

METODE COST PLUS PRICING DENGAN PENDEKATAN FULL COSTING MAMPU MENENTUKAN HARGA JUAL (Studi Kasus Pada CV Karya Dharma)

Abdul Latief R*)

Dosen Kopertis Wil. IX Sulawesi DPK pada STIM LPI Makassar

Abstract : *Highlights of this study is to determine the calculation of the cost of production and selling price setting process at CV. Karya Dharma. Degan production cost price calculation using a full costing method and setting the selling price using a cost plus pricing. The method used is quantitative research methods. Based on the characteristics of the issues raised by the researchers, the study is classified as a quantitative descriptive research. The data used in this study are primary data obtained from interviews with the company. And secondary data obtained from data on costs of From the analysis of the data, the results showed that the company's calculation of the cost of production is lower than the production cost price calculation using a full costing method. While using the cost plus pricing method with a mark-up, the selling price is lower than according to the company.*

Keywords: *Cost Plus Pricing, Selling Price*

Abstrak : *Pokok penelitian ini yaitu untuk mengetahui perhitungan harga pokok produksi dan proses penetapan harga jual produk pada CV. Karya Dharma. Perhitungan harga pokok produksi degan menggunakan metode full costing dan penetapan harga jual dengan menggunakan cost plus pricing. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Berdasarkan karateristik masalah yang diangkat oleh peneliti, maka penelitian ini diklasifikasikan sebagai penelitian deskriptif kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer yang diperoleh dari hasil wawancara dengan pihak perusahaan. Dan data sekunder diperoleh dari data biaya-biaya produksi perusahaan selama bulan september 2016. Dari hasil analisis data, hasil penelitian menunjukkan bahwa perhitungan harga pokok produksi perusahaan lebih rendah dibandingkan dengan perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode full costing. Sedangkan dengan menggunakan metode cost plus pricing dengan mark up, harga jual menjadi lebih rendah dibandingkan menurut perusahaan.*

Kata Kunci : *Cost Plus Pricing, Harga Jual*

PENDAHULUAN

Perkembangan perekonomian di Indonesia saat ini secara tidak langsung telah mendorong persaingan bisnis antar entitas diberbagai bidang. Semua industri ataupun perusahaan berlomba-lomba dalam meningkatkan mutu produksinya baik yang bersifat barang maupun jasa, hal ini dilakukan untuk mendapatkan pangsa pasar yang lebih banyak. Pada umumnya tujuan utama perusahaan dalam melakukan kegiatan operasionalnya yaitu untuk mendapatkan keuntungan atau laba semaksimal mungkin. Hal ini dilakukan

agar kelangsungan hidup perusahaan terjamin dan dapat memberi manfaat bagi masyarakat umum.

Salah satu masalah yang sering dihadapi oleh manajer perusahaan yaitu penetapan harga jual produk. Harga jual sangat erat kaitannya dengan pencapaian laba. Laba dapat diartikan sebagai imbalan atas upaya perusahaan menghasilkan barang ataupun jasa. Menurut Reppie (2013;1061), baik perusahaan yang memiliki motif mencari laba maupun tidak, menejer perusahaan harus selalu berusaha agar nilai keluaran selalu lebih tinggi dari nilai masukan yang

dikorbankan untuk menghasilkan laba (untuk perusahaan yang bermotif laba) atau sisa hasil usaha (untuk perusahaan yang tidak bermotif laba).

Permasalahan yang dihadapi dalam penentuan harga jual produk karena harga jual yang terlalu tinggi akan menurunkan daya beli konsumen, sebaliknya harga jual yang rendah dapat mempengaruhi pendapatan perusahaan, yang artinya berpengaruh terhadap laba dan kelangsungan hidup perusahaan. Sejalan dengan Pricilia, Jullie dan Agus (2013), biaya produksi yang tidak terkendali akan menyebabkan harga pokok terlalu tinggi, yang selanjutnya akan menurunkan daya saing produk dan akhirnya dapat menurunkan laba. Karena itu, dibutuhkan strategi dalam efesiensi biaya produksi dan penetapan harga yang tepat.

Menurut Setiadi, David dan Treesje (2014;71), akuntansi biaya menyediakan data-data biaya untuk berbagai tujuan maka biaya-biaya yang terjadi dalam perusahaan harus digolongkan dan dicatat dengan sebenarnya, sehingga memungkinkan perhitungan harga pokok produksi secara teliti. Dalam perhitungan harga pokok produksi harus didukung oleh sistem akuntansi biaya yang memadai, agar pelaksanaan proses produksi dapat dikendalikan dalam mencapai hasil kegiatan produksi dan dapat dilakukan secara efisien dan efektif.

Perhitungan harga pokok produksi merupakan hal yang sangat penting mengingat manfaat informasi harga pokok produksi adalah untuk menentukan harga jual yang akan disajikan dalam laporan posisi keuangan (Samsul, 2013) Metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing* akan dipengaruhi oleh biaya tetap maupun biaya variabel. Dalam proses produksi biaya tetap yang dikeluarkan tiap bulannya akan sama. Artinya biaya tetap akan timbul meskipun kegiatan produksi meningkat atau pun rendah. Hal ini

dikarenakan biaya tetap tidak dipengaruhi oleh perubahan volume kegiatan atau aktivitas produksi.

