



**PENERAPAN PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUKSI MENGGUNAKAN
METODE *FULL COSTING* UNTUK PENENTUAN HARGA JUAL
PADA CV ANUGRAH VULKANISIR**

SKRIPSI

*Ditulis Sebagai Syarat Untuk Penulisan Skripsi
Pada Program Studi Akuntansi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mahmud Yunus Batusangkar*

OLEH:

MOHAMMAD AL FADHIL
NIM. 1930403062

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN MAHMUD YUNUS BATUSANGKAR
2023 M / 1445 H**



**IMPLEMENTATION OF CALCULATION OF COST OF PRODUCTION
USING FULL COSTING METHOD FOR DETERMINING SELLING
PRICES ON CV ANUGRAH VULCANISIR**

THESIS

*Written As A Requirement For Writing A Thesis In The Sharia
Accounting Study Program Faculty Of Islamic Economics And Business
UIN Mahmud Yunus Batusangkar*

BY:

MOCHAMMAD AL FADHIL
NIM. 1930403062

**SHARIA ACCOUNTING STUDY PROGRAM
FACULTY OF ISLAMIC ECONOMICS AND BUSINESS
MAHMUD YUNUS BATUSANGKAR UIN
2023 AD / 1445 H**



تنفيذ حساب تكلفة الإنتاج باستخدام
طريقة التكلفة الكاملة لتحديد أسعار البيع
في السيرة الذاتية أنوغراه فولكانيسير

أطروحة

مكتوب كشرط لكتابة الأطروحة
في برنامج دراسة المحاسبة الشرعية
كلية الاقتصاد والأعمال الإسلامية، UIN محمود يونس باتوسانجكار

بواسطة

محمد الفاضل
نيم. 1930403062

برنامج دراسة المحاسبة الشرعية
كلية الاقتصاد الإسلامي والأعمال
محمود يونس باتوسانجكار يوين
2023 م / 1445 هـ

ABSTRAK

Mochammad Al Fadhil, Nim. **1930403062**, dengan judul skripsi: **“Penerapan Perhitungan Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode *Full Costing* Untuk Penentuan Harga Jual Pada CV Anugrah Vulkanisir.”** Skripsi Program Studi Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar.

Permasalahan yang menjadi fokus dalam skripsi ini adalah bahwa CV Anugrah Vulkanisir belum melaksanakan perhitungan harga pokok produksi secara rinci, karena belum mengikutsertakan seluruh biaya yang terkait dengan kegiatan produksi ke dalam perhitungan harga pokok produksi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menginvestigasi perhitungan harga pokok produksi dengan menerapkan metode full costing guna menentukan harga jual di Perusahaan CV Anugrah Vulkanisir.

Penelitian ini bersifat field research dengan pendekatan kualitatif. Sumber data yang diambil melibatkan data primer dan data sekunder. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data dilakukan dengan menganalisis perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode full costing serta menentukan harga jual menggunakan metode biaya plus.

Dari hasil penelitian yang dilakukan penulis, dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan dalam perhitungan harga pokok produksi antara yang dilakukan oleh perusahaan CV Anugrah Vulkanisir dengan perhitungan peneliti. Harga pokok produksi per unit menggunakan metode full costing sebesar Rp. 396.855, sementara perusahaan CV Anugrah Vulkanisir mencatat sebesar Rp. 390.000, menghasilkan selisih sebesar Rp. 6.855. Penyebab perbedaan ini dapat dikaitkan dengan fakta bahwa perusahaan belum mengakomodasi semua elemen biaya yang terlibat dalam proses produksi, terutama biaya overhead pabrik, dan pengalokasian biaya produksi belum optimal.

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

ABSTRACT

Mochammad Al Fadhil, Nim. 1930403062, with thesis title: "**Application of Cost of Goods Production Calculation Using the Full Costing Method to Determine Selling Prices at CV Anugrah Vulkanisir.**" Sharia Accounting Study Program Thesis, Faculty of Economics and Islamic Business, State Islamic University (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar.

The issue addressed in this thesis revolves around the CV Anugrah Vulkanisir company's lack of detailed cost calculations, as it has not incorporated all expenses associated with production activities into the overall cost of production. The aim of this study is to assess the calculation of production costs using the full costing method for establishing the selling price at the CV Anugrah Vulkanisir Company. This research adopts a field research approach with qualitative methods.

The utilized data sources include primary and secondary data. Data collection involves interview sessions and documentation. The data analysis method comprises the examination of the production cost calculation using the full costing approach and the determination of the selling price through the cost-plus method.

The results of the research carried out by the author can be concluded that There is a disparity in the outcomes of the production cost calculation between CV Anugrah Vulkanisir and the researcher. The production cost per unit using the full costing method is IDR 396,855, whereas the company's calculation indicates IDR 390,000, resulting in a difference of Rp. 6,855. This divergence is attributed to the company's omission of certain cost elements in the production process, particularly factory overhead costs, and the inaccurate allocation of individual production costs.

Keywords: Cost of Production, Full Costing Method, and Selling Price

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji dan Syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan karunianya kepada penulis untuk bisa menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul: **“Penerapan Perhitungan Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode *Full Costing* Untuk Penentuan Harga Jual Pada CV Anugrah Vulkanisir”**. Shalawat dan salam penulis sampaikan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa ajaran Islam yang penuh dengan ilmu pengetahuan bagi seluruh umat manusia untuk kemaslahatan hidup dunia akhirat

Penulisan skripsi dimaksudkan untuk memenuhi persyaratan dalam mendapatkan gelar Sarjana Akuntansi Syariah (S.Akun) pada Program Studi Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar.

Penulis sangat menyadari dengan keterbatasan ilmu yang penulis miliki sehingga skripsi ini masih terdapat kekurangan, namun berkat bantuan dan bimbingan yang diberikan dari semua pihak sehingga skripsi ini bisa diselesaikan, maka dari itu izinkan penulis untuk mengucapkan terimakasih kepada kedua orang tua yang paling berharga dalam hidup saya yaitu Alm. Ayah Yusrizal, Bunda Eni Fitri Dewita, dan kepada kedua Adik penulis Ghazzi Al Daffa, Faiqah Al Ghaniyah yang telah memberikan do'a serta dukungan yang tak terhingga baik secara moril dan materil sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan skripsi dengan baik.

Selain itu penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang terlibat antara lain:

1. Prof. Dr. Marjoni Imamora, M.Sc selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar.
2. Dr. H. Rizal, M.Ag, CRP® selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Sri Madona Saleh, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dengan penuh kesabaran dan

memberikan ilmu yang berharga dalam menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu.

4. Ketua Program Studi Akuntansi Syariah, Elsa Fitri Amran, SE, MM, M.Si, CERTSF beserta Staff Program Studi Akuntansi Syariah yang telah memberi kesempatan bagi penulis untuk menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.
5. Sri Madona Saleh, SE., M.Si selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan motivasi dan dorongan kepada penulis untuk dapat menyelesaikan perkuliahan.
6. Mega Rahmi, S.E.Sy., M.Si selaku dosen penguji 1 yang telah menguji dan memberikan masukan yang berharga kepada penulis.
7. Dosen, Karyawan dan Karyawati Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar yang telah membantu penulis selama menempuh pendidikan.
8. Seluruh keluarga besar penulis yang telah memberikan perhatian, dorongan dan kasih sayang kepada penulis.
9. Ibuk Janiarti selaku pemimpin Perusahaan CV Anugrah Vulkanisir Pabalutan, Kecamatan Rambatan, Kabupaten Tanah Datar, Sumatera Barat yang telah memberikan kemudahan dalam proses penelitian ini.
10. Keluarga Besar Pamura Fotocopy yang turut membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
11. Seluruh teman-teman keluarga besar Program Studi Akuntansi Syariah khususnya yang selalu bersama-sama mengukir kenangan indah selama mengikuti perkuliahan di Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar.
12. Semua sahabat-sahabat terbaik penulis yang telah memberi dorongan semangat kepada penulis dalam penulisan skripsi ini.
13. Seluruh pihak yang sudah membantu menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu, semoga Allah SWT membalas semua kebaikan dan memberikan pahala atas semua bantuan yang telah diberikan dan memberikan pahala atas semua bantuan yang telah diberikan kepada penulis.

14. Terakhir, untuk diri saya sendiri. Terima kasih kepada diri saya sendiri yang sudah kuat melewati lika-liku kehidupan hingga sekarang. Terimakasih pada hati yang masih tetap tegar dan Ikhlas menjalani semuanya. Saya bangga pada diri saya sendiri, semoga kedepannya untuk lebih berkembang untuk menjadi pribadi yang lebih baik dari hari ke hari.

