



**ANALISIS PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUKSI
SEBAGAI DASAR PENETAPAN HARGA JUAL PADA
PRODUK PUFFBAR RUMAH QUEQUE ASTARTI
BOGOR**

Skripsi

Diajukan Oleh

Indah Siti Mariani

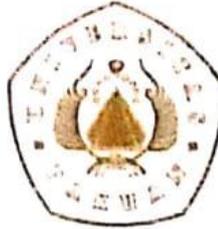
022118119

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PAKUAN

BOGOR

JULI 2022



**ANALISIS PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUKSI
SEBAGAI DASAR DALAM PENETAPAN HARGA JUAL
PRODUK PUFFBAR RUMAH QUEQUE ASTARTI
BOGOR**

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Akuntansi
Program Studi Akuntansi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan
Bogor

Mengotai
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
(Dr. Hendro Sasongko, Ak., MM., CA)

Ketua Program Studi Akuntansi
(Dr. Arief Tri Hardiyanto Ak., MBA., CMA., CCSA., CA., CSEP., QIA)

**ANALISIS PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUKSI SEBAGAI
DASAR PENETAPAN HARGA JUAL PADA PRODUK PUFFBAR
RUMAH QUEQUE ASTARTI BOGOR**

Skripsi

Telah disidangkankan dan dinyatakan lulus
Pada hari Sabtu, tanggal 23 Juli 2022

Indah Siti Mariani
022118119

Disetujui,

Ketua Penguji Sidang

(Siti Maimunah, S.E., M.Si., CPSP., CPMP., CAP)



Ketua Komisi Pembimbing

(Dr. Buntoro Heri Prasetya, Ak., MM)



Anggota Komisi Pembimbing

(Ellyn Octavianty, S.E., M.M)



LEMBAR PERNYATAAN PELIMPAAHAN HAK CIPTA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Indah Siti Mariani

NPM : 02118119

Judul Skripsi : Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Sebagai Dasar Penetapan
Harga Jual Pada Produk Puffbar Rumah Queque Astarti Bogor

Dengan ini saya menyatakan bahwa Paten dan Hak Cipta dari produk skripsi di atas adalah benar karya saya dengan arahan dari komisi pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun.

Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan Paten, Hak Cipta dari karya tulis saya kepada Universitas Pakuan.

Bogor, Juli 2022



Indah Siti Mariani

0221119

© *Hak Cipta milik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan, tahun 2022*

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.

Dilarang mengumumkan dan atau memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis dalam bentuk apapun tanpa seizin Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.

ABSTRAK

INDAH SITI MARIANI. 022118119. Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Sebagai Dasar Penetapan Harga Jual Pada Produk Puffbar Rumah Queque Astarti Bogor. Di bawah bimbingan : BUNTORO HERI PRASETYO dan ELLYN OCTAVIANTY. 2022.

Penentuan harga pokok produksi merupakan hal yang sangat penting mengingat manfaat informasi harga pokok produksi adalah untuk menentukan harga jual produk serta penentuan harga pokok persediaan produk jadi dan produk dalam proses yang akan disajikan dalam neraca. Dengan penentuan harga pokok produksi yang baik perusahaan juga dapat meningkatkan kualitas produk dan juga dapat meminimalisir biaya produksi. Kesalahan dalam perhitungan harga pokok produksi dapat mengakibatkan penentuan harga jual pada suatu perusahaan menjadi terlalu tinggi atau terlalu rendah.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui perhitungan harga pokok produksi dan harga jual yang diterapkan oleh Rumah QueQue serta memberikan rekomendasi perhitungan harga pokok produksi dan harga jual berdasarkan dengan perhitungan metode *full costing* dan *variabel costing*. Penelitian ini dilakukan di Rumah QeQue menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif (non statistik) dengan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer.

Dari hasil analisis data, hasil penelitian menunjukkan bahwa perhitungan harga pokok produksi dengan metode Rumah QueQue mendapatkan hasil yang lebih rendah dibandingkan dengan metode biaya penuh (*full costing method*) dan metode biaya variabel (*variable costing method*). Yakni sebesar Rp25.570 Rp25.470 menurut *variabel costing* dan sebesar Rp27.879 dan Rp28.681 berdasarkan metode *Full costing* untuk puffbar choco-cheese dan puffbar choco-nut. Hal ini terjadi, karena unit usaha tidak memasukan biaya-biaya secara menyeluruh (Biaya *Overhead* Pabrik) dalam perhitungan hpp nya. Dan pada penetapan harga jual perusahaan masih belum memiliki metode dalam menentukan harga jual produknya. Oleh karena itu, penetapan harga jual menggunakan harga pokok produksi berdasarkan metode *metode full costing* dan *variabel costing* memiliki keunggulan, karena harga jual yang ditetapkan dengan lebih menguntungkan dibandingkan dengan metode perusahaan.

Kata Kunci: Harga Pokok Produksi, *Full Costing*, *Variabel Costing*, Harga Jual

PRAKATA

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Bismillahirrahmaanirrahiim, dengan mengucapkan Alhamdulillahirabbil'alamin puji dan syukur dipanjatkan kepada Allah SWT atas segala nikmat dan karunia-Nya sehingga dapat menyelesaikan penyusunan proposal penelitian ini. Tidak lupa shalawat serta salam dipanjatkan kepada Nabi Muhammad SAW. Tema proposal penelitian yang ini berjudul "Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Sebagai Dasar Penetapan Harga Jual Pada Produk Puffbar Rumah Queque Astarti Bogor)". Pembuatan proposal penelitian ini merupakan salah satu persyaratan dalam mencapai gelar Sarjana Akuntansi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Akuntansi Universitas Pakuan Bogor. Penulis sepenuhnya menyadari telah mendapatkan banyak dukungan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan waktu, pikiran, dan tenaga. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT. yang telah melancarkan dan mempermudah segala urusan dalam menyelesaikan penyusunan skripsi.
2. Kedua orang tua tercinta Bapak dan Mamah yang selalu memberikan dukungan dan doa yang baik secara moril maupun materil, dan juga adik tersayang Alya Vitridona dan Dimas Aditya Rahman, serta semua keluarga yang telah memberikan kasih sayang, dukungan, motivasi, dan doa yang tidak ada henti-hentinya kepada penulis.
3. Bapak Prof. Dr.Ir.H. Didik Notosudjono., M.Sc. selaku Rektor Universitas Pakuan.
4. Bapak Dr. Hendro Sasongko, Ak., MM., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.
5. Bapak Dr. Arief Tri Hardiyanto, Ak., MBA., CMA., CCSA., CA., CSEP., QIA. selaku Ketua Program Studi Akuntansi Universitas Pakuan.
6. Bapak Asep Alipudin, SE., M.Ak. selaku Sekretaris Dekan Program Studi Akuntansi Universitas Pakuan.
7. Bapak Dr. Buntoro Heri Prasetya, Ak., MM selaku ketua komisi pembimbing yang bersedia memberikan waktu, tenaga, dan perhatian kepada penulis. Serta bimbingan, pengarahan dan juga masukan-masukan yang sangat bermanfaat bagi penulis selama penyusunan proposal penelitian ini.
8. Ibu Ellyn Octaviany, S.E., MM selaku anggota komisi pembimbing yang telah bersedia memberikan waktu, tenaga, dan perhatian kepada penulis. Serta bimbingan, pengarahan dan juga masukan-masukan yang sangat bermanfaat bagi penulis selama penyusunan proposal penelitian ini.
9. Bapak dan Ibu dosen pengajar di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan yang telah memberikan ilmunya sehingga penulis mendapatkan

wawasan yang lebih luas dan membantu penulis dalam menyelesaikan proposal penelitian ini.

10. Seluruh dosen, staff Tata Usaha dan karyawan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan yang telah banyak memberikan bantuan kepada penulis.
11. Kepada sahabat terbaik saya Tia Apriani, May Lisa Ajrin, Ulandari yang telah menjadi teman penulis selama perkuliahan yang telah memberikan semangat dan bantuan kepada penulis dalam proses penyusunan proposal penelitian ini serta selalu ada dari perkuliahan semester awal hingga saat ini.
12. Kepada sahabat terbaik saya Hani Nooryani, Resti Lailatul Faizah, dan Selvia Nurandini yang telah menjadi teman penulis selama perkuliahan dan selalu menyemangati satu sama lain serta selalu ada dari perkuliahan semester awal hingga saat ini.
13. Kepada seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang selama ini selalu memberikan doa, kritik, saran, dan dukungan yang tak terhingga dalam membantu penyusunan proposal penelitian ini.

Akhir kata penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan dalam penyusunan proposal penelitian ini. Oleh karena itu, penulis menerima saran dan kritik yang bersifat membangun untuk memperbaiki kekurangan proposal penelitian ini menjadi lebih baik di masa yang akan datang. Harapan penulis semoga proposal penelitian ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkannya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Sukabumi, Juli 2022

Indah Siti Marani

DAFTAR ISI

JUDUL	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	v
PRAKATA	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah.....	5
1.2.1 Identifikasi Masalah	5
1.2.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	6
1.3.1 Maksud Penelitian.....	6
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Kegunaan Penelitian.....	6
1.4.1 Kegunaan Praktis	6
1.4.2 Kegunaan Akademis/Teoritis.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Akuntansi Biaya.....	7
2.1.1 Pengertian Biaya.....	7
2.1.2 Penggolongan Biaya	7
2.1.3 Pengertian Akuntansi Biaya.....	9
2.1.4 Peranan Akuntansi Biaya	10
2.1.5 Tujuan Akuntansi Biaya.....	11
2.2 Biaya Produksi dan Harga Pokok Produksi.....	13
2.2.1 Pengertian Biaya Produksi	13
2.2.2 Tujuan Penentuan Biaya Produksi.....	13
2.2.3 Jenis-Jenis Biaya Produksi	14
2.3.4 Harga Pokok Produksi	14

2.3.5	Pengertian Harga Pokok Produksi.....	14
2.3.6	Tujuan dan Manfaat Penentuan Harga Pokok Produksi	15
2.3.7	Unsur-unsur Perhitungan Harga Pokok Produksi.....	16
2.3.8	Metode Pengumpulan Harga Pokok Produksi	18
2.3.9	Metode Penentuan Harga Pokok Produksi	18
2.4	Harga Jual.....	20
2.4.1	Pengertian Harga Jual	20
2.4.2	Metode Penentuan Harga Jual	20
2.5	Penelitian Sebelumnya dan Rangka Pemikiran.....	22
2.5.1	Penelitian Sebelumnya.....	22
2.5.2	Rangka Pemikiran	30
BAB III METODE PENELITIAN		32
3.1	Jenis Penelitian.....	32
3.2	Objek, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian.....	32
3.3	Jenis dan Sumber Data Penelitian.....	32
3.4	Operasionalisasi <i>Variabel</i>	32
3.5	Metode Pengumpulan Data	33
3.6	Metode Pengolahan/Analisis Data.....	34
BAB IV HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN.....		38
4.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	38
4.1.1	Sejarah dan Perkembangan Usaha Rumah QueQue Astarti	38
4.1.2	Struktur Organisasi dan Uraian Tugas.....	38
4.1.3	Kegiatan Usaha.....	40
4.2	Identifikasi Biaya Produksi.....	41
4.2.1	Biaya Bahan Baku.....	41
4.2.2	Biaya Bahan Tenaga Kerja Langsung.....	42
4.2.3	Biaya <i>Overhead</i> Pabrik.....	43
4.2.3.1	Perhitungan Biaya <i>Overhead</i> Pabrik.....	44
4.3	Pembahasan Perhitungan Harga Pokok Produksi	45
4.3.1	Perhitungan Harga Pokok Produksi dengan metode Rumah QueQue	45
4.3.2	Perhitungan Harga Pokok Produksi Rumah QueQue dengan Metode Biaya <i>Variabel (Variabel Costing)</i> dan Biaya Penuh (<i>Full Costing</i>)	46

4.3.3 Perbandingan Harga Pokok Produksi Menurut Rumah QueQue dengan Metode Biaya <i>Variabel (Variabel Costing)</i> dan Metode Biaya Penuh (<i>Full Costing</i>).....	47
4.4 Pembahasan Perhitungan Harga Jual.....	49
4.4.1 Perhitungan Harga Jual Menurut Rumah QueQue Astarti	49
4.4.2 Perhitungan Harga Jual Produk berdasarkan harga pokok produksi menggunakan metode biaya penuh (<i>full costing</i>) dan biaya <i>variabel (variabel costing)</i>	50
4.4.3 Perbandingan Harga Jual Rumah QueQue Dengan Harga Jual Berdasarkan Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode Biaya Penuh (<i>Full Costing</i>) Dan Biaya <i>Variabel (Variabel Costing)</i>	53
4.4.4 Analisis Realisasi Laba Menggunakan Harga Jual Yang Ditetapkan Perusahaan Dengan Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode Biaya Penuh (<i>Full Costing</i>) Dan Biaya <i>Variabel (Variabel Costing)</i>	54
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	57
5.1 Kesimpulan.....	57
5.2 Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA	60
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	64
LAMPIRAN.....	66

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 : Perhitungan Harga Pokok Produksi Perusahaan.....	3
Tabel 1.2 : Harga Jual Rumah QueQue dan Usaha lain yang sejenis	4
Tabel 2.1 : Metode Harga Pokok Produksi <i>Full Costing</i>	19
Tabel 2.2 : Metode Harga Pokok Produksi <i>Variabel Costing</i>	20
Tabel 2.3 : Penelitian Sebelumnya.....	22
Tabel 3.1 : Operasionalisasi <i>Variabel</i>	33
Tabel 3.2 : Perbedaan Perhitungan Harga Pokok Produksi Rumah QueQue, Metode Biaya Penuh (<i>Full Costing Method</i>) dan Metode Biaya <i>Variabel (Variable Costing Method)</i>	35
Tabel 4.1 : Peralatan Untuk Memproduksi Puffbar	41
Tabel 4.2 : Biaya Bahan Baku Adonan Gabungan Puffbar Choco-cheese dan Puffbar Choco-nut bulan Juli-Desember 2021	41
Tabel 4.3 : Biaya Bahan Isian Puffbar Choco-cheese dan Puffbar Choco-nut bulan Juli-Desember 2021	42
Tabel 4.4 : Biaya Bahan pembuatan Puffbar Choco-cheese dan Puffbar Choco nut bulan Juli-Desember 2021	42
Tabel 4.5 : Perhitungan Biaya Tenaga Kerja Langsung bulan Juli-Desember 2021	43
Tabel 4.6 : Depresiasi Mesin.....	44
Tabel 4.7 : Perhitungan BOP Rumah QueQue pada bulan Juli-Desember 2021	45
Tabel 4.8 : Perhitungan Harga Pokok Produksi Rumah QueQue Puffbar Choco-cheese dan Puffbar Choco-nut pada bulan Juli-Desember 2021	45
Tabel 4.9 : Perhitungan Harga Pokok Produksi Puffbar Choco-cheese dan Puffbar Choco-nut dengan Metode Biaya <i>Variabel (Variabel Costing)</i> pada bulan Juli-Desember 2021	46
Tabel 4.10 : Perhitungan Harga Pokok Produksi Puffbar Choco-cheese dan Puffbar Choco-nut dengan Metode Biaya Penuh (<i>Full Costing</i>) bulan Juli-Desember 2021	47
Tabel 4.11 : Perbandingan Harga Pokok Produksi Puffbar Choco-cheese dan Puffbar Choco-nut antara Metode Rumah QueQue dengan Metode <i>Full Costing</i> dan <i>Variabel Costing</i> pada bulan Juli-Desember 2021	48
Tabel 4.12 : Harga Jual Rumah QueQue dan Usaha lain yang sejenis.....	49
Tabel 4.13 : Perbandingan Harga Jual Rumah QueQue dengan Harga Jual berdasarkan Harga Pokok Produksi menggunakan Metode Biaya Penuh (<i>Full Costing</i>) dan Biaya <i>Variabel (Variabel Costing)</i> pada bulan Juli-Desember 2021	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Diagram Rangka Berpikir	31
Gambar 4.1 : Struktur Organisasi Rumah QueQue Astarti.....	39
Gambar 4.2 : Puffbar Choco-cheese	40
Gambar 4.3 : Puffbar Choco-nut.....	40

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Surat Pernyataan Telah Melakukan Riset	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 2 : Bukti Pengambilan Data	66

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Usaha mikro kecil menengah atau biasa disebut dengan UMKM merupakan salah satu penggerak garis depan dalam pembangunan ekonomi. Pergerakan sektor usaha mikro kecil dan menengah amat penting untuk menciptakan pertumbuhan dan lapangan pekerjaan. UMKM sangat fleksibel dan mudah beradaptasi dengan pasang surutnya tren permintaan pasar. Mereka juga menciptakan lapangan pekerjaan lebih cepat dibanding sektor ekonomi lainnya, UMKM juga sangat terdiversifikasi dan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap ekspor dan perdagangan.

UMKM terbukti tahan terhadap krisis dan mampu *survive* karena tidak memiliki utang luar negeri, tidak banyak utang ke perbankan karena mereka dianggap *unbankable*, menggunakan input lokal dan berorientasi ekspor (Kuncoro). Pasca krisis ekonomi global pada tahun 2008 pun, peran dan kegiatan usaha yang diperluas aktivitas UMKM semakin terlihat dan berdampak pada banyak sektor ekonomi di banyak negara dan Indonesia pun tidak luput dari dampak krisis tersebut. Banyak perusahaan besar yang terkena dampak krisis tersebut, namun berbeda dengan UMKM yang terus bertahan menghadapi kondisi tersebut. Usaha mikro kecil dan menengah telah menunjukkan sebuah perkembangan yang terus meningkat dan bahkan mungkin menjadi begitu mendukung pertumbuhan ekonomi nasional dari tahun ke tahun berikutnya.

Tujuan utama memulai bisnis sendiri adalah untuk mendapat laba atau keuntungan yang layak. Perusahaan mengambil keuntungan agar dapat mempertahankan bisnis atau mengembangkan bisnisnya tersebut, sehingga dapat terus maju dan berkembang. Seperti yang diketahui saat ini persaingan dunia usaha sangat kuat karena menggunakan teknologi informasi komunikasi yang sekarang ini sangat canggih dan harus memaksa perusahaan untuk dapat bersaing secara sehat untuk mendapatkan pangsa pasar, baik pasar didalam negeri maupun pasar diluar negeri (Bustami dan Nurlela, 2013). Untuk alasan ini, perusahaan harus mampu menghasilkan produk yang berkualitas dan harga terjangkau sehingga dapat membantu konsumen lebih memperhatikan produk, dan untuk mencapai tujuan tersebut, perusahaan harus mampu merencanakan biaya yang efektif untuk produk yang mereka hasilkan.

Biaya yang dimaksud adalah pengorbanan yang harus dikeluarkan oleh perusahaan untuk memproduksi atau menghasilkan sesuatu barang atau jasa. Biaya tersebut disebut sebagai biaya harga pokok atau harga pokok produksi, untuk menentukan besarnya biaya tersebut harus tepat dan akurat sehingga harga pokok yang juga akan menunjukkan harga pokok sesungguhnya. Sedangkan produksi merupakan

suatu proses menghasilkan sesuatu baik berbentuk barang ataupun jasa didalam periode waktu yang memiliki nilai tambah untuk perusahaan.

Menurut Harnanto (2017) “Harga pokok produksi adalah biaya-biaya yang dianggap melekat pada produk, meliputi biaya baik langsung maupun tidak langsung dapat diidentifikasi dengan kegiatan pengolahan bahan baku menjadi produk jadi”. Menurut Cristian (2016) dalam Ivando (2017) menjelaskan bahwa : Harga pokok produksi merupakan cara untuk memperhitungkan unsur-unsur biaya dalam suatu produksi. Penentuan harga pokok produksi merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan industri, karena selama proses masukan (bahan mentah) menjadi keluaran (bahan jadi) begitu banyak biaya-biaya yang terjadi dalam perusahaan, misalnya: biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya pabrik tidak langsung. Biaya-biaya tersebut harus diperhitungkan untuk menentukan besarnya biaya produksi untuk memproduksi suatu jenis produk pada unit tertentu, atau dapat dikatakan untuk penentuan harga pokok produksi pada suatu produk yang diproduksi.

Dalam menentukan harga pokok produksi terdapat dua metode yang dapat digunakan yaitu metode *full costing* dan metode *variabel costing*. Menurut Samryn (2012), Pada metode *Full costing* (metode biaya penuh) semua biaya-biaya diperhitungkan baik yang bersifat tetap maupun *variabel* karena salah satu cara pengendalian biaya yaitu dengan menghitung harga pokok produksi untuk menentukan harga jual produk itu sendiri. Sedangkan metode *variabel costing* (metode biaya *variabel*) merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang mengelompokan biaya berdasarkan perilaku biaya. yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik *variabel*.

