



**ANALISIS PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUKSI
MENGUNAKAN METODE *FULL COSTING* SEBAGAI DASAR
DALAM MENENTUKAN HARGA JUAL DENGAN METODE
COST PLUS PRICING PADA *CAFE* INGIN KOPI TAHUN 2023**

Skripsi

Dibuat Oleh :

An Nisa Febriani
022120027

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR**

JULI 2024



**ANALISIS PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUKSI
MENGUNAKAN METODE *FULL COSTING* SEBAGAI DASAR
DALAM MENENTUKAN HARGA JUAL DENGAN METODE
COST PLUS PRICING PADA *CAFE INGIN KOPI* TAHUN 2023**

Skripsi

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

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
(Towaf Totok Irawan, SE., ME., Ph.D)

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

**ANALISIS PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUKSI
MENGUNAKAN METODE *FULL COSTING* SEBAGAI DASAR
DALAM MENENTUKAN HARGA JUAL DENGAN METODE
COST PLUS PRICING PADA *CAFE INGIN KOPI* TAHUN 2023**

Skripsi

Telah disidangkan dan dinyatakan lulus
Pada hari Jum'at, tanggal 26 Juli 2024

An Nisa Febriani
022120027

Disetujui,

Ketua Penguji Sidang
(Dr. Rochman Marota, SE., Ak., M.M.,
CA., CACP)



Ketua Komisi Pembimbing
(Dr. Yan Noviar Nasution, SE., MM.)



Anggota Komisi Pembimbing
(Amelia Rahmi, S.E., M.Ak., AWP)



Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : An Nisa Febriani
NPM : 022120027
Judul Skripsi : Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode *Full Costing* Sebagai Dasar Dalam Menentukan Harga Jual Dengan Metode *Cost Plus Pricing* Pada *Cafe* Ingin Kopi Tahun 2023

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 2024



METEMAI
TEMPEL
276ALX327441558
An Nisa Febriani
022120027

**© Hak Cipta milik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan, tahun
2024**

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

AN NISA FEBRIANI. 022120027. Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode *Full Costing* Sebagai Dasar Dalam Menentukan Harga Jual Dengan Metode *Cost Plus Pricing* Pada *Cafe* Ingin Kopi Tahun 2023. Di bawah bimbingan : YAN NOVIAR NASUTION dan AMELIA RAHMI. 2024.

Perhitungan harga pokok produksi merupakan salah satu komponen penting yang dibutuhkan oleh perusahaan untuk menentukan biaya produksi dan harga jual produk. Tujuan dari penelitian ini untuk menghitung harga pokok produksi dengan metode *full costing* dan menganalisis perhitungan harga jual dengan metode *cost plus* agar dapat membandingkan dengan perhitungan pada *Cafe* Ingin Kopi yang masih belum menggunakan perhitungan berbasis akuntansi.

Jenis penelitian ini menggunakan deskriptif eksploratif, yang berarti menggumpulkan data dan informasi yang relevan untuk mengidentifikasi fenomena yang sebenarnya terjadi di *Cafe* Ingin Kopi. Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif. Sumber data yang digunakan adalah data primer. Teknik pengumpulan data dengan cara wawancara dan dokumentasi.

Dari hasil analisis, diketahui bahwa hasil perhitungan harga pokok produksi menurut *Cafe* Ingin Kopi lebih rendah dibandingkan dengan metode *full costing*. Pada perhitungan harga jual yang diterapkan oleh *Cafe* Ingin Kopi lebih rendah dibandingkan harga jual yang dihitung berdasarkan metode *cost plus pricing*. Harga jual yang diterapkan oleh *Cafe* Ingin Kopi pada produk kopi ingin dia sebesar Rp. 20.000 per unit, kopi kobam sebesar Rp. 19.500 per unit, dan nasi ayam pukul sebesar Rp. 20.000 per unit. Sedangkan perhitungan harga jual menggunakan metode *cost plus pricing* yaitu, produk kopi ingin dia sebesar Rp. 29.133 per unit, kopi kobam sebesar Rp. 29.244 per unit, dan nasi ayam pukul sebesar Rp. 29.476 per unit. Oleh karena itu, penetapan harga jual dengan metode *cost plus pricing* melalui pendekatan metode *full costing* memiliki harga jual yang lebih kompetitif dari kompetitor lainnya, karena harga jual yang ditentukan dengan metode *cost plus pricing* lebih menguntungkan dan dapat bersaing dengan kompetitor sejenis.

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

PRAKATA

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Bismillahirrahmaanirrahiim, dengan mengucapkan Alhamdulillahirabbil'alamin puji dan syukur dipanjatkan kepada Allah SWT atas segala nikmat dan karunia-Nya sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Tidak lupa shalawat serta salam dipanjatkan kepada Nabi Muhammad SAW. Tema skripsi dalam penelitian yang dibuat penulis adalah akuntansi pertanggung jawaban, dengan judul “**Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode *Full Costing* Sebagai Dasar Dalam Menentukan Harga Jual Dengan Metode *Cost Plus Pricing* Pada *Cafe Ingin Kopi Tahun 2023*”** yang merupakan salah satu syarat untuk menempuh ujian Sarjana Ekonomi Jurusan Akuntansi pada Universitas Pakuan.

Selama penyusunan skripsi, penulis menyadari sepenuhnya bahwa telah mendapat banyak bimbingan, bantuan, dorongan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua tercinta yang telah memberikan dukungan baik secara moril maupun materil, juga kaka tersayang Fitria Ningrum, serta semua keluarga yang telah memberikan kasih sayang, dukungan, motivasi, dan doa yang tidak henti-hentinya kepada penulis.
2. Bapak Prof. Dr. rer. Pol. Ir. H. Didik Notosudjono, M.Sc. selaku Rektor Universitas Pakuan.
3. Bapak Towaf Totok Irawan, SE., ME., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.
4. Ibu Dr. Retno Martanti Endah Lestari, S.E., M.Si., CMA., CAPM. selaku Wakil Dekan I Bidang Akademik dan Kemahasiswaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.
5. Bapak Dr. Asep Alipudin, SE., M.Ak., CSA. selaku Wakil Dekan II Bidang Administrasi dan Keuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.
6. Bapak Dr. Arief Tri Hardiyanto, Ak., MBA., CMA., CCSA., CA., CSEP., QIA., CFE, CGCAE. selaku Ketua Program Studi Akuntansi Universitas Pakuan.
7. Bapak Dr. Yan Noviar Nasution, SE., 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 skripsi ini.
8. Ibu Amelia Rahmi, SE., M.Ak., AWP. selaku Asisten Prodi Akuntansi Universitas Pakuan dan 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 skripsi ini.

9. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan yang telah memberikan ilmunya sehingga penulis mendapatkan wawasan yang lebih luas dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Staff Tata Usaha dan Karyawan Perpustakaan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan yang telah banyak memberikan bantuan kepada penulis.
11. Direktur PT Ingin Maju Bersama Bapak M. Ramdhanie F., terima kasih atas segala bantuan, bimbingan, ilmu-ilmu dan telah membantu penulis untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam penyusunan skripsi ini.
12. Sahabat terbaik saya Niken, Tasya, Wulan, Indah, Syaripah, Devita, Selvi dan teman-teman seperjuangan yang telah memberikan semangat dan berkontribusi kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
13. Sahabat terbaik saya dari SMP hingga sampe sekarang yang slalu memberikan *support system* Ridha Alya dan Khofifah Enggar Ayuningtyas.
14. Rekan-rekan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Akuntansi Angkatan 2020 dan kepada kelas A-Ak 2020 yang selalu belajar bersama yang tidak sedikit bantuan dan dorongan dalam aktivitas studi penulis.
15. Serta semua pihak yang telah membantu, mendoakan, memotivasi penulis dalam penyusunan skripsi ini dan kepada seseorang yang tak kalah pentingnya, Muhammad Haikal Septianisya Lesmana yang telah menemani penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

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

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Bogor, Juli 2024

Penulis
(An Nisa Febriani)

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN PELIMPAHAN HAK CIPTA	iv
LEMBAR HAK CIPTA.....	v
ABSTRAK	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah	7
1.2.1 Identifikasi Masalah	7
1.2.2 Perumusan Masalah.....	8
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	8
1.3.1 Maksud Penelitian	8
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Kegunaan Penelitian	9
1.4.1 Kegunaan Praktis.....	9
1.4.2 Kegunaan Akademis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Akuntansi Manajemen	10
2.1.1 Pengertian Akuntansi Manajemen	10
2.1.2 Tujuan Akuntansi Manajemen	11
2.1.3 Proses Akuntansi Manajemen.....	11
2.2 Konsep Biaya	12
2.2.1 Pengertian Biaya	12
2.2.2 Klasifikasi Biaya	12
2.2.3 Penggolongan Biaya.....	13
2.3 Harga Pokok Produksi.....	15
2.3.1 Pengertian Harga Pokok Produksi.....	15
2.3.2 Manfaat Harga Pokok Produksi	15
2.3.3 Metode Penentuan Harga Pokok Produksi.....	16
2.3.4 Unsur-Unsur Harga Pokok Produksi.....	18
2.4 Sistem Metode <i>Full Costing</i>	19

2.4.1	Pengertian Sistem Metode <i>Full Costing</i>	19
2.4.2	Kelebihan Sistem Metode <i>Full Costing</i>	20
2.4.3	Kekurangan Sistem Metode <i>Full Costing</i>	21
2.4.4	Dampak Sistem Metode <i>Full Costing</i>	21
2.5	Harga Jual.....	22
2.5.1	Pengertian Harga Jual.....	22
2.5.2	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penetapan Harga Jual	22
2.5.3	Penentuan Harga Jual	24
2.5.4	Penentuan Harga Jual dengan Metode <i>Cost Plus Pricing</i>	24
2.6	Penelitian Sebelumnya	26
2.7	Kerangka 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 Variabel.....	33
3.5.	Metode Pengumpulan Data	33
3.6.	Metode Analisis Data	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		36
4.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian	36
4.1.1	Sejarah Dan Perkembangan <i>Cafe Ingin Kopi</i>	36
4.1.2	Struktur Organisasi	36
4.1.3	Kegiatan Usaha	37
4.2	Pembahasan Perhitungan Harga Pokok Produksi <i>Cafe Ingin Kopi</i>	40
4.2.1	Penentuan Harga Pokok Produksi Menggunakan Perhitungan Perusahaan	40
4.2.2	Perhitungan Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode <i>Full Costing</i>	45
4.2.3	Perbandingan Perhitungan Harga Pokok Produksi Menurut <i>Cafe Ingin Kopi</i> dan Harga Pokok Produksi Dengan Menggunakan Metode <i>Full Costing</i>	53
4.3	Perhitungan Harga Jual <i>Cafe Ingin Kopi</i>	55
4.3.1	Perhitungan Harga Jual Menurut <i>Cafe Ingin Kopi</i>	55
4.3.2	Perhitungan Harga Jual Dengan Menggunakan Metode <i>Cost Plus Pricing</i>	56
4.3.3	Perbandingan Harga Jual <i>Cafe Ingin Kopi</i> Dengan Menggunakan Metode <i>Cost Plus Pricing</i>	59

4.3.4 Menentukan Harga Pasar yang Kompetitif.....	60
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	63
5.1 Simpulan.....	63
5.2 Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA	66
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	70
LAMPIRAN	72

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Laporan Penjualan Produk Terlaris Tahun 2023	3
Tabel 1.2 Data Penjualan Per Bulan Semua Produk <i>Cafe</i> Ingin Kopi.....	4
Tabel 1.3 Daftar Perbandingan Harga Jual Pada <i>Cafe</i> Tahun 2023.....	5
Tabel 2.1 Penentuan Harga Pokok Produksi dengan Metode <i>Full Costing</i>	17
Tabel 2.2 Penentuan Harga Pokok Produksi dengan Metode <i>Full Costing</i>	17
Tabel 2.3 Penentuan Harga Pokok Produksi dengan Metode <i>Variable Costing</i>	17
Tabel 2.4 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	33
Tabel 4.1 Laporan Pendapatan Semua Produk Pada Tahun 2023	38
Tabel 4.2 Biaya Bahan Baku Langsung Kopi Ingin Dia Tahun 2023	41
Tabel 4.3 Bahan Baku Langsung Kopi Kobam Tahun 2023	41
Tabel 4.4 Bahan Baku Langsung Nasi Ayam Pukul Tahun 2023.....	41
Tabel 4.5 Biaya Tenaga Kerja Langsung Tahun 2023.....	42
Tabel 4.6 Biaya Bahan Penolong Kopi Ingin Dia Tahun 2023	43
Tabel 4.7 Biaya Bahan Penolong Kopi Kobam Tahun 2023	43
Tabel 4.8 Biaya Bahan Penolong Nasi Ayam Pukul Tahun 2023	44
Tabel 4.9 Perhitungan Harga Pokok Produksi Menurut <i>Cafe</i> Ingin Kopi	44
Tabel 4.10 Biaya Bahan Baku Kopi Ingin Dia Dengan Metode <i>Full Costing</i> Tahun 2023	45
Tabel 4.11 Biaya Bahan Baku Kopi Kobam Dengan Metode <i>Full Costing</i>	46
Tabel 4.12 Biaya Bahan Baku Nasi Ayam Pukul Dengan Metode <i>Full Costing</i> Tahun 2023	46
Tabel 4.13 Biaya Tenaga Kerja Langsung Dengan Metode <i>Full Costing</i>	47
Tabel 4.14 Biaya Bahan Penolong Kopi Ingin Dia Dengan Metode <i>Full Costing</i> Tahun 2023	48
Tabel 4.15 Biaya Bahan Penolong Kopi Kobam Dengan Metode <i>Full Costing</i> Tahun 2023	48
Tabel 4.16 Biaya Bahan Penolong Nasi Ayam Pukul Dengan Metode <i>Full Costing</i> Tahun 2023	49
Tabel 4.17 Biaya Listrik dan Air Tahun 2023	49
Tabel 4.18 Biaya Sewa Area Tahun 2023.....	50
Tabel 4.19 Biaya Pemeliharaan Mesin dan Peralatan Tahun 2023.....	50
Tabel 4.20 Biaya Penyusutan Mesin dan Peralatan Tahun 2023	51
Tabel 4.21 Biaya <i>Overhead</i> Pabrik Dengan Metode <i>Full Costing</i> Tahun 2023	52
Tabel 4.22 Perhitungan Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode <i>Full Costing</i> Tahun 2023	53
Tabel 4.23 Perbandingan Harga Pokok Produksi Antara <i>Cafe</i> Ingin Kopi Dengan Metode <i>Full Costing</i> Tahun 2023.....	53

Tabel 4.24 Harga Jual Menurut Perhitungan <i>Cafe</i> Ingin Kopi Tahun 2023	56
Tabel 4.25 Harga Jual Menurut Metode <i>Cost Plus Pricing</i> Tahun 2023.....	58
Tabel 4.26 Perbandingan Harga Jual Antara Perhitungan <i>Cafe</i> Ingin Kopi Dengan Metode <i>Cost Plus Pricing</i> Tahun 2023	59
Tabel 4.27 Daftar Harga Jual <i>Cafe</i> Ingin Kopi Sebelum Menggunakan Metode <i>Cost Plus Pricing</i> Dengan Kompetitor Tahun 2023	60
Tabel 4.28 Hasil Perbandingan Harga Jual <i>Cafe</i> Ingin Kopi Sesudah Menggunakan Metode <i>Cost Plus Pricing</i> Dengan Kompetitor Tahun 2023.....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Diagram Perkembangan Pendapatan Per Bulan <i>Cafe</i> Ingin Kopi Tahun 2023	5
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	31
Gambar 4.1 Struktur Organisasi <i>Cafe</i> Ingin Kopi.....	37

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kondisi perekonomian dan persaingan global industri semakin berkembang pesat. Kondisi perekonomian yang berkembang pesat untuk bersaing secara global adalah kondisi di mana suatu negara mampu menciptakan pertumbuhan ekonomi yang tinggi, stabil, dan berkelanjutan, serta mampu menghadapi tantangan dan peluang yang ada di pasar global (Sastika, 2023). Menurut (Lee, 2024) industri yang berkembang dengan pesat di Indonesia salah satunya adalah industri *food and beverage* (F&B). Industri F&B di Indonesia berpotensi menjadi pemain kunci dalam rantai pasokan F&B global. Data dari Badan Pusat Statistik Indonesia (BPS) menunjukkan, Produk Domestik Bruto (PDB) industri makanan dan minuman di Indonesia pada triwulan III tahun 2023 mengalami peningkatan sebesar 3,28% dan berkontribusi sekitar 34% terhadap total PDB Indonesia. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya industri F&B dalam perekonomian nasional.

Industri F&B merupakan sektor penting di Indonesia. Industri F&B, atau makanan dan minuman, adalah sektor bisnis yang bergerak di bidang produksi, distribusi, dan penyajian makanan dan minuman. Industri ini memiliki potensi yang besar di Indonesia, karena makanan dan minuman merupakan kebutuhan dasar manusia yang selalu diminati. Industri F&B terus beradaptasi dengan perubahan tren dan preferensi konsumen, serta terhubung dengan industri lain, seperti pariwisata, pertanian, dan kreatif (Bizhare, 2024). Sedangkan, menurut (Prasetyo, 2022) industri F&B di Indonesia telah mengalami perubahan dan perkembangan yang menarik, terutama ketika perusahaan memanfaatkan penggunaan berbagai platform online seperti *Go-Food*, *Grab Food*, dan *Shopee Food* untuk meningkatkan aktivitas bisnis mereka. Akan tetapi disisi lain, industri F&B juga menghadapi banyak tantangan, seperti persaingan yang semakin ketat, perubahan selera konsumen, dan manajemen usaha dan operasional (Bizhare, 2024). Sedangkan menurut (Fortune, 2020) konsumen menuntut produk yang lebih variatif serta lebih transparan dalam menyajikan informasi tentang makanan atau minuman.

Dalam situasi pasar yang sangat dinamis disatu sisi dan disisi lain, setiap perusahaan yang bergerak dalam industri F&B mempunyai tujuan untuk bisa bertahan dan memperoleh laba. Dalam ilmu akuntansi, laba merupakan selisih antara harga pokok penjualan dengan biaya produksi. Untuk mencapai laba yang optimal, perusahaan berusaha untuk meminimalisir dan mengendalikan biaya yang dikeluarkan pada saat proses produksi. Perusahaan juga harus mampu meningkatkan volume penjualan demi tercapainya omzet yang maksimal. Di samping itu, perusahaan dituntut untuk tetap membuat produk yang berkualitas tinggi dengan harga yang terjangkau. Hal ini dilakukan untuk mencapai tujuan perusahaan, agar bisnis dapat berjalan secara efektif dan efisien (Lestari P. A., 2022). Sedangkan

menurut (Fortune, 2020) untuk menangkai tantangan tersebut, para pelaku usaha mengandalkan teknologi dan internet sebagai faktor pendukung untuk mendukung mereka dalam melakukan usaha. Dengan begitu, mereka bisa memenuhi keinginan konsumen. Oleh karena itu, diperlukan informasi yang cukup untuk membantu dalam pengambilan keputusan bisnis. Dalam hal ini informasi yang penting bagi perusahaan adalah informasi mengenai biaya yang berkaitan dengan proses produksi (Thenu & Manossoh, 2021).

Harga pokok produksi memegang peranan yang sangat penting bagi perusahaan. Menurut (Heryanto & Gunawan, 2021) harga pokok produksi adalah pengeluaran seluruh biaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengolah bahan baku langsung menjadi produk jadi. Biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik termasuk dalam harga pokok produksi. Sedangkan menurut (Febliin & Ariska, 2019) menyatakan bahwa ketepatan dalam menghitung harga pokok produksi mempunyai pengaruh yang sangat kuat dalam memperoleh laba yang diinginkan dan kemampuan dalam menentukan harga jual yang tepat. Ini membuktikan bahwa perhitungan harga pokok produksi memegang peranan penting dalam menentukan harga jual suatu produk agar mampu bersaing dengan produk lain yang ada di pasaran.

Mengingat pentingnya biaya produksi, maka perusahaan perlu menentukan metode yang tepat dalam menghitung biaya produksi agar dapat menghasilkan keuntungan yang sesuai dengan harapan dan bersaing dari para pesaing bisnis lainnya. Salah satu metode yang digunakan dalam menghitung biaya produksi adalah metode harga pokok penuh atau dinamakan *full costing*. Menurut (Mulyadi, 2016) *full costing* merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang membebankan seluruh biaya produksi ke dalam harga pokok produksi, baik biaya produksi yang bersifat variabel maupun tetap. Metode ini memberikan hasil yang akurat dalam memberikan informasi dan menentukan biaya produksi secara sistematis dan rinci, sehingga membantu dalam perencanaan produksi dalam menentukan harga jual dan biaya produksi (Noviasari & Alamsyah, 2020).

Perhitungan harga pokok produksi harus diperhatikan saat menentukan harga jual suatu produk. Setiap perusahaan harus melakukan perhitungan harga pokok produksi yang tepat dan akurat karena tanpa perhitungan ini, perusahaan akan kesulitan menentukan harga jual produknya. Hal ini menimbulkan berbagai permasalahan karena produk yang dihasilkan tidak mencerminkan secara akurat biaya sebenarnya yang dikeluarkan dalam proses produksi (Luvita, 2021). Ketidakakuratan ini dapat mengakibatkan perbedaan biaya yang tidak wajar, sehingga dapat menghasilkan harga pokok produksi pada produk yang terlalu rendah (*under costing*) atau terlalu tinggi (*high costing*) yang masing-masing akan berdampak pada keuntungan perusahaan. Untuk itu perhitungan harga pokok produksi sangat erat kaitannya dengan harga jual produk (Basyir, 2021).

Perhitungan biaya produksi mempunyai hubungan erat dengan penentuan harga jual produk. Penentuan harga jual produk merupakan langkah penting dalam bisnis, salah satu tugas manajer adalah menentukan harga jual guna mengambil keputusan demi kelangsungan hidup perusahaan (Choerotunnisa, 2023). Menurut (Lestari & Permana, 2021) pada prinsipnya, harga jual adalah angka yang sudah termasuk semua biaya produksi dan ditambahkan dengan laba atau keuntungan yang wajar. Kemampuan untuk menentukan harga jual yang tepat akan sangat menentukan nasib penjualan suatu produk di pasaran. Upaya menentukan harga jual di pasaran sebagai salah satu bagian dari pengendalian harga perlu dilakukan dengan memperhatikan banyak faktor. Hal tersebut tentunya untuk mencegah tidak lakunya barang produksi di pasaran.

Harga jual yang tinggi membuat sulit bersaing dengan perusahaan sejenis karena daya beli pelanggan menurun. Konsumen akan beralih ke perusahaan lain yang menawarkan kualitas yang relatif sama dengan harga yang lebih murah. Perusahaan mengalami kesulitan dalam pemasaran produk sehingga dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk melanjutkan produksi. Sebaliknya, jika harga jualnya terlalu rendah maka akan mengalami kerugian bagi pengusaha karena mereka tidak akan dapat menutupi atau mengembalikan seluruh biaya-biaya yang digunakan selama proses produksi hingga produk sampai ke tangan pelanggan. Oleh karena itu, penentuan harga jual sangat erat kaitannya harga pokok produksi (Nurandini, 2022).

Mengimplementasikan penentuan harga pokok produksi dan harga jual merupakan aspek penting bagi keberhasilan suatu usaha, salah satunya adalah *Cafe Ingin Kopi*. *Cafe Ingin Kopi* merupakan usaha yang menawarkan berbagai makanan dan minuman dengan suasana yang nyaman dan santai. *Cafe Ingin Kopi* berdiri dibawah naungan PT Ingin Maju Bersama sejak tahun 2022. *Cafe Ingin Kopi* produk yang paling laris dan diminati adalah kopi ingin dia, kopi kobam, dan nasi ayam pukul. Berlokasi di Jl. Baranangsiang III No. F 4, Rt 04/08, Tegallega, Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat 16129.

Berikut ini laporan penjualan produk terlaris pada *Cafe Ingin Kopi* tahun 2023 adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1 Laporan Penjualan Produk Terlaris Tahun 2023
(dalam satuan unit)

Bulan	Kopi Ingin Dia	Ingin Kobam	Nasi Ayam Pukul
Januari	150	180	136
Februari	126	152	158
Maret	160	124	163
April	182	162	129
Mei	154	123	155
Juni	152	189	137
Juli	171	113	159

Agustus	126	130	142
September	150	148	156
Oktober	126	117	147
November	161	169	158
Desember	142	143	140
Total	1.800	1.750	1.780

(Sumber: *Cafe Ingin Kopi*)

Dari tabel 1.1 dapat terlihat bahwa penjualan produk minuman kopi ingin dia dan ingin kobam produk makanan nasi ayam pukul setiap bulan mengalami fluktuatif selama tahun 2023. Untuk produk kopi ingin dia dengan jumlah produksi 1.800 unit, kopi kobam dengan jumlah produksi 1.750 unit, dan nasi ayam pukul dengan jumlah produksi 1.780 unit selama tahun 2023. Ketiga produk tersebut dipilih peneliti karena merupakan produk terlaris di *Cafe Ingin Kopi* pada tahun 2023.