Semoga semua bantuan, dorongan, pemikiran, nasehat dan ilmu yang diberikan kepada penulis menjadi amal ibadah dan mendapatkan imbalan pahala dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa pada skripsi ini masih terdapat kelemahan-kelemahan, oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua dalam upaya menyelenggarakan proses pembelajaran yang sebaik-baiknya.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Batusangkar, Januari 2024

Mochammad Al Fadhil
Nim. 1930403062

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Penelitian	7
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat dan Luaran Penelitian.....	8
F. Defenisi Operasional	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
A. Landasan Teori	11
1. Biaya dan Harga Pokok	11
2. Tujuan Perhitungan Harga Pokok.....	26
3. Metode Perhitungan Harga Pokok Produksi.....	29
4. Konsep Dasar Perusahaan Manufaktur.....	31
5. Elemen Biaya Produksi.....	32
6. Harga Jual	34
7. Langkah-Langkah Penetapan Harga Jual	40
B. Penelitian yang Relavan	44
C. Kerangka Berfikir	47
BAB III METODE PENELITIAN	48
A. Jenis Penelitian	48
B. Tempat dan Waktu Penelitian	48
C. Instrumen Penelitian	49

D. Sumber Data	49
E. Teknik Pengumpulan Data	50
F. Teknik Analisis Data	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHSAN	53
A. Gambaran Umum Perusahaan	53
1. Sejarah Perusahaan CV Anugrah Vulkanisir	53
2. Lokasi CV Anugrah Vulkanisir	54
3. Tujuan Didirikannya Perusahaan	54
4. Struktur Organisasi	55
5. Visi dan Misi Perusahaan	56
6. Logo Perusahaan	56
7. Peralatan dan Bahan Produksi	56
8. Produk yang Dihasilkan	57
9. Proses Produksi	57
B. Analisis Data	58
1. Perhitungan Harga Pokok dan Penentuan Harga Jual Menurut Usaha CV Anugrah Vulkanisir	58
2. Perhitungan Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode <i>Full Costing</i>	60
3. Penentuan Harga Jual Produk Menggunakan <i>Cost Plus Pricing</i>	70
4. Perhitungan Pendapatan	71
5. Laporan Laba Rugi	72
C. Pembahasan Hasil Penelitian	73
BAB V PENUTUP	76
A. Kesimpulan	76
B. Saran	76

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Biaya Produksi Ban di Anugrah Vulkanisir Per Satu Kali Produksi Dalam Satu Hari Agustus Tahun 2023	6
Tabel 1. 2 Harga Jual Ban di Anugrah Vulkanisir	7
Tabel 2. 1 Laporan Harga Pokok Produksi	30
Tabel 3. 1 Waktu Penelitian	48
Tabel 4. 1 Perlatan Produksi	56
Tabel 4. 2 Biaya Produksi Ban CV Anugrah Vulkanisir Per Satu Kali Produksi Dalam Satu Hari Agustus Tahun 2023	58
Tabel 4. 3 Biaya Bahan Baku Langsung Untuk Ban Vulkanisir Per Unit Produksi Agusutrus 2023.....	60
Tabel 4. 4 Perhitungan Biaya Tenaga Kerja Langsung Per Unit Produksi Agustus 2023	61
Tabel 4. 5 Perhitungan Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung Per Satu Hari Produksi Agustus 2023.....	62
Tabel 4. 6 Perhitungan Biaya Listrik Per Satu Hari Agustus 2023.....	63
Tabel 4. 7 Perhitungan Biaya Pengantaran Per Satu Hari Agustus 2023	63
Tabel 4. 8 Kelompok Harta.....	65
Tabel 4. 9 Biaya <i>Overhead</i> Pabrik Perusahaan Per Hari Produksi Agustus 2023	68
Tabel 4.10 Harga Pokok Produksi Perusahaan CV Anugrah Vulkanisir.....	69
Tabel 4.11 Perhitungan Pendapatan Menurut Perusahaan CV Anugrah Vulkanisir Per Kali Produksi Agustus 2023.....	71
Tabel 4.12 Perhitungan Pendapatan Perusahaan CV Anugrah Vulkanisir Menurut Metode <i>Full Costing</i>	71
Tabel 4.13 Laporan Laba Rugi Menurut CV Anugrah Vulkanisir Agustus 2023	72
Tabel 4.14 Laporan Laba Rugi Menurut Metode <i>Full Costing</i> Agustus 2023	72
Tabel 4.15 Perbandingan Perhitungan Harga Pokok Produksi dan Harga Jual Pada CV Anugrah Vulkanisir dan Metode <i>Full Costing</i> Dalam Satu Hari Pada Bulan Agustus 2023	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir.....	47
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Anugrah Vulkanisir Ban.....	55
Gambar 4. 2 Logo Perusahaan CV Anugrah Vulkanisir.....	56

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini, ekonomi mengalami kemajuan pesat, terutama di Indonesia. Pertumbuhan ekonomi yang signifikan mendorong perkembangan di berbagai sektor dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat Indonesia. Salah satunya adalah kegiatan usaha yang dikelola oleh perorangan maupun kelompok, baik usaha kecil ataupun usaha yang berskala besar. Semakin banyak nya orang yang berbisnis pada saat ini membuktikan bahwa perkembangan teknologi yang pesat semakin memudahkan seseorang dalam menjalankan usahanya.

Peningkatan jumlah pengusaha yang terus berkembang akan menimbulkan persaingan di antara perusahaan sejenis maupun yang berbeda untuk meraih dominasi pasar. Pelaku usaha ini dapat berasal dari perusahaan besar maupun Usaha Kecil Menengah (UKM), yang juga sering dikenal sebagai Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). UMKM ini aktif dalam berbagai sektor bisnis yang mencakup kepentingan masyarakat, dan sebagai sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), mereka menjadi penopang utama perekonomian negara. Peran UMKM juga sangat besar dalam menekan angka pengangguran, menyediakan lapangan pekerjaan, mengurangi angka kemiskinan, meningkatkan kesejahteraan dan membangun karakter bangsa melalui kewirausahaan (Nugroho, 2018).

UMKM disebut sebagai usaha yang mampu bertahan dalam kondisi krisis. UMKM biasanya lebih elastis, fleksibel, dan adaptif, sehingga modal menjadi awal dalam menggarap usahanya. Pelaku usaha kecil dan menengah biasanya juga memiliki motivasi sangat tinggi untuk mengembangkan usahanya. Dengan modal seadanya, UMKM bersemangat dan antusias untuk mengembangkan usahanya. Kecenderungan menangani sendiri semua proses pengerjaan dari awal hingga akhir. Dari pengumpulan bahan baku, produksi

hingga pemasaran tidak jarang dilakukan oleh seorang saja, sehingga disinilah sebuah kekuatan luar biasa yang sangat mendorong pelaku usaha kecil dan menengah terus bangkit dalam segala musim. Dari statistik dan riset yang dilakukan UMKM mewakili jumlah kelompok usaha terbesar. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil, dan menengah telah memberikan landasan hukum bagi UMKM. Sebagai kelompok ekonomi utama di Indonesia, UMKM telah membuktikan perannya sebagai penstabil ekonomi nasional selama periode krisis, dan menjadi motor penggerak pertumbuhan ekonomi setelah mengatasi dampak krisis ekonomi (Nuramalia, 2020).

Agar dapat bersaing di tengah persaingan yang semakin ketat dan bertambahnya jumlah perusahaan, suatu perusahaan perlu mengadopsi strategi dan metode yang efektif. Hal ini diperlukan agar perusahaan dapat tumbuh dan mempertahankan kelangsungan hidupnya, memastikan produk-produknya tetap bersaing, dan mencapai keuntungan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Pembentukan laba melibatkan pemanfaatan alat bantu manajemen, terutama dalam menghasilkan informasi yang relevan untuk mengambil keputusan ekonomi dan keuangan yang tepat. Inilah peran pokok dari bidang akuntansi. Akuntansi merupakan kegiatan mencatat, menyajikan, dan melaporkan seluruh transaksi yang terjadi. Dalam konteks ini, akuntansi tidak hanya memberikan data kuantitatif dan kualitatif, terutama dalam bentuk data keuangan, tetapi juga menyediakan informasi yang dapat digunakan dalam pengambilan keputusan ekonomi. Salah satu keputusan krusial yang harus diambil oleh manajemen adalah menentukan harga pokok produk (Bustami & Nurlala, 2023).

Sebagai sekelompok pelaku usaha yang sering mengalami keterbatasan informasi dan pemahaman terbatas dalam pengembangan usaha, pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) seharusnya mendapatkan dukungan dari pemerintah untuk meningkatkan kemampuan bersaing mereka. Tingkat pendidikan, pelatihan usaha, dan pengalaman manajerial sebelumnya juga dapat berpengaruh terhadap informasi akuntansi yang tercatat dalam laporan keuangan. Keterbatasan tingkat pendidikan atau kurangnya pelatihan dalam

manajemen usaha dapat menyulitkan pelaku usaha untuk mengembangkan bisnis mereka, karena mereka mungkin tidak dapat memahami informasi keuangan dengan akurat. Hal ini dapat mengakibatkan pengambilan keputusan yang kurang efektif dan terkontrol (Nuramalia, 2020).

