

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sepanjang periode ini, dunia bisnis telah berubah baik secara domestik maupun internasional, dan salah satu dari banyak faktor yang memengaruhi perekonomian suatu negara adalah sektor industrinya. Setiap sektor industri perlu memiliki tujuan, seperti menghasilkan uang sebanyak-banyaknya, bersaing di pasar, dan memberi kembali kepada masyarakat.

Salah satu negara dengan perekonomian paling signifikan di Asia Tenggara adalah Indonesia. Salah satu indikator pentingnya adalah pertumbuhan ekonomi. untuk menilai kesejahteraan suatu negara dalam ekonomi pasar yang luas. Menurut Sukirno (2015), pertumbuhan ekonomi merupakan perluasan aktivitas masyarakat dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Akan tetapi, masalah pertumbuhan ekonomi Indonesia telah menjadi lebih rumit dalam beberapa tahun terakhir. Pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan sering kali terhambat oleh perubahan pasar global, sudut pandang industri, dan ketidakpastian ekonomi.

Dalam hal ini, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) menonjol sebagai elemen penting yang dapat mendukung perluasan ekonomi Indonesia. UMKM memberikan kontribusi besar sebagai salah satu pilar ekonomi dalam menciptakan lapangan kerja, menggerakkan aktivitas ekonomi lokal, dan meningkatkan pemerataan distribusi pendapatan.

Karena kota-kota kecil dapat memperoleh pekerjaan dan dukungan keuangan melalui kesempatan kerja yang diciptakan oleh UMKM, keberhasilan mereka akan menjadi katalisator bagi kemakmuran lokal. Di Indonesia, UMKM berperan dalam inisiatif pemerintah untuk memerangi kemiskinan, menurunkan pengangguran, dan mendorong pemerataan ekonomi.

Usaha mikro didefinisikan sebagai Perusahaan yang menguntungkan dan memenuhi standar usaha mikro Menurut Pasal 1 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM atau Perusahaan Swasta. UMKM atau usaha mikro, kecil, dan menengah adalah perusahaan yang bergerak di bidang usaha mikro, kecil, dan menengah kegiatan usahanya dilakukan oleh perorangan mandiri dan menguntungkan yang beroperasi di semua sektor ekonomi. Kehadiran UMKM berdampak baik pada pemerataan ekonomi daerah karena mereka membantu banyak individu yang menganggur dalam mencari pekerjaan.

Kesalahan dalam menentukan harga dan kalah bersaing dengan pelaku usaha lain merupakan dua kendala yang kerap yang dialami oleh pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah. Biasanya, ketidakakuratan ini terjadi karena estimasi biaya produksi yang keliru. Kesalahan tersebut dapat mengakibatkan harga jual yang lebih rendah dari perkiraan, yang dapat berujung pada kegagalan usaha. Menurut Irsad Z (2010:13), dalam memulai usaha ada empat faktor yang perlu diperhatikan agar usaha tidak mengalami kegagalan saing dengan para kompetitor sesuai teori marketing mix, yaitu; *price* (harga), *product* (produk), lokasi iklan. Salah satu faktor yang sangat memengaruhi minat

konsumen adalah harga. Pelanggan akan lebih cermat saat membandingkan biaya dengan biaya pesaing lain yang menawarkan produk terbaik.

Selain itu, harga harus disesuaikan dengan kualitas barang atau jasa yang ditawarkan; harga tidak dapat ditentukan hanya berdasarkan harga. Agar perusahaan dapat mengidentifikasi harga jual optimal untuk suatu produk dan memperoleh acuan laba, pertama-tama perlu menilai biaya produksi. Wuryansari mengklaim bahwa (2016:2).

Sementara itu, Untuk menarik pelanggan, UMKM bersaing dengan memberikan biaya terbaik. Karena kurangnya pengalaman dan kurangnya pelanggan setia, barang-barang baru seperti ini biasanya menghadapi persaingan ketat untuk mendapatkan harga jual. Selain itu, ada banyak pesaing yang bersaing untuk mendapatkan harga terbaik dari pembeli.

Tujuan perusahaan adalah menghasilkan uang sebanyak mungkin. Meningkatkan penjualan, mengurangi pemborosan pengeluaran, dan memperkirakan biaya produksi secara akurat dalam sistem akuntansi hanyalah beberapa variabel yang dapat memengaruhi perolehan laba. Karena UMKM menawarkan harga yang kompetitif dan didukung oleh lokasi, penjualan serta sistem pemasaran dan kualitas produk. Untuk mengurangi pemborosan uang, maka harus dilakukan memiliki catatan keuangan untuk mengetahui jumlah uang yang terbuang selama proses produksi sebelumnya. Biaya produksi, menurut Mulyadi (2015:14), adalah biaya yang dikeluarkan selama proses pengolahan bahan mentah menjadi barang jadi yang siap dijual. Karena biaya produksi biasanya melebihi biaya lainnya, pengawasan dan pengendalian harus

diterapkan saat menghitung biaya produksi agar manajemen perusahaan dapat menurunkan biaya tersebut dan memenuhi target laba.

Kuswadi (2008:49) Harga pokok produksi adalah semua biaya yang dikeluarkan selama periode waktu tertentu untuk produksi barang atau jasa. Saat menentukan harga jual suatu produk, manajemen perusahaan harus mempertimbangkan harga pokok produksi. Barang-barang tertentu yang mahal dari produsen terkenal bisa jadi lebih murah daripada barang-barang yang diproduksi di daerah sekitar. Produk-produk berkualitas tinggi dapat diproduksi dengan harga yang kompetitif berkat estimasi harga pokok produksi yang akurat yang juga memprediksi harga jual secara akurat. Biaya produksi meliputi tenaga kerja, bahan baku, dan biaya overhead pabrik. Ketiga komponen biaya produksi ini jika dijumlahkan akan menjadi satu unit biaya saat bahan baku diubah menjadi barang jadi yang dapat dipasarkan (Wuryansari, 2016:13).

