	rendah dikarenakan perusahaan menggunakan perkiraan saja dalam menentukan harga. Sedangkan krecek lempeng menghasilkan hpp yang lebih rendah dan harga jual yang lebih tinggi. Ini dikarenakan metode <i>full costing</i> dan <i>cost plus pricing</i> merinci seluruh biaya yang telah dikeluarkan, sehingga mendapatkan harga yang lebih tinggi.
8	Barbara A. Sondakh, David P.E. Saerang, Olivia Y.M. Sardjono (2023).	Analisis Metode <i>Absorption Costing</i> Dengan <i>Cost Plus Pricing</i> Dalam Menentukan Harga Jual Pada Kios Topas Amurang	Variabel Independen : Harga Pokok Produksi Variabel Dependen : Harga Jual	Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif.	Hasil penelitian menunjukkan perbedaan harga jual yang cukup kontras dimana harga jual actual (pemilik) lebih tinggi dari harga jual berdasarkan teori absorb. Hal ini terjadi karena perusahaan tidak melakukan perhitungan berdasarkan biaya, melainkan hanya berdasarkan atas harga pasar serta metode perkiraan yang didasarkan atas pengalaman pemilik dalam menjalankan usaha.
9	Oktavia Toar, Herman Karamoy, Heinca	Analisis Perbandingan Harga Jual Produk Dengan	Variabel Independen : Harga Pokok Produksi	Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini	Hasil penelitian ini menunjukkan adanya perbedaan terhadap harga jual yang saat

	Wokas (2017).	Menggunakan Metode <i>Cost Plus Pricing</i> Dan <i>Mark Up Pricing</i> Pada Dolphin Donuts Bakery	Variabel Dependen : Harga Jual	adalah metode deskriptif kualitatif.	ini berlaku dengan harga jual yang dihitung dengan menggunakan metode <i>cost plus pricing</i> dan <i>mark up pricing</i> .
10	Abdul Majid, Noor Aufa Zunifa, Fathi Najib Zahir, Ita Rahmawati (2023).	Harga Pokok Produksi Dalam Menentukan Harga Jual Melalui Metode <i>Cost Plus Pricing</i> Dengan Pendekatan <i>Full Costing</i>	Variabel Independen : Harga Pokok Produksi Variabel Dependen : Harga Jual	Metode dalam penelitian ini yaitu deskriptif kuantitatif.	Hasil analisis data, menunjukkan bahwa perhitungan harga pokok produksi yang telah ditetapkan oleh perusahaan ternyata lebih besar dari harga pokok produksi yang dihitung menggunakan metode <i>full costing</i> .

Sumber: Data Sekunder 2017-2023

Penulis mengambil referensi dalam menulis penelitian ini menggunakan penelitian dari teman-teman diatas, karena dianggap topik yang diambil dan dibahas memiliki beberapa kesamaan baik dari metode maupun variabel yang diteliti.

2.6 Kerangka Pemikiran

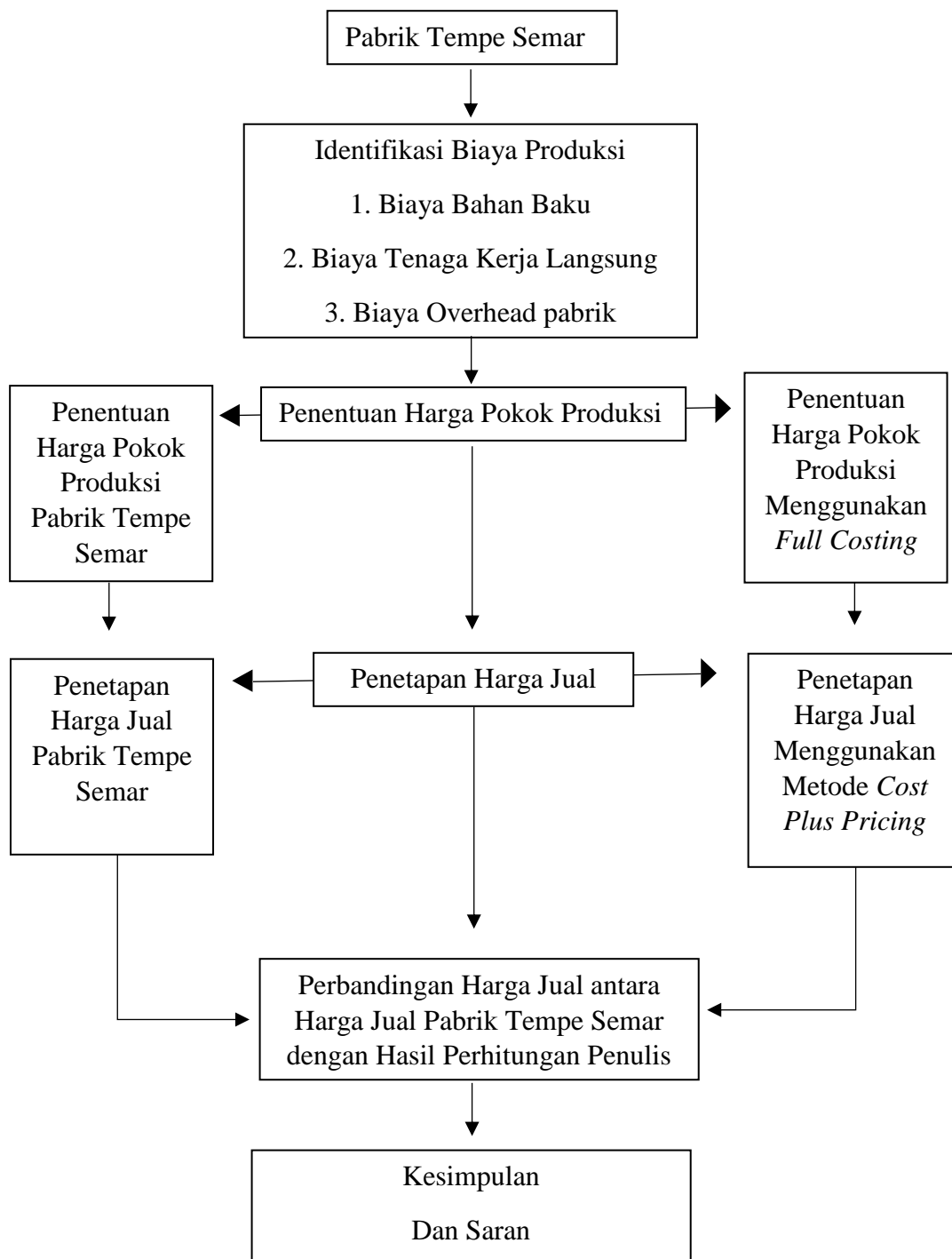
Pabrik Tempe Semar merupakan sebuah bidang industri manufaktur yang tentunya memiliki bermacam-macam biaya yang digunakan dalam proses produksinya sehingga menghasilkan harga pokok. Melalui penetapan harga jual *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing* yang digunakan dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan hasil yang baik untuk Pabrik Tempe Semar.

Untuk memudahkan dan menghindari terjadinya salah pengartian terhadap maksud penelitian ini yang akan dilakukan di Pabrik Tempe Semar, maka penulis akan mengidentifikasi seluruh biaya produksi maupun non produksi untuk diklasifikasikan kedalam unsur biaya produksi. Kemudian penulis akan membuat perhitungan harga dengan menambahkan laba yang didapat dari perhitungan persentase mark-up dengan harga pokok produksi yang didapat. Terakhir, penulis akan melakukan perbandingan antara perhitungan harga pokok produksi sampai dengan harga jual.

Sebuah kerangka pemikiran adalah konsep atau struktur dasar yang digunakan untuk mengorganisir dan merencanakan pemikiran, analisis, atau penyelidikan suatu topik atau permasalahan. Kerangka pemikiran membantu individu atau organisasi untuk lebih sistematis dalam mengidentifikasi masalah, menyusun informasi, dan mengembangkan solusi atau rekomendasi

Berdasarkan penjelasan diatas, maka penulis membentuk kerangka pemikiran sebagai berikut:

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian merupakan penelitian deskriptif (kuantitatif). Dimana penelitian ini digunakan untuk menggambarkan atau mengidentifikasi karakteristik, sifat, atau keadaan suatu fenomena tanpa menguji hipotesis tertentu. Deskriptif adalah metode untuk menjabarkan atau menjelaskan objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul. Penelitian deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas tentang topik yang diteliti.

Metode analisa deskriptif adalah salah satu metode yang digunakan pada saat meneliti suatu kelompok, individu, maupun objek dengan cara pengumpulan informasi serta aspek yang didapatkan dari banyak data penelitian, kemudian mengolahnya menjadi suatu informasi yang dapat dijelaskan atau digambarkan sebagai hasil. Penulis menetapkan jenis penelitian ini karena ingin menganalisa secara langsung dan menjelaskan hasil sebagai informasi yang berguna baik untuk penulis sendiri maupun pemilik usaha.

3.2 Objek, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah seluruh elemen biaya dalam perhitungan harga pokok produksi dan dalam penetapan harga jual yang terdapat pada Pabrik Tempe Semar. Menurut Sugiyono (2019), objek penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang suatu hal objektif, valid dan reliable tentang suatu hal (variabel tertentu).

Unit analisis adalah entitas atau bagian yang dipilih untuk dianalisis secara lebih mendalam dalam suatu konteks tertentu, tergantung pada tujuan dan fokus analisis tersebut. Unit analisis diartikan juga sebagai satu kelompok data atau subjek yang menjadi objek penelitian. Unit analisis yang digunakan dapat berbentuk individu, kelompok atau wilayah tertentu. Dalam penelitian ini unit analisis yang diambil adalah UMKM Pabrik Tempe Semar.

Lokasi penelitian dilakukan di UMKM Pabrik Tempe Semar yang terletak di Kp. Babakan RT 04/02, Ciluar, Kota Bogor, Jawa Barat 16156. Peneliti memilih UMKM ini karena merupakan salah satu UMKM yang berada di Jawa Barat yang mengapresiasi adanya penelitian ini guna mendapatkan manfaat ilmu yang diperoleh. Selain itu, pihak UMKM sudah memberikan izin dan memberi kemudahan dalam membantu memberikan data yang dibutuhkan selama penelitian ini.