Harga pokok produksi, atau dikenal sebagai harga pokok, mengacu pada pengorbanan sumber daya ekonomi yang diukur dalam satuan uang yang telah atau mungkin telah terjadi untuk memperoleh pendapatan. Dalam penentuan harga pokok produksi, biaya-biaya yang dikeluarkan dapat dihitung menggunakan dua metode, yaitu metode full costing dan metode variabel costing. Metode full costing adalah pendekatan untuk menetapkan harga pokok suatu produk dengan mempertimbangkan semua biaya produksi, termasuk biaya bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik variabel, dan biaya overhead pabrik tetap. Di sisi lain, metode variabel costing adalah pendekatan untuk menetapkan harga pokok produk yang hanya mempertimbangkan biaya produksi yang bersifat variabel, seperti biaya bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik variabel (Bustami & Nurlela, 2023).

Harga jual mengacu pada jumlah uang yang dibebankan oleh suatu entitas bisnis kepada pembeli atau pelanggan sebagai pembayaran atas barang atau jasa yang diberikan. Harga merupakan salah satu faktor yang dapat bervariasi dalam strategi pemasaran atau penjualan. Dalam perspektif Islam, ada kebebasan dalam menentukan harga, yang berarti semua bentuk konsep harga yang terjadi dalam transaksi jual beli diperbolehkan dalam ajaran Islam (Hansen & Mowen, 2019).

Diriwayatkan dari Anas RA, pernah terjadi pada masa Rasulullah SAW, harga-harga barang naik di kota Madinah, kemudian para sahabat meminta Rasulullah SAW menetapkan harga. Maka Rasulullah SAW bersabda:

إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمُسَعِّرُ الْقَابِضُ الْبَاسِطُ الرَّازِقُ، وَإِنِّي لَأَرْجُو أَنْ أَلْقَى اللَّهَ
وَلَيْسَ أَحَدًا أَحَدٌ مِنْكُمْ يُطَالِبُنِي بِمَظْلَمَةٍ فِي وَلَا مَالِدِم

Artinya: *“Sesungguhnya Allah SWT Dzat yang menetapkan harga, yang menyempitkan dan melapangkan rezeki serta yang memberikan rezeki. Aku ingin saat bertemu Allah, tidak ada seorang pun yang menuntutku karena kezaliman yang terkait dengan darah dan harta.”* (HR Abu Dawud, dan dinyatakan shahih oleh At-Thirmidzi dan Ibnu Hibban).

Berdasarkan hadist Hr. Abu Dawud, Tirmidzi, dan Ibnu Majah, dishahihkan oleh Al Albani dilihat bahwa keharaman mengenai penetapan harga (termasuk upah dalam transaksi persewaan atau perburuhan) walau dalam keadaan harga-harga sedang naik, karena jika harga ditentukan murah akan dapat menyulitkan pihak penjual. Sebaliknya, menyulitkan pihak pembeli jika harga ditentukan mahal. Sementara penyebutan darah dan harta pada hadis tersebut di atas hanya merupakan kiasan. Selain itu, karena harga suatu barang adalah hak pihak yang bertransaksi maka kepadanya merekalah diserahkan fluktuasinya. Karenanya, imam atau penguasa tidak layak untuk mencampuri haknya kecuali jika terkait dengan keadaan bahaya terhadap masyarakat umum sebagaimana yang akan kami jelaskan.

Perhitungan harga pokok produksi bertujuan untuk menetapkan harga jual kepada pelanggan, yang dapat disesuaikan dengan biaya-biaya yang terlibat dalam proses produksi. Penting bagi perusahaan untuk mengelola biaya produksi agar harga pokok produksi dapat dikendalikan pada tingkat yang lebih rendah. Jika biaya produksi tidak terkendali, ini dapat menyebabkan harga pokok produksi menjadi terlalu tinggi, yang pada gilirannya akan meningkatkan harga jual produk. Hal ini dapat memengaruhi daya saing produk di pasar. tujuanny (Sahla, 2020).

Salah satu perusahaan yang dijadikan objek penelitian yaitu perusahaan CV Vulkanisir Ban di Batusangkar. Perusahaan vulkanisir ban termasuk ke dalam perusahaan remanufaktur. Remanufaktur adalah proses yang melibatkan pembangunan kembali suatu produk kembali ke bentuk produksi aslinya dengan suku cadang yang baru, diperbaiki, atau digunakan kembali. Proses remanufaktur memerlukan penggantian atau perbaikan komponen-komponen yang sudah usang.

Perusahaan vulkanisir ini adalah sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang vulkanisir ban, yaitu mengolah ban-ban bekas dengan cara mengganti lapisan ban luar dengan lapisan yang baru. Untuk memvulkanisir ban, diperlukan beberapa tahapan proses produksi. Dan untuk setiap tahap diperlukan pengontrolan yang ketat, sebab tiap ban yang divulkanisir memiliki jenis dan ukuran yang berbeda-beda. Selain itu, tiap ban memiliki nomor seri ban yang berbeda-beda, sehingga tidak boleh sampai tertukar. Adanya proses produksi yang bertahap, juga menimbulkan kesulitan dalam menentukan harga pokok produksinya. Karena tiap tahapan memiliki jenis tenaga kerja, bahan baku/penolong, dan *overhead* pabrik yang berbeda.

Anugrah Vulkanisir merupakan perusahaan manufaktur yang bergerak di bidang pengolahan ban dari barang bekas menjadi barang jadi yaitu ban bekas. Pabrik yang telah berdiri sejak tahun 2017 sampai sekarang ini merupakan pabrik yang dikelola keluarga. Dengan adanya pabrik tersebut masyarakat sekitar juga terbantu dalam hal pekerjaan.

Akan tetapi, untuk persaingan dalam usaha vulkanisir ban yang ada di Batusangkar. Terdapat beberapa tempat vulkanisir, yaitu:

1. Vulkanisir Ban Nikisae (Lima Kaum)
2. Son Vulkanisir (Ludai, Pagaruyung)
3. Asano Jaya Vulkanisir (Bulakan, Rambatan)
4. BSC Vulkanisir (Pabalutan, Rambatan)
5. Zet Vulkanisir (TPI, Rambatan)
6. Men Vulkanisir (Patai, Padang Magek, Rambatan)

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari pemilik usaha Anugrah Vulkanisir, dalam proses penentuan harga pokok produksi, pemilik melakukan perhitungan biaya produksi dengan cara yang belum sepenuhnya menyeluruh dan rinci, masih menggunakan pencatatan yang sederhana. Oleh karena itu, perusahaan ini membutuhkan harga pokok produksi (HPP) sebagai suatu metode untuk menyusun daftar semua pengeluaran yang terkait dengan produksi ban. HPP menjadi dasar bagi perusahaan untuk menetapkan harga jual produk dengan mempertimbangkan target laba yang diinginkan. Berikut adalah rincian

perhitungan biaya produksi yang dilakukan oleh pemilik Anugrah Vulkanisir untuk memproduksi 20 buah ban dalam satu hari produksi. Usaha ini melakukan produksi sebanyak 15 kali dalam satu bulan. Berikut adalah detail perhitungannya:

Tabel 1. 1
Biaya Produksi Ban di Anugrah Vulkanisir Per Satu Kali Produksi Dalam Satu Hari Agustus Tahun 2023

Keterangan	Satuan	Kuantitas	Harga (Rp)	Total (Rp)
Ban bekas	Buah	20	Rp. 120.000	Rp. 2.400.000
Karet Vulkanisir	Roll	10	Rp. 450.000	Rp. 4.500.000
Kayu	Kubik	3 ½ Stir	Rp. 200.000	Rp. 200.000
Listrik	Watt	Rp. 40.000	Rp. 40.000	Rp. 40.000
Pertamax	Liter	10	Rp. 12.800	Rp. 128.000
Solar	Liter	2	Rp. 16.000	Rp. 32.000
Tenaga kerja:				
Tenaga kerja langsung	Orang	2	Rp. 250.000	Rp. 500.000
Total Biaya				Rp. 7.800.000
Jumlah Produksi	Buah	20		Rp.7.800.000/20
HPP/Buah				Rp. 390.000

Sumber: *Data Produksi Ban Anugrah Vulkanisir*

Dari informasi di atas, terlihat bahwa total biaya produksi untuk membuat ban per hari mencapai Rp 7.800.000. Jika dibagi dengan hasil produksi harian sebanyak 20 buah, maka diperoleh harga pokok produksi per unit sekitar Rp 390.000. Dengan produksi selama 15 hari kerja dalam satu bulan di Anugrah Vulkanisir, total biaya produksi yang dikeluarkan selama bulan Agustus 2023 mencapai Rp 117.000.000. Ban Anugrah Vulkanisir ini tergolong ke dalam usaha Menengah (UMKM). Dengan omset penjualan bulanan sekitar Rp 165.000.000 dan omset pertahun Rp. 2.000.000.000.