Seringkali perusahaan hanya mempertimbangkan biaya yang dikeluarkan dalam menetapkan harga jual produk. Harga pokok produksi biasanya terdiri atas dua jenis biaya yaitu biaya produksi dan biaya non produksi. Menurut Djumali, Jullie dan Lidia (2014;83), biaya produksi akan membentuk harga pokok produksi yang akan digunakan dalam perhitungan harga pokok produk jadi. Sedangkan biaya non produksi akan ditambahkan pada harga pokok produksi untuk menghitung total harga pokok produk. Harga jual sering menjadi tolak ukur konsumen. Karena itu penentuan harga jual produk memerlukan berbagai pertimbangan yang terintegrasi mulai dari biaya produksi, biaya operasional, target laba yang diinginkan perusahaan, daya beli konsumen, harga jual pesaing kondisi perekonomian secara umum, elastisitas harga produk dan sebagainya (Kristanti, 2013).

Biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi akan dijadikan dasar dalam penentuan harga jual dan biasanya perusahaan akan menambahkan persentasi laba yang diinginkan. Salah satu metode penetapan harga jual, dimana seluruh biaya atau total biaya penuh ditambah dengan persentase laba yang diharapkan oleh perusahaan disebut metode *cost plus pricing*. Dalam memperhitungkan unsur-unsur biaya dalam harga pokok produksi, terdapat dua pendekatan yaitu *full costing* dan *variable 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. Sedangkan *variable costing* merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang

terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik yang bersifat variabel (Cahyani, 2015) Gersil dan Cevdet (2016), mengungkapkan bahwa produksi tidak akan terjadi tanpa timbulnya biaya *overhead* pabrik tetap, maka *absorption costing/ full costing* menganggap biaya *overhead* pabrik tetap sebagai biaya perolehan persediaan. Lebih lanjut Gersil dan Cevdet menjelaskan bahwa *fullcosting* lebih banyak digunakan oleh para manajer perusahaan untuk pengambilan keputusan jangka panjang, dan Memungkinkan manajer perusahaan dalam meningkatkan pendapatan operasional dengan meningkatkan produksi bahkan ketika permintaan sedang surut.

CV. Karya Dharma merupakan sebuah perusahaan yang salah satu kegiatannya bergerak dibidang industri pengolahan abon ikan. Penelitian ini akan membahas mengenai perhitungan harga pokok produksi untuk jenis produk abon ikan yang diproduksi CV. Karya Dharma. Penetapan harga jual pada CV. Karya Dharma hanya dengan menghitung seluruh biaya produksi dan melihat situasi pasar dengan tingkat keuntungan yang diharapkan untuk setiap produk yaitu 40%.Walaupun tingkat keuntungan atau laba yang diharapkan perusahaan cukup tinggi, namun masih terdapat kesulitan perusahaan dalam menentukan harga jual yang kompotitif. Hal ini disebabkan karena harga bahan baku untuk pengolahan abon ikan cukup berfluktuasi. Bahkan tidak tetap dari bulan kebulan berikutnya. Sehingga memaksa perusahaan untuk tetap menawarkan harga jual yang efesien bagi konsumen.

Terdapat permasalahan dalam penetapan harga jual yaitu pihak perusahaan harus menawarkan harga jual yang tepat agar konsumen bersedia membeli produk yang ditawarkan. Keterbatasan penentuan harga jual pada perusahaan karena pihak perusahaan

tidak mempertimbangkan atau menghitung biaya non produksi yang dikeluarkan. Dimana diketahui bahwa biaya non produksi akan ditambahkan pada harga pokok produksi untuk menghitung total harga pokok produk (Djumali, Jullie dan Lidia, 2014). Berdasarkan uraian tersebut diatas maka penulis melakukan penelitian ini pada CV Karya Dharma Makassar.

Rumusan Masalah

Dari penjelasan tersebut, maka tulisan ini merumuskan beberapa masalah: Apakah metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing* mampu menentukan harga jual yang mampu bersaing?

Tujuan Penelitian

Mengetahui metode penetapan harga jual pada CV. Karya Dharma dengan menggunakan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *fullcosting*.

TINJAUAN TEORITIS

Pengertian Akuntansi Biaya

Konsep akuntansi biaya diperlakukan untuk kegiatan pengklasifikasian, analisis dan pengumpulan mengenai biaya, sehingga pembahasan akuntansi biaya dapat dijadikan pedoman dalam penyusunan laporan biaya. Fitrah dan Endang (2014; 3), menyatakan bahwa akuntansi biaya merupakan suatu alat bagi manajemen dalam menjalankan aktivitas perusahaan yaitu sebagai alat perencanaan, pengawasan dan pembuatan keputusan. Jadi dapat disimpulkan bahwa objek kegiatan dari akuntansi biaya adalah biaya, dimana informasi yang dihasilkan dari akuntansi biaya akan dijadikan pedoman dalam pengambilan keputusan oleh pihak internal perusahaan.

Dunia dan Wasilah (2011, mengungkapkan bahwa dalam pengelolaan perusahaan, akuntansi biaya merupakan bagian

penting dari ilmu akuntansi dan telah berkembang menjadi *tool of management*, yang berfungsi menyediakan informasi biaya bagi kepentingan manajemen agar dapat menjalankan fungsinya dengan baik. Informasi akuntansi biaya (*cost accounting*) membahas akuntansi keuangan dan akuntansi manajemen dengan menyediakan informasi biaya dari produk untuk pihak eksternal (pemegang saham, kreditor, dan berbagai pihak lain yang terkait) untuk keputusan investasi dan kredit serta para manajer internal untuk melakukan perencanaan, pengendalian, pengambilan keputusan, dan pengevaluasian kerja (Raiborn dan Michael, 2011). untuk kepentingan eksternal, yaitu penyajian laporan keuangan untuk informasi biaya produk dikembangkan sesuai dengan tujuan GAAP.