Perusahaan industri mengawasi dengan saksama pengelolaan biaya produksi. Tujuannya adalah stabilitas perusahaan yang berkelanjutan. Riau, salah satu provinsi terkaya di Indonesia, sebagian besar terdiri dari sumber daya alam, seperti karet, minyak sawit, gas alam, minyak bumi, dan perkebunan. Beberapa kabupaten juga terletak di Provinsi Riau, termasuk Kabupaten Rokan Hulu, yang dibentuk sebagai hasil dari pertumbuhan Kabupaten Kampar. Ada sejumlah kecamatan di Kabupaten Rokan Hulu, termasuk Desa Tanjung Medan merupakan bagian dari Kecamatan Tambusai utara, termasuk sejumlah komunitas. Banyak perempuan yang mengelola usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) tinggal di Desa Tanjung Medan, termasuk pabrik kerupuk.

Pabrik kerupuk Rambak dipilih sebagai lokasi penelitian oleh peneliti karena pabrik tersebut merupakan pabrik kerupuk yang cukup dikenal di wilayah Tanjung Medan, Pabrik kerupuk Rambak belum memiliki catatan yang akurat tentang cara Menentukan harga jual dan biaya produksi. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) dan Departemen Perindustrian, pabrik kerupuk rambak mempekerjakan 10 orang pekerja, sehingga tergolong usaha kecil, yakni perusahaan yang memiliki karyawan tetap antara lima hingga sembilan belas orang.

Salah satu UMKM kerupuk di Kelurahan Tanjung Medan adalah Pabrik Kerupuk Rambak Pak Margono. Usaha ini di kelola langsung oleh pemiliknya yaitu pak Margono. Pada usaha kerupuk Rambak ini menggunakan bahan bakunya adalah tepung terigu dan tepung kanji, rasa, antara lain. Sejak tahun 2017, Bapak Margono telah menjalankan perusahaannya. Selama menjalankannya usahanya pak Margono hanya menggunakan perkiraan (taksiran) dalam perhitungan harga pokok produksi serta dana yang di hasilkan di gabungkan antara dana usaha dan dana keluarga. Selain langsung menentukan harga jual, Pak Margono juga tidak memperhitungkan secara saksama yang dikeluarkan mulai dari bahan baku hingga produk akhir selama proses produksi. Untuk mencegah kesalahan dalam penetapan harga dan memberikan titik aman bagi perusahaan pembuat kerupuk Rambak Pak Margono, maka diperlukan prosedur perhitungan yang tepat. Kesalahan dalam menetapkan harga jual akan mempengaruhi keuangan perusahaan dan dapat mengakibatkan kerugian atau penurunan pelanggan.

Selain menghasilkan laba, tujuan utama setiap perusahaan adalah bertahan dan berkembang. Untuk memproduksi komoditas untuk dipasarkan, operasi produksi memerlukan berbagai kompromi biaya. Biaya ini akan menjadi dasar untuk menentukan harga pokok produksi. Salah satu metode adalah menghitung secara akurat semua biaya yang telah dikeluarkan, harga jual akan lebih pasti jika biaya produksi yang tepat ditetapkan.

Dalam situasi ini, sebuah bisnis harus memperhitungkan harga pasar dan Harga jual suatu produk ditentukan oleh biaya yang dikeluarkan selama proses produksi. Untuk memperoleh laba, suatu bisnis harus menentukan harga jualnya yang diperlukan menambahkan persentase laba target ke semua biaya yang terlibat dalam pembuatan barang tersebut.

Karena pendapatan perusahaan akan memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan perusahaan. Harga jual ditentukan oleh sejumlah faktor. Meskipun menaikkan harga jual dapat mendorong laba jika terlalu tinggi, hal itu sulit dilakukan karena hal ini akan memaksa pelanggan untuk beralih untuk menyaingi barang sejenis namun dengan harga yang lebih murah di pasar yang lebih kompetitif saat ini. Biaya yang terkait dengan produksi pengeluaran yang dikeluarkan untuk mengubah bahan baku menjadi barang jadi, menurut Siregar (2014:28). Harga jual komoditas yang akan dijual dapat lebih mudah ditentukan dan keuntungan dapat dimaksimalkan.

Selain estimasi harga pokok produksi yang tepat, harga jual juga memiliki pengaruh yang besar terhadap laba perusahaan. Menghitung biaya produksi merupakan pendekatan yang tidak dapat diabaikan, demikian menurut

Ramadani (2018). Salah satu metode untuk menentukan harga pokok produksi adalah pendekatan perhitungan biaya total. Menurut Mulyadi (2015), metode penentuan biaya produksi yang meliputi biaya tenaga kerja langsung, biaya bahan baku, biaya *overhead* pabrik langsung, biaya *overhead* pabrik *variabel*, dan biaya *overhead* pabrik tetap dikenal dengan perhitungan Metode *full costing*.

Pebisnis dapat menggunakan teknik penetapan harga pokok produksi untuk menentukan harga jual *Cost Plus pricing* sebagai panduan untuk menghasilkan keuntungan. Teknik penetapan *Cost Plus pricing*, menurut Irvana et al. (2019), adalah proses penetapan harga jual dengan terlebih dahulu mengetahui tujuan keuntungan dan kemudian mengetahui biaya produksi per unit. Menurut Lailatul Fitriah (2020), margin keuntungan yang diantisipasi akan dimasukkan ke dalam penetapan *Cost Plus pricing* ini setelah semua biaya telah dipertimbangkan. Dengan demikian, bisnis akan mampu menetapkan harga jual dan biaya yang tepat, yang pada akhirnya akan mengoptimalkan laba perusahaan dan memungkinkannya untuk menawarkan harga yang dapat bersaing di pasar.

