

**PENENTUAN HARGA POKOK PRODUKSI MENGGUNAKAN METODE *FULL COSTING* DAN HARGA JUAL PRODUK DENGAN METODE *COST PLUS PRICING* (STUDI KASUS PADA USAHA O & G BAWANG GORENG KOTA BATAM)**

Della Putri Maulida<sup>1</sup>, Fatahurrazak<sup>2</sup>, Hadli Lidya Rikayana<sup>3</sup>  
dellamaulid23@gmail.com

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Maritim Raja Ali Haji

***Abstract***

*This study aims to analyze and determine the cost of goods manufactured using the full costing method and the selling price using the cost plus pricing method in the O & G Fried Onion Business in Batam City. Full costing is a method of determining production costs consisting of raw material costs, direct labor costs, variable factory overhead costs, and fixed factory overhead costs. Cost plus pricing is a method of determining the selling price of a product by accumulating total cost and desired profit. The method used in this research is descriptive quantitative. Data were collected by direct observation and interviews in the field so that the types of data used were primary data and secondary data obtained from literature reviews. The results of this study indicate that the calculation of the cost of production using full costing method in March for 80 gram packaging is Rp. 7,554, for a pack of 180 grams of Rp. 16,623, and for the packaging of 280 grams of Rp. 25,961. In April for packaging of 80 grams Rp. 7,565, for packaging of 180 grams Rp. 16,633, for 280 gram packaging Rp. 25,968. In May for packaging of 80 grams Rp. 7,580, for packaging of 180 grams Rp. 16,650, and for the packaging of 280 grams, Rp. 25,996. The selling price is determined using cost plus pricing method, if it follows the expected profit (50%), the selling price for the 80gr package is Rp. 11,348, packs of 180gr Rp. 24,953 and 280gr packaging for Rp. 38,960.*

***Keywords:*** *Cost of Production, Full Costing, Cost Plus Pricing.*

**I. Pendahuluan**

Perkembangan wirausaha yang baik akan mampu mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Pada umumnya, pembangunan ekonomi yang dilakukan mempunyai tujuan untuk menciptakan pembangunan ekonomi yang hasilnya akan mampu dirasakan oleh masyarakat, misalnya dengan menciptakan lapangan kerja yang bertujuan untuk pemerataan distribusi pendapatan dan mengurangi angka pengangguran (Ciptomulyono, 2019). Laporan perekonomian Provinsi Kepulauan Riau (Kepri) yang dirilis Bank Indonesia Tahun 2020, menyebutkan bahwa perekonomian Kepri pada triwulan IV 2019 tercatat tumbuh 5.21%, menguat dibandingkan pertumbuhan pada triwulan III 2019 sebesar 4,9%. Pertumbuhan sektor Industri Kecil Menengah (IKM) di Kepulauan Riau termasuk dalam sektor yang berkembang pesat.

IKM dipercaya sebagai salah satu sumber baru dalam pertumbuhan perekonomian, karena IKM dipercaya memiliki ketahanan ekonomi atau resiliensi yang tinggi, sehingga dapat menjadi penopang bagi stabilitas sistem keuangan dan perekonomian masyarakat. Sebagai penghasil suatu produk, tingkat harga yang ditetapkan pada setiap hasil produksi IKM mempengaruhi perputaran barang yang dijual. Kuantitas barang yang dijual berpengaruh terhadap biaya yang ditimbulkan

dalam kaitannya dengan pengadaan barang bagi perusahaan dagang dan efisiensi produksi. Oleh karena itu, harga jual berpengaruh terhadap pendapatan, laba usaha dan posisi keuangan.

Menurut Tjiptono (2010), harga memiliki dua peranan utama dalam proses pengambilan keputusan para pembeli, yaitu peranan alokasi dan peranan informasi. Peranan alokasi dari harga yaitu fungsi harga dalam membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat atau utilitas tertinggi yang diharapkan berdasarkan daya belinya. Dengan demikian, adanya harga dapat membantu para pembeli untuk memutuskan cara mengalokasikan daya belinya pada berbagai jenis barang dan jasa. Pembeli membandingkan harga dari berbagai alternatif yang tersedia, kemudian memutuskan alokasi dana yang dikehendaki. Sedangkan, peranan informasi dari harga yaitu fungsi harga dalam mendidik konsumen mengenai faktor-faktor produk, seperti kualitas. Hal ini terutama bermanfaat dalam situasi di mana pembeli mengalami kesulitan untuk menilai faktor produk atau manfaatnya secara objektif. Persepsi yang sering berlaku adalah bahwa harga yang mahal mencerminkan kualitas yang tinggi. Menetapkan satu harga untuk semua pembeli merupakan ide yang dapat dikatakan *modern* yang muncul saat bermulanya perdagangan eceran skala besar yang terjadi pada akhir abad ke sembilan belas karena pada saat itu perdagangan terjadi dikarenakan penjualan dengan begitu banyak barang dan memperhatikan banyaknya karyawan.

