

## **ANALISIS PENENTUAN HARGA POKOK PRODUKSI SEBAGAI DASAR PENENTUAN HARGA JUAL PADA USAHA PRODUKSI TAHU “ARIF” DI DESA PELAS KECAMATAN KRAS KABUPATEN KEDIRI**

1) Nurul Hamidah 2) Miya Dewi Suprihandari 3) Parwita Setya Wardhani 4) Abdul Hamid  
Email : 1)hamidahnurul071@gmail.com 2)miyadewi@stiemahardhika.ac.id  
3)parwita@stiemahardhika.ac.id 4)abdulhamidteh@gmail.com  
STIE Mahardhika Surabaya

**Abstract :** *The purpose of this study is to analyze whether or not the calculation of the cost of goods manufactured by Arif's tofu company using the full costing method and to analyze the determination of the selling price using the cost plus pricing method has fulfilled the company's desire to obtain a predetermined profit. This type of research is qualitative research. Data collection techniques by observation, interview and documentation. The data analysis technique used is descriptive qualitative analysis. The conclusion in this study is the calculation of the cost of production according to the company is still not in accordance with the calculation of the cost of production according to the full costing method, because the company does not calculate the factory overhead costs in the form of chiffon fabric and tofu molds, does not calculate the monthly depreciation costs and machine maintenance costs incurred each month. While the determination of the selling price of Rp 300, - is considered to have fulfilled the wishes of the company where the profit earned per day from the sale of tofu is Rp 194,400, - in addition the company also receives other income from the sale of tofu dregs, where in one cooking process can sell tofu dregs with a price of Rp. 16,000, - the total profit obtained by the company in one day is Rp. 482,400. - Suggestions for companies that the production business should know Arif uses the full costing method in calculating the cost of production, in order to know the costs incurred and the profits that the company actually receives. In addition, to increase added value, tofu entrepreneurs are expected to be able to make more attractive and cleaner product packaging, so as to increase consumer purchasing power.*

**Keywords :** *Cost of production, full costing, selling price.*

**Abstrak :** Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis sesuai atau tidaknya perhitungan harga pokok produksi yang dilakukan oleh perusahaan tahu Arif dengan metode *full costing* dan untuk menganalisis penentuan harga jual dengan menggunakan metode *cost plus pricing* telah memenuhi keinginan perusahaan untuk memperoleh laba yang telah ditetapkan atau belum. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif. Kesimpulan dalam penelitian ini adalah perhitungan harga pokok produksi menurut perusahaan masih belum sesuai dengan perhitungan harga pokok produksi menurut metode *full costing*, karena perusahaan tidak menghitung biaya *overhead* pabrik berupa kain sifon dan cetakan tahu, tidak menghitung biaya penyusutan setiap bulan serta biaya pemeliharaan mesin yang dikeluarkan setiap bulan. Sedangkan penentuan harga jual sebesar Rp 300,- dianggap telah memenuhi keinginan perusahaan dimana laba yang diperoleh per hari dari penjualan tahu sebesar Rp 194.400,- selain itu perusahaan juga memperoleh pendapatan lain dari penjualan ampas tahu, dimana dalam satu kali proses masak dapat menjual ampas tahu dengan harga Rp 16.000,- total keuntungan yang didapatkan perusahaan dalam satu hari adalah Rp 482.400,- Saran bagi perusahaan sebaiknya usaha produksi tahu Arif menggunakan metode *full costing* dalam perhitungan harga pokok produksi, agar dapat mengetahui biaya yang dikeluarkan dan laba yang didapatkan perusahaan sesungguhnya. Selain itu, untuk meningkatkan nilai tambah pengusaha tahu diharapkan dapat membuat kemasan produk yang lebih menarik dan bersih, sehingga dapat meningkatkan daya beli konsumen.

**Kata kunci :** Harga pokok produksi, *full costing*, harga jual.

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang Masalah

Di era modern saat ini, dunia usaha dan industri mengalami perkembangan yang sangat pesat. Hal ini dibuktikan dengan adanya wirausahawan baru, baik dalam usaha skala mikro maupun makro dengan produk yang beraneka ragam. Dengan semakin bertambahnya pelaku usaha, mengakibatkan meningkatnya persaingan usaha diantara usaha sejenis maupun tidak sejenis untuk dapat menguasai pangsa pasar. Banyaknya pengusaha kecil dan menengah yang memproduksi tahu di wilayah Kediri menjadikan Kediri dikenal sebagai Kota Tahu, hal ini karena masyarakatnya yang terbiasa mengkonsumsi tahu sebagai lauk sehari-hari. Salah satu industri makanan khas di Kabupaten Kediri ini, adalah usaha produksi tahu "Arif" yang berlokasi di desa Pelas Kecamatan Kras Kabupaten Kediri. UMKM ini mengolah kedelai menjadi tahu mentah sebagai produk utamanya. Tahu sebagai bahan pangan nabati dengan kandungan lemaknya yang sangat sedikit dan tidak mengandung kolesterol, tetapi kaya akan protein yang sangat berpotensi untuk dapat dikembangkan sebagai salah satu bahan pangan alternatif, yang populer bagi semua golongan masyarakat, sehingga mengembangkan usaha pembuatan tahu merupakan potensi yang baik.