Penentuan harga pokok produksi merupakan hal yang sangat penting mengingat manfaat informasi harga pokok produksi adalah untuk menentukan harga jual produk serta penentuan harga pokok persediaan produk jadi dan produk dalam proses yang akan disajikan dalam neraca. Dengan penentuan harga pokok produksi yang baik perusahaan juga dapat meningkatkan kualitas produk dan juga dapat meminimalisir biaya produksi (Sriyani, 2018). Dengan adanya pengendalian terhadap biaya produksi maka pihak manajemen dapat menentukan penyebab terjadinya penyimpangan atau kesalahan-kesalahan dalam menetapkan harga pokok produksi suatu produk sehingga tujuan yang telah ditetapkan dapat tercapai. Kesalahan dalam perhitungan harga pokok produksi dapat mengakibatkan penentuan harga jual pada suatu perusahaan menjadi terlalu tinggi atau terlalu rendah (Sofia dan Septian, 2013). Kedua kemungkinan tersebut dapat mengakibatkan keadaan yang tidak menguntungkan bagi perusahaan, karena jika harga jual produk terlalu rendah akan mengakibatkan laba yang diperoleh perusahaan rendah pula dan mengalami kerugian, sebaliknya dengan harga jual yang terlalu tinggi dapat mengakibatkan produk yang ditawarkan perusahaan akan sulit bersaing dengan produk sejenis yang ada di pasaran.

Menurut Risvanti dan Masrunik (2018) harga jual adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk menghasilkan barang atau jasa untuk ditransplantasikan dengan presentase keuntungan yang diinginkan perusahaan. Penentuan harga yang terlalu tinggi berakibat pada daya beli konsumen yang menurun dan juga kesulitan dalam bersaing dengan perusahaan lain yang sejenis, sedangkan harga jual yang terlalu rendah berakibat kerugian pada perusahaan yang bersangkutan karena tidak dapat menutupi atau mengembalikan biaya-biaya yang digunakan selama proses produksi hingga produk sampai ketangan konsumen.

Rumah QueQue adalah unit usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang bergerak di bidang industri makanan dan sudah beroperasi sejak tahun 2011 hingga saat ini. UMKM ini memproduksi berbagai macam oleh-oleh khas bogor yang ber alamat di Jl.Hateup No. 6, Bogor Utara Bogor. Bisnis yang dijalankan oleh ibu Chairu Fariandini ini memiliki masalah terkait dengan perhitungan biaya produksi. hal ini merupakan hal yang wajar, karena pemilik usaha belum mempunyai *basic* akuntansi sebelumnya. Salah satu produk *best seller* mereka adalah produk puffbar, dimana produk ini cenderung lebih banyak diminati dan sering dipilih oleh konsumen. Selain karena rasa, kue ini disukai karena memiliki masa simpan yang cukup lama yakni 14 hari. Masa simpan yang lama ini membuat konsumen tidak perlu khawatir ketika produk akan dibawa sebagai oleh-oleh atau dipasarkan kembali oleh reseller karena dapat disimpan dalam waktu yang lama. Selain menjual produk mereka ditoko sendiri Rumah QueQue juga banyak menjalin kerjasama dengan toko oleh-oleh yang lain seperti toko Venus, T Mart dan lain sebagainya.

Tabel 1. 1 Perhitungan Harga Pokok Produksi Perusahaan

Puffbar – choco cheese		Puffbar - choco nut	
Biaya Bahan Baku		Biaya Bahan Baku	
Terigu protein tinggi	Rp7.200	Terigu protein tinggi	Rp7.200
Terigu protein rendah	Rp1.600	Terigu protein rendah	Rp1.600
Mentega	Rp3.000	Mentega	Rp3.000
Gula Pasir	Rp650	Gula Pasir	Rp650
Susu Bubuk	Rp3.000	Susu Bubuk	Rp3.000
Lemak Pastry	Rp26.000	Lemak Pastry	Rp26.000
Keju Chedar	Rp4.680	Keju Chedar	Rp4.680
Garam	Rp240	Garam	Rp240
Telur	Rp10.000	Telur	Rp10.000
cokelat filling	Rp51.000	Selai Kacang	Rp39.000
keju chedar	Rp40.000	keju chedar	Rp51.000
Upah Karyawan	<u>Rp73.333</u>	Upah Karyawan	<u>Rp73.333</u>
Total Biaya Produksi	Rp220.703	Total Biaya Produksi	<u>Rp219.703</u>
Jumlah Produksi	<u>10 Potong</u>	Jumlah Produksi	<u>10 Potong</u>
HPP/per unit	Rp22.070	HPP/per unit	<u>Rp21.970</u>

Sumber: Data diolah 2022

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa Harga pokok produksi yang dihitung sesuai dengan perhitungan perusahaan masih belum sesuai dengan perhitungan akuntansi yang berlaku. Perusahaan hanya menghitung biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung dalam penentuan harga pokok produksinya untuk menentukan harga jual produk, pemilik masih mengabaikan perhitungan akuntansi terutama dalam mengelompokkan biaya produksi berupa biaya *overhead* pabrik. Akibatnya biaya aktual yang dihasilkan tidak sesuai dengan biaya yang dikeluarkan mulai dari proses produksi hingga barang sampai ke tangan pembeli. Ketika harga pokok produksi bermasalah, maka untuk perhitungan harga jual juga masih belum konsisten, sehingga tujuan dari usaha tersebut belum tercapai secara maksimal.

Harga jual yang diterapkan oleh Rumah QueQue dapat dikatakan masih kurang optimal, dikarenakan terdapat masalah di dalam perhitungan harga pokok produksinya yang masih belum sempurna. Hal tersebut merupakan hal yang wajar karena Rumah QueQue masih belum memperbaharui harga jual produk mereka selama 5 tahun terakhir sejak tahun 2015 meskipun harga bahan baku saat ini kian terus meningkat. Seperti yang dapat dilihat pada tabel bahwa harga jual Rumah QueQue dengan produk sejenis terdapat perbedaan selisih yang signifikan, yang menunjukkan bahwa harga jual yang ditetapkan Rumah QueQue masih belum sempurna yang mana nantinya dalam perolehan laba perusahaan pun masih belum dapat optimal. Adapun harga jual yang dipasarkan dari Rumah QueQue dan juga harga jual yang ditawarkan oleh usaha lain yang sejenis dapat dilihat pada tabel 1.2 berikut ini.

Tabel 1. 2 Harga Jual Rumah QueQue dan Usaha lain yang sejenis

Keterangan	Rumah QueQue	Usaha Lain
Puffbar Choco-cheese	Rp 40.000	Rp 50.000
Puffbar Choco-nut	Rp 40.000	Rp 45.000

Sumber: Rumah QueQue Astarti 2021

Melihat masalah yang muncul dari Rumah QueQue ini, maka diperlukannya pengelompokan dan pengumpulan semua biaya yang dikeluarkan usaha untuk memproduksi produk agar biaya produksi yang dihasilkan sesuai dengan pemakaian yang ada atau kegiatan operasional untuk menghasilkan suatu produk yang nantinya akan dijual. Sehingga dalam perhitungan harga jual nantinya mengikuti perhitungan yang wajar sesuai dengan teori yang berlaku dan diharapkan nantinya usaha ini dapat menerapkan harga jual yang wajar yang mampu bersaing dengan usaha lainnya.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian (Indahwati dan Sunrowiyati, 2020) dengan judul penelitian “Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Untuk Menentukan Harga Jual Pada UD. Putra Mandiri”. Dengan hasil penelitian menunjukkan: Analisis perhitungan harga pokok produksi pada Usaha Dagang Putra Mandiri saat ini masih menggunakan metode perhitungan secara sederhana sehingga belum memperoleh hasil yang sesuai dari seluruh biaya yang telah dikeluarkan.

Perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode *full costing* mendapatkan hasil yang lebih besar dari pada yang ditentukan oleh perusahaan yang dikarenakan belum terakumulasinya biaya *overhead* produksi seperti biaya penyusutan.

Adapun perbedaan penelitian saat ini dengan penelitian sebelumnya: Penelitian sebelumnya menggunakan Unit Dagang Putra Mandiri sebagai lokasi penelitian sedangkan peneliti sekarang menggunakan UMKM Rumah QueQue Astarti Bogor. Peneliti sebelumnya menggunakan *full costing* sebagai metode analisis biaya produksi sedangkan peneliti sekarang menggunakan metode *full costing* dan *variabel costing*. Periode penelitian sebelumnya dilaksanakan pada 2020 sedangkan peneliti saat ini pada 2021. Penelitian sebelumnya menggunakan metode deskriptif kuantitatif sedangkan peneliti sekarang menggunakan metode analisis data deskriptif kualitatif dan kuantitatif (*non statistic*).

Berdasarkan latar belakang di atas dan melihat pentingnya perhitungan harga pokok produksi yang tepat dalam menentukan harga jual, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“ANALISIS PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUKSI SEBAGAI DASAR PENETAPAN HARGA JUAL PADA PRODUK PUFFBAR RUMAH QUEQUE ASTARTI BOGOR”**

1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti mengidentifikasi masalah sebagai berikut: Dalam perhitungan harga pokok produksi Rumah QueQue belum memasukkan semua biaya yang telah dikeluarkan secara terperinci dalam pelaksanaan proses produksi, Rumah QueQue hanya menghitung biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung dalam penentuan harga pokok produksi untuk menentukan harga jual produk, pemilik masih mengabaikan perhitungan akuntansi terutama dalam pengelompokan biaya produksi berupa biaya *overhead* pabrik. Sehingga mengakibatkan harga jual yang telah diterapkan pun masih belum optimal dan konsisten. Untuk itu, diperlukan perhitungan harga pokok produksi yang tepat. karena, apabila perhitungan harga pokok produksi belum tepat maka dapat menimbulkan kesalahan dalam menentukan harga jual dan laba yang diperoleh.

1.2.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian masalah di atas, maka dapat dirumuskan masalah dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana perhitungan harga pokok produksi Rumah QueQue?
2. Bagaimana perhitungan harga jual produk Rumah QueQue?
3. Bagaimana perhitungan harga pokok produksi pada Rumah QueQue dengan metode biaya penuh (*full costing*) dan biaya *variabel* (*variabel costing*)?

4. Bagaimana perhitungan harga jual produk berdasarkan harga pokok produksi menggunakan metode biaya penuh (*full costing*) dan biaya variabel (*variabel costing*)?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh data dan informasi terkait dengan harga pokok produksi untuk menentukan harga jual produk dalam suatu perusahaan, berdasarkan teori-teori yang telah diuraikan yang kemudian dibandingkan antara teori dan praktik, sebagai bahan kajian dalam rangka penyusunan skripsi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian di Rumah QueQue adalah :

1. Untuk menganalisis perhitungan harga pokok produksi Rumah QueQue.
2. Untuk menganalisis perhitungan harga jual produk Rumah QueQue.
3. Untuk menganalisis perhitungan harga pokok produksi pada Rumah QueQue dengan metode biaya penuh (*full costing*) dan biaya variabel (*variabel costing*).
4. Untuk menganalisis perhitungan harga jual produk Rumah QueQue berdasarkan harga pokok produksi menggunakan metode biaya penuh (*full costing*) dan biaya variabel (*variabel costing*).

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan masukan yang berharga bagi pihak manajemen dalam hal ini Rumah QueQue terutama dalam pengambilan keputusan serta langkah yang tepat yang harus dilakukan perusahaan di masa yang akan datang, khususnya dalam pelaksanaan perhitungan harga pokok produksi sebagai dasar penentuan harga jual produk.

1.4.2 Kegunaan Akademis/Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang akuntansi pada umumnya dan khususnya pada bidang akuntansi manajemen serta dapat dijadikan referensi untuk mengetahui perhitungan harga pokok produksi sebagai dasar dalam penentuan harga jual pada Rumah QueQue Astarti. Disamping itu hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi tambahan informasi untuk penelitian selanjutnya di bidang yang sama berkaitan dengan harga pokok produksi sebagai dasar dalam penentuan harga jual.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Akuntansi Biaya

2.1.1 Pengertian Biaya

Menurut Mulyadi (2015) biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu, misalnya memperoleh laba.

Biaya berbeda dengan Beban, mengacu pada Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) Biaya (*Cost*) didefinisikan sebagai jumlah kas atau setara kas yang dibayarkan untuk memperoleh suatu aset sampai dengan aset tersebut dalam kondisi dan tempat yang siap untuk dijual atau digunakan. Sedangkan Beban adalah *expired cost* penurunan manfaat ekonomis selama periode pelaporan dalam bentuk arus keluar atau deplesi aset atau terjadinya liabilitas yang mengakibatkan penurunan ekuitas, selain yang berkaitan dengan distribusi ke pemilik.

Harnanto (2017) mengemukakan perbedaan antara beban dengan biaya, *Cost* adalah biaya yang dianggap memberikan manfaat (*service potential*) di waktu yang akan dan karenanya merupakan aktiva yang dicantumkan dalam neraca. Sedangkan Beban (*Expense*) atau *Expired Cost* adalah biaya yang digunakan untuk menghasilkan presentasi karena jenis biaya ini tidak dapat manfaat lagi di waktu yang akan datang maka tempatnya adalah diperkirakan rugi laba.

Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa biaya dapat didefinisikan sebagai pengorbanan ekonomi yang dapat diukur dengan satuan mata uang yang dikeluarkan suatu badan usaha untuk mencapai tujuan tertentu seperti mendapatkan pendapatan dan memperoleh laba yang maksimal.

2.1.2 Penggolongan Biaya

Dalam akuntansi biaya, biaya digolongkan dengan berbagai macam cara. Umumnya penggolongan biaya ini ditentukan atas dasar tujuan yang hendak dicapai dengan penggolongan tersebut, karena dalam akuntansi biaya dikenal konsep: "*different costs for different purpose*", yang artinya biaya yang berbeda untuk tujuan berbeda, dengan menggunakan konsep yang berbeda juga. Menurut Mulyadi (2015). Penggolongan biaya dapat digolongkan sebagai berikut:

a. Penggolongan biaya menurut objek pengeluaran

Pengolongan biaya menurut objek pengeluaran dalam cara penggolongan ini, nama objek pengeluaran merupakan dasar penggolongan biaya. Misalnya nama objek pengeluaran adalah bahan bakar, maka semua pengeluaran yang

berhubungan dengan bahan bakar disebut biaya bahan bakar. Contohnya: biaya gaji karyawan bagian keuangan, akuntansi personalia, dan bagian hubungan masyarakat, biaya pemeriksaan akuntan dan biaya fotokopi.

- b. Penggolongan biaya menurut fungsi pokok dalam perusahaan
Dalam perusahaan manufaktur ada tiga fungsi pokok, yaitu fungsi produksi, fungsi pemasaran, dan fungsi administrasi & umum. Oleh karena itu dalam perusahaan manufaktur, biaya dapat dikelompokkan menjadi tiga kelompok.
 1. Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap dijual. Contoh: biaya depresiasi mesin dan *equipment*, biaya bahan baku, biaya bahan penolong, biaya gaji karyawan yang bekerja dalam bagian-bagian, baik yang langsung maupun tidak langsung berhubungan dengan proses produksi. Menurut objek pengeluarannya secara garis besar biaya produksi ini dibagi menjadi tiga: biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya *overhead* pabrik.
 2. Biaya pemasaran merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk. Contoh: biaya iklan, biaya promosi, biaya angkut dari gudang perusahaan ke gudang pembeli, gaji karyawan bagian-bagian yang melaksanakan kegiatan.
 3. Biaya administrasi dan umum merupakan biaya-biaya untuk mengkoordinasi kegiatan produksi dan pemasaran produk. Contoh: biaya gaji karyawan bagian keuangan, akuntansi, personalia dan bagian hubungan masyarakat, biaya pemeriksaan akuntan, biaya photocopy. Jumlah biaya pemasaran dan biaya administrasi & umum sering pula disebut dengan istilah biaya komersial (*commercial expenses*).
- c. Penggolongan biaya menurut hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai
Sesuatu yang dibiayai dapat berupa produk atau departemen. Dalam hubungannya dengan sesuatu yang dibiayai, biaya dapat digolongkan menjadi dua golongan:
 1. Biaya langsung (*direct cost*) adalah biaya yang terjadi, yang penyebab satu-satunya adalah karena adanya sesuatu yang dibiayai. Jika sesuatu yang dibiayai tersebut tidak ada, maka biaya langsung ini tidak terjadi. Dengan demikian biaya langsung akan mudah diidentifikasi dengan sesuatu yang dibiayai. Contohnya : biaya bahan baku dan tenaga kerja.
 2. Biaya tidak langsung (*indirect cost*) adalah biaya yang terjadinya tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai. Biaya tidak langsung dalam hubungan dengan produk disebut dengan istilah biaya produksi tidak langsung atau biaya *overhead* pabrik (*factory overhead costs*).
- d. Penggolongan biaya menurut perilakunya dalam hubungannya dengan perubahan volume aktivitas
 1. Biaya *variabel* adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Contoh: biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung.

2. Biaya *semivariabel* adalah biaya yang berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Biaya *semivariabel* mengandung unsur biaya tetap dan unsur biaya *variabel*.
 3. Biaya *semifixed* adalah biaya yang tetap untuk tingkat volume kegiatan tertentu dan berubah dengan jumlah yang konstan pada volume produksi tertentu.
 4. Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap dalam kisar volume kegiatan tertentu. contoh biaya tetap adalah gaji direktur produksi.
- e. Penggolongan biaya atas dasar jangka waktu manfaatnya
1. Pengeluaran modal (*capital expenditures*) adalah biaya yang mempunyai manfaat lebih dari satu periode akuntansi (biasanya periode akuntansi adalah satu tahun kalender). Pengeluaran ini pada saat terjadinya dibebankan sebagai kos aktiva, dan dibebankan dalam tahun-tahun yang menikmati manfaatnya dengan cara didepresiasi, diamortisasi, atau didepleksi. Contoh: pengeluaran untuk membeli aktiva tetap, untuk reparasi besar terhadap aktiva tetap, untuk promosi besar-besaran dan pengeluaran untuk riset dan pengembangan suatu produk.
 2. Penggolongan pendapatan (*revenue expenditures*) adalah biaya yang hanya mempunyai manfaat dalam periode akuntansi terjadinya pengeluaran tersebut. Pada saat terjadinya, pengeluaran pendapatan ini dibebankan sebagai biaya dan dipertemukan dengan pendapatan yang diperoleh dari pengeluaran biaya tersebut. Contoh: biaya iklan dan biaya tenaga kerja.

2.1.3 Pengertian Akuntansi Biaya

Ditinjau dari aktivitasnya akuntansi biaya dapat didefinisikan sebagai proses pencatatan, mengklasifikasikan, meringkas, dan menyajikan biaya-biaya berkaitan dengan produksi dan penjualan barang jadi (produk) atau layanan yang diberikan dengan cara tertentu dan menafsirkan hasilnya. Secara fungsional, akuntansi biaya dapat didefinisikan sebagai suatu kegiatan yang menghasilkan informasi biaya yang dapat digunakan sebagai dasar pertimbangan dalam pengambilan keputusan manajemen.

Menurut Mulyadi (2015) Akuntansi biaya adalah proses mencatat, menggolongkan, meringkas dan menyajikan biaya, pembuatan dan penjualan produk atau jasa, dengan cara-cara tertentu, serta penafsiran terhadapnya.

Menurut Firdaus et al (2018) Akuntansi biaya adalah Bidang khusus akuntansi yang berkaitan terutama dengan akumulasi dan analisis biaya untuk penentuan harga pokok produk yang dihasilkan, serta untuk membantu manajemen dalam perencanaan, pengendalian, dan pengambilan keputusan.

Menurut Carter (2014) menyatakan bahwa Akuntansi biaya adalah melengkapi manajemen dengan alat yang diperlukan untuk aktivitas perencanaan dan

pengendalian, memperbaiki kualitas dan efisien, serta membuat keputusan-keputusan yang bersifat rutin maupun strategis.

Menurut Sujarweni (2015) menyatakan bahwa Akuntansi biaya adalah informasi tentang biaya produksi untuk kepentingan kegiatan manajemen perusahaan industri, yang meliputi bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik, penyimpanan, dan penjualan produk jadi.

Sedangkan menurut Baldrice (2013) Akuntansi biaya adalah proses pengukuran, pengendalian, perhitungan dan pelaporan biaya, profitabilitas, dan kinerja operasi. Informasi akuntansi biaya dirancang untuk kepentingan manajer. Karena manajer mengambil keputusan hanya untuk perusahaannya sendiri maka kriteria penting informasi akuntansi biaya adalah relevansi informasi bagi pengambilan keputusan oleh manajer.

Dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa Akuntansi biaya adalah sumber informasi biaya yang dikeluarkan dalam pembuatan suatu produk, ditambah biaya distribusi yang merupakan media untuk memberikan informasi biaya kepada perusahaan atau organisasi di mana informasi tersebut digunakan sebagai dasar untuk perencanaan dan pengambilan keputusan pihak manajemen dan pihak ketiga (luar) perusahaan, khususnya yang berkaitan dengan pengalokasian sumber daya ekonomi dalam perusahaan untuk memungkinkan aktivitasnya menghasilkan menghasilkan laba yang diinginkan dengan investasi yang dilakukan.