Penetapan harga selalu menjadi masalah bagi setiap perusahaan karena penetapan harga ini bukanlah kekuasaan atau kewenangan yang mutlak dari seorang pengusaha ataupun pihak perusahaan. Penetapan harga dapat menciptakan hasil penerimaan penjualan dari produk yang dihasilkan dan dipasarkan. Meskipun penetapan harga merupakan hal yang penting, namun masih banyak perusahaan yang kurang sempurna dalam menangani permasalahan penetapan harga tersebut. Karena menghasilkan penerimaan penjualan, maka harga mempengaruhi tingkat penjualan, tingkat keuntungan, serta *share* pasar yang dapat dicapai perusahaan.

Dalam penetapan harga yang harus diperhatikan adalah faktor yang mempengaruhinya, baik langsung (harga bahan baku, biaya produksi, biaya pemasaran, peraturan pemerintah, dan faktor lainnya) maupun tidak langsung (harga sejenis yang dijual pesaing, pengaruh harga terhadap hubungan antara produk substitusi dan produk komplementer, serta potongan untuk para penyalur dan konsumen). Manajemen pemasaran harus memperhatikan prosedur penentuan harga yang ditawarkan. Apabila dalam sebuah perusahaan tidak memiliki prosedur yang sama dalam menentukan atau menetapkan harga. Menurut Basu Swatha (2003), penetapan harga memiliki 6 tahap yaitu: Mengestimasi untuk permintaan barang, Mengetahui terlebih dahulu reaksi dalam persaingan, Menentukan *market share* yang diharapkan, Memilih strategi harga untuk mencapai target pasar, Mempertimbangkan politik pemasaran perusahaan, dan Memilih harga tertentu.

Penentuan harga pokok produksi secara akurat dan menyeluruh sangat penting karena jika perusahaan salah menentukan harga pokok produk tanpa melakukan perhitungan secara cermat pada biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* yang ada, maka akan mempengaruhi keputusan dalam menentukan harga jual. Penentuan harga pokok produksi yang salah akan mengakibatkan perusahaan akan mengalami kerugian dan perusahaan akan berhenti produksi atau tutup. Penentuan harga jual yang tepat yaitu penentuan harga jual dengan didasari oleh harga pokok produksi yang dikalkulasi dengan *markup*, sehingga perhitungan harga pokok produksi yang akurat untuk penentuan harga jual produk maka perlu adanya perhitungan yang didasarkan pada biaya non produksi dan laba yang ingin dicapai oleh perusahaan yang dinyatakan dalam persentase (Samryn, 2012). Umumnya harga jual produk berdasarkan perhitungan dan prinsip akuntansi yang benar tidak diterapkan pada industri berskala kecil dan menengah. Usaha-usaha dalam skala kecil dan menengah lazimnya menggunakan perkiraan manajemen atau insting pemilik usaha, karena itu, tidak sedikit dari mereka yang gulung tikar karena penghasilan dari penjualan produk tidak dapat menutup seluruh biaya produksi.

Berdasarkan observasi awal, *Ocean* Nusa Gemilang (O & G) Bawang Goreng berdiri tahun 2005 dengan sekali produksi sebesar 160 Kg bawang merah. Selama sebulan total nilai penjualan

memiliki omset sebesar ± Rp. 72.000.000 per bulan. O & G Bawang Goreng memasarkan produknya dari warung sekitar rumah, *mall* seperti DC Mall, BCS Mall dan TOP 100 serta ke rumah makan seperti bakso. Berdasarkan hasil wawancara bersama pemilik O & G Bawang Goreng Batam, kesulitan utama dalam menetapkan harga jual adalah tidak stabilnya harga bahan baku. Bahan baku, didapatkan langsung dari petani Sumatera dan Jawa. Ketika harga bahan baku naik, maka seharusnya harga jual produk juga naik. Sebaliknya, ketika harga bahan baku murah, maka seharusnya harga jual produk harusnya diturunkan. Namun, O & G Bawang Goreng Batam tidak melakukan perubahan harga jual produk. Semenjak berdiri, hingga sekarang, O & G Bawang Goreng Batam dua kali melakukan perubahan harga jual. Berkaitan dengan penetapan harga pokok produksi, pemilik O & G Bawang Goreng Batam mengatakan bahwa tidak pernah melakukan penghitungan yang rinci, penghitungan biaya produksi hingga penetapan harga jual dilakukan hanya menggunakan “*feeling*” atau perasaan saja.

## II. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Dalam pengambilan data dilakukan dengan metode observasi, wawancara, dan pengamatan langsung di lapangan sehingga dilihat dari sudut pandang jenisnya, data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Metode analisis data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif dan analisis deskriptif kuantitatif. Hal ini bertujuan untuk penyederhanaan data yang didapatkan di lapangan, untuk kemudian disajikan agar mudah diinterpretasikan dan mudah dibaca. Data yang diperoleh oleh peneliti, kemudian akan diuji menggunakan metode *full costing* dan *cost plus pricing*. Kemudian, akan dideskripsikan hasil dari analisis objek dan perhitungan. Perhitungan harga pokok produksi dengan metode full costing, dengan menggunakan rumus:

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

Sumber: Mulyadi (2015)

Penetapan harga jual dengan metode *cost plus pricing*, dengan menggunakan rumus:

$$\text{Harga Jual} = \text{Biaya Total} + \text{Margin (laba yang diharapkan)}$$

Sumber: Wauran (2016)

## III. Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini dilakukan pada salah satu usaha yang berada di Kota Batam, dimana usaha tersebut merupakan hasil olahan dari bawang merah. Usaha ini bernama O & G Bawang Goreng yang beralamat di Legenda Malaka Blok A12/12, Kelurahan Baloi Permai dan Kecamatan Batam Kota. Dalam penelitian ini dilakukan selama bulan Maret, April dan Mei 2021. Dalam observasi, peneliti turun ke lapangan untuk melakukan pengamatan langsung kepada usaha tersebut agar memperoleh data untuk penelitian ini, Ibu Ning adalah informan yang bersedia dalam proses wawancara ini.

