

**ANALISIS PENENTUAN HARGA JUAL MENGGUNAKAN METODE
COST PLUS PRICING DENGAN PENDEKATAN FULL COSTING PADA
CV. VEREL TRI PUTRA MANDIRI**

*ANALYSIS OF SELLING PRICE DETERMINATION USING COST PLUS PRICING METHOD WITH
FULL COSTING APPROACH ON CV. VEREL TRI PUTRA MANDIRI*

Oleh:

**Bryan F. W. Taroreh¹
Sifrid S. Pangemanan²
I Gede Suwetja³**

^{1,2,3}Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Sam Ratulangi

E-mail:

[¹tarorehbryan@gmail.com](mailto:tarorehbryan@gmail.com)

[²sifrid_s@unsrat.ac.id](mailto:sifrid_s@unsrat.ac.id)

[³gedesuwetja08@gmail.com](mailto:gedesuwetja08@gmail.com)

Abstrak: Persaingan usaha yang telah berkembang pesat menuntut setiap pelaku usaha agar dapat *survive* dalam menjalankan usahanya. Sehingga perusahaan dituntut untuk tepat dalam perencanaan bisnis. Salah satu hal fundamental yang sering merugikan perusahaan adalah kesalahan dalam penentuan harga jual. Metode *Cost plus pricing* adalah metode penentuan harga jual dengan menjumlahkan harga pokok produksi yang ditambahkan dengan *mark-up* yang dihitung berdasarkan pengembalian investasi perusahaan. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis penentuan harga jual yang ditetapkan berdasarkan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing* dibanding dengan harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan. Jenis penelitian yang digunakan adalah 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.

Kata Kunci: *Cost plus pricing, Full costing, Harga Jual Produk, Harga Pokok Produksi*

Abstract: *The Business competition that has grown rapidly demands every business actor to survive in running his business. So companies are required to be precise in business planning. One of the fundamental things that often harm the company is the error in the determination of the selling price. The cost plus pricing method is a method of determining the selling price by summing the cost of production added with a mark-up that calculated based on the return on investment of the company. The purpose of this study is to analyze the determination of the set selling price based on the cost plus pricing method with a full costing approach compared to the selling price set by the company. The type of research used is qualitative descriptive. The results showed a difference between the selling price set by the company and the calculation of the selling price using the cost plus pricing method. From the 3 samples of product that used for the study, there is a difference where the price set by the company is higher than the price set by cost plus pricing method. There is 1 product that has a difference of more than 10% namely in peanut bread products by 11.12% (Rp.555.91) and 2 other products with a difference of less than 10% namely in chocolate bread products by 7.62% (Rp.380.88) and cheese bread by 9.01% (Rp.450.66). This situation happens because the company doesn't do calculations based on costs, but only based on market prices and forecast methods based on the owner's experience in running a business.*

Keywords: *Cost plus pricing, Full costing, Product Sales Price, Cost of Goods Manufactured*

Latar Belakang

Dewasa ini, globalisasi telah membantu terciptanya keberagaman dan persaingan usaha yang lebih kompleks. Mudahnya mengakses internet membuat orang-orang dapat mengembangkan skill ataupun mempelajari cara baru dalam memproduksi sebuah produk sampai memasarkan produknya. Setiap orang dapat mendirikan perusahaan untuk menopang operasional bisnisnya. Salah satu tujuan utama dirintisnya sebuah perusahaan adalah untuk mendatangkan laba/profit. Walaupun masih banyak aspek lain didirikannya sebuah perusahaan seperti untuk membuka lapangan pekerjaan baru, meningkatkan daya saing, dll, namun tetap saja mendatangkan laba/profit adalah prioritas utama dirintisnya sebuah perusahaan. Dengan adanya laba, sebuah perusahaan dapat berkembang dengan baik dan dapat bertahan di tengah kerasnya persaingan.

Salah satu hal yang menyebabkan kesulitan dalam mempertahankan sebuah bisnis adalah terdapatnya kelemahan fundamental pada perencanaan bisnis mereka. Perencanaan bisnis mencakup perencanaan keuangan, alat modal, neraca keuangan, laporan laba-rugi, analisa aliran dana, penjualan, dan perkiraan biaya atau harga pokok produksi. Kelemahan fundamental yang dialami pemilik perusahaan dalam upaya mendatangkan laba adalah kurang tepatnya cara atau metode perusahaan dalam penentuan harga jual produk. Dalam menetapkan harga jual diperlukan pertimbangan yang mendalam dan teliti guna memperoleh harga jual yang sesuai dengan keinginan dan tujuan perusahaan. Selain itu, adanya persaingan pasar dapat menciptakan harga jual yang kompetitif. Oleh karena itu, penentuan harga jual harus didasarkan pada perhitungan harga pokok produksi yang tepat.

Harga jual adalah aspek penting dalam proses jual beli. Kesalahan dalam penetapan harga jual akan mengakibatkan harga jual yang terlalu tinggi atau terlalu rendah. Hal tersebut akan berakibat buruk bagi perusahaan, karena dengan harga penawaran yang terlalu tinggi maka tingkat permintaan konsumen akan menurun dan sulit bersaing dengan perusahaan lainnya. Dan sebaliknya jika harga jual terlalu rendah maka ada dua kemungkinan yaitu rugi dan berimbang (pulang pokok). Penentuan harga jual yang tepat adalah jumlah harga pokok produksi yang ditambahkan dengan *mark-up* yang diharapkan oleh perusahaan. Perhitungan markup yang tepat didasarkan pada biaya non produksi dan laba yang ingin dicapai oleh perusahaan yang dinyatakan dalam persentase. Metode penentuan harga jual ini disebut juga dengan metode *cost plus pricing*. Metode *cost plus pricing* adalah metode yang sederhana namun dapat menunjang keberlangsungan perusahaan karena dapat menutup seluruh biaya dan dapat mendatangkan laba yang diharapkan perusahaan.