3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Data kuantitatif yaitu data yang dapat diukur dan dinyatakan dalam bentuk angka, dimana data tersebut akan berperan sebagai biaya yang diidentifikasi dan diolah dengan metode *full costing*, untuk dasar dalam menentukan harga jual menggunakan metode *cost plus pricing*.

Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer. Data primer merupakan data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dengan cara wawancara bersama narasumber terkait dan observasi langsung ke lokasi penelitian guna mengumpulkan keterangan yang dibutuhkan. Data primer ini di dapatkan langsung dari sumber utama dan informasinya tidak dibagikan langsung pada publik.

3.4 Operasionalisasi Variabel

Operasional variabel dimaksudkan untuk memetakan variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian ini. Pemetaan ini bertujuan untuk mengetahui pengukuran yang ada disetiap variabelnya. Pemetaan ini meliputi variabel, sub variabel, indikator, dan skala pengukuran. Menurut penjelasan Sugiyono (2019), variabel merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya.

Operasional variabel mengubah konsep teoritis menjadi variabel-variabel yang dapat diukur atau diamati dalam penelitian guna menjawab pertanyaan penelitian. Variabel diartikan sebagai suatu hal yang dijadikan objek penelitian yang berperan dalam fenomena atau permasalahan yang diangkat oleh penulis.

Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel
Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi dan Penetapan Harga Jual Dengan
Metode *Cost Plus Pricing* Pada Pabrik Tempe Semar Bogor.

No	Variabel	Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala Pengukuran
1.	Harga Pokok Produksi	Metode biaya penuh (<i>full costing</i>)	Biaya Bahan Baku	Kuantitas yang terpakai x Harga per-unit bahan baku untuk produk tertentu	Rasio
			Biaya Tenaga Kerja Langsung	Jumlah tenaga kerja x upah per-hari	
			Biaya Overhead Pabrik	Biaya bahan penolong + Biaya listrik + Biaya pemeliharaan mesin dan kendaraan + Biaya penyusutan	

				mesin dan kendaraan + Biaya Lainnya.	
2.	Harga Jual	Harga Jual Produk	<i>Cost Plus Pricing</i>	Biaya Produksi + persentase <i>mark-up</i>	Rasio

Hubungan antara harga pokok produksi dengan harga jual adalah harga pokok produksi merupakan dasar untuk menetapkan harga jual, karena harga pokok produksi merupakan biaya yang dibebankan dalam proses produksinya. Sehingga harga jual harus ditentukan diatas harga pokok produksi untuk memperoleh keuntungan. Ketika harga pokok produksi meningkat maka harga jual akan ikut meningkat. Oleh karena itu, perusahaan perlu menekan biaya produksi agar harga jual tidak terlalu tinggi.

3.5 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian merupakan langkah penting yang ada pada proses penelitian, analisis atau pengambilan keputusan. Dalam melakukan penelitian ini, penulis membutuhkan data-data seperti data primer dan data sekunder. Oleh sebab itu, penulis akan menggunakan beberapa metode dalam pengumpulan data, yaitu studi lapangan yang didalamnya terdiri dari wawancara, observasi, kemudian yang berikutnya adalah studi pustaka dengan melihat referensi yang berkaitan.

3.5.1 Studi Pustaka

Studi Pustaka adalah proses pencarian, pengumpulan, dan pemahaman literature atau referensi yang relevan dengan topik penelitian yang dibahas. Studi pustaka diperoleh dengan membaca buku, skripsi terdahulu, jurnal-jurnal, dan sebagainya untuk menunjang dan membantu dalam menyelesaikan masalah yang sedang diteliti.

3.5.2 Studi Lapangan/Observasi

Metode pengumpulan data dengan studi lapangan dilakukan secara langsung di lokasi penelitian dengan mengadakan pengamatan secara langsung dan pengambilan data terhadap objek penelitian. Observasi adalah salah satu metode pengumpulan data dimana penulis mengadakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap objek yang sedang diteliti, baik dalam situasi buatan yang secara khusus diadakan maupun dalam situasi alamiah atau sebenarnya.

3.5.3 Wawancara

Wawancara adalah salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengadakan sesi tanya jawab baik secara langsung maupun tidak langsung dengan narasumber. Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan secara langsung kepada pihak

yang terlibat dalam proses bisnis perusahaan seperti wawancara kepada karyawan dan pemilik UMKM.

3.5.4 Dokumentasi

Teknik dokumentasi adalah informasi yang di dapatkan oleh peneliti dari objek penelitian berupa catatan penting baik organisasi maupun dari perorangan. Beberapa dokumentasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini diantaranya:

- a. Dokumentasi kegiatan berupa bukti foto peneliti
- b. Catatan biaya produksi
- c. Struktur organisasi pabrik
- d. Data perhitungan harga pokok produksi Pabrik Tempe Semar

3.6 Metode Analisis

Penelitian ini bersifat *decriptive non statistics*, yaitu dengan menjelaskan dalam bentuk uraian mengenai data untuk variabel dan indikator penelitian antara kenyataan di lokasi dengan yang seharusnya berdasarkan teori. Dimana dalam topik yang dipilih tidak berkaitan dengan alat perhitungan statistika, melainkan menggunakan teori dan metode akuntansi yang telah ditentukan dalam perhitungannya.

Pada pelaksanaannya, penelitian ini diolah dengan menggunakan metode akuntansi. Metode *full costing* untuk menghitung harga pokok produksi dan metode *cost plus pricing* untuk menetapkan harga jual. Dengan ke dua metode tersebut dapat menemukan hasil yang diharapkan. Pengolahan data dilakukan secara berurut, mulai dari pengidentifikasian biaya yang keluar, kemudian diolah menggunakan metode *full costing* untuk mendapatkan harga pokok produksi, setelah itu dilakukan perhitungan untuk menetapkan harga dengan metode *cost plus pricing*.

1. Mengidentifikasi biaya yang di dapat untuk di klasifikasikan berdasarkan biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik dan lainnya. Jika biaya sudah diklasifikasikan berdasarkan peranannya, maka akan memudahkan dalam tahap selanjutnya yaitu perhitungan harga pokok produksi.
2. Perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode *full costing*. Dikarenakan dalam penelitian ini penulis memilih menggunakan metode *full costing* sebagai metode perhitungan harga pokok produksi, maka rumus yang berlaku adalah:

Biaya bahan baku	xxx
Biaya tenaga kerja langsung	xxx
Biaya overhead pabrik variabel	xxx
Biaya overhead pabrik tetap	<u>xxx</u>
HPP/biaya produksi	xxx

3. Perhitungan Penetapan harga jual dengan metode *cost plus pricing*. Dalam metode ini, harga produk atau jasa ditentukan dengan menambahkan markup (keuntungan) ke biaya produksi. Berikut adalah rumus umum untuk metode *cost plus pricing*:

$$\text{Harga jual} = \text{Biaya Produksi} + \text{Persentase Mark-Up}$$

Rumus perhitungan rumus persentase *mark-up*:

$$\text{Persentase Mark-up} = \frac{(\text{Biaya Non Produksi} + \text{Laba yang diharapkan}) \times 100\%}{\text{Biaya Produksi}}$$

Penulis melakukan perhitungan harga jual produk tempe dengan rumus diatas untuk memperoleh perbandingan dari sudut penulis.

4. Perbandingan Hasil
Setelah penulis mendapatkan hasil dari perhitunggan menggunakan metode yang dipilih, lalu penulis akan membandingkan hasil dari perhitungan yang didapat dengan perhitungan Pabrik. Mulai dari perhitungan harga pokok produksi sampai dengan harga jual.
5. Kesimpulan dan Saran
Langkah terakhir dalam penelitian ini ialah mengambil kesimpulan dan membuat saran berdasarkan hasil yang diperoleh, penulis akan memberikan informasi mengenai hasil dari perhitungan menggunakan metode *cost plus pricing* dan memberikan saran terhait hasil yang didapat. Jika hasil yang diperoleh harga pokok produksi dan harga jual penulis lebih besar dari perhitungan Pabrik, maka penulis akan memberi saran untuk menaikkan harga jual tempe. Namun keputusan tersebut penulis seharkan kepada pengelola pabrik, karena pasti ada berbagai pertimbangan lainnya yang tidak diketahui penulis. Penulis berharap penelitian ini akan menjadi informasi sekaligus pembelajaran bermanfaat untuk berbagai pihak yaitu penulis, Pabrik Tempe Semar dan yang membaca penelitian ini.

BAB IV

HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

4.1.1 Sejarah dan Perkembangan Pabrik Tempe Semar

Tempe merupakan salah satu produk makanan yang berasal dari Indonesia, dan telah menjadi bagian tak terpisahkan dari masakan sehari-hari masyarakat Indonesia. Tempe dianggap sebagai warisan budaya karena telah menjadi bagian integral dari kehidupan dan tradisi masyarakat Indonesia selama berabad-abad. Saat ini tempe dapat dijumpai diluar negeri, dan menjadi salah satu bahan pangan yang sehat karena mengandung berbagai nutrisi yang penting untuk kesehatan. Di Indonesia tempe sudah dianggap sebagai makanan pokok, oleh karena itu mempengaruhi angka konsumsi tempe setiap tahunnya.