Menurut Badan Pusat Statistik tahun 2018, dalam kurun waktu 6 tahun (2012-2017) konsumsi tahu mengalami peningkatan yang signifikan. Untuk memenuhi kebutuhan masyarakat berupa produk tahu yang semakin meningkat, maka sebuah perusahaan tahu harus dapat memproduksi tahu dengan jumlah yang tidak sedikit, sehingga diperlukan sarana, prasarana dan aspek finansial yang memadai. Tanpa adanya perhitungan harga pokok produksi yang tepat dan benar, maka sebuah perusahaan tidak dapat mengetahui keuntungan dan kerugian yang didapatkannya. Sehingga perusahaan perlu mengaplikasikan akuntansi biaya dengan baik. Melalui sistem akuntansi biaya ini, perusahaan akan memperoleh informasi mengenai unsur-unsur biaya secara rinci untuk setiap produk yang dihasilkan, karena biaya produksi akan sangat mempengaruhi dalam penentuan harga jual produk. Oleh karena itu, dalam penelitian ini penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "**Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Sebagai Dasar Penentuan Harga Jual pada Usaha Produksi Tahu "Arif" di Desa Pelas Kecamatan Kras Kabupaten Kediri.**"

### Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah disampaikan di awal, maka dapat ditetapkan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah proses perhitungan harga pokok produk yang dilakukan oleh usaha produksi tahu "Arif" telah sesuai dengan metode *full costing*?
2. Apakah penentuan harga jual pada usaha produksi tahu "Arif" berdasarkan *cost plus pricing* telah memenuhi keinginan perusahaan untuk memperoleh laba yang ditetapkan?

### Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis sesuai atau tidaknya perhitungan harga pokok produk yang dilakukan oleh perusahaan tahu "Arif" dengan metode *full costing*.
2. Untuk menganalisis penentuan harga jual dengan menggunakan metode *cost plus pricing* telah memenuhi keinginan perusahaan untuk memperoleh laba yang ditetapkan atau belum.

## TINJAUAN PUSTAKA

### A. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

UMKM memiliki beberapa kriteria untuk masing-masing usaha yang diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah pada bab IV pasal 6 yaitu :

1. Kriteria Usaha Mikro
  - a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,- (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau

- b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000,- (tiga ratus juta rupiah).
2. Kriteria Usaha Kecil
    - a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,- (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,- (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
    - b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,- (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,- (dua milyar lima ratus juta rupiah).
  3. Kriteria Usaha Menengah
    - a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,- (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000,- (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
    - b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000,- (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000,- (lima puluh milyar rupiah).

## B. Pengertian Biaya dan Akuntansi Biaya

Menurut Mulyanto Nugroho (2017:5) Biaya (*cost*) merupakan pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dengan satuan uang, untuk memperoleh barang atau jasa yang diharapkan memberikan manfaat saat ini maupun akan datang. Pengorbanan sumber ekonomis tersebut bisa merupakan biaya historis (*historical cost*) dan biaya masa yang akan datang (*future cost*). Menurut Sodikin dan Riyono (2014:37) beban adalah penurunan manfaat ekonomi selama suatu periode pelaporan dalam bentuk arus keluar atau penurunan aset, atau terjadinya kewajiban yang mengakibatkan penurunan ekuitas yang tidak terkait dengan distribusi kepada penanam modal. Menurut Mulyanto Nugroho (2017:5) Akuntansi Biaya adalah salah satu cabang akuntansi yang merupakan alat manajemen dalam memonitor transaksi biaya secara sistematis serta menyajikan informasi biaya dalam bentuk laporan biaya. Menurut Agus Purwaji, Wibowo, Sabarudin Muslim (2016:8) Akuntansi biaya menyediakan informasi biaya yang dibutuhkan untuk akuntansi keuangan dan akuntansi manajemen.

Menurut Agus Purwaji, Wibowo, Sabarudin Muslim (2016:14) metode pengklasifikasian biaya yang umumnya dilakukan untuk informasi biaya adalah :

1. Klasifikasi biaya berdasarkan fungsi perusahaan
 

Untuk perusahaan manufaktur yang fungsi utamanya adalah mengolah bahan mentah menjadi produk jadi dan kemudian menjualnya, ruang lingkup aktivitasnya menjadi lebih kompleks daripada perusahaan dagang ataupun jasa karena melibatkan bagian produksi, pemasaran serta administrasi dan umum. Oleh karena itu, biaya dapat diklasifikasikan menjadi :

  - a. Biaya Produksi
 

Biaya produksi adalah biaya yang terkait dengan fungsi produksi, yaitu biaya yang timbul dalam pengolahan bahan menjadi produk jadi sampai akhirnya produk tersebut siap untuk dijual. Biaya produksi memiliki tiga elemen, yaitu biaya bahan, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik.