Penelitian ini membahas tentang penentuan harga jual menggunakan metode *Cost plus pricing* dengan pendekatan *Full costing* pada CV. Verel Triputra Mandiri. Sejak awal didirikannya perusahaan ini, CV. Verel Triputra Mandiri masih mengandalkan perhitungan harga jual secara konvensional atau berdasarkan perkiraan menurut pemilik usaha. Hal ini sering mengakibatkan situasi *over costing* dalam perhitungan biaya perusahaan sehingga menciptakan harga jual produk yang lebih mahal, yang bermuara pada menurunnya tingkat permintaan konsumen dan sulit bersaing dengan perusahaan sejenisnya. Sehingga dengan adanya perhitungan harga jual dengan metode *cost plus pricing* diharapkan dapat membantu CV. Verel Triputra mandiri dalam menentukan harga jual yang didasarkan pada perhitungan biaya-biaya apa saja yang sudah dikorbankan oleh perusahaan dalam proses produksi, serta dengan penentuan *mark-up* yang didasarkan pada *return on investment (ROI)* perusahaan.

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana penentuan harga jual produk pada CV. Verel Tri Putra Mandiri jika menggunakan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*.
2. Untuk mengetahui perbandingan penentuan harga jual yang ditetapkan berdasarkan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing* dengan penentuan harga jual yang ditetapkan oleh CV. Verel Tri Putra Mandiri

TINJAUAN PUSTAKA

Akuntansi Manajemen

Akuntansi adalah kegiatan atau proses pencatatan (*record*), penggolongan (*classifying*), peringkasan (*summarizing*) transaksi-transaksi keuangan yang terjadi pada suatu organisasi dan melaporkan atau menyajikan serta menafsirkan (*interpret*) hasilnya (Reviandani dan Pristyadi, 2019:2).

Ilmu akuntansi terbagi atas beberapa bidang, salah satunya adalah akuntansi manajemen yang didalamnya terdapat akuntansi biaya sebagai bagian dari akuntansi manajemen. Akuntansi manajemen adalah salah satu bidang ilmu akuntansi yang mempelajari bagaimana cara menghasilkan informasi keuangan untuk pihak manajemen yang selanjutnya akan digunakan untuk pengambilan keputusan manajemen (Sujarweni, 2019a:2).

Biaya

Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi, sedang atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu (Mulyadi, 2012:7).

Hansen dan Mowen (2013:42), biaya adalah kas atau nilai setara kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat saat ini atau di masa depan bagi organisasi.

Biaya adalah semua pengeluaran untuk mendapatkan barang atau jasa dari pihak ketiga, baik berkaitan dengan usaha pokok perusahaan maupun tidak. Biaya diukur dalam unit moneter dan digunakan untuk menghitung harga pokok produk yang diproduksi perusahaan (Kuswadi, 2005:8).

Harga Pokok Produksi

Harga pokok produk adalah pembebanan biaya yang mendukung tujuan manajerial yang spesifik. Artinya penentuan harga pokok suatu produk bergantung pada tujuan manajerial yang spesifik atau yang ingin dicapai (Hansen dan Mowen, 2013:55)

Harga pokok produksi adalah penjumlahan seluruh pengorbanan sumber ekonomi yang digunakan dalam pengolahan bahan baku menjadi produk jadi (Firmansyah, 2013:57).

Metode Pengumpulan Harga Pokok Produksi

Ada dua cara yang dapat digunakan untuk pengumpulan harga pokok produksi, yaitu metode harga pokok pesanan dan metode harga pokok proses.

A. Metode Harga Pokok Pesanan (*Job Order Costing Method*)

Metode harga pokok pesanan adalah metode untuk memproduksi produk dan menentukan harga pokok produk perusahaan berdasarkan pesanan dari konsumen (Sujarweni, 2019b:71). Metode harga pokok pesanan biasanya digunakan oleh perusahaan-perusahaan yang membuat produksinya berdasarkan pesanan, bentuk dan kualitas produk dibuat sesuai dengan keinginan pemesan sehingga setiap produk memiliki sifat yang berbeda, produk dibuat berdasarkan pemesanan dan bukan untuk memenuhi stok gudang (Supriyono, 2000:36).

B. Metode Harga Pokok Proses

Harga pokok proses adalah metode perhitungan harga pokok produk berdasarkan biaya yang diproduksi pada suatu periode dibagi unit produksi (Sujarweni 2019b:87).

Pengumpulan harga pokok proses ditentukan oleh biaya yang terbentuk dari kumpulan biaya produksi berdasarkan pada produksi massa. Perusahaan yang memproduksi secara massa melaksanakan pengolahan produksinya untuk memenuhi persediaan gudang. Dalam metode ini biaya-biaya produksi dikumpulkan untuk periode tertentu dan kos produksi per satuan produk yang dihasilkan dalam periode tersebut dihitung dengan cara membagi total biaya produksi untuk periode tersebut dengan jumlah satuan produk yang dihasilkan dalam periode yang bersangkutan (Mulyadi, 2012:17).