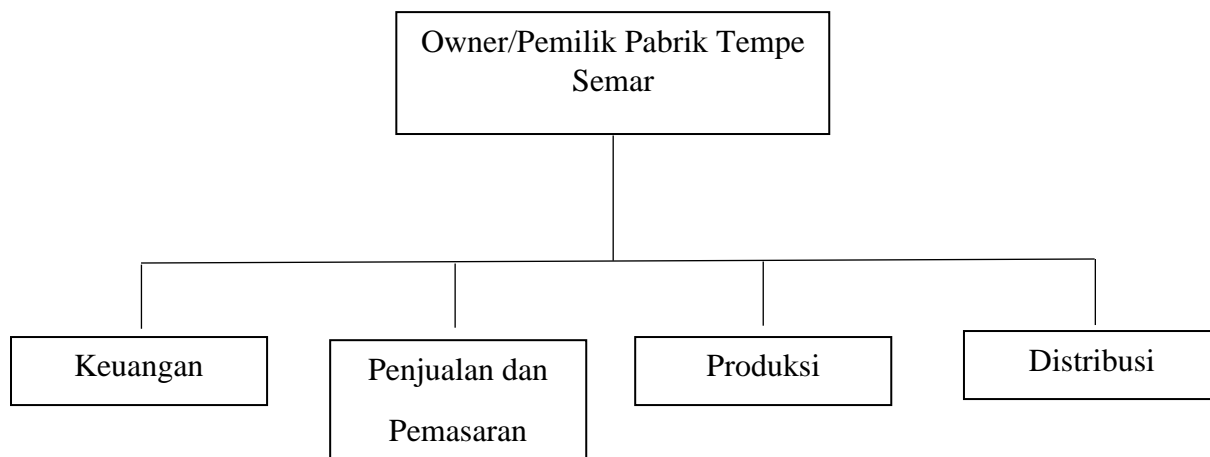
Pabrik Tempe Semar merupakan sebuah usaha manufaktur berskala kecil yang memproduksi kacang kedelai menjadi produk jadi berupa tempe. Bapak Sudirin sebagai pemilik usaha ini sudah mulai belajar membuat tempe dengan temannya di Jakarta pada tahun 1980-1993. Setelah dirasa cukup, bapak Sudirin memutuskan pindah ke Bogor dan mulai memproduksi tempe sendiri dalam jumlah yang kecil sekitar 10kg-15kg kacang. Saat ini jumlah produksi kacang kedelai dalam satu kali produksi mencapai 100kg. Adapun jam oprasional pabrik ialah senin-minggu mulai pukul 06.00-17.00 WIB.

Nama Semar memiliki makna dan harapan, dimana semar merupakan tokoh perwayangan khas Indonesia. Harapan yang dimiliki owner saat memberi nama Semar ialah agar produk tempe yang di produksi dapat dipasarkan hingga ke luar negeri, sehingga Tempe Semar sekaligus memperkenalkan makanan lokal serta tokoh hiburan di Indonesia yang memiliki ciri khas tersendiri. Pabrik ini merupakan usaha milik keluarga dan memiliki 4 orang karyawan dibidang pemasaran, bendahara, produksi dan persediaan. Tempe semar menjadi pemasok tempe dan tahu kepada 3 cabang Bebek Goreng H. Slamet yang berada di Bogor yaitu Yasmin, BMSI, dan Bangbarung.

4.1.2 Struktur Organisasi dan Uraian Tugas

Struktur organisasi ialah tata letak, hubungan, dan tanggung jawab yang menggambarkan posisi dan kewenangan dalam suatu organisasi. Dengan adanya struktur organisasi pada sebuah unit usaha maka pengendalian internal dapat dilakukan secara teratur sesuai tugasnya. Pabrik Tempe Semar merupakan UMKM berskala kecil yang memiliki struktur organisasi cukup sederhana. Dimana pemilik pabrik membawahi bagian keuangan, penjualan dan pemasaran, persediaan, produksi, dan distribusi. Adapun kerangka yang menggambarkan struktur organisasi pada Pabrik Tempe Semar berikut:

Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Pabrik Tempe Semar Bogor



Sumber: Pabrik Tempe Semar Bogor

Tugas dan kewajiban dalam struktur organisasi Pabrik Tempe Semar Bogor:

1. Owner/Pemilik Pabrik Tempe Semar
Pemilik adalah seseorang yang memiliki modal untuk membuka usahanya. Pemilik disini bertugas untuk mengkoordinasi dan mengawasi karyawan yang bekerja sesuai dengan tugasnya, selain itu pemilik juga berhak untuk mengambil keputusan yang baik.
2. Keuangan
Mengelola semua pengeluaran dan pemasukan yang ada di pabrik terutama piutang. Tugas bagian keuangan adalah mencatat semua pengeluaran dan pemasukan yang terjadi di pabrik.
3. Penjualan dan pemasaran
Bagian ini diserahkan pada orang yang sama memegang bagian keuangan. Tugas dari bagian ini adalah mempromosikan produk melalui google, whatssup, dan berdagang langsung ke pasar.
4. Produksi
Tugasnya mengolah bahan mentah berupa kacang hingga menjadi produk jadi yaitu tempe dengan beberapa tahapan atau proses yang harus dilalui.
5. Distribusi
Pendistribusian ini ialah pengiriman produk kepada konsumen. Tujuan distribusi adalah memastikan produk tersedia di tempat yang tepat, pada waktu yang tepat, dan dalam kondisi yang baik.

4.1.3 Proses Pembuatan Tempe

Tempe merupakan makanan khas Indonesia yang proses pembuatannya tergolong mudah, hanya saja butuh ketelitian dan kesabaran dalam setiap tahapannya. Adapun beberapa tahapan yang harus di lewati untuk membuat tempe ialah:

1. Pencucian Kedelai
Kedelai dicuci menggunakan air mengalir sampai benar benar bersih dari debu dan kotoran lainnya.
2. Perebusan Kedelai
Kedelai yang sudah dicuci kemudian direbus sampai setengah matang agar tidak terlalu kematangan saat diolah.
3. Penirisan
Kedelai yang sudah direbus kemudian ditiriskan dan dipindahkan ketabung stainless untuk diinapkan semalaman. Tujuannya untuk mengeluarkan zat asam yang ada pada kedelai.
4. Penggilingan
Kedelai yang telah didiamkan semalaman, kemudian digiling dengan mesin namun bukan untuk menghancurkan kedelai melainkan berfungsi untuk membagi kedelai menjadi dua bagian sehingga kulit kedelai dapat terpisah dari bijinya.
5. Penyaringan
Kedelai yang sudah terpisah dari kulitnya kemudian disaring untuk memisahkan biji dan kulit menggunakan ayakan bambu.
6. Pencucian
Kedelai kemudian dicuci kembali untuk memastikan kulit terpisah dari kedelai dan untuk menghilangkan zat asam yang sudah di keluarkan sebelumnya, lalu ditiriskan.
7. Peragian
Kedelai yang sudah bersih lalu diberi ragi dan dicampurkan dengan sedikit air supaya raginya dapat larut dan merata.
8. Pengepakan
Setelah dirasa sudah rata, kemudian kedelai dimasukan ke dalam plastik packing, sesuai dengan takaran disetiap ukuran yang disediakan.

4.2 Kondisi/Fakta Variabel yang Diteliti/Deskripsi Karakteristik Responden

4.2.1 Harga Pokok Produksi Menurut Pabrik

Pabrik Tempe Semar belum memiliki pencatatan yang jelas dalam melakukan perhitungan harga pokok produksi, menurut hasil wawancara dengan kak Hamid selaku bagian keuangan pabrik pada tanggal 16 Desember 2023 menyatakan “Perhitungan harga pokok produksi kita gak pake cara khusus, jadi sekelihatannya aja pengeluaran untuk bahan tempe berapa dan karyawannya berapa, itu yang lebih kita hitung karena sudah kelihatan jelas pengeluarannya”. Sehingga harga pokok yang ditentukan saat ini oleh pabrik belum akurat, karena belum mencakup seluruh biaya produksi dihitung dengan benar. Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam membuat atau memproduksi suatu barang jadi. Biaya ini terdiri dari berbagai macam

jenis biaya seperti biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik. Adapun harga pokok produksi menurut perhitungan pabrik:

1. Biaya Bahan Baku

Bahan baku ialah bahan utama yang digunakan dalam suatu produk. Bahan baku juga dapat terlihat langsung ketika sudah menjadi barang jadi, seperti ciki chittato menggunakan bahan baku kentang sebahai bahan utamanya. Sedangkan tempe menggunakan kedelai sebagai bahan baku utamanya. Berdasarkan wawancara dengan Kak Hamid selaku bagian keuangan pabrik, bahwa “bahan baku yang digunakan dalam pembuatan tempe ini hanya kacang kedelai dan ragi saja, biasanya dalam satu kali produksi membutuhkan kedelai sebanyak 110kg dan ragi yang digunakan sebanyak 200g”. Harga yang dikenakan dalam membeli kedelai sebesar Rp12.000/kg, sedangkan pembelian ragi sebanyak 1kg seharga Rp30.000. Sehingga data bahan baku yang digunakan oleh pabrik dalam satu kali produksi sebagai berikut:

Tabel 4. 1 Biaya Bahan Baku Menurut Pabrik

No.	Jenis	Kuantitas	Harga Perolehan (Rp)	Jumlah Biaya (Rp)
1.	Kedelai	110kg	12.000/kg	1.320.000
2.	Ragi	200g	30/gr	6.000
	Total			1.326.000

Sumber: Data diolah dari Pabrik Tempe Semar Bogor

Berdasarkan tabel diatas biaya bahan baku pabrik tempe semar terdiri dari kedelai dan ragi dengan total Rp1.326.000 untuk satu kali produksi.

2. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Tenaga kerja langsung disini adalah karyawan yang terlibat langsung membantu proses pembuatan tempe dari bahan mentah hingga produk jadi. Ada 4 karyawan yang bekerja di pabrik, dari ke-empat karyawan tersebut saling membantu bagian produksi dalam membuat tempe, walaupun mereka memiliki bagian khususnya masing-masing. Dalam wawancara, Kak Hamid mengungkapkan untuk bagian produksi sendiri terdapat 1 karyawan yang di khususkan untuk memegang produksi, dalam perhitungan harga pokok pabrik mereka memasukkan semua karyawan dalam biaya tenaga kerja langsung.