    - 1) Biaya bahan adalah biaya dari suatu komponen yang digunakan dalam proses produksi, yang mana pemakaiannya dapat ditelusuri atau diidentifikasi dan merupakan bagian integral dari suatu produk tertentu. Contoh : Kain pada perusahaan garmen, Karet pada perusahaan ban.
    - 2) Biaya tenaga kerja langsung adalah biaya atau pengorbanan sumber daya atas kinerja karyawan bagian produksi yang manfaatnya dapat ditelusuri atau diidentifikasi jejaknya, serta dapat dibebankan secara layak ke dalam suatu produk. Contoh : Karyawan jahit dan obras kain pada perusahaan garmen.
    - 3) Biaya *overhead* pabrik adalah biaya produksi yang tidak dapat ditelusuri atau diidentifikasi secara langsung pada suatu produk. Biaya tersebut antara lain :

- Biaya bahan penolong adalah biaya dari komponen yang digunakan dalam proses produksi tetapi nilainya relatif kecil dan tidak dapat ditelusuri atau diidentifikasi secara langsung pada suatu produk. Contoh : lem dan paku pada perusahaan sepatu.
- Biaya tenaga kerja tidak langsung adalah biaya atau pengorbanan sumber daya atas kinerja karyawan bagian produksi yang tidak dapat ditelusuri atau diidentifikasi jejaknya atas produk-produk yang dihasilkan perusahaan. Contoh : gaji direktur pabrik.
- Biaya tidak langsung lainnya adalah biaya selain bahan penolong dan biaya tenaga kerja tidak langsung yang terjadi di bagian produksi, yang mana biaya ini tidak dapat ditelusuri atau diidentifikasi jejaknya atas produk-produk yang dihasilkan perusahaan. Contoh : Reparasi dan pemeliharaan peralatan pabrik.

b. Biaya Nonproduksi

Yaitu biaya yang dikeluarkan tidak memiliki keterkaitan dengan proses produksi. Biaya nonproduksi memiliki dua elemen, yaitu beban pemasaran serta beban administrasi dan umum.

- 1) Biaya pemasaran adalah beban yang terkait dengan fungsi pemasaran dalam rangka memasarkan suatu produk, mulai dari persiapan penjualan barang/jasa kepada pelanggan sampai dengan pasca jual. Contoh : Iklan dan promosi.
- 2) Biaya administrasi dan umum adalah beban yang terkait dengan fungsi administrasi dan umum dalam rangka kelancaran perencanaan, koordinasi, pengarahan, dan pengendalian suatu perusahaan. Contoh : Beban listrik dan telepon.

2. Klasifikasi biaya berdasarkan aktivitas

Apabila terjadi kenaikan atau penurunan aktivitas, apakah suatu biaya akan mengalami perubahan secara proporsional atau tidak proporsional. Berikut klasifikasi biaya berdasarkan aktivitas :

a. Biaya tetap (*fixed cost*)

Biaya tetap adalah biaya yang mana total biaya tidak berubah terhadap perubahan aktivitas (volume produksi) dalam rentang yang relevan. Contoh : Penyusutan kendaraan, Biaya sewa gudang.

c. Biaya Variabel (*variable cost*)

Biaya variabel adalah biaya yang mana total biaya berubah secara proporsional terhadap perubahan aktivitas dalam rentang yang relevan. Semakin besar aktivitas (jumlah yang diproduksi) maka semakin tinggi total biaya variabel, dan sebaliknya. Contoh : Biaya bahan bakar.

d. Biaya semi variabel / *Semi variabel cost*

Biaya semi variabel adalah biaya yang mana total biaya berubah tetapi perubahannya tidak proporsional terhadap perubahan aktivitas (volume produksi) dalam rentang yang relevan. Semakin besar aktivitas (volume produksi) maka semakin tinggi pula total biaya yang dibebankan dan sebaliknya, tetapi nilai perubahannya tidak sebanding. Contoh : Biaya listrik dan telepon.

3. Klasifikasi biaya berdasarkan objek biaya

Objek biaya (*cost object*) atau tujuan biaya (*cost objective*) adalah suatu aktivitas yang biayanya diakumulasi dan dibebankan. Akumulasi biaya (*cost accumulation*) adalah kumpulan data biaya yang terorganisir melalui sistem informasi. Sedangkan pembebanan biaya (*cost assignment*) dilakukan dengan memperhitungkan biaya (akumulasi biaya) terhadap objek biaya. Klasifikasi berdasarkan objeknya meliputi :

a. Biaya langsung (*Direct cost*)

Biaya langsung adalah biaya yang dapat ditelusuri atau diidentifikasi secara langsung ke dalam objek biaya, sehingga yang menjadi dasar pembebanan biaya langsung ke dalam obyek biaya adalah penelusuran biaya (*cost tracing*). Contoh : Benang pada perusahaan tekstil, tukang jahit pada perusahaan garmen.

b. Biaya tidak langsung (*Indirect cost*)

Biaya tidak langsung adalah biaya yang tidak dapat ditelusuri atau diidentifikasi secara langsung ke dalam objek biaya atau manfaat dari biaya tersebut, dinikmati oleh beberapa objek biaya, sehingga yang menjadi dasar pembebanan biaya tidak langsung ke dalam objek biaya adalah alokasi biaya (*cost allocation*). Contoh : Biaya gaji satpam