Akuntansi biaya biasanya digunakan untuk pengambilan keputusan internal yang tidak memerlukan standar akuntansi yang berlaku umum atau *generally accepted accounting standards* (GAAP), sehingga perusahaan mengembangkan standar rahasia mereka sendiri, yang akan membantu perusahaan dan memberikan pengetahuan dalam proses pembuatan keputusan (Cunagin dan Stancil dalam Nawaz, 2012).

Pengertian dan Konsep Biaya (Cost) dan Penggolongannya

Menurut 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. Tidak jauh berbeda dengan Dunia dan Wasilah (2011; 22), mendefinisikan biaya sebagai pengeluaran-pengeluaran atau nilai pengorbanan untuk memperoleh barang atau jasa yang berguna untuk masa yang akan datang atau mempunyai manfaat melebihi satu periode akuntansi tahunan. Sementara Husnia, Topowijono dan Dwiatmaja

(2014; 3), mendefinisikan biaya sebagai suatu pengorbanan untuk memperoleh barang atau jasa yang memberikan manfaat baik di masa kini maupun di masa yang akan datang. Karena itu, biaya merupakan pengorbanan yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk menghasilkan barang atau jasa yang nantinya akan memberi manfaat bagi perusahaan itu sendiri.

Pada sistem keuangan dan akuntansi biaya terdapat dua fungsi yang relevan yaitu sebagai alat kontrol atau pengendalian dan sebagai alat pengambilan keputusan (Martins, dalam Castanheira *et. al.*). Karena itu, biaya dibagi atas dua jenis yaitu, *Control Costs* dan *Decision Costs*. Berkaitan dengan alat kontrol atau *Control Costs* yaitu untuk menyediakan data dalam penetapan standar, anggaran, dan lain sebagainya yang digunakan sebagai alat prediksi. Sedangkan sebagai alat pengambilan keputusan, *Decision Costs* yaitu membandingkan data yang diperoleh dari biaya kontrol sehingga memperoleh data yang efisien yang digunakan sebagai proses pengambilan keputusan bagi pihak manajer perusahaan.

Harga Pokok Produksi

Biaya-biaya yang timbul pada proses produksi akan mempengaruhi perubahan harga pokok produksi. Baik peningkatan maupun penurunan biaya-biaya tersebut akan mempengaruhi proses penentuan harga pokok produksi. Biaya-biaya yang terjadi dalam kegiatan manufaktur disebut biaya produksi (*production cost or manufacturing cost*). Biaya-biaya yang biasanya akan mempengaruhi proses produksi yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya *overhead* pabrik. Dunia dan Wasilah (2011), mengklasifikasikan biaya produksi dalam tiga elemen utama sehubungan dengan produk yang dihasilkan yaitu; bahan langsung (*direct material*), tenaga kerja langsung (*direct labor*), dan *overhead* pabrik (*factory*

overhead). Pengklasifikasian ini bertujuan untuk pengukuran laba, dan penentuan harga pokok produk yang akurat atau tepat serta pengendalian biaya. Dimana dalam suatu produk, biaya menunjukkan ukuran moneter sumber daya digunakan seperti bahan, tenaga kerja, dan *overhead*. Sedangkan untuk jasa biaya merupakan pengorbanan moneter yang dilakukan dalam menyediakan jasa (Hidayat, 2014; 436). Karena itu, Harga pokok produksi dapat diklasifikasikan menjadi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik.

Metode Pengumpulan Harga Pokok Produksi

Menurut Supriyono (1999), secara ekstrim pola pengumpulan harga pokok dapat dikelompokkan menjadi dua metode yaitu:

1. Metode harga pokok pesanan (*job order cost mothod*)
2. Metode harga pokok proses (*processcostmethod*)

Teori Kendala (*Theory of Constrain*)

Theory of constrain memanfaatkan keterbatasan sumber daya yang dapat menunjukkan kinerja dari sistem, sehingga manajer seharusnya tidak hanya meminimalisir biaya, tetapi juga memenej keterbatasan dalam suatu sistem (Gusnardi, 2010; 337). Lebih lanjut Gusnardi menambahkan bahwa teori kendala mengasumsikan bahwa visi dan tujuan pemilik perusahaan adalah memperoleh laba, tidak menurunkan biaya atau mendorong efesiensi tetapi menghasilkan laba untuk masa sekarang maupun masa yang akan datang.

Harga Jual

Theory of constrain (TOC) atau teori kendala merupakan filosofi manajemen sistem yang dikembangkan oleh Eliyahu M Goldratt sejak awal 1980-an yang dituangkan dalam buku

ciptaanannya berjudul “*The Goal*”. Teori kendala menyatakan bahwa kinerja perusahaan dibatasi oleh *constrain* artinya perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya sering terdapat satu aspek dalam sistem yang membatasi perusahaan untuk menghasilkan output ataupun tujuan yang lebih banyak. Biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk menghasilkan sejumlah produk di dalam suatu periode akan dijadikan dasar untuk menetapkan harga jual produk (kristianti, 2013; 84). Jadi harga jual merupakan besaran harga yang akan ditawarkan kepada konsumen, sebagai imbalan dari pengeluaran biaya produksi ditambah biaya nonproduksi yang dilakukan perusahaan untuk memperoleh laba. Menurut Lasena (2013), 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.