Tabel 4. 2 Biaya Tenaga Kerja Langsung Menurut Pabrik

No.	Bagian	Jumlah TKL	Upah/hari (Rp)	Jumlah Biaya (Rp)
1.	Keuangan	1	150.000	150.000
2.	Penjualan & Pemasaran	1	160.000	160.000
3.	Produksi	1	150.000	150.000
4.	Distribusi	1	105.000	105.000
	Total			565.000

Sumber: Data diolah dari Pabrik Tempe Semar Bogor

Dapat dilihat bahwa pabrik tempe semar menghitung tenaga kerja tanpa memisahkan baik yang bersifat langsung maupun tidak langsung. Sehingga total yang didapatkan untuk biaya tenaga kerja sebesar Rp565.000.

3. Biaya Overhead Pabrik

Selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja, terdapat biaya overhead pabrik. Pengeluaran overhead pabrik ini merupakan pengeluaran lainnya yang tidak tercakup pada biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Pada peraktiknya, pihak pabrik tidak memasukkan pengeluaran lainnya ke dalam biaya overhead pabrik, sehingga biaya yang dibebankan ialah Rp.0

Biaya terlampir adalah biaya-biaya yang digunakan selama proses produksi berlangsung berdasarkan biaya bahan baku, tenaga kerja, dan overhead menurut perhitungan pabrik. Untuk satu kali produksi, dapat menghasilkan 484 pack yang terbagi ke dalam tujuh ukuran sebagai berikut:

Tabel 4. 3 Total Tempe Yang Dihasilkan Per-Produksi

Ukuran	Berat	Jumlah (pcs)
Jumbo	1100gr	32
Sedang	900gr	72
Kecil	600 gr	20
Super	600 gr	20
Lonjor	700 gr	70
Mendoan	150 gr	120
Sumpil	50 gr	150
Total		484

Sumber: Data diolah dari Pabrik Tempe Semar Bogor

Dengan informasi diatas maka diketahui perhitungan harga pokok produksi menurut pabrik tempe semar sebagai berikut:

Tabel 4. 4 Harga Pokok Produksi Menurut Pabrik Tempe Semar

No.	Elemen biaya	Jumlah Biaya (Rp)
1	Biaya Bahan Baku	1.326.000
2	Biaya Tenaga Kerja Langsung	565.000
3	Biaya Overhead Pabrik	-
	Total HPP Pabrik	1.891.000
	Total HPP Pabrik	1.891.000
	Unit yang dihasilkan	484
	Harga pokok produksi/unit	3.907

Sumber: Data diolah dari Pabrik Tempe Semar Bogor

Dengan perhitungan di atas didapatkan hasil harga pokok produksi perunit menurut pabrik sebesar Rp3.907 (1.891.000/484)

Pabrik Tempe Semar menghitung harga pokok produksinya dengan membagi total keseluruhan dengan jumlah unit yang dihasilkan sama rata. Mereka tidak

memisahkan atau mengalokasikannya berdasarkan per-ukuran tempe, sehingga untuk setiap ukuran produknya memiliki harga pokok yang sama sebesar Rp3.907.-

Penulis mencoba mengalokasikan harga pokok produksi pabrik sesuai dengan ukurannya supaya lebih mudah dalam mengetahui selisih perhitungan, sebagai berikut:

Tabel 4. 5 Alokasi Harga Pokok Produksi Setiap Ukuran Tempe Menurut Pabrik Tempe Semarang

	Kuantitas (a)	Bobot (gr) (b)	Total (c)	Alokasi (d)	HPP/Unit (e)
Jumbo	32	1100	35.200	335.331	10.479
Sedang	72	900	64.800	617.314	8.573
Kecil	20	600	12.000	114.317	5.715
Super	20	600	12.000	114.317	5.715
Lonjor	70	700	49.000	466.796	6.669
Mendoan	120	150	18.000	171.476	1.428
Sumpil	150	50	7.500	71.448	476
Total (Σ)	484		198.500		
NB:			axb	c/Σcx1.891.000	d/a

Sumber: Data Diolah Menggunakan Metode Biaya per Unit Rata-Rata Tertimbang

4.2.2 Penetapan Harga Jual Menurut Pabrik Tempe Semarang

Penetapan harga jual merupakan keputusan yang sangat penting untuk diperhatikan oleh pabrik, karena dapat menentukan keuntungan yang akan didapat. Perolehan laba yang maksimal merupakan target setiap orang membuka usahanya. Pabrik Tempe Semarang merupakan usaha manufaktur dalam skala kecil, dimana harga jual yang mereka tentukan tidak menggunakan metode khusus, melainkan menggunakan taksiran atau perkiraan harga pasar.

Sebagaimana yang tertera di awal, berdasarkan hasil wawancara bersama Kak Hamid, "Kita menentukan harga jual tempe disesuaikan dengan daya beli konsumen". Artinya, harga yang ditetapkan tidak boleh memberatkan konsumen dan tidak boleh pula kurang dari modal awal produsen. Oleh karena itu, harga yang ditetapkan kurang lebih sama dengan rata-rata harga tempe yang dijual dilokasi tersebut. Maka, data yang didapat mengenai harga jual tempe menurut pabrik sebagai berikut:

Tabel 4. 6 Daftar Harga Jual Tempe Semarang

Ukuran Tempe	Harga Jual
Jumbo	Rp 16.000
Sedang	Rp 13.000
Kecil	Rp 7.000
Super	Rp 7.000
Lonjor (panjang)	Rp 10.000
Mendoan	Rp 5.000
Sumpil	Rp 800

Sumber: Data diolah dari Pabrik Tempe Semarang Bogor

Pihak pabrik mengaku bahwa mereka belum pernah merubah harga jual mereka sejak pertama kali produksi. Hal itu dikarenakan ada rasa khawatir jika mereka melakukan perubahan harga, ditakutkan konsumen akan beralih ke produsen lain demi mendapatkan harga terbaik menurut konsumen.

4.3 Analisis Dari Variabel Yang Diteliti Dilokasi Penelitian

4.3.1 Perhitungan Harga Pokok Produksi Menggunakan *Full Costing*

Pada perhitungan *full costing* memasukkan seluruh pengeluaran yang dilakukan oleh pabrik dengan memperhatikan pengidentifikasian biaya menurut jenisnya dengan baik. Dengan begitu kita akan mengetahui pengelompokan biaya dan mempermudah dalam perhitungan harga pokok produksinya.

1. Biaya Bahan Baku

Bahan baku merupakan bahan utama yang digunakan dalam memproduksi suatu produk. Berbeda sedikit dengan data pabrik, bahan baku yang penulis masukan disini hanya kedelai, dan penulis mengelompokkan ragi menjadi bahan penolong. Maka diketahui untuk biaya bahan baku sebagai berikut:

Tabel 4. 7 Biaya Bahan Baku Langsung Menurut *Full Costing*

No.	Jenis	Kuantitas	Harga Perolehan (Rp)	Jumlah Biaya (Rp)
1	Kedelai	110kg	12.000/kg	1.320.000

Sumber: Data diolah 2024

Sehingga total yang didapat untuk biaya bahan baku dalam satu kali produksi sebanyak 110kg kacang kedelai ialah sebesar Rp 1.320.000.

2. Biaya Tenaga kerja Langsung

Tenaga kerja yang menangani proses produksi berjumlah 1 orang. Biaya yang dikeluarkan dalam satu bulan adalah Rp 2.100.000. Jika ingin diketahui biaya per hari maka = $2.100.000/30 = 70.000$ dan ditambah upah hariannya 80.000 maka total upah perhari karyawan produksi sebesar Rp150.000 ($70.000+80.000$).

Tabel 4. 8 Biaya Tenaga Kerja Langsung Menurut *Full Costing*

No.	Bagian	Jumlah TKL	Upah/Bulan (Rp)	Upah/hari (Rp)
1	Produksi	1	4.500.000	150.000

Sumber: Data diolah 2024

Penulis hanya memasukkan upah karyawan bagian produksi karena hal itu merupakan tenaga kerja yang berhubungan langsung dengan proses produksi. Sedangkan untuk karyawan bagian lainnya akan dimasukkan dalam tenaga kerja tidak langsung pada biaya overhead pabrik.

3. Biaya *Overhead* Pabrik

Berikut ini adalah data biaya overhead Pabrik Tempe Semar Bogor, mulai dari biaya bahan penolong, listrik, gas, tenaga kerja tidak langsung, biaya pengemasan, biaya transportasi, biaya perawatan mesin, biaya sewa, dan biaya depresiasi.

a. Biaya *Overhead* Tetap

1) Biaya Sewa Lapak

Selain menjadi distributor kepada restoran di daerah Bogor, Pabrik Tempe Semar juga memiliki lapak sendiri di Pasar Anyar Bogor. Sewa yang dibayar untuk memperoleh lapak atau tempat didalam pasar sebesar Rp 160.000/bulan. Jika dibebankan dalam perhari sebesar $Rp\ 160.000/30 = Rp\ 5.333$.

2) Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung

Tenaga kerja tidak langsung merupakan karyawan yang tidak terlibat langsung dengan proses produksi suatu barang atau jasa. Namun tetap memiliki peran dalam proses pendukung seperti: administrator, staf kantin, manajer dan lainnya.