Dalam satu hari ban di Anugrah Vulkanisir ini dapat menghasilkan 20 buah ban dengan harga jual sebagai berikut:

Tabel 1. 2
Harga Jual Ban di Anugrah Vulkanisir

Keterangan	Harga/Buah
Ban 1 buah yang sudah dimasak	Rp. 550.000
HPP/Buah	Rp. 390.000
Laba untuk 1 Buah Ban	Rp. 160.000

Sumber: Data Harga Jual Ban Anugrah Vulkanisir.

Dari data di atas, terlihat bahwa dalam perhitungan harga pokok produksi ban, hanya biaya bahan baku dan tenaga kerja yang dihitung. Biaya lainnya, seperti biaya sewa dan biaya penyusutan mesin, tidak dimasukkan secara keseluruhan. Perhitungan harga pokok ini masih belum mencakup semua aspek yang relevan sesuai dengan standar akuntansi, sehingga harga pokok yang dihasilkan menjadi kurang tepat dan akurat. Pendekatan perusahaan dalam menghitung harga pokok produksi seperti ini dapat mengakibatkan keputusan penetapan harga jual yang tidak akurat, berpotensi berdampak pada laba yang dihasilkan. Perhitungan harga pokok sangat krusial dalam konteks produksi ban di Anugrah Vulkanisir. Oleh karena itu, penulis memilih menggunakan metode full costing dalam penelitian ini, karena pendekatan ini akan mencakup semua biaya produksi secara komprehensif, memungkinkan perusahaan untuk melihat dengan jelas seluruh biaya yang terlibat.

Mengingat pentingnya perhitungan harga pokok produksi bagi kemajuan perusahaan, oleh karena itu peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Penerapan Perhitungan Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode Full Costing Untuk Penentuan Harga Jual Pada CV Anugrah Vulkanisir Batusangkar”**.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka fokus masalah yang penulis lakukan adalah, sebagai berikut:

1. Perhitungan harga pokok produksi pada CV Anugrah Vulkanisir Batusangkar.
2. Perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode *full costing*

pada CV Anugrah Vulkanisir Batusangkar.

3. Penetapan harga pokok untuk penentuan harga jual CV Anugrah Vulkanisir Batusangkar.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan batasan masalah yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perhitungan harga pokok produksi pada CV Anugrah Vulkanisir Batusangkar.
2. Bagaimana perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode *full costing* pada CV Anugrah Vulkanisir Batusangkar.
3. Bagaimana penetapan harga pokok untuk penentuan harga jual CV Anugrah Vulkanisir Batusangkar.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, dan agar dapat melaksanakan penelitian ini dengan baik dan tepat sasaran, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui perhitungan harga pokok produksi pada CV Anugrah Vulkanisir Batusangkar.
2. Untuk mengetahui perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode *full costing* pada CV Anugrah Vulkanisir Batusangkar.
3. Untuk menganalisis penetapan harga pokok untuk penentuan harga jual CV Anugrah Vulkanisir Batusangkar.

E. Manfaat dan Luaran Penelitian

Manfaat atau kegunaan yang diharapkan dari hasil penelitian ini meliputi:

1. Manfaat Penelitian
 - a. Bagi Penulis

Penulis berharap memperoleh manfaat dari penelitian ini melalui peningkatan pengetahuan teoritis dan praktis di bidang akuntansi, terutama

dalam konteks perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode full costing. Selain itu, penelitian ini juga diarahkan untuk memenuhi salah satu persyaratan guna meraih gelar sarjana Akuntansi Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar.

b. Bagi Akademik

Manfaat bagi kalangan akademis, penelitian ini dapat menjadi acuan atau referensi yang berguna untuk penelitian yang akan dilakukan selanjutnya.

c. Bagi Perusahaan

Dengan hasil penelitian ini, diharapkan dapat memberikan dasar pertimbangan atau masukan berharga bagi perusahaan saat menghitung harga pokok produksi dengan menerapkan metode full costing.

d. Bagi Almamater

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan acuan, menambah ilmu pengetahuan, dan serta bermanfaat sebagai bahan perbandingan pada penelitian yang serupa dimasa yang akan datang.

2. Luaran Penelitian

- a. Sebagai tugas akhir untuk menyelesaikan studi program strata (S1 di UIN Mahmud Yunus Batusangkar).
- b. Menjadi referensi di perpustakaan UIN Mahmud Yunus Batusangkar dan dapat dijadikan jurnal ilmiah dibidang akuntansi.

F. Defenisi Operasional

Harga pokok produksi mengacu pada jumlah total biaya yang dikeluarkan selama proses produksi, mencakup biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik, serta persediaan produk dalam proses awal dan dikurangi persediaan produk dalam proses akhir. Harga pokok produksi terkait dengan periode waktu tertentu dan akan sama dengan biaya produksi jika tidak ada persediaan produk dalam proses awal dan akhir. Pendekatan metode full costing

mempertimbangkan seluruh biaya produksi, termasuk yang bersifat tetap maupun variabel, dan diterapkan pada setiap produk (V. Sujarweni W, 2019)

Harga jual merupakan faktor yang secara langsung memengaruhi keuntungan perusahaan. Keputusan tentang tingkat harga yang ditetapkan berdampak pada jumlah barang yang berhasil dijual. Selain itu, secara tidak langsung, harga juga berpengaruh terhadap biaya, karena jumlah barang yang terjual berperan dalam menentukan efisiensi produksi dan biaya yang terkait. Dengan kata lain, penentuan harga memiliki dampak penting pada total pendapatan dan biaya perusahaan secara keseluruhan, menjadikan keputusan dan strategi penetapan harga sebagai elemen kunci dalam pengelolaan operasional perusahaan (Ramdhani, 2020).

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Biaya dan Harga Pokok

Biaya merujuk pada pengorbanan sumber daya ekonomi yang dapat diukur dengan satuan keuangan, yang terjadi dengan adanya pengurangan aset atau peningkatan kewajiban dalam proses produksi. Di sisi lain, istilah kos (*cost*) dan biaya (*expense*) merujuk pada penggunaan sumber daya ekonomi yang diukur dalam satuan uang, baik yang telah terjadi maupun yang mungkin terjadi, dengan tujuan tertentu. Kos dapat dijelaskan sebagai penggunaan sumber daya ekonomi yang diantisipasi untuk memperoleh barang atau jasa yang memberikan manfaat baik pada saat ini maupun di masa yang akan datang. Ketika dilaporkan kos (*cost*) akan muncul di neraca (Harahap, 2020).

Biaya (*expense*) adalah kos barang atau jasa yang sudah digunakan untuk memperoleh pendapatan. Posisinya di dalam laporan keuangan Ketika dilaporkan akan muncul di laporan laba rugi. Biaya (*cost*) merupakan sumber daya ekonomi yang harus dikeluarkan untuk keberlangsungan jalannya suatu bisnis. Selain untuk jalannya bisnis, biaya juga dikeluarkan demi mendapatkan keuntungan atau manfaat yang bernilai ekonomis pada masa mendatang. Selain itu, biaya dalam akuntansi juga bisa dimaknai sebagai suatu pengeluaran yang dapat mempengaruhi nilai aktiva. Sebagai contoh perusahaan melakukan pembelian aktiva, maka biaya ini akan dimuat dalam akun kas yang dikeluarkan dalam pembelian aktiva tetap. Nantinya hal ini diharapkan bisa memberi manfaat secara ekonomis atas aktiva tersebut di masa depan (Aripin, Z dkk, 2021).

Klasifikasi biaya dapat dibuat dengan basis, yaitu:

- a. Fungsi bisnis mencakup kegiatan riset dan pengembangan, perancangan produk, layanan, dan proses, produksi, pemasaran, distribusi, pelayanan pelanggan, serta strategi dan administrasi.

1) Riset dan Pembangunan

Indonesia merupakan salah satu negara yang berkembang dimana dalam agenda pembangunan ekonominya tidak lain adalah bertujuan untuk mengatasi permasalahan ekonomi, salah satunya adalah masalah pengangguran. Sejalan dengan hal tersebut agar pembangunan ekonomi dapat berjalan sesuai dengan tujuan dan manfaatnya maka diperlukan beberapa macam jalur dalam pembangunan tersebut, salah satunya adalah melalui jalur industrialisasi. Pembangunan sektor industri pengolahan (manufacturing industry) hampir selalu mendapat prioritas utama dalam rencana pembangunan negara-negara sedang berkembang. Sektor industri di jadikan sebagai sektor pemimpin (leading sector) yang berarti dengan adanya pembangunan industri akan memacu dan mengangkat sektor-sektor lainnya seperti sektor jasa dan sektor pertanian. Pembangunan ekonomi yang mengarah pada industrialisasi dapat dijadikan motor penggerak pertumbuhan ekonomi dan juga menyediakan lapangan pekerjaan bagi penduduk untuk memenuhi lapangan pekerjaan.