2.1.4 Peranan Akuntansi Biaya

Akuntansi biaya merupakan alat yang dapat memberikan bantuan untuk manajemen, terutama dalam hal pengarahan (memimpin) dan mengurus urusan perusahaan dalam pengambilan keputusan.

Harnanto (2017), mengemukakan bahwa akuntansi biaya memiliki peran sebagai berikut:

1. Sebagai pelaporan kepada pihak eksternal
Akuntansi biaya mempunyai peran vital dalam perhitungan harga pokok produk untuk dipakai sebagai dasar penilaian persediaan dan penentuan laba rugi periodik. Untuk perusahaan manufaktur, khususnya, pelaporan kepada pihak eksternal tidak akan terwujud tanpa bantuan akuntansi biaya.
2. Sebagai perencanaan
Dari taksiran penjualan manajemen dapat merencanakan jumlah produk yang harus dibuat untuk memenuhi permintaan pasar sehingga anggaran produksi dapat dibuat. Pada umumnya, sebagian besar tanggung jawab dalam penyusunan anggaran biaya terletak pada akuntansi biaya.

3. Sebagai pengendalian
Sistem akuntansi pertanggungjawaban, yang memungkinkan biaya dikumpulkan dan dilaporkan menurut unit-unit organisasi merupakan kontribusi dari akuntansi biaya yang sangat besar artinya bagi manajemen untuk dapat mengendalikan biaya operasinya.
4. Sebagai penilaian kinerja
Informasi biaya memiliki peran strategis dalam penilaian prestasi manajer, karyawan dan unit-unit organisasi dalam suatu perusahaan. Penilaian prestasi dilakukan dengan cara membandingkan data realisasi kegiatan dengan anggaran atau standarnya. Oleh karena itu, tidak diragukan lagi, akuntansi biaya merupakan sumber informasi yang diperlukan oleh manajemen untuk membuat perbandingan dan analisis terhadap penyimpangan yang terjadi dari anggaran atau standarnya.

Dari uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa Peran akuntansi biaya ini berfungsi sebagai alat manajemen bisnis dalam fungsi laporan untuk pihak eksternal, perencanaan, pengendalian dan evaluasi kinerja.

2.1.5 Tujuan Akuntansi Biaya

Menurut Mulyadi (2015) akuntansi biaya memiliki tiga tujuan utama, yaitu sebagai berikut:

1. Penentuan biaya produk
Untuk mencapai tujuan biaya produk, akuntansi biaya mencatat, mengklasifikasikan, dan ringkas biaya produksi atau jasa pengiriman produk. Biaya yang dikumpulkan dan disajikan adalah biaya yang terjadi di masa yang lalu atau biaya historis. Secara umum, akuntansi biaya bertujuan untuk penentuan biaya produk untuk memenuhi kebutuhan pihak luar perusahaan.
2. Pengendalian biaya
Pengendalian biaya harus didahului dengan penentuan biaya yang seharusnya dikeluarkan untuk membuat satu unit produk. Jika Biaya yang ditetapkan ini telah ditentukan akuntansi biaya bertugas untuk memantau apakah pengeluaran biaya yang sesungguhnya sesuai dengan biaya seharusnya tersebut.
3. Pengambilan keputusan khusus.
Membuat keputusan konkret untuk masa yang akan datang. Oleh karena itu, informasi tersebut harus relevan untuk pengambilan keputusan. Akuntansi biaya untuk pengambilan keputusan khusus menyajikan biaya masa yang akan datang (*future costs*). Informasi biaya ini tidak dicatat dalam catatan akuntansi biaya, melainkan hasil dari suatu proses peramalan. Karena keputusan merupakan sebagian besar kegiatan manajemen proyek, laporan akuntansi biaya tentang pencapaian tujuan Pengambilan keputusan adalah bagian dari akuntansi manajemen. Untuk memenuhi kebutuhan manajemen dalam

pengambilan keputusan, Akuntansi biaya mengembangkan konsep yang berbeda dari informasi biaya dalam Pengambilan keputusan seperti: biaya peluang (*opportunity cost*), biaya hipotesis (*hypothetical cost*), biaya tambahan (*incremental cost*), biaya (avoidable cost), pendapatan yang hilang (*forgone revenues*).

Menurut Sujarweni (2015), akuntansi biaya memiliki tiga tujuan. tujuan akuntansi biayanya adalah sebagai berikut:

1. Penentuan biaya pokok produk
Tujuan mempelajari akuntansi biaya untuk memperoleh informasi biaya untuk penentuan harga pokok produk yang digunakan oleh perusahaan untuk menentukan besarnya laba yang dihasilkan dan menentukan harga jualnya.
2. Perencanaan dan pengendalian biaya
Tujuan mempelajari akuntansi biaya untuk memperoleh informasi biaya sebagai perencanaan biaya. Perencanaan berapa biayanya yang akan dikeluarkan di masa depan. Perhitungan akuntansi biaya memberikan informasi biaya yang mencakup biaya masa lalu dan biaya masa yang akan datang. Informasi yang dihasilkan oleh akuntansi biaya menjadi dasar bagi manajemen untuk menyusun perencanaan biaya. dengan perencanaan Biaya yang baik memudahkan manajemen dalam melakukan pengendalian biaya.
3. Pengambilan keputusan khusus
Tujuan mempelajari akuntansi biaya untuk memperoleh informasi Biaya sebagai proses pengambilan keputusan yang berkaitan dengan pemilihan sebagai alternatif tindakan yang akan dilakukan oleh perusahaan, misalnya:
 - a. Menerima atau menolak permintaan (pesanan) konsumen
 - b. Pengembangan Produk
 - c. Memproduksi produk baru
 - d. Membeli atau buat sendiri
 - e. Penjualan langsung atau pemrosesan lebih lanjut

Sedangkan menurut Sujardi (2013), tujuan akuntansi biaya adalah:

1. Perencanaan laba berdasarkan anggaran.
2. Pengendalian biaya melalui *responsibility accounting*.
3. Menghitung laba untuk setiap periode, termasuk penilaian terhadap persediaan akhir.
4. Membantu dalam penetapan harga jual dan kebijakan penetapan harga.
5. Menyediakan data biaya yang relevan untuk proses analisis dalam pengambilan keputusan.

Dari pengertian yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa akuntansi biaya adalah bidang akuntansi yang mempelajari bagaimana cara mencatat, mengukur,

dan melaporkan informasi biaya yang digunakan dan bagaimana manajemen membutuhkan alat untuk aktivitas merencanakan dan mengendalikan kegiatan.

2.2 Biaya Produksi dan Harga Pokok Produksi

2.2.1 Pengertian Biaya Produksi

Biaya produksi adalah seluruh biaya yang berhubungan dengan barang yang dihasilkan, di mana di dalamnya terdapat unsur biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik. Menurut Mulyadi (2015) pengertian biaya produksi adalah biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual.

Sedangkan menurut salman (2013), menyatakan bahwa biaya produksi adalah biaya-biaya yang timbul untuk memproduksi bahan baku menjadi produk jadi, terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya *overhead* pabrik.

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa, seluruh biaya yang berhubungan dengan barang yang dihasilkan, di mana di dalamnya terdapat unsur biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik.

2.2.2 Tujuan Penentuan Biaya Produksi

Tujuan penentuan biaya produksi adalah untuk memaksimalkan laba perusahaan, yaitu menghasilkan pendapatan dan membandingkannya dengan biaya yang dikeluarkan. Adapun beberapa tujuan penentuan biaya produksi menurut Prawiro, M. (2018) adalah sebagai berikut:

1. Untuk Menetapkan Biaya Produksi
Sangat penting bagi setiap perusahaan untuk menetapkan production cost secara tepat. Hal ini dapat dilakukan dengan mengumpulkan dan mencatat semua bukti transaksi terkait pengeluaran biaya. Melalui pengumpulan bukti transaksi, pencatatan, dan penentuan atas terjadinya transaksi dengan baik akan menghasilkan penetapan biaya produksi yang tepat.
2. Untuk Mengendalikan Biaya
Pengumpulan semua bukti transaksi, pencatatan, dan penentuan biaya produksi yang tepat akan membuat tugas manajemen semakin mudah dalam hal pengawasan dan pengendalian biaya untuk produksi.
3. Untuk Membantu Pengambilan Keputusan
Penentuan biaya produksi juga sangat membantu suatu perusahaan untuk mengambil keputusan jangka pendek, diantaranya:
 - a. Pembelian bahan baku
 - b. Pembelian alat produksi
 - c. Penentuan harga jual barang jadi

2.2.3 Jenis-Jenis Biaya Produksi

Menurut Prawiro, M. (2018) secara umum biaya produksi dapat dibedakan menjadi lima jenis, yaitu:

1. Biaya Tetap (*Fixed Cost*)
Biaya tetap adalah biaya pada periode tertentu dengan jumlah yang tetap dan tidak tergantung pada hasil produksi. Contohnya sewa gedung, pajak perusahaan, dan biaya administrasi.
2. Biaya Variabel (*Variable Cost*)
Biaya *variabel* adalah biaya yang besarnya dapat berubah-ubah sesuai dengan hasil produksi. Artinya, semakin besar hasil produksi, maka semakin besar biaya *variabel* nya. Contohnya biaya upaya pekerja dan biaya bahan baku yang dikeluarkan berdasarkan jumlah produksi.
3. Biaya Total (*Total Cost*)
Biaya total adalah total seluruh biaya tetap dan biaya *variabel* yang digunakan suatu perusahaan untuk menghasilkan barang jadi dalam satu periode tertentu.
4. Biaya Rata-rata (*Average Cost*)
Biaya rata-rata adalah besarnya biaya produksi per unit yang dihasilkan. Besar biaya rata-rata ini dihitung dengan cara membagikan total biaya dengan jumlah produk yang dihasilkan.
5. Biaya Marjinal (*Marginal Cost*)
Biaya marjinal adalah biaya tambahan yang dibutuhkan untuk menghasilkan satu unit barang jadi. Biaya ini muncul ketika dilakukan perluasan produksi dalam rangka menambah jumlah barang yang dihasilkannya.

2.3.4 Harga Pokok Produksi

2.3.5 Pengertian Harga Pokok Produksi

Harga pokok produksi digunakan untuk memperhitungkan unsur-unsur biaya dalam suatu produksi. Penentuan harga pokok produksi merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan industri, karena selama proses masukan (bahan mentah) menjadi keluaran (bahan jadi) begitu banyak biaya-biaya yang terjadi dalam perusahaan, misalnya: biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya pabrik tidak langsung. Biaya-biaya tersebut harus diperhitungkan untuk menentukan besarnya biaya produksi untuk memproduksi suatu jenis produk pada unit tertentu, atau dapat dikatakan untuk penentuan harga pokok produksi pada suatu produk yang diproduksi (Cristian, 2016).

Menurut Raiborn dan Kinney (2011) pengertian Harga Pokok Produksi (*cost of goods manufactured*) adalah “total biaya produksi barang-barang yang telah selesai dikerjakan dan ditransfer kedalam persediaan barang jadi selama suatu periode”.

Menurut Bustami dan Nurlela (2013) harga pokok produksi adalah kumpulan biaya produksi yang terdiri dari bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, dan biaya

overhead yang ditambah dengan persediaan barang dalam proses awal dan dikurangi persediaan barang dalam proses akhir.

Dari pernyataan-pernyataan di atas, dapat disimpulkan bahwa harga pokok produksi adalah penjumlahan dari output (produksi) yang berhubungan dengan produksi yang dihasilkan, termasuk biaya-biaya yang dikeluarkan dari pembelian bahan baku tersebut hingga proses akhir produk akhir yang siap digunakan atau jual. Biaya tersebut adalah biaya bahan langsung, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead*.

2.3.6 Tujuan dan Manfaat Penentuan Harga Pokok Produksi

Untuk mengetahui laba rugi perusahaan secara periodik dihitung dengan mengurangi pendapatan yang diperoleh dari biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan pendapatan tersebut. Oleh karena itu, diperlukan informasi harga pokok produksi. Menurut Mulyadi (2015) dalam perusahaan yang memproduksi umum, informasi tentang harga pokok produksi selama periode tertentu dihitung, memiliki mamiliki tujuan dan manfaat bagi manajemen sebagai berikut :

1. Penetapan harga jual produk.

Perusahaan yang memproduksi dan sekaligus memproses produknya memenuhi sendiri stok yang ada di gudang dan dengan demikian biaya produksi dihitung untuk periode tertentu untuk menghasilkan informasi tentang biaya produksi per unit produk. Penentuan harga jual produk, biaya satuan produksi, merupakan salah satu data yang dipertimbangkan disamping dengan data biaya dan data non-biaya lainnya.

2. Memantau realisasi biaya produksi.

Manajemen membutuhkan informasi tentang biaya produksi yang sebenarnya dikeluarkan dibandingkan dengan rencana produksi yang dtelah ditetapkan, oleh karena itu akuntansi biaya digunakan untuk mengumpulkan informasi tentang biaya produksi yang dikeluarkan selama periode waktu tertentu untuk memeriksa apakah produksi mengkonsumsi total biaya biaya produksi sesuai dengan yang diperhitungkan sebelumnya.

3. Perhitungan laba atau biaya periodik.

Untuk menentukan apakah kegiatan produksi dan pemasaran perusahaan mampu untuk menghasilkan laba bruto selama periode tertentu. Manajemen membutuhkan informasi tentang biaya produksi yang dikeluarkan untuk memproduksi produk dalam periode waktu tertentu.

4. Penetapan harga pokok persediaan barang jadi dan barang dalam penyelesaian yang disajikan dalam neraca.

Ketika manajemen diharuskan untuk menyelenggarakan pertanggung jawaban periodik, manajemen diharuskan untuk menyediakan laporan keuangan dalam bentuk neraca dan laporan laba rugi yang menunjukkan harga pokok persediaan barang jadi dan harga pokok yang pada tanggal neraca masih dalam

proses, yang mana saja yang sampai dengan tanggal neraca belum belum terjual dan biaya produksinya diketahui. Biaya-biaya yang berkaitan dengan barang jadi pada tanggal neraca disajikan dalam harga pokok persediaan produk jadi. Biaya produksi yang melekat pada produk yang pada tanggal neraca masih dalam pengerjaan disajikan dalam neraca sebagai harga pokok persediaan produk dalam proses

2.3.7 Unsur-unsur Perhitungan Harga Pokok Produksi

Untuk menentukan harga pokok produksi yang mutlak memerlukan dasar penilaian dan penentuan laba rugi secara periodik, maka biaya produksi harus diklasifikasikan menurut jenis atau objek pengeluarannya. Hal ini penting agar pengumpulan data biaya dan penerapannya yang seringkali membutuhkan ketelitian yang tinggi, seperti penentuan tingkat penyelesaian suatu produk dalam produksi massal dapat dilakukan dengan lebih mudah.

Menurut Dewi dan Kristanto (2013) “Unsur-unsur perhitungan harga pokok produksi terdiri dari penentuan besarnya biaya produksi yang dikeluarkan untuk menghasilkan suatu barang”. Biaya produksi ini biasanya mencakup biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan *overhead* pabrik.

1. Biaya bahan baku (*Direct Material Cost*)

Biaya bahan baku adalah biaya untuk memperoleh semua bahan yang pada akhirnya menjadi bagian dari objek biaya (barang dalam proses, kemudian barang jadi) dan yang dapat ditelusuri kembali secara ekonomis ke objek biaya. Sebagai contoh, penggunaan material berupa kulit, benang, paku, lem dan cat pada pabrik sepatu yang merupakan komponen utama produk dapat dilacak secara langsung tanpa perlu alokasi dan bersifat *variabel*.

2. Biaya tenaga kerja langsung (*Direct Labor Cost*)

Biaya tenaga kerja langsung atau upah langsung adalah biaya yang dibayarkan kepada tenaga kerja langsung. Istilah tenaga kerja langsung digunakan untuk merujuk pada tenaga kerja (buruh) yang terlibat langsung dalam proses pengolahan bahan mentah menjadi produk setengah jadi menjadi produk jadi. Biaya tenaga kerja langsung mencakup kompensasi untuk semua pekerjaan manufaktur yang dapat ditelusuri ke objek biaya (pekerjaan dalam proses, kemudian barang jadi). Misalnya, gaji pekerja di departemen pemotongan, perakitan, atau pengecatan mabel yang dibayar per jam kerja atau per unit produk, tanpa harus dialokasikan, dan bersifat *variabel*.

3. Biaya *overhead* pabrik (*Overhead Cost*)

Biaya *overhead* pabrik (*production overheads*) adalah semua biaya produksi yang berhubungan dengan objek biaya tetapi tidak dapat ditelusuri secara ekonomis kembali ke objek biaya (pekerjaan dalam proses kemudian barang jadi). Contoh biaya *overhead* pabrik:

- a. Biaya tenaga kerja tidak langsung (misalnya, gaji pekerja, gaji petugas keamanan lokasi, gaji manajer pabrik).
- b. Biaya bahan penolong (seperti pelumas, bahan pembersih, dll.).
- c. Biaya perbaikan dan perawatan mesin-mesin pabrik.

Menurut Lundu dan Sudarno (2012) Terdapat tiga unsur-unsur harga pokok produksi menurut yaitu: biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya produksi tak langsung atau biaya *overhead* pabrik.

1. Biaya Bahan Baku

Biaya ini meliputi harga pokok dari semua bahan yang secara praktis dapat diidentifikasi sebagai bagian dari produk selesai. Misalnya, papan atau kayu pada perusahaan produsen mebel, pasir dan semen pada perusahaan produsen tegel. Tidak semua bahan yang dipakai dalam pembuatan suatu produk, memang diklasifikasikan sebagai bahan baku. Paku dan lem pada perusahaan produsen mebel, umpamanya barangkali tidak diklasifikasi sebagai bahan baku. Ini disebabkan oleh karena biaya yang didapat dari ketelitian harga pokok produknya. Bahan - bahan yang relatif kecil nilainya seperti itu disebut bahan penolong dan diklasifikasikan sebagai bagian dari biaya produksi tak langsung.

2. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Meliputi gaji dan upah dari seluruh tenaga kerja yang secara praktis dapat diidentifikasi dengan kegiatan pengolahan bahan menjadi produk selesai. Gaji dan upah operator mesin umpamanya merupakan contoh biaya tenaga kerja langsung. Seperti halnya biaya bahan baku, kenyataan adanya gaji dan upah tenaga kerja yang ikut membantu terlaksananya kegiatan produksi mungkin saja tidak digolongkan sebagai biaya tenaga kerja langsung. Karena itu, terhadap gaji dan upah tenaga kerja dibedakan menjadi biaya tenaga kerja langsung dan biaya tenaga kerja tak langsung. Biaya tenaga kerja tak langsung meliputi semua biaya tenaga kerja selain yang dikelompokkan sebagai biaya tenaga kerja langsung. Gaji dan upah mandor adalah salah satu contoh dari biaya tenaga kerja tidak langsung tersebut. Adalah tidak praktis untuk mengidentifikasikan biaya, seperti halnya gaji dan upah mandor itu kepada produk tertentu, sementara itu perusahaan memproduksi lebih dari satu macam produk.

3. Biaya *Overhead* Pabrik

Biaya ini meliputi semua biaya produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Oleh karena itu, biaya *overhead* pabrik meliputi juga biaya bahan penolong, gaji dan upah tenaga kerja tidak langsung dan biaya produksi tak langsung lainnya. Biaya depresiasi atau biaya sewa mesin - mesin produksi pada perusahaan yang memproduksi lebih dari satu macam produk, merupakan contoh dari biaya *overhead* pabrik.

Berdasarkan beberapa pendapat ahli mengenai unsur-unsur harga pokok produksi, dapat dinyatakan bahwa terdapat tiga unsur utama harga pokok produksi biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik.

2.3.8 Metode Pengumpulan Harga Pokok Produksi

Dalam suatu perusahaan manajemen memerlukan informasi mengenai berapa biaya produksi yang dipergunakan untuk membuat suatu pesanan, berapa biaya produksi yang telah dipergunakan untuk memenuhi pesanan pelanggan, dan lain-lain. Tujuan manajemen memerlukan informasi tersebut ialah bertujuan untuk merumuskan strategi yang harus di ambil, untuk pengambilan keputusan harga jual dan pengendalian biaya, serta untuk menyusun laporan keuangan. “Metode pengumpulan harga pokok yang dipakai untuk membedakan biaya itu biasanya adalah sesuai dengan kepentingan daripada bisnis tersebut. Tetapi prinsip dasar membedakan biaya tersebut akan sama untuk setiap metode” (W. Gulo).