Tabel 4. 9 Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung Menurut *Full Costing*

No.	Bagian	Jumlah TKTL	Upah/Bulan (Rp)	Upah/hari (Rp)
1	Keuangan	1	4.500.000	150.000
2	Penjualan & Pemasaran	1	4.800.000	160.000
3	Distribusi	1	3.150.000	105.000
Total			12.450.000	415.000

Sumber: Data diolah 2024

3) Biaya Pemeliharaan dan Perawatan Aset Pabrik

Dalam rangka menjaga dan memperpanjang masa manfaat dari setiap aset yang dimiliki pabrik, perlu adanya pemeliharaan dan perawatan yang dilakukan oleh pabrik setiap bulannya atau dalam jangka waktu tertentu. Berdasarkan hasil wawancara dengan Kak Hamid, dilakukan beberapa perawatan pada aset di bawah ini:

Tabel 4. 10 Biaya Pemeliharaan dan Perawatan Aset Pabrik

Nama Aset	Total Biaya (Tahun)	Total Biaya (Bulan)	Total Biaya (Hari)
Dandang Perebusan	1.000.000	83.333	2.778
Mesin Giling	200.000	16.667	555
Kompor	200.000	16.667	555
Mobil	1.000.000	83.333	2.778
Total		200.000	6.667

Sumber: Data diolah 2024

4) Biaya Depresiasi/Penyusutan Kendaraan dan Peralatan

Selama menjalankan usahanya, pabrik ini tidak memasukkan penyusutan apapun dalam perhitungan harga pokok produksinya. Tujuan dari perhitungan penyusutan ini guna menyesuaikan biaya aset produktif. Aset tetap yang dimiliki Pabrik Tempe Semar berdasarkan wawancara dengan kak Hamid adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 11 Daftar Aset dan Peralatan Menurut *Full Costing*

No.	Aset	Jumlah	Harga Perolehan (Rp)	Total	Nilai Sisa (Rp)	Masa Manfaat (Tahun)
Data Peralatan Pabrik Tempe Semar						
1.	Mesin giling	1	4.000.000	4.000.000	400.000	5
2.	Drum stainlise	3	250.000	750.000	40.000	5
3.	Bak besar	1	3.000.000	3.000.000	250.000	5
4.	Dandang perebusan	1	5.000.000	5.000.000	450.000	5
5.	Ayakan bambu	2	30.000	60.000	-	1
6.	Kompor	1	1.000.000	1.000.000	150.000	10
7.	Geplakan	1	-	-	-	-
8.	Cocoan	2	-	-	-	-
Daftar Kendaraan Pabrik						
9.	Mobil	1	80.000.000	80.000.000	35.000.000	6

Sumber: Data diolah 2024

Metode yang digunakan dalam menghitung penyusutan adalah metode garis lurus dengan rumus:

Biaya penyusutan: $\frac{\text{Harga perolehan} - \text{Nilai sisa}}{\text{Masa Manfaat}}$

Berdasarkan rumus perhitungan di atas, maka dapat diketahui bahwa biaya depresiasi untuk masing-masing alat produksi setiap tahunnya. Perhitungan biaya depresiasi alat-alat produksi dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 4. 12 Biaya Depresiasi Aset dan Peralatan Menurut *Full Costing*

No.	Keterangan	Biaya Penyusutan (Tahun)	Biaya Penyusutan (Bulan)	Biaya Penyusutan (Per-Hari)
1.	Mesin giling	720.000	60.000	2.000
2.	Drum stainlise	142.000	11.833	394
3.	Bak besar	550.000	45.833	1.528
4.	Dandang perebusan	910.000	75.833	2.528
5.	Ayakan bambu	60.000	5.000	167
6.	Kompor	85.000	7.083	236

7.	Geplakan	-	-	-
8.	Cocoan	-	-	-
9.	Mobil	7.500.000	625.000	20.333
Total			830.528	27.686

Sumber: Data diolah 2024

Maka didapatkan hasil untuk biaya *overhead* pabrik tetap sebesar:

Tabel 4. 13 Biaya *Overhead* Pabrik Tetap Menurut *Full Costing*

No	Jenis Biaya	Biaya Per-Bulan	Biaya Per-Hari
1.	Biaya Sewa Lapak	160.000	5.333
2.	Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung	12.450.000	415.000
3.	Biaya Pemeliharaan dan Perawatan Aset Pabrik	200.000	6.667
4.	Biaya Depresiasi/Penyusutan Kendaraan dan Peralatan	830.582	27.686
Total		13.640. 582	454.686

Sumber: Data diolah 2024

b. Biaya *Overhead* Variabel

1) Biaya Listrik dan Gas

Dalam proses pembuatan tempe, tentunya memerlukan listrik untuk proses penggilingan dan penggerakan mesin lainnya. Listrik yang digunakan dalam sebulan sebesar Rp 170.000. Dalam artian per-periode produksi pabrik ini membutuhkan listrik sebesar $Rp170.000/30 = Rp 5.667$. Maka biaya overhead pabrik pada biaya listrik sebesar Rp5.667 untuk per produksi.

Sedangkan gas elpiji dalam sebulan membutuhkan 2 tabung, 1 tabung seharga Rp20.000 sehingga biaya yang dibebankan untuk gas adalah Rp40.000/bulan dan Rp1.333/produksi. Maka untuk biaya listrik dan gas didapat sebesar $Rp5.667 + Rp1.333 = Rp7.000$

2) Biaya Bahan Penolong

Bahan penolong yang digunakan dalam memproduksi tempe berupa ragi. Harga 1.000gr ragi adalah Rp30.000, maka $Rp30.000/1000 = Rp30$, artinya untuk 1gr ragi memiliki harga Rp 30. Sehingga untuk satu kali produksi yang memerlukan 200gr ragi membebankan biaya sebesar Rp6.000 ($200 \times Rp30$).

3) Biaya Bahan Bakar

Pabrik memiliki satu kendaraan mobil yang digunakan selama operasional berlangsung seperti mengantar produk ke konsumen atau ke lapak pasar dan membeli bahan baku lainnya. Dalam sehari, pabrik memberikan upah bensin sebesar Rp 50.000.

4) Biaya Kemasan

Pabrik Tempe Semar menggunakan plastik bening sebagai kemasan untuk produknya. Dalam 1 pack berisi 100 lembar plastik.

Tabel 4. 14 Biaya Kemasan Menurut *Full Costing*

Keterangan	Kuantitas	Harga (Rp)	Jangka Waktu	Per-Hari
Plastik bening	10 pack	145.000	5 Hari	29.000

Sumber: Data diolah 2024

Maka untuk biaya overhead pabrik variabel didapatkan sebagai berikut:

Tabel 4. 15 Biaya Overhead Pabrik Variabel Menurut *Full Costing*

No	Jenis Biaya	Biaya Per-Bulan	Biaya Per-Hari
1.	Biaya Listrik dan Gas	210.000	7.000
2.	Biaya Bahan Penolong	180.000	6.000
3.	Biaya Bahan Bakar	1.500.000	50.000
4.	Biaya Kemasan	870.000	29.000
	Total	2.760.000	92.000

Sumber: Data diolah 2024

Tabel diatas menunjukkan total dari biaya overhead pabrik variabel sebesar Rp2.760.000,- dengan begitu seselai sudah tahapan identifikasi biaya untuk mencari harga pokok produksi menggunakan metode *full costing*. Namun, selain biaya-biaya yang digunakan produksi, masih terdapat biaya lain yang digolongkan dalam biaya non produksi seperti biaya pemasaran dan biaya administrasi & umum. Adapun biaya non produksi pada Pabrik Tempe Semar sebagai berikut:

Tabel 4. 16 Biaya Administrasi & Umum

No	Jenis Biaya	Biaya Per-Bulan	Biaya Per-Hari
1.	Gaji Adiministrasi & Umum	900.000	30.000

Sumber: Data diolah 2024

Berdasarkan metode *full costing* yang dipilih, maka mengharuskan untuk memasukkan biaya-biaya yang sudah diidentifikasi sebelumnya untuk digunakan dalam perhitungan harga pokok produksi. Adapun biaya untuk menghitung harga pokok produksi menggunakan metode *full costing* adalah adalah biaya produksi yang mencakup biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik tetap maupun variable. Berikut akan ditunjukkan pada tabel perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode *full costing*:

Tabel 4. 17 Harga Pokok Produksi Menurut *Full Costing*

No.	Elemen biaya	Biaya/Bulan (Rp)	Biaya/Hari (Rp)
1	Biaya Bahan Baku	39.600.000	1.320.000
2	Biaya Tenaga Kerja Langsung	4.500.000	150.000

3	Biaya Overhead Pabrik Tetap	13.640.582	454.686
4	Biaya Overhead Pabrik Variabel	<u>2.760.000</u>	<u>92.000</u>
	Total HPP Pabrik Menurut <i>Full Costing</i>	60.500.582	2.016.686
	Total HPP Pabrik Menurut <i>Full Costing</i>		2.016.686
	Unit yang dihasilkan		484
	Harga pokok produksi/unit		4.167

Sumber: Data diolah 2024

Dengan perhitungan di atas didapatkan hasil harga pokok produksi perunit menurut pabrik sebesar Rp4.167 (2.016.686/484)

Dikarenakan pada tahap ini penulis harus mengalokasikan harga pokok produksi menurut *full costing* tanpa mengetahui harga jualnya, maka penulis mencoba mengalokasikan harga pokok produksi ke masing-masing varian tempe dengan metode rata-rata tertimbang. Penulis menggunakan metode ini karena terdapat data besaran jumlah yang dihasilkan oleh pabrik setiap harinya dan bobot atau berat untuk setiap variannya, sehingga akan lebih mudah untuk mengalokasikan dengan metode ini.

Tabel 4. 18 Alokasi Harga Pokok Produksi Menurut *Full Costing* Setiap Ukuran Tempe

	Kuantitas (a)	Bobot (gr) (b)	Total (c)	Alokasi (d)	HPP/Unit (e)
Jumbo	32	1100	35.200	357.619	11.176
Sedang	72	900	64.800	658.344	9.144
Kecil	20	600	12.000	121.916	6.096
Super	20	600	12.000	121.916	6.096
Lonjor	70	700	49.000	497.822	7.112
Mendoan	120	150	18.000	182.873	1.524
Sumpil	150	50	7.500	76.197	508
Total (Σ)	484		198.500		
NB:			axb	c/Σcx	d/a

Sumber: Data Diolah Menggunakan Metode Biaya per Unit Rata-Rata Tertimbang

4.3.2 Harga Jual Menurut Metode *Cost Plus Pricing*

Dalam menentukan harga jual produk menggunakan metode *cost plus pricing* berdasarkan pendekatan *full costing* yaitu dengan menambahkan *mark-up* kepada biaya produksi yang sudah diketahui. Dengan metode ini, dapat terlihat besaran keuntungan yang didapatkan. Maka tahap awal yang dilakukan untuk menentukan harga jual menggunakan metode *cost plus pricing* ialah menentukan besaran *mark-up* dengan rumus:

$$\text{Persentase Mark-up} = \frac{\text{Biaya Non Produksi} + \text{Laba yang diharapkan}}{\text{Biaya Produksi}} \times 100\%$$

Biaya Produksi

Maka:

$$\text{Persentase Mark-up} = \frac{(900.000 + 50\% (60.500.582))}{60.500.582} \times 100\%$$

$$\text{Persentase Mark-up} = \frac{(900.000 + 30.250.291)}{60.500.582} \times 100\%$$

$$\text{Persentase Mark-up} = \frac{31.150.291}{60.500.582} \times 100\%$$

$$\text{Persentase Mark-up} = 0,51 \text{ atau } 51\%$$

Laba yang diharapkan didapat dari penuturan pihak Pabrik Tempe Semar, dimana keuntungan yang ingin didapat dalam sebulan tidak ingin terlalu tinggi juga tidak terlalu rendah, maka dari itu diambil diantara keduanya yaitu 50%.