Dalam proses wawancara pertama kali, peneliti dipersilahkan oleh ibu Ning untuk melihat proses dari awal bawang merah dikupas hingga menjadi bawang goreng yang siap disajikan. Dengan itu peneliti memperoleh informasi data yang terkait dengan perhitungan yang dilakukan oleh usaha tersebut. Penelitian ini menggunakan data perhitungan harga pokok produksi dimana meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya-biaya yang telah dikeluarkan yang berhubungan langsung pada proses produksi.

O & G Bawang Goreng didirikan pertama kali pada tahun 2005. Awal mula usaha ini dirintis oleh Alm. Bapak Apong selaku suami dari Ibu Ning, dimana awalnya hanya menjual bawang goreng disekitar rumah saja. Dan seiring berjalannya waktu, usaha ini mulai berkembang pesat pada tahun 2007, dimana usaha ini sudah melakukan pemasaran hingga ke swalayan dan pasar tradisional. Pada tahun 2020, O & G Bawang Goreng sempat mengalami penurunan pada penjualannya dan pendapatan pada saat Covid-19. Dengan adanya musibah itu, usaha ini tetap berjalan dengan lancar dan hingga saat ini masih bertahan.

### Perhitungan Harga Pokok Produksi Secara Konvensional

Tabel 1. Perhitungan Harga Pokok Produksi O & G Bawang Goreng Secara Konvensional Pada bulan Maret – Mei 2021

Keterangan HPP Maret	Total Biaya Produk		
	80 gr	180 gr	280 gr
<b>Biaya Bahan Baku</b>	<b>Rp 33.345.000</b>	<b>Rp. 25.650.000</b>	<b>Rp 10.260.000</b>
<b>Biaya Tenaga Kerja Langsung</b>	<b>Rp. 8.320.000</b>	<b>Rp. 6.400.000</b>	<b>Rp 2.560.000</b>
<b>Biaya Overhead Pabrik Variabel</b>			
Plastik Kemasan	Rp. 780.000	Rp. 284.160	Rp. 140.296
Stiker <i>Merk</i>	Rp. 812.500	Rp. 370.740	Rp. 142.000
Gas	Rp. 468.000	Rp. 360.000	Rp. 144.000
Listrik	Rp. 296.800	Rp. 101.760	Rp. 25.440
<b>Biaya Overhead Pabrik Tetap</b>			
BTKTL <i>Sales</i>	Rp. 4.680.000	Rp. 3.600.000	Rp. 1.440.000
<b>Jumlah Biaya Overhead Pabrik</b>	<b>Rp. 7.037.300</b>	<b>Rp. 4.716.660</b>	<b>Rp1.891.736</b>
<b>Total Biaya Produksi</b>	<b>Rp. 48.702.300</b>	<b>Rp. 36.766.660</b>	<b>Rp14.711.736</b>
Jumlah Produk yang dihasilkan	6500	2220	568
<b>Harga Pokok Produksi Per kemasan</b>	<b>Rp. 7.493</b>	<b>Rp. 16.562</b>	<b>Rp. 25.901</b>

  

Keterangan HPP April	Total BiayaProduk		
	80 gr	180 gr	280 gr
<b>Biaya Bahan Baku</b>	<b>Rp. 30.780.000</b>	<b>Rp. 20.520.000</b>	<b>Rp. 12.825.000</b>
<b>Biaya Tenaga Kerja Langsung</b>	<b>Rp. 7.680.000</b>	<b>Rp. 5.120.000</b>	<b>Rp. 3.200.000</b>
<b>Biaya Overhead Pabrik Variabel</b>			
Plastik Kemasan	Rp. 720.000	Rp. 227.328	Rp. 175.370
Stiker <i>Merk</i>	Rp. 750.000	Rp. 296.592	Rp. 177.500
Gas	Rp. 432.000	Rp. 288.000	Rp. 180.000
Listrik	Rp. 301.040	Rp. 89.040	Rp. 33.920
<b>Biaya Overhead Pabrik Tetap</b>			
BTKTL <i>Sales</i>	Rp. 4.320.000	Rp. 2.880.000	Rp. 1.800.000
<b>Jumlah Biaya Overhead Pabrik</b>	<b>Rp. 6.523.040</b>	<b>Rp. 3.780.960</b>	<b>Rp. 2.366.790</b>
<b>Total Biaya Produksi</b>	<b>Rp. 44.983.040</b>	<b>Rp. 29.420.960</b>	<b>Rp. 18.391.790</b>
Jumlah Produk yang dihasilkan	6000	1776	710
<b>Harga Pokok Produksi Per kemasan</b>	<b>Rp. 7.497</b>	<b>Rp. 16.566</b>	<b>Rp. 25.904</b>