4. Klasifikasi biaya berdasarkan departemen  
Tujuan dari klasifikasi biaya ini adalah untuk ketelitian dalam pembebanan dan pengendalian biaya. Klasifikasi biaya berdasarkan departemen meliputi :
  - a. Departemen Produksi  
Departemen produksi adalah departemen yang secara langsung mengolah bahan menjadi produk jadi. Departemen produksi umumnya terbagi menjadi beberapa pusat biaya yang lebih kecil berdasarkan proses pengolahan produk atau kelompok mesin dengan tujuan untuk pembebanan biaya yang lebih akurat. Contoh : Departemen pengecoran pada perusahaan baja.
  - b. Departemen jasa (departemen pembantu)  
Departemen jasa adalah departemen yang tidak melakukan proses produksi. Fungsi dari departemen jasa (departemen pembantu) adalah memberikan pelayanan dan membantu kelancaran departemen-departemen lain. Contoh : Departemen personalia.
5. Klasifikasi biaya berdasarkan waktu pembebanan  
Tujuan pengklasifikasian biaya ini adalah untuk membandingkan antara beban dengan pendapatan (prinsip perbandingan) dan mengukur laba secara periodik. Dalam kaitannya dengan waktu pembebanan, maka biaya dapat dikelompokkan menjadi :
  - a. Biaya produk  
Biaya produk adalah seluruh biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh, mendapatkan, atau memproduksi suatu produk. Biaya produksi pada perusahaan manufaktur adalah seluruh biaya yang dikeluarkan untuk memproses bahan menjadi suatu produk, sampai pada akhirnya menjadi persediaan. Contoh : Kotak karton (persediaan produk) untuk produksi karton kemasan.
  - b. Biaya periodik  
Biaya periodik pada perusahaan manufaktur adalah seluruh biaya yang tidak termasuk sebagai biaya produk, yang mana biaya ini kan diperhitungkan dengan pendapatan penjualan dalam laporan laba rugi berdasarkan periode terjadinya. Contoh : Biaya listrik dan telepon.
6. Klasifikasi biaya berdasarkan pengendalian manajemen.  
Klasifikasi biaya ini digunakan untuk memantau dan menilai kinerja manajer per departemen. Berikut pengelompokan biaya berdasarkan pengendalian manajemen :
  - a. Biaya Terkendalikan (*Controllable cost*)  
Biaya terkendalikan adalah biaya yang secara signifikan dapat dipengaruhi dan dikendalikan oleh manajemen pada periode tertentu. Contoh : Beban iklan merupakan biaya terkendalikan bagi manajer pemasaran, apabila biaya tersebut menjadi kewenangannya untuk melakukan otorisasi.
  - b. Biaya Tidak Terkendalikan (*Uncontrollable cost*)  
Biaya tidak terkendalikan adalah biaya yang secara signifikan tidak dapat dipengaruhi dan dikendalikan oleh manajemen pada periode tertentu. Contoh : beban penyusutan mesin
7. Klasifikasi biaya berdasarkan pengambilan keputusan  
Aktivitas pengambilan keputusan adalah proses pemilihan dari berbagai alternatif yang ada. Setiap alternatif memiliki konsekuensi biaya dan manfaat yang harus diperbandingkan dengan biaya dan manfaat yang akan diperoleh dari alternatif lain yang tersedia, oleh karena itu pemahaman terhadap konsep biaya menjadi sangat penting. Berikut tujuan klasifikasi biaya untuk pengambilan keputusan manajemen :

a. Biaya relevan (*Relevant Cost*)

Biaya relevan adalah biaya yang akan terjadi di masa yang akan datang dan memiliki perbedaan dengan berbagai alternatif keputusan. Kriteria suatu biaya dikatakan sebagai biaya relevan adalah biaya tersebut akan terjadi dan memiliki perbedaan. Oleh karena itu, dalam pengambilan keputusan harus mempertimbangkan dua kriteria tersebut. Berikut beberapa jenis biaya yang tergolong biaya relevan :

1) Biaya diferensial (*differential cost*)

Biaya diferensial adalah biaya yang memiliki perbedaan dengan berbagai alternatif pilihan. Biaya diferensial sering disebut juga sebagai biaya marginal. Biaya diferensial sendiri dapat berupa biaya variabel maupun biaya tetap.

2) Biaya kesempatan (*opportunity cost*)

Biaya kesempatan adalah manfaat potensial yang akan hilang (dikorbankan) apabila salah satu alternatif telah dipilih dari sejumlah alternatif yang tersedia. Biaya kesempatan tidak selalu dicatat dalam akuntansi, tetapi perlu dipertimbangkan dalam setiap pengambilan keputusan.

3) Biaya tunai (*out-of-pocket cost*)

Biaya tunai adalah biaya yang membutuhkan pengeluaran kas di masa yang akan datang akibat keputusan yang diambil saat ini atau keputusan yang akan diambil di masa yang akan datang.