Ada pun beberapa penelitian yang melakukan penelitian terkait dengan *full costing* dan *cost plus pricing* diantaranya, Dalam penelitian Intan purnama putri (2022). Berdasarkan hasil penelitian, harga jual dan biaya produksi ditetapkan oleh berbagai perusahaan yang menggunakan berbagai pendekatan penetapan harga biaya plus dan penetapan harga biaya lengkap. Secara khusus, Krecek Uyel menetapkan harga berdasarkan estimasi, yang menurunkan biaya produksi

dan harga eceran. Biaya produksi yang lebih rendah dan harga jual yang lebih tinggi merupakan hasil dari strategi penetapan *Cost plus pricing* Krecek Lempeng, yang memperhitungkan semua biaya yang dikeluarkan. Jika dibandingkan dengan menggunakan metode *Full costing* dan *Cost plus pricing* perusahaan masih sangat tinggi.

Sesuai dengan Dinda Danela (2021). Temuan penelitian menunjukkan bahwa penggunaan metode *Full costing* untuk menentukan biaya produksi menyebabkan biaya lebih besar dari yang diperkirakan perusahaan. Hal ini terjadi karena Perusahaan belum memperhitungkan semua biaya terkait produksi, seperti biaya *overhead variabel* dan biaya non produksi, saat menetapkan harga jual. Menurut temuan penelitian, manajemen belum menggunakan analisis biaya untuk menentukan harga jual pesanan khusus (Irvana Marina Kondoy, Ventje Ilat, & Winston Pontoh, 2015). Metode ini menghasilkan harga jual yang lebih rendah dari pada pendekatan perusahaan sebelumnya. Berdasarkan temuan penelitian sebelumnya, peneliti ingin melakukan penelitian lebih lanjut. Pabrik Kerupuk Rambak milik Pak Margono terletak di Kelurahan Tanjung Medan, Provinsi Riau, Kecamatan Tambusai Utara, Kabupaten Rokan Hulu, merupakan tempat UMKM ini mengolah kerupuk mentah atau yang disebut juga kerupuk rambak. Metode perhitungan biaya produksi yang masih sederhana yang digunakan oleh Usaha Kerupuk Rambak milik Pak Margono. Berdasarkan hasil wawancara awal, Pabrik Kerupuk Rambak hanya menggunakan cara sederhana yaitu berdasarkan perkiraan atau tafsiran saja. Pabrik Kerupuk Rambak yang belum memiliki

pencatatan dan metode perhitungan Margin keuntungan perusahaan kerupuk Rambak dipengaruhi oleh harga jual maka harus menghitung harga pokok produksi dengan menggunakan metode *full costing*. Agar mendapatkan harga pokok produksi yang akurat karena memasukkan semua biaya yang digunakan.

Dalam penelitian ini perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode *full costing* akan di terapkan di Pabrik Kerupuk Rambak atau UMKM lain yang belum melakukan pencatatan untuk menghitung biaya produksi agar memperoleh laba yang pasti. Penerapan ini, peneliti akan terlebih dahulu melihat bagaimana Pabrik Kerupuk Rambak menghitung harga pokok produksi kemudian peneliti akan menghitung Kembali dengan menggunakan metode *Full costing*. Metode *Full costing* akan menghitung dan menggabungkan semua biaya produksi, biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* tetap dan biaya *variabel*, dan pengeluaran non-produksi.

Akibatnya, margin keuntungan menjadi kurang optimal dan harga jual menjadi kurang kompetitif. Dengan demikian, penulis tertarik untuk menganalisis perhitungan harga pokok produksi menggunakan pendekatan *full costing* yang mana metode ini dianggap metode yang efektif dalam menentukan harga pokok produksi sedangkan mengenai harga jual menggunakan metode *cost plus pricing*. Oleh karena itu, penulis mengambil judul **“Perhitungan Harga Pokok Produksi menggunakan pendekatan *full costing* dalam menentukan harga jual *Cost Plus Pricing* Pada Pabrik Kerupuk Rambak”**.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pabrik kerupuk Rambak menghitung harga pokok produksi dan menentukan harga jual
2. Bagaimana menghitung harga pokok produksi menggunakan metode *full costing* dan menetapkan harga jual menggunakan *cost plus pricing* pada Pabrik Kerupuk Rambak?
3. Bagaimana perhitungan harga pokok produksi dan harga jual yang tepat.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang dilakukan ditinjau dari rumusan masalah di atas adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui perhitungan harga pokok produksi dan penetapan harga jual di pabrik Kerupuk Rambak.
2. Untuk mengetahui perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode *full costing* dan menetapkan harga jual menggunakan *cost plus pricing* pada Pabrik Kerupuk Rambak
3. Untuk mengetahui perhitungan harga pokok produksi dan harga jual yang tepat

1.4 Sistematika Penulisan

Sebagai gambaran umum dari sistematika penulisan skripsi ini sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Penulis akan membahas penjelasan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, keuntungan penelitian, dan sistematika penulisan dalam bab ini.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Untuk memberi dasar bagi peneliti dalam menjelaskan pokok bahasan studi yang dipilih, penulis akan menguraikan teori-teori yang mendasari masalah tersebut dalam bab ini.

BAB III : METODE PENELITIAN

Tinjauan umum tentang tujuan penelitian, definisi operasional variabel penelitian, jenis dan sumber data, teknik penentuan populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan pengujian hipotesis semuanya dibahas dalam bab ini oleh peneliti.

BAB VI : PAPARAN DATA DAN HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini peneliti membahas mengenai hasil dari penelitian yang Di dalamnya membahas mengenai hasil dari Perhitungan Harga pokok Peroduksi pada Pabrik Kerupuk Rambak hasil perhitungan dari pabrik dengan perhitungan menggunakan metode Full costing dan menggunakan pendekatan *Cos plus Pricing* dalam menentukan Harga Jual.