Sedangkan untuk data penjualan per bulan semua produk pada *Cafe Ingin Kopi* tahun 2023 adalah sebagai berikut:

Tabel 1.2 Data Penjualan Per Bulan Semua Produk *Cafe Ingin Kopi* Tahun 2023
(dalam satuan unit)

Keterangan	Jumlah Penjualan Produk
Januari	2.131
Februari	1.881
Maret	1.681
April	1.704
Mei	1.549
Juni	1.880
Juli	1.395
Agustus	1.224
September	1.378
Oktober	1.361
November	1.439
Desember	1.577
Total	19.200

(Sumber: *Cafe Ingin Kopi*)

Dari tabel 1.2 setiap bulannya mengalami fluktuatif yang artinya tidak menentu setiap bulannya selama tahun 2023. Bulan januari dengan menunjukkan hasil penjualan sebanyak 2.131 unit penjualan, bulan februari sebanyak 1.881 unit penjualan, bulan maret sebanyak 1.681 unit penjualan, bulan april sebanyak 1.704 unit penjualan, bulan mei sebanyak 1.549 unit penjualan, bulan juni sebanyak 1.880 unit penjualan, bulan juli sebanyak 1.395 unit penjualan, bulan agustus sebanyak 1.224 unit penjualan, bulan september sebanyak 1.378 unit penjualan, bulan oktober sebanyak 1.361 unit penjualan, bulan november sebanyak 1.439 unit penjualan, dan bulan desember sebanyak 1.577 unit penjualan. Jadi selama tahun 2023 *Cafe Ingin*

Kopi memproduksi dengan total 19.200 unit penjualan untuk produk yang dihasilkan.

Sedangkan untuk daftar perbandingan harga jual pada *cafe* tahun 2023 adalah sebagai berikut:

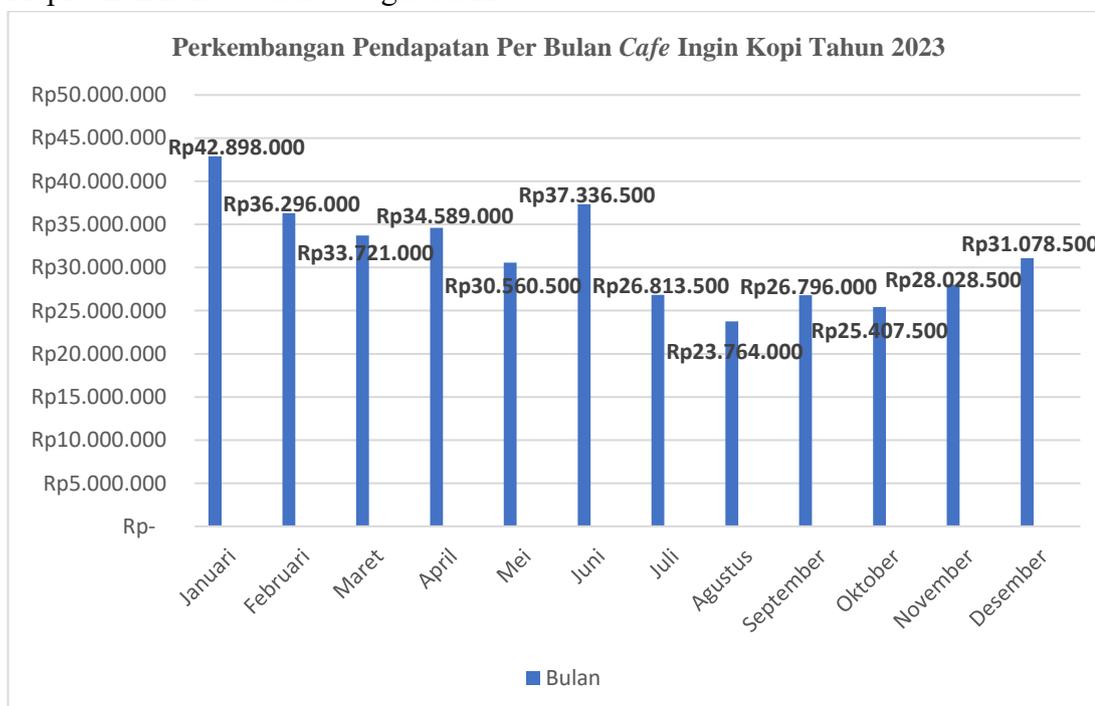
Tabel 1.3 Daftar Perbandingan Harga Jual Pada *Cafe* Tahun 2023

<i>Cafe</i>	Harga Produk		
	Kopi Ingin Dia	Ingin Kobam	Nasi Ayam Pukul
Ingin Kopi	Rp 20.000	Rp 19.500	Rp 20.000
Ta-Mu	Rp 28.000	Rp 25.000	Rp 27.000
Syncro	Rp 32.000	Rp 31.000	Rp 28.000
Antasena	Rp 35.000	Rp 29.000	Rp 31.000

(Sumber: Diolah Penulis)

Dari data diatas, dapat dilihat perbandingan harga jual pada produk kopi dan nasi ayam pada *Cafe* Ingin Kopi tahun 2023 lebih rendah dari para pesaingnya. Oleh karena itu, penulis membuat perhitungan dengan harga pokok produksi yang berdasarkan metode *full costing* dan harga jual yang berdasarkan metode *cost plus pricing*, diharapkan *Cafe* Ingin Kopi dapat menentukan harga jual, dan laba yang diharapkan, serta dapat bersaing dengan kompetitor sejenis.

Sedangkan untuk data perkembangan pendapatan per bulan pada *Cafe* Ingin Kopi tahun 2023 adalah sebagai berikut:



(Sumber: *Cafe* Ingin Kopi)

Gambar 1.1 Diagram Perkembangan Pendapatan Per Bulan *Cafe* Ingin Kopi Tahun 2023

Dari gambar 1.1 menunjukkan pendapatan *Cafe Ingin Kopi* tahun 2023 dari bulan ke bulan mengalami pendapatan yang fluktuatif. Pada tahun 2023 pendapatan tertinggi terjadi di bulan januari sebesar Rp. 42.898.000, pendapatan terendah terjadi di bulan agustus sebesar Rp. 23.764.000, dan rata-rata pendapatan per bulannya sebesar Rp. 31.440.750 dengan target pendapatan yang ingin dicapai per bulannya oleh *Cafe Ingin Kopi* sebesar Rp. 32.000.000, sehingga jumlah target pendapatan tidak tercapai.

Menurut (Harjanti & Hetika, 2021) terjadi kesalahan saja dalam penetapan harga jual maka bisa berakibat fatal, menurunnya pendapatan atau laba dari yang diharapkan bisa mengakibatkan kerugian usaha. Oleh karena itu, *Cafe Ingin Kopi* harus mengevaluasi kembali perhitungan harga pokok produksinya agar tidak mengakibatkan kerugian dari penentuan harga jual yang tidak tepat.

Penentuan harga pokok produksi *Cafe Ingin Kopi*, selama ini masih menggunakan metode yang sederhana dengan hanya mencatat biaya yang seadanya saja dan tidak mencatat biaya-biaya lainnya. *Cafe Ingin Kopi* belum menghitung seluruh biaya secara terperinci selama proses produksi dalam menentukan harga pokok produksi, hal ini akan menyebabkan harga jual terlalu tinggi atau terlalu rendah di pasaran sehingga akan berpengaruh pada laba yang diperoleh *Cafe Ingin Kopi*. Namun, untuk menghasilkan biaya yang efektif dan mencegah kesalahan dalam perhitungan biaya, harus digunakan pendekatan yang sesuai. Sehingga nantinya dapat menghasilkan laba yang sesuai harapan dan dapat bersaing dengan perusahaan lainnya (Luvita, 2021). Oleh karena itu, peneliti akan menganalisis komponen biaya pada harga pokok produksi seperti biaya , biaya tenaga kerja dan biaya *overhead* pabrik. Untuk menentukan harga jual pada *Cafe Ingin Kopi*, peneliti akan menggunakan metode *full costing*. Metode *full costing* banyak didukung oleh penelitian terdahulu dari beberapa industri.

Penelitian sebelumnya yang pernah dilakukan dengan topik perhitungan harga pokok produksi oleh (Luvita, 2021), menyatakan bahwa hasil perhitungan harga pokok produksi dengan metode *full costing* memiliki keunggulan dibandingkan dengan metode lain. Sehingga perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode *full costing* akan mempengaruhi dalam penetapan harga jual. Hal ini didukung oleh (Choerotunnisa, 2023), menyatakan bahwa hasil perhitungan harga pokok produksi yang diperoleh dengan metode *full costing* lebih tinggi dibandingkan dengan metode lain. Penentuan harga pokok produksi dengan metode *full costing* akan membebankan semua biaya *overhead* pabrik baik yang bersifat tetap maupun yang bersifat variabel dihitung secara akurat sebagai biaya produksi.

Selain dalam penentuan harga pokok produksi usaha yang dijalankan oleh *Cafe Ingin Kopi* ini memiliki permasalahan lain yaitu terkait dengan penentuan harga jual yang masih belum memiliki metode dalam menentukan harga jual produknya. Sehingga penulis mencoba untuk membantu menghitung perhitungan harga jual dengan menggunakan metode *cost plus pricing*. Dimana metode tersebut memperhitungkan biaya non produksi yang selama ini tidak perhitungkan oleh *Cafe*

Ingin Kopi. Selain itu metode *cost plus pricing* banyak diimplementasikan di industri F&B (Basyir, 2021).

Selain banyak diimplementasikan di industri F&B, beberapa penelitian sebelumnya juga mengimplementasikan metode *cost plus pricing*. Hal ini diperkuat oleh penelitian (Nurandini, 2022), menyatakan bahwa hasil perhitungan harga jual menggunakan metode *cost plus pricing* memiliki keunggulan, karena harga jual yang ditetapkan memperhitungkan biaya non produksi dimana perhitungan tersebut lebih efektif dan menguntungkan. Demikian juga (Harjanti & Hetika, 2021), menyatakan bahwa metode *cost plus pricing* lebih tinggi dari pada metode lain. Namun tidak selaras oleh (Purnama & Muchlis, 2019) menyatakan bahwa harga jual menggunakan metode *cost plus pricing* lebih rendah dibandingkan dengan metode lain. Jadi, penetapan harga jual harus dilakukan secara tepat karena harga jual yang terlalu tinggi akan menjadikan produk kurang bersaing, sedangkan harga jual yang terlalu rendah akan menyebabkan kerugian bagi perusahaan.

Berdasarkan fenomena dan penelitian sebelumnya, perhitungan harga pokok produksi yang tepat dalam menentukan harga jual pada produk-produk *Cafe Ingin Kopi* sangat penting, dan ini menjadi ketertarikan sendiri bagi penulis untuk melakukan penelitian mengenai hal tersebut dengan judul, "**Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode *Full Costing* Sebagai Dasar Dalam Menentukan Harga Jual Dengan Metode *Cost Plus Pricing* Pada *Cafe Ingin Kopi* Tahun 2023**"

1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas yang sudah dipaparkan, terdapat suatu fenomena dalam penelitian ini. Sehingga membutuhkan penelitian lebih lanjut mengenai masalah tersebut. Fenomena yang terjadi dimana, dalam laporan produksi hal ini masih menggunakan perhitungan sederhana, dan belum menggunakan metode akuntansi dalam menentukan harga jual, sehingga penetapan harga jual kurang maksimal. Dalam penelitian ini penulis akan membuat perhitungan harga pokok produksi dan harga jual yang berdasarkan metode akuntansi sekaligus membuat perbandingan antara perhitungan harga pokok produksi dan harga jual produk yang diterapkan oleh perusahaan dengan dengan harga pokok produksi yang berdasarkan metode *full costing* dan harga jual yang berdasarkan metode *cost plus pricing*.

1.2.2 Perumusan Masalah

Menurut (Putri, 2021) perumusan masalah adalah rumusan kalimat yang menjabarkan permasalahan yang akan dipecahkan dalam suatu penelitian. Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana analisis biaya perhitungan harga pokok produksi dan harga jual pada *Cafe Ingin Kopi*?
2. Bagaimana perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode *full costing* dan harga jual dengan metode *cost plus pricing* pada *Cafe Ingin Kopi*?
3. Bagaimana perbandingan antara harga pokok produksi dan harga jual yang diterapkan oleh *Cafe Ingin Kopi* dengan harga pokok produksi yang berdasarkan metode *full costing* dan harga jual yang berdasarkan metode *cost plus pricing*?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk menghitung harga pokok produksi dengan metode *full costing* dan menganalisis perhitungan harga jual dengan metode *cost plus* agar dapat membandingkan dengan perhitungan pada *Cafe Ingin Kopi* yang masih belum menggunakan perhitungan berbasis akuntansi sehingga kedepannya dapat menjadi masukan dan dampak lebih baik terhadap *Cafe Ingin Kopi*.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Menurut (Putri, 2021) tujuan penelitian adalah rumusan kalimat yang menunjukkan hasil dari sesuatu yang akan dicapai dalam sebuah penelitian. Berdasarkan masalah yang telah dirumuskan sebelumnya, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis biaya perhitungan harga pokok produksi dan harga jual pada *Cafe Ingin Kopi*.
2. Untuk menjelaskan perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode *full costing* dan harga jual dengan metode *cost plus pricing* pada *Cafe Ingin Kopi*.
3. Untuk menjelaskan perbandingan antara harga pokok produksi dan harga jual yang ditetapkan oleh *Cafe Ingin Kopi* dengan harga pokok produksi yang berdasarkan metode *full costing* dan harga jual yang berdasarkan metode *cost plus pricing*.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Praktis

Menurut (Purnama & Muchlis, 2019) kegunaan praktis adalah menjelaskan tentang hasil penelitian yang berguna sebagai penunjang pengambilan keputusan. Kegunaan praktis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Memperoleh pengetahuan dalam bidang akuntansi biaya dan akuntansi manajemen dalam menentukan harga pokok produksi dan harga jual perusahaan.
2. Membantu *Cafe Ingin Kopi* dalam menentukan harga jual produk dengan menggunakan metode *cost plus pricing* melalui pendekatan metode *full costing*.

1.4.2 Kegunaan Akademis

Menurut (Purnama & Muchlis, 2019) kegunaan akademis adalah menjelaskan tentang kontribusi peneliti dalam pengembangan teori dan pengetahuan. Kegunaan akademis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada pihak lain yang berkepentingan dalam rangka menghitung harga pokok produksi dengan menggunakan metode *full costing* untuk menentukan harga jual di *Cafe Ingin Kopi*.
2. Membandingkan teori yang diperoleh di bangku kuliah dengan praktik yang ada di perusahaan.
3. Memperoleh pengetahuan dalam bidang akuntansi biaya dan akuntansi manajemen dalam menentukan harga pokok produksi dan harga jual perusahaan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Akuntansi Manajemen

2.1.1 Pengertian Akuntansi Manajemen

Menurut (Siregar & Suripto, 2013) akuntansi manajemen (*management accounting*) adalah proses yang digunakan oleh manajemen untuk melakukan perencanaan, pengendalian, pengambilan keputusan, dan penilaian kinerja perusahaan dengan mengidentifikasi, mengukur, mengakumulasi, menyiapkan, menganalisis, menginterpretasikan, dan mengkomunikasikan peristiwa ekonomi. Sedangkan menurut (Salman & Farid, 2016) akuntansi manajemen adalah penerapan konsep dan metode yang tepat untuk mengolah data ekonomi masa lalu dan membuat proyeksi masa depan suatu usaha untuk membantu manajemen dalam penyusunan rencana (tujuan) perusahaan dan pengambilan keputusan untuk mencapai tujuan tersebut.

Adapun akuntansi manajemen (*management accounting*) menurut (Dunia & Abdullah, 2019) merupakan bidang akuntansi yang berhubungan dengan pelaporan keuangan untuk para pengguna internal yang merupakan pihak yang mempunyai banyak kepentingan dengan sistem akuntansi dan informasi akuntansi yang dihasilkan serta merupakan pihak yang diberikan tanggung jawab untuk melaksanakan kegiatan perusahaan.

Akuntansi manajemen (*management accounting*) menurut (Firmansyah & Saepuloh, 2020) akuntansi manajemen adalah proses mengidentifikasi, mengukur, mengakumulasi, menyiapkan, menganalisis, menginterpretasikan dan mengkomunikasikan kejadian ekonomi yang digunakan oleh manajemen (orang yang bertanggung jawab atas operasional perusahaan) untuk melakukan perencanaan (*planning*), pengendalian (*controlling*), pengambilan keputusan (*decision-making*), dan penilaian kinerja organisasi atau perusahaan. Selain itu menurut (Aripin, 2021) akuntansi manajemen adalah sistem akuntansi yang mempunyai tujuan untuk menampilkan laporan keuangan untuk kepentingan pihak internal organisasi atau perusahaan, seperti manajer produksi, manajer pemasaran, manajer keuangan, dan pihak internal lainnya.

Berdasarkan pernyataan diatas mengenai pengertian akuntansi manajemen dapat disimpulkan bahwa akuntansi manajemen adalah suatu sistem atau proses yang berkaitan dengan penggunaan informasi akuntansi oleh manajemen dalam suatu organisasi untuk membantu mereka dalam merencanakan, mengendalikan, mengambil keputusan, dan menilai kinerja organisasi atau perusahaan. Akuntansi manajemen juga bertujuan untuk menyajikan laporan keuangan yang sesuai dan akurat bagi pihak internal, seperti manajer dan pemilik.

2.1.2 Tujuan Akuntansi Manajemen

Menurut (Aripin, 2021) ada sejumlah tujuan dari akuntansi manajemen, yaitu diantaranya:

1. Menghasilkan informasi manajemen
2. Informasi keuangan diperlukan oleh manajemen sebagai bahan pertimbangan pengambilan keputusan manajemen serta melihat atau menilai hasil-hasil yang sudah didapatkan suatu perusahaan.
3. Mengidentifikasi, mengukur, dan melaporkan informasi keuangan
4. Dalam melakukan penilaian dan pengambilan keputusan yang jelas dan tegas bagi manajemen dalam sebuah organisasi perusahaan. Misalnya: kalkulasi biaya produk, kalkulasi biaya suatu kegiatan, kalkulasi biaya suatu departemen.
5. Menyajikan laporan-laporan
6. Sebagai suatu kegiatan untuk kepentingan pihak internal dalam rangka untuk melaksanakan proses manajemen yang meliputi suatu perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian.

Dari tujuan di atas dapat dilihat bahwa tujuan akuntansi manajemen adalah menghasilkan informasi dan alternatif akuntansi yang dapat dipilih dan digunakan untuk pengambilan keputusan internal atau keperluan manajemen dalam mengelola suatu perusahaan.

2.1.3 Proses Akuntansi Manajemen

Menurut (Firmansyah & Saepuloh, 2020) aktivitas manajemen adalah proses pokok yang dilakukan oleh manajemen untuk menjalankan perusahaan antara lain dilakukan melalui hal-hal berikut:

- a. Perencanaan (*planning*). Manajemen organisasi menentukan arah tujuan serta mengidentifikasi strategi dan metode untuk mencapainya.
- b. Pengorganisasian (*organizing*). Pengorganisasian adalah proses mengatur sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan untuk mencapai tujuan dan strateginya. Ini termasuk membangun struktur perusahaan untuk membagi tanggung jawab, tugas dan wewenang pada masing-masing divisi.
- c. Pengarahan dan pemberian motivasi (*directing/leading*). Proses ini melibatkan aktivitas operasional sehari-hari untuk memastikan bahwa operasi organisasi berjalan lancar. Ini termasuk memberikan tugas kepada karyawan, penyelesaian masalah rutin, penyelesaian konflik dan berkomunikasi dengan baik.
- d. Pengendalian (*controlling*). Pengendalian memastikan bahwa tujuan organisasi tercapai. Aktivitas manajemen ini melakukan koreksi dan mengawasi pelaksanaan rencana. Umpan balik (*feedback*), adalah informasi yang dapat digunakan untuk mengevaluasi dan memperbaiki langkah-langkah yang dilakukan dalam melaksanakan rencana, yang biasanya digunakan untuk mencapai pengendalian.

- e. Pengambilan keputusan (*decision making*) adalah proses pemilihan suatu alternatif terbaik yang tersedia. Proses pengambilan keputusan dimulai dari identifikasi masalah, identifikasi alternatif yang tersedia penutupan manfaat dan biaya setiap alternatif dan penentuan alternatif yang terbaik.

2.2 Konsep Biaya

2.2.1 Pengertian Biaya

Menurut (Salman & Farid, 2016) biaya adalah jumlah uang yang diberikan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan akan menguntungkan perusahaan baik saat ini maupun di masa mendatang. Menurut (Dunia & Abdullah, 2019) biaya adalah pengeluaran atau nilai pengorbanan yang dilakukan untuk mendapatkan barang atau jasa yang bermanfaat di masa depan atau memiliki manfaat yang berlangsung selama lebih dari satu periode akuntansi tahunan.

Adapun pengertian biaya menurut (Dewi S. R., 2019) biaya didefinisikan sebagai pengorbanan sumber ekonomi dalam bentuk uang untuk memperoleh barang atau jasa yang diharapkan akan memberikan manfaat baik sekarang maupun yang akan datang. Sedangkan menurut (Oktora, 2023) biaya (*cost*) merupakan bagian dalam mendukung pelaksanaan kinerja perusahaan dalam mencapai tujuan.

Dari pemahaman di atas, dapat disimpulkan bahwa biaya adalah biaya yang dikeluarkan untuk membeli barang atau jasa yang diharapkan akan bermanfaat bagi perusahaan baik saat ini maupun di masa mendatang. Ini berarti bahwa biaya memiliki tujuan atau manfaat yang diinginkan oleh perusahaan atau organisasi, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

2.2.2 Klasifikasi Biaya

Klasifikasi biaya diperlukan untuk mengembangkan data biaya yang dapat membantu manajemen dalam mencapai tujuannya. Manajemen dalam mengelola perusahaan atau departemennya memerlukan data biaya yang akurat, karena biaya yang akurat memungkinkan dapat ditetapkannya harga pokok produk secara teliti dan tepat (Budiartha, 2016).

Menurut (Badriah & Nurwanda, 2019) Klasifikasi biaya adalah suatu proses mengatur semua elemen biaya yang ada secara sistematis ke dalam golongan-golongan tertentu yang lebih ringkas untuk memberikan informasi yang lebih ringkas dan penting. Untuk menentukan harga pokok secara teliti, maka biaya perlu diklasifikasikan sehingga dapat dipisahkan antara biaya produksi dan yang bukan biaya produksi. Menurut (Bahri & Rahmawaty, 2019) mengklasifikasikan tindakan yang berkaitan dengan pengeluaran sebagai berikut:

1. Biaya Tetap (*Fixed Cost*)
2. Biaya Variabel (*Variable Cost*)
3. Biaya Campuran (*Mixed Cost*)

Biaya yang tidak berubah secara keseluruhan saat aktivitas bisnis meningkat atau menurun sepanjang kapasitas normal disebut biaya tetap. Biaya yang meningkat secara

keseluruhan sehubungan dengan peningkatan aktivitas bisnis dan menurun secara keseluruhan sehubungan dengan penurunan aktivitas bisnis disebut biaya variabel. Dan biaya campuran adalah biaya yang menunjukkan sifat biaya tetap dan variabel.

Biaya yang secara keseluruhan berubah sebanding dengan aktivitas atau volume produksi dalam rentang yang relevan tetapi tetap per unit disebut biaya variabel. Biaya tetap didefinisikan sebagai biaya yang secara total tetap dalam rentang relevan, atau rentang relevan, tetapi berubah secara individual. Dan biaya campuran adalah biaya yang terdiri dari biaya tetap dan variabel.

Sedangkan menurut (Dunia & Abdullah, 2019) mengatakan bahwa tiga istilah yang umum yang digunakan untuk menggambarkan biaya manufaktur adalah biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik sebagai berikut:

1. Biaya bahan baku langsung (*direct material costs*) merupakan biaya perolehan dari seluruh bahan baku langsung yang menjadi bagian utama dari sebuah barang jadi. Bahan baku langsung adalah bahan baku yang dapat ditelusuri secara mudah dan ekonomis ke objek biaya, misalnya ke barang jadi.
2. Biaya tenaga kerja langsung (*direct labour costs*) adalah gaji atau upah yang dibayarkan untuk semua tenaga kerja yang terlibat secara langsung dalam proses produksi untuk menghasilkan barang jadi.
3. Biaya *overhead* pabrik (*factory overhead*) adalah semua biaya untuk memproduksi suatu produk selain biaya bahan baku langsung dan biaya tenaga kerja langsung.

2.2.3 Penggolongan Biaya

Penggolongan biaya menurut (Budiarta, 2016), biaya dibagi menjadi 6 :

1. Penggolongan biaya menurut objek pengeluaran

Dalam penggolongan ini, biaya digolongkan sesuai dengan objek yang dibiayai. Misalnya nama objek pengeluaran bahan bakar, maka semua pengeluaran berhubungan dengan bahan bakar disebut biaya bahan bakar. Contoh penggolongan biaya atas dasar objek pengeluaran adalah biaya gaji dan upah, biaya depresiasi mesin, biaya asuransi, dan biaya bunga. Dalam perusahaan perhotelan biaya-biaya yang dikeluarkan biasanya untuk membiayai kamar, *food & beverage*, *swimming pool*, personalia dll, maka biaya-biaya diklasifikasikan menjadi: biaya kamar, biaya *food & beverage*, biaya *swimming pool* dan biaya personalia.

2. Penggolongan biaya menurut fungsi pokok dalam perusahaan

Dalam perusahaan manufaktur, memiliki tiga fungsi utama: produksi, pemasaran, dan administrasi dan umum. Akibatnya, biaya dikelompokkan menjadi tiga kelompok:

1. Biaya produksi. Merupakan biaya-biaya yang terjadi dalam rangka mengubah bahan baku menjadi barang jadi. Perubahan ini biasanya melalui suatu proses produksi. Selama proses produksi diperlukan banyak biaya seperti biaya bahan baku, biaya upah langsung, upah tak langsung, biaya bahan pembantu, biaya listrik, biaya perbaikan, biaya air, biaya penyusutan mesin pabrik dll. Secara

umum, biaya produksi dapat diklasifikasikan menjadi: biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik.