Hal ini menunjukkan bahwa indikator keberhasilan industri ditentukan antara lain oleh kinerja dari industri tersebut. Meskipun bukan menjadi tujuan akhir dari pembangunan ekonomi, namun industrialisasi merupakan upaya mencapai tingkat pertumbuhan yang tinggi dan berkelanjutan sehingga akan menciptakan pendapatan perkapita bagi daerah tersebut. Peran suatu industri memang sangatlah penting proses industrialisasi yaitu penyediaan lapangan kerja yang cukup untuk menambah angkatan kerja dan pertumbuhan kesempatan kerja sehingga sektor industri diharapkan mampu mengangkat sektor-sektor lainnya dan memberikan peluang kerja untuk menekan tingginya pengangguran (Purnamawati, 2019).

2) Perancangan Produk

Perancangan (design) merupakan suatu kegiatan atau rekayasa rancang bangun yang dimulai dari ide-ide inovasi desain, atau kemampuan untuk menghasilkan karya dan cipta yang benar-benar dapat menjabarkan permintaan pasar karena adanya penelitian dan pengembangan teknologi.

Definisi desain menurut kamus umumnya adalah membuat suatu rencana (to fashion after plan). Desain teknik adalah seluruh aktivitas untuk membangun dan mendefinisikan berbagai solusi bagi masalah-masalah yang ada, yang tidak dapat dipecahkan sebelumnya atau solusi baru bagi berbagai masalah yang sebelumnya telah dipecahkan tetapi dengan cara berbeda. Aktivitas desain belum bisa dikatakan selesai sebelum hasil akhir produk dapat dipergunakan dengan tingkat performa yang dapat diterima dan dengan metode kerja yang terdefinisi dengan jelas.

Fase-fase dalam perancangan dan pengembangan produk antara lain:

a) Fase Perencanaan

Fase kegiatan pendahuluan yang meliputi persetujuan proyek dan proses peluncuran pengembangan produk aktual.

b) Fase Pengembangan Konsep

Fase kebutuhan pasar target diidentifikasi, alternatif- alternatif konsep produk dibangkitkan dan dievaluasi, dan satu atau lebih konsep dipilih untuk pengembangan dan percobaan pada fase-fase berikutnya.

c) Fase Perancangan Tingkat Sistem

Fase yang mencakup definisi arsitektur produk dan uraian produk menjadi subsistem-subsistem serta komponen-komponen. Gambaran rakitan akhir untuk sistem produksi didefinisikan dalam fase ini. Output dari fase ini mencakup tata letak bentuk produk, spesifikasi secara fungsional dari tiap subsistem produk, serta

diagram aliran proses pendahuluan untuk proses rakitan akhir (assembly)

d) Fase Perancangan Detail

Fase ini mencakup spesifikasi lengkap dari bentuk, material dan toleransi-toleransi dari seluruh komponen unik pada produk dan identifikasi seluruh komponen standar yang dibeli dari pemasok. Rencana proses dinyatakan dan peralatan produksi dirancang untuk tiap komponen yang dibuat dalam sistem produksi. Output dari fase ini adalah pencatatan pengendalian untuk produk, spesifikasi komponen-komponen yang dibeli, serta rencana proses untuk pabrikan dan perakitan produk.

e) Fase Pengujian dan Perbaikan

Fase ini melibatkan konstruksidan evaluasi dari bermacam-macam versi produksi awal produk. Prototipe awal (alpha) dibuat menggunakan komponen-komponen dengan bentuk dan jenis material pada produksi sesungguhnya, namun tidak memerlukan proses pabrikan dengan proses yang sama dengan yang dilakukan pada proses pabrikan sesungguhnya. Prototipe alpha diuji untuk menentukan apakah produk akan bekerja sesuai dengan yang direncanakan dan apakah produk memenuhi kebutuhan kepuasan (spesifikasi/kualitas) konsumen utama. Prototipe berikutnya (beta) dibuat dengan komponen-komponen yang dibutuhkan pada produksi namun tidak dirakit dengan menggunakan proses perakitan akhir seperti pada perakitan sesungguhnya. Prototipe beta dievaluasi secara internal dan juga diuji oleh konsumen dengan menggunakannya secara langsung. Sasaran dari prototipe beta adalah untuk menjawab pertanyaan mengenai kinerja dan keandalan dalam rangka mengidentifikasi kebutuhan perubahan-perubahan secara teknik untuk produk akhir.

f) Fase Produksi

Fase ini dikenal juga sebagai fase produksi awal. Pada fase ini produk dibuat dengan menggunakan sistem produksi yang sesungguhnya. Tujuan dari produksi awal ini adalah untuk melatih tenaga kerja dalam memecahkan permasalahan yang mungkin timbul pada proses produksi sesungguhnya. Produk-produk yang dihasilkan selama produksi awal, akan disesuaikan dengan keinginan pelanggan dan secara hati-hati dievaluasi untuk mengidentifikasi kekurangan-kekurangan yang timbul. Peralihan dari produksi awal menjadi produksi sesungguhnya berjalan melalui tahap demi tahap. Pada beberapa titik dalam masa peralihan ini, produk diluncurkan dan mulai disediakan untuk didistribusikan (Wiraghani, S. R., 2018).

3) Jasa

Jasa adalah pendekatan keseluruhan dari perusahaan dalam mewujudkan tercapainya kualitas pelayanan atau jasa sebagaimana yang diinginkan oleh konsumen, dan merupakan faktor pendorong utama dalam operasi bisnis.

Perasaan puas, senang, bahagia, nyaman adalah sesuatu yang diharapkan oleh konsumen sehubungan dengan jasa. Pemenuhan rasa puas tersebut dapat melalui jasa transportasi, tempat rekreasi, penginapan, hingga pelayanan yang mengiringi sebuah produk yang ditawarkan. Oleh karena jasa bersifat intangible, tidak mudah bagi perusahaan untuk memberikan jasa yang terbaik bagi konsumen. Pentingnya Manajemen Jasa diantaranya:

a) Jasa Sebagai Keunggulan Kompetitif

Jasa merupakan salah satu keunggulan kompetitif yang saat ini digunakan oleh berbagai perusahaan dalam melakukan strategi.

b) Jasa Sebagai Penentu Jumlah Konsumen

Manajemen jasa yang buruk cenderung akan menyebabkan hilangnya konsumen bagi perusahaan.

c) Jasa Sebagai Penentu Profit

Berkurangnya jumlah konsumen dengan sendirinya akan menyebabkan berkurangnya profit yang akan diperoleh perusahaan, karena perusahaan tidak bisa mempertahankan konsumennya untuk tetap loyal pada perusahaan, disebabkan jasa yang disajikan buruk.

Konsumen di setiap tahapan kegiatan konsumen, maka perusahaan dapat melakukan upaya untuk mengelola jasa dengan lebih baik, tentunya dengan menerapkan prinsip-prinsip jasa yang penting untuk dilakukan. Terdapat tiga prinsip jasa yang perlu dilakukan perusahaan sehubungan dengan manajemen jasa.

Ketiga prinsip tersebut yang terdiri dari:

a) Strategi pelayanan yang baik (well-conceived service strategy)

Satu prinsip dasar yang harus dipahami oleh perusahaan jasa adalah bahwa setiap orang ingin diperlakukan dengan baik, oleh karena itu, sudah selayaknya perusahaan menerapkan strategi pelayanan yang baik yang sesuai dengan tingkat kenyamanan dan keleluasaan konsumen, tentunya tanpa mengabaikan sistem pengawasan yang perlu dilakukan.

b) Penempatan orang-orang yang berorientasi pelanggan untuk berhadapan dengan pelanggan (customer-oriented front-line people).

Agar pelayanan atau jasa yang baik ditunjukkan dan dapat dirasakan oleh konsumen, maka perusahaan perlu menempatkan para petugas di depan (front- liner) dari orang-orang yang memiliki orientasi terhadap pelanggan, yaitu orang-orang yang menyadari bahwa pelanggan merupakan aset yang begitu penting bagi perusahaan sehingga perlakuan yang baik bagi pelanggan sangat perlu dilakukan.

c) Penerapan sistem pelayanan yang bersahabat (customer-friendly systems)

Konsep sistem pelayanan yang bersahabat ini cukup sederhana. Jika pelanggan merasa bahwa perusahaan telah

memperlakukan mereka secara bersahabat, maka perusahaan tidak perlu bersusah payah untuk meyakinkan pelanggan untuk membeli produk mereka. Jika perusahaan telah mampu melakukan manajemen jasa yang menerapkan sistem pelayanan yang bersahabat ini, tentunya pelanggan tidak hanya akan membeli produk dari perusahaan, akan tetapi juga loyal kepada perusahaan (Jasa, P. P. 2011).