Menurut Mulyadi (2015) metode pengumpulan harga pokok produksi sangat ditentukan oleh metode produksi. Untuk memproduksi suatu produk dibagi menjadi dua metode yaitu:

- a. Metode Harga Pokok Proses (*Process Cost Method*)
Metode ini digunakan oleh perusahaan yang memproduksi secara terus menerus untuk persediaan gudang atau perusahaan yang tidak membuat barang produksi berdasarkan pesanan. Di dalam metode ini, biaya produksi dikumpulkan untuk setiap proses selama jangka waktu tertentu, dan biaya produksi per satuan dihitung dengan cara membagi total biaya produksi dalam proses tertentu, selama periode tertentu dengan jumlah satuan produk yang dihasilkan dari proses tersebut selama jangka waktu yang berkaitan.
- b. Metode Harga Pokok Pesanan (*Job Order Costing*)
Metode ini digunakan oleh perusahaan yang memproduksi barang sesuai pesanan atau keinginan konsumen. Perusahaan yang menggunakan metode ini biasanya menghasilkan produk yang terputus-putus sesuai dengan pesanan yang masuk. biaya metode produksi. Metode penentuan harga pokok produksi yaitu suatu cara untuk memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam harga pokok produk. Dalam metode ini biaya-biaya produksi dikumpulkan untuk pesanan tertentu dan harga pokok produksi persatuan di hitung dengan cara membagi total biaya produksi untuk pesanan tersebut dengan kumlah satuan produk dalam pesanan yang berkaitan.

2.3.9 Metode Penentuan Harga Pokok Produksi

Biaya yang dialokasikan ke unit produksi dapat berupa biaya aktual (biaya historis) maupun biaya standar. Dalam sistem biaya aktual atau biaya historis, informasi dikumpulkan pada saat biaya terjadi dan biaya dicatat pada saat dikeluarkan tetapi penyajian hasil operasi akan ditunda sampai semua operasi produksi untuk

periode akuntansi tersebut telah selesai dilakukan atau, dalam bisnis jasa, semua jasa pada periode tersebut telah diserahkan. Metode penentuan harga pokok produksi adalah cara memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam harga pokok produksi.

Dalam menentukan harga pokok produksi terdapat dua metode yang dapat digunakan yaitu metode *full costing* dan metode *variabel costing*. Menurut L.M. Samryn (2012) dalam bukunya yang berjudul Akuntansi Manajemen, Pada metode *Full costing* semua biaya-biaya diperhitungkan baik yang bersifat tetap maupun *variabel* karena salah satu cara pengendalian biaya yaitu dengan menghitung harga pokok produksi untuk menentukan harga jual produk itu sendiri. Sedangkan metode *variabel costing* merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang mengelompokan biaya berdasarkan perilaku biaya. yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik *variabel*.

Menurut Mulyadi (2015) metode penentuan harga pokok produksi dibagi menjadi dua metode yaitu :

1. Metode *Full Costing*

Metode *Full costing* adalah metode perhitungan harga pokok produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya yang terjadi selama proses produksi, yang meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik baik itu yang bersifat *variabel* maupun tetap. Metode *full costing* sering disebut dengan pendekatan tradisional di mana biaya-biaya disajikan berdasarkan fungsi produksi, administrasi, dan penjualan.

Dengan demikian penentuan harga pokok produksi dengan menggunakan metode *full costing* terdiri dari unsur-unsur biaya produksi baik yang bersifat *variabel* maupun tetap.

Tabel 2. 1 Metode Harga Pokok Produksi *Full Costing*

Biaya Bahan Baku	xx
Biaya Tenaga Kerja Langsung	xx
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik <i>Variabel</i>	xx
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik Tetap	xx
<hr/>	
Harga Pokok Produksi	xx

Biaya produk yang dihitung dengan pendekatan *full costing* terdiri dari unsur biaya produksi (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik *variabel*, dan biaya *overhead* pabrik tetap) ditambah dengan biaya nonproduksi (biaya pemasaran dan biaya administrasi dan umum).

2. Metode *Variabel Costing*

Metode *Variabel Costing* adalah metode perhitungan harga pokok produksi yang memperhitungkan biaya yang terjadi selama proses produksi, yang

meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik yang bersifat *variabel*. Dalam metode *variabel costing* ini biaya-biaya berubah sejalan perubahan output yang terjadi.

Dengan demikian penentuan harga pokok produksi dengan menggunakan metode *variabel costing* terdiri dari unsur-unsur biaya produksi selain biaya yang bersifat tetap sebagai berikut:

Tabel 2. 2 Metode Harga Pokok Produksi *Variabel Costing*

Biaya Bahan Baku	Xx
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Xx
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik <i>Variabel</i>	Xx
<hr/>	<hr/>
Harga Pokok Produksi	Xx

Biaya produksi yang dihitung dengan metode *variabel costing* terdiri dari unsur biaya produksi *variabel* (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik *variabel*) ditambah dengan biaya nonproduksi *variabel* (biaya pemasaran *variabel* dan biaya administrasi dan umum *variabel*) dan biaya tetap (biaya *overhead* pabrik tetap, biaya pemasaran tetap, dan biaya administrasi dan umum).

2.4 Harga Jual

2.4.1 Pengertian Harga Jual

Menurut Mulyadi (2015) Harga jual adalah suatu nilai yang dapat menutupi seluruh biaya yang membebankan barang atau jasa yang dihasilkan ditambah dengan sejumlah keuntungan yang diinginkan oleh perusahaan.

Sedangkan menurut Sujarweni (2015), mendefinisikan harga jual sebagai sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat, karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa harga jual adalah jumlah uang yang akan dibebankan kepada konsumen terhadap suatu peoduk atau jasa yang ditawarkan oleh produsen. Selain harga jual yang diberikan oleh produsen atau perusahaan, biasanya perusahaan membebankan kepada pembeli ongkos angkut yang dibebankan kepada pembeli untuk barang yang dibeli agar barang yang dibeli dapat langsung dikirim kealamat pembeli.

2.4.2 Metode Penentuan Harga Jual

Menurut Sujarweni (2015) menyatakan bahwa terdapat metode yang dapat digunakan untuk menentukan harga jual antara lain:

1. Metode penetapan harga jual berdasarkan biaya

Metode penetapan harga jual berdasarkan biaya diantaranya:

a. *Cost plus pricing method*

Penentuan harga jual *Cost plus pricing*, biaya yang digunakan sebagai dasar penentuan, dapat didefinisikan sesuai dengan metode penentuan harga pokok produk yang digunakan. Dalam menghitung *Cost plus pricing* digunakan rumus:

$$\text{Harga jual total} = \text{Biaya total} + \text{Margin Profit}$$

b. *Mark up pricing method*

Mark up pricing method banyak digunakan oleh para pedagang. Para pedagang akan menentukan harga jualnya dengan cara menambahkan mark up yang diinginkan pada harga beli persatuan. Persentase yang ditetapkan berbeda untuk setiap jenis barang. Dalam menghitung harga jual, menggunakan rumus:

$$\text{Harga jual} = \text{Harga beli} + \text{Mark Up}$$

c. Penetapan harga BEP (*Break event point*)

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

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

2. Metode penetapan harga jual berdasarkan harga pesaing

Penetapan harga jual dilakukan dengan menggunakan harga kompetitor sebagai bahan referensi. Dalam praktiknya penetapan harga jual 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 pasar dengan maksud untuk meraih pangsa pasar.

3. Menetapkan harga jual berdasarkan permintaan

Penetapan harga jual dilakukan dengan menganalisis konsumen. Konsumen diminta untuk memberikan pernyataan apakah konsumen merasa harga harga murah, terlalu murah, harga mahal dan terlalu mahal kemudian dikaitkan dengan kuantitas yang diterima.

4. Metode Penetapan Harga Berbasis Laba

Metode ini berusaha menyeimbangkan pendapatan dan biaya dalam penetapan harganya. Upaya ini dapat dilakukan atas dasar target volume laba spesifik atau dinyatakan dalam bentuk persentase terhadap penjualan atau investasi. Metode penetapan harga berdasarkan laba yang dapat digunakan diantaranya:

1) *Target Profit Pricing*

Target profit pricing umumnya berupa ketetapan atas besarnya target laba tahunan yang di nyatakan secara spesifik.

$$\text{Laba} = \text{Total Pendapatan} - \text{Total Biaya}$$

$$\text{Laba} = (\text{harga} \times \text{kuantitas}) - (\text{biaya tetap} + \text{biaya variabel kuantitas})$$

2) *Target Return On Sales Pricing*

Dalam metode ini, perusahaan menetapkan tingkat harga tertentu yang dapat menghasilkan laba dalam persentase tertentu terhadap volume penjualan. Biasanya metode ini digunakan oleh jaringan-jaringan supermarket.

$$\text{Target Return On Sales Pricing} = \frac{\text{Total Laba}}{\text{Total Penjualan}}$$

$$\text{Target Return} = \frac{(P \times Q) - [(FC \times Q) + (VC \times Q)]}{(P \times Q)}$$

Keterangan:

P = Harga per-unit

Q = Unit yang terjual

FC = biaya tetap

VC = Biaya variabel per-unit

3) *Target Return On Investment (ROI) Pricing*

Dalam metode ini, perusahaan menetapkan besarnya suatu target ROI tahunan, yaitu rasio antara laba dengan investasi total yang ditanamkan perusahaan pada fasilitas produksi dan asset yang mendukung produk tertentu. Kemudian harga ditentukan agar dapat mencapai target laba yang mendukung produk tertentu. Kemudian harga ditentukan agar dapat mencapai target laba tersebut.

$$\text{Harga jual} = \text{Biaya per unit} + \frac{\text{ROI} \times \text{modal yang diinvestasikan}}{\text{Penjualan yang diharapkan}}$$

2.5 Penelitian Sebelumnya dan Rangka Pemikiran

2.5.1 Penelitian Sebelumnya

Tabel 2. 3 Penelitian Sebelumnya

No	Nama Peneliti, Tahun & Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1	Nama Peneliti: Putri Tahun: 2020 Judul: Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Pada	Variabel Independen: <i>Full Costing</i> dan <i>Variabel Costing</i>	Harga Pokok Produksi, Metode Biaya Penuh (<i>Full Costing Method</i>),	Deskriptif Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan: perhitungan harga pokok produksi dengan metode Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) tahu bapak Aristiya

	Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Tahu Bapak Aristiya Tahun 2020	<i>Variabel</i> dependen: Harga Pokok Produksi	dan Metode Biaya <i>Variabel (Variable Costing Method)</i>		mendapatkan hasil yang lebih rendah dibandingkan dengan metode biaya penuh (<i>full costing method</i>) dan metode biaya variabel (<i>variable costing method</i>). Hal ini terjadi, karena Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) tahu tidak memasukkan biaya-biaya secara menyeluruh. dan metode biaya penuh (<i>full costing method</i>) adalah metode yang paling tepat untuk digunakan oleh Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) tahu Bapak Aristiya, karena memasukkan semua unsur biaya yang dikeluarkan dan sudah dipisahkan, maka perhitungan harga pokok produksi akan lebih tepat dan akurat, juga dapat membuat laba Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) tahu Bapak Aristiya meningkat dengan penentuan harga jual yang tepat pula.
2	Nama Peneliti: Nafisah Tahun : 2020 Judul : Analisis	<i>Variabel</i> Independen : <i>Full Costing</i> dan <i>Variabel Costing</i>	<i>Cost Of Goods Manufactured, Full Costing, Variable</i>	Deskriptif Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan: Metode penentuan harga pokok produksi untuk menentukan harga jual yang dilakukan oleh

	Perhitungan Harga Pokok Produksi Dengan Metode <i>Full Costing</i> dan <i>Variable Costing</i> Sebagai Dasar Penetapan Harga Jual Produk	<i>Variabel</i> Dependen: Harga Pokok Produksi dan Harga Jual	<i>Costing</i> , dan <i>Selling Price</i> .		perusahaan sangat kurang relevan, dikarenakan perusahaan hanya menghitung biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Berdasarkan perbandingan antara metode <i>full costing</i> dan metode <i>variable costing</i> harga pokok produksi perusahaan, harga pokok produksi menurut metode <i>full costing</i> memiliki nilai nominal yang lebih tinggi daripada metode <i>variable costing</i> . Hal ini disebabkan karena dalam perhitungan harga pokok produksi metode <i>full costing</i> memperhitungkan seluruh biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan selama memproduksi produk baik <i>variabel</i> maupun tetap.
3	Nama Peneliti: Anton Dan Shelly Tahun: 2017 Judul: <i>Analysis Of Cost Of Goods Sold Calculation On Tempeh (Micro, Small, And Medium</i>	<i>Variabel</i> Independen: <i>Full Costing</i> dan <i>Variabel Costing</i> <i>Variabel</i> dependen: Harga Pokok Produksi	<i>cost of production, Full costing method</i> dan <i>variable costing method</i>	Deskriptif Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa: bahwa dari ketiga hasil perhitungan HPP menunjukkan bahwa menggunakan metode <i>variable costing</i> memberikan hasil yang lebih tinggi dibandingkan yang diterapkan oleh Pemilik Usaha dengan metode <i>full costing</i> . Perbedaan

	<i>Enterprises Case Study Of Mr. Lukman)</i>				tersebut disebabkan karena perhitungan HPP yang digunakan Pemilik Usaha masih sangat sederhana, dimana biaya <i>overhead</i> pabrik tidak diperhitungkan secara rinci.
4	Nama Peneliti: Hasmi Tahun: 2020 Judul: Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Dengan Menggunakan Metode <i>Full Costing</i> Dan <i>Variable Costing</i> Pada Pembuatan Abon Ikan	<i>Variabel Independen: Full Costing dan Variabel Costing</i> <i>Variabel dependen: Harga Pokok Produksi</i>	Metode Harga Pokok Produksi, <i>Full Costing</i> , dan <i>Variable Costing</i> .	Deskriptif Komparatif Kualitatif Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan: Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada penentuan harga pokok produksi Perusahaan sudah menggunakan metode <i>variabel costing</i> . Dan metode perusahaan tidak memperhitungkan biaya <i>overhead</i> pabrik secara keseluruhan sebagai biaya produksi baik dari biaya tetap maupun biaya <i>variabel</i> . Sedangkan metode <i>full costing</i> akan membebankan semua biaya <i>overhead</i> pabrik. Karena itu, metode <i>full costing</i> lebih besar dibandingkan metode perusahaan dan metode <i>variabel costing</i> .
5	Nama Peneliti: Indahwati dan Sunrowiyati Tahun: 2020 Judul: Analisis Perhitungan	<i>Variabel Independen : Full Costing</i> <i>Variabel Dependen: Harga</i>	<i>Cost of goods sold, Selling price, dan full costing</i>	Deskriptif Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan: Analisis perhitungan harga pokok produksi pada UD. Putra Mandiri saat ini masih menggunakan

	Harga Pokok Produksi Untuk Menentukan Harga Jual Pada Ud. Putra Mandiri	Pokok Produksi dan Harga Jual			metode perhitungan secara sederhana sehingga belum memperoleh hasil yang sesuai dari seluruh biaya yang telah dikeluarkan. Perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode <i>fullcosting</i> mendapatkan hasil yang lebih besar dari pada yang ditentukan oleh perusahaan yang dikarenakan belum terakumulasinya biaya <i>overhead</i> produksi seperti biaya penyusutan. Perhitungan harga jual dengan menggunakan metode ini dapat dibidang cukup tinggi dari harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan.
6	Nama Peneliti: Irman dan Lestari Tahun: 2016 Judul: Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Tahu Dengan Menggunakan Metode <i>Full Costing</i> dan <i>Variable Costing</i> Pada	<i>Variabel Independen: Full Costing dan Variabel Costing</i> <i>Variabel dependen: Harga pokok Produksi</i>	<i>Cost of Production, Full Costing dan Variabel Costing</i>	Deskriptif Kuantitatif Kuantitatif	Hasil penelitian menyimpulkan: Pemilik usaha tidak memasukkan beberapa bahan yang dipakai dalam memproduksi tahu ke dalam perhitungan harga pokok produksi karna dianggap tidak terlalu berpengaruh terhadap harga pokok, masih banyak biaya <i>overhead</i> yang belum dimasukkan

	Tahu Mang Ujang Pekanbaru				ke dalam perhitungan harga pokok produksi. dan dari hasil analisis dari ketiga hasil perhitungan HPP menunjukkan bahwa menggunakan metode <i>full costing</i> memberikan hasil yang lebih tinggi dibandingkan yang diterapkan pemilik usaha dengan metode <i>variable costing</i> .
7	Nama Peneliti: Maghfirah Tahun: 2016 Judul; Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Dengan Penerapan Metode <i>Full Costing</i> Pada Umkm Kota Banda Aceh	<i>Variabel Independen: Full Costing</i> <i>Variabel dependen: Harga Pokok Produksi</i>	<i>Cost of Production, Full Costing, dan Process Cost</i>	Deskriptif Kualitatif Kuantitatif	Hasil penelitian menyimpulkan: dari hasil analisis menunjukkan bahwa perolehan harga pokok produksi dengan metode <i>full costing</i> lebih baik dalam menganalisis biaya produksi, hal ini disebabkan perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode <i>full costing</i> sudah memasukkan semua biaya <i>overhead</i> , baik tetap maupun <i>variabel</i> selama proses produksi.
8	Nama Peneliti: Efriyanto Tahun: 2020 Judul: Analisis Perhitungan Harga Jual Menggunakan Metode <i>Target Return On</i>	<i>Variabel Independen: Full Costing</i> <i>Variabel dependen: Harga Pokok Produksi</i>	Harga Pokok Produksi, Metode Biaya Penuh (<i>Full Costing Method</i>), dan <i>Target</i>	Deskriptif Kuantitatif Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan: UMKM Tas Borsel masih menggunakan cara sederhana dalam memperhitungkan harga pokok produksi dengan menjumlahkan unsur-unsur biaya

	<i>Sales Pricing</i> Dengan Pendekatan <i>Full Costing</i> Pada Produk Tas Borsel	dan Harga Jual Produk	<i>Return On Sales Pricing method</i>		yang terlihat selama proses produksi mulai dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya <i>overhead</i> pabrik (berupa biaya bahan penolong). Perhitungan yang dihasilkan menggunakan metode <i>full costing</i> lebih akurat dibandingkan perhitungan yang dilakukan perusahaan sehingga terdapat perbedaan nilai. Penentuan harga jual yang selama ini diterapkan UMKM Tas Borsel masih kurang optimal. Hal ini dikarenakan perusahaan masih kurang konsisten dalam mengambil berapa besar keuntungan yang ingin diperoleh. Metode <i>target return on sales pricing</i> melakukan perhitungan harga jual dengan melihat harga yang diinginkan oleh konsumen dan menghubungkannya dengan keuntungan yang ingin diperoleh oleh perusahaan.
9	Nama Peneliti: Sriyani Tahun: 2018	<i>Variabel Independen: Full Costing</i> dan	Harga Pokok Produksi, <i>full costing</i> ,	Deskriptif Kualitatif	Hasil penelitian menyimpulkan: Berdasarkan perhitungan harga pokok produksi

	Judul: Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Dengan Metode <i>Full Costing</i> Dan <i>Variabel Costing</i> (Studi Kasus Pt. Bima Desa Sawita Medan)	<i>Variabel Costing</i> <i>Variabel</i> dependen: Harga Pokok Produksi dan Harga Jual Produk	dan <i>variabel costing</i>		dengan metode <i>full costing</i> lebih tinggi dibandingkan dengan perhitungan menurut metode <i>variabel costing</i> . Dan dalam penentuan harga jual hasilnya lebih baik menggunakan metode perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode <i>full costing</i> dibanding <i>variabel costing</i> .
10	Nama Peneliti: Djumali e Tahun: 2014 Judul: Perhitungan Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode <i>Variable Costing</i> Dalam Proses Penentuan Harga Jual Pada Pt. Sari Malalugis Bitung	<i>Variabel</i> Independen: <i>Variabel Costing</i> <i>Variabel</i> dependen: Harga Pokok Produksi dan Harga Jual	Harga Pokok Produksi, Harga Jual dan <i>Variable Costing</i>	Deskriptif Kualitatif Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa perhitungan harga pokok produksi perusahaan dengan perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode <i>variabel costing</i> terdapat selisih harga. Perhitungan harga jual produk perusahaan dengan perhitungan harga pokok jual hasil evaluasi, maka dapat dilihat bahwa harga jual masing-masing produk ikan segar beku menurut perusahaan lebih tinggi harganya dibandingkan dengan harga jual masing-masing produk dengan metode <i>variabel costing</i> .

2.5.2 Rangka Pemikiran

Salah satu fungsi akuntansi biaya adalah untuk memberikan informasi yang rinci tentang informasi pendapatan yang dihasilkan pada berbagai biaya dari sumber daya yang dikonsumsi untuk memenuhi satu pekerjaan. Suatu bentuk informasi penting dalam operasi bisnis mencakup informasi tentang biaya produksi, yang merupakan faktor penting dalam pengambilan keputusan manajemen.