4) Biaya terhindarkan (*avoidable cost*)

Biaya terhindarkan adalah biaya yang dapat dihindarkan apabila salah satu alternatif telah dipilih dari sejumlah alternatif yang tersedia.

b. Biaya tidak relevan (*Irrelevant cost*)

Biaya tidak relevan adalah biaya yang tidak mempengaruhi pengambilan keputusan, oleh karenanya jenis biaya ini sebenarnya tidak perlu dipertimbangkan. Berikut beberapa jenis biaya yang tergolong biaya tidak relevan :

1) Biaya tertanam (*sunk cost*)

Biaya tertanam adalah biaya yang telah terjadi dan tidak dapat diubah oleh keputusan apapun yang dibuat saat ini atau di masa yang akan datang.

2) Biaya masa lalu (*historical cost*)

Biaya masa lalu adalah biaya yang telah terjadi atau dikeluarkan di masa lalu dan tidak mempengaruhi keputusan apapun.

### C. Harga Pokok Produksi

Menurut Mulyadi (2015:14) Harga pokok produksi dalam pembuatan produk terdapat dua kelompok biaya yaitu produksi dan biaya non produksi. Menurut Mulyadi (2015:17) metode penentuan harga pokok produksi adalah cara untuk memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam kos produksi. Dalam memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam kos produksi terdapat dua metode yaitu metode pendekatan *full costing* dan *variable costing*.

1. *Full Costing*

*Full Costing* atau harga pokok produk konvensional adalah metode penentuan *cost* 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 yang berperilaku variabel maupun tetap ditambah dengan biaya nonproduksi (biaya pemasaran dan biaya administrasi dan umum) pada produk yang dihasilkan. *Variable Costing*

2. *Variable costing*

*Variable Costing* yaitu metode penentuan kos produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku variabel ke dalam *cost* produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik variabel.

Menurut Mulyadi (2015:125) ditinjau dari laporan laba rugi, terdapat perbedaan pokok antara metode *variable costing* dengan *full costing* terletak pada klasifikasi

pos-pos yang disajikan dalam laporan laba rugi tersebut. Laporan laba rugi yang disusun dengan metode *full costing* menitikberatkan pada penyajian unsur-unsur biaya menurut hubungan biaya dengan fungsi-fungsi pokok yang ada dalam perusahaan (*functional cost classification*)

#### D. Harga Jual

Menurut Kotler dan Keller dalam V. Wiratna Sujarweni (2015:72) "Harga Jual adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah nilai yang diukur konsumen atas manfaat-manfaat, karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut". Harga jual sama dengan biaya produksi ditambah *mark up*. Metode penentuan harga jual yaitu :

1. Metode penentuan harga jual berdasarkan biaya  
Metode penentuan harga jual berdasarkan biaya dalam bentuk yang paling sederhana yaitu :

- a) *Cost Plus Pricing*

Penentuan harga jual *cost plus pricing*, biaya yang digunakan sebagai dasar penentuan, dapat didefinisikan sesuai dengan metode penentuan harga pokok produk yang digunakan. Penjual atau produsen menetapkan harga untuk satu unit barang yang besarnya sama dengan jumlah biaya per unit ditambah dengan jumlah laba yang diinginkan. Dalam metode *Cost plus pricing* dihitung dengan rumus:

$$\text{Harga Jual} = \text{Biaya Total} + \text{Mark up}$$

- b) *Mark Up Pricing Method*

*Mark Up Pricing* digunakan oleh penjual dimana dalam penentuan harga jualnya ditetapkan dengan cara menambahkan *mark up* yang diinginkan pada harga beli per satuan. *Mark up* merupakan kelebihan harga jual diatas harga belinya. Keuntungannya bisa diperoleh dari sebagian *mark up* tersebut, karena pedagang harus mengeluarkan sejumlah biaya eksploitasi yang juga diambilkan dari sebagian *mark up* tersebut. Dalam metode *Mark Up Pricing* dihitung dengan rumus :

$$\text{Harga Jual} = \text{Harga Beli} + \text{Mark up}$$

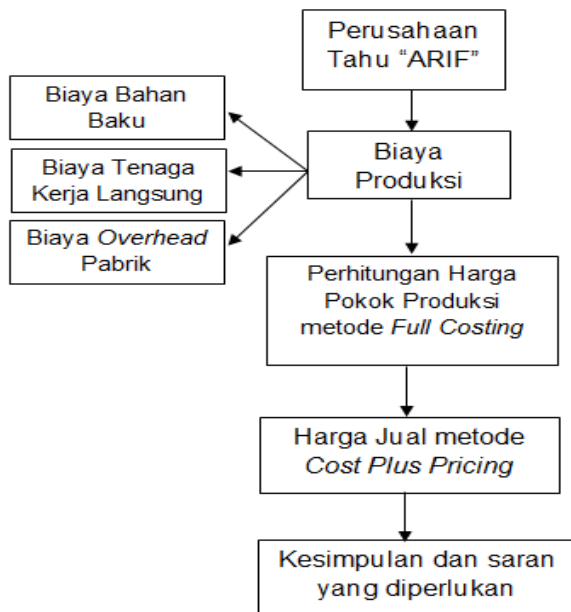
- c) Penentuan harga BEP (*Break Even Point*)