4) Produksi

Produksi adalah semua kegiatan dalam menciptakan atau menambah kegunaan barang atau jasa, dimana untuk kegiatan tersebut diperlukan faktor-faktor produksi.

5) Pemasaran

Pemasaran adalah suatu proses kegiatan atau aktivitas untuk menyalurkan sebuah produk (barang atau jasa) kepada masyarakat (para konsumen), dimana kegiatan tersebut diharapkan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen tersebut, sehingga dalam kegiatan tersebut dapat menguntungkan kedua belah pihak yaitu perusahaan atau pengusaha mendapatkan laba, sedangkan konsumen mendapatkan kepuasan. Tujuan dan tugas pemasaran adalah menentukan produk (barang dan jasa) yang di butuhkan oleh konsumen serta mengetahui bagaimana keinginan atau karakter seorang konsumen sehingga mau melakukan transaksi pembelian produk-produk tersebut dan akhirnya konsumen tersebut puas dan melakukan pembelian ulang sehingga tujuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan dapat tercapai (Wibowo, R.A., 2019).

6) Distribusi

Distribusi merupakan suatu proses pengantaran barang atau jasa dari produsen kepada konsumen atau pengguna pada waktu dan tempat yang dibutuhkan. Proses distribusi ini pada dasarnya bertujuan untuk menciptakan manfaat (utility) dalam hal waktu dan tempat. Distribusi memiliki peranan penting yang mengharuskan perusahaan

memperhatikan secara detail berjalannya proses distribusi. Dalam pendistribusian produk memiliki banyak aspek yang harus diperhatikan seperti fasilitas, transportasi, ketersediaan dan juga komunikasi dari pihak yang bersangkutan sehingga harus ada pengontrolan yang begitu teliti untuk memastikan segala proses distribusi tidak menghambat proses yang berkaitan. Proses distribusi yang kurang efektif akan berpengaruh pada kualitas produk yang akan sampai di tangan konsumen (Karundeng T.N., (2018).

7) Pelayanan Konsumen

Pelayanan ialah semua bentuk aktifitas insan yang tidak berwujud (intangible) yang sanggup memenuhi kebutuhan dan keinginan pihak lain untuk saling memuaskan melalui pertukaran secara bersamaan (insperability). Pelayanan pelanggan/konsumen dilakukan pada dasarnya bertujuan untuk memperlihatkan pelayanan dengan sebaik-baiknya sehingga pelanggan mencicipi kepuasan atas pelayanan yang diberikan (*Customer Satisfaction*). Agar pelayanan mempunyai kualitas dan memperlihatkan kepuasan kepada pelanggan mereka, maka perusahaan harus memperhatikan aneka macam dimensi yang sanggup membuat dan meningkatkan kualitas pelayanannya.

8) Strategi dan Administrasi

Strategi administrasi adalah sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang hendak dicapai. Strategi bisnis mencakup ekspansi geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, pengetatan, divestasi, likuidasi, dan usaha patungan atau joint venture. Strategi administrasi adalah aksi potensial yang membutuhkan keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan dalam jumlah besar.

- b. Penentuan objek biaya melibatkan pembagian menjadi biaya langsung dan biaya tidak langsung.
- c. Pola perilaku berkaitan dengan fluktuasi biaya, terbagi antara biaya yang dapat berubah (variabel) dan biaya yang tetap.

- d. Agregat atau rata-rata, melibatkan biaya total dan biaya per unit.
- e. Aktiva atau beban, melibatkan:
 - 1) *Capitalized cost*: Biaya yang telah dianggap sebagai aset pada awalnya dan kemudian diakui sebagai pengeluaran.
 - 2) *Inventoriable cost*: Biaya yang terkait dengan pembelian barang untuk dijual kembali atau biaya yang terkait dengan perolehan atau transformasi bahan dan input manufaktur lainnya menjadi barang yang akan dijual.
 - 3) *Periode cost*: Biaya yang dilaporkan sebagai beban untuk periode waktu tertentu.

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa konsep biaya dapat didefinisikan dalam dua konteks, yaitu konsep sempit dan luas. Dalam pengertian yang lebih spesifik, biaya diartikan sebagai pengorbanan sumber daya ekonomi untuk memperoleh aset. Sedangkan dalam pengertian yang lebih umum, biaya diartikan sebagai pengorbanan sumber daya ekonomi yang dapat diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau memiliki potensi terjadi, untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam domain akuntansi biaya, biaya diklasifikasikan menggunakan berbagai metode, dan klasifikasi tersebut disesuaikan berdasarkan tujuan yang ingin dicapai, menghasilkan konsep “*different cost for different purposes*”.

Biaya dapat diklasifikasikan berdasarkan:

a. Jenis Biaya

Berdasarkan jenis biaya dapat dibedakan menjadi 3 macam yaitu:

1) Biaya Bahan Baku Langsung (*Direct Raw Material Cost*)

Biaya bahan baku langsung adalah biaya yang terdiri dari harga pokok bahan baku langsung yang digunakan selama proses produksi. Kegiatan ini, yang merupakan bagian dominan atau sebagian besar dari produksi barang jadi, memiliki nilai yang signifikan dalam konteks biaya bahan baku tidak langsung.

2) Biaya Tenaga Kerja Langsung (*Direct Labor Cost*)

Biaya tenaga kerja langsung mencakup pembayaran gaji, upah, dan imbalan lainnya kepada karyawan yang terlibat secara langsung dalam proses produksi. Namun, gaji atau upah yang diberikan kepada mandor pabrik, supervisor produksi, dan manajer produksi tidak boleh dianggap sebagai bagian dari biaya tenaga kerja langsung; sebaliknya, gaji ini termasuk ke dalam kategori biaya tenaga kerja tidak langsung (*indirect labor cost*).

3) Biaya *Overhead* Pabrik (*Factory Overhead Cost*)

Biaya overhead pabrik, yang juga dikenal sebagai biaya produksi tidak langsung, merujuk pada semua biaya produksi yang tidak tergolong dalam biaya bahan baku langsung dan biaya tenaga kerja langsung. Komponen-komponen biaya overhead pabrik meliputi:

- a) Biaya bahan baku tidak langsung
- b) Biaya tenaga kerja tidak langsung
- c) Biaya asuransi pabrik
- d) Biaya PBB pabrik
- e) Biaya perlengkapan pabrik
- f) Biaya penyusutan mesin
- g) Biaya penyusutan gedung pabrik
- h) Biaya penyusutan kendaraan pabrik
- i) Biaya penyusutan peralatan pabrik

b. Periode Pembebanan Biaya

Berdasarkan periode pembebanan biaya dapat dibedakan menjadi:

1) Pengeluaran Pendapatan (*Revenue Expenditure*)

Pengeluaran pendapatan adalah biaya yang tercatat pada periode pengeluarannya dan langsung mengurangi pendapatan. Oleh karena itu, disebut juga sebagai pengeluaran pendapatan. Pengeluaran yang umumnya termasuk dalam kategori ini melibatkan biaya operasional atau perbaikan aset tetap, yang contohnya mencakup:

- a) Bersifat rutin
- b) Nilainya relatif kecil

- c) Tidak menambah umur ekonomis aktiva tetap yang dilakukan
- 2) Pengeluaran Modal (*Capial Expenditure*)

Dalam pengeluaran modal ini yang dikeluarkan untuk perbaikan aktiva tetap dikapitalisasi dengan menambah harga pokok aktiva yang diperbaiki dan akan disusutkan selama sisa umur ekonomisnya. Ada beberapa syarat agar biaya perbaikan dapat diperlakukan sebagai pengeluaran modal yaitu:

- a) Biaya perbaikan tidak bersifat rutin
- b) Nilai biaya perbaikan relatif besar
- c) Dapat menambah umur ekonomisnya

c. Tingkah Laku Biaya (*Behavior Of Cost*)

Biaya berdasarkan tingkah laku dapat dibedakan menjadi 2, yaitu:

1) Biaya Bertambah (*Variabel Cost*)