2. Biaya pemasaran. Merupakan biaya-biaya yang terjadi dalam rangka kegiatan pemasaran produk. Contohnya, biaya iklan baik melalui media cetak (koran) maupun media elektronik (tv).
3. Biaya administrasi dan umum. Biaya ini merupakan biaya-biaya yang tidak secara langsung membentuk produk yang dihasilkan, tetapi merupakan biaya penunjang kegiatan perusahaan. Contohnya, biaya gaji bagian keuangan dan akuntansi, gaji bagian personalia, sewa kantor, asuransi, perbaikan kantor, biaya alat tulis, biaya telepon, listrik, air, penyusutan inventaris kantor dll.
3. Penggolongan biaya menurut hubungan biaya dengan departemen yang dibiayai
 Dalam hubungan ini, biaya-biaya yang terjadi dapat diklasifikasikan menjadi biaya langsung departemen dan biaya tidak langsung departemen. Contoh biaya langsung departemen adalah biaya bahan bakar solar untuk departemen listrik dan energi, maka biaya ini adalah biaya langsung departemen listrik dan energi. Biaya tidak langsung departemen adalah biaya yang tidak dapat secara langsung dihubungkan dengan departemen di mana biaya tersebut terjadi. Seperti contoh sebuah gedung pabrik yang terdapat di dalamnya departemen listrik dan energi, maka biaya penyusutan gedung pabrik merupakan biaya tidak langsung bagi departemen listrik dan energi.
4. Perilaku biaya dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan
 Dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan, maka biaya dapat dikategorikan menjadi: biaya variabel, biaya tetap, biaya semi variabel dan biaya *semi fixed*. Biaya bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung adalah contoh biaya variabel, yaitu biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap dalam rentangan tertentu. Contohnya, biaya penyusutan mesin, biaya gaji direktur produksi. Biaya yang jumlah totalnya berubah tetapi tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan disebut sebagai biaya semi variabel. Biaya tetap dan variabel termasuk dalam kategori biaya ini. Biaya semi-tetap adalah biaya yang tetap untuk tingkat volume kegiatan tertentu dan berubah dengan jumlah yang konstan pada volume produksi tertentu. Contohnya, gaji presiden direktur, asuransi kecelakaan buruh dll.
5. Jangka waktu manfaatnya

Atas dasar manfaat biaya yang dikeluarkan, maka biaya dapat diklasifikasikan menjadi: pengeluaran penghasilan (*revenue expenditure*) dan pengeluaran modal (*capital expenditure*). Biaya yang hanya menguntungkan pada saat pengeluaran terjadi disebut sebagai pengeluaran penghasilan. Pada saat pengeluaran terjadi, biaya tersebut dianggap sebagai biaya dan kemudian digabungkan dengan keuntungan yang diperoleh dari pengeluaran tersebut. Biaya yang menguntungkan dalam lebih dari satu periode akuntansi disebut pengeluaran modal. Pengeluaran modal ini dibebankan pada saat terjadinya sebagai harga pokok aktiva dan

dibebankan dalam tahun-tahun yang menikmati manfaatnya dengan cara didepresiasi, diamortisasi, atau didepleksi.

Walaupun secara jelas dikatakan bahwa pengeluaran yang mempunyai manfaat lebih dari setahun dikategorikan sebagai pengeluaran modal dan pengeluaran tersebut dikapitalisasi, tetapi jika jumlahnya tidak material, maka pengeluaran tersebut dianggap sebagai pengeluaran penghasilan. Jadi, diperlukan suatu kebijakan manajemen untuk mengklasifikasikan batas-batas pengeluaran yang dikapitalisasi dan dibiayakan.

2.3 Harga Pokok Produksi

2.3.1 Pengertian Harga Pokok Produksi

Adapun pengertian harga pokok produksi (*cost of goods manufactured*) menurut (Bahri & Rahmawaty, 2019) merupakan total biaya yang dikeluarkan selama proses produksi hingga produk masuk ke persediaan barang jadi dalam jangka waktu tertentu. Biaya produksi, juga dikenal sebagai biaya produksi, adalah biaya yang terlibat dalam proses manufaktur suatu produk, yang terdiri dari bahan langsung, tenaga kerja langsung, dan *overhead* pabrik.

Menurut (Nofiani & Komariah, 2022) secara umum, harga pokok produksi adalah total biaya sumber ekonomi yang digunakan untuk mengubah bahan baku menjadi produk. Sedangkan menurut (Ismayanti & Arifin, 2023) harga pokok penjualan adalah pengeluaran atau beban yang dikeluarkan secara langsung maupun tidak langsung guna memproduksi barang dan jasa untuk kemudian diperjual belikan atau digunakan sendiri.

Maka dapat disimpulkan bahwa harga pokok produksi adalah biaya yang dihitung dari awal proses produksi hingga siap dijual. Ini mencakup semua biaya yang digunakan untuk mengubah bahan baku menjadi produk. Biaya tersebut meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik.

2.3.2 Manfaat Harga Pokok Produksi

Manfaat harga pokok produksi menurut (Fadli & Ramayanti, 2020), dengan menggunakan informasi harga pokok produksi yang dihitung untuk jangka waktu tertentu, manajemen dapat menentukan harga jual produk, mengawasi realisasi biaya produksi, menghitung laba atau rugi secara berkala, dan menentukan harga pokok persediaan produk jadi dan produk dalam proses yang disajikan dalam neraca. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tujuan dan keuntungan harga pokok produksi adalah sebagai berikut:

1. Sebagai dasar dalam penetapan harga jual

Biaya produksi dihitung untuk jangka waktu tertentu untuk menghasilkan informasi tentang biaya produksi persatuan produk. Biaya produksi per unit adalah salah satu data yang dipertimbangkan untuk menentukan harga jual produk.

2. Sebagai alat untuk menilai efisiensi proses produksi

Dalam proses produksi, informasi biaya produksi yang dikeluarkan dalam jangka waktu tertentu digunakan untuk memastikan apakah total biaya produksi yang dikeluarkan sesuai dengan yang diperhitungkan sebelumnya. Dalam kasus ini, informasi biaya produksi digunakan untuk membandingkan antara apa yang direncanakan dan apa yang dilakukan.

3. Sebagai alat untuk memantau realisasi biaya produksi

Jika rencana produksi untuk jangka waktu tertentu telah ditetapkan, manajemen memerlukan informasi tentang biaya produksi yang sebenarnya dikeluarkan selama pelaksanaannya. Akibatnya, akuntansi biaya digunakan untuk mengumpulkan informasi tentang biaya produksi yang dikeluarkan dalam jangka waktu tertentu untuk memastikan apakah proses produksi benar-benar menghabiskan semua biaya produksi yang dipertimbangkan sebelumnya.

4. Untuk menentukan laba atau periodik

Laba atau rugi bruto dapat dihitung dengan membandingkan biaya produksi produk dengan harga jualnya. Untuk menentukan kontribusi produk dalam menutup biaya non-produksi dan menghasilkan laba atau rugi, diperlukan data laba atau rugi bruto.

5. Menilai dan menentukan harga pokok persediaan proses yang disajikan dalam neraca

Saat manajemen diminta untuk membuat pertanggungjawaban secara berkala, mereka harus menyajikan laporan keuangan, termasuk neraca dan laporan laba rugi persediaan. Laporan ini harus mencakup harga pokok persediaan produk jadi dan produk dalam proses. Biaya yang melekat pada produk jadi yang belum terjual disajikan dalam harga pokok persediaan produk jadi dalam neraca. Biaya produksi yang melekat pada produk yang masih dalam proses pada tanggal neraca. Harga pokok persediaan disajikan dalam neraca selama proses pengerjaan.

Dengan mempertimbangkan pendapat para ahli di atas tentang manfaat biaya produksi, dapat disimpulkan bahwa biaya produksi harus digunakan untuk menentukan harga jual produk, mengawasi realisasi biaya produksi, dan menentukan keuntungan dan kerugian.

2.3.3 Metode Penentuan Harga Pokok Produksi

Menurut (Sujarweni, 2015) dalam (Nurandini, 2022) untuk kelangsungan hidup dan kemajuan perusahaan, tujuan utama suatu perusahaan adalah untuk memperoleh keuntungan. Jumlah produk yang harus diproduksi, biaya produksi per unit, dan harga jual per unit produk adalah tiga komponen utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam usaha memperoleh laba tersebut. Untuk menghitung biaya pokok produksi, perusahaan harus mempertimbangkan berapa biaya produksi yang harus dikeluarkan. Beberapa metode dapat digunakan oleh perusahaan untuk menentukan harga pokok produksinya, seperti:

1. Full Costing

Metode *full costing* atau sering disebut harga pokok produksi konvensional adalah metode untuk menentukan harga pokok produksi dengan membebankan semua biaya produksi tetap maupun variabel pada produk yang dihasilkan. Metode ini mengambil semua komponen ke dalam biaya produksi, termasuk: biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik, baik yang berperilaku variabel maupun tetap. Berikut adalah komponen biaya yang termasuk dalam perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode *full costing*.

Tabel 2.1 Penentuan Harga Pokok Produksi dengan Metode Full Costing

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

Dalam metode *full costing*, biaya *overhead* pabrik tetap, yang dikenal sebagai biaya berperilaku tetap, akan dimasukkan ke dalam harga persediaan dalam proses dan harga persediaan produk jadi yang belum laku terjual. Jika produk tersebut laku terjual, biaya tersebut akan dianggap sebagai harga pokok penjualan.

Tabel 2.2 Penentuan Harga Pokok Produksi dengan Metode Full Costing

Harga Pokok Produksi	xxx	
Biaya Administrasi Umum	xxx	
Biaya Pemasaran	<u>xxx</u>	
Harga Pokok Produk		xxx

2. Variabel Costing

Metode *variabel costing* adalah metode penentuan harga pokok produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku variabel, yang mencakup biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya *overhead* pabrik variabel. Berikut adalah komponen biaya yang termasuk dalam perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode *variabel costing*.

Tabel 2.3 Penentuan Harga Pokok Produksi dengan Metode Variable Costing

Biaya Bahan Baku	xxx	
Biaya Tenaga Kerja Langsung	xxx	
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik Langsung	<u>xxx</u>	
Harga Pokok Produksi variabel		xxx

Biaya *overhead* pabrik tetap pada metode *variable costing* dianggap sebagai periode biaya. Dengan demikian, biaya *overhead* pabrik tetap tidak terpengaruh baik pada produk dalam proses maupun produk yang belum laku terjual. Dalam menentukan harga pokok produk untuk kelompok biaya tetap, unsur biaya *overhead* pabrik tetap akan diperhitungkan.

3. *Activity Based Costing* (ABC)

Metode Activity Based Costing (ABC) adalah metode untuk mengumpulkan biaya ke produk dengan berbagai penggerak biaya. Ini dilakukan dengan melacak biaya aktivitas ke produk. Mengidentifikasi biaya aktivitas dan kemudian mengarahkannya ke produk adalah bagian dari menyusun sistem *activity based costing*. Tujuan *activity based costing* adalah untuk mengatur biaya produksi berdasarkan aktivitas yang dilakukan, kemudian mengatur biaya berdasarkan aktivitas-aktivitas tersebut.

2.3.4 Unsur-Unsur Harga Pokok Produksi

Menurut (Faradela & Anggriani, 2022) harga pokok produksi terdiri dari tiga komponen: biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya pabrik tidak langsung. Biaya bahan baku mencakup biaya yang berhubungan langsung dengan proses produksi barang. Biaya yang dibayarkan kepada karyawan yang terlibat langsung dalam proses produksi dikenal sebagai biaya tenaga kerja langsung. Biaya yang tidak termasuk dalam biaya bahan baku dan tenaga kerja langsung termasuk dalam biaya pabrik tidak langsung.

Sedangkan menurut (Mulyadi, 2019) harga pokok produksi adalah total biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk membuat barang atau jasa. Harga pokok produksi terdiri dari tiga komponen, yaitu biaya bahan baku langsung (BBL), biaya tenaga kerja langsung (BTKL), dan biaya *overhead* pabrik (BOP). Berikut ini adalah tiga komponen yang membentuk harga pokok produksi, yaitu

1. Biaya Bahan Baku Langsung (BBL)

Biaya bahan baku langsung adalah biaya yang terkait langsung dengan produksi suatu produk dan dapat diatribusikan secara langsung ke produk tersebut. Biaya bahan mentah langsung terdiri dari biaya untuk membeli bahan mentah atau material, mengirimkannya, dan menyimpannya.

2. Tenaga Kerja Langsung (BTKL)

Biaya tenaga kerja langsung adalah biaya yang timbul dari tenaga kerja yang langsung terlibat dalam proses produksi. Biaya ini mencakup upah dan tunjangan yang diterima oleh pekerja yang terlibat langsung dalam proses produksi, seperti operator mesin atau pekerja pabrik.

3. Biaya *Overhead* Pabrik (BOP)

Biaya *overhead* pabrik adalah biaya produksi yang tidak dapat diatribusikan secara langsung ke suatu produk atau pekerjaan tertentu, namun masih terkait dengan aktivitas produksi. Biaya produksi, yang mencakup biaya *overhead* pabrik, dibagi menjadi beberapa kategori berikut:

a. Biaya bahan penolong.

Bahan penolong adalah bahan yang tidak termasuk dalam produk jadi atau bahan yang nilainya relatif kecil dibandingkan dengan harga pokok produksinya.

b. Biaya reparasi dan pemeliharaan.

Biaya reparasi dan pemeliharaan terdiri dari biaya suku cadang (*spare parts*),

biaya bahan habis pakai (*factory supplies*), dan biaya perolehan jasa dari pihak luar perusahaan. Biaya ini mencakup perbaikan dan pemeliharaan seluruh emplasemen, perusahaan, bangunan, mesin, kendaraan, perkakas laboratorium, dan aktiva tetap lainnya yang digunakan untuk keperluan pabrik.

c. Biaya tenaga kerja tidak langsung.

Tenaga kerja pabrik yang upahnya tidak dapat diperhitungkan secara langsung dengan produk atau pesanan tertentu disebut tenaga kerja tidak langsung.

d. Biaya yang timbul sebagai akibat berlalunya waktu.

Biaya yang berlangsung lama, termasuk asuransi gedung dan emplasemen, asuransi mesin ekuipmen, asuransi kendaraan, asuransi kecelakaan karyawan, dan amortisasi kerugian trial-run.

e. Biaya *overhead* pabrik yang secara langsung memerlukan pengeluaran uang tunai.

Biaya *overhead* pabrik yang termasuk ke dalam kelompok ini antara lain adalah diserahkan kepada pihak luar perusahaan, biaya listrik PLN dan lainnya.

2.4 Sistem Metode *Full Costing*

2.4.1 Pengertian Sistem Metode *Full Costing*

Penetapan harga pokok produk melalui metode *full costing* terdiri dari biaya bahan baku yaitu biaya untuk bahan baku yang akan dipakai guna membuat suatu barang, setelah itu biaya tenaga kerja merupakan biaya yang digunakan untuk membayar orang yang bekerja untuk membuat suatu produk tersebut. Dan yang terakhir adalah biaya *overhead*, yang merupakan biaya diluar biaya tenaga kerja dan biaya bahan baku. Biaya *overhead* terdapat dua macam bagian, yaitu biaya *overhead* tetap dan biaya *overhead* variabel dimana biaya *overhead* variabel ini yaitu biaya yang berubah tergantung dari perubahan volume kegiatan dalam produksi (Nurandini, 2022).

Menurut (Nofiani & Komariah, 2022) metode *full costing* adalah cara menentukan harga pokok produksi dengan mempertimbangkan semua elemen biaya, termasuk biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, serta biaya *overhead* pabrik, baik yang bersifat variabel maupun tetap. Sedangkan menurut (Fadli & Ramayanti, 2020) *full costing* adalah metode perhitungan yang komprehensif untuk menetapkan harga pokok produk, dengan mengalokasikan semua biaya produksi, baik yang tetap maupun variabel, pada barang yang diproduksi. Metode ini sering dikenal dengan *absortion* atau *conventional costing*.

Selain itu menurut (Theny & Manossoh, 2021) *full costing* merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya *overhead* pabrik, baik variabel maupun tetap ditambah dengan biaya non produksi (biaya pemasaran, biaya administrasi dan umum).

(Faradela & Anggriani, 2022), menyatakan bahwa kos produksi berdasarkan metode *full costing* terdiri dari unsur biaya produksi diantaranya yaitu:

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

Penentuan harga pokok produksi dengan metode *full costing* biasanya digunakan untuk menyusun laporan keuangan bagi pihak eksternal. Laporan laba rugi yang dibuat dengan metode ini fokus pada penyajian elemen biaya berdasarkan hubungan biaya dengan fungsi utama di perusahaan, yaitu fungsi produksi, pemasaran, serta administrasi dan umum. Oleh karena itu, laporan laba rugi yang menggunakan metode *full costing* akan terlihat seperti berikut:

Penjualan	Rp xxx
Harga pokok penjualan	<u>Rp xxx -</u>
Laba kotor atas penjualan	Rp xxx
Biaya komersial :	
Pemasaran	Rp xxx
Administrasi dan umum	<u>Rp xxx +</u>
Laba bersih	Rp xxx

2.4.2 Kelebihan Sistem Metode *Full Costing*

Menurut (Agustina & Syafril, 2020) *full costing* mencakup semua pendapatan yang diperoleh dan semua sumber daya yang digunakan oleh suatu objek informasi. Elemen yang membentuk informasi akuntansi penuh meliputi total aset, total pendapatan, dan total biaya. Jika informasi akuntansi penuh berkaitan dengan aset, maka disebut aset penuh (*full assets*). Beberapa manfaat dari *full costing* antara lain:

1. Pelaporan laporan keuangan
2. Analisis profitabilitas
3. Mengetahui biaya yang telah dikeluarkan untuk suatu hal
4. Penentuan harga jual dalam kontrak tipe biaya
5. Penetapan harga jual normal
6. Penentuan harga transfer
7. Penetapan harga jual yang diatur oleh pemerintah
8. Penyusunan program

Selain itu menurut (Senastri, 2021) kelebihan yang akan diperoleh saat menggunakan metode *full costing* adalah sebagai berikut ini.

1. Menampilkan Biaya *Overhead* Secara Komprehensif: *Full costing* memungkinkan perusahaan untuk menampilkan jumlah biaya *overhead* secara komprehensif karena metode ini memasukkan baik biaya *overhead* tetap maupun variabel.
2. Penundaan Beban Biaya *Overhead*: Metode ini memungkinkan penundaan dalam beban biaya *overhead* saat produk belum laku dijual di pasaran, sehingga biaya tersebut melekat pada produk hingga terjual.
3. Akurasi Biaya Produksi: Dengan mempertimbangkan semua pengeluaran yang mungkin terjadi, *full costing* memberikan gambaran yang lebih akurat mengenai biaya produksi sebuah usaha
4. Persediaan yang Lebih Tinggi: Karena semua biaya tetap dihitung dalam biaya produksi, jumlah persediaan menjadi lebih tinggi selama produk belum terjual.
5. Komprehensif dalam Penentuan HPP: *Full costing* memasukkan semua biaya yang digunakan dalam proses produksi, sehingga penentuan Harga Pokok Produksi (HPP) menjadi lebih menyeluruh.

2.4.3 Kekurangan Sistem Metode *Full Costing*

Menurut (Senastri, 2021) metode *full costing* memiliki beberapa kekurangan, antara lain:

1. Harga Jual Lebih Tinggi: Menggunakan metode *full costing* dapat mengakibatkan harga jual produk menjadi lebih tinggi dibandingkan dengan metode *variable costing* karena semua biaya produksi dialokasikan ke setiap unit produk.
2. Kurang Responsif Terhadap Perubahan Volume Produksi: Karena melibatkan biaya tetap, metode ini kurang responsif terhadap perubahan dalam volume produksi atau permintaan, sehingga perhitungan biaya yang dihasilkan mungkin tidak mencerminkan perubahan biaya sebenarnya yang terjadi.
3. Pembengkakan Biaya Produksi: Dalam *full costing*, semua biaya produksi dialokasikan secara proporsional ke produk akhir, yang dapat menyebabkan pembengkakan biaya produksi.
4. Tidak Memperhitungkan Variabilitas Permintaan: Metode ini tidak memperhitungkan variabilitas permintaan pasar, yang dapat mempengaruhi profitabilitas perusahaan.
5. Terbatas pada Bisnis Produksi Bahan Pokok: Metode *full costing* umumnya hanya digunakan dalam bisnis bidang produksi bahan pokok masyarakat dan mungkin tidak cocok untuk semua jenis bisnis.

2.4.4 Dampak Sistem Metode *Full Costing*

Tarif keseluruhan pabrik dan tarif departemen dalam beberapa situasi tidak berfungsi dengan baik dan dapat menyebabkan distorsi biaya produk yang signifikan menurut (Agustina & Syafril, 2020). Faktor yang menyebabkan tarif pabrik menyeluruh dan tarif departemen berdasarkan unit tidak mampu membebaskan biaya *overhead* secara akurat adalah karena proporsi biaya *overhead* pabrik yang terkait dengan unit terhadap total biaya *overhead* sangat besar, serta tingginya tingkat

keragaman produk. Penggunaan tarif keseluruhan pabrik dan departemen didasarkan pada asumsi bahwa penggunaan sumber daya *overhead* berkaitan erat dengan unit yang diproduksi. Keanekaragaman produk menunjukkan bahwa setiap produk mengkonsumsi aktivitas *overhead* dalam proporsi yang berbeda. Biaya produk akan terdistorsi jika *overhead* berdasarkan unit dikonsumsi oleh *overhead* non-unit. Seringkali, organisasi menunjukkan tanda-tanda bahwa sistem akuntansi biaya mereka sudah usang.

2.5 Harga Jual

2.5.1 Pengertian Harga Jual

Penetapan harga jual harus dilakukan dengan tepat dan akurat agar perusahaan dapat bertahan dan memproduksi produk di tengah persaingan. Perubahan harga, baik kecil maupun besar, akan berdampak signifikan pada jumlah penjualan produk. Oleh karena itu, perusahaan harus berhati-hati dalam menentukan harga jual dengan mempertimbangkan berbagai faktor. Jika terjadi kesalahan dalam penetapan harga jual, perusahaan bisa mengalami kerugian atau kehilangan pelanggan karena harga jual yang terlalu rendah atau terlalu tinggi (Luvita, 2021).

Pada umumnya harga jual produk atau jasa ditentukan berdasarkan penjumlahan semua biaya baik yang bersifat produksi maupun non produksi. Menurut (Bahri & Rahmawaty, 2019) harga jual adalah nilai yang ditetapkan untuk memberikan produk kepada konsumen, yang mencakup manfaat dari memiliki atau menggunakan produk tersebut pada waktu tertentu. Setiap perusahaan harus menetapkan harga jual produk dengan tepat agar dapat berhasil dalam memasarkan barang atau jasa.

Adapun menurut (Permana, 2020) harga jual adalah jumlah uang yang diberikan oleh suatu perusahaan kepada pelanggan atas barang dan jasa yang dijualnya. Sedangkan menurut (Hestingsih, 2022) harga jual adalah biaya produksi yang diberikan oleh suatu bidang usaha kepada konsumen atas produk yang membutuhkan pertimbangan dalam pengambilan keputusan terkait penetapannya.

Berdasarkan definisi dari penelitian-penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa harga jual adalah jumlah uang yang ditetapkan oleh penjual sebagai kompensasi (uang maupun barang) untuk produk atau jasa yang ditawarkan kepada pembeli.

2.5.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penetapan Harga Jual

Dalam menetapkan harga jual di pasaran, perusahaan harus mempertimbangkan faktor-faktor berikut menurut (Lestari & Permana, 2021) di antaranya adalah:

1. Strategi pemasaran yang dijalankan oleh perusahaan

Faktor pertama yang mempengaruhi manajemen harga adalah soal strategi pemasaran. Semakin baik strategi pemasaran yang dilakukan oleh sebuah perusahaan, akan memungkinkan pihak perusahaan untuk menyajikan tawaran harga yang lebih ramah kepada konsumen. Laba akan tertutupi dari kemampuan dan strategi pemasaran kreatif yang dijalankan oleh pihak perusahaan. Kreativitas merupakan modal untuk mampu bersaing lebih baik di tengah pasar. Namun apabila

pemasaran yang dilakukan tidak maksimal dan tidak menggunakan cara-cara baru, langkah yang dilakukan adalah dengan upaya peningkatan harga jual. Hal ini tentunya akan sedikit berdampak kepada minat konsumen terhadap produk atau layanan jasa yang ditawarkan.

2. Kualitas dan inovasi produk

Di dalam manajemen harga, faktor kualitas dan inovasi produk perusahaan menjadi salah satu faktor penting yang akan mempengaruhi kebijakan dalam menetapkan harga jual. Apabila perusahaan yakin bahwa kualitas produknya berada di atas rata-rata dengan tawaran inovasi yang cukup baik, maka perusahaan bisa menetapkan harga jual yang lebih tinggi dari harga pasar. Hal tersebut tentunya juga bertujuan untuk menutupi biaya produksi yang dikeluarkan untuk menghasilkan sebuah produk berkualitas.