Metode BEP yaitu metode penentuan harga berdasarkan keseimbangan antara jumlah total penerimaan keseluruhan. Dalam metode ini digunakan rumus :

$$\text{BEP} \Rightarrow \text{Total Biaya} = \text{Total Penerimaan}$$

2. Metode penentuan harga jual berdasarkan harga pesaing/kompetitor  
Penentuan harga dilakukan dengan menggunakan harga kompetitor sebagai bahan referensi. Dalam prakteknya penentuan harga ini cocok untuk produk standar dengan kondisi pasar oligopoly (pasar dimana penawaran satu jenis barang dikuasai oleh beberapa perusahaan). Strategi harga jual ini misalnya menetapkan harga di bawah harga pasar dengan maksud untuk meraih pangsa pasar.
3. Penentuan harga berdasarkan permintaan  
Penentuan harga jual dilakukan dengan menganalisis konsumen. Konsumen diminta untuk memberikan pernyataan apakah konsumen merasa harga murah, terlalu murah, terasa mahal, dan terlalu mahal dan dikaitkan dengan kualitas yang diterima.

## E. Kerangka Berpikir



Penelitian pada Usaha Produksi tahu "Arif" akan dilakukan identifikasi biaya produksi antara lain Biaya Bahan Baku, Biaya Tenaga Kerja Langsung dan Biaya *Overhead* Pabrik. Dari biaya-biaya tersebut akan dilakukan perhitungan harga pokok produksi dengan dua metode yaitu perhitungan harga pokok produksi menurut perusahaan dan metode *full costing*. Dari kedua metode ini dapat diketahui perbedaan antara kedua metode tersebut. Kemudian ditentukan harga jual yang tepat untuk perusahaan dengan metode *cost plus pricing* sehingga dapat ditarik kesimpulan dan saran yang diperlukan.

## METODOLOGI PENELITIAN

### A. Jenis dan Lokasi Penelitian

Penelitian yang dilakukan tergolong Kualitatif yaitu metode penelitian yang berlandaskan filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi. Penelitian ini dilakukan di Usaha Produksi tahu Arif di Desa Pelas Kecamatan Kras Kabupaten Kediri.

### B. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono,2014:115). Populasi dalam penelitian ini adalah data keuangan tentang biaya produksi pada perusahaan tahu Arif. Sampel dalam penelitian ini adalah data biaya produksi bulan Agustus 2019. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling* yaitu berdasarkan pertimbangan tertentu untuk mengetahui harga pokok produksi pembuatan tahu di Usaha produksi tahu Arif.

### C. Sumber dan Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan sumber data Primer dan Sekunder. Dalam hal ini data primer diperoleh dengan wawancara langsung dengan pemilik, sedangkan data sekunder dari catatan keuangan perusahaan.



#### D. Metode Analisis Data

1. Mengidentifikasi biaya produksi dan biaya non produksi
2. Menghitung harga pokok produk berdasarkan tata cara perusahaan dengan menjumlahkan semua pengeluaran pada bulan Agustus 2019
3. Menentukan prosedur penentuan harga pokok menurut metode *full costing* dengan cara:
  - a. Mengumpulkan data produksi dalam periode tertentu dan mengumpulkan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya *overhead* pabrik periode tertentu untuk menyusun laporan produksi dan menghitung unit ekuivalen dalam rangka menghitung harga pokok satuan.
  - b. Mendeskripsikan dan melakukan penghitungan harga pokok produksi sesuai metode *full costing*

Biaya bahan baku	Rp xxx
Biaya tenaga kerja langsung	Rp xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik tetap	Rp xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik variabel	<u>Rp xxx +</u>
Harga Pokok Produksi	Rp xxx

- c. Menghitung harga pokok satuan setiap elemen biaya, yaitu jumlah elemen biaya tertentu dibagi produksi ekuivalen dari elemen biaya tersebut.
- d. Mendeskripsikan dan melakukan perhitungan penetapan harga jual. Dalam penetapan harga jual menggunakan harga biaya *plus (cost plus pricing method)*. Maka dapat menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Harga Jual} = \text{Biaya Total} + \text{Mark Up}$$

4. Menganalisa perbedaan hasil perhitungan pada langkah 2 dan 3
5. Memberikan rekomendasi atas hasil analisa harga pokok produk

#### HASIL PENELITIAN

##### A. Harga Pokok Produksi per Unit Produk Menurut Perusahaan

Tabel 1. Harga Pokok Produksi per Unit Produk Menurut Perusahaan

Biaya	Kebutuhan /bulan	Harga (Rp)	Harga/hari (Rp)	Harga/masak (Rp)	Jumlah per bulan (Rp)
Kedelai	8.100	6.700			54.270.000
Tenaga Kerja Langsung	540			11.000	5.940.000
Biaya Listrik	540			150	81.000
Biaya Konsumsi	30		40.000		1.200.000
Biaya Kayu Bakar	540			1.200	648.000
Biaya Solar	540			2.500	1.350.000
Jumlah biaya produksi					63.489.000
Jumlah Produksi (unit)					233.280
Harga pokok produksi per unit					272