Metode Penentuan Harga Pokok Produksi

Mulyadi (2012:18), menyatakan metode penentuan harga pokok produksi adalah cara untuk memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam harga pokok produksi. Biaya tersebut merupakan biaya produksi. Dalam memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam harga pokok produksi terdapat 2 pendekatan, yaitu:

1. *Full costing*

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 yang berperilaku variabel maupun tetap. Harga pokok produk yang dihitung dengan pendekatan *full costing* terdiri dari unsur harga pokok produksi (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik variabel dan biaya overhead pabrik tetap) ditambah dengan biaya non produksi (biaya pemasaran, biaya administrasi dan umum)

2. *Variabel Costing*

Metode *variable costing* merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku variabel ke dalam harga pokok produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead variabel pabrik variabel. Harga pokok produk

yang dihitung dengan pendekatan *variabel costing* terdiri dari unsur harga pokok produksi variabel (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik variabel) ditambah dengan biaya non produksi variabel (biaya pemasaran variabel, dan biaya administrasi dan umum variabel serta tetap).

Penentuan Harga Jual

Harga jual adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Penentuan harga jual merupakan salah satu keputusan manajemen. Hidup matinya perusahaan dalam jangka panjang bergantung pada keputusan pricing ini (Sodikin, 2015: 158).

Harga jual adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi suatu barang atau jasa ditambah dengan persentase laba yang diinginkan perusahaan, karena itu untuk mencapai laba yang diinginkan oleh perusahaan salah satu cara yang dilakukan untuk menarik minat konsumen adalah dengan cara menentukan harga yang tepat untuk produk yang terjual (Lasena, 2013)

Metode Penentuan Harga Jual

Sujarweni (2019a:75-77), menyatakan Ada 3 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 jual berdasarkan biaya

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

a. *Cost plus pricing method*

Deviesa (2019:99) menyatakan untuk menentukan harga jual suatu produk dengan metode *cost plus pricing/absorption cost pricing* maka perusahaan harus menambahkan biaya (cost) dengan presentase *mark-up*. Adanya komponen *mark-up* maka *cost based pricing* sering disebut sebagai *cost plus pricing* (plus komponen *mark-up*). Menentukan presentase *mark-up* sebenarnya fleksibel, hanya saja umumnya menggunakan tingkat pengembalian (ROI).

ROI adalah target laba operasi tahunan yang ingin dicapai oleh perusahaan dibagi dengan investasi modal. Investasi modal yang dimaksud dapat berupa total aktiva baik jangka panjang maupun jangka pendek. Besarnya *mark-up* tergantung dari produk, lini produk, atau jasanya, tetapi harus tetap mempertimbangkan kondisi pasar dan persaingan serta factor resiko dan peraturan pemerintah.

b. *Mark-up pricing method*

Mark-up pricing banyak digunakan oleh para pedagang. Para pedagang akan menentukan harga jualnya dengan cara menambahkan *mark-up* yang diinginkan pada harga beli per satuan. Persentase yang ditetapkan berbeda untuk setiap jenis barang

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

Metode penetapan harga berdasarkan keseimbangan antara jumlah total biaya keseluruhan dengan jumlah total penerimaan keseluruhan.

2. Metode penetapan harga jual berdasarkan Harga pesaing/Kompetitor

Penetapan harga dilakukan dengan menggunakan harga competitor sebagai bahan referensi. Dalam prakteknya penetapan harga ini cocok untuk produk standar dengan kondisi pasar oligopoly (pasar dimana penawaran satu jenis barang dikuasai oleh beberapa perusahaan). Untuk memenangkan persaingan dan meraih konsumen sebanyak-banyaknya digunakan strategi harga. Strategi harga jual ini misalnya menetapkan harga dibawah harga pasar dengan maksud untuk meraih pangsa pasar.

3. Metode penetapan harga jual berdasarkan Permintaan

Penetapan 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.

Penelitian Terdahulu

Handayani dan Ghofur (2019) dalam penelitian yang berjudul Penerapan *Cost Plus Pricing* dengan Pendekatan *Full Costing* dalam menentukan Harga Jual pada UD.Lyly Bakery Lamongan, menyatakan perhitungan harga jual per unit pada UD.Lyly Bakery Lamongan dengan metode *Cost Plus Pricing* dengan pendekatan *full costing* tahun 2013, harga jualnya lebih rendah dibandingkan dengan harga jual yang ditetapkan oleh UD. Lyly Bakery Lamongan. UD. Lyly Bakery Lamongan dapat mempertimbangkan cara penentuan harga jual produk berdasarkan metode *Cost Plus Pricing* dengan pendekatan *full costing* karena tetap memiliki laba yang sesuai dengan laba yang diharapkan oleh perusahaan.

Kondoy, Ilat dan Pontoh (2015) dalam penelitian yang berjudul Penerapan *Cost Plus Pricing* dalam Keputusan Penetapan Harga Jual untuk Pesanan Khusus pada Ud. Dewa Bakery Manado, menyatakan alternatif yang diajukan mampu memberikan keuntungan bagi perusahaan. Dengan menggunakan metode *cost plus pricing*, perusahaan menetapkan harga jual normal per unit roti dengan harga Rp.3150, ketika perusahaan mendapat 2.000 pesanan khusus dengan harga Rp. 2.700 per unit, bila dianalisis dengan metode *cost plus pricing* perusahaan masih mendapat keuntungan sebesar Rp 800.000.