3. Harga pesaing

Faktor yang mempengaruhi manajemen harga jual yang selanjutnya adalah harga dari produk saingan. Semakin tinggi tingkat persaingan harga, maka akan semakin sulit bagi perusahaan menetapkan harga yang menguntungkan bagi perusahaan. Akibatnya perusahaan dituntut lebih kreatif untuk mencari pasar atau area penjualan baru dengan tingkat pesaing yang masih rendah. Harga pesaing jika tidak diperhatikan maka akan berdampak pada tidak lakunya produk di pasaran.

4. Ketersediaan serta jumlah harga dari produk pengganti

Hal lain yang perlu diperhatikan dalam manajemen harga penjualan adalah ketersediaan serta jumlah harga produk pengganti yang ada. Produk pengganti ini adalah pesaing. Semakin banyak tingkat ketersediaan jumlah barang pengganti serta harganya yang juga terjangkau oleh konsumen, artinya perusahaan harus semakin bisa menekan harga jual agar mampu bersaing dengan produk-produk di pasaran.

Strategi penetapan harga menjadikan tantangan yang semakin meningkat bagi banyak perusahaan, karena regulasi, informasi dari pembeli, persaingan global yang ketat, pertumbuhan pasar yang lambat dan peluang perusahaan untuk meningkatkan posisi pasarnya. Pada akhirnya, harga berdampak pada kinerja keuangan dan berpengaruh penting pada nilai penempatan posisi merek di benak pelanggan. Harga juga bisa menjadi sebuah cerminan kualitas produk manakala pelanggan sulit mengevaluasi produk yang kompleks.

Menurut pendapat (Horngren & Datar, 2016) dalam (Choerotunnisa, 2023) mengatakan bahwa harga jual dipengaruhi oleh tiga hal, yaitu:

1. Permintaan pasar

Salah satu faktor utama yang mempengaruhi harga jual suatu produk adalah permintaan pasar. Jika permintaan terhadap produk tersebut tinggi, harga jualnya juga cenderung tinggi; sebaliknya, jika permintaan rendah, harga jualnya cenderung lebih rendah untuk menarik konsumen.

2. Biaya produksi

Biaya produksi juga mempengaruhi harga jual produk. Harga jual produk cenderung lebih tinggi jika biaya produksi tinggi, tetapi jika biaya produksi rendah, harga jual

produk dapat lebih rendah atau sesuai dengan harga pasar agar tetap bersaing.

3. Persaingan

Selain itu, persaingan di pasar mempengaruhi harga produk. Jika ada banyak pesaing yang menjual barang serupa, harga jual produk cenderung lebih rendah untuk tetap bersaing. Namun, jika produk memiliki keunggulan atau kualitas yang lebih baik, harga jual produk dapat lebih tinggi untuk menunjukkan nilai tambah.

2.5.3 Penentuan Harga Jual

Penetapan harga jual sangat penting bagi perusahaan karena menentukan keuntungan yang diharapkan. Jika harga jual terlalu tinggi, pelanggan mungkin beralih ke pesaing yang menawarkan barang atau jasa dengan kualitas yang sama dengan harga yang lebih murah. Dalam hal ini, perusahaan dapat mengalami kerugian dalam jangka panjang karena kehilangan pelanggan dan penurunan laba. Sebaliknya, jika harga jual terlalu rendah, perusahaan dapat mengalami kerugian karena harga jual tidak mampu menutupi semua biaya produksi. (Nurandini, 2022).

Menurut (Agustina & Syafril, 2020) pendekatan umum dalam menetapkan harga jual adalah dengan menambahkan perkiraan laba (*mark-up*) pada harga pokok. *Mark-up* adalah selisih antara harga jual dan harga pokok produk, biasanya dinyatakan sebagai persentase tertentu dari harga pokok produksi. Pendekatan ini dikenal sebagai *cost plus pricing* karena persentase *mark-up* yang telah ditentukan sebelumnya ditambahkan pada harga pokok untuk menentukan harga jual. Sedangkan menurut (Dewi N. K., 2023) keputusan dalam menetapkan harga jual sangat penting bagi perusahaan karena dapat mempengaruhi laba yang ingin dicapai dan kelangsungan hidup perusahaan. Oleh karena itu, penetapan harga jual yang tepat harus dihitung dengan cermat, selalu dievaluasi, dan disesuaikan dengan kondisi yang dihadapi perusahaan. Jika harga jual ditetapkan terlalu rendah, perusahaan bisa mengalami kerugian dan kontinuitas usaha dapat terganggu akibat kerugian yang terus-menerus.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa penetapan harga jual sangat penting bagi perusahaan karena merupakan dasar dalam menentukan keuntungan yang diharapkan. Jika harga jual terlalu tinggi, pelanggan mungkin beralih ke pesaing dengan barang atau jasa yang serupa dengan harga lebih murah. Agar perusahaan dapat bertahan dalam persaingan yang semakin ketat, penetapan harga jual harus dilakukan dengan benar dan akurat. Perubahan harga, baik kecil maupun besar, akan berdampak besar pada jumlah penjualan produk, jadi perusahaan harus berhati-hati saat menetapkan harga jual. Kesalahan dalam menetapkan harga dapat menyebabkan pelanggan kehilangan uang atau kehilangan pelanggan karena harga yang terlalu tinggi atau terlalu rendah (Nurandini, 2022).

2.5.4 Penentuan Harga Jual dengan Metode *Cost Plus Pricing*

Metode *cost plus pricing* merupakan metode pendekatan perusahaan untuk dapat menentukan harga jual produk persatuan, dimana dengan harga jual yang telah ditetapkan akan mampu menutupi seluruh biaya yang dikeluarkan selama proses

produksi dan menghasilkan tingkat pengembalian investasi yang diinginkan perusahaan. Perusahaan harus mempertimbangkan sejumlah faktor saat membuat keputusan tentang biaya dan jumlah unit yang terjual, seperti jumlah biaya yang diperlukan untuk memproduksi setiap jenis produk atau per unit. Dengan demikian, perusahaan dapat mengetahui kontribusi margin produk per jenis dan per unit (Nurandini, 2022).

Metode *cost plus pricing* merupakan metode penentuan harga jual dengan metode biaya berdasarkan biaya produksi dan biaya non produksi yang tidak dapat dipisahkan dari penentuan harga pokok produksi. Dalam metode *cost plus pricing* semakin perusahaan memproduksi jumlah semakin banyak maka harga jualnya semakin murah, sebaliknya semakin perusahaan memproduksi sedikit maka harga jualnya akan semakin mahal. Hal ini dikarenakan adanya biaya tetap yang dikeluarkan tiap bulannya sama. Jadi semakin perusahaan memproduksi dalam jumlah yang banyak maka biaya tetap per unit semakin sedikit. Biaya per unit yang besar akan menambah harga jual (Luvita, 2021).

Metode *cost plus pricing* adalah pendekatan *full costing* untuk menentukan harga jual di mana metode biaya didasarkan pada biaya produksi dan biaya non-produksi. Metode ini terkait erat dengan harga pokok produksi. Biaya tetap yang dikeluarkan setiap bulan selama proses produksi akan tetap sama, yang berarti biaya tetap akan timbul tidak peduli apakah kegiatan produksi meningkat atau rendah. Ini karena biaya tetap tidak dipengaruhi oleh perubahan volume aktivitas produksi atau kegiatan.

Metode *cost plus pricing* adalah cara untuk menentukan harga jual produk. Ini menggunakan biaya produksi dan penjualan serta tambahan *mark-up* yang layak untuk menentukan harga jual (Purnama & Muchlis, 2019). Metode *cost plus pricing* juga merupakan metode penentuan harga melalui pendekatan biaya yang didasarkan atas biaya produksi maupun non produksi yang tidak lepas dari penentuan harga pokok produksi. Metode *cost plus pricing* juga adalah metode untuk menentukan harga jual produk persatuan, dimana dengan harga jual yang telah ditetapkan akan mampu menutupi seluruh biaya yang dikeluarkan selama proses produksi dan menghasilkan tingkat pengembalian investasi yang diinginkan perusahaan.

Sedangkan Menurut (Sari, 2018) menyatakan bahwa pendekatan metode *cost plus pricing*, yang berarti harga jual produk harus memenuhi semua biaya bisnis, termasuk biaya produksi dan biaya non-produksi seperti administrasi umum dan pemasaran. Untuk menentukan harga jual produk standar, metode yang umum adalah menggunakan formula *cost plus*. Menurut pendekatan ini, harga jual adalah biaya (*cost*) ditambah dengan markup sebesar persentase tertentu dari biaya tersebut. *Mark-up* harus ditentukan sedemikian rupa sehingga laba yang diinginkan dapat tercapai. Dalam pendekatan ini, terdapat empat metode untuk menentukan harga jual yaitu :

1. Biaya Produksi Penuh (*Full Costing*). Pendekatan ini menggabungkan biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, dan *overhead* pabrik yang tetap dan variabel.
2. Biaya Penuh (*Full Cost*). Biaya total perusahaan, yang terdiri dari biaya produksi total (variabel *plus* tetap) dan biaya non produksi total (variabel *plus* tetap), dikenal

sebagai total biaya.

3. Biaya Produksi Variabel (*Variable Costing*). Pendekatan ini menganggap biaya produk hanya terdiri dari biaya variabel yang diperlukan untuk membuat produk. Elemen biaya produk hanya terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik variabel; *overhead* pabrik tetap dianggap sebagai biaya periode, bukan biaya produksi (*period cost*).
4. Biaya Variabel (*Variable Cost*). *Variable cost* adalah seluruh biaya variabel baik biaya produksi variabel maupun biaya non produksi variabel.

2.6 Penelitian Sebelumnya

Dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengenai perhitungan harga pokok produksi dalam menentukan harga jual, terdapat beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini yang dapat dijadikan tinjauan pustaka, yaitu beberapa penelitian berikut:

Tabel 2.4 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti, Tahun & Judul Peneliti	Variabel yang Diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1	Dian Purnama dan Saiful Muchlis, (2019), Harga Pokok Produksi Dalam Menentukan Harga Jual Melalui Metode <i>Cost Plus Pricing</i> Dengan Pendekatan <i>Full Costing</i>	Variabel independen: Harga Pokok Produksi Variabel dependen: Harga Jual	<ul style="list-style-type: none"> • Harga Jual Produk • <i>Cost Plus Pricing</i> 	Metode analisis deskriptif kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa perhitungan harga pokok produksi perusahaan lebih rendah dibandingkan dengan perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode <i>full costing</i> . Selain itu, penetapan harga jual menggunakan metode <i>cost plus pricing</i> lebih rendah dibandingkan menurut perusahaan.
2	Efa Agustina dan Refky Syafril, (2020), Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Pada Pabrik Tahu Makmur Dengan Metode <i>Full Costing</i>	Variabel independen: Harga Pokok Produksi Variabel dependen: Harga Jual	<ul style="list-style-type: none"> • Harga Jual Produk • <i>Cost Plus Pricing</i> 	Metode analisis deskriptif	Hasil perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode <i>full costing</i> lebih besar dari perhitungan metode harga pokok produksi perusahaan. Perbedaan tersebut terjadi disebabkan karena pembebanan biaya <i>overhead</i> pabrik yang dihitung menggunakan

No	Nama Peneliti, Tahun & Judul Peneliti	Variabel yang Diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
					metode <i>full costing</i> lebih teliti dan terperinci.
3	Ilham Nurizki Fadli dan Rizka Ramayanti, (2020), Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Berdasarkan Metode <i>Full Costing</i> (Studi Kasus Pada UKM Digital Printing Prabu)	Variabel independen: Harga Pokok Produksi	<ul style="list-style-type: none"> • Harga Jual Produk • <i>Full Costing</i> 	Metode analisis deskriptif	Hasil penelitian memperlihatkan bahwa perhitungan harga pokok produksi berdasarkan metode <i>full costing</i> menunjukkan angka yang lebih tinggi dari perhitungan harga pokok produksi berdasarkan metode perusahaan.
4	Ashar Basyir, (2021), Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode <i>Full Costing</i> Sebagai Penentuan Harga Jual (Studi Kasus: Warung Kedai Kopi)	Variabel independen: Harga Pokok Produksi Variabel dependen: Harga Jual	<ul style="list-style-type: none"> • Harga Jual Produk • <i>Cost Plus Pricing</i> 	Metode analisis kuantitatif	Hasil penelitian harga pokok produksi dengan menggunakan metode <i>full costing</i> dan harga jual menggunakan metode <i>cost plus pricing</i> lebih besar dari perhitungan metode perusahaan. Karena tidak memasukkan seluruh unsur biaya, sehingga terdapat hasil yang berbeda pada harga jual yang dihasilkan antara harga jual yang dihitung oleh perusahaan dengan harga jual yang menggunakan metode.
5	Shepti Cahya Luvita (2021), Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode <i>Full costing</i> sebagai dasar dalam Menggunakan Harga Jual	Variabel independen: Harga Pokok Produksi Variabel dependen: Harga Jual	<ul style="list-style-type: none"> • Harga Jual Produk • <i>Cost Plus Pricing</i> 	Metode analisis deskriptif eksploratif	Dari hasil analisis pengujian, diketahui bahwa hasil perhitungan harga pokok produksi dengan metode <i>full costing</i> memiliki keunggulan dibandingkan dengan metode yang perusahaan. Sehingga perhitungan harga

No	Nama Peneliti, Tahun & Judul Peneliti	Variabel yang Diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
	dengan metode <i>Cost Plus Pricing</i> (Di PT Tapani Makmur Abadi)				pokok produksi menggunakan metode <i>full costing</i> akan mempengaruhi dalam penetapan harga jual. Oleh karena itu penetapan harga jual dengan menggunakan metode <i>cost plus pricing</i> melalui pendekatan metode <i>full costing</i> lebih menguntungkan dibandingkan metode perusahaan.
6	Gilbert Thenu dan Hendrik Manossoh (2021), Analisis Harga Pokok Produksi Dengan Metode <i>Full Costing</i> Dalam Penetapan Harga Jual Pada Usaha Kerupuk Rambak Ayu	Variabel independen: Harga Pokok Produk Produksi Variabel dependen: Harga Jual	<ul style="list-style-type: none"> • Metode Harga Pasar • Metode <i>Full Costing</i> 	Metode analisis Deskriptif kualitatif	Dari hasil perhitungan HPP antara metode perusahaan dengan metode <i>full costing</i> mempunyai hasil yang berbeda. Perbedaan nilai yang dihasilkan disebabkan oleh metode yang digunakan oleh perusahaan tidak membebankan biaya <i>overhead</i> pabrik secara tepat, melainkan hanya menggolongkan beberapa biaya <i>overhead</i> saja. Sedangkan perhitungan dengan metode <i>full costing</i> lebih tinggi karena metode <i>full costing</i> memasukkan seluruh unsur biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi sehingga perusahaan bisa lebih kompetitif dalam menentukan harga jual produknya.

No	Nama Peneliti, Tahun & Judul Peneliti	Variabel yang Diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
7	Selvia Nurandini, (2022), Analisis Perhitungan Harga Jual Produk Pada Cafe La Plage	Variabel independen: Harga Pokok Produksi Variabel dependen: Harga Jual	<ul style="list-style-type: none"> • Harga Jual Produk • <i>Cost Plus Pricing</i> 	Metode analisis deskriptif kuantitatif dan kualitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perhitungan harga pokok produksi metode perusahaan lebih rendah dibandingkan dengan metode <i>full costing</i> . Dan perhitungan harga jual menurut perusahaan lebih rendah dibandingkan dengan perhitungan harga jual metode <i>cost plus pricing</i> . Oleh karena itu, dapat disimpulkan hasil perhitungan harga jual menggunakan metode <i>cost plus pricing</i> melalui metode <i>full costing</i> memiliki keunggulan.
8	Shasa Yuni Nofiani, dan Kokom Komariah, (2022), Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Berdasarkan Metode <i>Full Costing</i> Pada UMKM Sehi Kerpik	Variabel independen: Harga Pokok Produksi	<ul style="list-style-type: none"> • Harga Jual Produk • <i>Full Costing</i> 	Metode analisis deskriptif kuantitatif	Hasil perhitungan harga pokok produksi sebagai dasar penetapan harga jual menurut metode <i>full costing</i> lebih baik dalam menganalisis biaya produksi. Perhitungan harga pokok produksi dengan metode <i>full costing</i> tidak memasukkan biaya administrasi dan umum ke dalam biaya <i>overhead</i> , karena biaya-biaya tersebut merupakan komponen biaya pada laporan rugi laba perusahaan.
9	Nabila Choerotunnisa, (2023), Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Dalam	Variabel independen: Harga Pokok Produksi	<ul style="list-style-type: none"> • Harga Jual Produk 	Metode analisis deskriptif eksploratif	Hasil perhitungan harga pokok produksi menurut perusahaan lebih rendah dibandingkan dengan metode <i>full costing</i> .

No	Nama Peneliti, Tahun & Judul Peneliti	Variabel yang Diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
	Menentukan Harga Jual Melalui Metode <i>Cost Plus Pricing</i> Dengan Pendekatan <i>Full Costing</i> Pada UMKM Tahu Ceria Sari	Variabel dependen: Harga Jual	<ul style="list-style-type: none"> <i>Cost Plus Pricing</i> 		Penentuan harga pokok produksi menurut perusahaan tidak memperhitungkan biaya <i>overhead</i> pabrik secara akurat sebagai biaya produksi. Sedangkan metode <i>full costing</i> akan membebankan semua biaya <i>overhead</i> pabrik baik yang bersifat tetap maupun yang bersifat variabel. Harga pokok produksi dengan metode <i>full costing</i> lebih besar dari metode yang ditetapkan oleh perusahaan.

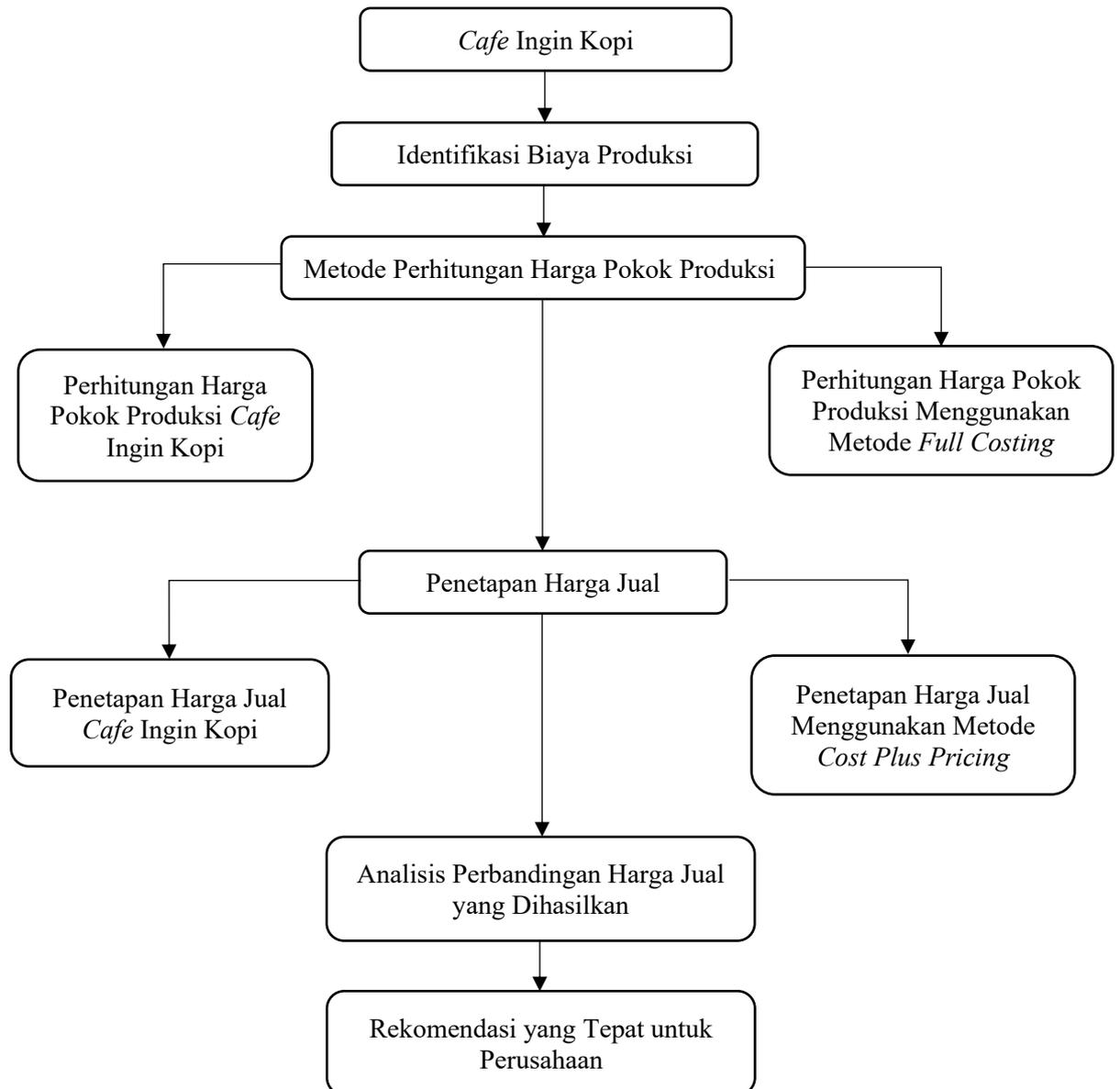
(Sumber: Peneliti)

2.7 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan uraian sebelumnya, maka dibuat suatu kerangka pemikiran yang menggambarkan variabel-variabel yang telah dijelaskan. Penulis akan mengidentifikasi semua biaya yang terjadi selama proses produksi dalam penelitian ini, mulai dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik, baik tetap maupun variabel. Untuk mengetahui jumlah harga pokok produksi, peneliti akan menggunakan metode *full costing* untuk menghitung harga pokok produksi. Kemudian, laba yang diharapkan oleh pengolah akan ditambahkan untuk menentukan harga jual produk. Tujuan dari perhitungan dengan metode *full costing* adalah untuk memastikan bahwa biaya yang terjadi dialokasikan dengan tepat dan akurat.

Setelah menghitung harga pokok produksi penulis menerapkan metode *cost plus pricing* dalam menentukan harga jual produk. Penetapan harga jual harus dilakukan secara benar dan akurat, sehingga perusahaan dapat bertahan dan memproduksi produk ditengah persaingan. Perubahan harga dalam jumlah kecil atau besar akan berdampak pada penjualan produk dalam kuantitas yang cukup besar. Karena itu, jika ada kesalahan dalam menentukan harga jual, perusahaan akan rugi atau kehilangan pelanggan karena harga jual yang salah. Kemudian penulis membandingkan perhitungan harga pokok produksi dan harga jual perusahaan dengan harga pokok produksi yang ditetapkan menggunakan metode *cost plus pricing*, dan harga jual yang ditetapkan menggunakan metode *full costing*. Lalu penulis akan membuat rekomendasi perhitungan mana yang paling tepat untuk produk *Cafe Ingin Kopi*. Berdasarkan

fenomena dan uraian di atas, adapun kerangka pemikiran yang ditunjukkan pada gambar 2.1 sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif eksploratif, dimana penelitian mengumpulkan data atau informasi yang diperoleh dalam situasi yang diteliti, yang dapat menggambarkan harga pokok produksi dalam menentukan harga jual. Menurut (Nurandini, 2022) penelitian deskriptif adalah menganalisis dan menyajikan fakta secara sistematis sehingga dapat dipahami dan dibuat kesimpulan. Sedangkan menurut (Dwiyanto, 2023) penelitian eksploratif adalah penelitian awal yang digunakan untuk memperjelas apa sebenarnya masalah yang perlu diselesaikan dan bagaimana penelitian selanjutnya harus dilakukan. Penelitian deskriptif eksploratif ini bertujuan untuk menggambarkan, mendeskripsikan, mengkaji dan menjelaskan aspek-aspek yang relevan dari fenomena yang diamati, dan kemudian menarik kesimpulan dari objek yang diteliti.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis penentuan harga pokok produksi dengan menggunakan metode *full costing* dan harga jual dengan menggunakan metode *cost plus pricing* pada *Cafe Ingin Kopi* dan melakukan perbandingan antara perhitungan yang dilakukan peneliti dengan perhitungan yang dilakukan menurut *Cafe Ingin Kopi*.

3.2. Objek, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian

Menurut (Putri, 2021) objek penelitian adalah objek atau kegiatan yang telah ditentukan peneliti untuk dipelajari lebih lanjut dan dapat ditarik kesimpulan. Objek penelitian yang dilakukan adalah penetapan harga jual menggunakan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan metode *full costing* sebagai dasar penentuan harga pokok produksi.

Menurut (Dewi N. K., 2023) unit analisis adalah komponen atau objek yang menjadi fokus dalam suatu studi penelitian. Unit analisis yang digunakan dalam penelitian ini merupakan perusahaan. Perusahaan yang dijadikan unit analisis ini adalah *Cafe Ingin Kopi*.

Pemilihan lokasi penelitian ditentukan secara sengaja (*purposive*). Untuk memperoleh data atau informasi yang dibutuhkan maka penulis melakukan penelitian pada *Cafe Ingin Kopi* yang berlokasi di Jl. Baranangsiang III No. f. 4, Rt.04/08, Tegallega, Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat 16129. *Cafe Ingin Kopi* merupakan perusahaan yang bergerak dibidang industri *Food and Beverage* (F&B) yang terutama menyajikan makanan dan minuman ringan.

3.3. Jenis dan Sumber Data Penelitian

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif merupakan data mengenai jumlah, tingkatan, perbandingan, volume, yang berupa angka-angka yang diperoleh dari perusahaan. Data kualitatif adalah data yang

diperoleh dari hasil observasi, wawancara atau berupa uraian/penjelasan mengenai variabel yang diteliti seperti sejarah perusahaan, visi dan misi perusahaan serta struktur organisasi (Choerotunnisa, 2023).