Biaya adalah pengorbanan yang harus dikeluarkan oleh perusahaan untuk memproduksi atau menghasilkan suatu barang atau jasa. Biaya tersebut disebut sebagai biaya harga pokok atau harga pokok produksi, untuk menentukan besarnya biaya tersebut harus tepat dan akurat sehingga harga pokok yang juga akan menunjukkan harga pokok sesungguhnya. Harga pokok produksi adalah kumpulan biaya produksi yang terdiri dari bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* yang ditambah dengan persediaan barang dalam proses awal dan dikurangi persediaan barang dalam proses akhir (Bustami dan Nurlela, 2013).

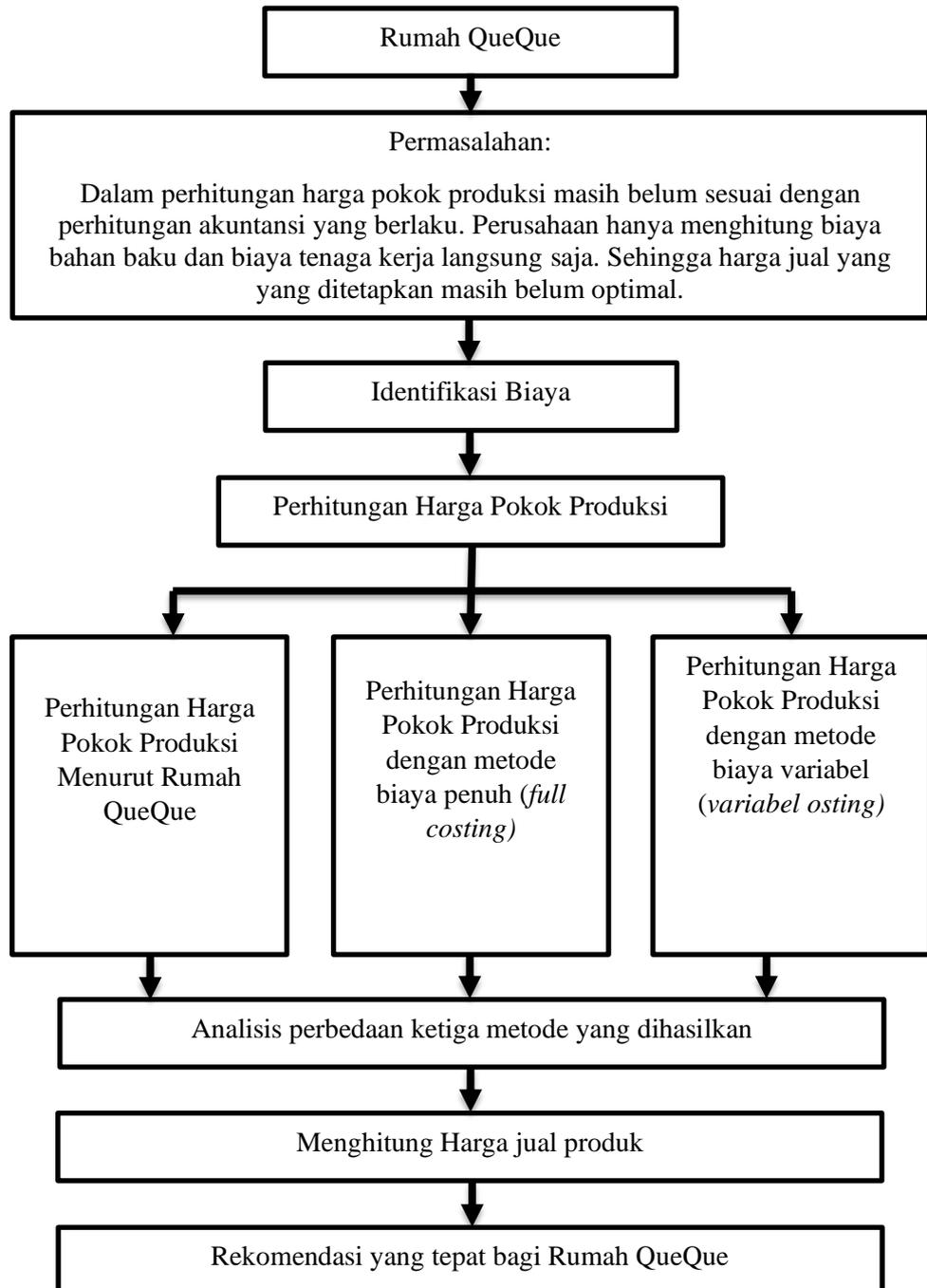
Penentuan harga jual suatu produk didasarkan pada harga pokok produksi yang telah dikeluarkan yang ditambahkan dengan markup. harga jual merupakan jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada konsumen atas produk maupun jasa yang dijual, dengan harapan harga jual yang dibebankan tersebut dapat menutupi biaya dan dapat menghasilkan laba yang diinginkan oleh perusahaan, harga jual yang dibebankan atas produk yang dijual haruslah tepat, dan harga jual yang tepat haruslah harga jual yang sesuai dengan kualitas produk yang dijual, serta harga jual tersebut dapat memberikan kepuasan pada konsumen.

Rumah QueQue adalah UMKM yang berlokasi di Jl.Hateup No. 6, Bogor Utara Kota Bogor yang memproduksi variasi oleh-oleh khas bogor. Rumah QueQue memiliki permasalahan dalam perhitungan harga pokok produksi dimana metode yang digunakan unit usaha masih sederhana dan belum sesuai dengan perhitungan akuntansi yang berlaku. Perusahaan hanya menghitung biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung dalam penentuan harga pokok produksinya untuk menentukan harga jual produk, pemilik masih mengabaikan perhitungan akuntansi terutama dalam pengelompokan biaya produksi berupa biaya *overhead* pabrik. Sehingga dalam penetapan harga jual produk pada Rumah QueQue masih belum dihitung dengan tepat dan akurat.

Untuk itu, peneliti akan meneliti harga pokok produksi pada Rumah QueQue dengan menggunakan pendekatan metode *full costing* dan *variable costing* dimana dari hasil perhitungan tersebut akan dibandingkan hasilnya dengan biaya produksi yang dihitung oleh Rumah QueQue. Dalam penelitian ini, peneliti akan mengidentifikasi seluruh biaya yang terjadi selama proses produksi, mulai dari biaya bahan baku, tenaga kerja dan biaya *overhead* pabrik baik yang bersifat *variabel* maupun tetap. Dari seluruh biaya tersebut akan dihitung dengan menggunakan metode *full costing* dan *variable costing* yang nantinya akan dibandingkan dengan metode yang selama ini diterapkan oleh perusahaan. Perhitungan dengan metode *full costing*

dan *variable costing* bertujuan agar biaya-biaya yang terjadi dialokasikan dengan tepat dan akurat.

Setelah menghitung harga pokok produksi peneliti akan menghitung harga jual produk dengan persentase keuntungan yang digunakan dalam menentukan harga jual sama halnya dengan persentase yang selama ini diterapkan oleh Rumah QueQue. Dengan cara ini, akan ditemukan rekomendasi yang tepat dengan cara benar dan akurat bagi perusahaan.



Gambar 2. 1 Diagram Rangka Berpikir

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis Penelitian yang digunakan adalah penelitian Deskriptif Kualitatif dan Kuantitatif (non statistik) yaitu dengan melakukan pengumpulan data atau informasi yang diperoleh melalui survei langsung ke lokasi objek penelitian untuk mendapatkan fenomena yang terjadi di dalam perusahaan yang diteliti secara rinci dengan menggunakan berbagai prosedur pengumpulan data selama periode tertentu.

3.2 Objek, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian

Objek penelitian yang akan diteliti dalam penelitian ini terdiri dari *variabel-variabel* yang meliputi Harga Pokok Produksi dengan menggunakan metode *Full Costing* dan *Variabel Costing* dan Harga Jual.

Unit analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Organization*, yaitu yang diteliti adalah suatu organisasi, sehingga dalam hal ini data berasal dari respon suatu organisasi tertentu.

Lokasi penelitian pada penelitian ini adalah Rumah QueQue Astarti yang berlokasi di Jl.Hateup No. 6, Bogor Utara Kota Bogor.

3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif dan kuantitatif (non statistik). Data kualitatif merupakan data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara atau berupa uraian/penjelasan mengenai *variabel* yang diteliti. Sedangkan data kuantitatif merupakan data yang dapat dinyatakan dalam bentuk angka-angka mengenai jumlah, data-data pendukung perhitungan seperti laporan biaya produksi, dan data lainnya sesuai dengan kebutuhan dalam penulisan.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh peneliti secara langsung dari unit analisis yang diteliti dalam hal ini adalah Rumah QeQue.

3.4 Operasionalisasi Variabel

Dalam mempermudah proses analisis, maka peneliti terlebih dahulu mengklasifikasikan *variabel-variabel* penelitian kedalam penjabaran dan pengukuran dari operasionalisasi *variabel* dalam tabel berikut:

Tabel 3. 1 Operasionalisasi *Variabel*

<i>Variabel</i>	<i>Sub Variabel (Dimensi)</i>	Indikator	Ukuran	Skala Pengukuran
Harga Pokok Produksi	Metode biaya penuh (<i>Full Costing</i>)	Biaya Bahan Baku	Kuantitas x Harga per unit bahan baku	Nominal
		Biaya Tenaga Kerja Langsung	Jumlah tenaga kerja x Upah per unit	Nominal
		Biaya <i>Overhead</i> Pabrik <i>Variabel</i>	Biaya listrik + Biaya air + Biaya gas + Bahan penolong	Nominal
		Biaya <i>Overhead</i> Pabrik Tetap	Biaya depresiasi + Biaya sewa gedung	Nominal
	Metode biaya <i>Variabel</i> (<i>Variabel Costing</i>)	Biaya Bahan Baku	Kuantitas x Harga per unit bahan baku	Nominal
		Biaya Tenaga Kerja Langsung	Jumlah tenaga kerja x Upah per unit	Nominal
		Biaya <i>Overhead</i> Pabrik <i>Variabel</i>	Biaya listrik + Biaya air + Biaya gas + Bahan penolong	Nominal
Harga Jual	Harga Jual Produk	<i>Target Return</i>	Total Laba : Total Penjualan	Nominal

3.5 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan prosedur atau cara yang dilakukan untuk memperoleh data atau informasi yang berhubungan dengan penelitian. Untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

1. Obsevasi
Melakukan pengumpulan data dengan cara mengamati secara langsung atau memperhatikan secara akurat terhadap aktivitas yang dilakukan selama proses produksi untuk menghasilkan produk.
2. Wawancara
Melakukan komunikasi secara langsung dengan pemilik perusahaan yang berkaitan dengan data yang ingin diperoleh sehingga diperoleh informasi yang diperlukan dalam penelitian.
3. Dokumentasi
Melakukan pengumpulan data dengan melihat catatan dokumen-dokumen atau catatan-catatan perusahaan yang berkaitan dengan data yang diteliti.

3.6 Metode Pengolahan/Analisis Data

Analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif non statistik dengan metode penelitian studi kasus, yakni dengan menjelaskan perhitungan dengan menggunakan metode *full costing* dan *variabel costing* dalam menentukan harga pokok produksi sebagai dasar dalam penentuan harga jual produk pada Rumah QueQue dengan mengacu pada teori atau peraturan berdasarkan fakta/kenyataan di lokasi penelitian.

Perhitungan harga pokok produksi yang akan dilakukan menggunakan tiga metode, yaitu:

1. Rumus untuk menghitung harga pokok produksi dengan menggunakan metode Rumah QueQue:

Biaya bahan baku	xxx
Biaya tenaga kerja langsung	<u>xxx</u>
Harga pokok produksi RQQ	xxx
2. Rumus untuk menghitung harga pokok produksi dengan menggunakan metode biaya penuh (*full costing method*)

Biaya bahan baku	xxx
Biaya tenaga kerja langsung	xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik:	
- <i>Variabel</i>	xxx
- Tetap	<u>xxx</u>
Harga pokok produksi <i>full costing</i>	xxx
3. Rumus untuk menghitung harga pokok produksi dengan menggunakan metode biaya *variabel* (*variable costing method*)

Biaya bahan baku	xxx
Biaya tenaga kerja langsung	xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik:	
- <i>Variabel</i>	<u>xxx</u>
Harga pokok produksi <i>variabel costing</i>	xxx

Tabel 3. 2 Perbedaan Perhitungan Harga Pokok Produksi Rumah QueQue, Metode Biaya Penuh (*Full Costing Method*) dan Metode Biaya Variabel (*Variable Costing Method*)

Rumah QueQue		Metode Biaya Variabel (<i>Variable Costing Method</i>)		Metode Biaya Penuh (<i>Full Costing Method</i>)	
Biaya Bahan Baku	xxx	Biaya Bahan Baku	xxx	Biaya Bahan Baku	xxx
Biaya Tenaga Kerja	xxx	Biaya Tenaga Kerja	xxx	Biaya Tenaga Kerja	xxx
		Biaya <i>overhead</i> pabrik <i>variabel</i>	xxx	Biaya <i>overhead</i> pabrik <i>variabel</i>	xxx
				Biaya <i>overhead</i> pabrik Tetap	xxx
Harga pokok Produksi Rumah QueQue	xxx	Harga pokok produksi biaya <i>variabel</i> (<i>variabel costing</i>)	xxx	Harga pokok produksi biaya penuh (<i>full costing</i>)	xxx

Dalam pembebanan BOP, peneliti akan melakukan penelitian terhadap biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan selama proses produksi baik biaya yang bersifat *variabel* maupun tetap. Peneliti akan menghitung biaya berdasarkan Anggaran BOP yang dikeluarkan selama proses produksi. Perhitungan bop yang dibebankan akan dilakukan diantaranya sebagai berikut:

$$\text{Tarif BOP} = \frac{\text{Anggaran Biaya Overhead Pabrik}}{\text{Dasar Pembebanan}}$$

$$\text{BOP dibebankan atas dasar tarif} = \text{Tarif BOP} \times \text{unit produksi}$$

Pada penentuan tarif biaya *overhead* pabrik dapat menggunakan dasar pembebanan yang dapat dipilih dari salah satu dasar berikut ini:

1. Jumlah satuan produk.
2. Biaya bahan baku.
3. Biaya tenaga kerja langsung.
4. Jam tenaga kerja langsung.
5. Jam mesin.

Faktor-faktor yang harus dipertimbangkan di dalam memilih dasar pembebanan biaya *overhead* pabrik adalah sebagai berikut:

1. Memilih dasar pembebanan yang mempunyai hubungan lebih dekat dengan fungsi biaya *overhead* pabrik.
2. Apabila biaya *overhead* pabrik didominasi oleh elemen-elemen biaya yang berhubungan dengan biaya bahan (material oriented *overhead*) seperti biaya sewa gudang, asuransi gudang, biaya bahan baku penolong, maka dasar pembebanan yang lebih dekat dengan biaya *overhead* pabrik adalah biaya bahan baku.
3. Apabila biaya *overhead* pabrik didominasi oleh elemen-elemen biaya yang berhubungan dengan biaya tenaga kerja (labor oriented *overhead*) seperti biaya gaji pengawas, biaya tenaga kerja tidak langsung, maka dasar pembebanan yang lebih dekat dengan biaya *overhead* pabrik adalah biaya tenaga kerja langsung atau jam tenaga kerja langsung.
4. Apabila biaya *overhead* pabrik didominasi oleh elemen-elemen biaya yang berhubungan dengan biaya penyelenggaraan fasilitas pabrik (investment oriented *overhead*) seperti biaya reparasi dan pemeliharaan mesin, biaya asuransi mesin, biaya penyusutan mesin, maka dasar pembebanan yang lebih dekat dengan biaya *overhead* pabrik adalah jam mesin.
5. Apabila biaya *overhead* pabrik relatif merata pada elemen-elemen biaya yang mempunyai hubungan erat dengan biaya bahan, biaya tenaga kerja atau biaya penyelenggaraan fasilitas pabrik, maka dipilih dasar pembebanan yang paling mudah penggunaannya yaitu jumlah satuan produk.

Dalam perhitungan penetapan harga jual produk yang akan dilakukan diantaranya sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 \text{Laba} &= \text{Harga Jual} - \text{HPP} \\
 \text{Persentase laba/Mark up} &= \frac{\text{Laba}}{\text{Harga Jual}} \\
 \text{Target return} &= \frac{(P \times Q) - [(FC \times Q) + (VC \times Q)]}{(P \times Q)}
 \end{aligned}$$

Keterangan :

- P = Harga per-unit
 Q = Unit yang terjual
 FC = Biaya tetap
 VC = Biaya *Variabel*

Tahapan-tahapan yang akan dilakukan dalam analisis data penelitian tersebut antara lain:

1. Mengidentifikasi biaya produksi
2. Menghitung harga pokok produksi sesuai yang dilakukan Rumah QueQue berdasarkan data yang diperoleh dari unit.

3. Menghitung harga pokok produksi dengan menggunakan metode biaya penuh (*full costing method*) dan biaya variabel (*variabel costing method*).
4. Membandingkan antara perhitungan harga pokok produksi Rumah QueQue dengan perhitungan berdasarkan metode biaya penuh (*full costing method*) dan biaya variabel (*variabel costing method*)
5. Menghitung kembali perhitungan harga jual produk yang diterapkan Rumah QueQue
6. Menghitung harga jual produk berdasarkan harga pokok produksi menggunakan metode biaya penuh (*full costing method*) dan biaya variabel (*variabel costing method*).
7. Membandingkan perhitungan harga jual produk Rumah QueQue dengan harga jual produk berdasarkan harga pokok produksi menggunakan metode biaya penuh (*full costing method*) dan biaya variabel (*variabel costing method*).
8. Memberikan rekomendasi metode harga pokok produksi dan harga jual yang tepat bagi perusahaan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

4.1.1 Sejarah dan Perkembangan Usaha Rumah QueQue Astarti

Rumah QueQue Astarti Bogor adalah unit usaha yang bergerak dibidang kuliner oleh-oleh khas bogor yang berlokasi di Jl.Hateup No. 6, Bogor Utara Kota Bogor. Usaha ini banyak membuat variasi oleh-oleh seperti Ketan Srikaya, Puffbar, Nastar talas, Kue kering, Tacookies, Snack box hingga kue hantaran.

Salah satu produk andalan mereka adalah ketan srikaya dan puffbar pastry yang sangat diminati oleh konsumen hingga menjadi ikon Rumah QueQue. Unit usaha yang didirikan dan dikelola oleh Ibu Chairu Fariandini ini sudah berdiri sejak 2011. Untuk pemasaran produk sendiri Rumah QueQue sudah memasarkan produk mereka baik secara offline maupun online, unit usaha ini pun aktif mempromosikan produk dan kegiatan usaha mereka di sosial media sehingga lebih membuat orang lebih mudah dan tertarik dengan produk yang mereka pasarkan. Selain menjual produk pada konsumen langsung Rumah QueQue juga berperan sebagai pemasok bagi unit usaha lain dengan mengirimkan produk mereka untuk dipasarkan kembali, unit usaha yang sudah melakukan kerja sama dengan Rumah QueQue diantaranya seperti dengan V Point, Talubi, T Mart dan Venus dengan begitu produk Rumah QueQue dapat lebih banyak dikenal dan diminati oleh konsumen.

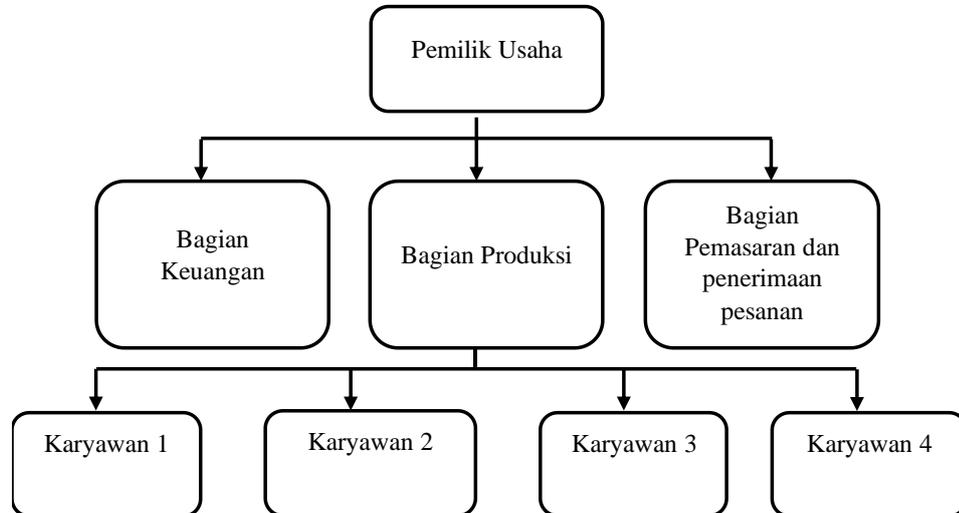
Ada lima karyawan yang bekerja di Rumah QueQue dan 4 diantaranya bertugas dalam proses produksi mereka. Rumah QueQue telah berpengalaman dalam memproduksi produk yang berkualitas, pemilik senantiasa memilih bahan baku yang baik dan selalu menjaga kebersihan baik itu pakaian, tangan dan lingkungan dalam setiap proses produksi mereka.