Penetapan harga harus dilakukan secara tepat dan akurat, sehingga perusahaan mampu bertahan dan memproduksi produk ditengah pesaingan. perubahan harga dalam jumlah kecil maupun besar akan berdampak pada penjualan produk dalam kuantitas yang cukup besar. Pada umumnya harga jual produk atau jasa ditentukan berdasarkan penjumlahan semua biaya baik yang bersifat produksi maupun non produksi. Menurut Aurora (2013 Karena itu perusahaan dituntut hati-hati dalam penentuan harga jual dengan mempertimbangkan berbagai hal. Maka jika ada kesalahan dalam penentuan harga jual, perusahaan akan rugi atau kehilangan pelanggan karena harga jual yang ditentukan terlalu rendah maupun terlalu tinggi.

Penentuan Harga Biaya Plus(*Cost Plus Pricing Method*)

Metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing* akan dipengaruhi oleh biaya tetap maupun biaya variabel. Dalam proses produksi biaya tetap yang dikeluarkan tiap bulannya akan sama. Artinya biaya tetap akan timbul meskipun kegiatan produksi meningkat atau pun rendah. Hal ini dikarenakan biaya tetap tidak dipengaruhi oleh perubahan volume kegiatan atau aktivitas produksi. Metode *cost plus pricing* merupakan metode penentuan harga melalui pendekatan biaya yang didasarkan atas biaya produksi maupun biaya non produksi yang tidak lepas dari penentuan harga pokok produksi. Pada metode *cost plus pricing* semakin perusahaan memproduksi dalam jumlah yang banyak maka harga jualnya semakin murah, sebaliknya semakin perusahaan memproduksi dalam jumlah yang sedikit maka harga jual semakin mahal (Kristanti, 2013; 100). Hal ini dikarenakan adanya kos tetap yang dikeluarkan tiap bulannya sama. Jadi semakin perusahaan memproduksi dalam jumlah yang banyak maka kos tetap per unit semakin sedikit. Kos per unit yang besar akan menambah harga jual.

Dengan model persamaan *cost plus pricing* biasa dihitung dengan menggunakan rumus:

Harga Jual = Total Biaya + Marjin

Dimana marjin merupakan persentase laba yang diinginkan atau yang diharapkan perusahaan.

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Lokasi Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif. Berdasarkan karakteristik masalah yang diangkat oleh peneliti, maka penelitian ini diklasifikasikan ke dalam penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif kuantitatif merupakan

metode yang menganalisis dengan cara mendiartikulkan atau menggambarkan permasalahan yang diteliti melalui data-data yang telah ada. metode *cost plus pricing* digunakan untuk menetapkan harga jual produk pada perusahaan yang diteliti.

Penelitian ini dilakukan di CV. Karya Dharma, yang terletak di kota Makassar. Dipilihnya lokasi tersebut karena mengingat topik penelitian yang berkaitan dengan proses produksi.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Adapun data primer diperoleh langsung dari objek yang diteliti berupa hasil wawancara dengan pimpinan perusahaan maupun pegawai yang memiliki pemahaman dalam perhitungan harga pokok produksi. Sedangkan data sekunder merupakan data yang diperoleh dari data yang telah ada di perusahaan berupa dokumen dan informasi lain terutama informasi mengenai laporan biaya berupa biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

1. Studi lapangan
2. Studi pustaka
3. Studi dokumentasi
4. *Internet seaching*

Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan dalam pengumpulan data. Dalam suatu penelitian, alat pengambil data atau instrumen penelitian menentukan kualitas data yang dapat dikumpulkan dan kualitas data tersebut menentukan kualitas penelitian. Maka dalam penelitian ini alat-alat yang digunakan yaitu : Kuesioner terbuka (*open quetion*) / an yang akan diberikan oleh responden.

Teknik pengolahan dan Analisis data

Data yang telah didapat dari penelitian ini dihitung dengan menggunakan perhitungan harga pokok produksi, yaitu dengan menggunakan metode *full costing* untuk menentukan harga jual kepada konsumen. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Analisis Deskriptif kuantitatif.

Analisis deskriptif kuantitatif digunakan untuk menjelaskan

perhitungan dengan menggunakan metode *full costing* dalam menentukan harga pokok produksi yang kemudian informasi tersebut akan dijadikan landasan dalam penentuan harga jual produk. Melalui pendekatan biaya, harga jual akan ditentukan dengan menggunakan *cost plus pricing*. Biaya-biaya yang terjadi dalam proses produksi akan disajikan dalam rumus atau konsep-konsep yang telah ditentukan dalam metode *full costing*.

- a. Perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode *full costing* adalah sebagai berikut:

Biaya bahan baku	Rp xxx
Biaya tenaga kerja langsung	Rp xxx
Biaya overhead pabrik tetap	Rp xxx
Biaya overhead pabrik variabel	Rp xxx +

Harga Pokok Produksi	Rp xxx
Biaya pemasaran	Rp xxx
Biaya administrasi dan umum	Rp xxx +
Total Harga pokok produksi	Rp xxx

- b. Perhitungan Penetapan Harga Jual

Dalam penetapan harga jual tersebut menggunakan harga biaya plus (*cost plus pricing method*). Maka dapat kita hitung dengan rumus harga biaya plus sebagai berikut :

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

Dalam menentukan persentase mark up untuk menentukan harga jual produk dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{Persentase Mark Up} = \frac{\text{Laba yang diharapkan} + \text{biaya Non Produksi}}{\text{Biaya Produksi}}$$

Dimana diketahui bahwa laba yang diharapkan merupakan tingkat pengembalian investasi (*Return On Investment / ROI*) atau rasio profitabilitas dalam mengukur kemampuan dengan keseluruhan dana yang ditanamkan dalam aktiva. ROI dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{ROI} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aktiva}}$$