Selanjutnya, setelah mendapat besaran presentase *mark-up* kemudian dilanjut pada tahapan penetapan harga jual menggunakan metode *cost plus pricing*, yaitu:

$$\text{Harga jual} = \text{Biaya Produksi} + \text{Persentase Mark-Up}$$

Perhitungan harga jual sebagai berikut:

- a. Jumbo: $11.176 + 51\%$
 $: 11.176 + 5.754 = \text{Rp}16.930 \rightarrow 17.000$
- b. Sedang: $9.144 + 51\%$
 $: 9.144 + 4.708 = \text{Rp}13.852 \rightarrow 14.000$
- c. Kecil: $6.096 + 51\%$
 $: 6.096 + 3.139 = \text{Rp}9.234 \rightarrow 9.500$
- d. Super: $6.096 + 51\%$
 $: 6.096 + 3.139 = \text{Rp}9.234 \rightarrow 9.500$
- e. Lonjor: $7.112 + 51\%$
 $: 7.112 + 3.662 = \text{Rp}10.773 \rightarrow 11.000$
- f. Mendoan: $1.524 + 51\%$
 $: 1.524 + 785 = \text{Rp}2.309 \rightarrow 2.500$
- g. Sumpil: $508 + 51\%$
 $: 508 + 262 = \text{Rp}770 \rightarrow 1.000$

Dari hasil perhitungan diatas dengan metode *cost plus pricing* berdasarkan pendekatan *full costing*, maka harga jual dari setiap produk yang dijual memperoleh persentase *mark up* sebesar 51% dari harga pokok produksinya, total yang didapat kemudian dibulatkan agar mempermudah penjual dan pembeli dalam bertransaksi. Pada dasarnya pihak pabrik enggan memberikan patokan laba yang tinggi, karena melihat dari daya beli konsumen dan target pasarnya.

4.4 Pembahasan dan Interpretasi Hasil Penelitian

4.4.1 Perbandingan Harga Pokok Produksi Antara Metode Pabrik Dengan Metode *Full Costing*

Setelah menjabarkan seluruh perhitungan menurut pabrik dan penulis, diketahui hasil dari kedua pihak, diketahui bahwa selama ini pabrik menggunakan metode yang sederhana, yaitu menjumlah seluruh unsur-unsur biaya yang terlihat, namun tidak membebaskan seluruh biaya *overhead*.

Perbedaan perhitungan harga pokok produksi menurut perhitungan Pabrik Tempe Semar dengan Metode *ful costing* dapat dilihat pada tabel 4.19 dibawah ini

Tabel 4. 19 Perbandingan Harga Pokok Produksi Menurut Pabrik Tempe Semar Dengan *Full Costing*

Harga Pokok Produksi Menurut Pabrik Tempe Semar		Harga Pokok Produksi Menurut <i>Full Costing</i>	
Jenis Biaya	Total Biaya (RP)	Jenis Biaya	Total Biaya (RP)
Biaya Bahan Baku	1.326.000	Biaya Bahan Baku	1.320.000
Biaya Tenaga Kerja Langsung	565.000	Biaya Tenaga Kerja Langsung	150.000
Biaya Overhead Pabrik	-	Biaya <i>Overhead</i> Pabrik Tetap	454.686
		Biaya <i>Overhead</i> Pabrik Variabel	92.000
Total HPP Pabrik	1.891.000	Total HPP Pabrik Menurut <i>Full Costing</i>	2.016.686
Unit yang dihasilkan	484	Unit yang dihasilkan	484
Harga pokok produksi/unit	3.907	Harga pokok produksi/unit	4.167

Sumber: Data diolah 2024

Perbedaan perhitungan Pabrik Tempe Semar dengan *full costing* jika dilihat dari tabel diatas ialah harga pokok produksi pabrik lebih rendah yaitu sebesar Rp1.891.000,- dibandingkan dengan harga pokok produksi *full costing* sebesar Rp.2.016.686, terdapat selisih sebesar Rp125.686. Selisih tersebut terjadi karena pada perhitungan pabrik tidak memasukkan biaya depresiasi aset dan perawatan mesin. Sedangkan pada perhitungan *full costing* memasukkan semua rincian pengeluaran yang terjadi, baik untuk biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, maupun biaya *overhead* pabrik. Adapun rincian alokasi pembebanan harga pokok produksi untuk setiap varian ukuran tempe sebagai berikut:

Tabel 4. 20 Alokasi Pembebanan Harga Pokok Produksi Untuk Tiap Ukuran Tempe

	Alokasi HPP Pabrik Tempe Semar	Alokasi HPP Full Costing	Selisih
Jumbo	10.479	11.176	696
Sedang	8.573	9.144	570
Kecil	5.715	6.096	380
Super	5.715	6.096	380
Lonjor	6.669	7.112	443
Mendoan	1.428	1.524	95
Sumpil	476	508	32

Sumber: Data diolah 2024

Dapat dilihat dari perbandingan harga pokok produksi yang sudah dibebankan untuk setiap ukuran, memang terdapat selisih disetiap varian namun tidak begitu jauh dan tetap perhitungan harga pokok produksi dengan *full costing* lebih tinggi dari perhitungan pabrik. Perhitungan harga pokok produksi dengan pendekatan *full costing* lebih akurat dalam menganalisis biaya produksi, hal ini disebabkan karena hasil yang tertera sudah mencakup semua pembebanan modal pengeluaran yang dilakukan oleh pabrik.

4.4.2 Perbandingan Harga Jual Menurut Pabrik Tempe Semar Dengan Metode *Cost Plus Pricing*

Dalam penetapan harga jual menggunakan metode *cost plus pricing* melalui metode *full costing*, semua unsur biaya yang telah identifikasi sebelumnya diperhitungkan guna mendapat harga jual yang tepat. Adapun, setelah analisis dilakukan diatas didapatkan hasil perhitungan harga jual dari kedua pihak yaitu pabrik dan penulis, berikut adalah perbandingan harga jual yang ditetapkan oleh Pabrik Tempe Semar dan metode *cost plus pricing*:

Tabel 4. 21 Perbandingan Harga Jual Metode Pabrik Tempe Semar dan Metode *Cost Plus Pricing*

	Harga Jual Pabrik Tempe Semar	Harga jual Metode <i>Cost Plus Pricing</i>	Selisih
Jumbo	16.000	17.000	1.000
Sedang	13.000	14.000	1.000
Kecil	7.000	9.500	2.500
Super	7.000	9.500	2.500
Lonjor	10.000	11.000	1.000
Mendoan	5.000	2.500	(2.500)
Sumpil	800	1.000	200

Sumber: Data diolah 2024

Berdasarkan tabel diatas hasilnya terdapat selisih harga jual yang lebih tinggi dari harga jual pabrik kecuali untuk varian mendoan. Ini menandakan bahwa harga

jual saat ini lebih rendah dibandingkan dengan harga jual metode *cost plus pricing* dikarenakan harga pokok produksi lebih besar dari pada harga pokok produksi yang diperkirakan oleh pihak pabrik. Harga pokok produksi memiliki pengaruh terhadap harga jual. Jika harga pokok rendah, maka harga jual akan rendah begitupun sebaliknya, jika harga pokok tinggi, maka harga jual akan lebih tinggi.

Metode penentuan harga jual yang digunakan merupakan metode paling sederhana yaitu dengan menambahkan besaran mark up dengan biaya produksi. Harga jual dengan metode *cost plus pricing* juga memberikan kejelasan mengenai besaran laba atau keuntungan yang diambil sebesar 51% dari biaya produksi, sedangkan dengan perhitungan pabrik tidak diketahui besaran laba yang didapat saat ini.

Tanggapan dari pihak pabrik mengenai harga jual dari penelitian ini ingin lebih mengetahui mengapa untuk ukuran mendoan berdeda dari ukuran lain, dimana hanya ukuran mendoan saja yg nilai jual saat ini lebih tinggi dari harga jual dengan metode *cost plus pricing*. Kemudian peneliti menjelaskan ada beberapa kemungkinan yang pertama, karena metode *cost plus pricing* berkaitan dengan harga pokok produksi dan besaran mark up maka itu mempengaruhi tinggi rendahnya harga jual yang dihasilkan dan yang kedua, kemungkinan harga jual dari pabrik untuk ukuran mendoan memang sudah tinggi karena mengikuti alur dari harga pasar yang terjadi.

4.4.3 Perbandingan Hasil Penelitian Dengan Peneliti Sebelumnya

Dengan adanya perbandingan ini bertujuan untuk mengevaluasi dan menilai hasil keseluruhan pada penelitian ini. Penelitian ini merupakan penelitian lanjutan dari penelitian sebelumnya dengan metode yang sama, yaitu perhitungan harga pokok produksi dengan metode *full costing* dan penetapan harga jual dengan metode *cost plus pricing*.