BAB V : HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini peneliti membahas mengenai hasil dari penelitian sesuai dengan hasil penelitian dari peneliti yang di dalamnya terdapat Kesimpulan dan saran untuk peneliti selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Deskripsi teori

2.1.1 Pengertian Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

Definisi UMKM di Republik Indonesia diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Pasal 1 Undang-Undang tentang Usaha Mikro mendefinisikan usaha mikro sebagai usaha yang menghasilkan keuntungan yang dijalankan oleh orang perseorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi persyaratan Undang-Undang tentang Usaha Mikro.

2.1.1.1 Usaha Mikro

Perusahaan produktif yang dimiliki oleh orang pribadi atau badan usaha perorangan yang dibentuk berdasarkan undang-undang ini dan memenuhi persyaratan usaha mikro. Usaha kecil adalah perusahaan yang berdiri sendiri dan berorientasi pada laba, yang dijalankan oleh orang atau badan usaha yang tidak secara langsung atau tidak langsung menjadi bagian dari perusahaan menengah atau perusahaan besar yang memenuhi kriteria, atau yang bukan merupakan cabang atau anak perusahaan dari perusahaan yang dimiliki atau dikuasainya.

Definisi hukum "usaha kecil" Usaha mikro adalah unit usaha yang memiliki asset paling banyak Rp50.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dengan hasil penjualan tahunan paling besar Rp 300.000.000

2.1.1.2 Usaha kecil

Perusahaan kecil diharapkan mampu menciptakan lapangan kerja yang lebih banyak. Jika pertumbuhan penyerapan tenaga kerja oleh sektor usaha besar dan menengah konsisten, maka sasaran pengangguran bahkan jika pengembangan kewirausahaan dan penumbuhan unit usaha baru dilaksanakan secara optimal, pengangguran terbuka akan dapat ditekan. Adanya lapangan kerja dan meningkatnya pendapatan diharapkan akan membantu mewujudkan masyarakat Indonesia yang sejahtera.

Perusahaan kecil memiliki aset paling sedikit Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) dan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Selain itu, hasil penjualan tahunan perusahaan kecil berkisar antara Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan Rp2.500.000.000,00 (dua miliar lima ratus juta rupiah).

2.1.1.3 Usaha Menengah

Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-undang. Usaha menengah adalah perusahaan dengan nilai kekayaan bersih lebih dari Rp.500.000.000 hingga paling banyak

Rp.100.000.000.000 hasil penjualan tahunan di atas Rp.2.500.000.000.000 miliar sampai paling tinggi Rp 50.000.000.000

2.1.2 Pengertian Akuntansi Biaya

Metode yang digunakan perusahaan untuk mengumpulkan dan mencatat semua biaya yang terkait dengan pembuatan atau penyediaan barang atau jasa dalam suatu Perusahaan. Tujuan dari akuntansi biaya adalah untuk memberikan pemahaman yang lebih baik tentang beberapa biaya yang telah dikeluarkan untuk memproduksi barang atau jasa tertentu. Proses akuntansi biaya melibatkan pencatatan dan pengelompokan berbagai jenis biaya yang timbul selama proses produksi seperti biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya overhead pabrik, dan biaya-biaya lainnya. Biaya-biaya ini dikumpulkan dan dicatat dalam sistem akuntansi Perusahaan untuk membentuk biaya total yang terkait dengan produk atau jasa yang dihasilkan.

2.1.2.1 Elemen- elemen Biaya

1. Biaya produksi

Biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan untuk mengubah sumber daya mentah menjadi barang jadi yang siap dijual. Contohnya biaya depresiasi mesin dan peralatan, biaya bahan baku, biaya bahan penolong, dan biaya gaji karyawan yang bekerja dalam bagian- bagian, baik yang langsung maupun yang tidak langsung yang berhubungan dengan proses produksi.

2. Biaya pemasaran

Biaya pemasaran adalah biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran suatu produk. Biaya transportasi dari gudang perusahaan ke gudang pembeli, biaya iklan dan promosi, dan upah karyawan di divisi operasi pemasaran adalah beberapa contohnya.

3. Biaya administrasi dan umum

Biaya umum dan administrasi adalah biaya yang terkait dengan pengorganisasian produksi dan pemasaran suatu produk. Di antara biaya-biaya ini adalah biaya fotokopi, biaya audit akuntansi, dan gaji staf untuk personalia, akuntansi, keuangan, dan hubungan masyarakat.

4. Biaya langsung (*Direct Cost*)

Biaya yang terjadi yang menyebabkan satu-satunya adalah karena adanya sesuatu yang dibiayai. Tanpa pembiayaan, biaya langsung ini tidak akan muncul. Hal ini memungkinkan penggunaan objek yang dibiayai untuk mendefinisikan biaya langsung secara sederhana.

5. Biaya tidak langsung (*Indirect cost*)

Biaya tidak langsung (*Indirect cost*) adalah biaya yang terjadi tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai. Biaya tidak langsung dalam hubungannya dengan produk tersebut dengan istilah biaya produk tidak langsung atau biaya overhead pabrik. Biaya ini tidak mudah didefinisikan dengan produk tertentu.

2.1.3 Penentuan Biaya Produksi

Biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan untuk mengubah bahan baku menjadi barang jadi yang siap dijual. Pendapatan penjualan berkorelasi dengan biaya produksi, yang secara langsung berhubungan dengan pembuatan suatu

produk. Biaya tenaga kerja langsung, biaya bahan baku, dan biaya overhead pabrik adalah tiga kategori yang menjadi dasar untuk mengalokasikan biaya produksi sesuai dengan barang yang disediakan. Biaya overhead industri dikenal sebagai biaya konversi, sedangkan biaya tenaga kerja langsung dan harga bahan baku dikenal sebagai biaya utama (Wijaya, 2018).