Jadi laba yang diharapkan dapat dihitung menggunakan rumus:

$$\text{Laba yang diharapkan} = \text{ROI} \times \text{Total Taksiran Biaya Penuh}$$

Selanjutnya harga jual dihitung dengan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing* yaitu dengan cara menjumlahkan total taksiran biaya penuh dengan mark up (%) kemudian dibagi dengan volume produksi. Maka perhitungannya sebagai berikut:

$$\text{Harga jual produk per unit} = \frac{\text{total biaya produksi} + \text{mark up}}{\text{volume produksi}}$$

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

a) Biaya depresiasi alat produksi

Selama menjalankan bisnisnya perusahaan tidak menghitung biaya depresiasi alat produksi kedalam harga pokok produksi. Hal ini disebabkan karena perusahaan mengklasifikasikan alat produksi sebagai modal awal perusahaan. Alat-alat yang digunakan perusahaan dalam proses produksi antara lain *prizer*, *spinner*, kompor, blender, dan wajan.

Biaya depresiasi tahun 2016 digunakan untuk menghitung harga pokok produksi taksiran menurut metode *full costing*. Berikut ini rumus perhitungan biaya depresiasi alat produksi.

$$\text{biaya depresiasi per tahun} = \frac{\text{harga perolehan} - \text{nilai residu}}{\text{umur ekonomis}}$$

Berdasarkan rumus perhitungan di atas, maka dapat diketahui bahwa biaya depresiasi untuk masing-masing alat produksi setiap tahunnya. Perhitungan biaya depresiasi alat-alat produksi dapat dilihat dalam tabel 1

Tabel 1
Biaya depresiasi alat produksi

Alat	Tahun Perolehan	Harga per Unit (A)	Jumlah Unit (B)	Harga Perolehan (Rp) (A×B)	Usia ekonomis	Biaya depresiasi (Rp)
Prizer	2012	9.000.000	1	9.000.000	10	900.000
Spinner	2012	3.500.000	1	3.500.000	10	350.000
Kompor	2010	465.000	3	1.395.000	8	174.375
Blender	2010	258.900	3	776.700	5	155.340
Wajan	2010	160.000	4	640.000	5	128.000
Total				Rp1.707.715		

Jadi untuk menghitung biaya depresiasi per bulan dari setiap jenis alat produksi yang digunakan perusahaan dapat dihitung dengan menggunakan metode garis lurus dengan rumus:

$$\text{biaya depresiasi per bulan} = \frac{\text{biaya depresiasi per tahun}}{12 \text{ bulan}}$$

Hasil perhitungan biaya depresiasi dapat dilihat dalam tabel 2

Tabel 2
Biaya depresiasi alat produksi selama satu bulan

Alat	Penyusutan per Tahun (A)	Penyusutan per Bulan (A/12)
Prizer	Rp 900.000	Rp 75.000
Spinner	350.000	29.166,67
Kompor	174.375	14.531,25
Blender	155.340	12.945
Wajan	128.000	10.666,67
Total (dalam pembulatan)		Rp 142.310

Dari hasil perhitungan tabel 2 dapat kita lihat total biaya depresiasi perbulan yaitu sebesar Rp142.310, dimana dapat diketahui bahwa biaya depresiasi tertinggi yaitu terdapat pada *prizer* sebagai alat termahal yaitu sebesar Rp75.000 perbulannya. Dan

terendah yaitu wajan hanya sebesar Rp10.666,67 perbulannya.

b) Biaya iklan

Dalam proses produksi perusahaan telah mengklasifikasikan beberapa biaya yang dianggap biaya tidak langsung yang mempengaruhi proses produksi. Biaya tersebut merupakan

biaya *overhead* pabrik seperti biaya listrik, biaya air, biaya LPG, dan biaya kemasan. Namun terdapat biaya lain yang tidak dihitung perusahaan yaitu biaya iklan yang merupakan biaya promosi yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperkenalkan produknya kepada konsumen. Perusahaan tidak menghitung biaya iklan sebagai biaya *overhead* pabrik karena biaya iklan tidak setiap bulan

dikeluarkan. Perusahaan hanya sekali membayar untuk dapat menikmati proses iklan yang dilakukan oleh media cetak seperti koran bisnis harian.

Besarnya biaya iklan yang harus dikeluarkan perusahaan yaitu sebesar Rp300.000/6 bulannya. Biaya tersebut rutin dikeluarkan perusahaan setiap 6 bulan sekali. Biaya iklan perusahaan dapat dilihat dalam tabel 3

Tabel 3
Biaya iklan untuk bulan september 2016

Biaya Iklan/1 Tahun	1 Tahun	Total biaya per bulannya
Rp 600.000	12	Rp 50.000

Dari tabel 3 dapat diketahui bahwa setiap bulannya perusahaan akan mengeluarkan biaya iklan sebesar Rp50.000.

c) Biaya pemasangan stiker

Biaya pemasangan stiker adalah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memasang merek dagang dalam produk abonnya. Perusahaan tidak menghitung biaya ini sebagai biaya produksi karena biaya pemasangan stiker merupakan biaya tambahan yang tidak secara langsung akan mempengaruhi komponen harga pokok dalam produk abon perusahaan. Perusahaan mengklasifikasikan biaya pemasangan stiker sebagai biaya penjualan karena biaya ini timbul ketika perusahaan memesan kepada pihak ketiga untuk membuat stiker (cap dagang) dalam produknya.