Hasil dari penelitian yang dilakukan penulis bahwa harga pokok produksi yang dihitung menggunakan metode *full costing* lebih tinggi dari pada perhitungan harga pokok yang dilakukan oleh pabrik, yaitu dengan perolehan rata-rata harga pokok produksi pabrik sebesar Rp3.907,- dan rata-rata harga pokok produksi *full costing* sebesar Rp4.167,- dengan rincian pengalokasian seperti yang tertera pada tabel 4.20. Tingginya harga pokok produksi yang dihitung dengan pendekatan *full costing* tentu mengakibatkan harga jual yang dihitung penulis sebagian besar menjadi lebih tinggi dari harga jual yang ditetapkan pabrik seperti yang disajikan pada tabel 4.21 diatas.

Temuan penelitian ini ternyata sejalan dengan hasil dari penelitian terdahulu yaitu:

1. Dinda Danela (2021) dengan judul “Penerapan Harga Pokok Produksi Metode *Full Costing* Dengan Penetapan Harga Jual Menggunakan *Cost Plus Pricing* Pada Pabrik Tahu Abc Malang” didapatkan hasil penelitian bahwa perhitungan harga pokok produksi berdasarkan metode *full costing* menghasilkan biaya produksi yang lebih tinggi daripada biaya produksi menurut perusahaan. Hal ini dikarenakan penulis sudah menghitung dengan rinci semua biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi tahu setiap harinya. Biaya-biaya yang tidak dihitung oleh perusahaan seperti biaya bahan bakar kayu, biaya transportasi, dan

biaya depresiasi. Hal ini juga berdampak pada harga jual yang ditetapkan oleh peneliti sebesar Rp2.192/pcs lebih besar dari yang ditetapkan oleh pabrik yaitu sebesar Rp2.000/pcs.

2. Ratih Purwasih (2022) dengan judul “Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Sebagai Dasar Harga Jual Dengan Metode *Cost Plus Pricing* (Pada Rumah Makan Cimpago Bogor)” memperoleh hasil bahwa harga pokok yang dihitung Rumah Makan Cimpago sebesar Rp9.000,- lebih kecil dibandingkan dengan perhitungan harga pokok dengan *full costing* sebesar Rp12.000. Harga jual yang berlaku saat ini sebesar Rp14.000 lebih rendah dari harga jual berdasarkan metode *cost plus pricing* sebesar Rp19.000.

Berdasarkan dari uraian diatas terdapat kesamaan antara hasil temuan penulis dengan hasil penelitian terdahulu yaitu harga pokok produksi yang dihitung menggunakan *full costing* akan lebih besar dari perhitungan perusahaan, tingginya harga pokok dengan *full costing* dikarenakan peneliti menghitung atau membebankan semua pengeluaran yang terjadi untuk periode tertentu termasuk penyusutan dan biaya pemeliharaan mesin. Hal ini berdampak pada penetapan harga jual menggunakan metode *cost plus pricing* yang jauh lebih tinggi dikarenakan harga pokok yang tinggi.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dengan mengacu pada perhitungan dan pengamatan yang dilakukan peneliti terhadap Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi dan Penetapan Harga Jual menggunakan Metode *Cost Plus Pricing* di Pabrik Tempe Semar Bogor, berdasarkan data primer yang diperoleh langsung dari lokasi pada rentang tahun 2023 hingga 2024, penulis dapat membuat kesimpulan sebagai berikut:

1. Perhitungan harga pokok produksi yang dilakukan oleh Pabrik Tempe Semar hanya memasukkan biaya bahan baku dan tenaga kerja. Hasil dari perhitungan harga pokok produksi pabrik didapatkan rata-rata sebesar Rp 3.907 dengan total produksi 484 pcs tanpa memasukkan secara rinci biaya pengeluaran yang digunakan untuk memproduksi produk tersebut, adapun biaya yang tidak dimasukkan dalam perhitungan harga pokok pabrik seperti biaya listrik, biaya depresiasi, biaya pemeliharaan mesin, biaya tenaga kerja tidak langsung, dan biaya kemasan.
2. Penetapan harga jual pabrik berdasarkan taksiran harga jual pasar sebagai berikut: Jumbo; 16.000, Sedang; 13.000, Kecil; 7.000, Super; 7.000, Lonjor; 10.000, Mendoan 5.000, Sumpil; 800. Karena pabrik tidak menggunakan metode apapun dalam menentukan harga jualnya, sehingga besaran keuntungan yang diperoleh tidak konsisten.
3. Dapat disimpulkan bahwa harga jual berdasarkan metode *cost plus pricing* dengan laba sebesar 51%, menghasilkan harga jual yang lebih tinggi dari harga jual yang ditetapkan pabrik saat ini. Harga jual yang dihasilkan dengan metode *cost plus pricing* sebagai berikut: Jumbo; 17.000, Sedang; 14.000, Kecil; 9.500, Super; 9.500, Lonjor; 11.000, Mendoan 2.500, Sumpil; 1.000. Hal ini tentu berkaitan dengan besarnya harga pokok produksi yang diperoleh sebelumnya, karena semakin tinggi harga pokok produksi maka semakin tinggi pula harga jualnya.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan yang dilakukan dengan membandingkan harga pokok produksi dan harga jual antara pabrik dengan penulis, maka penulis akan memberikan saran guna menunjang pengambilan keputusan dalam menetapkan harga jual, sebagai berikut:

1. Dalam proses pembukuan, sebaiknya pabrik melakukan pencatatan sesuai dengan kaidah akuntansi dengan mencatat semua pengeluaran dan mengklasifikasikan biaya-biaya tersebut sesuai dengan sifatnya agar lebih mudah dalam mengolah data. Selain itu diharapkan pihak pabrik menggunakan metode tertentu dalam menghitung harga pokok produksi, pada penelitian ini penulis menyarankan agar pabrik menggunakan metode *full*

costing dalam menghitung harga pokok produk. Penulis menyarankan metode tersebut karena *full costing* membebaskan semua biaya overhead pabrik baik tetap maupun variabel, termasuk biaya seperti penyusutan, sewa dan pemeliharaan mesin. Serta menggunakan metode *cost plus pricing* dalam menetapkan harga jual, metode ini memudahkan pabrik dalam mengetahui besaran laba yang didapatkan.

2. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dan pembelajaran bagi pihak pabrik dalam menghitung harga pokok produksi dan menetapkan harga jual produk, hasil yang didapatkan penulis tidak jauh berbeda dengan data yang diberikan oleh pihak pabrik, sehingga besar harapan penulis agar penelitian ini menjadi bahan pertimbangan dalam menetapkan harga jual kedepannya. Penulis memilih metode *full costing* dan metode *cost plus pricing* dalam penelitian ini dengan pandangan bahwa kedua metode tersebut memiliki cara atau rumus yang mudah dipahami oleh semua orang bahkan yang tidak memiliki latar belakang bidang akuntansi, maka dari itu penulis sebisa mungkin membuat perhitungan dan pembahasan yang mudah dipahami oleh pembaca.
3. Jika dirasa harga jual yang dihasilkan dari penelitian ini terlalu tinggi dan tidak dapat bersaing dipasar, pihak pabrik tentu boleh menggunakan harga pasar akan tetapi harus tetap mengetahui jumlah harga pokok yang tepat agar dapat mengetahui persentase keuntungan yang didapatkan. Keputusan tetap berada di pihak pabrik, penulis hanya membantu dan memberikan masukan yang sesuai dengan apa yang tertulis pada penelitian ini.
4. Bagi peneliti yang ingin mengambil penelitian sejenis diharapkan dapat menambah metode lain dalam menghitung harga pokok produksi, sehingga terdapat pilihan alternatif yang mana yang paling tepat untuk diterapkan oleh Pabrik Tempe Semar atau objek penelitian lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Majid, Noor A. Zunifa, Fathi N. Zhahir, & Ita, Rahmawati. (2023). Harga Pokok Produksi dalam Menentukan Harga Jual Melalui Metode *Cost Plus Pricing* dengan Pendekatan *Full Costing*. *Jurnal Online Insan Akuntan*, 8(1), 133-146.
- Aji Desilia Anggareni. (2019). Analisis Penentuan Harga Jual Cermin Alumunium Dengan Menggunakan Metode *Cost-Plus Pricing* Pada Toko Kaca Mulia Berkah Di Tenggarong. *JEMI Vol. 19/No.2/Desember/2019* 154.
- Annisa Anastasya. (2023). Data UMKM, Jumlah dan Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia. Diakses tgl 22 September 2023. <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/data-umkm-jumlah-dan-pertumbuhan-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-di-indonesia>.
- Bahri & Rahmawaty. (2019). Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi dalam Menentukan Harga Jual Produk (Studi Empiris pada UMKM Dendeng Sapi di Banda Aceh). *Jurnal JIMEKA*. Volume 4 No. 2.
- Deviesa, D. (2019). *Akuntansi Manajemen: Strategis & Praktis*. ANDI. Yogyakarta.
- Dinda Danela. (2021). Penerapan Harga Pokok Produksi Metode *Full Costing* Dengan Penetapan Harga Jual Menggunakan *Cost Plus Pricing* Pada Pabrik Tahu ABC Malang (*Doctoral Dissertation*, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Diyah S. Hariyani. (2018). *Akuntansi Manajemen; Teori dan Aplikasi*. Malang: Aditya Media Publishing.
- Dirga.bogorkab.go.id. (2023). Harga Tempe Komoditas 1kg. <https://dirga.bogorkab.go.id/#/home>.
- Dwi R. Nurpitasari. (2017). Pendekatan *Cost-Plus Pricing* Dalam Penentuan Harga Jual Roti.
- Fahrul Fahlevi. (2021). Implementasi Penetapan Harga Dengan Metode *Cost-Plus Pricing* Untuk Meningkatkan Laba (Studi Pada Kata Kita Coffee Kota Malang). UIN Malang
- Fandy Tjiptono. (2015). Strategi Pemasaran, edisi keempat. *Yogyakarta: CV Andi Offset*.
- Garrison, Noreen dan Brewer. (2013). *Akuntansi Manajerial*, Edisi 14. Salemba Empat, Jakarta.
- Hansen, Dor R dan Maryanne M Mowen, (2013). *Akuntansi Manajerial*. Jakarta: Salemba Empat.