Variabel cost adalah biaya yang bertambah proposional dengan perubahan volume produksi / penjualan. Jika volume produksi naik 20% maka biaya *variabel* juga akan naik sebanding dengan kenaikan volume produksi 20% dan sebaliknya jika volume produksi turun 15% maka biaya *variabel* juga akan turun sebesar 15%. Yang terdapat dalam biaya *variabel* antara lain:

a) Biaya *Variabel*–Biaya Produksi

- (1) Biaya bahan baku langsung
- (2) Biaya tenaga kerja langsung
- (3) Biaya bahan baku tidak langsung
- (4) Biaya ALT pabrik
- (5) Biaya perlengkapan pabrik
- (6) Biaya penyusutan mesin (memakai metode satuan hasil)
- (7) Biaya penyusutan kendaraan (memakai metode penyusutan jam kerja).

b) Biaya *Variabel* – Biaya Operasional

- (1) Biaya angkut keluar penjualan

- (2) Biaya perlengkapan
- (3) Biaya iklan
- (4) Biaya ALT

2) Biaya Tetap (*Fixed Cost*)

Biaya tetap adalah biaya yang tetap atau tidak berubah, bahkan jika terjadi perubahan dalam volume produksi atau penjualan. Biaya ini akan ada bahkan ketika perusahaan tidak aktif. Beberapa contoh biaya tetap meliputi:

a) Biaya Tetap–Biaya Produksi

- (1) Biaya tenaga kerja tidak langsung
- (2) Biaya asuransi
- (3) Biaya sewa pabrik
- (4) Biaya penyusutan mesin (memakai metode penyusutan garis lurus)
- (5) Biaya penyusutan gudang pabrik
- (6) Biaya penyusutan peralatan pabrik
- (7) Biaya penyusutan kendaraan pabrik
- (8) Paja bumi dan bangunan pabrik

b) Biaya Tetap–Biaya Operasional

- (1) Biaya gaji pegawai operasional
- (2) Biaya asuransi toko dan kantor
- (3) Biaya sewa toko dan kantor
- (4) Biaya amortisasi hak paten
- (5) Biaya penyusutan peralatan toko dan kantor (Menurut Harahap, 2020).

Produksi melibatkan berbagai biaya, dengan sebagian besar dana digunakan untuk memperoleh bahan baku, membayar gaji dan upah, serta mendapatkan bahan pembantu seperti minyak pelumas untuk mesin. Selain itu, terdapat pengeluaran untuk membeli berbagai barang lainnya yang diperlukan dalam proses produksi. Bahan baku, gaji, bahan pembantu, dan barang lainnya tersebut menjadi kebutuhan esensial dalam pelaksanaan

proses produksi. Tanpa kehadiran barang-barang tersebut, proses produksi tidak dapat berlangsung. Oleh karena itu, barang-barang tersebut memiliki nilai signifikan untuk kemajuan produsen. Tanpa pelaksanaan proses produksi, produsen tidak dapat meningkatkan kemakmuran. Oleh karena itu, barang-barang tersebut dianggap memiliki nilai dalam konteks proses produksi (Iryanie, 2019).

Biaya dalam suatu perusahaan menjadi unsur yang krusial dalam mendukung pelaksanaan kegiatan dan pencapaian tujuan perusahaan. Kesuksesan mencapai tujuan tersebut bergantung pada kebijakan pengeluaran yang tepat oleh perusahaan tersebut. Secara umum, biaya merujuk pada pengorbanan sumber daya ekonomi yang dapat diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau mungkin akan terjadi, dengan tujuan mencapai suatu target tertentu. Dalam bidang akuntansi biaya, biaya biasanya dikelompokkan berdasarkan berbagai kriteria, yang umumnya ditentukan sesuai dengan tujuan tertentu yang ingin dicapai dengan pengelompokan tersebut (Hartatik, 2019).

Dalam tahap produksi, bahan baku, gaji, dan elemen lainnya digunakan sepenuhnya, yang mengindikasikan bahwa barang-barang tersebut diorbankan untuk menciptakan produk baru. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa dalam proses produksi, suatu nilai dikorbankan. Dari perspektif ini, biaya dapat didefinisikan sebagai unit nilai yang dikorbankan dalam suatu proses produksi untuk mencapai hasil produksi tertentu. Beban yang dikenakan pada pendapatan (revenue) untuk menentukan laba (income) atau biaya yang dikorbankan untuk memperoleh penghasilan dan digunakan sebagai pengurang pendapatan disebut sebagai beban (expense). Sementara itu, nilai uang dari peralatan produksi yang dikorbankan disebut sebagai harga pokok.

Terkait dengan proses produksi dan biaya, terdapat tiga aspek penting yang perlu diperhatikan.

- a. Istilah produksi tidak hanya merujuk pada pembuatan barang dalam sektor industri, melainkan mencakup segala bentuk produksi baik itu barang atau

jasa. Pengertian produksi mencakup proses kegiatan perusahaan dagang seperti pembelian, penyimpanan barang dagangan, pengemasan, penjualan, pemberian kredit penjualan, dan sebagainya. Oleh karena itu, perusahaan industri tidak hanya mengeluarkan biaya produksi, tetapi juga biaya penjualan.

- b. Dalam definisi di atas, konsep biaya tidak terbatas pada pengorbanan yang diukur dalam nilai mata uang (Rupiah), yang merupakan kebutuhan dan tidak dapat dihindari. Jika dibatasi hanya pada pemahaman ini, kita akan kehilangan gambaran umum yang berlaku dalam dunia bisnis. Dalam konteks diskusi suatu masalah, jika yang dimaksudkan hanya sebagian dari biaya yang penting dan tidak dapat dihindari, maka akan secara eksplisit menyebutnya sebagai biaya yang diperlukan atau biaya yang diizinkan; sedangkan biaya yang sesungguhnya dikeluarkan disebut sebagai biaya aktual.
- c. Penting untuk membedakan secara jelas antara konsep biaya dan uang yang dikeluarkan. Ketika berbicara tentang biaya untuk peralatan produksi yang dikorbankan dalam proses produksi, hal tersebut berbeda dengan pengeluaran uang yang terjadi saat harga pembelian peralatan produksi dibayarkan, meskipun peralatan tersebut belum digunakan dalam proses produksi. Dengan demikian, biaya dapat terjadi tanpa adanya pengeluaran uang (dan sebaliknya). (Iryanie, 2019).

Harga pokok produksi adalah jumlah total biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi satu unit barang jadi, melibatkan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Perusahaan memiliki kewajiban untuk menghitung harga pokok produksi sebagai bagian penting dari pelaporan keuangan mereka. Penentuan harga pokok produksi dilakukan sebelum menetapkan harga jual, dan informasi ini penting bagi manajemen sebagai dasar perbandingan dengan pendapatan serta sebagai elemen yang dicantumkan dalam laporan laba rugi. Memahami harga pokok produksi juga membantu perusahaan dalam mengendalikan proses produksinya. Terdapat

tiga komponen utama dalam harga pokok produksi, yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik (Saleh, 2023).

Harga jual merujuk pada nilai kompensasi, baik dalam bentuk uang maupun barang, yang dibutuhkan untuk memperoleh suatu produk atau layanan tertentu. Setiap perusahaan menetapkan harga produknya dengan harapan agar produk tersebut dapat laku di pasaran dan memberikan laba maksimal. Sebagai hasilnya, keputusan atau strategi penetapan harga oleh perusahaan dianggap penting untuk menarik perhatian konsumen dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Dengan demikian, harga jual adalah jumlah pembayaran yang harus dibayarkan oleh pembeli atau pelanggan kepada perusahaan atas barang atau jasa yang mereka peroleh.

Dalam menetapkan harga produk, perusahaan mengikuti proses dengan enam tahap, yang melibatkan:

- a. Perusahaan dengan hati-hati merumuskan sasaran pemasarannya, termasuk tujuan seperti menjaga kelangsungan bisnis, meningkatkan laba saat ini, mencapai pangsa pasar, atau meningkatkan kualitas produk.
- b. Perusahaan melakukan identifikasi terhadap kurva permintaan yang menunjukkan jumlah produk yang dapat terjual dalam setiap periode pada berbagai tingkat harga alternatif. Tingkat elastisitas permintaan yang rendah akan meningkatkan kemungkinan penetapan harga oleh perusahaan.
- c. Perusahaan mengestimasi bagaimana biaya akan berubah pada berbagai tingkat produksi.
- d. Perusahaan mengawasi harga-harga yang diterapkan oleh pesaing sebagai dasar untuk menetapkan harga produk mereka sendiri.
- e. Perusahaan memilih metode penerapan harga yang sesuai dengan strategi pemasaran mereka.
- f. Perusahaan menentukan harga akhir, menyusunnya agar efektif secara psikologis, dan memeriksanya untuk memastikan kesesuaian dengan kebijakan penetapan harga perusahaan serta kesesuaian dengan penyalur

grosir, wiraniaga perusahaan, pesaing, pemasok, dan peraturan pemerintah. (Hartatik, 2019).