Biaya bahan baku adalah biaya bahan baku yang dibutuhkan untuk memproduksi barang jadi. Bahan baku secara langsung dimasukkan dalam harga setiap kategori produk karena merupakan bagian terbesar dari produk jadi. Biaya tenaga kerja langsung adalah upah atau kompensasi lain yang harus dibayarkan kepada pekerja yang secara langsung berkontribusi pada suatu tugas atau produk jadi. Proses mengubah bahan baku menjadi barang jadi dikenal sebagai tenaga kerja langsung. Upah yang diberikan kepada karyawan untuk produk tertentu termasuk dalam biaya tenaga kerja.

Menurut Anita (2013), biaya produksi terdiri dari biaya tenaga kerja langsung, harga bahan baku, dan biaya overhead pabrik, yang dapat mengambil lima bentuk yang berbeda. Komponen-komponen ini terdiri dari:

1. Biaya bahan penolong, yaitu biaya yang bukan merupakan bagian produk jadi atau bahan baku, apabila merupakan bagian dari produk jadi tetapi nilainya relative kecil jika dibandingkan dengan harga pokok produk tersebut.
2. Biaya tenaga kerja tidak langsung, yaitu biaya upah atau gaji, tunjangan, serta biaya kesejahteraan yang diberikan untuk tenaga kerja tidak langsung.
3. Biaya reparasi dan pemeliharaan, yang mencakup biaya suku cadang, bahan habis pakai, dan harga jasa dari luar perusahaan untuk pemeliharaan dan

4. perbaikan bangunan pabrik, mesin, dan aset tetap lain. Biaya yang timbul akibat penilaian aset tetap, yang meliputi biaya depresiasi pabrik, bangunan pabrik, mesin, alat kerja, dan aset tetap lain yang digunakan di pabrik.
5. Biaya listrik dan air, yaitu biaya listrik dan air yang digunakan di pabrik untuk proses produksi.

2.1.4 Metode *full costing*

Menurut Mulyadi (2012) Metode *full costing* adalah 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 *variable* maupun tetap. Dalam metode *full costing* biaya *overhead* produk dibebankan dengan menggunakan tarif yang telah di tentukan dimuka, biaya *overhead* pabrik tetap dianggap sebagai biaya produksi dan baru akan dilaporkan dalam laporan laba rugi apabila produk telah terjual.

Produk yang dihitung melalui pendekatan *full costing* terdiri dari unsur kos produksi (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik *variabel* dan biaya *overhead* pabrik tetap). Perhitungan harga pokok produksi mempunyai peran yang sangat penting dalam penyajian informasi ringkas dan sistematis kepada pemakai laporan. Metode *full costing* memperhitungkan biaya tetap karena biaya ini dianggap melekat pada harga pokok persediaan baik barang jadi maupun persediaan barang dalam proses yang belum terjual dan dianggap harga pokok penjualan jika produk tersebut sudah habis dijual. Dengan demikian

maka perusahaan akan memperoleh biaya yang akurat serta dapat menetapkan harga jual yang lebih kompetitif.

Dengan demikian harga pokok produksi menurut *full costing* terdiri dari unsur biaya produksi yaitu:

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

2.1.5 Harga Pokok Produksi

2.1.5.1 Pengertian harga pokok produksi

Perhitungan harga pokok produksi, yang mencakup tenaga kerja, bahan baku, dan sumber daya lainnya biaya *overhead* yang diperlukan untuk memproduksi barang untuk dijual, memiliki dampak yang signifikan terhadap harga jual suatu produk dan laba yang diharapkan, harga pokok produksi harus dihitung secara tepat karena kesalahan di area ini dapat merugikan laba bersih perusahaan. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa harga pokok penjualan dihitung dengan menambahkan ketiga komponen biaya tersebut. Para ahli seperti Suwirmayanti dan Putu (2018) menegaskan bahwa harga pokok penjualan adalah adalah pengorbanan sumber ekonomi yang di ukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau kemungkinan terjadi untuk memperoleh penghasilan Menurut Siby, Iiat, dan Kalalo (2018), Harga pokok produksi merupakan sejumlah pengorbanan

ekonomi atau biaya yang terkandung dalam persediaan barang jadi sebelum barang tersebut di jual. Berdasarkan beberapa pendapat para ahli tentang Harga pokok produksi diatas, maka dapat di simpulkan bahwa harga pokok produksi adalah semua biaya yang di gunakan untuk memperoses suatu bahan baku sehingga menjadi barang jadi dalam periode tertentu.

2.1.5.2 Metode Pengumpulan Harga Pokok Produksi

Metode yang digunakan untuk mengumpulkan harga pokok produksi sangat dipengaruhi oleh bagaimana perusahaan mengendalikan proses produksinya. Biaya barang yang dijual, juga dikenal sebagai biaya per unit, ditentukan dengan membagi biaya yang dikeluarkan selama periode waktu tertentu dengan jumlah produk yang diproduksi selama periode yang sama. Menurut Supryono (1999), ada dua cara untuk mengumpulkan harga pokok produksi yaitu:

1. Metode Harga Pokok Pesanan (*job order cost method*)

Teknik perhitungan Harga Pokok Pesanan merupakan sistem akuntansi biaya perpetual yang mendasarkan biaya pada pekerjaan pekerja individu (*jops*), menurut Dunia dan Wasilah (2011). Metode pengumpulan Harga Pokok Pesanan di mana setiap pesanan atau kontrak diidentifikasi dan biaya dikumpulkan secara terpisah untuk setiap pembelian, kontrak, atau layanan (Supriyono, 1999).

2. Metode Harga Pokok Proses (*process cost method*)

Salah satu teknik untuk mengumpulkan biaya produk adalah metode harga pokok proses, yang mengumpulkan biaya untuk setiap periode waktu yang berbeda, seperti bulan, semester, atau tahun (Supriyono, 1999). Ketika metode harga pokok proses, bisnis menciptakan item yang seragam dengan bentuk standar yang tidak

tergantung pada kebutuhan pembeli. Anggaran produksi, yang berfungsi sebagai landasan bagi operasi departemen produksi, menetapkan kegiatan produksi perusahaan untuk periode waktu tertentu.