- Hornigren, C. T., Datar, S. M. and Foster, G. (2016). *Cost Accounting: A Manajerial Emphasis*. Boston: Perason.
- Intan P. Putri, Sigit P. Winarko, & Puji Astuti. (2022, September). Analisis Perhitungan HPP *Full Costing* Dan Harga Jual *Cost Plus Pricing* Pada Ud Arpuma Nganjuk. In *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi* (Vol. 7, No. 1, pp. 98-104).
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing* (17th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Mulyadi. (2014). *Sistem Akuntansi*. Cetakan Keempat. Jakarta: Salemba Empat.
- Mulyadi. (2016). *Sistem Akuntansi*. Salemba Empat.
- Mulyadi. (2017). *Akuntansi Biaya. Edisi Kelima*. Yogyakarta: STIM YKPN.
- Nabila Choerotunnisa. (2023). Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Dalam Menentukan Harga Jual Melalui Metode *Cost Plus Pricing* Dengan Pendekatan *Full Costing* Pada UMKM Tahu Ceria Sari. Universitas Pakuan Bogor.
- Nadya Solihati. (2023). Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Pada UMKM Tahu Muara Kebon Kelapa Dengan Menggunakan Metode *Full Costing*.
- Ratih Purwarsih. (2022). Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Sebagai Dasar Harga Jual Dengan Metode *Cost Plus Pricing* Pada Rumah Makan Cimpago Bogor (*Doctoral Dissertation*, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pakuan).
- Santi Rahma Dwi. (2019). *Akuntansi Biaya*. UMSIDA Press. Sidoarjo.
- Sigit Wisnu S.B., Lailatul Fitriah. (2020). Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Sebagai Dasar Penetapan Harga Jual Produk Kerupuk Krecek Pada Ud. Dzaky Alam Food Tahun 2019 (*Doctoral dissertation*, Universitas Nusantara PGRI Kediri).
- Sondakh, Barbara A., Saerang, David P.E., & Olivia Y.M. Sardjono. (2023). Analisis Metode *Absorption Costing* Dengan *Cost Plus Pricing* Dalam Menentukan Harga Jual Pada Kios Topas Amurang. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 11(3), 336-346.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Dan R&D*. Penerbit CV. Alfabeta: Bandung, 225, 87.
- Sujarweni, V.W. (2019). *Akuntansi Manajemen: Teori Dan Aplikasi*. Pustaka Baru. Yogyakarta.

- Taroreh, Bryan F. W. et al. (2021). Analisis Penentuan Harga Jual Menggunakan Metode *Cost Plus Pricing* Dengan Pendekatan *Full Costing* Pada Cv. Verel Tri Putra Mandiri. *Jurnal EMBA*.
- Tesalonika J. Lendombela, Ilat, Ventje, & Kalalo, Meily Y.B. (2021). Penerapan *Full Costing* Sebagai Alat Untuk Menghitung Harga Pokok Produksi Pada Ud. Mandiri Desa Pangu Kecamatan Ratahan. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(1).
- Toar, Oktavia, Karamoy, H., & Wokas, H. (2017). Analisis perbandingan harga jual produk dengan menggunakan metode *cost plus pricing* dan *mark up pricing* pada dolphin donuts bakery. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 5(2).
- Viska. (2023). UMKM Kembali Jadi Pahlawan Ekonomi di Tahun 2023. Diakses tgl 22 September 2023. <https://www.kominfo.go.id/content/detail/46385/umkm-kembali-jadi-pahlawan-ekonomi-di-tahun-2023/0/berita>.
- Wijaya, D. (2018). Akuntansi UMKM. Yogyakarta: Gava Media.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ayu Sulistyoningrum

Alamat : Taman Galaxy Blok U/9A, Rt 09, Rw 14, Kel. Jaka Setia,
Kec. Bekasi Selatan. 17147.

Tempat dan Tanggal Lahir : Ponorogo, 25 Juni 2002

Agama : Islam

Pendidikan

- SD : SDN Pekayon Jaya VII Bekasi
- SMP : SMP Al-Muqoddasah Ponorogo
- SMA : SMA Islam PB Soedirman Bekasi
- Perguruan Tinggi : Universitas Pakuan Bogor

Bogor, Juni 2024

Peneliti,

(Ayu Sulistyoningrum)

LAMPIRAN

Lampiran 1 : Wawancara

Waktu wawancara: Sabtu, 16 Desember 2023

Lokasi wawancara: Djaura Coffe Shop, Jl. Durian Raya No.35, RT.07/RW.05, Baranangsiang, Kec. Bogor Tim., Kota Bogor, Jawa Barat 16143.

Profil Narasumber:

Nama: Muhammad Nur Hamid

Jenis Kelamin: Laki-laki

Jabatan: Keuangan

1. Peneliti : Bagaimana sejarah dan perkembangan pabrik tempe?
Narasumber : Pada tahun 1980 Bapak Sudirin (Owner) mulai belajar membuat tempe di Jakarta bersama temannya. Kemudian pada tahun 1990-an, Bapak Sudirin mulai memproduksi tempe sendiri dirumah produksi yang berada di Bogor walaupun masih dalam jumlah kecil.
2. Peneliti : Kenapa namanya Parik Tempe Semar dan lainnya?
Narasumber : Harapan awal didirikannya pabrik ini adalah dapat mengekspor ke luar negeri dan memperkenalkan tempe sebagai makanan khas Indonesia ditambah adanya tokoh Semar sebagai kearifan lokal dari Indonesia.
3. Peneliti : Ada berapa karyawan saat ini?
Narasumber : Karyawan sekarang ada 4 orang
4. Peneliti : Berapa gaji karyawan saat ini?
Narasumber :
Bag produksi: 2.100.000/bulan + harian nya 80.000,
Biaya makan: sore 15.000/hari
Bag distribusi: 105.000/hari
Sales n marketing: 160.000/hari
Bag Keuangan: 150.000/hari
5. Peneliti : Kapankah jam operasional pabrik?

- Narasumber : Senin-Minggu (06.00-17.00), libur hanya ditanggal merah hari besar seperti idul fitri, idul adha dan tahun baru.
6. Peneliti : Pengeluaran apa saja yang dilakukan untuk memproduksi tempe?
 Narasumber : Untuk membeli bahan baku, ada untuk beli perlengkapan lainnya seperti gas, terus pengeluaran untuk memperbaiki kadang ada alat yang rusak.
7. Peneliti : Apa saja yang dibutuhkan untuk membuat tempe selain bahan baku kedelai?
 Narasumber : Kacang kedelai, air, dan ragi
8. Peneliti : Peralatan apa saja yang diperlukan dalam produksi tempe?
 Narasumber : Mesin giling, ayakan bamboo, drum stainless, bak besar, dandang perebusan, kompor, cocoran, geplakan.
9. Peneliti : Bagaimana proses atau tahapan pembuatan tempe?
 Narasumber : Pencucian kedelai supaya kacang kedelai bersih, perendaman Perebusan; kedelai direbus sampai matang, Penirisan; kedelai ditiriskan dan dipindahkan ketabung untuk inapkan (didiamkan selama sehari) tujuannya untuk mengeluarkan zat asam yang ada dikedelai. Penggilingan; kedelai digiling (membagi 2 kedelai sehingga kulitnya terpisah). Dipindahkan ke bak besar, Penyaringan menggunakan ayakan. Pencucian; setelah digiling untuk memastikan kulit terpisah dari kedelai, menghilangkan zat asam. Peragian; metode basah, kacang yang sudah terpisah dari kulit, di campur kan biang dengan air, gunanya untuk meratakan biang yang sedikit dengan kacang yang banyak. Biang nya 200 gr untuk 100 kl kacang. Ditirisin airnya supaya kering, Packing plastik ada 5 ukuran= jumbo= 16.000, sedang= 13.000, kecil= 7.000, super= 7.000, panjang (lonjor)= 10.000, tempe mendoan daun pisang, tempe sumpil menggunakan daun pisang Difermentasi selama 2 hari
10. Peneliti : Proses produksi dilakukan setiap hari atau mungkin ada waktu tertentu?
 Narasumber : Sekali produksi membutuhkan waktu 2 hari, proses produksi dilakukan setiap hari kecuali hari libur besar.
11. Peneliti : Dalam satu kali produksi berapa pack tempe yang dihasilkan?
 Narasumber : 214 pack, dengan rincian ukuran jumbo: 16.000, sedang: 13.000, kecil: 7.000, super: 7.000, lonjor: 10.000
12. Peneliti : Lingkup pemasaran/distribusi produk kemana saja?

- Narasumber : Bebek goreng H. Slamet Yasmin, BMSI, sama Bangbarung, satu lagi di pasar anyar kita buka lapak.
13. Peneliti : Berapa biaya yang dikeluarkan untuk membayar listrik, gedung, air?
Narasumber : Listrik = 170.000/bulan, Gas= perhari 2 tabung/ 40.000 (3kg)
14. Peneliti : Apakah bagi bapak menentukan harga jual produk sesuatu yang penting?
Narasumber : Iyah penting pastinya
15. Peneliti : Berapa keuntungan yang diinginkan?
Narasumber : Keuntungan kita menyesuaikan saja, nggak ada patokan
16. Peneliti : Bagaimana penentuan harga pokok produksi pada Pabrik Tempe Semar?
Narasumber : HPP gak pake metode khusus, kita menentukan harga dari pasar untuk harga jualnya.
17. Peneliti : Apakah ada alasan kenapa kak Hamid mengizinkan saya melakukan penelitian di pabrik ini?
Narasumber : Saya merasa dengan adanya penelitian ini dapat menambah wawasan, khususnya untuk saya sendiri untuk lebih mengerti cara dalam menghitung harga pokok dan menetapkan laba. Dan juga saya dapat melihat perbandingan antara cara yang saya pakai dengan perhitungan menggunakan metode tersebut.

Lampiran 2 Dokumentasi



Gambar 1 Logo Pabrik Tempe Semar



Gambar 2 Foto Bersama Kak Hamid



Gambar 3 Suasana Pabrik Tempe Semar