Jika ditelusuri lebih lanjut dalam teori akuntansi biaya bahwa semua

biaya yang mempengaruhi proses produksi baik itu biaya langsung maupun biaya tidak langsung harus diperhitungkan dan diklasifikasikan sesuai dengan jenis dan penyebab munculnya biaya tersebut. Biaya pemasangan stiker seharusnya digolongkan sebagai biaya *overhead* pabrik karena biaya ini timbul dari adanya proses produksi, walaupun stiker (merek dagang) bukan merupakan produksi perusahaan namun perusahaan akan mengeluarkan biaya untuk memperolehnya. Karena itu seharusnya perusahaan memperhitungkan biaya ini sebagai biaya produksi atau digolongkan sebagai harga pokok produksi perusahaan.

Adapun biaya pemasangan stiker yang harus dikeluarkan perusahaan dalam produk abon ikannya yaitu dapat dilihat dalam tabel 4

Tabel 4
Biaya pemasangan stiker untuk bulan September 2016

Jenis produk	Biaya satuan	Kuantitas	Total biaya
Abon 100gram	Rp 250	635	Rp 158.750
Abon 250gram	300	635	190.500
Abon 500gram	160	635	101.600
Total			Rp 450.850 (atau dibulatkan menjadi Rp451.000)

Tabel 4 menunjukkan bahwa biaya pemasangan stiker yang harus dikeluarkan perusahaan untuk bulan september 2016 yaitu sebesar Rp451.840 atau biasanya perusahaan akan membayarnya sebesar Rp451.000, kepada pihak pembuat stiker. Dimana pada bulan september perusahaan memproduksi abon sebanyak 540kg, sehingga menghasilkan masing-masing 635 unit untuk setiap jenis kemasan.

d) Evaluasi biaya *overhead* pabrik

Biaya *overhead* pabrik pada CV. Karya Dharmah mengalami beberapa masalah hal ini disebabkan karena perusahaan tidak memasukkan semua

biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi. Biaya-biaya tersebut ada yang bersifat variabel dan ada yang bersifat tetap. Adapun biaya yang bersifat variabel yang tidak dimasukkan sebagai biaya produksi dalam perusahaan yaitu biaya iklan, dan biaya pemasangan stiker. Sedangkan biaya yang bersifat tetap yang tidak dimasukkan sebagai biaya produksi yaitu biaya pemeliharaan dan perawatan alat produksi dan biaya depresiasi alat produksi.

Setelah dilakukan penelusuran lebih lanjut pada perusahaan, maka biaya *overhead* pabrik dapat dilihat pada tabel 5

Tabel 5
Evaluasi biaya *overhead* pabrik

Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	Total Biaya (Rp)
Biaya listrik	150.000
Biaya air	30.000
Biaya LPG	300.000
Biaya kemasan	5.537.000
Biaya iklan	50.000
Biaya pemasangan stiker	451.000
Biaya pemeliharaan dan perawatan alat produksi	100.000
Biaya depresiasi alat produksi	142.310
Total	6.760.310

Dari tabel 5 dapat diketahui bahwa terdapat beberapa biaya yang tidak dihitung perusahaan sebagai biaya produksi, yaitu biaya pemeliharaan dan perawatan alat produksi, biaya depresiasi alat produksi, biaya iklan dan biaya pemasangan stiker. Biaya *overhead* pabrik tertinggi terdapat pada biaya kemasan produk yaitu sebesar Rp5.537.000. dan terendah adalah biaya air sebesar Rp30.000. Sehingga dapat diketahui bahwa total biaya *overhead* pabrik yaitu sebesar Rp 6.760.310

Perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode *full costing* berbeda dengan metode yang digunakan perusahaan. Dengan

metode *full costing* semua biaya yang digunakan dalam proses produksi akan diklasifikasikan sebagai biaya produksi, baik yang bersifat variabel maupun yang bersifat tetap. Dalam perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode *full costing*, ada beberapa biaya yang tidak digunakan oleh perusahaan namun akan digunakan oleh peneliti. Biaya tersebut terdiri atas biaya pemeliharaan dan perawatan alat produksi, biaya iklan, dan biaya pemasangan stiker yang diperoleh dari hasil wawancara oleh peneliti. Adapun rincian tersebut diperoleh langsung oleh peneliti berdasarkan keterangan dari pihak perusahaan.

Sedangkan biaya depresiasi alat produksi yang sebelumnya telah diperhitungkan rinciannya terlebih dahulu.

Harga pokok produksi yang dihitung dengan menggunakan metode *full costing* menghasilkan angka yang lebih tinggi. Hal ini disebabkan karena ada beberapa biaya yang tidak diperhitungkan oleh perusahaan. Perusahaan beranggapan bahwa biaya pemeliharaan dan biaya depresiasi alat produksi merupakan modal awal dalam menjalankan

bisnisnya, sehingga sudah menjadi sebuah resiko perusahaan jika alat-alat produksi yang digunakan mengalami kerusakan. Sedangkan biaya iklan dan biaya pemasangan stiker bukanlah biaya yang harus diperhitungkan setiap bulannya oleh perusahaan karena biaya tersebut dianggap sebagai biaya tambahan ketika produk telah selesai dikerjakan. Perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode *full costing* dapat dilihat dalam tabel 6

Tabel 6
Harga pokok produksi menurut metode *full costing* untuk bulan september 2016