Sumber : Pabrik Tahu Arif, Agustus 2019

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa kebutuhan per bulan yaitu :

- 1) Kedelai = per hari membutuhkan 270kg kedelai, sehingga dalam satu bulan membutuhkan kedelai sebanyak 8.100 kg
- 2) Tenaga kerja langsung, biaya listrik, biaya kayu bakar dan biaya solar dihitung dengan menjumlahkan proses masak yang dilakukan setiap bulan. Dalam sehari usaha produksi

tahu ini membutuhkan 18 kali proses masak, sehingga dalam 1 bulan melakukan proses masak sebanyak 540 kali.

- 3) Biaya konsumsi dikeluarkan setiap hari, pada bulan Agustus 2019 terdapat 30 hari kerja, sehingga perusahaan mengeluarkan biaya konsumsi sebanyak 30 kali.

### B. Harga Pokok Produksi per Unit menurut *Full Costing*

Tabel 2. Perhitungan Harga Pokok Produksi per Unit Menurut Metode *Full Costing*

Keterangan	Kebutuhan /bulan	Harga perolehan satuan	Jumlah (Rp)	Unit Produksi	Harga per unit (Rp)
<b>Biaya Bahan Baku Langsung :</b>					
Kedelai	8.100	6.700	54.270.000	233.280	233
<b>Jumlah Biaya Tenaga Kerja Langsung</b>	540	11.000	5.940.000	233.280	25
<b>Biaya Overhead Pabrik :</b>					
Listrik	540	150	81.000	233.280	0
Konsumsi	30	40.000	1.200.000	233.280	5
Bio Solar	540	1.200	648.000	233.280	3
Kayu Bakar	540	2500	1.350.000	233.280	6
Kain Sifon			100.000	233.280	0
Cetakan Tahu			213.000	233.280	1
<b>Biaya Penyusutan Aktiva Tetap</b>					
Bangunan			358.333	233.280	2
Ketel			133.333	233.280	0
Mesin Giling			95.238	233.280	0
Diesel			61.666	233.280	0
Pompa Air			37.500	233.280	0
<b>Biaya Pemeliharaan Mesin</b>					
Saluran Air			100.000	233.280	0
Mesin Penggiling Kedelai			30.000	233.280	0
<b>Jumlah</b>			64.618.070	233.280	275

Sumber : Data diolah

Dalam satu hari usaha ini mampu menghasilkan 7.776 potong tahu, sehingga dalam satu bulan usaha ini mampu menghasilkan tahu sebanyak 233.280. Terdapat perbedaan dengan perhitungan yang dilakukan oleh perusahaan, dimana dalam metode *full costing* juga menghitung biaya *overhead* pabrik lainnya seperti biaya kain sifon dan cetakan tahu. Dalam metode ini dihitung pula biaya penyusutan untuk aktiva tetap berupa bangunan, ketel, mesin giling, diesel dan pompa air. Biaya penyusutan dihitung dengan menggunakan metode garis lurus. Selain itu dihitung pula biaya pemeliharaan mesin yang harus dikeluarkan setiap bulan yaitu saluran air dan mesin penggiling kedelai.

### C. Perbedaan Perhitungan Harga Pokok Produksi Menurut Perusahaan dengan *Full Costing*

Tabel 3. Perbedaan Perhitungan Harga Pokok Produksi Menurut Perusahaan dengan *Full Costing*

Perusahaan		Metode <i>Full Costing</i>		Selisih	
Harga Pokok Produksi	Harga Pokok Produksi / unit	Harga Pokok Produksi	Harga Pokok Produksi / unit	Harga Pokok Produksi	Harga Pokok Produksi / unit
63.489.000	272	64.618.070	275	1.129.070	3

Sumber : Data diolah

Selisih harga pokok produksi antara kedua metode ini adalah sebesar Rp 1.129.070,-. Sedangkan untuk biaya per unit produksi tidak mengalami perbedaan yang signifikan. Untuk biaya per unit menggunakan metode perusahaan adalah sebesar Rp 272,- sedangkan menurut metode *full costing* adalah sebesar Rp 275,-

### D. Penentuan Harga Jual dan Laba Menurut Perusahaan

Perusahaan menetapkan menjual tahu dengan harga Rp 300,- kepada pelanggan yang akan menjual kembali tahu yang diproduksinya. Kemudian pelanggan akan menjual kembali dengan harga Rp 500,- per potong tahu sehingga pelanggan mendapat keuntungan Rp 200,- per potong.