Toar, Karamoy dan Wokas (2017) dalam penelitian yang berjudul Analisis Perbandingan Harga Jual Produk Dengan Menggunakan Metode *Cost Plus Pricing* dan *Mark Up Pricing* pada Dolphin Donuts Bakery, menyatakan penetapan harga jual yang ditetapkan oleh Dolphin Donuts Bakery masih menggunakan metode harga jual yang ditetapkan oleh produsen, yaitu harga jual yang mengikuti harga pasaran yang telah ditetapkan oleh usaha-usaha dagang sejenis lainnya. Perhitungan berdasarkan metode *Cost Plus Pricing* didapatkan hasil yang berbeda dengan perhitungan menggunakan metode *Mark Up Pricing*. Dimana harga jual yang dihitung berdasarkan metode *Mark Up Pricing* jauh lebih murah dibandingkan dengan menggunakan metode *Cost Plus Pricing*.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan kualitatif. Spesifiknya, jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif kualitatif adalah penulisan laporan yang bertitik pada masalah yang ada sekarang, bertujuan untuk memberikan gambaran keadaan perusahaan yang sebenarnya dengan melakukan kegiatan penelitian lapangan, observasi, wawancara. Penelitian deskriptif kualitatif yang artinya lebih melihat masalah tentang manusia dan sosial dimana penulis melakukan penelitian secara alami dari subjek yang berada di lingkungan sekitar dan bukan hasil atau manipulasi variabel. (Gunawan, 2014:15).

Tempat dan Waktu Penelitian

Kegiatan penelitian dilapangan akan dilaksanakan di kantor utama CV. Verel Tri Putra Mandiri yang terletak di Jl. Raya Manado Tomohon, Pineleng II, Kecamatan Pineleng, Kabupaten Minahasa, Sulawesi Utara.

Waktu penelitian dimulai dari persiapan penelitian pada bulan Oktober 2020, proses penelitian pada bulan November 2020, dan akhir penelitian pada bulan Desember 2020.

Jenis, Sumber dan Metode Pengumpulan Data

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif dan data kuantitatif. Data kualitatif berupa gambaran umum CV. Verel Tri Putra Mandiri, seperti sejarah perusahaan, visi dan misi perusahaan, struktur organisasi, serta tugas, wewenang dan tanggung jawab ketenagakerjaan. Sedangkan data kuantitatif yang akan digunakan dalam penelitian ini berupa informasi seluruh biaya penuh perusahaan untuk menentukan harga pokok produksi, margin keuntungan yang diharapkan perusahaan dan harga jual produk yang telah ditetapkan perusahaan.

2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu seluruh data yang diperoleh langsung oleh penulis dari perusahaan yang merupakan informasi lisan maupun tulisan mengenai keadaan perusahaan berupa gambaran umum perusahaan, informasi biaya dan beberapa data-data keuangan lain yang berkaitan dengan penelitian.

3. Metode Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara adalah proses tanya jawab antara dua pihak yaitu pewawancara dan narasumber untuk memperoleh data, keterangan atau pendapat tentang suatu hal. Dalam hal ini, penulis ingin mendalami tentang kondisi perusahaan lewat wawancara terstruktur untuk mengetahui keadaan perusahaan, kondisi keuangan perusahaan, dan cara perusahaan untuk menentukan harga jual produk.

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah cara mengumpulkan data dengan jalan memeriksa dan mengobservasi data penelitian yang terdapat dalam dokumen, catatan, arsip dan lain sebagainya. Adapun dokumen-dokumen yang diperlukan

dalam penelitian ini berupa profil, catatan biaya, dan catatan harga jual produk dari CV. Verel Tri Putra Mandiri tahun 2019.

c. Observasi

Mengadakan pengamatan secara langsung terhadap objek penelitian tentang pelaksanaan kegiatan operasional. Dalam hal ini pengamatan dilakukan pada tempat produksi roti CV. Verel Tri Putra Mandiri.

Metode dan Proses Analisis

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dimana menggunakan metode deskriptif yaitu proses pemecahan masalah yang diselidiki dengan menjabarkan atau melukiskan kondisi subjek dan objek penelitian pada periode penelitian berdasarkan fakta yang ada atau dapat dilihat sebagaimana adanya. Proses analisis dalam melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Langkah pertama, peneliti melakukan tatap muka awal dengan pimpinan perusahaan.
2. Langkah kedua, peneliti mempersiapkan hal-hal apa saja yang diperlukan sebelum melakukan penelitian.
3. Langkah ketiga, peneliti mengumpulkan data-data yang diperlukan dalam penelitian.
4. Langkah keempat, peneliti mengolah data-data yang telah diperoleh menggunakan metode analisis *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*.
5. Langkah kelima, peneliti menarik kesimpulan dari data yang telah diolah dan kemudian membandingkannya dengan harga jual menurut perusahaan. Setelah itu peneliti akan mengevaluasi penerapan harga jual dan memberi saran berdasarkan hasil analisis peneliti tentang penentuan harga jual menggunakan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing* pada CV. Verel Tri Putra Mandiri.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Pada penelitian ini, penulis mengambil tiga jenis roti untuk dijadikan sampel yaitu roti coklat, roti keju dan roti kacang karena berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik perusahaan, ketiga jenis roti ini merupakan produk favorit konsumen karena cita rasa yang ditawarkan perusahaan untuk ketiga produk yang tergolong umum ini menurut beberapa konsumen lebih unggul dari produk yang lain dengan harga setara serta menurut manager penjualan, ketiga produk ini memiliki tingkat penjualan diatas rata-rata dari produk lain yang terdapat pada CV. Verel Tri Putra Mandiri.

Penulis akan menganalisis perhitungan harga pokok produksi dengan pendekatan *full costing* dan *mark-up* yang akan bermuara pada perhitungan harga jual dengan metode *cost plus pricing* yang timbul pada 3 produk yang menjadi objek penelitian yakni roti coklat, roti keju dan roti kacang. Data yang dianalisis merupakan data selama 1 tahun produksi yakni pada tahun 2019. Berikut merupakan hasil analisis data yang dilakukan penulis berdasarkan metode observasi atas catatan-catatan yang ada pada perusahaan dan metode wawancara yang dilakukan langsung dengan pemilik perusahaan, manager produksi dan manager penjualan.