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data yang diperoleh peneliti langsung dari unit analisis yang diteliti. Data primer, meliputi hasil wawancara yang dilakukan secara langsung kepada pemilik *Cafe Ingin Kopi*.

3.4. Operasionalisasi Variabel

Menurut (Gonel, 2023) operasionalisasi variabel adalah proses mengukur variabel secara konkret dan obyektif. Dalam penelitian ini, variabel independen yang digunakan oleh penulis adalah harga pokok produksi, sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah harga jual. Adapun operasional variabel yang ditunjukkan pada tabel 3.1 sebagai berikut:

Tabel 3.1 Operasional Variabel

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Harga Pokok Produksi	Biaya Bahan Baku	Biaya perolehan bahan baku yang digunakan selama proses produksi	Kuatintas x Harga Per-unit bahan baku untuk produk tertentu	Rasio
	Biaya Tenaga Kerja Langsung	1. Jumlah tenaga kerja 2. Gaji karyawan	Jumlah tenaga kerja keseluruhan x Upah per-unit produk yang dihasilkan	
	Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	Total pengeluaran penggunaan alat produksi	Biaya depresiasi + Biaya pemeliharaan	
Penentuan Harga Jual	<i>Cost Plus Pricing</i>	Total harga pokok produksi ditambah dengan <i>mark up</i> yang diinginkan perusahaan	Biaya produksi + Biaya non produksi + <i>mark up</i>	Rasio

(Sumber: Peneliti)

3.5. Metode Pengumpulan Data

Menurut (Aditya, 2013) metode pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Penelitian ini dilakukan agar mendapatkan data primer dari *Cafe Ingin Kopi*. Data primer adalah jenis data yang dikumpulkan langsung dari sumbernya (Sastika, 2023). Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain:

1. Wawancara

Menurut (Putri, 2021) wawancara adalah percakapan antara dua orang atau lebih dan berlangsung antara narasumber dan pewawancara. Sumber data yang diperoleh berdasarkan data primer yaitu berupa wawancara. Wawancara dalam

penelitian ini adalah wawancara untuk mendapatkan data mengenai prosedur produksi dan difokuskan pada biaya-biaya apa saja yang dikeluarkan untuk memproduksi. Selain itu wawancara juga memperoleh data berupa data-data tentang gambaran umum perusahaan dan sejarah perusahaan. Wawancara ini dilakukan langsung dengan bapak sebagai pemilik *Cafe Ingin Kopi*.

2. Dokumentasi

Menurut (Choerotunnisa, 2023) dokumentasi adalah metode penelitian yang digunakan untuk mendapatkan data informasi yang relevan melalui pengumpulan data yang ada dalam organisasi. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini mencakup elemen biaya yang digunakan selama penelitian, termasuk aktivitas kegiatan, biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya *overhead* pabrik. Biaya-biaya ini berdampak pada perhitungan harga pokok produksi dengan metode *full costing* dan harga jual produk dengan metode *cost plus pricing*.

3.6. Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini metode analisis yang digunakan adalah metode deskriptif *non-statistics*. Menurut (Dwiyanto, 2023) deskriptif *non-statistics* adalah metode yang terlibat dalam pengumpulan dan penyajian data untuk memberikan informasi yang berguna dengan teori atau peraturan yang menjadi dasar kesimpulan penelitian.

Deskriptif *non-statistics* merupakan analisis yang menjelaskan perbedaan antara apa yang terjadi di tempat penelitian dan apa yang seharusnya didasarkan pada teori atau peraturan berupa uraian data variabel dan indikator penelitian (Putri, 2021). Data yang telah didapat dari penelitian ini dihitung dengan menggunakan perhitungan harga pokok produksi, yaitu dengan menggunakan metode *full costing* untuk menentukan harga jual kepada konsumen. Hal ini dilakukan untuk melihat objek biaya langsung dan tidak langsung serta biaya *overhead* pabrik perusahaan. Hasil perhitungan kemudian dianalisis untuk menentukan harga pokok produksi yang paling efisien dan efektif bagi perusahaan.

Berikut langkah-langkah analisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Perhitungan harga pokok produksi menurut *Cafe Ingin Kopi*

Dalam menentukan perhitungan harga pokok produksi *Cafe Ingin Kopi* masih menggunakan metode yang sederhana dan belum menerapkan perhitungan harga pokok produksi sesuai dengan kaidah akuntansi biaya. *Cafe Ingin Kopi* belum menghitung seluruh biaya *overhead* pabrik secara terperinci dan belum sepenuhnya memperhatikan biaya *overhead* pabrik. Suatu pendekatan yang baik diperlukan untuk menghasilkan biaya yang efisien dan mencegah kesalahan dalam perhitungan harga pokok produksi.

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

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

c. Perhitungan penetapan harga jual menurut *Cafe Ingin Kopi*

Dalam menetapkan perhitungan harga jual *Cafe Ingin Kopi* menghitung terlebih dahulu biaya pokok produksinya lalu menentukan laba yang ingin didapat oleh *Cafe*. Selain itu *Cafe* juga melihat harga pasarnya lalu dibandingkan dengan biaya produksi sehingga bisa bersaing dengan produk sejenis.

d. Perhitungan penetapan harga jual menggunakan metode *cost plus pricing*

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

$$\text{Harga Jual} = \text{Biaya total} + \text{Mark up}$$

Semua biaya, baik biaya produksi maupun non-produksi, harus diperhitungkan ketika menggunakan metode biaya tambahan untuk menentukan harga jual, yang menghasilkan biaya total atau harga pokok produksi. Perhitungan biaya total adalah sebagai berikut:

$$\text{Biaya Total} = \text{Biaya produksi} + \text{Biaya non produksi}$$

Selanjutnya, harga jual dihitung menggunakan metode biaya plus harga dengan pendekatan biaya penuh. Ini dilakukan dengan menjumlahkan semua taksiran biaya total dengan *markup* (%) dan kemudian dibagi dengan volume produksi. Selanjutnya, hasilnya adalah sebagai berikut:

$$\text{Harga Jual Produk Per - unit} = \frac{\text{Total biaya produksi} + \text{Mark up}}{\text{Volume produksi}}$$

e. Analisis perbandingan harga pokok produksi dan harga jual yang dihasilkan

Hasil penelitian akan dihitung dan dibandingkan dengan konsep dan teori akuntansi yang mendukung. Langkah ini dilakukan untuk menentukan apakah teori yang berkembang secara umum dengan praktik pada *Cafe Ingin Kopi*. Perhitungan yang dilakukan diharapkan dapat memberikan hasil dan saran yang tepat kepada pemilik *Cafe* berdasarkan hasil penelitian.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

4.1.1 Sejarah Dan Perkembangan *Cafe Ingin Kopi*

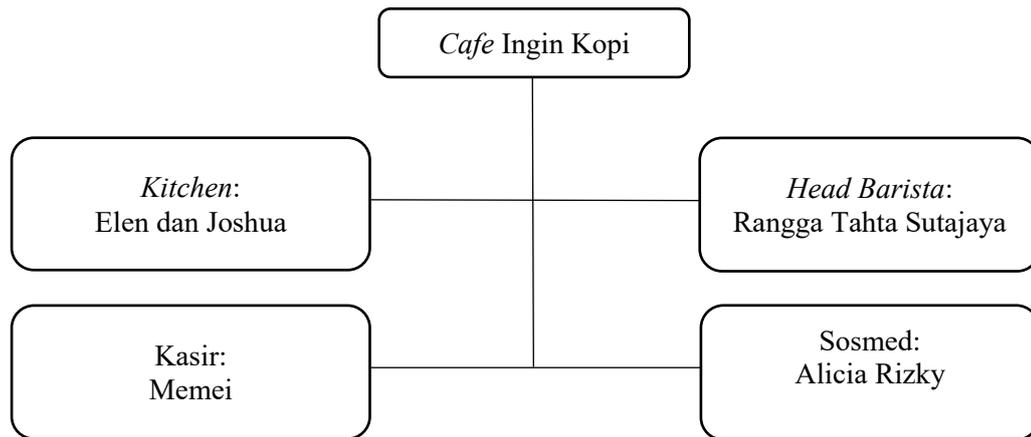
Cafe Ingin Kopi adalah bisnis yang bergerak di bidang industri *food & beverages*. *Cafe Ingin Kopi* didirikan oleh Bapak M. Ramdhanie selama 2 tahun sejak 15 agustus 2022. Bisnis ini berlokasi di Jl. Baranangsiang III No. F 4, Rt 04/08, Tegallega, Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat 16129. Sejarah awal dibangun bisnis ini adalah Bapak Ramdhanie ingin membuat tempat *cafe* dimana para pelajar/mahasiswa dapat berkumpul dan berdiskusi dengan nyaman, karena lokasinya yang sangat strategis bagi lingkungan pelajar/mahasiswa. Bangunan yang didirikan oleh Bapak Ramdhanie merupakan bangunan yang ia sewa dari Bapak Baskoro pada tahun 2022 lalu dilakukan renovasi untuk menjadi *Cafe Ingin Kopi* yang berdiri dibawah naungan PT Ingin Maju Bersama. Usaha industri *food & beverages Cafe Ingin Kopi* menjual berbagai jenis produk makanan dan minuman, dengan mengambil menu tradisional dan *western*, produk yang paling laris dan diminati adalah minuman kopi ingin dia dan ingin kobam sedangkan makanan nasi ayam pukul, terbukti bahwa menu tersebut menjadi *best seller* pada tahun 2023.

Usaha *Cafe Ingin Kopi* memiliki visi dan misi untuk mencapai tujuannya dalam menjalankan semua aktivitasnya, yaitu menetapkan harga yang wajar dan kompetitif untuk produk dan layanan serta meningkatkan penjualan dan memperoleh keuntungan yang konsisten. Berikut visi dan misi yang bersumber dari Bapak M. Ramdhanie selaku pemilik *Cafe Ingin Kopi*, yaitu:

- a. Visi usaha industri *food & beverages Cafe Ingin Kopi*
Menjadi *cafe* yang mendukung pusat pertemuan dan inspirasi bagi mahasiswa.
- b. Misi usaha industri *food & beverages Cafe Ingin Kopi*
 1. Menyediakan suasana yang nyaman dengan memberikan layanan terbaik untuk belajar dan berdiskusi.
 2. Menjaga standarisasi dalam menyediakan makanan dan minuman yang segar, sehat, lezat, bervariasi dan higienis dengan harga yang terjangkau.
 3. Terus mengembangkan inovasi-inovasi baru untuk kemajuan usaha.

4.1.2 Struktur Organisasi

Menurut (Choerotunnisa, 2023) struktur organisasi perusahaan adalah representasi skematis dari hubungan kerja sama dalam perusahaan atau organisasi untuk mencapai tujuan tertentu. Struktur ini menunjukkan pembagian kerja, garis wewenang, serta batasan tugas dan tanggung jawab dari setiap unit organisasi dalam perusahaan. Susunan struktur organisasi di *Cafe Ingin Kopi* yang ditampilkan pada gambar 4.1 adalah sebagai berikut:



Gambar 4.1 Struktur Organisasi Cafe Ingin Kopi

Tugas dan tanggung jawab:

1. *Kitchen*

Merupakan orang yang bertugas dan bertanggung jawab atas keseluruhan pekerjaan di area dapur, seperti membuat makanan sesuai dengan pesanan dan membersihkan alat-alat makan dan minuman yang telah digunakan.

2. *Head Barista*

Merupakan orang yang bertanggung jawab dalam mengelola tim barista, termasuk penjadwalan jadwal kerja, pelatihan, dan supervisi harian dan bertanggung jawab atas kualitas dan konsistensi minuman yang disajikan.

3. Kasir

Merupakan orang yang bertugas melayani transaksi pembayaran atas makanan dan minuman yang dipesan serta melakukan perhitungan jumlah penjualan pada saat *closing* di malam hari.

4. Sosmed

Merupakan orang yang merancang dan mengimplementasikan strategi media sosial yang sesuai dengan tujuan perusahaan dan bertanggung jawab atas semua platform media sosial yang digunakan oleh perusahaan, termasuk tiktok, instagram, dan youtube.

4.1.3 Kegiatan Usaha

Cafe Ingin Kopi merupakan suatu unit bisnis yang bergerak dalam bidang *food and beverages*. *Cafe Ingin Kopi* menjual makanan dan minuman dengan mengambil menu tradisional dan *western*, yang memproduksi sendiri atau membeli dari *supplier*. Jam operasional *Cafe Ingin Kopi* beroperasi mulai pukul 15.00-23.00 WIB (senin-minggu).

Cafe Ingin Kopi pada tahun 2023 telah menjual 19.200 unit produk setiap makanan dan minuman yang ada di *Cafe Ingin Kopi*. Produk kopi ingin dia, ingin kobam dan nasi ayam pukul menjadi salah satu menu makanan dan minuman favorit yang memiliki penjualan tertinggi dalam daftar menu yang tersedia di *Cafe Ingin Kopi*. Hal tersebut menjadi dasar objek menu yang diangkat menjadi bahan penelitian yang

dilakukan oleh peneliti.

Laporan pendapatan semua produk *Cafe Ingin Kopi Tahun 2023* yang disajikan dalam tabel 4.1 sebagai berikut:

Tabel 4.1 Laporan Pendapatan Semua Produk Pada Tahun 2023

No	Menu	Harga	Terjual (unit)	Total
<i>Coffee</i>				
1	Espresso	Rp 15.000	187	Rp 2.805.000
2	Cafe Latte	Rp 23.000	354	Rp 8.142.000
3	Capucino	Rp 23.000	305	Rp 7.015.000
4	Long black	Rp 20.000	349	Rp 6.980.000
5	Vietnam drip	Rp 20.000	251	Rp 5.020.000
6	V60 / Jappanese	Rp 25.000	282	Rp 7.050.000
7	Ingin kopi	Rp 25.000	805	Rp 20.125.000
8	Ingin kobam	Rp 19.500	1.750	Rp 34.125.000
9	Kopi ingin dia	Rp 20.000	1.800	Rp 36.000.000
10	Kopi ingin dia 500 ml	Rp 40.000	227	Rp 9.080.000
11	Caramel latte	Rp 25.000	267	Rp 6.675.000
12	Hazelnut latte	Rp 25.000	300	Rp 7.500.000
13	Vanilla latte	Rp 25.000	313	Rp 7.825.000
	Total		7.190	Rp 158.342.000
<i>Mocktail</i>				
1	Like Sunday	Rp 28.000	302	Rp 8.456.000
2	High hope	Rp 28.000	363	Rp 10.164.000
3	Learn to fly	Rp 28.000	223	Rp 6.244.000
4	Smile flower	Rp 28.000	231	Rp 6.468.000
	Total		1.119	Rp 31.332.000
<i>Non Coffe</i>				
1	Ingin taro	Rp 20.000	341	Rp 6.820.000
2	Ingin red velvet	Rp 20.000	372	Rp 7.440.000
3	Ingin matcha	Rp 25.000	412	Rp 10.300.000
4	Ingin coklat	Rp 25.000	352	Rp 8.800.000
5	Ingin regal	Rp 25.000	255	Rp 6.375.000
6	Lychee yakult	Rp 25.000	348	Rp 8.700.000
7	Lychee tea	Rp 23.000	246	Rp 5.658.000
8	Lemon tea	Rp 20.000	300	Rp 6.000.000
9	Sweet tea	Rp 15.000	252	Rp 3.780.000
	Total		2.878	Rp 63.873.000
<i>Additional</i>				
1	Espresso	Rp 5.000	380	Rp 1.900.000
2	Milk	Rp 10.000	70	Rp 700.000
3	Mineral water	Rp 5.000	487	Rp 2.435.000
	Total		937	Rp 5.035.000

No	Menu	Harga	Terjual (unit)	Total
Cemilan				
1	Cireng rujak	Rp 15.000	320	Rp 4.800.000
2	Otak-otak	Rp 15.000	278	Rp 4.170.000
3	Otak-otak + sosis	Rp 20.000	50	Rp 1.000.000
4	French fries	Rp 18.000	320	Rp 5.760.000
5	French fries + sosis	Rp 25.000	269	Rp 6.725.000
6	Risol 1 pcs	Rp 7.000	220	Rp 1.540.000
7	Risol 3 pcs	Rp 18.000	248	Rp 4.464.000
8	Donat kampoeng 1 pcs	Rp 5.000	308	Rp 1.540.000
9	Bakpau mini	Rp 15.000	104	Rp 1.560.000
10	Pisang coklat	Rp 15.000	88	Rp 1.320.000
11	Cemal cemil	Rp 45.000	71	Rp 3.195.000
	Total		2.276	Rp 36.074.000
Makanan Berat				
1	Nasi telur kimpul	Rp 15.000	289	Rp 4.335.000
2	Nasi kulit dower	Rp 18.000	383	Rp 6.894.000
3	Nasi cumi sambel ijo	Rp 25.000	291	Rp 7.275.000
4	Nasi kulit + telur	Rp 25.000	42	Rp 1.050.000
5	Nasi ayam serundeng	Rp 20.000	121	Rp 2.420.000
6	Nasi ayam pukul	Rp 20.000	1.780	Rp 35.600.000
7	Indomie	Rp 10.000	79	Rp 790.000
8	Indomie pedes	Rp 13.000	109	Rp 1.417.000
9	Indomie telur/kornet	Rp 15.000	114	Rp 1.710.000
	Total		3.208	Rp 61.491.000
Western				
1	Blessed burger	Rp 35.000	15	Rp 525.000
2	Burger + mocktail	Rp 50.000	22	Rp 1.100.000
3	Burger abnormal life	Rp 30.000	23	Rp 690.000
4	Burger holy package	Rp 35.000	25	Rp 875.000
5	Chicken wings	Rp 25.000	28	Rp 700.000
6	Toast beef pattied	Rp 25.000	23	Rp 575.000
7	Toast smoked beef	Rp 24.000	23	Rp 552.000
	Total		159	Rp 5.017.000
Tambahan				
1	Nasi putih aja	Rp 5.000	191	Rp 955.000
2	Telur dadar/ceplok	Rp 5.000	590	Rp 2.950.000
3	Kulit	Rp 13.000	205	Rp 2.665.000
4	Ayam potong	Rp 15.000	136	Rp 2.040.000
5	Cumi	Rp 20.000	118	Rp 2.360.000
	Total		1.240	Rp 10.970.000

No	Menu	Harga	Terjual (unit)	Total
Paketan				
1	Paket burger ayam pukul	Rp 25.000	159	Rp 3.975.000
2	Paket burger kulit	Rp 25.000	23	Rp 575.000
3	Promo ingin bucin	Rp 55.000	11	Rp 605.000
	Total		193	Rp 5.155.000
	Jumlah keseluruhan		19.200	Rp 377.289.000

(Sumber: *Cafe Ingin Kopi*)

Dari data di atas dapat di simpulkan bahwa produk kopi ingin dia, kopi kobam dan nasi ayam pukul menjadi salah satu makanan dan minuman yang memiliki penjualan terbanyak dalam menu makanan dan minuman yang tersedia di *Cafe Ingin Kopi*. Hal tersebut menjadi dasar objek menu yang penulis teliti.

4.2 Pembahasan Perhitungan Harga Pokok Produksi *Cafe Ingin Kopi*

4.2.1 Penentuan Harga Pokok Produksi Menggunakan Perhitungan Perusahaan

Harga pokok produksi adalah biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam proses produksinya. Pada industri *food & beverages Cafe Ingin Kopi*, dalam melakukan proses produksinya biaya-biaya yang diperhitungkan dalam perhitungan harga pokok produksi meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya lain-lain yang merupakan bagian dari biaya *overhead* pabrik. Dalam perhitungan biaya produksi, perusahaan masih menggunakan perhitungan sederhana, yaitu memperhitungkan jumlah bahan baku per kilogram yang habis dan berapa unit minuman kopi ingin dia dan kopi kobam dan makanan nasi ayam pukul yang dihasilkan. Upah tenaga kerja yang terlibat langsung dengan proses produksi dihitung berdasarkan jumlah unit minuman kopi ingin dia dan kopi kobam dan makananan nasi ayam pukul yang dihasilkan. Biaya lain-lain yang dimasukkan ke dalam perhitungan harga pokok produksi dihasilkan dari bahan penolong yang digunakan untuk produksi minuman kopi ingin dia dan kopi kobam dan makanan nasi ayam pukul.

Komponen biaya untuk menentukan harga pokok produksi adalah biaya-biaya yang digunakan perusahaan dalam proses produksinya. Selama tahun 2023, *Cafe Ingin Kopi* memperhitungkan perhitungan harga pokok produksi yang paling laris terjual yaitu minuman kopi ingin dia dan kopi kobam dan makanan nasi ayam pukul. Adapun perhitungan harga pokok produksi menurut perhitungan *Cafe Ingin Kopi* dari tiga produk yang digunakan adalah sebagai berikut:

a. Biaya Bahan Baku Langsung

Menurut (Mulyadi, 2019) biaya bahan baku langsung adalah biaya yang terkait langsung dengan produksi suatu produk dan dapat diatribusikan secara langsung ke produk tersebut. Biaya bahan baku pada produk terlaris *Cafe Ingin Kopi Tahun 2023* yang disajikan dalam tabel 4.2, tabel 4.3, dan tabel 4.4 sebagai berikut:

Tabel 4.2 Biaya Bahan Baku Langsung Kopi Ingin Dia Tahun 2023

No	Bahan Baku	Harga Bahan Baku	Unit	Satuan	Pemakaian	Biaya Bahan Baku
1	Kopi bubuk	Rp 15.000	1	kg	18 grm	Rp 7.975
2	Gula aren	Rp 30.000	1	kg	50 grm	Rp 1.000
3	Air	Rp 21.000	1	galon	100 ml	Rp 300
4	Es batu	Rp 17.000	1	ball	40 grm	Rp 700
Jumlah						Rp 9.975
Kuantitas Bahan Per Unit x Harga Per Unit Bahan Baku						Rp 17.955.000

(Sumber: *Cafe Ingin Kopi*)

Berdasarkan data pemakaian bahan baku langsung yang telah digunakan untuk memproduksi kopi ingin dia sebesar Rp. 17.955.000 yang menghasilkan 1.800 unit kopi ingin dia.

Tabel 4.3 Bahan Baku Langsung Kopi Kobam Tahun 2023

No	Bahan Baku	Harga Bahan Baku	Unit	Satuan	Pemakaian	Biaya Bahan Baku
1	Kopi sirup	Rp 24.000	1	botol	2 oz / 59 ml	Rp 6.975
2	Gula aren	Rp 30.000	1	kg	50 grm	Rp 1.000
3	Air	Rp 21.000	1	galon	100 ml	Rp 300
4	Es batu	Rp 17.000	1	ball	40 grm	Rp 700
Jumlah						Rp 8.975
Kuantitas Bahan Per Unit x Harga Per Unit Bahan Baku						Rp 15.706.250

(Sumber: *Cafe Ingin Kopi*)

Berdasarkan data pemakaian bahan baku langsung yang telah digunakan untuk memproduksi kopi kobam sebesar Rp. 15.706.250 yang menghasilkan 1.750 unit kopi kobam.