2.1.5.3 Elemen Biaya Produksi

Produksi adalah kegiatan suatu badan untuk memproses dan menjadikan bahan baku menjadi produk yang siap untuk dijual, dengan cara menggunakan tenaga kerja dan fasilitas produksi lainnya. Seluruh biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan produksi ini disebut dengan biaya produksi. Maka dapat disimpulkan bahwa biaya produksi adalah biaya yang berasal dari pengeluaran untuk penyediaan bahan baku, upah tenaga kerja dan biaya *overhead* pabrik (Jannah, 2018:90). Biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk mengubah sumber daya mentah menjadi komoditas jadi yang siap dijual. Wuryansari (2016:13) mengklaim bahwa biaya produksi sering kali terbagi dalam tiga kategori:

1. Biaya Bahan Baku

Bahan baku menurut Mulyadi (2018) adalah bahan baku merupakan bahan yang membentuk bagian menyeluruh produk jadi. Bahan baku yang diolah dalam perusahaan manufaktur dapat diperoleh dari pembelian lokal, impor, atau dari pengolahan sendiri. Sedangkan biaya bahan baku menurut Dewi (2017:27) menyatakan bahwa, Biaya bahan baku (*direct material*) merupakan bahan yang membentuk bagian menyeluruh dari produk jadi.

Berdasarkan uraian diatas tentang biaya bahan baku, maka dapat disimpulkan bahwa biaya bahan baku adalah biaya yang secara langsung berhubungan dengan proses produksi bahan baku menjadi produk jadi.

2. Biaya Tenaga Kerja

Mulyadi (2018) membedakan dua jenis biaya tenaga kerja, yaitu biaya tenaga kerja langsung dan biaya tenaga kerja tidak langsung. Gaji tenaga kerja, biaya administrasi, dan pengendalian proses manufaktur merupakan contoh biaya tenaga kerja tidak langsung yang terkait dengan produksi, sedangkan pengrajin dan pekerja pabrik merupakan contoh biaya tenaga kerja langsung. Dewi (2017: 37) mendefinisikan biaya tenaga kerja langsung sebagai biaya yang timbul akibat penggunaan tenaga kerja dalam proses produksi. Berdasarkan kriteria yang telah disebutkan sebelumnya, upah yang dibayarkan kepada pekerja yang terlibat aktif dalam proses produksi dianggap sebagai biaya tenaga kerja.

3. Biaya *Overhead* Pabrik

Biaya *overhead* pabrik, menurut Hakim (2018), adalah biaya yang sepenuhnya terkait dengan proses produksi perusahaan tetapi tidak terkait langsung dengan output produksi tersebut. Biaya *overhead* pabrik adalah biaya umum yang tidak termasuk biaya tenaga kerja tidak langsung dan harga bahan baku. Contohnya seperti tagihan Listrik, air, telepon, komisi atau bonus, pemasaran, perlengkapan kantor, listrik, udara, dan telepon.

2.1.5.4 Metode perhitungan Harga pokok produksi

Menghitung harga pokok produksi suatu produk merupakan tujuan pokok akuntansi biaya. Harga pokok produksi diperoleh dari jumlah biaya-biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan produk jadi yang siap dijual. Metode penentuan harga pokok produksi adalah cara untuk memperhitungkan unsur-unsur biaya

dalam biaya produksi. Menurut Wijaya (2018) terdapat 2 cara untuk memperhitungkan unsur-unsur biaya dalam biaya produksi, yaitu:

1. Penghitungan Harga Pokok Penuh (*full costing*)

Proses estimasi biaya produksi yang mempertimbangkan semua komponennya, termasuk biaya tenaga kerja langsung, biaya bahan baku, dan biaya overhead pabrik tetap dan variabel, dikenal sebagai estimasi biaya lengkap. Penetapan *full costing* membagi biaya Biaya produksi dibagi menjadi biaya nonproduksi dan biaya produksi sesuai dengan tujuan utama perusahaan manufaktur. Dalam perhitungan biaya penuh, biaya produksi dimasukkan ke dalam biaya keseluruhan produk, sedangkan biaya nonproduksi, seperti biaya pemasaran dan biaya administrasi umum, diklasifikasikan sebagai biaya periode. Biaya produksi, yang meliputi biaya tenaga kerja, biaya bahan baku, biaya *overhead* produksi *variabel*, dan biaya *overhead* pabrik tetap, ditentukan menggunakan semua pendekatan perhitungan biaya.

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

2. Penghitungan Harga Pokok Variabel (*variabel costing*)

Hanya total biaya produk yang diperhitungkan dalam perhitungan Biaya produksi dan biaya variabel dianggap sebagai biaya periode. Dengan menggunakan pendekatan biaya variabel, biaya produksi dapat dihitung dengan menambahkan biaya tenaga kerja langsung, bahan baku, dan biaya overhead pabrik variabel:

Biaya Bahan Baku	xxx
Biaya Tenaga Kerja Langsung	xxx
Biaya Overhead Variabel	xxx +
Biaya Produksi Variabel	xxx

Karena biaya variabel dianggap sebagai biaya periode, biaya tersebut tidak dimasukkan dalam biaya produksi sebagaimana dalam pendekatan perhitungan biaya lengkap. Metode perhitungan biaya lengkap menghasilkan biaya produksi yang lebih akurat daripada perhitungan biaya variabel, menurut penelitian Irfania dan Diyani yang dipublikasikan dalam jurnal Yuliyanti & Saputra (2017).