Total Produksi

CV. Verel Tri Putra Mandiri mengkalkulasikan total produksi dengan melihat hari kerja efektif yakni selama 26 hari kerja per bulan dan 312 hari kerja per tahun. Berikut rincian total produksi perusahaan:

Table 1: Total Produksi

TOTAL PRODUKSI	PER HARI	PER BULAN (26 hari kerja)	PER TAHUN (312 hari kerja)
Roti Cokelat	150 unit	3.900 unit	46.800
Roti Keju	150 unit	3.900 unit	46.800
Roti Kacang	150 unit	3.900 unit	46.800
JUMLAH	450 unit	11.700 unit	140.400

Sumber: Hasil olah data, 2021.

Tabel 1 menunjukkan total produksi yang terjadi pada CV. Verel Triputra Mandiri selama tahun 2019, dimana perusahaan memproduksi ketiga sampel penelitian dengan jumlah yang sama, sehingga per hari perusahaan memproduksi 150 unit per produk, dengan total per hari untuk ketiga produk sebanyak 450 unit, per bulan sebanyak 11.700 unit dan per tahun sebanyak 140.400.

Total Biaya

a. Biaya Produksi

Biaya produksi yang dikeluarkan perusahaan selama tahun 2019 terdiri atas biaya bahan baku, biaya tega kerja langsung dan biaya overhead pabrik.

1. Biaya Bahan Baku

Tabel 2: Biaya Bahan Baku

Biaya	Jumlah
Bahan Baku Roti	Rp. 144.242.400
Topping Roti Cokelat (Cokelat Zhicofill)	Rp. 19.920.000
Topping Roti Keju (Keju Filo)	Rp. 16.656.000
Topping Roti Kacang (Kacang Kupas)	Rp. 11.736.000
Total	Rp. 192.554.400

Sumber: Hasil olah data, 2021.

Tabel 2 menunjukkan total biaya bahan baku yang digunakan perusahaan, yakni bahan baku roti, cokelat zhicofill sebagai topping untuk roti cokelat, keju filo sebagai topping untuk roti keju dan kacang kupas sebagai topping untuk roti kacang dengan total keseluruhan biaya bahan baku adalah sebesar Rp. 192.554.400.

2. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Tabel 3: Biaya Tenaga Kerja Langsung

Tenaga Kerja	Gaji (Per Bulan)	Jumlah Karyawan	Total Gaji (Per Bulan)	Total Gaji (Per Tahun)
Manager produksi/kepala koki	Rp.3.000.000	1	Rp.3.000.000	Rp. 36.000.000
Baker	Rp.2.500.000	2	Rp.5.000.000	Rp. 60.000.000
Koki Pembantu	Rp.2.500.000	1	Rp.2.500.000	Rp. 30.000.000
JUMLAH				Rp.126.000.000

Sumber: Hasil olah data, 2021.

Tabel 3 menunjukkan total biaya tenaga kerja langsung yang terdiri dari biaya gaji seorang manager produksi/kepala koki sebesar Rp. 36.000.000, 2 orang baker sebesar Rp. 60.000.000 dan seorang koki pembantu sebesar Rp. 30.000.000 sehingga biaya tenaga kerja langsung berjumlah Rp. 126.000.000.

3. Biaya Overhead Pabrik

Tabel 4: Biaya Overhead Pabrik

Biaya	Jumlah
Bahan tidak langsung	Rp. 25.920.000
Tenaga kerja tidak langsung	Rp. 24.000.000
Biaya tidak langsung lainnya variable	Rp. 20.160.000
Biaya tidak langsung lainnya tetap	Rp. 84.000.000
Total	Rp. 154.080.000

Sumber: Hasil olah data, 2021.

Tabel 4 menunjukkan total biaya overhead pabrik yang terdiri dari biaya bahan tidak langsung sebesar Rp. 25.920.000, biaya tenaga kerja tidak langsung sebesar Rp. 24.000.000, biaya tidak langsung lainnya variable sebesar Rp. 20.160.000 dan biaya tidak langsung lainnya tetap sebesar Rp. 84.000.000. Maka, total biaya overhead pabrik adalah Rp. 154.080.000.

b. Biaya Non Produksi

Biaya non produksi terdiri atas biaya penjualan dan biaya administrasi dan umum.

Tabel 5: Biaya Non Produksi

Biaya	Jumlah
Penjualan	Rp. 8.240.000
Administrasi dan Umum	Rp. 31.200.000
Total	Rp. 39.440.000

Sumber: Hasil olah data, 2021.

Tabel 5 menunjukkan total biaya non produksi yang terdiri atas penjualan sebesar Rp. 8.240.000 dan biaya administrasi dan umum sebesar Rp. 31.200.000, sehingga total biaya non produksi sebesar Rp. 39.440.000.