Tabel 4.4 Bahan Baku Langsung Nasi Ayam Pukul Tahun 2023

No	Bahan Baku	Harga Bahan Baku	Unit	Satuan	Pemakaian	Biaya Bahan Baku
1	Ayam	Rp 35.000	1	kg	1 potong	Rp 3.200
2	Beras	Rp 11.000	1	liter	1 cup	Rp 2.000
3	Bumbu ayam	Rp 5.000	1	pak	estimasi perusahaan	Rp 440
4	Santan	Rp 32.000	1	dus		Rp 430
5	Bawang merah	Rp 30.000	1	kg		Rp 850
6	Bawang putih	Rp 40.000	1	kg		Rp 730

No	Bahan Baku	Harga Bahan Baku	Unit	Satuan	Pemakaian	Biaya Bahan Baku
7	Cabe merah keriting	Rp 30.000	1	kg	estimasi perusahaan	Rp 740
8	Cabe rawit merah	Rp 40.000	1	kg		Rp 820
9	Garam	Rp 3.000	1	pcs		Rp 580
10	Gula	Rp 15.000	1	kg		Rp 440
11	Penyedap rasa	Rp 5.000	1	pcs		Rp 445
Jumlah						Rp 10.675
Kuantitas Bahan Per Unit x Harga Per Unit Bahan Baku						Rp 19.001.500

(Sumber: *Cafe Ingin Kopi*)

Berdasarkan data pemakaian bahan baku langsung yang telah digunakan untuk memproduksi nasi ayam pukul sebesar Rp. 19.001.500 yang menghasilkan 1.780 unit nasi ayam pukul.

b. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Menurut (Mulyadi, 2019) biaya tenaga kerja langsung adalah biaya yang timbul dari tenaga kerja yang langsung terlibat dalam proses produksi. Biaya ini meliputi upah, tunjangan makan dan lembur yang diberikan kepada karyawan yang langsung terlibat dalam produksi untuk menyelesaikan produk-produk dari perusahaan. *Cafe Ingin Kopi* mengeluarkan biaya tenaga kerja per hari untuk rangga sebesar Rp. 80.000, biaya tenaga kerja per hari untuk Memei, Ellen, Joshua sebesar Rp. 50.000, sedangkan biaya tenaga kerja per bulan sebesar Rp. 600.000. Dengan tunjangan makan setiap masing-masing karyawan per harinya sebesar Rp. 10.000 dan upah lembur per jam sebesar Rp 10.000. Biaya tenaga kerja langsung pada produk terlaris *Cafe Ingin Kopi* Tahun 2023 yang disajikan dalam tabel 4.5 sebagai berikut:

Tabel 4.5 Biaya Tenaga Kerja Langsung Tahun 2023

No	Tenaga Kerja Langsung	Upah Per Bulan	Jumlah Tenaga Kerja	Total Biaya Per Tahun
1	Rangga	Rp 2.580.000	1	Rp 30.960.000
2	Memei	Rp 1.500.000	1	Rp 18.000.000
3	Ellen	Rp 1.470.000	1	Rp 17.640.000
4	Joshua	Rp 1.470.000	1	Rp 17.640.000
5	Alicia	Rp 700.000	1	Rp 8.400.000
Jumlah Biaya				Rp 92.640.000

(Sumber: *Cafe Ingin Kopi*)

Biaya pada tabel diatas menjelaskan bahwa biaya tenaga kerja langsung pada *Cafe Ingin Kopi* dengan total pekerja sebanyak lima orang pada tahun 2023 sebesar Rp. 92.640.000. Akan tetapi dalam pengalokasian biaya tenaga kerja langsung ini menggunakan biaya bersama untuk semua produk yang ada yaitu 19.200 total kuantitas semua produk pada tahun 2023 dan harus dibagi dalam masing-masing produk yang dapat di hitung dengan rumus:

$$\text{BTKL untuk produk} = \frac{\text{Kuantitas produk}}{\text{Total kuantitas produk}} \times \text{Total BTKL}$$

Berikut adalah perhitungan alokasi biaya tenaga kerja langsung:

Kopi Ingin Dia	: $\frac{1.800 \text{ pcs}}{19.200 \text{ pcs}}$	x Rp 92.640.000	= Rp 8.685.000
Kopi Kobam	: $\frac{1.750 \text{ pcs}}{19.200 \text{ pcs}}$	x Rp 92.640.000	= Rp 8.443.750
Nasi Ayam Pukul	: $\frac{1.780 \text{ pcs}}{19.200 \text{ pcs}}$	x Rp 92.640.000	= Rp 8.588.500

Berdasarkan pada perhitungan diatas maka tenaga kerja langsung untuk kopi ingin dia adalah Rp. 8.685.000, kopi kobam sebesar Rp. 8.443.750, dan untuk produk nasi ayam pukul sebesar Rp. 8.588.500.

c. Biaya *Overhead* Pabrik

Menurut (Mulyadi, 2019) biaya produksi yang tidak dapat diatribusikan secara langsung ke suatu produk atau pekerjaan tertentu, namun masih terkait dengan aktivitas produksi. Biaya *overhead* pabrik pada produk terlaris *Cafe* Ingin Kopi Tahun 2023 yang disajikan dalam tabel 4.6, tabel 4.7, dan tabel 4.8 sebagai berikut:

Tabel 4.6 Biaya Bahan Penolong Kopi Ingin Dia Tahun 2023

No	Bahan Penolong	Harga	Unit	Satuan	Pemakaian	Biaya Bahan Penolong
1	Sedotan	Rp 23.000	1	pak	1 pcs	Rp 200
2	Cup	Rp 10.000	1	pak	1 pcs	Rp 1.000
Jumlah						Rp 1.200
Kuantitas Bahan Per Unit x Harga Per Unit Bahan Penolong						Rp 2.160.000

(Sumber: *Cafe* Ingin Kopi)

Berdasarkan data diatas maka jumlah pemakaian biaya *overhead* pabrik yang telah digunakan dalam proses produksi kopi ingin dia sebesar Rp. 2.160.000 yang menghasilkan 1.800 unit kopi ingin dia.

Tabel 4.7 Biaya Bahan Penolong Kopi Kobam Tahun 2023

No	Bahan Penolong	Harga	Unit	Satuan	Pemakaian	Biaya Bahan Penolong
1	Sedotan	Rp 23.000	1	pak	1 pcs	Rp 200
2	Cup	Rp 10.000	1	pak	1 pcs	Rp 1.000
Jumlah						Rp 1.200
Kuantitas Bahan Per Unit x Harga Per Unit Bahan Penolong						Rp 2.100.000

(Sumber: *Cafe* Ingin Kopi)

Berdasarkan data diatas maka jumlah pemakaian biaya *overhead* pabrik yang telah digunakan dalam proses produksi kopi kobam sebesar Rp. 2.100.000 yang menghasilkan 1.750 unit kopi kobam.

Tabel 4.8 Biaya Bahan Penolong Nasi Ayam Pukul Tahun 2023

No	Bahan Penolong	Harga	Unit	Satuan	Pemakaian	Biaya Bahan Penolong
1	Timun	Rp 20.000	1	kg	2 slice	Rp 200
2	Tomat	Rp 18.000	1	kg	2 slice	Rp 200
3	Kertas minyak	Rp 12.000	1	pak	1 lembar	Rp 100
Jumlah						Rp 500
Kuantitas Bahan Per Unit x Harga Per Unit Bahan Penolong						Rp 890.000

(Sumber: *Cafe Ingin Kopi*)

Berdasarkan data diatas maka jumlah pemakaian biaya *overhead* pabrik yang telah digunakan dalam proses produksi nasi ayam pukul sebesar Rp. 890.000 yang menghasilkan 1.780 unit nasi ayam pukul.

Industri *food & beverages Cafe Ingin Kopi* menghitung harga pokok produksi dengan membagi jumlah produk yang dihasilkan. Penentuan harga pokok produksi *Cafe Ingin Kopi* masih sederhana. Perhitungan yang dimasukan dalam penentuan harga pokok produksi yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik.

Berdasarkan biaya-biaya yang telah ditentukan di atas, maka dapat dihitung harga pokok produksi menurut *Cafe Ingin Kopi* dengan menggunakan data dalam tabel tahun 2023. Perhitungan harga pokok produksi menurut *Cafe Ingin Kopi* tahun 2023 yang disajikan dalam tabel 4.9 sebagai berikut:

Tabel 4.9 Perhitungan Harga Pokok Produksi Menurut Cafe Ingin Kopi Tahun 2023

Keterangan	Kopi Ingin Dia	Kopi Kobam	Nasi Ayam Pukul
Biaya bahan baku	Rp 17.955.000	Rp 15.706.250	Rp 19.001.500
Biaya tenaga kerja	Rp 8.685.000	Rp 8.443.750	Rp 8.588.500
Biaya <i>overhead</i> pabrik	Rp 2.160.000	Rp 2.100.000	Rp 890.000
Total biaya produksi	Rp 28.800.000	Rp 26.250.000	Rp 28.480.000
Kuantitas unit produksi	1.800 unit	1.750 unit	1.780 unit
HPP per unit	Rp 16.000	Rp 15.000	Rp 16.000

(Sumber: *Cafe Ingin Kopi*)

Berdasarkan perhitungan harga pokok produksi dengan perhitungan *Cafe Ingin Kopi* diketahui harga pokok produksi per unit untuk setiap produk kopi ingin dia sebesar Rp. 16.000, produk kopi kobam sebesar Rp. 15.000, dan untuk produk nasi ayam pukul sebesar Rp.16.000.

4.2.2 Perhitungan Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode *Full Costing*

Metode *full costing* menurut (Nofiani & Komariah, 2022) adalah metode penentuan harga pokok produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik, baik yang variabel maupun tetap. Menurut (Luvita, 2021) perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode *full costing* memiliki keunggulan dibandingkan dengan metode lain. Sehingga perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode *full costing* akan mempengaruhi dalam penetapan harga jual. Metode *full costing* digunakan karena metode *full costing* sudah sesuai dengan prinsip akuntansi yang berlaku umum, sehingga dapat menjamin keakuratan informasi yang tersaji dalam laporan harga pokok produksi (Nurandini, 2022).

Berikut biaya-biaya perhitungan harga pokok produksi dalam menggunakan metode *full costing* adalah sebagai berikut:

a. Biaya Bahan Baku Langsung

Dalam memproduksi kopi ingin dia pada *Cafe Ingin Kopi* bahan baku utama yang digunakan adalah kopi bubuk, gula aren, air, dan es batu, untuk memproduksi kopi kobam bahan baku utamanya adalah kopi sirup, gula aren, air, dan es batu. Dan untuk memproduksi nasi ayam pukul bahan baku utamanya adalah ayam, beras, bumbu ayam, santan, bawang merah, bawang putih, cabe merah keriting, cabe rawit merah, garam, gula, dan penyedap rasa.

Bahan baku dihitung dengan cara jumlah harga bahan baku per kilogram dibagi pemakaian per unit yang sudah dibagi dari unit satuan kilogram ke satuan gram atau ml yang nantinya akan menghasilkan biaya bahan baku per unit. Harga per unit bahan baku dikalikan dengan kuantitas bahan per unit selama pada tahun 2023. Biaya bahan baku langsung menurut metode *full costing* yang disajikan dalam tabel 4.10, tabel 4.11, dan tabel 4.12 sebagai berikut:

Tabel 4.10 Biaya Bahan Baku Kopi Ingin Dia Dengan Metode *Full Costing* Tahun 2023

No	Bahan Baku	Harga Bahan Baku	Unit	Satuan	Pemakaian	Biaya Bahan Baku
1	Kopi bubuk	Rp 15.000	1	kg	18 grm	Rp 7.975
2	Gula aren	Rp 30.000	1	kg	50 grm	Rp 1.000
3	Air	Rp 21.000	1	galon	100 ml	Rp 300
4	Es batu	Rp 17.000	1	ball	40 grm	Rp 700
Jumlah						Rp 9.975
Kuantitas Bahan Per Unit x Harga Per Unit Bahan Baku						Rp 17.955.000

(Sumber: Data diolah tahun 2024)

Berdasarkan data pemakaian bahan baku langsung yang telah digunakan untuk memproduksi kopi ingin dia sebesar Rp. 17.955.000 yang menghasilkan 1.800 unit kopi ingin dia.

Tabel 4.11 Biaya Bahan Baku Kopi Kobam Dengan Metode *Full Costing* Tahun 2023

No	Bahan Baku	Harga Bahan Baku	Unit	Satuan	Pemakaian	Biaya Bahan Baku
1	Kopi sirup	Rp 24.000	1	botol	2 oz / 59 ml	Rp 6.975
2	Gula aren	Rp 30.000	1	kg	50 grm	Rp 1.000
3	Air	Rp 21.000	1	galon	100 ml	Rp 300
4	Es batu	Rp 17.000	1	ball	40 grm	Rp 700
Jumlah						Rp 8.975
Kuantitas Bahan Per Unit x Harga Per Unit Bahan Baku						Rp 15.706.250

(Sumber: Data diolah tahun 2024)

Berdasarkan data pemakaian bahan baku langsung yang telah digunakan untuk memproduksi kopi kobam sebesar Rp. 15.706.250 yang menghasilkan 1.750 unit kopi kobam.

Tabel 4.12 Biaya Bahan Baku Nasi Ayam Pukul Dengan Metode *Full Costing* Tahun 2023

No	Bahan Baku	Harga Bahan Baku	Unit	Satuan	Pemakaian	Biaya Bahan Baku
1	Ayam	Rp 35.000	1	kg	1 potong	Rp 3.200
2	Beras	Rp 11.000	1	liter	1 cup	Rp 2.000
3	Bumbu ayam	Rp 5.000	1	pak	estimasi perusahaan	Rp 440
4	Santan	Rp 32.000	1	dus		Rp 430
5	Bawang merah	Rp 30.000	1	kg		Rp 850
6	Bawang putih	Rp 40.000	1	kg		Rp 730
7	Cabe merah keriting	Rp 30.000	1	kg	estimasi perusahaan	Rp 740
8	Cabe rawit merah	Rp 40.000	1	kg		Rp 820
9	Garam	Rp 3.000	1	pcs		Rp 580
10	Gula	Rp 15.000	1	kg		Rp 440
11	Penyedap rasa	Rp 5.000	1	pcs		Rp 445
Jumlah						Rp 10.675
Kuantitas Bahan Per Unit x Harga Per Unit Bahan Baku						Rp 19.001.500

(Sumber: Data diolah tahun 2024)

Berdasarkan data pemakaian bahan baku langsung yang telah digunakan untuk memproduksi nasi ayam pukul sebesar Rp. 19.001.500 yang menghasilkan 1.780 unit nasi ayam pukul.

b. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja yang dikeluarkan *Cafe Ingin Kopi* pada tahun 2023 dalam pembuatan produk kopi ingin dia, kopi kobam dan nasi ayam pukul dihitung berdasarkan biaya yang sesungguhnya terjadi selama proses produksi. *Cafe Ingin Kopi* tidak hanya memproduksi produk kopi ingin dia, kopi kobam dan nasi ayam pukul saja tetapi ada beberapa produk lainnya, sehingga biaya tenaga kerja langsung harus dibagi dengan total kuantitas yang dihasilkan selama tahun 2023 dalam semua produk. Biaya tenaga kerja langsung menurut metode *full costing* yang disajikan dalam tabel 4.13 sebagai berikut:

Tabel 4.13 Biaya Tenaga Kerja Langsung Dengan Metode *Full Costing* Tahun 2023

No	Tenaga Kerja Langsung	Upah Per Bulan	Jumlah Tenaga Kerja	Total Biaya Per Tahun
1	Rangga	Rp 2.580.000	1	Rp 30.960.000
2	Memei	Rp 1.500.000	1	Rp 18.000.000
3	Ellen	Rp 1.470.000	1	Rp 17.640.000
4	Joshua	Rp 1.470.000	1	Rp 17.640.000
5	Alicia	Rp 700.000	1	Rp 8.400.000
Jumlah Biaya				Rp 92.640.000

(Sumber: Data diolah tahun 2024)

Biaya pada tabel diatas menjelaskan bahwa biaya tenaga kerja langsung pada *Cafe Ingin Kopi* dengan total pekerja sebanyak lima orang pada tahun 2023 dengan jumlah biaya sebesar Rp. 92.640.000. Akan tetapi dalam pengalokasian biaya tenaga kerja langsung ini menggunakan biaya bersama untuk semua produk yang ada yaitu 19.200 total kuantitas semua produk pada tahun 2023 dan harus dibagi dalam masing-masing produk yang dapat di hitung dengan rumus:

$$\text{BTKL untuk produk} = \frac{\text{Kuantitas produk}}{\text{Total kuantitas produk}} \times \text{Total BTKL}$$

Berikut adalah perhitungan alokasi biaya tenaga kerja langsung:

$$\begin{aligned} \text{Kopi Ingin Dia} & : \frac{1.800 \text{ pcs}}{19.200 \text{ pcs}} \times \text{Rp } 92.640.000 = \text{Rp } 8.685.000 \\ \text{Kopi Kobam} & : \frac{1.750 \text{ pcs}}{19.200 \text{ pcs}} \times \text{Rp } 92.640.000 = \text{Rp } 8.443.750 \\ \text{Nasi Ayam Pukul} & : \frac{1.780 \text{ pcs}}{19.20 \text{ pcs}} \times \text{Rp } 92.640.000 = \text{Rp } 8.588.500 \end{aligned}$$

Berdasarkan pada perhitungan diatas maka alokasi biaya tenaga kerja untuk kopi ingin dia adalah Rp. 8.685.000, kopi kobam sebesar Rp. 8.443.750, dan untuk produk nasi ayam pukul sebesar Rp. 8.588.500.

c. Biaya *Overhead* Pabrik

Menurut (Nurandini, 2022) biaya *overhead* pabrik merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan selain dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung dalam proses produksi. Biaya *overhead* pabrik menurut perusahaan yaitu biaya bahan penolong. Namun dalam metode *full costing* perhitungan harga pokok produksi akan menghitung seluruh biaya yang terlibat dalam proses produksi baik biaya yang bersifat variabel maupun bersifat tetap. Adapun biaya *overhead* pabrik menurut metode *full costing* yang ada di *Cafe Ingin Kopi* yaitu, biaya *overhead* pabrik variabel meliputi, biaya bahan penolong, dan biaya listrik dan air, sedangkan biaya *overhead* pabrik tetap meliputi, biaya sewa area, biaya pemeliharaan mesin dan peralatan dan biaya penyusutan mesin dan peralatan. Biaya *overhead* pabrik menurut metode *full costing* adalah yang disajikan dalam tabel 4.14, tabel 4.15, dan tabel 4.16 sebagai berikut:

1. Biaya Bahan Penolong

Tabel 4.14 Biaya Bahan Penolong Kopi Ingin Dia Dengan Metode *Full Costing* Tahun 2023

No	Bahan Penolong	Harga	Unit	Satuan	Pemakaian	Biaya Bahan Penolong
1	Sedotan	Rp 23.000	1	pak	1 pcs	Rp 200
2	Cup	Rp 10.000	1	pak	1 pcs	Rp 1.000
Jumlah						Rp 1.200
Kuantitas Bahan Per Unit x Harga Per Unit Bahan Penolong						Rp 2.160.000

(Sumber: Data diolah tahun 2024)

Berdasarkan data diatas maka jumlah pemakaian biaya *overhead* pabrik yang telah digunakan dalam proses produksi kopi ingin dia sebesar Rp. 2.160.000 yang menghasilkan 1.800 unit kopi ingin dia.

Tabel 4.15 Biaya Bahan Penolong Kopi Kobam Dengan Metode *Full Costing* Tahun 2023

No	Bahan Penolong	Harga	Unit	Satuan	Pemakaian	Biaya Bahan Penolong
1	Sedotan	Rp 23.000	1	pak	1 pcs	Rp 200
2	Cup	Rp 10.000	1	pak	1 pcs	Rp 1.000
Jumlah						Rp 1.200
Kuantitas Bahan Per Unit x Harga Per Unit Bahan Penolong						Rp 2.100.000

(Sumber: Data diolah tahun 2024)

Berdasarkan data diatas maka jumlah pemakaian biaya *overhead* pabrik yang telah digunakan dalam proses produksi kopi kobam sebesar Rp. 2.100.000 yang menghasilkan 1.750 unit kopi kobam.

Tabel 4.16 Biaya Bahan Penolong Nasi Ayam Pukul Dengan Metode Full Costing Tahun 2023

No	Bahan Penolong	Harga	Unit	Satuan	Pemakaian	Biaya Bahan Penolong
1	Timun	Rp 20.000	1	kg	2 slice	Rp 200
2	Tomat	Rp 18.000	1	kg	2 slice	Rp 200
3	Kertas minyak	Rp 12.000	1	pak	1 lembar	Rp 100
4	Minyak goreng	Rp 14.000	1	liter	Estimasi perusahaan	Rp 100
5	Gas	Rp 22.000	1	tabung		Rp 100
Jumlah						Rp 700
Kuantitas Bahan Per Unit x Harga Per Unit Bahan Penolong						Rp 1.246.000

(Sumber: Data diolah tahun 2024)

Berdasarkan data diatas maka jumlah pemakaian biaya *overhead* pabrik yang telah digunakan dalam proses produksi nasi ayam pukul sebesar Rp. 1.246.000 yang menghasilkan 1.780 unit nasi ayam pukul.

2. Biaya Listrik dan Air

Dalam proses produksi biaya listrik dan air yang digunakan *Cafe Ingin Kopi* menyisihkan sebagian biaya untuk pembayaran listrik dan air. Oleh karena itu, *Cafe Ingin Kopi* mengeluarkan biaya listrik tahun 2023 yang terbagi menjadi dua yaitu, token dapur dan token bar. Biaya token dapur per bulan sebesar Rp. 158.500, dan biaya token bar per bulan sebesar Rp. 816.000 dikalikan selama 12 bulan dengan total biaya listrik per tahun sebesar Rp. 11.694.000. *Cafe Ingin Kopi* mengeluarkan biaya air per bulan sebesar Rp. 152.900 dikalikan selama 12 bulan dengan total biaya air per tahun sebesar Rp. 1.834.800. Biaya listrik dan air pada produk kopi ingin dia, kopi kobam dan nasi ayam pukul yang disajikan dalam tabel 4.17 sebagai berikut:

Tabel 4.17 Biaya Listrik dan Air Tahun 2023

Jenis Biaya	Total Biaya Per Tahun	Biaya Per Unit	Kopi Ingin Dia	Kopi Kobam	Nasi Ayam Pukul
Listrik	Rp 11.694.000	Rp 400	Rp 720.000	Rp 700.000	Rp 712.000
Air	Rp 1.834.800	Rp 200	Rp 360.000	Rp 350.000	Rp 356.000
Total Biaya	Rp 13.528.800	Rp 600	Rp1.080.000	Rp 1.050.000	Rp 1.068.000

(Sumber: Data diolah tahun 2024)

Berdasarkan perhitungan data diatas biaya listrik dan air selama tahun 2023 total biaya sebesar Rp. 13.528.800 dibagi kuantitas produk untuk semua produk pada tahun 2023 yaitu 19.200 untuk total biaya listrik dan biaya air Rp. 600 per unit. Hasil dari total biaya per unit akan dikalikan dengan kuantitas yang dihasilkan produk minuman kopi ingin dia selama tahun 2023 yaitu 1.800 unit dengan biaya listrik dan air sebesar Rp. 1.080.000, produk minuman kopi kobam selama 2023 yaitu 1.750 unit dengan biaya listrik dan air sebesar Rp. 1.050.000 dan produk makanan nasi ayam pukul selama tahun 2023 yaitu 1.780 unit dengan biaya listrik dan air sebesar Rp. 1.068.000.

3. Biaya Sewa Area

Industri *food & beverages Cafe* Ingin Kopi menghitung harga pokok produksi dengan membagi jumlah produk yang dihasilkan mengeluarkan biaya sewa area bangunan untuk menjalankan usaha produksi minuman kopi ingin dia dan kopi kobam dan produksi makanan nasi ayam pukul. Namun *Cafe* Ingin Kopi tidak memasukan biaya sewa area bangunan ke dalam biaya produksi. Hal ini disebabkan karena *Cafe* Ingin Kopi menganggap biaya sewa area bangunan sebagai biaya yang tidak termasuk kedalam biaya produksi. Seharusnya Biaya sewa area bangunan masuk kedalam biaya *overhead* pabrik, karena berkaitan langsung dengan kegiatan produksi. Dalam satu tahun *Cafe* Ingin Kopi harus membayar sewa area bangunan sebesar Rp 6.840.000. Biaya sewa area tahun 2023 yang disajikan dalam tabel 4.18 sebagai berikut:

Tabel 4.18 Biaya Sewa Area Tahun 2023

Jenis Biaya	Biaya Per Bulan	Biaya Per Tahun
Sewa area bangunan	Rp 570.000	Rp 6.840.000
Total Biaya	Rp 570.000	Rp 6.840.000

(Sumber: Data diolah tahun 2024)

4. Biaya Pemeliharaan Mesin dan Peralatan

Biaya pemeliharaan mesin dan peralatan merupakan biaya yang dikeluarkan untuk perbaikan atau *service* serta pembelian suku cadang mesin apabila terdapat kerusakan yang dialami oleh mesin dan peralatan yang berhubungan dengan produksi. Biaya pemeliharaan mesin dan peralatan yang dikeluarkan *Cafe* Ingin Kopi meliputi bubuk kimia yang bernama *cafiza* untuk membersihkan bagian mesin espresso yang dilakukan 3 kali sebulan, tergantung pada jumlah kopi yang dibuat. Selain itu, pembersihan tamper, kompor, wajan, pisau, spatula, wadah, cobek dan *rice cooker* dengan tisu, kain lap, sabun dan lainnya. Penggantian pisau, spatula, wadah dan lainnya juga diperlukan. Biaya pemeliharaan mesin dan peralatan tahun 2023 yang disajikan dalam tabel 4.19 sebagai berikut:

Tabel 4.19 Biaya Pemeliharaan Mesin dan Peralatan Tahun 2023

No	Keterangan	Biaya Per Tahun
	Kopi Ingin Dia dan Kopi Kobam:	
1	Mesin Espresso	Rp 500.000
2	Tamper	Rp 120.000
	Nasi Ayam Pukul:	
1	Kompor	Rp 100.000
2	Wajan	Rp 30.000
3	Pisau	Rp 5.000
4	Spatula	Rp 5.000
5	Wadah	Rp 30.000
6	Cobek dan ulekan	Rp 20.000
7	<i>Rice cooker</i>	Rp 50.000
	Total Biaya	Rp 860.000

(Sumber: Data diolah tahun 2024)

Biaya pemeliharaan mesin dan peralatan yang dikeluarkan oleh *Cafe Ingin Kopi* sebesar Rp 860.000 per tahun. Sehingga untuk mesin espresso biaya per tahun dibagi dengan kuantitas produk kopi ingin dia 1.800 unit sebesar Rp. 278 per unit, dan produk kopi kobam 1.750 unit sebesar Rp. 286 per unit. Tamper biaya per tahun dibagi dengan kuantitas produk kopi ingin dia 1.800 unit sebesar Rp. 67 per unit, dan produk kopi kobam 1.750 unit sebesar Rp. 69 per unit. Selain itu, untuk kompor biaya per tahun dibagi dengan kuantitas produk nasi ayam pukul 1.780 unit sebesar Rp. 56 per unit, wajan dan wadah biaya per tahun dibagi dengan kuantitas produk nasi ayam pukul 1.780 unit sebesar Rp. 17 per unit, pisau dan spatula biaya per tahun dibagi dengan kuantitas produk nasi ayam pukul 1.780 unit sebesar Rp. 3 per unit, cobek dan ulekan biaya per tahun dibagi dengan kuantitas produk nasi ayam pukul 1.780 unit sebesar Rp. 11 per unit, dan *rice cooker* biaya per tahun dibagi dengan kuantitas produk nasi ayam pukul 1.780 unit sebesar Rp. 28 per unit.