BIAYA PRODUKSI	Biaya (Rp)	Total (Rp)
Biaya Langsung		
Biaya Bahan Baku		
Ikan tuna	25.000.000	
Gula pasir	3.660.000	
Garam	58.000	
Minyak goreng	1.380.000	
Merica	1.250.000	
Ketumbar	150.000	
Bawang merah	1.386.000	
Bawang putih	1.020.000	
Asam	60.000	
Lengkuas	43.000	
Jahe	120.000	
Serai	700.000	34.827.000
Biaya Tenaga Kerja		
Pengolahan	5.350.000	5.350.000
Biaya Overhead Pabrik		
Listrik	150.000	
Air	30.000	
LPG	300.000	
Kemasan	5.537.000	
Iklan	50.000	
Pemasangan stiker	451.000	5.378.000
Biaya Tidak Langsung		
Biaya pemeliharaan dan biaya perawatan alat produksi	100.000	
Depresiasi prizer	75.000	
Depresiasi spinder	29.166,67	
Depresiasi kompor	14.531,25	
Depresiasi blender	12.945	
Depresiasi wajan	10.666,67	242.310
Total Biaya Produksi		46.937.310
Jumlah Unit Produksi (kg)		540
Harga Pokok Produksi per kg abon atau dibulatkan		86.921,94 86,921

Dari tabel 6, perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode *full costing* memiliki angka yang lebih tinggi dibandingkan dengan metode yang digunakan perusahaan. Dari data yang diolah diperoleh total biaya produksi sebesar Rp46.0937.310, hasil tersebut merupakan penjumlahan antara total biaya bahan baku sebesar Rp34.9827.000, dan biaya tenaga kerja yaitu sebesar Rp5.350.000, serta total biaya *overhead* pabrik sebesar Rp6.760.310 sehingga diperoleh harga pokok produksi per unitnya (kg) yaitu sebesar Rp86.921

Penentuan harga jual pada perusahaan dengan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing* mengalami perbedaan. Total biaya produksi pada perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode *full costing* lebih tinggi dibandingkan perhitungan perusahaan. Sehingga harga jual yang ditetapkan perusahaan dengan metode *cost plus pricing* terdapat selisih yaitu sekitar Rp2.575.

Sedangkan perbandingan dalam penentuan harga jual menurut perhitungan perusahaan dengan metode *cost plus pricing* untuk setiap kemasan produk, yaitu 100gram, 250gram dan 500gram

Selisih harga jual timbul akibat adanya perbedaan beban biaya sejak awal. Perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode *full costing* lebih besar dari metode perhitungan harga pokok produksi yang dilakukan perusahaan. Sehingga harga jual yang ditetapkan perusahaan untuk 1kg abon lebih rendah dari metode *full costing*, dengan selisih sebesar Rp2.337. Meskipun demikian, penentuan harga jual yang dilakukan perusahaan untuk kemasan abon dalam gram memiliki angka yang lebih tinggi dibandingkan metode *cost plus pricing*. Hal ini disebabkan karena perusahaan langsung menetapkan tingkat persentase laba

untuk setiap kemasannya yaitu sekitar $\pm 70\%$, dari total harga per unit yang ditetapkan untuk 1kg abon yaitu sebesar Rp120.000. Walaupun demikian harga pokok produksi bukanlah satu-satunya faktor yang mempengaruhi harga jual. Harga jual juga bisa dipengaruhi oleh kualitas produk, selera konsumen atau situasi pasar bahkan kebijakan dari perusahaan itu sendiri.

PENUTUP

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab rumusan masalah, berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang dilakukan penulis, maka hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa:

Penentuan harga jual pada CV. Karya Dharma untuk setiap kemasan dalam bentuk gram mengalami peningkatan persentase laba yang diharapkan yaitu $\pm 70\%$ dan menyebabkan harga jual yang ditawarkan perusahaan lebih besar dibandingkan menurut metode *cost plus pricing* dengan persentase laba hanya sebesar 40%. Penentuan harga jual metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing* dapat menetapkan harga jual yang lebih efisien. Sehingga harga yang ditetapkan perusahaan dapat diturunkan, Karena persentase laba yang ditetapkan dengan metode *cost plus pricing* cukup tinggi atas dasar biaya total (total harga pokok produksi) per unit produk yang dihasilkan perusahaan.

Implikasi

Implikasi penelitian yang diajukan oleh peneliti berupa saran-saran yang dapat diberikan kepada perusahaan:

1. Perusahaan sebaiknya memperhitungkan seluruh unsur-unsur biaya *overhead* pabrik sehingga perhitungan harga pokok produksi menggambarkan total biaya produksi yang sesungguhnya atau biaya yang lebih akurat dan

dapat dijadikan sebagai dasar dalam penetapan harga jual yang tepat.

2. Perusahaan sebaiknya menurunkan harga jual produk untuk kemasan 100gram dari harga Rp20.000 menjadi Rp15.000-Rp18.000 per unitnya, dan untuk kemasan 250gram dari harga Rp35.000 menjadi Rp31.000-Rp33.000 per unitnya. Sedangkan untuk kemasan 500gram dari harga Rp70.000 menjadi Rp65.000-Rp68.000. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing dan menarik pihak konsumen karena harga yang ditawarkan perusahaan lebih rendah dari harga sebelumnya. Penetapan harga tersebut akan memperoleh *markup* sebesar $\pm 50\%$ per unit produk abon. Sedangkan untuk kemasan 1kg abon sebaiknya perusahaan menaikkan harga jualnya yaitu sekitar Rp122.500, untuk tetap bisa mendapatkan persentase laba atau *markup* sebesar 40%.