Keterangan HPP Mei	Total BiayaProduk		
	80 gr	180 gr	280 gr
<b>Biaya Bahan Baku</b>	<b>Rp. 25.650.000</b>	<b>Rp. 23.085.000</b>	<b>Rp. 7.695.000</b>
<b>Biaya Tenaga Kerja Langsung</b>	<b>Rp. 6.400.000</b>	<b>Rp. 5.760.000</b>	<b>Rp. 1.920.000</b>
<b>Biaya Overhead Pabrik Variabel</b>			
Plastik Kemasan	Rp. 600.000	Rp. 255.744	Rp. 105.222
Stiker <i>Merk</i>	Rp. 625.000	Rp. 333.666	Rp. 106.500
Gas	Rp. 360.000	Rp. 324.000	Rp. 108.000
Listrik	Rp. 284.080	Rp. 114.480	Rp. 25.440
<b>Biaya Overhead Pabrik Tetap</b>			
BTKTL <i>Sales</i>	Rp. 3.600.000	Rp. 3.240.000	Rp. 1.080.000
Jumlah Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	<b>Rp. 5.469.080</b>	<b>Rp. 4.267.890</b>	<b>Rp. 1.425.162</b>
Total Biaya Produksi	<b>Rp. 37.519.080</b>	<b>Rp. 33.112.890</b>	<b>Rp. 11.040.162</b>
Jumlah Produk yang dihasilkan	5000	1998	426
<b>Harga Pokok Produksi Per kemasan</b>	<b>Rp. 7.504</b>	<b>Rp. 16.573</b>	<b>Rp. 25.916</b>

Sumber : Data diolah (2021)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui harga pokok produksi bawang goreng yang dihitung secara konvensional pada masing-masing kemasan adalah pada bulan Maret Rp. 7.493 untuk kemasan 80 gram, Rp. 16.562 untuk kemasan 180 gram, dan Rp. 25.901 untuk kemasan 280 gram. Pada bulan April Rp. 7.497 untuk kemasan 80 gram, Rp. 16.566 untuk kemasan 180 gram, dan Rp. 25.904 untuk kemasan 280 gram. Pada bulan Mei Rp. 7.504 untuk kemasan 80 gram, Rp. 16.573 untuk kemasan 180 gram, dan Rp. 25.916 untuk kemasan 280 gram.

### Perhitungan Harga Pokok Produksi menggunakan Metode *Full Costing*

Mulyadi (2015) menjelaskan bahwa full costing merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi ke dalam harga pokok produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik baik secara tetap maupun variabel. Adapun perhitungan harga pokok produksi per kemasan bawang goreng sebagai berikut:

Tabel 2. Perhitungan Harga Pokok Produksi Metode *Full Costing* Periode Maret – Mei 2021

Keterangan HPP Maret	Total BiayaProduk		
	80 gr	180 gr	280 gr
<b>Biaya Bahan Baku</b>	<b>Rp.33.345.000</b>	<b>Rp.25.650.000</b>	<b>Rp.10.260.000</b>
<b>Biaya Tenaga Kerja Langsung</b>	<b>Rp. 8.320.000</b>	<b>Rp. 6.400.000</b>	<b>Rp. 2.560.000</b>
<b>Biaya Overhead Pabrik Variabel</b>			
Plastik Kemasan	Rp. 780.000	Rp. 284.160	Rp. 140.296
Stiker <i>Merk</i>	Rp. 812.500	Rp. 370.740	Rp. 142.000
Gas	Rp. 468.000	Rp. 360.000	Rp. 144.000
Listrik	Rp. 296.800	Rp. 101.760	Rp. 25.440
<b>Biaya Overhead Pabrik Tetap</b>			
BTKTL <i>Sales</i>	Rp. 4.680.000	Rp. 3.600.000	Rp. 1.440.000
Beban Penyusutan	Rp. 400.094	Rp. 137.175	Rp. 34.294
<b>Jumlah Biaya Overhead Pabrik</b>	<b>Rp. 7.437.394</b>	<b>Rp. 4.853.835</b>	<b>Rp. 1.926.030</b>
<b>Total Biaya Produksi</b>	<b>Rp.49.102.394</b>	<b>Rp. 36.903.835</b>	<b>Rp. 14.746.030</b>
Jumlah Produk yang dihasilkan	6500	2220	568
<b>Harga Pokok Produksi Per kemasan</b>	<b>Rp. 7.554</b>	<b>Rp. 16.623</b>	<b>Rp. 25.961</b>