2.1.6 Harga Jual

Harga jual adalah harga yang dapat menutupi semua biaya produksi maupun nonproduksi dan ditambah dengan laba yang wajar. Harga jual ditentukan dengan *markup*. Harga jual merupakan salah satu pilihan yang dibuat oleh manajemen. Pada akhirnya, pilihan harga ini akan menentukan apakah bisnis berhasil atau gagal (Sodikin, 2015: 158). Harga suatu produk merupakan salah satu rincian paling krusial yang harus diperhatikan oleh pembeli. Sasaran jangka pendek dan jangka panjang perusahaan juga dipengaruhi oleh harga (Samryn, 2012: 38). Harga merupakan faktor kunci dalam bidang kewirausahaan, dan perang harga sering terjadi dalam perang penjualan dengan barang yang identik. Pelanggan biasanya

membuat keputusan berdasarkan kualitas dan harga suatu produk. Menetapkan harga jual sangat penting karena memperoleh harga jual yang kompetitif dan dapat diterima guna menghasilkan keuntungan, karena pelaku usaha ingin menawarkan harga serendah-rendahnya kepada klien agar dapat menarik banyak pembeli.

Menambahkan laba yang diharapkan (*markup*) ke harga pokok merupakan metode yang populer untuk menentukan harga jual. *Markup*, yang juga dikenal sebagai laba atau keuntungan, adalah selisih antara harga jual dan biaya produksi. *Markup* biasanya dihitung sebagai persentase tertentu dari biaya produksi. Teknik penetapan harga ini disebut penetapan harga biaya-plus karena persentase *markup* ditetapkan dan ditambahkan ke keseluruhan biaya produksi untuk menetapkan harga jual.

2.1.7 Pengertian Metode *Cost Plus Pricing*

Metode *Cost plus pricing* yaitu metode penentuan harga jual produk dimana harga dihitung berdasarkan biaya produksi dan biaya penjualan serta tambahan *mark-up* yang pantas (Fitrah dan Endang, 2014). 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.

Menurut beberapa ahli, termasuk Garison et al. (2013:125), *cost plus pricing* merupakan proses penetapan harga jual melibatkan penentuan margin keuntungan yang diinginkan terlebih dahulu, kemudian menentukan biaya produksi per unit, dan akhirnya menentukan harga jual. Mulyadi (2015:349) mendefinisikan *Cost plus pricing* sebagai metode penentuan harga jual dengan menambahkan keuntungan

yang diantisipasi dengan semua biaya mendatang yang terkait dengan pembuatan dan promosi produk.

Para ahli menyatakan bahwa strategi penetapan *Cost plus pricing* menambahkan keuntungan yang diantisipasi dari produksi dan pemasaran produk untuk menetapkan harga jual. Salah satu cara paling sederhana untuk menetapkan Biaya tenaga kerja, bahan baku, dan overhead untuk suatu produk semuanya dihitung sebagai bagian dari pendekatan *Cost plus pricing*, yang digunakan untuk menentukan harga penawaran. Sehingga, rumus untuk menetapkan harga jual suatu produk adalah:

1. Rumus untuk penentuan harga jual produk adalah:

$$\text{Harga jual produk per unit} = \text{Biaya Produksi} + \text{Persentase Mark}$$

2. Rumus perhitungan persentase markup dapat dinyatakan :

$$\text{Persentase Markup} = (\text{Harga Jual} - \text{Biaya} / \text{Biaya}) \times 100\%$$

2.2 Hasil Penelitian yang relefan

Tabel 2.1

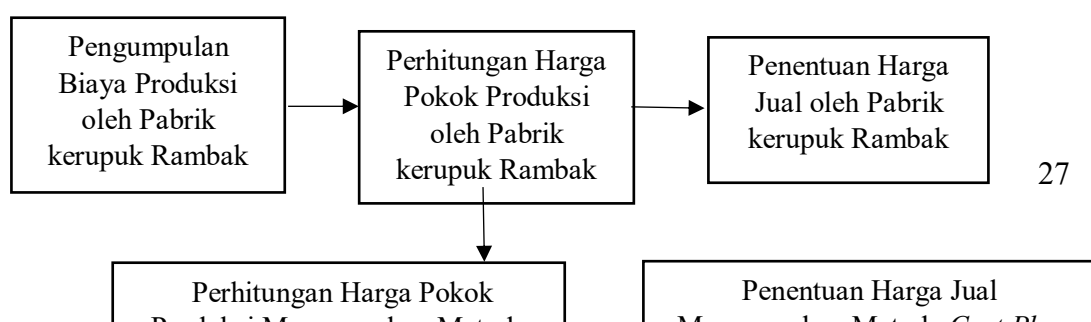
Hasil penelitian yang relefan

Nama	Tahun	Judul	Hasil
Evi Novitasari, Richard Alamsyah	(2020)	Peranan perhitungan harga pokok produksi pendekatan <i>full costing</i> dalam menentukan harga jual <i>cost plus pricing</i>	Biaya produksi yang ditetapkan oleh UMKM Heriyanto lebih sedikit dibandingkan dengan biaya produksi yang diperoleh dengan menggunakan pendekatan perhitungan biaya lengkap.
Danela, Dinda	(2021)	Penerapan harga pokok produksi metode dengan penetapan harga jual menggunakan <i>cost plus pricing</i> pada pabrik tahu ABC Malang	Biaya lebih tinggi apabila biaya produksi dihitung menggunakan pendekatan biaya penuh dibandingkan bila menggunakan harga pokok ditambah.
Leo Deby Eko Saputra	(2024)	Analisis penentuan harga pokok produksi dengan metode <i>full costing</i> dan penentuan harga jual dengan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa margin dan biaya pasokan yang digunakan untuk menentukan harga jual UMKM Bakpia 803 Bu Marno sangat

		pendekatan <i>cost plus pricing</i>	dipengaruhi secara positif oleh perhitungan biaya produksi.
Bryan F. W. Taroreh Sifrid S. Pangemanan I Gede Suwetja	(2021)	Analisis penentuan harga jual menggunakan metode <i>cost plus pricing</i> dengan pendekatan <i>full costing</i> pada CV. Varel tri putra mandiri	Berdasarkan hasil penelitian, perhitungan biaya membantu CV. Varel Tri Putra Mandiri mengidentifikasi perbedaan harga dan menetapkan harga jual.