Menghitung Total Biaya Produksi per Produk

a. Menghitung Total Biaya Roti Sebelum Topping

Biaya bahan baku roti merupakan jumlah keseluruhan dari ketiga produk yang menjadi sample. Maka untuk membagi biaya roti sebelum topping, dapat digunakan rumus sebagai berikut:

$$\frac{\text{Biaya X jumlah produksi per produk}}{\text{total produksi}}$$

Dalam penelitian ini, biaya dan jumlah produksi per produk untuk ketiga produk yang menjadi sample penelitian memiliki nilai yang sama. Oleh karena itu, perhitungannya adalah sebagai berikut:

- Biaya bahan baku roti = $\frac{\text{Biaya X jumlah produksi per produk}}{\text{total produksi}}$

$$\text{Biaya bahan baku roti} = \frac{144.242.400 \times 46.800}{140.400}$$

$$\text{Biaya bahan baku roti} = \text{Rp. 48.080.800}$$
- Biaya tenaga kerja langsung = $\frac{\text{Biaya X jumlah produksi per produk}}{\text{total produksi}}$

$$\text{Biaya tenaga kerja langsung} = \frac{126.000.000 \times 46.800}{140.400}$$

$$\text{Biaya tenaga kerja langsung} = \text{Rp. 42.000.000}$$
- Biaya Overhead Pabrik = $\frac{\text{Biaya X jumlah produksi per produk}}{\text{total produksi}}$

$$\text{Biaya Overhead Pabrik} = \frac{154.080.000 \times 46.800}{140.400}$$

$$\text{Biaya Overhead Pabrik} = \text{Rp. 51.360.000}$$

Maka, total biaya roti sebelum ditambahkan topping adalah:

Tabel 6: Total Biaya Roti Sebelum Topping

Produk	Biaya Bahan Baku Roti	Biaya Tenaga Kerja Langsung	Biaya Overhead Pabrik	Total Biaya Per Produk (sebelum topping)
Roti Cokelat	Rp.48.080.800	Rp.42.000.000	Rp.51.360.000	Rp.141.440.800
Roti Keju	Rp.48.080.800	Rp.42.000.000	Rp.51.360.000	Rp.141.440.800
Roti Kacang	Rp.48.080.800	Rp.42.000.000	Rp.51.360.000	Rp.141.440.800

Sumber: Hasil olah data, 2021.

Tabel 6 menunjukkan biaya roti sebelum ditambahkan topping, dimana untuk roti cokelat, roti keju dan roti kacang memiliki biaya bahan baku sebelum ditambahkan topping untuk masing-masing roti adalah sebesar Rp. 141.440.800.

b. Menghitung Total Biaya Produksi per Produk

Total biaya produksi per produk didapat atas penjumlahan total biaya roti sebelum topping dan biaya topping.

Tabel 7: Total Biaya per Produk

Jenis Produk	Biaya Sebelum Topping (a)	Biaya Topping (b)	Biaya Produksi Per Produk (a) + (b)
Roti Cokelat	Rp. 141.440.800	Rp. 19.920.000	Rp. 161.360.800
Roti Keju	Rp. 141.440.800	Rp. 16.656.000	Rp. 158.096.800
Roti kacang	Rp. 141.440.800	Rp. 11.736.000	Rp. 153.176.800

Sumber: Hasil olah data, 2021.

Tabel 7 menunjukkan biaya produksi untuk setiap produk yang menjadi sample, yang merupakan penjumlahan antara biaya sebelum topping dengan biaya topping. Oleh karena itu, biaya pembuatan roti cokelat sebesar Rp. 161.360.800, roti keju sebesar Rp. 158.096.800 dan roti kacang Rp. 153.176.800.

Perhitungan Mark-up

a. Menghitung Biaya non Produksi per Unit

Biaya non produksi per unit akan digunakan pada perhitungan *mark-up*. Untuk menghitung dapat menggunakan rumus:

$$\text{Biaya non produksi per unit} = \frac{\text{total biaya non produksi per tahun}}{\text{total produksi per tahun}}$$

Maka, perhitungan biaya non produksi CV. Verel Tri Putra Mandiri adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Biaya non produksi per unit} &= \frac{\text{total biaya non produksi per tahun}}{\text{total produksi per tahun}} \\ &= \frac{\text{Rp.39.440.000}}{140.400} \\ \text{Biaya non produksi per unit} &= \text{Rp. 280,91} \end{aligned}$$

b. Menghitung Biaya Produksi per Unit

Biaya produksi per unit dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

$$\text{Biaya produksi per unit} = \frac{\text{total biaya per produk/tahun}}{\text{total produksi per produk/tahun}}$$

Berikut adalah perhitungan biaya produksi per unit:

Tabel 8: Biaya Produksi per Unit

Jenis Produk	Total Biaya Per Produk/Tahun (a)	Total Produksi Per Produk/Tahun (b)	Biaya Produksi Per Unit (a) : (b)
Roti Cokelat	Rp. 161.360.800	46.800	Rp. 3.447,87
Roti Keju	Rp. 158.096.800	46.800	Rp. 3.378,14
Roti kacang	Rp. 153.176.800	46.800	Rp. 3.273,01

Sumber: Hasil olah data, 2021.

Table 8 menunjukkan hasil pembagian antara total biaya per produk/tahun dengan total produksi per produk/tahun yang menghasilkan biaya produksi per unit untuk roti cokelat Rp. 3.447,87, roti keju sebesar Rp. 3.378,14 dan roti kacang sebesar Rp. 3.273,01.

c. Menghitung ROI per Unit

Untuk menghitung ROI per unit dapat menggunakan rumus:

$$\text{ROI per unit} = \frac{\text{Investasi} \times \text{ROI yang diharapkan perusahaan}}{\text{total unit yang diproduksi}}$$

- Investasi perusahaan sebesar Rp. 500.000.000
- Perusahaan mengharapkan ROI sebesar 15%