Keterangan HPP April	Total Biaya Produk		
	80 gr	180 gr	280 gr
<b>Biaya Bahan Baku</b>	<b>Rp.30.780.000</b>	<b>Rp. 20.520.000</b>	<b>Rp. 12.825.000</b>
<b>Biaya Tenaga Kerja Langsung</b>	<b>Rp. 7.680.000</b>	<b>Rp. 5.120.000</b>	<b>Rp. 3.200.000</b>
<b>Biaya Overhead Pabrik Variabel</b>			
Plastik Kemasan	Rp. 720.000	Rp. 227.328	Rp. 175.370
Stiker <i>Merk</i>	Rp. 750.000	Rp.296.592	Rp. 177.500
Gas	Rp. 432.000	Rp. 288.000	Rp. 180.000
Listrik	Rp. 301.040	Rp. 89.040	Rp. 33.920
<b>Biaya Overhead Pabrik Tetap</b>			
BTKTL <i>Sales</i>	Rp. 4.320.000	Rp. 2.880.000	Rp. 1.800.000
Beban Penyusutan	Rp. 405.810	Rp. 120.028	Rp. 45.725
<b>Jumlah Biaya Overhead Pabrik</b>	<b>Rp. 6.928.850</b>	<b>Rp. 3.900.988</b>	<b>Rp. 2.412.515</b>
<b>Total BiayaProduksi</b>	<b>Rp.45.388.850</b>	<b>Rp. 29.540.988</b>	<b>Rp. 18.437.515</b>
Jumlah Produk yang dihasilkan	6000	1776	710
<b>Harga Pokok Produksi Per kemasan</b>	<b>Rp. 7.565</b>	<b>Rp. 16.633</b>	<b>Rp. 25.968</b>

Keterangan HPP Mei	Total Biaya Produk		
	80 gr	180 gr	280 gr
<b>Biaya Bahan Baku</b>	<b>Rp.25.650.000</b>	<b>Rp. 23.085.000</b>	<b>Rp. 7.695.000</b>
<b>Biaya Tenaga Kerja Langsung</b>	<b>Rp. 6.400.000</b>	<b>Rp. 5.760.000</b>	<b>Rp. 1.920.000</b>
<b>Biaya Overhead Pabrik Variabel</b>			
Plastik Kemasan	Rp. 600.000	Rp. 255.744	Rp. 105.222
Stiker <i>Merk</i>	Rp. 625.000	Rp. 333.666	Rp. 106.500
Gas	Rp. 360.000	Rp. 324.000	Rp. 108.000
Listrik	Rp. 284.080	Rp. 114.480	Rp. 25.440
<b>Biaya Overhead Pabrik Tetap</b>			
BTKTL <i>Sales</i>	Rp. 3.600.000	Rp. 3.240.000	Rp. 1.080.000
Beban Penyusutan	Rp. 382.947	Rp. 154.322	Rp. 34.294
<b>Jumlah Biaya Overhead Pabrik</b>	<b>Rp. 5.852.027</b>	<b>Rp. 4.422.212</b>	<b>Rp. 1.459.456</b>
<b>Total Biaya Produksi</b>	<b>Rp.37.902.027</b>	<b>Rp. 33.267.212</b>	<b>Rp. 11.074.456</b>
Jumlah Produk yang dihasilkan	5000	1998	426
<b>Harga Pokok Produksi Per kemasan</b>	<b>Rp. 7.580</b>	<b>Rp. 16.650</b>	<b>Rp. 25.996</b>

Sumber : Data diolah (2021)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui harga pokok produksi bawang goreng yang dihitung secara metode *full costing* pada masing-masing kemasan adalah pada bulan Maret Rp. 7.554 untuk kemasan 80 gram, Rp.16.623 untuk kemasan 180 gram dan Rp. 25.961 untuk kemasan 280 gram. Pada bulan April Rp. 7.565 untuk kemasan 80 gram, Rp. 16.663 untuk kemasan 180 gram, dan Rp. 25.968 untuk kemasan 280 gram. Pada bulan Mei Rp. 7.580 untuk kemasan 80 gram, Rp. 16.650 untuk kemasan 180 gram, dan Rp. 25.996 untuk kemasan 280 gram.

### Perbandingan Perhitungan Harga Pokok Produksi dengan Metode Konvensional dan Metode Full Costing

Dalam melakukan analisis perbandingan perhitungan harga pokok produksi, maka dapat dilakukan dengan melihat hasil perhitungan secara konvensional dan metode *full costing*. Hasil perbandingan harga pokok produksi dapat dilihat pada tabel sebagai berikut

Tabel 3. Perbandingan Perhitungan Harga Pokok Produksi Secara Konvensional dan Metode Full Costing Periode Maret – Mei 2021