5. Biaya penyusutan Mesin dan Peralatan

Mesin dan peralatan yang digunakan untuk kegiatan produksi akan mengalami penurunan nilai atau penyusutan. Biaya penyusutan terjadi ketika mesin dan peralatan digunakan berkurang. Perhitungan biaya penyusutan dihitung dengan menggunakan metode garis lurus atau nilai ekonomis. Adapun cara perhitungan untuk mengetahui biaya penyusutan atau beban penyusutan menggunakan metode garis lurus adalah sebagai berikut:

$$\text{Beban Penyusutan} = \frac{(\text{Harga Perolehan} - \text{Nilai Sisa})}{\text{Umur Ekonomis}}$$

Berdasarkan rumusan perhitungan di atas, maka dapat diketahui biaya penyusutan untuk masing-masing alat dan mesin setiap tahunnya. Biaya penyusutan mesin dan peralatan tahun 2023 yang disajikan dalam tabel 4.20 sebagai berikut:

Tabel 4.20 Biaya Penyusutan Mesin dan Peralatan Tahun 2023

Keterangan	Harga Per Unit (Rp)	Unit	Total Harga (Rp)	Nilai Sisa (Rp)	Umur Ekonomis (Tahun)	Beban Penyusutan Per Tahun (Rp)
Mesin espresso	25.000.000	1	25.000.000	5.000.000	5	4.000.000
Tamper	60.000	1	60.000	20.000	2	20.000
Kompor	310.000	1	310.000	50.000	5	52.000
Wajan	30.000	2	60.000	10.000	5	10.000
Pisau	5.000	2	10.000	5.000	1	5.000
Spatula	5.000	2	10.000	5.000	1	5.000
Wadah	15.000	3	45.000	10.000	1	35.000

Keterangan	Harga Per Unit (Rp)	Unit	Total Harga (Rp)	Nilai Sisa (Rp)	Umur Ekonomis (Tahun)	Beban Penyusutan Per Tahun (Rp)
Cobek dan ulekan	60.000	1	60.000	25.000	5	7.000
<i>Rice cooker</i>	350.000	1	350.000	25.000	5	65.000
Total biaya						4.199.000

(Sumber: Data diolah tahun 2024)

Berdasarkan data diatas jumlah beban penyusutan mesin ekspreso dan tamper dibebankan untuk produk minuman kopi ingin dia dan kopi kobam selama satu tahun sebesar Rp. 4.020.000. Sedangkan jumlah beban penyusutan kompor, wajan, pisau, spatula, wadah, cobek dan ulekan, dan *rice cooker* dibebankan untuk produk makanan nasi ayam pukul sebesar Rp. 179.000 dengan total beban penyusutan *Cafe Ingin Kopi* tahun 2023 sebesar Rp 4.199.000.

Biaya *overhead* pabrik mulai dari biaya bahan penolong, biaya listrik dan air, biaya sewa area, biaya pemeliharaan mesin dan peralatan, dan biaya penyusutan mesin dan peralatan. Biaya *overhead* pabrik menurut *full costing* tahun 2023 yang disajikan dalam tabel 4.21 sebagai berikut:

Tabel 4.21 Biaya *Overhead* Pabrik Dengan Metode *Full Costing* Tahun 2023

Keterangan	Kopi Ingin Dia (Rp)	Kopi Kobam (Rp)	Nasi Ayam Pukul (Rp)
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik Variabel:			
Biaya bahan penolong	2.160.000	2.100.000	1.246.000
Biaya listrik dan air	1.080.000	1.050.000	1.068.000
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik Tetap:			
Biaya sewa area	6.840.000	6.840.000	6.840.000
Biaya pemeliharaan mesin dan peralatan	860.000	860.000	860.000
Biaya penyusutan mesin dan peralatan	4.199.000	4.199.000	4.199.000
Total BOP	15.139.000	15.049.000	14.213.000

(Sumber: Data diolah tahun 2024)

Dapat dilihat dari tabel diatas bahwa biaya *overhead* pabrik produk minuman kopi ingin dia dan kopi kobam, dan produk makanan nasi ayam pukul dengan metode *full costing*. Bahwa biaya *overhead* pabrik produk kopi ingin dia sebesar Rp. 15.139.000, biaya *overhead* pabrik produk kopi kobam sebesar Rp. 15.049.000, dan biaya *overhead* pabrik produk nasi ayam pukul sebesar Rp. 14.213.000. Perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode *full costing* tahun 2023 yang disajikan dalam 4.22 sebagai berikut:

Tabel 4.22 Perhitungan Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode *Full Costing* Tahun 2023

Keterangan	Kopi Ingin Dia	Kopi Kobam	Nasi Ayam Pukul
Biaya bahan baku	Rp 17.955.000	Rp 15.706.250	Rp 19.001.500
Biaya tenaga kerja	Rp 8.685.000	Rp 8.443.750	Rp 8.588.500
Biaya <i>overhead</i> pabrik	Rp 15.139.000	Rp 15.049.000	Rp 14.213.000
Jumlah harga pokok produksi	Rp 41.779.000	Rp 39.199.000	Rp 41.803.000
Kuantitas unit produksi	1.800 unit	1.750 unit	1.780 unit
HPP per unit	Rp 23.211	Rp 22.399	Rp 23.485

(Sumber: Data diolah tahun 2024)

Dapat dilihat dari tabel diatas bahwa perhitungan harga pokok produksi produk kopi ingin dia, kopi kobam dan nasi ayam pukul dengan metode *full costing*. Bahwa harga pokok produksi produk kopi ingin dia sebesar Rp. 41.779.000, harga pokok produksi produk kopi kobam sebesar Rp. 39.199.000, dan harga pokok produksi produk nasi ayam pukul sebesar Rp. 41.803.000. Sedangkan harga pokok produksi per unit untuk produk kopi ingin dia menggunakan metode *full costing* sebesar Rp. 23.211 per unit, kopi kobam sebesar Rp. 22.399 per unit dan nasi ayam pukul sebesar Rp. 23.485 per unit.

4.2.3 Perbandingan Perhitungan Harga Pokok Produksi Menurut *Cafe Ingin Kopi* dan Harga Pokok Produksi Dengan Menggunakan Metode *Full Costing*

Perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode *full costing* berbeda dengan yang dibuat oleh *Cafe Ingin Kopi*. Harga pokok produksi yang dihitung dengan menggunakan metode *full costing* menghasilkan angka yang lebih tinggi. Hal ini disebabkan karena ada beberapa biaya yang tidak diperhitungkan oleh *Cafe Ingin Kopi*. Perbandingan perhitungan harga pokok produksi antara *Cafe Ingin Kopi* dengan menggunakan metode *full costing* tahun 2023 yang disajikan dalam tabel 4.23 sebagai berikut:

Tabel 4.23 Perbandingan Harga Pokok Produksi Antara *Cafe Ingin Kopi* Dengan Metode *Full Costing* Tahun 2023

Jenis Produk	Harga Pokok Produksi Per Unit		
	Menurut <i>Cafe Ingin Kopi</i>	Menurut Metode <i>Full Costing</i>	Selisih
Kopi Ingin Dia	Rp 16.000	Rp 23.211	Rp 7.211
Kopi Kobam	Rp 15.000	Rp 22.399	Rp 7.399
Nasi Ayam Pukul	Rp 16.000	Rp 23.485	Rp 7.485

(Sumber: Data diolah tahun 2024)

Dapat dilihat dari tabel diatas perbedaan atau selisih yang diperoleh dari harga pokok produksi yang diterapkan *Cafe Ingin Kopi* dengan harga pokok produksi menggunakan metode *full costing* untuk produk minuman kopi ingin dia sebesar Rp. 7.211 per unit, kopi kobam sebesar Rp. 7.399 dan produk makanan nasi ayam pukul

sebesar Rp. 7.485 per unit.

Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa terdapat perbedaan yang dihasilkan antara perhitungan harga pokok produksi yang dilakukan oleh *Cafe Ingin Kopi* dengan perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode *full costing*. Perbedaan tersebut disebabkan oleh perhitungan yang dilakukan *Cafe Ingin Kopi* tidak membebankan biaya *overhead* pabrik yang terjadi kedalam biaya produksi, sehingga menghasilkan nilai yang lebih rendah dari perhitungan menggunakan metode *full costing*.

Perhitungan metode *full costing* menghasilkan nilai yang lebih tinggi dibandingkan dengan perhitungan *Cafe Ingin Kopi*. Dengan metode *full costing* semua biaya yang digunakan selama proses produksi akan diklasifikasikan sebagai biaya produksi, baik yang bersifat variabel maupun bersifat tetap. Dalam perhitungan harga pokok produksi dengan metode *full costing*, peneliti akan memperhitungkan beberapa biaya yang tidak diperhitungkan oleh *Cafe Ingin Kopi*. Biaya tersebut terdiri atas biaya *overhead* pabrik variabel yaitu biaya listrik dan air, biaya *overhead* tetap yaitu biaya sewa area, biaya pemeliharaan mesin dan peralatan, dan biaya penyusutan mesin dan peralatan diperoleh dari hasil wawancara dan dokumentasi oleh peneliti. Oleh karena itu, perhitungan dengan metode *full costing* lebih akurat karena mengakumulasikan semua biaya yang terjadi selama proses produksi.

Namun, hasilnya mungkin lebih tinggi dibandingkan dengan perhitungan menggunakan metode lain (seperti *variable costing*, *target costing*) karena *full costing* juga mengalokasikan biaya tetap ke setiap unit produk. Biaya tetap ini tidak berubah dengan volume produksi dan tingkat aktivitasnya, sehingga jika produksi rendah, alokasi biaya tetap per unit menjadi lebih tinggi, yang meningkatkan harga pokok produksi per unit.

Berikut ini apabila harga pokok produksi menggunakan metode *full costing* meningkat, *Cafe Ingin Kopi* dapat mengambil beberapa langkah strategis untuk mengelola dan mengurangi dampak kenaikan tersebut:

1. **Analisis Biaya:** Lakukan analisis mendetail terhadap komponen biaya tetap dan variabel. Identifikasi area di mana biaya dapat dikurangi tanpa mengorbankan kualitas produk atau layanan.
2. **Efisiensi Operasional:** Tingkatkan efisiensi operasional dengan memperbaiki proses produksi dan meningkatkan produktivitas staf.
3. **Negosiasi dengan Pemasok:** Tawar-menawar dengan pemasok untuk mendapatkan harga bahan baku yang lebih baik atau mencari alternatif yang lebih murah.
4. **Evaluasi Penetapan Harga:** Tinjau dan sesuaikan harga jual produk untuk memastikan margin keuntungan yang memadai. Namun, pastikan perubahan harga tidak mengurangi daya tarik bagi pelanggan.
5. **Pengendalian Biaya Overhead:** Kurangi biaya tetap yang tidak perlu atau cari cara untuk mengalokasikan biaya tetap dengan lebih efisien. Misalnya, renegotiasi sewa dan mengurangi bahan penolong.
6. **Diversifikasi Menu:** Tambahkan variasi pada menu dengan produk yang memiliki

margin keuntungan lebih tinggi atau biaya produksi yang lebih rendah.

7. **Tingkatkan Penjualan dan Pemasaran:** Fokus pada strategi pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan, yang dapat membantu menyebar biaya tetap lebih luas dan mengurangi harga pokok produksi per unit.
8. **Pemantauan dan Evaluasi:** Secara rutin monitor dan evaluasi harga pokok produksi dan biaya produksi untuk memastikan bahwa langkah-langkah yang diambil efektif dan sesuaikan strategi sesuai kebutuhan.

Dengan Langkah-langkah ini, *Cafe Ingin Kopi* dapat mengelola dan menanggapi kenaikan harga pokok produksi secara efektif, menjaga keberlanjutan bisnis, dan tetap kompetitif di pasar. Jika harga pokok produksi menggunakan metode *full costing* naik, *Cafe Ingin Kopi* bisa menerapkan langkah-langkah strategi untuk mengatasi dan mengurangi dampaknya.

4.3 Perhitungan Harga Jual *Cafe Ingin Kopi*

4.3.1 Perhitungan Harga Jual Menurut *Cafe Ingin Kopi*

Penentuan harga jual produk pada suatu perusahaan sangat penting karena metode penentuan harga jual sangat menentukan laba yang akan diperoleh perusahaan. Perolehan laba yang maksimal merupakan salah satu target perusahaan. Dimana antara biaya produksi dan harga jual memiliki hubungan yang signifikan dalam menentukan laba yang diinginkan atau diharapkan oleh perusahaan (Choerotunnisa, 2023). *Cafe Ingin Kopi* belum memiliki metode akuntansi untuk menentukan harga jual pada produknya. *Cafe Ingin Kopi* menggunakan metode sederhana, yang berarti mereka mengharapkan keuntungan maksimal saat menetapkan harga jual. Untuk menentukan harga jualnya, *Cafe Ingin Kopi* menghitung berapa banyak biaya atau berapa banyak sumber ekonomi yang akan dihabiskan oleh *Cafe Ingin Kopi* saat memproduksi minuman dan makanan. *Cafe Ingin Kopi* akan memperhitungkan semua biaya yang dianggap berpengaruh dalam proses produksi.

Perhitungan harga jual yang selama ini diterapkan oleh *Cafe Ingin Kopi* adalah dengan cara melihat pesaing-pesaing yang berhubungan dengan produk yang dipasarkan. Artinya selama tahun 2023 harga jual yang ditawarkan *Cafe Ingin Kopi* untuk produk minuman kopi ingin dia memiliki persentase 25%, kopi kobam memiliki persentase 30% dan produk makanan memiliki persentase 25% yang akan diambil dari biaya produksi yang dimiliki ataupun persentase penjualan. Alasannya hal tersebut diterapkan karena *owner* melihat pesaing lainnya dan bertujuan untuk mengenalkan ke pasar tentang profil atau produk dari *Cafe Ingin Kopi* sendiri. Oleh karena itu, penulis menemukan informasi tentang harga jual yang diterapkan oleh *Cafe Ingin Kopi* dengan melihat daftar menu yang dibuat oleh pemilik pada tahun 2023, yang mencakup semua produk, khususnya kopi ingin dia, kopi kobam, dan nasi ayam pukul. Harga jual menurut *Cafe Ingin Kopi* tahun 2023 yang disajikan dalam tabel 4.24 sebagai berikut:

Tabel 4.24 Harga Jual Menurut Perhitungan *Cafe Ingin Kopi Tahun 2023*

Keterangan Produk	HPP Per Unit	Markup	Markup	Harga Jual
Kopi Ingin Dia	Rp 16.000	25%	Rp 4.000	Rp 20.000
Kopi Kobam	Rp 15.000	30%	Rp 4.500	Rp 19.500
Nasi Ayam Pukul	Rp 16.000	25%	Rp 4.000	Rp 20.000

(Sumber: Data diolah tahun 2024)

4.3.2 Perhitungan Harga Jual Dengan Menggunakan Metode *Cost Plus Pricing*

Penentuan harga jual *cost plus pricing* dengan pendekatan metode *full costing* merupakan metode penentuan harga jual dimana biaya yang digunakan sebagai dasar dalam menentukan harga jual adalah semua biaya yang terjadi ditambah dengan biaya administrasi umum dan biaya penjualan (Nurandini, 2022). Dalam perhitungan harga jual menggunakan metode *cost plus pricing*, 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 *Cafe Ingin Kopi* meliputi biaya pemasaran sebesar Rp. 30.000 per bulan, biaya administrasi dan umum yang mencakup biaya internet sebesar Rp. 40.000 per bulan, serta biaya pph sebesar Rp. 1.000.000. Berikut pengeluaran biaya non produksi yang terdiri dari biaya pemasaran, administrasi dan umum, dan pph sebagai berikut:

Biaya non produksi;

Biaya pemasaran	(Rp. 30.000 x 12 bulan)	Rp. 360.000
Biaya administrasi dan umum	(Rp. 40.000 x 12 bulan)	Rp. 480.000
Pph		<u>Rp. 1.000.000 +</u>
Total		Rp. 1.840.000

Diketahui bahwa selama tahun 2023 *Cafe Ingin Kopi* menghasilkan total semua produk 19.200 unit dengan total non produksi sebesar Rp. 1.840.000. Dimana dari masing-masing biaya non produksi akan dibagi 19.200 unit. Untuk biaya pemasaran Rp. 19 per unit, biaya administrasi dan umum Rp. 25 per unit, dan untuk pph Rp. 52 per unit. Hasil dari biaya non produksi per unit akan dikalikam ke total masing-masing produk. Sehingga, untuk produk minuman kopi ingin kopi sebanyak 1.800 unit, produk kopi kobam sebanyak 1.750 unit, dan produk makanan nasi ayam pukul sebanyak 1.780 unit.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, diketahui bahwa *Cafe Ingin Kopi* menginginkan produk minuman kopi ingin dia labanya sebesar 25%, produk kopi kobam labanya sebesar 30%, dan produk makanan nasi ayam pukul labanya sebesar 25% untuk produk yang akan dijual. Salah satu metode yang paling sederhana untuk menentukan harga jual adalah dengan menambahkan sejumlah *mark up* atau

persentase laba yang diharapkan perusahaan. Pendekatan *full costing* untuk menghitung harga pokok produksi akan menghasilkan perhitungan yang berbeda dengan perusahaan. Maka perhitungan harga jual *cost plus pricing* menggunakan metode *full costing* dengan mengharapkan laba sebesar 30% untuk produk minuman dan laba sebesar 25% untuk produk makanan. Berikut ini perhitungan harga jual menggunakan metode *cost plus pricing* sebagai berikut:

1. Harga Jual Kopi Ingin Dia Tahun 2023

Harga Pokok Produksi	Rp.	41.779.000
Biaya non produksi:		
Biaya pemasaran	Rp.	34.200
Biaya administrasi dan umum	Rp.	45.000
Pph	Rp.	93.600 +
Total biaya harga pokok produksi	Rp.	<u>41.951.800</u>

$$\begin{aligned} \text{Harga per-unit} &= \text{Biaya total} + (\text{mark up} \times \text{biaya total}) \\ &= \text{Rp. } 41.951.800 + (25\% \times \text{Rp. } 41.951.800) \\ &= \text{Rp. } 52.439.750 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Harga jual/ unit (pcs)} &= \text{Harga jual} \\ &= \frac{\text{Rp. } 52.439.750}{1.800 \text{ unit}} \\ &= \text{Rp. } 29.133 \text{ unit} \end{aligned}$$

2. Harga Jual Kopi Kobam Tahun 2023

Harga Pokok Produksi	Rp.	39.199.000
Biaya non produksi:		
Biaya pemasaran	Rp.	33.250
Biaya administrasi dan umum	Rp.	43.750
Pph	Rp.	91.000 +
Total biaya harga pokok produksi	Rp.	<u>39.367.000</u>

$$\begin{aligned} \text{Harga per-unit} &= \text{Biaya total} + (\text{mark up} \times \text{biaya total}) \\ &= \text{Rp. } 39.367.000 + (30\% \times \text{Rp. } 39.367.000) \\ &= \text{Rp. } 51.177.100 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Harga jual/ unit (pcs)} &= \text{Harga jual} \\
 &\frac{\text{Jumlah unit (pcs)}}{1.750 \text{ unit}} \\
 &= \text{Rp. } 51.177.100 \\
 &= \text{Rp. } 29.244 \text{ unit}
 \end{aligned}$$

3. Harga Jual Nasi Ayam Pukul Tahun 2023

Harga Pokok Produksi	Rp.	41.803.000
Biaya non produksi:		
Biaya pemasaran	Rp.	33.820
Biaya administrasi dan umum	Rp.	44.500
Pph	Rp.	92.560 +
Total biaya harga pokok produksi	Rp.	41.973.880

$$\begin{aligned}
 \text{Harga per-unit} &= \text{Biaya total} + (\text{mark up} \times \text{biaya total}) \\
 &= \text{Rp. } 41.973.880 + (25\% \times \text{Rp. } 41.973.880) \\
 &= \text{Rp. } 52.467.350
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Harga jual/ unit (pcs)} &= \text{Harga jual} \\
 &\frac{\text{Jumlah unit (pcs)}}{1.780 \text{ unit}} \\
 &= \text{Rp. } 52.467.350 \\
 &= \text{Rp. } 28.476 \text{ unit}
 \end{aligned}$$

Perhitungan harga jual menggunakan metode *cost plus pricing* tahun 2023 yang disajikan dalam tabel 4.24 sebagai berikut:

Tabel 4.25 Harga Jual Menurut Metode *Cost Plus Pricing* Tahun 2023

Menu Produk	Harga Jual Produk Per Unit
Kopi Ingin Dia	Rp. 29.133
Kopi Kobam	Rp. 29.244
Nasi Ayam Pukul	Rp. 29.476

(Sumber: Data diolah tahun 2024)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa harga jual yang diterapkan untuk setiap jenis produk didasarkan pada persentase laba yang diharapkan perusahaan terhadap penjualan dan memiliki persentase berbeda-beda tiap produknya. Biaya non

produksi dibebankan ke setiap unit produk yang dihasilkan untuk dijual sehingga berdampak pada harga pokok penjualan yang lebih tinggi dari pada harga pokok produksi sebelumnya. Persentase laba yang diterapkan oleh perusahaan yang nantinya dapat dilihat berapa persentase laba yang terjadi. Menurut (Nurandini, 2022) semakin harga yang ditawarkan semakin besar persentase laba yang diperoleh dari penjualan dan semakin rendah harga jual yang dipasarkan semakin kecil persentase laba yang diperoleh.

4.3.3 Perbandingan Harga Jual *Cafe Ingin Kopi* Dengan Menggunakan Metode *Cost Plus Pricing*

Dalam menentukan harga jual sebenarnya *Cafe Ingin Kopi* belum menggunakan metode akuntansi atau penetapan yang masih sederhana. Artinya dalam menetapkan harga jual, *Cafe Ingin Kopi* masih kurang maksimal. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa menentukan harga jual produk dilakukan dengan menghitung semua biaya yang dikeluarkan dan kemudian menambah persentase laba tertentu. Untuk menentukan harga jual produknya, *Cafe Ingin Kopi* menghitung biaya atau mengorbankan sumber daya ekonomi selama proses produksi. Dalam penentuan harga jual menggunakan metode *cost plus pricing* melalui pendekatan metode *full costing*, semua unsur biaya dihitung dalam menentukan harga jual baik itu biaya produksi seperti biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya *overhead* pabrik yang bersifat variabel dan bersifat tetap, serta biaya non produksi seperti biaya pemasaran dan biaya administrasi dan umum, pph untuk menentukan total biaya atau total harga pokok produksi. Perbandingan harga jual dengan menggunakan perhitungan yang ditetapkan oleh *Cafe Ingin Kopi* dan metode *cost plus pricing* terdapat perbedaan. Perbandingan perhitungan harga jual antara *Cafe Ingin Kopi* dengan menggunakan metode *cost plus pricing* tahun 2023 yang disajikan dalam tabel 4.26 sebagai berikut:

Tabel 4.26 Perbandingan Harga Jual Antara Perhitungan *Cafe Ingin Kopi* Dengan Metode *Cost Plus Pricing* Tahun 2023

Jenis Produk	Harga Jual Per Unit		
	Perhitungan <i>Cafe Ingin Kopi</i>	Metode <i>Cost Plus Pricing</i>	Selisih
Kopi Ingin Dia	Rp 20.000	Rp 29.133	Rp 9.133
Kopi Kobam	Rp 19.500	Rp 29.244	Rp 9.744
Nasi Ayam Pukul	Rp 20.000	Rp 28.476	Rp 9.476

(Sumber: Diolah tahun 2024)

Perbedaan atau selisih yang diperoleh dari harga jual yang diterapkan *Cafe Ingin Kopi* dengan harga jual menggunakan metode *cost plus pricing* untuk produk minuman kopi ingin dia sebesar Rp. 9.133 per unit, kopi kobam sebesar Rp. 9.744 dan produk makanan nasi ayam pukul sebesar Rp. 9.476 per unit. Perbedaan atau selisih disebabkan oleh biaya *overhead* pabrik variabel yaitu biaya listrik dan air (kopi ingin dia sebesar Rp. 1.080.000, kopi kobam sebesar Rp. 1.050.000, nasi ayam pukul sebesar Rp. 1.068.00), biaya *overhead* pabrik tetap yaitu biaya sewa area sebesar Rp.

6.840.000, biaya pemeliharaan mesin dan peralatan sebesar Rp. 860.000, biaya penyusutan mesin dan peralatan sebesar Rp. 4.199.000, dan biaya non produksi yaitu biaya pemasaran Rp. 19 per unit, biaya administrasi dan umum Rp. 25 per unit, dan untuk pph Rp. 52 per unit. Harga jual menggunakan *cost plus pricing* menghasilkan angka yang lebih tinggi dari pada harga jual yang selama ini diterapkan oleh *Cafe Ingin Kopi*. Persentase laba yang diterapkan masih mengikuti kebijakan yang diterapkan oleh *Cafe Ingin Kopi* yaitu produk minuman kopi ingin dia mengambil keuntungan sebesar 25%, kopi kobam mengambil keuntungan sebesar 30%, dan produk makanan nasi ayam pukul mengambil keuntungan sebesar 25% dari harga pokok produksi.