Maka, perhitungan ROI sebagai berikut:

$$\text{ROI per unit} = \frac{\text{Investasi} \times \text{ROI yang diharapkan perusahaan}}{\text{total unit yang diproduksi}}$$

$$\text{ROI per unit} = \frac{\text{Rp. 500.000.000} \times 15\%}{140.400}$$

$$\text{ROI per unit} = \text{Rp. 534,19}$$

d. Menghitung *Mark-up*

Untuk menghitung *mark-up* dapat menggunakan rumus:

$$\% \text{ mark-up} = \frac{\text{ROI per unit} + \text{biaya non produksi per unit}}{\text{harga pokok produksi per unit}}$$

Berikut adalah perhitungan mark up per jenis produk yang menjadi sample penelitian:

1. Roti Cokelat

$$\% \text{ mark-up} = (\text{ROI per unit} + \text{biaya non produksi per unit}) / (\text{biaya produksi per unit})$$

$$\% \text{ mark-up} = (\text{Rp.534,19} + \text{Rp.280,91}) / (\text{Rp.3.447,87})$$

$$\% \text{ mark-up} = (\text{Rp.815,1}) / (\text{Rp.3.447,87})$$

$$\text{Mark-up} = \mathbf{23,64\%}$$

2. Roti Keju

$$\% \text{ mark-up} = (\text{ROI per unit} + \text{biaya non produksi per unit}) / (\text{biaya produksi per unit})$$

$$\% \text{ mark-up} = (\text{Rp.534,19} + \text{Rp.280,91}) / (\text{Rp.3.378,14})$$

$$\% \text{ mark-up} = (\text{Rp.815,1}) / (\text{Rp.3.378,14})$$

$$\text{Mark-up} = \mathbf{24,13\%}$$

3. Roti Kacang

$$\% \text{ mark-up} = (\text{ROI per unit} + \text{biaya non produksi per unit}) / (\text{biaya produksi per unit})$$

$$\% \text{ mark-up} = (\text{Rp.534,19} + \text{Rp.280,91}) / (\text{Rp.3.273,01})$$

$$\% \text{ mark-up} = (\text{Rp.815,1}) / (\text{Rp.3.273,01})$$

$$\text{Mark-up} = \mathbf{24,91\%}$$

Perhitungan Harga Jual Menggunakan Metode *Cost plus pricing*

Untuk menghitung harga jual menggunakan metode *cost plus pricing* dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Target Harga Jual} = \frac{\text{Biaya Produksi per produk} + (\text{Mark-up} \times \text{Biaya Produksi per produk})}{\text{total produksi per produk/tahun}}$$

Berikut adalah perhitungan harga jual menggunakan metode *cost plus pricing* pada setiap produk yang menjadi sampel penelitian:

1. Roti Cokelat

$$\text{Target harga jual roti cokelat} = \frac{\text{Biaya Produksi per produk} + (\text{Mark-up} \times \text{Biaya Produksi per produk})}{\text{total produksi per produk/tahun}}$$

$$\text{Target harga jual roti cokelat} = \frac{\text{Rp. 161.360.800} + (23,64\% \times \text{Rp.161.360.800})}{46.800}$$

$$\text{Target harga jual roti cokelat} = \mathbf{Rp.4.262,96}$$

2. Roti Keju

$$\text{Target harga jual roti keju} = \frac{\text{Biaya Produksi per produk} + (\text{Mark-up} \times \text{Biaya Produksi per produk})}{\text{total produksi per produk/tahun}}$$

$$\text{Target harga jual roti keju} = \frac{\text{Rp. 158.096.800} + (24,13\% \times \text{Rp. 158.096.800})}{46.800}$$

$$\text{Target harga jual roti keju} = \mathbf{Rp.4.193,28}$$

3. Roti Kacang

$$\text{Target harga jual roti kacang} = \frac{\text{Biaya Produksi per produk} + (\text{Mark-up} \times \text{Biaya Produksi per produk})}{\text{total produksi per produk/tahun}}$$

$$\text{Target harga jual roti kacang} = \frac{\text{Rp.153.176.800} + (24,91\% \times \text{Rp.153.176.800})}{46.800}$$

Target harga jual roti kacang = **Rp. 4.088,31**

Pembahasan

Perbandingan Harga Jual menurut Metode *Cost plus pricing* dan menurut Metode Perusahaan:

Tabel 9. Perbandingan Harga Jual

Nama Produk	Harga Jual Menurut Perusahaan (a)	Harga Jual menurut Metode <i>Cost plus pricing</i> (b)	Selisih (c)=(a)-(b)	Presentase (d)=(c)/(a)
Roti Cokelat	Rp. 5.000	Rp. 4.262,96	Rp. 737,04	14,74%
Roti Keju	Rp. 5.000	Rp. 4.193,28	Rp. 806,72	16,13%
Roti Kacang	Rp. 5.000	Rp. 4.088,31	Rp. 911,69	18,23%

Sumber: Hasil olah data, 2021.

Table 9 menunjukkan perbandingan antara harga jual menurut perusahaan dan harga jual menurut metode *cost plus pricing*. Dimana, harga jual yang ditetapkan perusahaan untuk ketiga jenis roti yang menjadi sampel adalah sama yakni sebesar Rp. 5.000. Sementara itu, perhitungan harga jual menurut metode *cost plus pricing* untuk jenis produk roti cokelat adalah sebesar Rp. 4.262,96 sehingga menciptakan selisih sebesar Rp. 737,04 (14,74%) dari harga yang ditetapkan perusahaan untuk roti cokelat. Selanjutnya, untuk roti keju perhitungan harga jual menurut *cost plus pricing* mendapatkan harga sebesar Rp. 4.193,28 sehingga menciptakan selisih sebesar Rp. 806,72 (16,13%) dari harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan. Kemudian untuk roti kacang, harga jual menurut metode *cost plus pricing* adalah sebesar Rp. 4.088,31 yang menciptakan selisih sebesar Rp. 911,69 (18,23%) dari harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

Hal ini senada dengan penelitian yang dilakukan oleh Handayani dan Ghofur (2019), dimana harga jual yang ditetapkan menggunakan metode *cost plus pricing* lebih tinggi dari metode perusahaan. Hal ini dapat menciptakan kenaikan laba bagi perusahaan, namun tetap relevan dengan harga pasar dan berdasarkan atas perhitungan keseluruhan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan.