Keterangan	Konvensional			Full Costing		
	80 gr	180 gr	280 gr	80 gr	180 gr	280 gr
<b>Biaya Bahan Baku</b>	<b>Rp. 89.775.000</b>	<b>Rp. 69.255.000</b>	<b>Rp. 30.780.000</b>	<b>Rp. 89.775.000</b>	<b>Rp. 69.255.000</b>	<b>Rp. 30.780.000</b>
<b>Biaya Tenaga Kerja Langsung</b>	<b>Rp. 22.400.000</b>	<b>Rp. 17.280.000</b>	<b>Rp. 7.680.000</b>	<b>Rp. 22.400.000</b>	<b>Rp. 17.280.000</b>	<b>Rp. 7.680.000</b>
<b>Biaya Overhead Pabrik Variabel</b>						
Plastik Kemasan	Rp. 2.100.000	Rp. 767.232	Rp. 420.888	Rp. 2.100.000	Rp. 767.232	Rp. 420.888
Stiker Merk	Rp. 2.187.500	Rp. 1.000.998	Rp. 426.000	Rp. 2.187.500	Rp. 1.000.998	Rp. 426.000
Gas	Rp. 1.260.000	Rp. 972.000	Rp. 432.000	Rp. 1.260.000	Rp. 972.000	Rp. 432.000
Listrik	Rp. 881.920	Rp. 305.280	Rp. 84.800	Rp. 881.920	Rp. 305.280	Rp. 84.800
<b>Biaya Overhead Pabrik Tetap BTKTL Sales</b>	<b>Rp. 12.600.000</b>	<b>Rp. 9.720.000</b>	<b>Rp. 4.320.000</b>	<b>Rp. 12.600.000</b>	<b>Rp. 9.720.000</b>	<b>Rp. 4.320.000</b>
Beban Penyusutan	-	-	-	Rp. 1.188.851	Rp. 411.525	Rp. 114.313
<b>Jumlah Biaya Overhead Pabrik</b>	<b>Rp. 19.029.420</b>	<b>Rp. 12.765.510</b>	<b>Rp. 5.683.688</b>	<b>Rp. 20.218.271</b>	<b>Rp. 13.177.035</b>	<b>Rp. 5.798.001</b>
<b>Total Biaya Produksi</b>	<b>Rp. 131.204.420</b>	<b>Rp. 99.300.510</b>	<b>Rp. 44.143.688</b>	<b>Rp. 132.393.271</b>	<b>Rp. 99.712.035</b>	<b>Rp. 44.258.001</b>
<b>Jumlah Produk yang dihasilkan</b>	<b>17500</b>	<b>5994</b>	<b>1704</b>	<b>17500</b>	<b>5994</b>	<b>1704</b>
<b>Harga Pokok Produksi Per kemasan</b>	<b>Rp. 7.497</b>	<b>Rp. 16.567</b>	<b>Rp. 25.906</b>	<b>Rp. 7.565</b>	<b>Rp. 16.635</b>	<b>Rp. 25.973</b>

Sumber : Data diolah (2021)

Berdasarkan tabel di atas, terdapat selisih harga pokok produksi untuk masing-masing kemasan sebesar Rp. 68 untuk kemasan 80 gram, Rp. 68 untuk kemasan 180 gram, dan Rp. 67 untuk kemasan 280 gram. Dengan menggunakan metode konvensional harga pokok produksi bawang goreng untuk kemasan 80 gram adalah Rp. 7.497, sementara hasil perhitungan dari metode *full costing* yaitu sebesar Rp. 7.565. Untuk kemasan 180 gram dengan menggunakan metode konvensional maka harga pokok produksinya adalah Rp. 16.567, sementara hasil perhitungan metode *full costing* yaitu sebesar Rp. 16.635. Untuk kemasan 280 gram dengan metode konvensional maka harga pokok produksinya adalah Rp. 25.906, sementara hasil perhitungan dari metode *full costing* yaitu sebesar Rp. 25.973. Dari hasil penelitian yang dilakukan terhadap penentuan harga produk secara konvensional, peneliti menemukan ada beberapa biaya yang tidak dibebankan oleh pemilik usaha yaitu biaya penyusutan mesin dan peralatan. Sehingga, perhitungan secara konvensional harga pokok produksinya menjadi lebih rendah karena tidak dihitungnya biaya yang dikeluarkan untuk penyusutan mesin dan peralatan. Dan perhitungan menggunakan metode *full costing* dianggap lebih efektif untuk digunakan dalam menjalankan sebuah usaha, dikarenakan metode *full costing* secara keseluruhan memperhitungkan biaya yang terjadi, biaya tetap maupun variabel.

### Perhitungan Harga Jual Menggunakan Metode *Cost Plus Pricing*

Harga jual merupakan hal penting di dalam sebuah usaha, dimana bisa dijadikan sebagai dasar untuk mencapai keuntungan yang diharapkan. Dalam menghitung harga jual di peroleh dari biaya produksi dan diakumulasikan dengan laba yang diharapkan oleh pemilik usaha. Perhitungan harga jual *cost plus pricing* dengan menggunakan metode *full costing* dan persentase laba yang diharapkan sebesar 50% adalah sebagai berikut :

Tabel 4. Perhitungan Harga Jual Metode *Cost Plus Pricing* Periode Maret – Mei 2021

No	Jenis Kemasan	Biaya Total (Biaya Produksi + Biaya Non Produksi)	Harga Jual Dengan Keuntungan 50%
1	80 gram	Rp. 7.565	Rp. 11.348
2	180 gram	Rp. 16.635	Rp. 24.953
3	280 gram	Rp. 25.973	Rp. 38.960

Sumber : Data diolah (2021)

Usaha O & G Bawang Goreng menginginkan keuntungan 50% dari seluruh biaya yang dikeluarkan, hal ini berdasarkan hasil wawancara langsung yang dilakukan oleh peneliti kepada Ibu Ning selaku pemilik usaha tersebut. Berdasarkan tabel di atas, harga jual per kemasan dengan keuntungan yang diharapkan sebesar 50%, maka harga jual untuk kemasan 80 gram adalah sebesar Rp. 11.348, untuk kemasan 180 gram sebesar Rp. 24.953, dan untuk kemasan 280 gram sebesar Rp. 38.960.

Pada perhitungan harga jual yang telah ditetapkan oleh Ibu Ning dan harga jual yang sesuai dengan metode *cost plus pricing*, terdapat selisih sebagai berikut :

Tabel 5. Perbandingan Harga Jual O & G Bawang Goreng dengan Metode *Cost Plus Pricing*

No	Keterangan (Jenis Ukuran)	Menurut O & G Bawang Goreng	Menurut <i>Cost Plus Pricing</i>	Selisih
1	80 gram	Rp. 12.800	Rp. 11.348	Rp. 1.452
2	180 gram	Rp. 28.800	Rp. 24.953	Rp. 3.847
3	280 gram	Rp. 44.800	Rp. 38.960	Rp. 5.840

Sumber : Data diolah (2021)

Berdasarkan tabel diatas, adanya perbedaan yang signifikan pada harga jual yang ditetapkan oleh O & G Bawang Goreng dan yang dihitung menggunakan metode *cost plus pricing*. Dalam menentukan harga jual, pemilik usaha tidak menghitung secara detail harga pokok produksi dan berapa besar keuntungan yang diharapkannya. Faktor yang lainnya yaitu pemilik usaha hanya memperkirakan saja dalam menentukan harga jual produk tersebut, dengan ini menyebabkan keberlangsungan sebuah usaha karena berkaitan dengan manajemen dan pengambilan keputusan.

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa perbandingan harga jual antara O & G Bawang Goreng dengan metode *cost plus pricing*. Perbedaan harga jual tersebut berbeda signifikan. Selisih harga jual untuk ukuran 80 gram Rp. 1.640, untuk ukuran 180 gram Rp. 3.885, dan untuk ukuran 280 gram Rp. 5.951. Perhitungan harga jual dengan menggunakan metode *cost plus pricing* dianggap lebih efektif untuk menentukan harga jual karena sudah menghitung semua biaya-biaya selama produksi dan menambahkan laba yang diharapkan.

Berdasarkan perhitungan yang ditetapkan oleh O & G Bawang Goreng dianggap kurang efektif, karena perhitungannya masih sesuai perkiraan dan mengikuti harga pasaran. Hal tersebut berdampak pada produksi sebuah usaha, dimana tidak meningkatnya permintaan pasar terhadap

produk dikarenakan persaingan yang ketat dan menyebabkan harga jual produk yang sama dipasaran.

Dari hasil perhitungan dengan metode konvensional dan metode *full costing* serta penetapan harga pada usaha O & G Bawang Goreng dan penetapan harga menggunakan metode *cost plus pricing*, maka disimpulkan bahwa perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode *full costing* dan menetapkan harga menggunakan metode *cost plus pricing* lebih efektif jika dibandingkan perhitungan secara konvensional. Dikarenakan perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode *full costing* dan penetapan harga jual menggunakan metode *cost plus pricing*, menghitung semua biaya-biaya secara rinci selama proses produksi.

#### IV. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada O & G Bawang Goreng, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. O & G Bawang Goreng, melakukan perhitungan harga pokok produksinya dihitung per kemasan. Hasil perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode konvensional pada bulan Maret yaitu untuk ukuran 80 gram sebesar Rp. 7.493, untuk kemasan 180 gram sebesar Rp. 16.562, dan untuk kemasan 280 gram sebesar Rp. 25.901. Pada bulan April untuk kemasan 80 gram Rp. 7.497, untuk kemasan 180 gram Rp. 16.566, dan untuk kemasan 280 gram Rp. 25.904. Pada bulan Mei untuk kemasan 80 gram Rp. 7.504, untuk kemasan 180 gram Rp. 16.573, dan untuk kemasan 280 gram Rp. 25.916.
2. Perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode *full costing* pada bulan Maret untuk kemasan 80 gram sebesar Rp. 7.554, untuk kemasan 180 gram sebesar Rp. 16.623, dan untuk kemasan 280 gram sebesar Rp. 25.961. Pada bulan April untuk kemasan 80 gram Rp. 7.565, untuk kemasan 180 gram Rp. 16.633, untuk kemasan 280 gram Rp. 25.968. Pada bulan Mei untuk kemasan 80 gram Rp. 7.580, untuk kemasan 180 gram Rp. 16.650, dan untuk kemasan 280 gram Rp. 25.996
3. Terdapat selisih harga pokok produksi untuk masing-masing kemasan sebesar Rp. 68 untuk kemasan 80 gram, Rp. 68 untuk kemasan 180 gram, dan Rp. 67 untuk kemasan 280 gram. Dengan menggunakan metode konvensional harga pokok produksi bawang goreng untuk kemasan ukuran 80 gram sebesar Rp. 7.497, untuk kemasan 180 gram sebesar Rp. 16.567, dan untuk kemasan 280 gram sebesar Rp. 25.906. Sedangkan perhitungan menurut metode *full costing* untuk kemasan 80 gram sebesar Rp. 7.565, untuk kemasan 180 gram sebesar Rp. 16.635, dan untuk kemasan 280 gram sebesar Rp. 25.973. Perbedaan tersebut terletak dimana *full costing* menghitung semua biaya yang dibebankan selama proses produksi sedangkan secara konvensional tidak dihitung secara terperinci. Maka perhitungan secara *full costing* lebih tinggi dibandingkan perhitungan konvensional.
4. Penetapan harga jual dengan metode *cost plus pricing*, jika mengikut besaran laba yang diharapkan (50%) maka harga jual untuk kemasan 80gr adalah sebesar Rp. 11.348, kemasan 180gr sebesar Rp. 24.953 dan kemasan 280gr sebesar Rp. 38.960.