DAFTAR RUJUKAN

- Akbar, Pergiawan. 2015. "Penghitungan Harga Pokok Produksi dengan Metode *Full Costing* sebagai Dasar Penentuan Harga Jual (Studi Kasus UKM Rengginang Sari Ikan di Sumenep)". Jurnal Universitas Negeri Maulan Malik Ibrahim.
- Aurora, Bunea Bontas Cristina. 2013. "*The Cost of Production Under Direct Costing and Absorption Costing-A Comparative Approach*". Constantin Brâncuși, University of Târgu Jiu, Economy Series, Issue2, ISSN 1844-7007.
- Batubara, Helmina. 2013. "Penentuan Harga Pokok Produksi Berdasarkan Metode *Full Costing* pada Pembuatan Etalase Kaca dan Alumunium di UD. Istana Alumunium Manado". Jurnal EMBA, Vol.1, No.3, ISSN 2303-1174.
- Cahyani, Galuh Fitri Nur. 2015. "Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi pada Pabrik Tahu "Sari Langgeng" Kutoarjo dengan Metode *Full Costing*". Repository Universitas PGRI Yogyakarta.
- Castanheira, Luis Gustavo. "Operational Result Through Variable Costing: Agricultural and Poultry Production". *International Journal of Food and Agricultural Economics*, Vol. 2, No. 3, ISSN 2147-8988.
- Dunia, Firdaus Ahmad dan Wasilah Abdullah. 2011. *Akuntansi Biaya*. Jakarta: Salemba Empat.
- Gersil, Aydın dan Cevdet Kayal. 2016. "A Comparative Analysis of Normal Costing Method with Full Costing and Variable Costing in Internal Reporting". *International Journal of Management (IJM)*, Vol. 7, Issue
- Gusnardi. 2010. "TOC: Tinjauan Teori". *Pekbis Jurnal*, Vol.2, No.3.
- Hansen, Dor R dan Maryanne M Mowen. 2013. *Akuntansi Manajerial*. Jakarta: Salemba Empat.
- Husnia, Azizah Himmatul, Topowijono dan Dwiatmanto. 2014. "Analisis Pengambilan Keputusan Menerima atau Menolak Pesanan Khusus Berdasarkan Metode *Variable Costing* (Studi pada Perusahaan Mebel Anggun Citra Jati Mas, Bojonegoro Tahun 2013)". *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol.17, No. 2.

- Ibrahim. 2015. "Analisis Biaya Relevan untuk Pengambilan Keputusan Menerima Atau Menolak Pesanan Khusus pada PT. BS Polymer di Makassar". Jurnal STIE Nobel Indonesia.
- Kondoy, Irvana Marina, Ventje Ilat dan Winston Pontoh. 2015. "Penerapan *Cost Plus Pricing* dalam Keputusan Penetapan Harga Jual untuk Pesanan Khusus pada UD. Dewa Bakery Manado". Jurnal Berkala Ilmia Efisiensi, Vol.15, No.3.
- Lasena, Sitti Rahmi. 2013. " Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi pada PT. Dimembe Nyiur Agripro". Jurnal EMBA, Vol. 1, No. 3, ISSN: 2303-1174.
- Majid, Jamaluddin. 2013. *Memahami Akuntansi Manajemen*. Makassar: Alauddin University Press.
- Muchlis, Saiful. 2013. *Akuntansi Biaya Kontemporer*. Makassar: Alauddin University Press
- Nawaz, Mariam. 2013. "An Insight Into the Two Costing Technique: Absorption Costing and Marginal Costing". BRAND. Broad Research in Accounting, Negotiation, and Distribution, Vol. 4, Issue 1, ISSN 2067-8177.
- Raiborn, Cecily. A dan Michael R. Kinney. 2011. *Akuntansi Biaya: Dasar dan Perkembangan, Edisi 7*. Jakarta: Salemba Empat
- Reppi, Olivia Hellen. 2013. "Penerapan Metode *Direct Costing* dalam Perencanaan Laba pada UD. Roma di Bitung". Jurnal EMBA, Vol.1, No.3, Hal. 1060-1068, ISSN 2303-1174.
- Rifqi, Mochammad Anshar Hawari. 2014. "Analisis *Full Costing* dan *Variabel Costing* dalam Perhitungan Harga Pokok Produksi pada Usaha *Moulding* Karya Mukti Samarinda". E-Journal Ilmu Administrasi Bisnis, Vol. 2, No. 2, Hal. 187-200, ISSN 2355-5408.
- Setiadi, Pradana, David P.E. Saerang dan Treesje Runtu. 2014. "Perhitungan Harga Pokok Produksi dalam Penentuan Harga Jual pada CV. Minahasa Mantap Perkasa". Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi, Vol.14, No. 2.
- Supranto. 2008. *Statistik: Teori dan Aplikasi* Edisi 7 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Suryabrata, Sumadi. 2013. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Putra, Hendrawan Santosa dan Wahyu Agus Winamo. 2014. "Perancangan Aplikasi Penentuan Harga Pokok Produksi Produk Turunan Tape Singkong dalam Usaha Mencapai Harga Kompetitif". Jurnal Akuntansi Universitas Jember, Vol. 12, No. 2, Hal. 17-31.
- Waryanto, R Bambang Dwi dan Nasrulloh. 2014. "Pengaruh Penentuan Harga Pokok Produksi terhadap Harga Jual pada Industri Krupuk (Studi Kasus di UD. Inun Jaya Sampang)". Majalah Ekonomi, Vol.XVIII, No.2, ISSN 1411-9501.
- Yusuf, Muri. 2014. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Penamedia Group.