PENUTUP

Kesimpulan

1. Perhitungan harga jual menggunakan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing* pada CV. Verel Tri Putra Mandiri dengan menggunakan sampel sebanyak 3 jenis produk roti, menciptakan harga jual sebesar Rp. 4.262,96 untuk roti cokelat, Rp. 4.193,28 untuk roti keju dan Rp. 4.088,31 untuk roti kacang. Hal ini terjadi karena terdapat perbedaan pada perhitungan harga pokok produksi menggunakan pendekatan *full costing* yakni pada biaya bahan baku topping, dimana untuk roti cokelat memiliki biaya bahan baku topping terbesar dan untuk roti kacang memiliki biaya bahan baku terkecil.
2. Harga jual yang ditetapkan perusahaan dan harga jual menggunakan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing* memiliki selisih yang beragam. Dimana, untuk 3 jenis produk yang menjadi sampel penelitian harga jual perusahaan memiliki harga yang lebih besar, yakni untuk ke-3 produk yang menjadi sampel penelitian lebih dari 10% yaitu pada produk roti cokelat sebesar 14,74%, roti keju 16,13% dan roti kacang sebesar 18,23%. Perhitungan harga jual dengan menggunakan metode yang scientific dalam hal ini metode *cost plus pricing* memberikan perbedaan yang cukup kontras dengan metode perusahaan. 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, sehingga terjadi perbedaan harga yang cukup beragam dari 3 jenis produk yang menjadi sampel penelitian.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan, penulis memberikan beberapa saran untuk dapat dipertimbangkan, yaitu:

1. Perhitungan harga pokok produksi dengan pendekatan *full costing* dan perhitungan mark up dengan memperhitungkan return on investment dapat dipertimbangkan perusahaan dalam perencanaan produksi masa depan dengan dasar perhitungan biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik dan biaya non produksi berdasarkan kajian teori.
2. Perhitungan harga jual menggunakan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing* dapat menjadi pertimbangan bagi perusahaan untuk menurunkan harga bagi 3 jenis produk yang menjadi sampel karena terdapat perbedaan yang cukup besar dalam penentuan harga jual.

DAFTAR PUSTAKA

- Deviesa, D. (2019). *Akuntansi Manajemen: Strategis & Praktis*. ANDI. Yogyakarta
- Firmansyah, I. (2016). *Akuntansi Biaya itu Gampang*. Dunia Cerdas. Bandung
- Gunawan, I. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hansen, D. R., dan Mowen, M. M. (2013). *Akuntansi Manajerial*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kondoy, I.M., Ilat, V., dan Pontoh, W. (2015). Penerapan Cost Plus Pricing dalam Keputusan Penetapan Harga Jual untuk Pesanan Khusus Pada Ud. Dewa Bakery Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*. Vol 15, No 3, h. 141-151. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jbie/article/view/9356>. Diakses pada 15 November 2020.
- Kuswadi. (2005). *Meningkatkan Laba Melalui Pendekatan Akuntansi Keuangan dan Akuntansi Biaya*. PT. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Lasena, S. R. (2013). Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi pada PT. Dimembe Nyiur Agripro. *Jurnal EMBA*. Vol. 1, No. 3, ISSN: 2303-1174, (2013): h. 585-592. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/1864/1473>. Diakses pada 15 November 2020.
- Mulyadi. (2012). *Akuntansi Biaya. Edisi Kelima*. UPP STIM YKPN. Yogyakarta.
- Handayani, S., dan Ghofur, A.. (2019). Penerapan Cost Plus Pricing Dengan Pendekatan Full Costing Dalam Menentukan Harga Jual Pada UD. Lyly Bakery Lamongan. *Jurnal Akuntansi AKUISISI*. Volume 15 No.1, Hal. 42-47. <https://fe.ummetro.ac.id/ejournal/index.php/JA/article/view/386>. Diakses pada 15 November 2020.
- Reviandani, W dan Budiyo P. (2019). *Pengantar Akuntansi: Pendekatan Teoritis Praktis Dilengkapi dengan Soal-Soal*. Indomedia Pustaka. Sidoarjo.
- Sodikin. (2015). *Akuntansi Manajemen*. UPP STIM YKPN. Yogyakarta.
- Sujarweni, V.W. (2019a). *Akuntansi Manajemen: Teori Dan Aplikasi*. Pustaka Baru. Yogyakarta.
- _____. (2019b). *Akuntansi Biaya: Teori & Penerapannya*. Pustaka Baru. Yogyakarta
- Supriyono. (2000). *Akuntansi Biaya Pengumpulan Biaya dan Penentuan Harga Pokok Edisi pertama*. BPFE. Yogyakarta.
- Toar, O., Karamoy, H., dan Wokas, H. (2017). Analisis Perbandingan Harga Jual Produk dengan menggunakan Metode Cost Plus Pricing dan Mark Up Pricing pada Dolphin Donuts Bakery. *Jurnal EMBA*. Vol.5 No.2 Juni 2017, Hal. 2040 – 2050. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/16488>. Diakses pada 15 November 2020.