#### V. Daftar Pustaka

- Bustami, B dan Nurlela. 2008. *Akuntansi Biaya*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Dharmmesta, Bayu Swastha. 2003. *Manajemen Pemasaran Modal*. Yogyakarta: Liberty
- Firmansyah, I. 2013. *Akuntansi Syariah dan Akuntansi Konvensional*. Jurnal Online. <http://indrafirman.blogspot.co.id.2013/02/akuntansi-syariah-dan-konvensional-html=1> (Diakses tanggal 11 Desember 2020, Pukul 20.35 Wib).
- Firmansyah. 2014. *Akuntansi Biaya itu Gampang. Cetakan Pertama*. Jakarta: Dunia Cerdas.
- Garrison, Noreen dan Brewer. 2013. *Akuntansi Manajerial Edisi 14*. Jakarta: Salemba Empat

- Hansen, Don dan Mowen. 2009. *Akuntansi Manajerial Edisi Kedelapan*. Jakarta: Salemba Empat  
----- . 2013. *Akuntansi Manajerial*. Jakarta: Salemba Empat
- Indarti, N. 2016. *Pemberdayaan Industri Meubel di Kota Pasuruan Dalam Perspektif Capacity Building Melalui Unsur Penguatan Modal dan Pelatihan SDM*. Pasuruan: Skripsi STKIP PGRI Pasuruan.
- Kotler, P dan Kevin, L. K. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Krismiaji, dan Aryani Y. A. 2011. *Akuntansi Manajemen Edisi 2*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Kuswadi. 2008. *Meningkatkan Laba Melalui Pendekatan Akuntansi Keuangan dan Akuntansi Biaya*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Meroekh, H. M. A. 2018. *Perhitungan Harga Pokok Produksi Dalam Menentukan Harga Jual Melalui Metode Cost Plus Pricing (Studi Kasus Pada Pabrik Tahu Pink Jaya Oebufu di Kupang)*. Kupang: Journal Of Management (SME's), Volume 7, Nomor 2 , 189.
- Mulyadi. 2001. *Akuntansi Manajemen: Konsep, Manfaat dan Rekayasa. Edisi Ketiga*. Jakarta: Salemba Empat.  
----- . 2015. *Akuntansi Biaya Edisi Kelima*. Yogyakarta: Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN.
- Murti, Sumarni dan Soeprihanto, John. 2007. *Pengantar Bisnis Edisi Kedua*. Yogyakarta: STIE YKPN
- Nikmawati, N. M. 2019. *Perhitungan Harga Pokok Produksi Dalam Menentukan Harga Jual Melalui Metode Cost Plus Pricing Dengan Pendekatan Full Costing Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Lumintu Lestari Kediri*.Tulungagung: Skripsi Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.
- Purnama, D. 2017. *Perhitungan Harga Pokok Produksi dalam Menentukan Harga Jual Melalui Metode Cost Plus Pricing dengan Pendekatan Full Costing Studi Pada PT. Prima Istiqamah Sejahtera – Makassar*.Makassar: Skripsi UIN Alauddin Makassar.
- Samryn, L. M. 2012. *Akuntansi Manajemen Informasi Biaya Untuk Mengendalikan Aktifitas Operasi dan Investasi. Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Septiono, F. W. 2018. *Penentuan Harga Jual Produk Dengan Menggunakan Metode Cost Plus Pricing (Studi Kasus di UD. Berkah Agung Kapok Super)*. Yogyakarta: Skripsi Universitas Sanata Dharma.
- Shofi, S. A. 2019. *Peran Industri Kecil Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam*. Semarang: Skripsi Universitas Islam Negeri Walisongo.
- Soei, C. N. 2014. *Penentuan Harga Jual Produk dengan Menggunakan Metode Cost Plus Pricing pada UD. Sinar Sakti*. Manado: Skripsi Universitas Sam Ratulangi.
- Suharsimi, A. 2013. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik Cetakan Kelimabelas*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Tjiptono, F. 2010. *Strategi Pemasaran, Edisi 2*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wardianta. 2006. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Wasillah dan Firdaus Ahmad. 2009. *Akuntansi Biaya*. Jakarta: PT Salemba Empat
- Wauran, D. 2016. Analisis Penentuan Harga Pokok Produk dan Penerapan *Cost Plus Pricing Method* dalam Rangka Penetapan Harga Jual pada Rumah Makan Soto Rusuk Ko' Petrus Cabang Megamas. *Junal EMBA Vol. 4 No.2 Hal. 652-661. ISSN 2303-1174*  
<https://m.bisnis.com/amp/read/20191001/9/1154153/rasio-jumlah-wirusahaan-di-indonesia-baru-2-persen-idealnya-4-persen>(Diakses tanggal 11 Desember 2020, Pukul 20.35 Wib)