4.1.2 Struktur Organisasi dan Uraian Tugas

Rumah QueQue Astarti adalah salah satu jenis usaha yang dijalankan oleh keluarga, sehingga struktur organisasi pada Rumah QueQue Astarti cukup sederhana. Dimana pemilik usaha sebagai pimpinan perusahaan yang membawahi bagian keuangan, bagian pemasaran, bagian penerimaan pesanan dan bagian produksi. Adapun pemilik usaha yakni ibu dini bertugas pada bagian keuangan dan sekaligus sebagai pengawas toko yang turut ikut terlibat langsung dalam proses produksi. Adapun ibu riri yang terlibat langsung dalam berbagai macam kepengurusan toko diluar dari produksi, seperti bagian pemasaran, penerimaan pesanan dan kepengurusan lainnya. Khusus bagian produksi dibagi berdasarkan aktivitas yang terjadi dalam proses produksi yang memiliki tugas dan tanggung jawab masing-masing. Adapun

kerangka struktur organisasi yang diterapkan di Rumah QueQue Asrarti dapat dilihat pada gambar 4.1.

Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Rumah QueQue Astarti



Rumah QueQue mempekerjakan 4 orang karyawan yang terlibat langsung dalam proses produksi, dalam proses produksinya unit usaha tidak hanya memproduksi satu jenis produk saja tetapi berbagai macam produk sehingga karyawan yang dipekerjakan di Rumah QueQue dibagi berdasarkan tugas masing-masing. Ada yang memproduksi produk pastry, ketan srikaya, kue kering dan lain sebagainya, sehingga belum tentu unit usaha akan memproduksi produk yang sama setiap harinya disesuaikan dengan pasokan produk yang sedang dibutuhkan toko dan pesanan.

Adapun keterangan tugas dari masing-masing bagian pada struktur organisasi Rumah QueQue adalah sebagai berikut:

1. Pemilik Usaha
Pemilik usaha memiliki tugas sebagai pengambilan keputusan dalam setiap aktivitas yang ada di Rumah QueQue.
2. Bagian Keuangan
Pemilik usaha juga berperan sebagai pengendali bagian keuangan yang mengatur setiap pembelanjaan yang diperlukan untuk produksi tas, pembayaran gaji pegawai, pembayaran sewa gedung dan lain sebagainya yang berhubungan dengan aktivitas usaha.
3. Bagian Produksi
Didalam bagian produksi terdapat bagian-bagian yang saling berkaitan satu sama lain untuk memproses bahan baku menjadi produk jadi. Karena dalam pelaksanaan produksinya Rumah QueQue tidak hanya memproduksi satu jenis

produk saja, maka pegawai yang dipekerjakan di Rumah QueQue dibagi berdasarkan tugas dan tanggung jawab masing-masing. Bagian-bagian tersebut antara lain:

- a. Produksi Puffbar
 - b. Produksi Ketan Srikaya
 - c. Produksi Tacookies
 - d. Dan produk lain sebagainya
4. Bagian Pemasaran dan penerimaan pesanan
Bagian pemasaran bertugas untuk mempromosikan produk pada pelanggan di sosial media sekaligus bertugas sebagai penerima pesanan dari pelanggan via online. Bagian ini dilakukan oleh pemilik perusahaan yang sebelumnya memiliki minat dan bakat dibidang marketing.

4.1.3 Kegiatan Usaha

Rumah QueQue menghasilkan berbagai jenis macam produk, salah satunya adalah produk puffbar dengan berbagai varian salah satu yang banyak diminati adalah puffbar choco-cheese dan puffbar choco-nut. Rata-rata unit usaha mampu memproduksi 240 sd 300 box puffbar perbulannya. Bahan baku yang digunakan dalam memproduksi puffbar adalah pastry, dan dalam proses pembuatan adonan dan bentuk produk umumnya sama saja baik varian choco-cheese choco-nut maupun varian yang lain dan yang menjadi pembeda hanyalah dalam isian produknya saja.



Gambar 4. 2 Puffbar Choco-cheese



Gambar 4. 3 Puffbar Choco-nut

Selain bahan baku pastry yang digunakan sebagai bahan utama, terdapat bahan penunjang yang digunakan untuk proses produksi didukung dengan perlengkapan dan peralatan lainnya, seperti yang dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. 1 Peralatan Untuk Memproduksi Puffbar

No	Jenis	Fungsi
1	Mixer	Mencampurkan adonan
2	Mesin penggiling	Menggiling/memipihkan adonan yang sudah di buat
3	Rolling Pin	Menggiling/memipihkan adonan yang sudah di buat
4	Sciopper	Memotong adonan yang sudah jadi
5	Kuas	Digunakan untuk mengoleskan putih telur pada atasan puffbar sebelum di panggang
6	Loyang	Digunakan sebagai alas panggang puffbar
7	Oven	Digunakan untuk memanggang puffbar
8	Pisau	Digunakan untuk memotong keju, pastry dan mentega
9	Timbangan	Digunakan untuk mengukur takaran berat bahan baku yang akan digunakan untuk adonan
10	Parutan Keju	Digunakan untuk pemberian topping

Sumber: Rumah QueQue Astarti Bogor

4.2 Identifikasi Biaya Produksi

4.2.1 Biaya Bahan Baku

Berikut ini merupakan data yang diperoleh dari Rumah QueQue. Unit usaha berbelanja bahan baku setiap bulan. Dimana dalam pembuatan produk puffbar ini menggunakan pastry sebagai bahan utama dalam pembuatan adonannya. Dalam pembuatan produk puffbar choco-cheese dan choco-nut pada dasarnya tidaklah jauh berbeda dalam proses pembuatannya, yang menjadi pembeda ialah hanya pada varian isian nya saja.

1. Bahan Baku gabungan untuk adonan puffbar

Tabel 4. 2 Biaya Bahan Baku Adonan Gabungan Puffbar Choco-cheese dan Puffbar Choco-nut bulan Juli-Desember 2021

Bahan Baku	Kuantitas	Juli-Desember	
		Harga Beli/Kg	Biaya Bahan Baku
Terigu protein tinggi	153,6 kg	Rp9.000	Rp1.382.400
Terigu protein rendah	38,4 kg	Rp8.000	Rp307.200
Mentega	19,2 kg	Rp30.000	Rp576.000
Gula Pasir	9,6 kg	Rp13.000	Rp124.800
Susu Bubuk	5,76 kg	Rp100.000	Rp576.000
Lemak Pastry (kordvet)	96 kg	Rp52.000	Rp4.992.000
Garam	3,84 kg	Rp1.200	Rp46.080
Air	96000 ml	Rp-	0
Keju cheddar	10,56 kg	Rp85.000	Rp898.560

Telur	768 butir	Rp2.500	Rp1.920.000
Total Biaya Bahan Adonan			Rp10.823.040

Sumber: Data diolah 2022

2. Bahan Baku untuk isian puffbar

Pada dasarnya bahan baku yang digunakan dalam pembuatan puffbar choco-cheese dan choco-nut adalah sama. Yang membedakan hanyalah varian isian nya saja dimana dalam puffbar choco-cheese menggunakan isian cokelat dan keju sedangkan dalam puffbar choco-nut menggunakan isian cokelat kacang. Dengan kuantitas total 1920 box pastry dengan masing-masing 960 box untuk varian choco-cheese dan 960 box choco-nut selama juli-desember.

Tabel 4. 3 Biaya Bahan Isian Puffbar Choco-cheese dan Puffbar Choco-nut bulan Juli-Desember 2021

Isian Puffbar Choco-cheese	Kuantitas	Harga Beli/Kg	Biaya Bahan Baku
Keju Chedar	57,6 kg	Rp85.000	Rp4.896.000
Cokelat filling	96 kg	Rp40.000	Rp3.840.000
Total Biaya Bahan isian			Rp8.736.000
Isian Puffbar Choco-nut	Kuantitas	Harga Beli/Kg	Biaya Bahan Baku
Keju Chedar	57,6 kg	Rp85.000	Rp4.896.000
Selai Kacang	57,6 kg	Rp65.000	Rp3.744.000
Total Biaya Bahan isian			Rp8.640.000

Sumber: Data diolah 2022

3. Bahan Baku untuk Puffbar Choco-cheese dan Puffbar Choco-nut

Berikut adalah tabel perhitungan yang menunjukkan total bahan baik produk puffbar choco-cheese dan choco-nut setelah digabungkan dengan adonan luaran dan isian produknya.

Tabel 4. 4 Biaya Bahan pembuatan Puffbar Choco-cheese dan Puffbar Choco nut bulan Juli-Desember 2021

No	Keterangan	Puffbar Choco-cheese	Puffbar Choco-nut
1	Bahan Adonan	Rp5.411.520	Rp5.411.520
2	Bahan Isian	Rp8.736.000	Rp8.640.000
Total Bahan Baku		Rp14.147.520	Rp14.051.520

Sumber: Data diolah 2022

4.2.2 Biaya Bahan Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja merupakan balas jasa yang diberikan oleh perusahaan kepada semua karyawan yang terlibat dalam proses produksi. Proses produksi baru akan dimulai ketika seluruh bahan baku produksi sudah tersedia seluruhnya. Rumah QueQue memiliki 4 karyawan yang bertugas dalam proses produksi. Dengan Upah kerja perharinya sebesar Rp55.000 dengan proses produksi setiap harinya yaitu selama 8 jam. Dalam proses produksinya untuk produk puffbar karena memiliki masa konsumsi yang cukup lama (2 minggu), sehingga produk ini biasanya akan diproduksi

3-4 kali dalam seminggu, menyesuaikan dengan kebutuhan pesanan toko titipan dan stok di toko.

Tabel 4. 5 Perhitungan Biaya Tenaga Kerja Langsung bulan Juli-Desember 2021

Keterangan	Jumlah Tenaga Kerja	Upah per hari	Hari kerja	Jumlah Biaya
Produksi Pastry	4	Rp55.000	65 hari	Rp14.080.000
Total jumlah Biaya Tenaga Kerja				Rp14.080.000

Sumber: Data diolah 2022

4.2.3 Biaya Overhead Pabrik

Berikut ini adalah data biaya *overhead* pabrik Rumah QueQue, Mulai dari biaya Listrik, Air dan Gas yang digunakan untuk mendukung proses produksi, biaya pengemasan yang dikeluarkan guna untuk melindungi atau mengawetkan kualitas dari produk yang akan dipasarkan. Hingga depresiasi mesin dan biaya sewa gedung.

1) Biaya Listrik, Air dan Gas

Untuk mendukung proses produksi perusahaan mulai dari menyalakan lampu, mesin, mengolah produk hingga membersihkan peralatan memasak. Biaya yang dikeluarkan perusahaan setiap bulannya diperuntukan seutuhnya untuk mendukung proses produksi. Dimana Anggaran biaya yang dikeluarkan selama selama 6 bulan ialah sebesar Rp9.000.000.

2) Biaya Pengemasan

Biaya pengemasan adalah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan sebagai salah satu cara untuk melindungi, mempertahankan dan mengawetkan kualitas dari produk yang akan dijual. Biaya pengemasan merupakan biaya *variabel* karena jumlah besarnya akan mengikuti jumlah unit produksi. Dengan harga satuan (per unit) kemasan yaitu sebesar Rp2.000.

3) Sewa gedung

Setiap proses produksi yang dilakukan oleh Rumah QueQue dilakukan di satu tempat. Dimana tempat tersebut dibayar dengan pembayaran tahunan dengan biaya pertahun Rp24.000.000, sehingga biaya perbulan yang dikeluarkan adalah sebesar Rp2.000.000. Oleh karena itu biaya sewa gedung yang dibebankan kepada setiap unit produk yang dihasilkan dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

4) Depresiasi

Mesin dan peralatan yang digunakan untuk kegiatan produksi akan mengalami penurunan nilai atau penyusutan, Penyusutan yang terjadi pada mesin dan peralatan yang digunakan menimbulkan biaya yang biasa disebut dengan biaya penyusutan (Depresiasi mesin). Perhitungan biaya penyusutan dihitung dengan menggunakan metode garis lurus atau nilai ekonomis. 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 biaya depresiasi untuk produksi setiap tahunnya. Perhitungan depresiasi mesin dapat dilihat pada tabel 4.6.

Tabel 4. 6 Depresiasi Mesin

Keterangan	Tahun Perolehan	Harga per unit	Jumlah Unit	Umur Ekonomis	Beban Depresiasi/ Tahun	Beban Depresiasi/ bulan
Mixer roti	2017	Rp 5.000.000	1	10 tahun	Rp 500.000	Rp 41.667
Penggiling roti	2015	Rp 14.000.000	1	10 tahun	Rp 2.800.000	Rp 233.333
Oven	2011	Rp 4.000.000	1	10 tahun	Rp 400.000	Rp 33.333
Total Biaya depresiasi						Rp308.333

Sumber: Data diolah 2022

Untuk menghitung biaya depresiasi perbulan dari alat produksi yan digunakan perusahaan dapat dihitung dengan menggunakan metode garis lurus

dengan rumus :

$$\text{Biaya Depresiasi Per bulan} = \frac{\text{Biaya Depresiasi per tahun}}{12 \text{ bulan}}$$

Sedangkan untuk menghitung biaya depresasi selama 6 bulan dari alat produksi yang digunakan perusahaan dapat dihitung juga dengan menggunakan metode garis lurus dengan rumus :

$$\text{Biaya Depresiasi Per bulan} = \frac{\text{Biaya Depresiasi per tahun}}{6 \text{ bulan}}$$

Dari perhitungan tabel diatas dapat kita lihat total biaya depresiasi perbulan yaitu sebesar Rp308.333, Sedangkan biaya depresiasi selama 6 bulan sebesar Rp1.849.998.

4.2.3.1 Perhitungan Biaya Overhead Pabrik

Dalam perhitungan BOP yang akan digunakan ialah perhitungan biaya *overhead* pabrik dengan tarif tunggal, yang artinya dalam perhitungannya menggunakan satu dasar pembebanan. Dasar pembebanan yang akan digunakan dalam perhitungan ini ialah berdasarkan unit produksi. Dimana target produksi Rumah QueQue selama satu bulan adalah 1000 unit sehingga total produksi selama 6 bulan adalah 6000 unit produk, jumlah tersebut termasuk total seluruh produk yang diproduksi, dengan kuantitas produk puffbar yang dihasilkan selama bulan juli-juni 2021 sebanyak 1920 unit. Adapun analisis perhitungan biaya *overhead* pabrik Rumah QueQue dapat dilihat pada tabel berikut:

$$\text{Tarif BOP} = \frac{\text{Anggaran Biaya Overhead Pabrik}}{\text{Dasar Pembebanan}}$$

Tabel 4. 7 Perhitungan BOP Rumah QueQue pada bulan Juli-Desember 2021

Keterangan	Tetap/ Variabel	Anggaran BOP
Biaya L,A,G	V	Rp9.000.000
Biaya Pengemasan	V	Rp12.000.000
Total		Rp21.000.000
Depresiasi	T	Rp1.849.998
Sewa Gedung	T	Rp12.000.000
Total		Rp13.849.998

Sumber: Data diolah 2022

Rincian Perhitungan:

• **Periode Januari-Juni 2021**

Tarif BOP Variabel = Rp21.000.000: 6000 unit produk = Rp3.500/produk

Tarif BOP Tetap = Rp13.849.998 : 6000 unit produk = Rp2.308/produk

4.3 Pembahasan Perhitungan Harga Pokok Produksi

4.3.1 Perhitungan Harga Pokok Produksi dengan metode Rumah QueQue

Penentuan harga pokok produksi RQQ masih cukup sederhana, dimana biaya-biaya yang diakui dalam dalam perhitungan harga pokok produksi adalah biaya bahan baku dan tenaga kerja langsung. Dengan produk puffbar yang dihasilkan selama 6 bulan sebanyak 1920 unit untuk masing-masing produk puffbar choco-cheese sebanyak 960 unit dan puffbar choco-nut sebanyak 960 unit. Berikut adalah perhitungan harga pokok produksi menurut RQQ untuk produk puffbar choco-cheese dan puffbar choco-nut:

Tabel 4. 8 Perhitungan Harga Pokok Produksi Rumah QueQue Puffbar Choco-cheese dan Puffbar Choco-nut pada bulan Juli-Desember 2021

No	Keterangan	Puffbar choco- cheese	Puffbar Choco- nut
1	Biaya Bahan Baku	Rp14.147.520	Rp14.051.520
2	Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp7.040.000	Rp7.040.000
	Harga Pokok Produksi	Rp21.187.520	Rp21.091.520
	Jumlah Produksi	960 box	960 box
	Harga Pokok Produksi Per Unit	Rp22.070	Rp21.970

Sumber: Data diolah 2022

Berdasarkan perhitungan diatas dapat disimpulkan bahwa harga pokok produksi yang dihitung dengan perhitungan perusahaan ialah sebesar Rp22.070 untuk produk puffbar choco-cheese dan sebesar Rp21.970 untuk produk puffbar choco-nut.

4.3.2 Perhitungan Harga Pokok Produksi Rumah QueQue dengan Metode Biaya Variabel (*Variabel Costing*) dan Biaya Penuh (*Full Costing*)

1. Metode Biaya Variabel (*Variabel Costing*)

Perhitungan harga pokok produksi dengan metode biaya variabel (*variabel costing*) yakni dengan menjumlahkan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik yang bersifat *variabel*. Berdasarkan biaya-biaya tersebut perhitungan harga pokok produksi yang dihitung dengan menggunakan metode biaya variabel (*variabel costing*) dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4. 9 Perhitungan Harga Pokok Produksi Puffbar Choco-cheese dan Puffbar Choco-nut dengan Metode Biaya Variabel (*Variabel Costing*) pada bulan Juli-Desember 2021

No	Keterangan	Puffbar choco-cheese	Puffbar Choco-nut
1	Biaya Bahan Baku	Rp14.147.520	Rp14.051.520
2	Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp7.040.000	Rp7.040.000
3	BOP Variabel	Rp3.360.000	Rp3.360.000
Harga Pokok Produksi		Rp24.547.520	Rp24.451.520
Jumlah Produksi		960 box	960 box
Harga Pokok Produksi Per Unit		Rp25.570	Rp25.470

Sumber: Data diolah 2022

Dengan total seluruh produk yang diproduksi unit usaha selama bulan juli-juni 2021 sebanyak 6000 unit produk, dengan jumlah produk puffbar yang dihasilkan sebanyak 1920 unit dengan kuantitas produk puffbar choco-cheese sebanyak 960 unit dan puffbar choco-nut sebanyak 960 unit. Adapun rincian perhitungan BOP *variabel* yang dibebankan adalah sebagai berikut:

$$BOP \text{ Variabel} = \text{tarif BOP Variabel} \times \text{jumlah produk puffbar dihasilkan}$$

- Puffbar choco-cheese = Rp3.500 x 960 unit = Rp3.360.000
- Puffbar choco-nut = Rp3.500 x 960 unit = Rp3.360.000

Berdasarkan perhitungan diatas dapat disimpulkan bahwa harga pokok produksi yang dihitung dengan pendekatan *variabel costing* ialah sebesar Rp25.570 untuk produk puffbar choco-cheese dan sebesar Rp25.470 untuk produk puffbar choco-nut.

2. Metode iaya Penuh (*Full Costing*)

Perhitungan harga pokok produksi dengan metode biaya penuh (*full costing*) dengan menjumlahkan semua unsur biaya dalam proses produksi, baik yang bersifat *variabel* maupun tetap. Berdasarkan biaya-biaya tersebut perhitungan harga pokok produksi pada RQQ dengan menggunakan metode biaya penuh (*full costing*) ialah sebagai berikut:

Tabel 4. 10 Perhitungan Harga Pokok Produksi Puffbar Choco-cheese dan Puffbar Choco-nut dengan Metode Biaya Penuh (Full Costing) bulan Juli-Desember 2021

No	Keterangan	Puffbar choco-cheese	Puffbar Choco-nut
1	Biaya Bahan Baku	Rp14.147.520	Rp14.051.520
2	Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp7.040.000	Rp7.040.000
3	BOP <i>Variabel</i>	Rp3.360.000	Rp3.360.000
4	BOP Tetap	Rp2.216.000	Rp2.216.000
Harga Pokok Produksi		Rp26.763.520	Rp27.533.760
Jumlah Produksi		960 box	960 box
Harga Pokok Produksi Per Unit		Rp27.879	Rp27.779

Sumber: Data diolah 2022

Dengan total seluruh produk yang diproduksi unit usaha selama bulan juli-juni 2021 sebanyak 6000 unit produk, dengan jumlah produk puffbar yang dihasilkan sebanyak 1920 unit dengan kuantitas produk puffbar choco-cheese sebanyak 960 unit dan puffbar choco-nut sebanyak 960 unit. Adapun rincian perhitungan BOP *variabel* yang dibebankan adalah sebagai berikut:

BOP Variabel = tarif BOP Variabel x jumlah produk puffbar dihasilkan

BOP Tetap = tarif BOP Tetap x jumlah produk puffbar dihasilkan

- Puffbar choco-cheese
 $BOP\ Variabel = Rp3.500 \times 960\ unit = Rp3.360.000$
 $BOP\ Tetap = Rp2.308 \times 960\ unit = Rp2.216.000$
- Puffbar choco-nut
 $BOP\ Variabel = Rp3.500 \times 960\ unit = Rp3.360.000$
 $BOP\ Tetap = Rp2.308 \times 960\ unit = Rp2.216.000$

Berdasarkan perhitungan diatas dapat disimpulkan bahwa harga pokok produksi yang dihitung dengan pendekatan *variabel costing* ialah sebesar Rp27.879 untuk produk puffbar choco-cheese dan sebesar Rp27.779 untuk produk puffbar choco-nut.