2.3 Kerangka pemikiran

Kerangka konseptual penelitian ini adalah sebagai berikut, yang didasarkan pada latar belakang dan teori yang telah dibahas.



Gambar 2 1 Skema Kerangka Pemikiran

BAB III

METODE PENULISAN

3. 1 Lokasi Penelitian

Pabrik kerupuk rambak milik Bapak Margono di Desa Tanjung Medan, Kecamatan Tambusai Utara, menjadi objek penelitian ini. Usaha pabrik kerupuk

rambak saat ini adalah usaha yang sangat menguntungkan dan diminati, sehingga lokasi ini dipilih secara khusus.

3. 2 Jenis penelitian

Pendekatan kualitatif adalah jenis penelitian yang digunakan. Secara khusus, jenis penelitian ini dikenal sebagai penelitian deskriptif. Membuat laporan berbasis penelitian deskriptif kualitatif memerlukan konsentrasi pada isu-isu terkini dan penggunaan penelitian lapangan, observasi, dan wawancara untuk menggambarkan status perusahaan yang sebenarnya. Dengan melihat lebih jauh pada isu-isu manusia dan masyarakat, penelitian deskriptif kualitatif melibatkan penulis yang melakukan studi alam terhadap subjek lingkungan sekitar daripada berfokus pada temuan-temuan atau manipulasi variabel (Gunawan, 2014:15).

3. 3 Jenis dan Sumber Data

Dua bentuk data digunakan dalam penelitian ini: primer dan sekunder. Pengumpulan data primer langsung dari partisipan penelitian dimungkinkan melalui wawancara dengan pekerja pabrik yang ahli dalam perhitungan biaya produksi. Bersama dengan rincian tentang tenaga kerja dan sumber daya mentah, dan overhead pabrik, dilakukan pula wawancara dengan pemilik Pabrik Kerupuk Rambak yang dianggap paling mengetahui masalah yang diteliti. Sementara itu, data sekunder yang mendukung penelitian ini dikumpulkan dari buku-buku, jurnal, dan media lainnya.

3. 4 Metode Pengumpulan Data

30

Pendekatan yang dilakukan untuk mengumpulkan data untuk penelitian ini adalah :

1. Wawancara

Seorang sumber dan dua pewawancara terlibat dalam sesi tanya jawab untuk mengumpulkan data, fakta, atau sudut pandang mengenai sesuatu. Penyelidikan terhadap kondisi pabrik kerupuk Rambak dalam hal ini melalui wawancara terstruktur akan mengungkap situasi keuangan pabrik, kondisi operasional.

2. Dokumentasi

Melihat dan menyaksikan data penelitian dari dokumen, catatan, arsip, dan sumber lain merupakan suatu langkah dalam proses pengumpulan data kerja lapangan. Catatan biaya dan profil manufaktur adalah dokumen yang dibutuhkan untuk studi ini, tempat penelitian, cara kerja pekerja pabrik, proses pembuatan kerupuk Rambak pada Pabrik kerupuk Rambak pak Margono.

3. Observasi

Observasi adalah data dengan cara melakukan observasi langsung ke tempat penelitian untuk mengetahui kondisi yang terjadi atau membuktikan kebenaran pada pabrik kerupuk Rambak pak Margono.

4. Studi Pustaka

Menemukan fakta dan data dalam karya tulis, Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengumpulkan gambar, foto, dan dokumen elektronik yang dapat digunakan untuk menulis kepustakaan, yaitu metode pengumpulan data. Selain itu, jika temuan penelitian didukung oleh gambar yang telah

dipublikasikan sebelumnya atau tulisan ilmiah dan kreatif, maka temuan tersebut akan lebih berkualitas (Sugiyono, 2005:83). Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa kajian pustaka dapat memengaruhi seberapa kredibel temuan.

3. 5 Teknik Analisis Data

Berikut ini adalah beberapa langkah yang terlibat dalam analisis data:

- a. Menentukan biaya-biaya perusahaan.
- b. Menggunakan rumus dan pendekatan *full costing* untuk menentukan biaya produksi:

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

- c. Menghitung harga jual dengan metode *cost plus pricing*.

Menurut teori dan penelitian sebelumnya, prosedur berikut digunakan untuk menentukan harga jual suatu produk adalah menambahkan *markup* yang diinginkan ke harga pokok produk:

1. Rumus untuk penentuan harga jual produk adalah :

$$\text{Harga jual produk per unit} = \text{Biaya Produksi} + \text{Persentase Mark}$$

2. Rumus perhitungan persentase markup dapat dinyatakan :

$$\text{Persentase Markup} = (\text{Harga Jual} - \text{Biaya} / \text{Biaya}) \times 100\%.$$

Setelah melakukan langkah-langkah diatas, maka langkah terakhir adalah mengambil kesimpulan dari perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode *full costing* dan penetapan harga jual menggunakan metode *cost plus pricing*, yang kemudian akan diterapkan pada perhitungan harga pokok produksi dan penetapan harga jual di Pabrik kerupuk Rambak karena pada tempat penelitian ini memang belum menggunakan metode apapun melainkan hanya menggunakan taksiran atau perkiraan

3. 6 Jadwal Penelitian

Peneliti membuat rencana penelitian sebelum memulai penelitian ini, khususnya terkait durasi penelitian. Peneliti bermaksud untuk melaksanakan penelitian ini dalam waktu tiga bulan. Adapun waktu penelitian tersebut dibuat dalam tabel yang lebih terperinci yakni:

Tabel 3.1
Jadwal penelitian

No	Kegiatan	Bulan											
		November				Desember				Januari			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Penentuan Judul												

2	Penulisan Bab 1												
3	Penulisan Bab 2												
4	Penulisan Bab 3												
5	Seminar Proposal												
6	Penulisan Bab 4												
7	Penulisan Bab 5												
8	Seminar Hasil dan Komprehensif												

Sumber: diolah oleh penulis tahun 2024

BAB VII

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Data Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Pabrik Kerupuk