Pabrik tahu Arif menginginkan *Mark up* sebesar Rp 28,- dari penjualan 1 (satu) potong tahu, maka dengan metode *cost plus pricing*, perhitungan harga jual menurut perusahaan adalah :

$$1) \text{ Harga Jual} = \text{Biaya total} + \text{Mark up} \\ = \text{Rp } 272,- + \text{Rp } 28,- \\ = \text{Rp } 300,-$$

- 2) Berdasarkan data tersebut, perusahaan mendapatkan keuntungan sebesar 10% dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\frac{\text{Harga jual perusahaan} - \text{Hpp perusahaan}}{\text{Hpp Perusahaan}} \times 100\%$$

$$\frac{\text{Rp } 300 - \text{Rp } 272}{\text{Rp } 272} \times 100\% = 10\%$$

Hpp : Harga Pokok Produksi

- 3) Sehingga laba minimal yang dikehendaki UKM tahu Arif pada Bulan Agustus 2019 adalah :

$$\text{Prosentae laba} \times \text{Harga Pokok Produksi} \\ = 10\% \times 63.489.000 = \text{Rp } 6.348.900,-$$

### E. Penentuan Harga Jual dan Laba menurut metode *full costing*

Dengan metode *cost plus pricing*, perhitungan harga jual menurut metode *full costing* adalah :

$$1) \text{ Harga Jual} = \text{Biaya total} + \text{Mark up} \\ = \text{Rp } 275,- + \text{Rp } 25,- \\ = \text{Rp } 300,-$$

- 2) Berdasarkan rumus diatas, menurut metode *full costing*, perusahaan mendapatkan keuntungan sebesar 9% dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\frac{\text{Harga jual perusahaan} - \text{Hpp full costing}}{\text{Hpp full costing}} \times 100\%$$

$$\frac{\text{Rp 300} - \text{Rp 275}}{\text{Rp 275}} \times 100\% = 9\%$$

Hpp : Harga Pokok Produksi

- 4) Sehingga laba usaha menurut metode *full costing* adalah :  
 Prosentae laba x Harga Pokok Produksi  
 = 9% x Rp 64.618.070,-  
 = Rp 5.815.626,-

#### F. Laba Usaha

Selain memperoleh laba dari penjualan tahu, UKM tahu Arif juga memperoleh keuntungan lain dari penjualan ampas tahu. Ampas tahu dibeli oleh masyarakat sekitar pabrik untuk pakan ternak. Harga ampas 1 kali masak adalah Rp 16.000,- Sedangkan dalam satu hari UKM tahu Arif mampu melakukan pemasakan hingga 18 kali. Sehingga, dalam sehari dapat memperoleh pendapatan lain-lain sebesar Rp 288.000,-. Banyaknya produksi atau memasak tahu setiap hari dipengaruhi oleh permintaan pelanggan yang akan menjual kembali tahu tersebut. Laba yang didapatkan usaha produksi tahu milik bapak Arif setiap hari dapat dilihat pada tabel 4.21

**Tabel 4. Laba Perusahaan per Hari**

Jenis	Labam/masak (Rp)	Jumlah Masak	Jumlah (Rp)
Penjualan Tahu	10.800	18	194.400
Penjualan Ampas	16.000	18	288.000
Jumlah			482.400

Sumber : Pabrik Tahu Arif, Agustus 2019

#### KESIMPULAN

1. Perhitungan harga pokok produksi yang dilakukan oleh usaha produksi tahu Arif dengan metode *full costing* ternyata masih belum sesuai, karena masih terdapat perbedaan nilai sebesar Rp 1.129.070,-. Hal tersebut disebabkan oleh perusahaan yang tidak menghitung biaya penyusutan mesin dan biaya pemeliharaan peralatan pembuatan tahu setiap bulan, serta biaya *overhead* pabrik lainnya berupa kain sifon dan cetakan tahu.
2. Penentuan harga jual yang dilakukan oleh perusahaan dianggap telah memenuhi keinginan pemilik dalam perolehan laba yang diharapkan, meskipun laba yang diperoleh dari penjualan per potong tahu masih sangat minim, yaitu sebesar Rp 25,-.

#### SARAN

Berdasarkan hasil kesimpulan diatas, maka dapat penulis tuliskan beberapa saran yang dapat diberikan kepada perusahaan yaitu :

1. Pemilik usaha diharapkan untuk menggunakan metode *full costing* dalam perhitungan harga pokok produksi, dengan cara membebaskan biaya *overhead* pabrik seluruhnya dan menghitung seluruh biaya yang dibebankan termasuk biaya pemeliharaan mesin dan biaya penyusutan. Sehingga, harga pokok produksi yang dibebankan terhadap suatu produk dan laba yang didapatkan dapat dihitung dengan lebih tepat dan akurat.
2. Dikarenakan laba yang diperoleh dari penjualan tahu sangat kecil, yaitu hanya Rp 25,- per potong tahu, kepada pengelola usaha produksi tahu Arif diharapkan agar meningkatkan keterampilan dalam membuat tahu dengan menggunakan teknologi yang

lebih modern sehingga dapat mempercepat proses produksi dan menghasilkan produk tahu dengan kualitas yang lebih baik. Selain itu, untuk meningkatkan nilai tambah, pengusaha tahu diharapkan dapat membuat kemasan produk yang lebih menarik dan bersih. Sehingga, dapat meningkatkan daya beli konsumen.