4.3.3 Perbandingan Harga Pokok Produksi Menurut Rumah QueQue dengan Metode Biaya Variabel (*Variabel Costing*) dan Metode Biaya Penuh (*Full Costing*)

Perhitungan harga pokok produksi menurut Rumah QueQue, perhitungan harga pokok produksi dengan metode biaya *variabel (variabel costing)* dan metode biaya penuh (*full costing*). pada pembahasan sebelumnya dapat dijadikan dasar untuk perbandingan ketiga metode tersebut.

Berdasarkan ketiga metode dari perhitungan harga pokok produksi, maka dapat dilakukan analisis perbedaan yang terjadi antara perhitungan perusahaan dengan perhitungan menggunakan metode biaya *variabel (variabel costing)* dan biaya penuh (*full costing*). Perbedaan harga pokok produksi dari ketiga metode tersebut disajikan pada tabel berikut.

Tabel 4. 11 Perbandingan Harga Pokok Produksi Puffbar Choco-cheese dan Puffbar Choco-nut antara Metode Rumah QueQue dengan Metode *Full Costing* dan *Variabel Costing* pada bulan Juli-Desember 2021

Jenis Produk	Harga Pokok Produksi Per Unit		
	Metode Rumah QueQue	Metode <i>Variabel Costing</i>	Metode <i>Full Costing</i>
Puffbar Choco-cheese	Rp22.070	Rp25.570	Rp27.879
Puffbar Choco-nut	Rp21.970	Rp25.470	Rp27.779

Sumber: Data diolah 2022

Berdasarkan tabel 4.21 untuk produksi puffbar selama tahun 2021, dapat dilihat bahwa terdapat perbedaan yang dihasilkan antara perhitungan harga pokok produksi yang dilakukan oleh Rumah QueQue dengan perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode *full costing* dan *variabel costing*. Perbedaan tersebut disebabkan oleh perhitungan yang dilakukan oleh RQQ yang hanya menghitung biaya bahan baku dan tenaga kerja langsung kedalam biaya produksinya, sehingga menghasilkan nilai yang rendah dari pada perhitungan menggunakan metode *full costing* dan *variabel costing*. Yakni sebesar Rp22.070 dan Rp21.970 masing-masing untuk produk puffbar choco-cheese dan puffbar choco-nut. Perhitungan dengan menggunakan metode *full costing* dan *variabel costing* menghasilkan nilai yang lebih tinggi dibanding dengan harga pokok produksi menurut perusahaan. Perhitungan dengan menggunakan metode *variabel costing* menghasilkan sebesar Rp25.570 untuk puffbar choco-cheese dan sebesar Rp25.470 untuk puffbar choco-nut. Sedangkan perhitungan menggunakan metode *full costing* menghasilkan nilai yang paling tinggi, yakni sebesar Rp27.879 untuk puffbar choco-cheese dan sebesar Rp27.779 untuk puffbar choco-nut.

Dimana perhitungan menggunakan metode *full costing* menghasilkan nilai yang paling besar dibandingkan dengan menggunakan metode perusahaan dan metode *variabel costing*. Hal tersebut disebabkan karena dalam metode *full costing* sudah menghitung dan memasukan semua unsur biaya yang berkaitan dengan produksi termasuk biaya *overhead* pabrik baik yang bersifat *variabel* maupun tetap yang sebelumnya belum dimasukan oleh unit usaha sehingga menghasilkan nilai yang lebih tinggi. Biaya *overhead* pabrik mencakup biaya-biaya yang muncul akibat adanya aktivitas yang terjadi yang mendukung proses berjalannya produksi. Biaya yang muncul akibat aktivitas produksi meliputi biaya penyusutan mesin dan gedung. Biaya bahan penolong termasuk dalam biaya *overhead* pabrik dikarenakan bahan penolong nilainya relatif kecil dan bukan merupakan bahan utama dari produk yang dihasilkan tetapi berfungsi sebagai penunjang bagi produk tersebut. Biaya listrik, air dan gas terjadi untuk menunjang atau mengoperasikan peralatan yang ada yang digunakan untuk proses produksi. Sehingga perhitungan menggunakan metode *full costing* menghasilkan perhitungan yang lebih akurat karena telah mengakumulasikan semua biaya yang terjadi selama proses produksinya.

4.4 Pembahasan Perhitungan Harga Jual

Salah satu keputusan yang penting yang harus diperhitungkan dengan perhitungan yang jelas adalah kebijakan dalam menentukan harga jual atas produk atau jasa yang akan ditawarkan. Keputusan penentuan harga jual sangat penting, karena selain mempengaruhi laba yang ingin dicapai perusahaan juga mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan. Oleh karena itu dalam menentukan harga jual produk, tidak dapat dilakukan sekali saja tetapi harus selalu dievaluasi dan disesuaikan dengan kondisi yang sedang dihadapi perusahaan. Sehingga diperlukan perhitungan yang jelas dalam penerapan harga jual.

4.4.1 Perhitungan Harga Jual Menurut Rumah QueQue Astarti

Perhitungan harga jual yang selama ini diterapkan oleh Rumah QueQue adalah dengan cara melihat pesaing-pesaing sejenis dipasaran. Sebenarnya dalam menentukan harga jual RQQ tidak memiliki metode yang khusus, bisa dikatakan bahwa unit usaha menggunakan penetapan harga jual yang apa adanya. Perusahaan menghitung keuntungan dengan cara membandingkan harga jual dengan hpp yang sebelumnya tidak memperhitungkan bop. Adapun harga jual yang dipasarkan dari Rumah QueQue dan juga harga jual yang ditawarkan oleh usaha lain yang sejenis dapat dilihat pada tabel 4.12 berikut ini.

Tabel 4. 12 Harga Jual Rumah QueQue dan Usaha lain yang sejenis

Keterangan	Rumah QueQue	Usaha Lain
Puffbar Choco-cheese	Rp 40.000	Rp 50.000
Puffbar Choco-nut	Rp 40.000	Rp 45.000

Sumber: Rumah QueQue Astarti 2021

Dimana untuk produk puffbar ini tidak hanya ditujukan untuk dijual di toko Rumah QueQue sendiri tetapi juga ditujukan untuk dikirim pada toko oleh-oleh dikota bogor, dimana rata-rata produksi puffbar sendiri kebanyakan produksi untuk dikirim untuk pesanan toko oleh-oleh. Harga jual produk yang ditentukan oleh Rumah QueQue pun bervariasi tergantung pada siapa konsumen yang dituju.

Adapun dengan harga jual yang diterapkan oleh perusahaan maka dapat diketahui laba yang diharapkan oleh perusahaan yakni sebesar:

$$\text{Laba Menurut Perusahaan} = \text{Harga Jual} - \text{HPP}$$
$$\text{Persentase laba/Mark up} = \frac{\text{Laba}}{\text{Harga Jual}}$$

1) Puffbar Choco-cheese

$$\begin{aligned} \text{Laba} &= \text{Rp } 40.000 - \text{Rp } 22.070 \\ &= \text{Rp } 17.930 \\ \text{Persentase laba} &= \text{Rp } 17.930 : \text{Rp } 40.000 \\ &= 45\% \end{aligned}$$

2) Puffbar Choco-nut

$$\begin{aligned}\text{Laba} &= \text{Rp } 40.000 - \text{Rp } 21.970 \\ &= \text{Rp } 18.030 \\ \text{Persentase laba} &= \text{Rp } 18.030 : \text{Rp } 40.000 \\ &= 45\%\end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas maka dapat diketahui laba/mark up yang diharapkan oleh perusahaan dengan menggunakan hpp berdasarkan perhitungan perusahaan yang belum memperhitungkan bop nya ialah sebesar 45% untuk masing-masing produk puffbar choco-cheese dan puffbar choco-nut.

4.4.2 Perhitungan Harga Jual Produk berdasarkan harga pokok produksi menggunakan metode biaya penuh (*full costing*) dan biaya variabel (*variabel costing*)

Perhitungan harga jual merupakan proses penentuan harga jual dengan cara menghitung biaya produksi per unit, memutuskan berapa laba yang diinginkan, kemudian menentukan harga jual. Tahapannya adalah produk yang dibuat, dihargai, dan siap untuk dipasarkan segera setelah ditentukan harganya. Dalam perhitungan harga jual berdasarkan harga pokok produksi menggunakan metode biaya penuh (*full costing*) dan biaya variabel (*variabel costing*) semua unsur biaya dihitung dalam menentukan harga jual, baik itu biaya produksi (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya *overhead* pabrik) maupun biaya non produksi (biaya penjualan dan biaya administrasi dan umum) untuk menentukan total biaya atau total harga pokok produksi.

Biaya non produksi pada Rumah QueQue meliputi biaya administrasi dan umum yang mencakup biaya telepon (pulsa) sebesar Rp 250.000 perbulan. Dimana untuk biaya non produksi yang akan dibebankan pada produk puffbar ialah sebesar:

$$\begin{aligned}\text{Biaya non produksi} &= \text{Rp } 250.000 \times 6 \text{ bulan} \\ &= \text{Rp } 1.500.000\end{aligned}$$

Diidentifikasi bahwa selama bulan Juli-Desember 2021 unit usaha memproduksi produk total sebanyak 6000 unit produk. Sehingga Biaya non produksi yang akan dibebankan pada masing-masing produk periode juli-desember ialah sebesar Rp250/unit [$\text{Rp } 1.500.000 : 6000 \text{ unit} = \text{Rp } 250/\text{unit}$].

Metode penentuan harga jual yang akan digunakan merupakan metode penentuan harga jual yang paling sederhana yaitu dengan menambahkan sejumlah mark up atau presentase laba yang diharapkan perusahaan. Dengan menggunakan pendekatan harga pokok *full costing* dan *variabel costing* pada perhitungan harga pokok produksi akan menghasilkan perhitungan yang berbeda dengan unit usaha. Maka perhitungan penentuan harga jual menggunakan harga pokok produksi berdasarkan metode *full costing* dan *variabel costing* dengan mengharapkan laba sebesar 45%.

$$\text{Laba} = \text{Harga Jual} - \text{HPP}$$

$$\text{Persentase laba/Mark up} = \frac{\text{Laba}}{\text{Harga Jual}}$$

$$\text{Target return} = \frac{(P \times Q) - [(FC \times Q) + (VC \times Q)]}{(P \times Q)}$$

Keterangan :

P = Harga per-unit

Q = Unit yang terjual

FC = Biaya tetap

VC = Biaya Variabel

1. Harga Jual Periode Juli-Desember 2021

- **Harga Pokok Produksi Metode Variabel Costing**

1) Puffbar Choco-cheese

• Harga pokok produksi per unit	Rp25.570
Biaya non produksi :	
Biaya administrasi dan umum	<u>Rp 250</u>
Total harga pokok produksi per unit	Rp 25.820

$$\text{Target return} = \frac{(P \times Q) - [(FC \times Q) + (VC \times Q)]}{(P \times Q)}$$

$$45\% = \frac{(P \times Q) - [25.820]}{(P \times Q)}$$

$$0,45 P = (P) - [25.820]$$

$$0,55 P = 25.820$$

$$P = 25.820 ; 0,55$$

$$P = \text{Rp } 46.945 \text{ per unit}$$

Harga jual puffbar choco-cheese dengan metode *variabel costing* adalah sebesar Rp 46.945 per unit, sehingga:

$$\begin{aligned} \text{Laba} &= \text{Harga jual} - \text{HPP} \\ &= \text{Rp } 46.945 - \text{Rp } 25.820 \\ &= \text{Rp } 21.125 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Mark up} &= \text{Laba} / \text{Harga Jual} \\ &= \text{Rp } 21.125 ; \text{Rp } 46.945 \\ &= 45\% \end{aligned}$$

2) Puffbar choco-nut

• Harga pokok produksi	Rp25.470
Biaya non produksi :	
Biaya administrasi dan umum	<u>Rp 250</u>
Total biaya harga pokok produksi	Rp25.720

$$\text{Target return} = \frac{(P \times Q) - [(FC \times Q) + (VC \times Q)]}{(P \times Q)}$$

$$45\% = \frac{(PxQ) - [25.720]}{(PxQ)}$$

$$0,45 P = (P) - [25.720]$$

$$0,55 P = 25.720$$

$$P = 25.720 ; 0,55$$

$$P = \text{Rp}46.764 \text{ per unit}$$

Harga jual puffbar choco-nut dengan metode *variabel costing* adalah sebesar Rp46.764 per unit, sehingga:

$$\begin{aligned} \text{Laba} &= \text{Harga jual} - \text{HPP} \\ &= \text{Rp}46.764 - \text{Rp}25.720 \\ &= \text{Rp}21.044 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Mark up} &= \text{Laba} / \text{Harga Jual} \\ &= \text{Rp}21.044 ; \text{Rp}46.764 \\ &= 45\% \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas dapat disimpulkan bahwa harga jual yang ditetapkan dengan pendekatan *variabel costing* dan *target return* sebesar 45% menghasilkan harga jual produk sebesar Rp46.945 dan Rp46.764 masing-masing untuk produk puffbar choco-cheese dan puffbar choco-nut.

- **Harga Pokok Produksi Metode *Full Costing***

- 1) Puffbar Choco-cheese

- Harga pokok produksi per unit Rp27.879

Biaya non produksi :

Biaya administrasi dan umum Rp 250

Total harga pokok produksi per unit Rp 28.129

$$\text{Target return} = \frac{(PxQ) - [(FC \times Q) + (VC \times Q)]}{(P \times Q)}$$

$$45\% = \frac{(PxQ) - [28.129]}{(PxQ)}$$

$$0,45 P = (P) - [28.129]$$

$$0,55 P = 28.129$$

$$P = 28.129 ; 0,55$$

$$P = \text{Rp}51.144 \text{ per unit}$$

Harga jual puffbar choco-cheese dengan metode *full costing* adalah sebesar Rp51.411 per unit, sehingga:

$$\begin{aligned} \text{Laba} &= \text{Harga jual} - \text{HPP} \\ &= \text{Rp}51.144 - \text{Rp} 28.129 \\ &= \text{Rp}23.015 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Mark up} &= \text{Laba} / \text{Harga Jual} \\ &= \text{Rp}23.015 ; \text{Rp}51.144 \\ &= 45\% \end{aligned}$$

- 2) Puffbar choco-nut

- Harga pokok produksi Rp27.779

Biaya non produksi :

Biaya administrasi dan umum Rp 250
 Total biaya harga pokok produksi Rp 28.029

$$\text{Target return} = \frac{(PxQ) - [(FC \times Q) + (VC \times Q)]}{(P \times Q)}$$

$$45\% = \frac{(PxQ) - [28.029]}{(PxQ)}$$

$$0,45 P = (P) - [28.029]$$

$$0,55 P = 28.029$$

$$P = 28.029 ; 0,55$$

$$P = \text{Rp } 50.962 \text{ per unit}$$

Harga jual puffbar choco-nut dengan metode *full costing* adalah sebesar Rp50.962 per unit, sehingga:

$$\begin{aligned} \text{Laba} &= \text{Harga jual} - \text{HPP} \\ &= \text{Rp}50.962 - \text{Rp } 28.029 \\ &= \text{Rp}22.933 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Mark up} &= \text{Laba/Harga Jual} \\ &= \text{Rp}22.933 ; \text{Rp}50.962 \\ &= 45\% \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas dapat disimpulkan bahwa harga jual yang ditetapkan dengan pendekatan *full costing* dan *target return* sebesar 45% menghasilkan harga jual produk sebesar Rp51.144 dan Rp50.962 masing-masing untuk produk puffbar choco-cheese dan puffbar choco-nut.

4.4.3 Perbandingan Harga Jual Rumah QueQue Dengan Harga Jual Berdasarkan Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode Biaya Penuh (*Full Costing*) Dan Biaya Variabel (*Variabel Costing*).

Berdasarkan ketiga metode dari perhitungan harga jual, maka dapat dilakukan analisis perbedaan yang terjadi antara perhitungan perusahaan dengan perhitungan menggunakan harga pokok produksi berdasarkan metode *full costing* dan *variabel costing*. Perbedaan harga jual dari ketiga metode disajikan pada tabel 4.16.

Tabel 4. 13 Perbandingan Harga Jual Rumah QueQue dengan Harga Jual berdasarkan Harga Pokok Produksi menggunakan Metode Biaya Penuh (*Full Costing*) dan Biaya Variabel (*Variabel Costing*) pada bulan Juli-Desember 2021

Jenis Produk	Metode Rumah QueQue	Metode Variabel Costing	Metode Full Costing
Puffbar Choco-cheese	Rp40.000	Rp46.945	Rp51.144
Puffbar Choco-nut	Rp40.000	Rp46.764	Rp50.962

Sumber: Data diolah 2022

Berdasarkan Tabel 4.13 dapat diidentifikasi bahwa penentuan harga jual menurut perusahaan hasilnya lebih rendah dibanding dengan perhitungan harga jual menggunakan harga pokok produksi berdasarkan metode *full costing* dan *variabel costing*. Dimana harga jual menurut perusahaan sebesar Rp40.000 untuk puffbar choco-cheese dan sebesar Rp40.000 untuk produk puffbar choco-nut. Sedangkan dengan perhitungan harga jual menggunakan harga pokok produksi berdasarkan metode *variabel costing* menghasilkan nilai sebesar Rp46.945 untuk puffbar choco-cheese dan sebesar Rp46.764 untuk produk puffbar choco-nut pada periode. Dan perhitungan harga jual menggunakan harga pokok produksi berdasarkan metode *full costing* menghasilkan perhitungan sebesar Rp51.144 untuk puffbar choco-cheese dan sebesar Rp50.962 untuk produk puffbar choco-nut.

Berdasarkan hasil analisis, perusahaan menghasilkan perhitungan yang lebih rendah dibanding dengan perhitungan harga jual menggunakan harga pokok produksi berdasarkan metode *full costing* dan *variabel costing*. Perbedaan atau selisih yang diperoleh dari harga jual yang diterapkan perusahaan dengan harga jual menggunakan pendekatan harga pokok produksi berdasarkan metode *full costing* dan *variabel costing* disebabkan oleh adanya penambahan biaya non produksi yaitu dan biaya administrasi dan umum dan pembebanan biaya *overhead* pabrik pada produk dan juga perbedaan dalam pembebanan biaya *overhead* pabrik. Dan juga dalam perhitungan harga pokok produksi menurut perusahaan unit usaha hanya menghitung berdasarkan biaya bahan baku dan tenaga kerja langsung saja, sedangkan dalam perhitungan harga pokok produksi berdasarkan metode *variabel costing* biaya *overhead* pabrik yang bersifat *variabel* dimasukkan kedalam perhitungannya dan dalam perhitungan berdasarkan metode *full costing* semua unsur biaya baik yang bersifat *variabel* maupun tetap turut dimasukkan.

4.4.4 Analisis Realisasi Laba Menggunakan Harga Jual Yang Ditetapkan Perusahaan Dengan Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode Biaya Penuh (*Full Costing*) Dan Biaya Variabel (*Variabel Costing*).

Menurut Sodikin (2015) perhitungan harga jual merupakan salah satu keputusan manajemen. Penentuan diharapkan dapat memberikan kontribusi yang nantinya bisa menghasilkan keuntungan bagi perusahaan, Harga jual diharapkan dapat menutupi pengeluaran selama proses produksi dan non produksi.

Berdasarkan perhitungan harga jual menurut perusahaan, unit usaha mengklaim bahwa laba yang di peroleh adalah sebesar 45%. Adapun berikut analisis perhitungan realisasi laba menggunakan hpp berdasarkan metode *variabel costing* dan *full costing* berdasarkan harga jual menurut perusahaan.