4.3.4 Menentukan Harga Pasar yang Kompetitif

Industri *food & beverages* *Cafe Ingin Kopi* memiliki beberapa jenis produk makanan dan minuman yang diproduksi sendiri atau membeli dari *supplier*. Pada penelitian ini memfokuskan pada produk kopi ingin dia, kopi kobam, dan nasi ayam pukul dikarenakan produk tersebut menjadi produk terlaris dalam penjualan pada *Cafe Ingin Kopi* tahun 2023. Selain itu, harga jual pada *Cafe Ingin Kopi* dengan kompetitor lain merupakan harga yang terendah pada produk yang sama. Peneliti memilih beberapa kategori *cafe* untuk membandingkan penentuan harga jual *Cafe Ingin Kopi*. Menurut (Triutami, 2022) berikut beberapa hal yang dapat menjadi pengambilan keputusan tempat *cafe*:

1. Lokasi dan Aksesibilitas: Pastikan *cafe* berada dalam jarak yang mudah diakses dari kampus. Lokasi yang strategis akan memudahkan akses dan menghemat waktu perjalanan.
2. Fasilitas: Fasilitas yang disediakan oleh *cafe* seperti, colokan listrik, akses Wi-Fi, dan ruang yang tenang dan kondusif yang akan membantu fokus dalam mengerjakan tugas ataupun diskusi.
3. Komposisi Produk: *Cafe* menggunakan bahan baku yang sama dengan produk kopi ingin dia, kopi kobam, dan nasi ayam pukul yang ada di *Cafe Ingin Kopi*.
4. Target Pasar: Segmentasi pelanggan menargetkan kalangan mahasiswa, pekerja kantor atau wisatawan.

Berdasarkan kategori *cafe*, terdapat beberapa *cafe* menjadi pesaing dalam menetapkan harga jual diantaranya, *Cafe Ta-Mu*, *Cafe Syncro*, dan *Cafe Antasena*. Adapun daftar harga harga jual *Cafe Ingin Kopi* sebelum menggunakan metode *cost plus pricing* dengan kompetitor tahun 2023 yang disajikan dalam tabel 4.27 sebagai berikut:

Tabel 4.27 Daftar Harga Jual *Cafe Ingin Kopi* Sebelum Menggunakan Metode *Cost Plus Pricing* Dengan Kompetitor Tahun 2023

<i>Cafe</i>	Harga Produk		
	Kopi Ingin Dia	Ingin Kobam	Nasi Ayam Pukul
Ingin Kopi	Rp 20.000	Rp 19.500	Rp 20.000

<i>Cafe</i>	Harga Produk		
	Kopi Ingin Dia	Ingin Kobam	Nasi Ayam Pukul
Ta-Mu	Rp 28.000	Rp 25.000	Rp 27.000
Syncro	Rp 32.000	Rp 31.000	Rp 28.000
Antasena	Rp 35.000	Rp 29.000	Rp 31.000

(Sumber: Data riset)

Penentuan harga jual menggunakan metode *cost plus pricing* pada produk kopi ingin dia, ingin kobam, dan nasi ayam pukul yang ada di *Cafe Ingin Kopi* ditentukan berdasarkan perhitungan penulis, serta analisis biaya dan laba yang diinginkan *Cafe Ingin Kopi* dengan pendekatan metode *full costing*. Selain itu, harga jual yang tergolong rendah menjadi halangan dengan kompetitor sekitar pada produk yang sama. Menurut (Ariani, 2022) harga jual yang rendah dapat menarik konsumen, ini juga dapat menimbulkan persepsi bahwa produk yang berkualitas rendah. Selain itu, harga yang terlalu rendah dapat mengurangi margin keuntungan dan berpotensi tidak menutupi biaya produksi yang berujung pada kerugian. Selain itu, menurut (Mazaki, 2022) harga jual yang tinggi dianggap terlalu mahal oleh konsumen, yang dapat mengurangi penjualan dan pangsa pasar. Konsumen akan beralih ke alternatif yang lebih murah jika mereka merasa bahwa nilai yang mereka dapatkan tidak sebanding dengan harga. Hasil perbandingan harga jual *Cafe Ingin Kopi* sesudah menggunakan metode *cost plus pricing* dengan kompetitor lain dilihat dari perspektif harga tahun 2023, yang disajikan dalam tabel 4.28 sebagai berikut:

Tabel 4.28 Hasil Perbandingan Harga Jual *Cafe Ingin Kopi* Sesudah Menggunakan Metode *Cost Plus Pricing* Dengan Kompetitor Tahun 2023

Kategori <i>Cafe</i>	Harga Produk	Kategori <i>Cafe</i>	Harga Produk	Kategori <i>Cafe</i>	Harga Produk
	Kopi Ingin Dia		Kopi Kobam		Nasi Ayam Pukul
Ta-Mu Rendah	Rp. 28.000	Ta-Mu Rendah	Rp. 25.000	Ta-Mu Rendah	Rp. 27.000
Ingin Kopi	Rp. 29.133	Antasena Rendah	Rp. 29.000	Syncro Rendah	Rp. 28.000
Syncro Tinggi	Rp. 32.000	Ingin Kopi	Rp. 29.244	Ingin Kopi	Rp. 29.476
Antasena Tinggi	Rp. 35.000	Syncro Tinggi	Rp. 31.000	Antasena Tinggi	Rp. 31.000

(Sumber: Data diolah tahun 2024)

Berdasarkan tabel diatas hasil perhitungan harga jual *Cafe Ingin Kopi* menggunakan metode *cost plus pricing* untuk produk minuman kopi ingin dia sebesar Rp. 29.133 per unit, artinya harga jual lebih tinggi dari *Cafe Ta-Mu* sebesar Rp. 28.000 per unit dan lebih rendah dari *Cafe Syncro* sebesar Rp. 32.000 per unit. Untuk produk kopi kobam sebesar Rp. 29.244 per unit, artinya harga jual *Cafe Ingin Kopi* lebih tinggi dari *Cafe Antasena* sebesar Rp. 29.000 per unit dan lebih rendah dari *Cafe Syncro* sebesar Rp. 31.000 per unit. Untuk produk makanan nasi ayam pukul sebesar Rp. 29.476 per unit, artinya harga jual *Cafe Ingin Kopi* lebih tinggi dari *Cafe Syncro* sebesar Rp. 28.000 per unit dan lebih rendah dari *Cafe Antasena* sebesar Rp. 31.000 per unit.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan temuan analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka penulis menarik beberapa kesimpulan dari hasil penelitian sebagai berikut:

1. Perhitungan Harga Pokok Produksi dan Harga Jual Pada *Cafe* Ingin Kopi.
Cafe Ingin Kopi belum menggunakan metode akuntansi dan masih menggunakan cara sederhana, untuk menghitung harga pokok produksi dan harga jual. *Cafe* Ingin Kopi hanya memasukan biaya yang dikeluarkan selama proses produksi mulai dari biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik (berupa biaya bahan penolong) ke dalam biaya produksinya. Sehingga harga pokok produksi yang dihasilkan lebih rendah dari biaya sebenarnya. Selain itu, penetapan harga jual produk *Cafe* Ingin Kopi masih kurang efektif karena harga jual *Cafe* Ingin Kopi belum menggunakan metode akuntansi, sehingga penetapan harga jualnya kurang maksimal. Produk tersebut dihitung dari biaya produksi yang dimiliki dengan persentase penjualan kopi ingin dia sebesar 25 %, kopi kobam sebesar 30 %, dan nasi ayam pukul sebesar 25 % dari keuntungan yang ingin diperoleh.
2. Perhitungan Harga Pokok Produksi Dengan Menggunakan Metode *Full Costing* dan Harga Jual Dengan Metode *Cost Plus Pricing*.
Perhitungan harga pokok produksi dengan metode *full costing* dilakukan dengan menjumlahkan seluruh unsur biaya yang terjadi selama produksi, mulai dari biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik baik yang bersifat variabel maupun bersifat tetap. Dan perhitungan harga jual menggunakan metode *cost plus pricing* lebih tinggi dari perhitungan *Cafe* Ingin Kopi, hal ini dikarenakan perhitungan harga jual metode *cost plus pricing* memperhitungkan biaya non produksi pada saat proses produksi.
3. Perbandingan Harga Pokok Produksi dan Harga Jual *Cafe* Ingin Kopi Dengan Metode *Full Costing* Dalam Menetapkan Harga Jual Dengan Metode *Cost Plus Pricing*.
Perhitungan harga pokok produksi yang ditetapkan oleh *Cafe* Ingin Kopi dengan metode *full costing* mempunyai perbedaan. Pada perhitungan harga pokok produksi yang ditetapkan oleh *Cafe* Ingin Kopi menghasilkan produk kopi ingin dia sebesar Rp. 16.000 per unit, kopi kobam sebesar Rp. 15.000 per unit, dan nasi ayam pukul Rp. 16.000 per unit. Sedangkan hasil perhitungan menggunakan metode *full costing* yaitu, produk kopi ingin dia sebesar Rp. 23.211 per unit, kopi kobam sebesar Rp. 22.399 per unit, dan nasi ayam pukul sebesar Rp. 23.485 per unit. Perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode *full costing* menghasilkan biaya yang lebih tinggi dengan selisih, produk kopi ingin dia sebesar Rp. 7.211 per unit, kopi kobam sebesar Rp. 7.399 per unit, dan nasi ayam pukul sebesar Rp. 7.485 per unit.

Pada perhitungan harga jual yang diterapkan oleh *Cafe Ingin Kopi* lebih rendah dibandingkan harga jual yang dihitung berdasarkan metode *cost plus pricing*. Harga jual yang diterapkan oleh *Cafe Ingin Kopi* pada produk kopi ingin dia sebesar Rp. 20.000 per unit, kopi kobam sebesar Rp. 19.500 per unit, dan nasi ayam pukul sebesar Rp. 20.000 per unit. Sedangkan perhitungan harga jual menggunakan metode *cost plus pricing* yaitu, produk kopi ingin dia sebesar Rp. 29.133 per unit, kopi kobam sebesar Rp. 29.244 per unit, dan nasi ayam pukul sebesar Rp. 29.476 per unit. Oleh karena itu, perhitungan harga jual menggunakan metode *cost plus pricing* memiliki selisih, produk kopi ingin dia sebesar Rp. 9.133 per unit, kopi kobam sebesar Rp. 9.744 per unit, dan nasi ayam pukul sebesar Rp. 9.476 per unit.

Hasil analisis, menunjukkan bahwa hasil perhitungan harga pokok produksi dengan metode *full costing* mempunyai kelebihan dibandingkan dengan perhitungan yang diterapkan oleh *Cafe Ingin Kopi*. Jadi, penetapan harga jual akan dipengaruhi oleh perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode *full costing*. *Cafe Ingin Kopi* masih belum memiliki metode akuntansi dalam menentukan harga jual produknya. Oleh karena itu, penetapan harga jual dengan metode *cost plus pricing* melalui pendekatan metode *full costing* memiliki harga jual yang lebih kompetitif dari kompetitor lainnya, karena harga jual yang ditentukan dengan metode *cost plus pricing* lebih menguntungkan dan dapat bersaing dengan kompetitor sejenis.

5.2 Saran

Berdasarkan simpulan dari hasil penelitian di atas maka peneliti menyarankan sebagai berikut:

1. Saran Praktis

Cafe Ingin Kopi merupakan usaha di bidang industri *food & beverages* yang perhitungan harga pokok produksi dan harga jual kurang maksimal. Jika *Cafe Ingin Kopi* menerapkan strategi penetapan biaya yang menyeluruh dan menggunakan metode *cost plus pricing*, keuntungannya akan meningkat. Perhitungan harga pokok produksi dengan metode *full costing* dapat digunakan sebagai gambaran untuk rencana produksi. Metode ini menggunakan teori akuntansi untuk menghitung biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik, dan biaya non produksi. Oleh karena itu, penentuan harga pokok produksi pada *Cafe Ingin Kopi* dapat dilakukan dengan menerapkan metode *cost plus pricing* melalui pendekatan metode *full costing*. Sehingga dapat memaksimalkan laba yang diperoleh *Cafe Ingin Kopi* dan sebagai dasar untuk menghitung harga jual lebih efektif dan lebih efisien untuk bersaing dengan kompetitor lainnya. Maka dapat diambil saran sebagai berikut:

- a. Pastikan akurasi data biaya: Data biaya harus akurat dan lengkap. Ini termasuk biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik, dan biaya non produksi berdasarkan teori akuntansi.
- b. Tentukan margin keuntungan: Tentukan margin keuntungan yang sesuai berdasarkan analisi pasar dan tujuan keuangan *Cafe Ingin Kopi*, sehingga laba yang

diharapkan oleh *Cafe Ingin Kopi* dapat tercapai.

c. Evaluasi secara berkala: Evaluasi kembali struktur biaya dan strategi penetapan harga secara berkala untuk memastikan bahwa harga jual tetap relevan dan kompetitif.

2. Saran Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada perkembangan ilmu akuntansi dan menjadi referensi serta perbandingan bagi peneliti lain yang ingin menetapkan harga jual menggunakan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*. Dengan demikian, penelitian yang hendak mengangkat tema serupa dapat menghasilkan temuan yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, D. (2013). *Data dan Metode Perhitungan Data*. Jurusan Akupuntur Poltekkes Kemenkes Surakarta.
- Agustina, E., & Syafril, R. (2020). Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Pada Pabrik Tahu Makmur Dengan Metode *Full Costing*. *Research In Accounting Journal*, 1 (1).
- Ariani, N. (2022, November 13). Tinggi Rendahnya Harga Produk, Apakah Berpengaruh Terhadap Keputusan Konsumen? pp. Retrieved from <https://www.kompasiana.com/novita77847/6370ad5d4addee0b390ace04/tinggi-rendahnya-harga-produk-apakah-berpengaruh-terhadap-keputusan-konsu>.
- Aripin, Z. (2021). *Akuntansi Manajemen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Badriah, E., & Nurwanda, A. (2019). Penerapan Metode *Full Costing* Dalam Menentukan Harga Pokok Produksi Pembangunan Rumah. *Moderat: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 5(4), 411-421.
- Bahri, R., & Rahmawaty, R. (2019). Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Dalam Menentukan Harga Jual Produk (Studi Empiris Pada Umkm Dendeng Sapi Di Banda Aceh). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi*, 4(2), pp. 344-358.
- Basyir, A. (2021). Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode *Full Costing* Sebagai Penentuan Harga Jual. *Universitas Gunadarma. Depok*.
- Bizhare. (2024). Melihat Potensi Industri F&B di Indonesia, Makin Kuat. *Bizhare*, <https://www.bizhare.id/media/bisnis/potensi-industri-fnb-di-indonesia>.
- Budiarta, I. K. (2016). *Akuntansi Biaya Pendekatan Tradisional Dan Modern*. Denpasar: Pelawa Sari.
- Choerotunnisa, N. (2023). Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Dalam Menentukan Harga Jual Melalui Metode *Cost Plus Pricing* Dengan Pendekatan *Full Costing* Pada UMKM Tahu Ceria Sari. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis*.
- Dewi, N. K. (2023). Perhitungan Harga Pokok Produksi Dengan Metode *Full Costing* dan *Variable Costing* Untuk Penentuan Harga Jual Produk VCO Pada Perusahaan An.VCO Di Desa Aan. *Politeknik Negeri Bali*.
- Dewi, S. R. (2019). *Akuntansi Biaya*. Sidoarjo: UMSIDA PRESS.
- Dunia, F. A., & Abdullah, W. (2019). *Akuntansi Biaya. Edisi 5*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.

- Dwiyanto, A. (2023, Januari). Statistika Deskriptif: Pengertian, Fungsi dan Jenisnya. <https://www.researchgate.net/publication/367487749>.
- Fadli, I. N., & Ramayanti, R. (2020). Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Berdasarkan Metode *Full Costing* (Studi Kasus Pada UKM Digital Printing Prabu). *Jurnal Akuntansi*, 7 (2), pp: 148-161.
- Faradela, N., & Anggriani, I. (2022). Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Dengan Metode *Full Costing* Sebagai Dasar Penetapan Harga Jual Pada Usaha Tempe Makmur Yaya Tebeng Kota Bengkulu. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 18 (4). pp: 516-526.
- Feblin, A., & Ariska, F. (2019). Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi kopi Pada UMKM *The Coffee Legend* Di Desa Sipatuhu Kecamatan Banding Agung Kabupaten Oku Selatan. *Kolegial*, 7 (1), 49-61.
- Firmansyah, D., & Saepuloh, D. (2020). *Akuntansi Manajemen Informasi & Alternatif Untuk Pengambilan Keputusan*. Tangerang: Bidara Cendekia Ilmi Nusantara.
- Fortune. (2020, Februari 24). Tantangan dan Menghadapi *Bisnis Food and Beverage Industry* 4.0. pp. <https://www.paper.id/blog/bisnis/food-and-beverage-fnb/>.
- Gonel, B. (2023, Juni 5). Contoh Operasionalisasi Variabel Penelitian. pp. <https://www.gonel.id/contoh-operasionalisasi-variabel-penelitian/>.
- Harjanti, R. S., & Hetika. (2021). Analisis Harga Pokok Produksi Dan Harga Jual Dengan Metode *Cost Plus Pricing* (Studi Kasus Pada UKM Wedang Uwuh 3Gen Tegal). *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 6 (1), pp: 2541-2604.
- Herawati, A. (2022, April 12). Harga Pokok Produksi: Pengertian, Rumus, dan Contoh Perhitungannya. pp. <https://kledo.co/blog/harga-pokok-produksi/>.
- Heryanto, H. K., & Gunawan, A. (2021). Analisis Perbandingan Metode *Full Costing* dan *Variable Costing* dan *Variable Costing* dalam Perhitungan Harga Pokok Produksi. In *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar*, Vol. 12, pp 1190-1195.
- Hestningsih, W. (2022). Analisis Penentuan Harga Jual berdasarkan Metode *Variable Costing* dan *Job Order Costing* pada IKM Sabda Batik Ecoprint. *Journal of Finance and Accounting Studies*, 4 (1), pp: 42-51.
- Horngren, C. T., & Datar, S. (2016). *Cost Accounting: A Managerial*. Boston: Pearson.
- Ismayanti, & Arifin, J. (2023). Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Dengan Metode *Full Costing* Pada CV. Yazid Bersaudara Farm Kabupateng Tabalong. *JAPB*, 6 (1), pp: 212-223.

- Lee, J. (2024). Upaya Mendorong Industri F&B Indonesia Ke Level Dunia. *Liputan 6*, <https://www.liputan6.com/regional/read/5517205/upaya-mendorong-industri-fampb-indonesia-ke-level-dunia?page=2>.
- Lestari, P. A. (2022). Analisis Alokasi Biaya Bersama dalam Menentukan Harga Pokok Produksi Roti pada Pabrik Roti Carissa Kabupaten Bogor. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pakuan*.
- Lestari, W., & Permana, D. B. (2021). *Akuntansi Biaya Dalam Perspektif Manajerial, Edisi Kedua*. Depok: Rajawali Pers.
- Luvita, S. C. (2021). Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode *Full Costing* Sebagai Dasar Dalam Menentukan Harga Jual Dengan Metode *Cost Plus Pricing* (Di PT Makmur Abadi). *Fakultas Ekonomi dan Bisnis*.
- Mazaki, L. (2022). Ini Lho 7 Faktor yang Memengaruhi Harga Jual Produk. pp. Retrieved from <https://www.pengadaanbarang.co.id/2022/03/faktor-yang-memengaruhi-harga-jual-produk.html>.
- Mulyadi. (2016). *Akuntansi Manajemen: Konsep, Manfaat & Rekeyasa. Edisi 3*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mulyadi. (2019). *Sistem Akuntansi. Edisi 4*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nofiani, S. Y., & Komariah, K. (2022). Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Berdasarkan Metode *Full Costing* Pada UMKM Sehi Keripik. *Journal of Management and Bussines*, 4 (1), pp 2656-8918.
- Noviasari, E., & Alamsyah, R. (2020). Peranan Perhitungan Harga Pokok Produksi Pendekatan *Full Costing* Dalam Menentukan Harga Jual Dengan Metode *Cost Plus Pricing* Studi Kasus pada UMKM Sepatu Heriyanto. *JIAKES*, 8 (1).
- Nurandini, S. (2022). Analisis Perhitungan Harga Jual Pada *Cafe La Plage*. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pakuan*.
- Oktora, F. E. (2023). *Akuntansi Biaya*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Permana, B. K. (2020). Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Dengan Metode *Full Costing* Sebagai Dasar Penetapan Harga Jual Pada Cv Salwa Meubel. *Jurnal Akuntansi UMMI*, 1 (1), PP:57-72.
- Prasetyo, J. K. (2022). Perancangan Konten Media Sosial Instagram *Mixue* Semarang (@mixue.smg). *repository.uksw*.
- Purnama, D., & Muchlis, S. (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). *JRAK*, 10 (1).

- Putri, R. A. (2021). Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Tahu Bapak Aristiya Tahun 2020. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis*.
- Salman, K. R., & Farid, M. (2016). *Akuntansi Manajemen Alat Pengukuran dan Pengendalian Keputusan Manajemen*. Jakarta: Indeks.
- Sari, Y. (2018). Analisis Penentuan Harga Jual Dengan Metode *Cost Plus Pricing* Dan Pengaruhnya Terhadap Laba Yang Dihasilkan Pada Ud Maju. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, 4 (1).
- Sastika, D. (2023, Maret 10). Potret Perekonomian Indonesia di Tahun 2023: Tren dan Proyeksi Pertumbuhan. pp. <https://www.kompasiana.com/dwiansastika4843/640af1a44addee091a01b3f2/potret-perekonomian-indonesia-di-tahun-2023-tren-dan-proyeksi-pertumbuh>.
- Senastri, K. (2021, April 23). *Full Costing*: Pengertian, Kelemahan, Kelebihan dan Bedanya dengan *Variable Costing*. pp. <https://accurate.id/akuntansi/full-costing/>.
- Siregar, B., & Suropto, B. (2013). *Akuntansi Manajemen*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Sujarweni. (2015). *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Thenu, G., & Manossoh, H. (2021). Analisis Harga Pokok Produksi Dengan Metode *Full Costing* Dalam Penetapan Harga Jual Pada Usaha Kerupuk Rambak Ayu. *EMBA*, 9 (2).
- Triutami, A. (2022). Preferensi Konsumen Dalam Memilih *Cafe* Di Kota Malang Menggunakan Analisis Konjoin. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 11(08).

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : An Nisa Febriani
Alamat : Kp. Pabuaran Rt 03/02 Kel. Cimandala
Kec. Sukaraja Kab. Bogor, 16710
Tempat dan Tanggal Lahir : Bogor, 04 Februari 2002
Agama : Islam
Pendidian
• SD : SDN 02 Cimandala
• SMP : SMPN 15 Bogor
• SMA : Pondok Pesantren Al-Qur'an Nurul Furqon
Cibinong
• Perguruan Tinggi : Universitas Pakuan

Bogor, Juli 2024
Peneliti,

(An Nisa Febriani)

LAMPIRAN



PT. INGIN MAJU BERSAMA Food & Beverages Company

Jl. Baranangsiang III No.f.4, RT.04/RW.08, Tegallega,
KecamatanBogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat 16129

SURAT BALASAN PENELITIAN

Nomor : 01/IMB/III/2024

Kepada Yth.
Wakil Dekan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pakuan
Bogor
Di Tempat

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : M. Ramdhanie F
Jabatan : Direktur

Dengan ini menyatakan bahwa yang disebut dibawah ini :

Nama : An Nisa Febriani
NPM : 022120027
Jurusan/Program Studi : Akuntansi

Telah melaksanakan Riset Penelitian di *Cafe Shop* Ingin Kopi dalam rangka Penulisan Skripsi dengan judul "**Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode *Full Costing* Sebagai Dasar Dalam Menentukan Harga Jual Dengan Metode *Cost Plus Pricing* Pada *Cafe* Ingin Kopi Tahun 2023**"

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana semestinya.

Bogor, 16 Maret 2024
PT. INGIN MAJU BERSAMA

M. Ramdhanie F
Direktur

Daftar Pertanyaan:

1. Bagaimana sejarah berdirinya *Cafe Ingin Kopi*?
2. Ada berapa jumlah karyawan di *Cafe Ingin Kopi*?
3. Apa saja produk yang di produksi *Cafe Ingin Kopi*?
4. Ada berapa unit yang produksi oleh *Cafe Ingin Kopi*?
5. Berapa jumlah produk yang dihasilkan dalam satu tahun?
6. Apa saja menu yang ada di *Cafe Ingin Kopi*?
7. Berapa pendapatan *Cafe Ingin Kopi* selama tahun 2023?
8. Bagaimana proses produksi untuk setiap produk yang dilakukan *Cafe Ingin Kopi*?
9. Berapa lama jam kerja yang berlaku pada *Cafe Ingin Kopi*?
10. Berapa gaji masing-masing tenaga kerja pada *Cafe Ingin Kopi*?
11. Berapa biaya tenaga kerja langsung yang dikeluarkan *Cafe Ingin Kopi*?
12. Berapa biaya bahan baku langsung yang dikeluarkan *Cafe Ingin Kopi*?
13. Berapakah biaya *overhead* yang dikeluarkan oleh *Cafe Ingin Kopi*?
14. Berapakah biaya listrik dan air yang dikeluarkan *Cafe Ingin Kopi*?
15. Apakah terdapat biaya sewa area yang dikeluarkan oleh *Cafe Ingin Kopi*?
16. Apakah terdapat biaya pemeliharaan mesin dan peralatan yang dikeluarkan oleh *Cafe Ingin Kopi*?
17. Apakah terdapat biaya penyusutan mesin dan peralatan yang dikeluarkan oleh *Cafe Ingin Kopi*?
18. Apa yang akan dilakukan *Cafe Ingin Kopi* jika harga pokok produksi naik?
19. Bagaimana penentuan harga jual yang dilakukan oleh *Cafe Ingin Kopi*?
20. Apa yang menjadi pertimbangan dalam penetapan harga jual pada produk *Cafe Ingin Kopi*?
21. Apa yang akan dilakukan *Cafe Ingin Kopi* jika harga jual naik?

Dokumentasi:

