
ANALISIS PENENTUAN HARGA JUAL DENGAN MENGGUNAKAN METODE *COST PLUS PRICING* PADA UMKM KACANG SEMBUNYI PAK MULYATNO

Oleh:

Linda Mentari
Jurusan Akuntansi
STIE Mahardhika Surabaya
mentari.27.lm@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk : 1. Mengetahui langkah-langkah perhitungan harga jual yang dilakukan oleh UMKM Kacang Sembunyi Pak Mulyatno, 2. Mengetahui penentuan harga jual dengan menggunakan metode *cost plus pricing*, 3. Mengetahui apakah ada perbedaan harga jual menurut perusahaan dengan metode *cost plus pricing*. Penelitian dilakukan di Desa Klantingsari Kec. Tarik Kab. Sidoarjo. Jenis penelitian yang dilakukan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Metode penelitian menggunakan teknik deskriptif kuantitatif untuk menganalisis data. Data dianalisis dengan 4 langkah, yakni 1. Menggolongkan biaya produksi dan biaya non produksi, 2. Mendeskripsikan harga jual perusahaan, 3. Menghitung penentuan harga jual dengan metode *cost plus pricing*, 4. Membandingkan harga jual menurut perusahaan dengan harga jual menurut metode *cost plus pricing*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada selisih antara perhitungan harga jual yang dilakukan perusahaan dengan metode *cost plus pricing*. Berdasarkan perhitungan yang dilakukan oleh perusahaan menunjukkan bahwa harga jual produk kacang sembunyi sebesar Rp 1.015.976,-/kg pada tahun 2019, sedangkan menurut metode *cost plus pricing* menunjukkan harga jualnya sebesar Rp 1.018.387,-/kg pada tahun 2019. Untuk selisih terendah harga jual produk kacang sembunyi terjadi pada bulan Mei dan Oktober yaitu dengan selisih sebesar Rp(216),-/kg, sedangkan selisih harga terbesar terjadi pada bulan Januari, Maret, dan April yaitu dengan selisih Rp(216),-/kg. Perbedaan selisih harga jual produk ternyata disebabkan karena perusahaan tidak membebankan biaya non produksi dalam menentukan harga pokok produksi sehingga harga jual produk yang telah ditetapkan lebih rendah dari perhitungan menurut metode *cost plus pricing*.

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

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan ekonomi di era globalisasi saat ini secara tidak langsung telah mendorong persaingan bisnis antar entitas terutama bagi pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM). Persaingan di dunia bisnis menuntut agar para pelaku bisnis mampu mempertahankan eksistensi produk yang mereka tawarkan untuk bisa menguasai pangsa pasar, dengan tujuan mendapatkan laba secara maksimal. Tujuan perusahaan dapat tercapai apabila melaksanakan kegiatan penjualan yang baik dan tepat sasaran, yaitu mengenai tentang volume penjualan yang optimal agar mencapai laba yang maksimal.

Permasalahan yang sering dihadapi oleh pelaku bisnis yaitu mengenai penentuan harga jual produk. Penentuan harga jual produk merupakan suatu keputusan terpenting bagi

manajemen bukan hanya tentang kebijakan dibidang pemasaran dan keuangan saja, namun juga mengenai seluruh aspek kegiatan perusahaan, karena berkaitan dengan pendapatan dan laba perusahaan. Harga jual produk harus dapat menutup segala biaya yang dikeluarkan dan mendapat laba yang diinginkan. Harga jual produk dapat dipengaruhi oleh peranan harga pokok produksi.

Salah satu metode yang dapat digunakan untuk menentukan harga jual produk adalah *Cost plus pricing method*. *Cost plus pricing method* merupakan cara menghitung biaya produksi maupun biaya non produksi untuk menentukan harga pokok produksi atau biaya total yang nantinya akan ditambah dengan persentase laba yang diharapkan oleh perusahaan. Jadi penentuan biaya dalam perhitungan harga pokok produksi yang tepat akan membantu manajer perusahaan dalam pengambilan keputusan yang tepat. Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam pengolahan bahan baku menjadi produk, sedangkan biaya non produksi merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan non produksi, seperti kegiatan pemasaran dan kegiatan administrasi umum (Mulyadi, 2015:14). Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik melakukan penelitian berjudul "Analisis Penentuan Harga Jual Dengan Metode *Cost Plus Pricing* Pada UMKM Kacang Sembunyi Pak Mulyatno".

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perbedaan antara perhitungan harga jual yang dilakukan perusahaan dengan metode *cost plus pricing*.

TINJAUAN PUSTAKA

Akuntansi Biaya

Akuntansi biaya bagi manajemen perusahaan berperan penting untuk dapat memiliki pemahaman terkait dalam melakukan penetapan harga pokok atau produk yang akan dihasilkan. Peran akuntansi biaya sangat membantu perusahaan dalam merencanakan dan pengawasan biaya pada aktivitas perusahaan. Sujarweni (2015:2) menyatakan bahwa akuntansi biaya adalah informasi tentang biaya produksi untuk kepentingan kegiatan manajemen perusahaan industri, yang meliputi bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik, penyimpanan, dan penjualan produk jadi.

Biaya

Dalam mengelola suatu usaha yang baik, diperlukan informasi biaya yang sistematis dan komparatif untuk membantu manajemen menetapkan target yang ingin dicapai. Setiap perusahaan menginginkan keuntungan usaha yang dapat menutup segala biaya yang digunakan. Menurut Mulyadi (2015:8) Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi, sedang terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu. Biaya merupakan kas atau nilai ekuivalen kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat saat ini atau dimasa mendatang bagi organisasi (Salman, 2016: 28).

Harga Pokok Produksi

Harga pokok produksi sangat diperlukan untuk menentukan harga satuan produk yang akan dijual, agar ketika menentukan harga jual produk perusahaan tidak kesulitan untuk mengetahui seberapa besar keuntungan yang ingin didapatkan. Menurut Mulyadi (2015:14) Harga Pokok Produksi dalam pembuatan produk terdapat dua kelompok biaya yaitu biaya produksi dan biaya non produksi. Sedangkan menurut Witjaksono (2013:16) harga pokok produksi adalah sejumlah nilai aktiva (*asset*), tetapi apabila selama tahun berjalan aktiva tersebut membantu memperoleh penghasilan, aktiva tersebut harus dikonversikan ke beban (*expense*).

Penetapan harga jual

Secara umum tujuan menetapkan harga adalah ingin menutup segala biaya yang sudah dikorbankan dan mendapatkan laba yang diinginkan. Menurut Kotler dan Keller (2016:491), terdapat beberapa tujuan penetapan harga, antara lain :

1. Kemampuan Bertahan (*Survival*)
2. Laba Maksimum Saat ini (*Maximum Current Profit*)
3. Pangsa Pasar Maksimum (*Maximum Market Share*)
4. Pemerahan Pasar Maksimum (*Maximum Market Skimming*)
5. Kepemimpinan Kualitas Produk (*Product-Quality Leadership*)

Menurut Kotler dan Armstrong (2016:325) terdapat beberapa metode yang dapat digunakan untuk menetapkan suatu harga, antara lain:

1. Penetapan Harga Berdasarkan Nilai
2. Penetapan Harga Berdasarkan Biaya (*Cost-Based Pricing*)
3. Penetapan Harga Berdasarkan Pesaing (*Competition-Based Pricing*)

Cost Plus Pricing

Cost plus pricing merupakan salah satu metode dalam menentukan harga jual, dimana biaya produksi akan ditambahkan dengan laba yang diharapkan maka harga jual dapat ditentukan. Menurut Garrison dkk (2013:544) dalam mardiana (2019), *cost-plus pricing* adalah suatu metode penentuan harga di mana *markup* yang sudah ditentukan sebelumnya diterapkan untuk suatu dasar harga untuk menentukan harga jual target. Sedangkan menurut Mulyadi (2001:349) dalam Septiano (2018) *Cost Plus Pricing* adalah penentuan harga jual dengan cara menambahkan laba yang diharapkan diatas biaya penuh masa yang akan datang untuk memproduksi dan memasarkan produk.

Markup

Menurut Samryn (2012:352) dalam Septiano (2018) mendefinisikan *markup* sebagai selisih antara harga jual suatu produk atau jasa dengan harga pokoknya.

Penelitian Terdahulu

Septiano (2018) dalam penelitiannya mengenai penentuan harga jual produk dengan menggunakan metode *cost plus pricing* pada UD. Berkah Agung Kapuk Super, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perbedaan penentuan harga jual yang dilakukan perusahaan dengan teori. Jenis penelitian yang dilakukan adalah studi kasus, dengan metode penelitian menggunakan teknik deskriptif kuantitatif untuk menganalisis data. Persamaan dengan peneliti sebelumnya adalah menentukan harga jual dengan menggunakan metode *cost plus pricing*. Perbedaan dengan penelitian terdahulu adalah peneliti terdahulu melakukan penelitian pada UD. Berkah Agung Kapuk Super sedangkan penelitian ini UMKM Kacang Sembunyi Pak Mulyatno.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis Penelitian yang dilakukan adalah kualitatif, dengan pendekatan studi kasus, yang berfokus pada objek tertentu dengan mengumpulkan data dari beberapa elemen. Menurut Moleong (2016:6) penelitian kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk memahami fakta tentang apa yang dialami oleh subjek/pelaku penelitian. Sehingga kesimpulan yang diambil dalam penelitian ini hanya berlaku terbatas bagi objek yang diteliti dan berlaku pada waktu tertentu.

Definisi Operasional Variabel

1. Harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan untuk sebuah produk atau jasa, atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat atau kepemilikan atau penggunaan atas sebuah produk atau jasa.
2. Cost plus pricing merupakan salah satu metode dalam menentukan harga jual produk, dimana biaya produksi akan ditambahkan dengan laba yang diharapkan maka harga jual dapat ditentukan

Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2017: 308) jika peneliti tidak mengetahui teknik dari pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang dapat memenuhi standar data yang telah ditentukan. Dengan teknik yang sudah diatur, maka peneliti dapat dengan mudah melakukan penelitian. Pada penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis data deskriptif kuantitatif, analisis deskriptif kuantitatif digunakan untuk menjelaskan perhitungan dengan menggunakan metode *cost plus pricing* dalam menentukan harga yang kemudian informasi tersebut akan dijadikan landasan dalam penentuan harga jual produk.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Perhitungan Perusahaan

Perusahaan memiliki perhitungan sendiri dalam menentukan harga jual produk, yakni dengan cara menambahkan biaya penuh dengan laba yang diharapkan dan laba yang diharapkan sebesar 10%.

Berikut ini adalah perhitungan harga jual per kg pada tahun 2019:

Bulan	Biaya Produksi (Rp) {a}	Laba (Rp) {d=10%xc}	Total Harga (Rp) {e=c+d}	Jumlah Produksi (Kg) {f}	Harga Jual (Rp) {e:f}
Januari	44.675.400	4.467.540	49.142.940	540	91.005
Februari	40.059.800	4.005.980	44.065.780	480	91.804
Maret	43.137.000	4.313.700	47.450.700	520	91.251
April	43.137.000	4.313.700	47.450.700	520	91.251
Mei	44.895.900	4.489.590	49.385.490	540	91.455
Juni	23.545.700	2.354.570	25.900.270	260	99.616
Juli	-	-	-		
Agustus	42.011.100	4.201.110	46.212.210	500	92.424
September	43.566.000	4.356.600	47.922.600	520	92.159
Oktober	44.877.900	4.487.790	49.365.690	540	91.418
November	41.786.100	4.178.610	45.964.710	500	91.929
Desember	43.332.000	4.333.200	47.665.200	520	91.664
Jumlah	455.023.900	45.502.390	500.526.290	5.440	1.015.976

Sumber : perusahaan

Perhitungan Berdasarkan Teori

Perhitungan harga jual menurut metode *cost plus pricing*, harga jual ditentukan dengan cara menambahkan harga pokok produksi dengan *markup* kemudian akan dibagi dengan volume produksi. Perhitungan harga jual per kg menurut metode *cost plus pricing* akan dijelaskan pada tabel berikut ini:

Bulan	Biaya Produksi (Rp) {a}	Markup (Rp) {b}	Harga Jual (Rp) {c = a+b}	Volume Produksi (Rp) {d}	Harga Jual per Kg (Rp) {e = c : d}
Januari	44.675.400	4.588.164	49.263.564	540	91.229
Februari	40.059.800	4.110.135	44.169.935	480	92.021
Maret	43.137.000	4.430.170	47.567.170	520	91.475
April	43.137.000	4.430.170	47.567.170	520	91.475
Mei	44.895.900	4.606.319	49.502.219	540	91.671
Juni	23.545.700	2.411.080	25.956.780	260	99.834
September	43.566.000	4.469.872	48.035.872	520	92.377
Oktober	44.877.900	4.604.473	49.482.373	540	91.634
November	41.786.100	4.287.254	46.073.354	500	92.147
Desember	43.332.000	4.445.863	47.777.863	520	91.881
Jumlah	455.023.900	46.693.839	501.717.739	5440	1.018.387

Sumber : data diolah

Perbedaan

Perhitungan Harga jual per kg menurut perusahaan akan dibandingkan dengan harga jual menurut metode *cost plus pricing*. Berikut tabel perbandingan harga jual untuk mengetahui selisih harga:

Bulan	Harga Jual		Selisih (Rp) {c = a - b}
	Perusahaan (Rp) {a}	Teori (Rp) {b}	
Januari	91.005	91.229	(224)
Februari	91.804	92.021	(217)
Maret	91.251	91.475	(224)
April	91.251	91.475	(224)
Mei	91.455	91.671	(216)
Juni	99.616	99.834	(218)
Juli		-	
Agustus	92.424	92.643	(219)
September	92.159	92.377	(218)
Oktober	91.418	91.634	(216)

November	91.929	92.147	(218)
Desember	91.664	91.881	(217)
Jumlah	1.015.976	1.018.387	

Sumber : data diolah

Pembahasan

Setelah melakukan penelitian dan analisis data seperti diatas, dapat diketahui bahwa perhitungan penentuan harga jual menurut UMKM kacang sembunyi tidak sama dengan penentuan harga jual menurut metode *cost plus pricing*. Perbedaan tersebut terdapat pada cara menentukan harga jual produk kacang sembunyi. Perusahaan menentukan harga jual dengan cara menambahkan biaya produksi dengan laba yang diharapkan kemudian dibagi dengan volume produksi, sedangkan menurut teori harga jual diperoleh dengan cara menambahkan biaya produksi dengan *markup* kemudian dibagi dengan volume produksi, sehingga didapatkan harga jual produk. Selisih yang timbul disebabkan karena perusahaan tidak melakukan perhitungan harga jual berdasarkan biaya dan tidak membebankan biaya non produksi pada perhitungan tersebut sehingga kurang akurat dalam menentukan harga jual produk dan menimbulkan beragamnya jumlah besaran selisih pada setiap bulannya.

PENUTUP

Kesimpulan

Perbedaan selisih harga jual produk disebabkan karena perusahaan masih menggunakan perkiraan dalam menentukan harga jual dan tanpa membebankan biaya non produksi dalam menentukan harga pokok produksi sehingga harga jual produk yang telah ditetapkan lebih rendah dari perhitungan menurut metode *cost plus pricing*.

Saran

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dilakukan penulis memberikan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan, meliputi:

1. Perhitungan harga pokok produksi dapat digunakan sebagai acuan untuk merencanakan proses produksi dengan dasar perhitungan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik, dan biaya non produksi, agar dalam menentukan harga jual produk lebih akurat.
2. Untuk UMKM kacang sembunyi yang dimiliki oleh Bapak Mulyatno dapat menggunakan perhitungan harga jual berdasarkan kajian teori sebagai bahan pertimbangan untuk menaikkan harga jual produk kacang sembunyi agar bisa menghasilkan laba yang diharapkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2016. *Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi 13. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Keun Lane Keller: *Marketing Management, 15th Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Mulyadi. 2015. *Akuntansi Biaya, Edisi 5*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Moleong, Lexy J. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif, Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

-
- Salman, Kautsar Riza. 2016. *Akuntansi Biaya, Edisi Kedua*. Jakarta: Indeks.
- Septiano, Fransiskus Wahyu. 2018. *Penentuan Harga Jual Produk Dengan Menggunakan Metode Cost Plus Pricing Pada UD. Berkah Agung Kapuk Super*. Pati
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, v. Wiratna. 2015. *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Witjaksono. 2013. *Akuntansi Biaya*. Buku 1, Edisi 11. Yogyakarta: Graha Ilmu.