Harga Pokok Produksi Metode <i>Variabel Costing</i>	
1) Puffbar Choco-cheese	
Harga pokok produksi per unit	Rp25.570
Biaya non produksi :	
Biaya administrasi dan umum	<u>Rp 250</u>
Total harga pokok produksi per unit	Rp25.820

<p>Laba = Harga jual – HPP = Rp 40.000 – Rp25.820 = Rp14.180</p> <p>Mark up = Laba/Harga Jual = Rp14.180 ; Rp 40.000 = 35%</p> <p>2) Puffbar choco-nut</p> <p>Harga pokok produksi Rp25.470</p> <p>Biaya non produksi :</p> <p>Biaya administrasi dan umum <u>Rp 250</u></p> <p>Total biaya harga pokok produksi <u>Rp25.720</u></p> <p>Laba = Harga jual – HPP = Rp40.000 - Rp25.720 = Rp14.280</p> <p>Mark up = Laba/Harga Jual = Rp14.280 ; Rp40.000 = 35%</p>
<p>Harga Pokok Produksi Metode <i>Full Costing</i></p>
<p>1) Puffbar Choco-cheese</p> <p>Harga pokok produksi per unit Rp27.879</p> <p>Biaya non produksi :</p> <p>Biaya administrasi dan umum <u>Rp 250</u></p> <p>Total harga pokok produksi per unit <u>Rp28.129</u></p> <p>Laba = Harga jual – HPP = Rp40.000 - Rp28.129 = Rp11.871</p> <p>Mark up = Laba/Harga Jual = Rp11.871 ; Rp40.000 = 30%</p> <p>2) Puffbar choco-nut</p> <p>Harga pokok produksi Rp27.779</p> <p>Biaya non produksi :</p> <p>Biaya administrasi dan umum <u>Rp 250</u></p> <p>Total biaya harga pokok produksi <u>Rp28.029</u></p> <p>Laba = Harga jual – HPP = Rp40.000 - Rp28.029 = Rp11.971</p> <p>Mark up = Laba/Harga Jual = Rp11.971 ; Rp40.000 = 30%</p>

Berdasarkan hasil analisis perhitungan menggunakan harga jual yang diterapkan oleh unit usaha dengan hpp berdasarkan *variabel costing* dan *full costing* maka dapat diidentifikasi bahwa laba yang selama ini diakui oleh perusahaan sebesar 45% terlalu tinggi, karena setelah semua unsur biaya ditambahkan dan dihitung kembali laba yang diperoleh masing-masing hanya sebesar 35% untuk produk puffbar choco-cheese dan puffbar choco-nut berdasarkan metode *variabel costing* dan

sedangkan berdasarkan metode *full costing* memperoleh laba masing-masing 30% dan masing-masing untuk produk puffbar choco-cheese dan puffbar choco-nut. Sehingga diketahui bahwa pengakuan laba sebesar 45% itu tidak benar.

Dengan membandingkan hpp berdasarkan perhitungan dan harga jual maka realisasi laba sesungguhnya yang diperoleh ialah sebesar Rp14.180 dan Rp14.280 untuk produk puffbar choco-cheese dan puffbar choco-nut dengan persentase laba sebesar 35% berdasarkan metode *variabel costing* dan sebesar Rp11.871 dan Rp11.971 masing-masing untuk produk puffbar choco-cheese dan puffbar choco-nut dengan persentase laba masing-masing sebesar 30% berdasarkan metode *full costing*. Adapun perhitungan laba menurut perusahaan ialah sebesar Rp17.930 dan Rp18.030 untuk produk puffbar choco-cheese dan puffbar choco-nut dengan persentase laba sebesar 45% (sub bab **4.4.1**).

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Bedasarkan hasil dari penelitian analisis perhitungan harga pokok produksi sebagai dasar dalam penetapan harga jual produk puffbar pada Rumah QueQue Astarti maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Rumah QueQue masih menggunakan cara sederhana dalam perhitungan harga pokok produksinya. Metode penentuan harga pokok produksi untuk menentukan harga jual yang dilakukan oleh perusahaan masih kurang relevan, dikarenakan perusahaan hanya menghitung biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.
2. Perhitungan harga jual yang diterapkan unit usaha masih kurang optimal. Hal ini dikarenakan perusahaan masih kurang konsisten dalam menetapkan berapa besar keuntungan yang ingin diperoleh. Selain itu masih belum sempurnanya perhitungan harga pokok produksi yang dilakukan oleh unit usaha sebagai dasar dalam penetapan harga jual maka mempengaruhi harga jual produknya.
3. Terdapat perbedaan dari hasil perhitungan harga pokok produksi antara metode yang digunakan oleh perusahaan, metode *full costing* dan metode *variable costing*, yakni sebesar Rp22.070 untuk produk puffbar choco-cheese. Hpp yang dihitung RQQ masih belum menggunakan bop bila bop ditambahkan maka hasilnya; perhitungan dengan menggunakan metode *variabel costing* menghasilkan sebesar Rp25.570 untuk puffbar choco-cheese dan sebesar Rp25.470 untuk puffbar choco-nut. Sedangkan perhitungan menggunakan metode *full costing* menghasilkan nilai yang paling tinggi, yakni sebesar Rp27.879 untuk puffbar choco-cheese dan sebesar Rp27.779 untuk puffbar choco-nut.
4. Terdapat perbedaan perhitungan harga jual menurut perhitungan perusahaan dengan perhitungan harga jual menggunakan harga pokok produksi berdasarkan metode *full costing* dan *variabel costing*. Dimana berdasarkan perhitungan menurut perusahaan menghasilkan harga jual sebesar sebesar Rp40.000 untuk puffbar choco-cheese dan sebesar Rp40.000 untuk produk puffbar choco-nut. Sedangkan dengan perhitungan harga jual menggunakan harga pokok produksi berdasarkan metode *variabel costing* menghasilkan nilai sebesar Rp46.945 untuk puffbar choco-cheese dan sebesar Rp46.764 untuk produk puffbar choco-nut. Sedangkan perhitungan harga jual menggunakan harga pokok produksi berdasarkan metode *full costing* menghasilkan perhitungan sebesar Rp51.144 untuk puffbar choco-cheese dan sebesar Rp50.962 untuk produk puffbar choco-nut.

Dari hasil analisis, Metode *full costing* masih belum dapat digunakan dalam menghitung harga pokok produksi untuk menentukan harga jual pada produk

puffbar Rumah QueQue, dikarenakan meskipun metode *full costing* telah mencakup seluruh biaya yang dapat diperhitungkan dalam harga pokok produksinya akan tetapi apabila digunakan untuk menentukan harga jual produk, setelah dijumlahkan dengan persentase laba yang diharapkan oleh perusahaan menghasilkan harga jual yang terlalu tinggi untuk produk yang akan dipasarkan dikarenakan perusahaan hanya menghitung biaya produksi berdasarkan biaya bahan baku dan tenaga kerja saja. Apabila harga jual terlalu tinggi dapat mengakibatkan produk yang ditawarkan perusahaan akan sulit bersaing dengan produk sejenis yang ada di pasaran.

Dari hasil analisis, Metode *variabel costing* dapat digunakan dalam menghitung harga pokok produksi dalam menentukan harga jual produk puffbar pada Rumah QueQue. Dikarenakan metode *variabel costing* meskipun tidak memperhitungkan seluruh biaya yang ada, akan tetapi dalam metode *variabel costing* telah memperhitungkan unsur-unsur biaya yang dianggap penting dan dapat digunakan untuk menjaga kelangsungan dari unit usaha. Perhitungan harga jual menggunakan harga pokok produksi berdasarkan metode *variabel costing* dinilai lebih baik bila dibanding harga jual menurut perusahaan dan harga jual berdasarkan harga pokok produksi berdasarkan metode *full costing*. Karena harga jual menggunakan harga pokok produksi berdasarkan *ful costing* tidak memiliki selisih nilai yang terlalu jauh dikhawatirkan apabila penentuan harga jual menjadi terlalu tinggi akan berakibat pada daya beli konsumen yang menurun dan juga kesulitan dalam bersaing dengan perusahaan lain yang sejenis, sedangkan harga jual yang terlalu rendah dapat berdampak kerugian pada perusahaan yang bersangkutan karena tidak dapat menutupi atau mengembalikan kembali biaya-biaya yang digunakan selama proses produksi hingga produk sampai ketangan konsumen.

5.2 Saran

Beberapa saran yang dapat peneliti berikan terkait dengan penenelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut.

1. Saran Bagi Kegunaan Akademik/teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang ekonomi pada umumnya Akuntansi dan khususnya Akuntansi Manajemen, yang nantinya dapat dijadikan sebagai masukan dan perbandingan bagi pihak lain yang ingin melakukan penelitian yang sama dalam melakukan perhitungan harga pokok produksi dan penerapan harga jual. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan metode penentuan harga pokok produksi dan metode penentuan harga jual secara tepat dan benar, sehingga bisa memberikan gambaran yang realistis terhadap penyajian pada harga pokok produksi dan penetapan harga jual yang lebih tepat dan akurat dan dapat memberikan hasil yang lebih baik lagi kedepannya.

2. Saran Bagi Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan masukan yang berharga bagi pihak manajemen dalam hal ini Rumah QueQue terutama dalam

pengambilan keputusan serta langkah yang tepat yang harus dilakukan perusahaan di masa yang akan datang, khususnya dalam pelaksanaan perhitungan harga pokok produksi sebagai dasar penentuan harga jual produk.

Perusahaan hendaknya perlu memeriksa kembali perhitungan harga pokok produksi yang telah mereka lakukan, dikarenakan perhitungan harga pokok produksi yang diterapkan oleh perusahaan masih kurang sesuai menurut kaidah akuntansi.

Perusahaan sebaiknya menggunakan metode *variabel costing* dalam menghitung harga pokok produksi untuk menentukan harga jual produk dibandingkan dengan metode perhitungan yang telah dilakukan perusahaan sebelumnya, yang belum membebankan hampir semua biaya yang terjadi selama produksi. Karena metode *variabel costing* dianggap lebih sederhana dan lebih mudah diterapkan apabila dimasa depan nanti perusahaan akan melakukan perhitungan perbaharuan harga pokok produksi untuk menetapkan harga jual produk nantinya. Selain itu metode *variabel costing* telah mengakumulasikan semua biaya yang terjadi dalam proses produksinya yang dianggap penting dan dapat menjaga kelangsungan usaha sehingga biaya-biaya yang sebenarnya keluar dalam proses produksi telah dimasukkan kedalam perhitungan harga pokok produksi.

Perhitungan harga jual menggunakan harga parga pokok produksi berdasarkan metode *variabel costing* dinilai lebih baik dibanding dengan harga jual menurut perusahaan dan harga jual menurut harga pokok produksi berdasarkan metode *full costing*. Karena harga jual menggunakan harga pokok produksi berdasarkan metode *variabel costing* berada angka yang tidak terlalu rendah namun juga tidak terlalu tinggi, yang diharapkan dapat mampu bersaing dengan produk sejenis dipasaran dan mampu mempertahankan minat konsumen pada produk yang ditawarkan.

Dengan memperbandingkan hpp berdasarkan perhitungan dan harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan maka realisasi laba sesungguhnya yang diperoleh masing-masing ialah sebesar 35% berdasarkan metode *variabel costing* dan sedangkan berdasarkan metode *full costing* diperoleh masing-masing sebesar 30% untuk produk puffbar choco-cheese dan puffbar choco-nut. Sehingga dapat diketahui bahwa klaim perusahaan memperoleh laba sebesar 45% itu tidak benar.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, Siti. (2021). Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Dengan Menggunakan Metode *Full Costing* Dan *Variabel Costing* (Studi Kasus Pada Perusahaan Tenun Gedogan Putri Rinjani Kembang Kerang Aikmel Lombok Timur Tahun 2020). Sarjana. Universitas Gunung Rinjani Selong
- Anton dan Shelly. (2016). *Analysis Of Cost Of Goods Sold Calculation On Tempeh (Micro, Small, And Medium Enterprises Case Study Of Mr. Lukman)*. ISSN 2549-5704.
- Baldrice, Siregar et.al. (2013). *Akuntansi Biaya*. Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- Batubara, H. (2013). Penentuan Harga Pokok Produksi Berdasarkan Metode *Full Costing* pada Pembuatan Etalase Kaca dan Aliminium di Ud. Istana Aluminium Manado.
- Bau, Eka. (2014). Analisis Perbandingan Metode *Variabel Costing* Dan *Full Costing* Dalam Penentuan Harga Pokok Produksi Sari Roti Pada Pt. Nippon Indosari Makassar. Sarjana. Universitas Muhammadiyah Makassar Makassar.
- Bustami, B dan Nurlela. (2013). *Akuntansi Biaya*. Edisi Keempat. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Carter, William K. (2014). *Akuntansi Biaya*. Diterjemahkan oleh Krista. Buku 1. Edisi Keempat Belas. Jakarta: Salemba Empat.
- Daljono. (2011), *Akuntansi Biaya Penentuan Harga Pokok dan Pengendalian*, Edisi ketiga, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Dewi, Sofia Prima dan Kristanto Septia Bayu. (2013). *Akuntansi Biaya*. Bogor: In Media
- Djumali, Indro. (2014). Perhitungan Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode *Variable Costing* Dalam Proses Penentuan Harga Jual Pada Pt. Sari Malalugis Bitung. Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Efriyanto, Mhd. (2021). Analisis Perhitungan Harga Jual Menggunakan Metode *Target Return On Sales Pricing* Dengan Pendekatan *Full Costing* Pada Produk Tas Borsel. Sarjana. Universitas Pakuan Bogor.
- Fauziyyah, Nurul et al. (2021). *Akuntansi Biaya*. Bandung: Grup Cv. Widina Media Utama
- Firdaus, Ahmad Dunia et al. (2018). *Akuntansi Biaya*. Edisi ke-4. Jakarta: Salemba Empat.

- Firmansyah. (2014). *Akuntansi Biaya itu Gampang*. Cetakan Pertama. Jakarta: Dunia Cerdas.
- Hans, Kartikahadi. (2016). *Akuntansi Keuangan Berdasarkan SAK Berbasis IFRS*. Buku 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Harnanto. (2017). *Akuntansi Biaya "Sistem Biaya Historis"*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Hasmi, Nurlaila (2020). Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Dengan Menggunakan Metode *Full Costing* Dan *Variable Costing* Pada Pembuatan Abon Ikan. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Dharma Nusantara Makassar.
- Horngren, et al. (2009). *Akuntansi Biaya dengan Penekanan Manajerial*. Jilid 1. Edisi keduabelas. Jakarta: Erlangga.
- Indahwati dan Sunrowiyati. (2020). Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Untuk Menentukan Harga Jual Pada Ud. Putra Mandiri. STIE Kesuma Negara Blitar. Jurnal Pemikiran & Penelitian Ekonomi Vol. 09, No.02 P ISSN : 2339-2185, E-ISSN : 2654-3869 76
- Irman, Mimelientesa dan Lestari, Desi (2016). Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Tahu Dengan Menggunakan Metode *Full Costing* Dan *Variable Costing* Pada Tahu Mang Ujang Pekanbaru. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pelita Indonesia.
- Ikatan Akuntansi Indonesia. (2020). Standar Akuntansi Keuangan (SAK) Entitas Privat. Penerbit: Dewan Standar Akuntansi Keuangan
- Ivando, Aan. (2017). Implementasi Metode *Job Order Costing* Pada Harga Jual Di Batik Celaket Malang. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Karyadi. (2022). Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Dengan Menggunakan Metode *Full Costing* Dan *Variabel Costing* (Study Kasus Pada Perusahaan Tenun Gedogan Putri Rinjani, Kembang Kerang Aikmel, Lombok Timur Tahun 2020. Universitas Gunung Rinjani.
- Kuncoro, Mudrajat. (2008). Tujuh Tantangan UKM di Tengah Krisis Global. *Harian Bisnis Indonesia*. 21 Oktober 2008 [online]. Tersedia di: <http://www.mudrajad.com/upload/Tujuh%20Tantangan%20UKM%20di%20Tengah%20Krisis%20Global.pdf> [Diakses 20 Februari 2022]
- Lundu, Sihite Bontor dan Sudarno. (2012). Analisa Penentuan Harga Pokok Produksi Pada Perusahaan Garam Beryodium (Studi Kasus Pada UD. Empat Mutiara), (Semarang: Diponegoro *Journal Of Accounting*. Vol. 1 No. 2).
- Maghfirah, Mifta (2016). Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Dengan Penerapan Metode *Full Costing* Pada Umkm Kota Banda Aceh. Universitas

- Syiah Kuala. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA) Vol. 1, No. 2, (2016) Halaman 59-70.
- Mulyadi. (2015). *Akuntansi Biaya*. Edisi kelima. Cetakan ketigabelas. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Nafisah, Nailatun (2020). Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Dengan Metode *Full Costing* dan *Variable Costing* Sebagai Dasar Penetapan Harga Jual Produk. Universitas Islam Darul ‘Ulum Lamongan. J-MACC, *Journal of Management and Accounting*.
- Prawiro M. (2018). *Supply Chain Management: Pengertian, Tujuan, Komponen & Prosesnya*.
- Purnama, Dian (2019). Harga Pokok Produksi Dalam Menentukan Harga Jual Melalui Metode *Cost Plus Pricing* Dengan Pendekatan *Full Costing* (Studi pada PT. Prima Istiqamah Sejahtera di Makassar). Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar.
- Putri, Rizatyka Aisha (2021). Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkh) Tahu Bapak Aristiya Tahun 2020. Sarjana. Universitas Pakuan.
- Raiborn, Cecily A, and Kinney, Michael R. (2011). *Akuntansi Biaya Dasar dan Perkembangan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Risvanti, Istika dan Masrunik, Endah. (2018). *Cost Plus Method in Determining the Selling Price of the Banana Chips*. *Journal Unis Blitar*. Vol3 No.1 Edisi Maret 2015:26:33.
- Riwayadi. (2014). *Akuntansi Biaya*, Edisi Kedua. Jakarta: Salemba Empat.
- Rudianto. (2013). *Akuntansi Manajemen: Informasi Untuk Pengambilan Keputusan Strategis*. Jakarta: Erlangga.
- Salman, Kautsar Riza. (2013). *Akuntansi Biaya Pendekatan Product Costing*. Cetakan Kesatu. Jakarta : Akademia Permata
- Salman, Kautzar Riza, dan Mochammad Farid. (2017). *Akuntansi Manajemen*. Jakarta: Indeks.
- Samryn, L.M. (2012). *Akuntansi Manajemen Informasi Biaya Untuk Mengendalikan Aktivitas Operasi dan Investasi*. Edisi Pertama. Jakarta: Kencana Prenanda Media Group.
- Setyowati, Nindy Arrahman. (2017). Bagaimana Langkah-Langkah Pembebanan tarif biaya overhead pabrik?. *Dictio.id*. Tersedia di: <https://www.dictio.id/t/bagaimana-langkah-langkah-pembebanan-tarif-biaya-overhead-pabrik/14048> [Diakses 15 Juni 2022]

- Sodikin dan Slamet Sugiri (2015), *Akuntansi Manajemen*, Edisi kelima, Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Sriyani, Iin (2018). Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Dengan Metode *Full Costing* Dan *Variabel Costing* (studi kasus pt. bima desa sawita medan). sarjana. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujardi, Lukman. (2013). *Akuntansi Biaya: Dasar-Dasar Perhitungan Harga Pokok*. Jakarta: PT Indeks.
- Sujarweni, V. Wiratna. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*, 33. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Supriyono, R.A. (2013). *Akuntansi Biaya: pengumpulan biaya dan penentuan harga pokok*. Yogyakarta: BPFE.
- W Gulo. (2002). *Metodelogi Penelitian*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Indah Siti Mariani
Alamat : Kp. Cikupa Rt 04, Rw 07 Kecamatan Parakansalak
Desa Parakansalak Kabupaten Sukabumi (43355)
Tempat dan tanggal lahir : Sukabumi, 15 Maret 2000
Agama : Islam
Pendidikan :

- SD : SDN Pondokkaso Tengah
- SMP : MTS Syarikat Islam 1 Parakansalak
- SMA : SMAN 1 Parakansalak
- Perguruan Tinggi : Universitas Pakuan

Bogor, Juli 2022
Peneliti,



(Indah Siti Mariani)

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Indah Siti Mariani L/P*)

NPM : 022118119

Program Studi : Akuntansi

Menyatakan benar saya telah menghubungi instansi/ perusahaan yang saya jadikan lokasi penelitian, dan dari pihak perusahaan telah menyatakan kesanggupan untuk menerima dilakukannya riset/ observasi tersebut.

Adapun dari pihak perusahaan yang menerima:

Nama : Chairu Fariandini L/P*)

Jabatan : Owner

Nama Perusahaan : Rumah QueQue Astarti

Alamat Perusahaan : Jalan Hateup No.6, Rt.02/Rw.07, Bantarjati, Kec.Bogor Utara, Kota Bogor, Jawa Barat (16153)

Judul Penelitian : Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Sebagai Dasar Penetapan Harga Jual Pada Produk Puffbar Rumah QueQue Astarti Bogor

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Bogor, Juli 2022

Yang menyatakan



(Indah Siti Mariani)

*) Coret yang tidak perlu

LAMPIRAN

Lampiran 1 Foto Pengambilan Data