2. Tujuan Perhitungan Harga Pokok

Penetapan harga pokok produksi membawa manfaat yang signifikan bagi manajemen, termasuk dalam hal menetapkan harga jual produk, memantau biaya produksi yang terjadi, menghitung laba atau rugi secara berkala, menetapkan harga pokok persediaan produk jadi, serta produk dalam proses yang akan tercermin dalam neraca perusahaan. Biaya sendiri dapat diartikan sebagai pengorbanan sumber daya ekonomi yang diukur dalam satuan uang, dengan tujuan memperoleh barang atau jasa yang diharapkan memberikan keuntungan atau manfaat baik pada saat ini maupun di masa yang akan datang.

Penetapan harga pokok produksi membawa tujuan dan manfaat yang penting bagi manajemen, seperti menetapkan harga jual produk, memantau biaya produksi yang telah terjadi, menghitung laba atau rugi secara teratur, serta menetapkan harga pokok persediaan produk jadi dan produk dalam proses, yang akan tercermin dalam neraca perusahaan. Biaya, dalam konteks ini, diartikan sebagai pengorbanan sumber daya ekonomi yang diukur dengan satuan uang, dengan tujuan untuk memperoleh barang atau jasa yang diharapkan memberikan keuntungan atau manfaat baik pada saat ini maupun di masa yang akan datang.

Penetapan harga pokok produksi melibatkan metode atau cara menghitung elemen-elemen biaya yang akan dimasukkan ke dalam harga pokok produksi. Dalam mempertimbangkan elemen-elemen biaya ini, terdapat dua pendekatan yang dapat digunakan, yaitu:

- a. *Full costing* adalah suatu metode penetapan biaya produksi yang mencakup biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik, termasuk yang bersifat variabel dan tetap. Perhitungan full costing melibatkan penjumlahan semua komponen biaya tanpa mempertimbangkan apakah produk tersebut sudah terjual atau belum.

- b. *Variable costing* adalah suatu metode penetapan biaya produksi yang hanya mengikutsertakan biaya produksi yang bersifat variabel dalam biaya produksi. Ini mencakup biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik yang bersifat variabel. Dalam *variabel costing* ada istilah periode *cost* merujuk pada biaya tetap yang digunakan walaupun produk belum terjual.

Fungsi yang terkait dalam pengumpulan biaya adalah:

- a. Fungsi Penjualan dalam perusahaan berproduksi masal umumnya menetapkan order produksi melalui pertemuan bulanan antara tim pemasaran dan tim produksi. Fungsi penjualan menerima pesanan dari pelanggan berdasarkan tingkat persediaan produk jadi yang tersedia di gudang.
- b. Fungsi Produksi bertanggung jawab atas pembuatan perintah produksi bagi bagian-bagian yang terlibat dalam pelaksanaan proses produksi, sehingga dapat memenuhi permintaan produksi yang berasal dari fungsi penjualan.
- c. Fungsi Perencanaan dan Pengawasan adalah fungsi staf yang membantu fungsi produksi dalam perencanaan dan pengawasan kegiatan produksi.
- d. Fungsi Gudang bertanggung jawab atas pelayanan permintaan bahan baku, bahan penolong, dan barang lain yang disimpan di gudang. Fungsi ini juga bertanggung jawab untuk menerima produk jadi yang diserahkan oleh fungsi produksi.
- e. Fungsi Akuntansi Biaya memiliki tanggung jawab mencatat penggunaan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik yang digunakan dalam proses produksi. Fungsi ini juga bertanggung jawab untuk membuat perhitungan terkait harga pokok produksi (Purwanto, 2023).

Harga pokok produksi terdiri dari tiga elemen utama, yaitu:

- a. Bahan baku langsung melibatkan biaya yang terkait dengan akuisisi bahan, potongan harga pada pembelian, biaya pengangkutan pembelian, biaya penyimpanan, dan berbagai biaya lainnya.

- b. Tenaga kerja langsung mencakup semua biaya upah karyawan yang secara langsung terlibat dalam proses mengubah bahan baku menjadi barang jadi atau barang yang siap dijual.
- c. Biaya overhead pabrik mencakup semua biaya yang berada di luar biaya akuisisi bahan baku langsung dan upah langsung.

Manfaat dari Harga Pokok Produksi secara umum dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Menentukan harga jual produk adalah suatu proses di mana perusahaan menghitung biaya produksi per unit produk dalam jangka waktu tertentu untuk digunakan sebagai data pertimbangan bersama dengan data biaya lainnya dan non-biaya dalam menetapkan harga jual produk. Perusahaan yang berfokus pada produksi massal melakukan pengolahan produk untuk memenuhi persediaan di gudang, dan perhitungan biaya produksi dilakukan untuk menghasilkan informasi mengenai biaya produksi per unit produk.
- b. Memonitor biaya produksi yang terwujud merupakan kebutuhan manajemen untuk memperoleh informasi aktual mengenai biaya produksi yang dikeluarkan selama pelaksanaan rencana produksi. Dengan memanfaatkan akuntansi biaya, perusahaan mengumpulkan informasi biaya produksi dalam periode tertentu untuk memastikan kesesuaian proses produksi dengan perhitungan biaya yang telah direncanakan sebelumnya.
- c. Menghitung laba atau rugi bruto dalam suatu periode melibatkan pemanfaatan informasi biaya produksi yang dikeluarkan selama periode tersebut. Informasi ini diperlukan untuk mengevaluasi apakah kegiatan produksi dan pemasaran perusahaan mampu memberikan laba bruto atau mengalami rugi bruto. Data biaya produksi membantu menentukan kontribusi produk dalam menutup biaya non-produksi dan mencapai hasil laba atau rugi.
- d. Menentukan harga pokok persediaan produk jadi dan produk dalam proses yang tercermin dalam neraca merupakan tugas manajemen ketika

menyusun pertanggungjawaban keuangan berkala. Dalam neraca, manajemen harus menyajikan informasi mengenai harga pokok persediaan produk jadi dan harga pokok produk yang masih dalam proses pada tanggal neraca.

3. Metode Perhitungan Harga Pokok Produksi

Tujuan utama akuntansi biaya adalah menghitung biaya produksi suatu produk. Perhitungan ini melibatkan pengumpulan semua biaya yang terjadi dalam proses pembuatan barang tersebut. Ada tiga metode yang digunakan dalam menghitung biaya produksi, yaitu:

a. Metode Harga Pokok Sesungguhnya (*Actual Cost*)

Dalam metode ini, perhitungan biaya produksi per unit didasarkan pada biaya aktual bahan baku, biaya aktual tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik yang sebenarnya. Umumnya, metode perhitungan biaya produksi sesungguhnya diterapkan pada metode biaya proses yang menggunakan pencatatan persediaan produk jadi dengan metode periodik.

b. Metode Harga Pokok Normal (*Normal Costing*)

Dalam metode ini, biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung dihitung berdasarkan biaya sebenarnya karena keduanya dapat dilacak langsung ke produk tertentu. Sebaliknya, biaya overhead pabrik menggunakan tarif pembebanan di muka. Metode ini biasanya digunakan pada metode harga pokok pesanan (*job-order costing*) yang menggunakan pencatatan persediaan produk jadi dengan metode perpetual.

c. Metode Harga Pokok Standar (*Standard Costing*)

Dalam metode ini, perusahaan pada awalnya menetapkan harga pokok produk per unit dengan menggunakan standar tertentu, sehingga harga pokok produk per unit bukan merupakan harga pokok sebenarnya, tetapi harga pokok yang dianggap seharusnya. Metode harga pokok standar ini umumnya digunakan oleh perusahaan yang melakukan produksi dalam skala besar dan menerapkan pencatatan persediaan produk jadi dengan metode perpetual.

Metode harga pokok produksi adalah pendekatan pengumpulan biaya produksi yang digunakan untuk menentukan harga pokok produk pada perusahaan yang memproduksi barang berdasarkan pesanan. Full costing adalah metode penentuan harga pokok produksi yang melibatkan inklusi seluruh komponen biaya produksi sebagai bagian dari harga pokok, mencakup semua biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik variabel, dan biaya overhead pabrik tetap. Dalam metode full costing, baik biaya overhead pabrik yang bersifat variabel maupun tetap dialokasikan ke produk yang dihasilkan berdasarkan tarif yang telah ditentukan sebelumnya pada kapasitas normal atau berdasarkan biaya overhead pabrik yang sesungguhnya.

Metode full costing adalah metode penentuan harga pokok produksi di mana semua biaya produksi diikutsertakan dalam perhitungan harga pokok produksi. Dengan demikian, tidak ada perbedaan antara biaya produksi variabel dan biaya produksi tetap. Karena semua biaya produksi tetap dan variabel dimasukkan ke dalam harga pokok produksi, biaya tetap tertentu dapat tetap terasosiasi dengan produk yang belum terjual. Oleh karena itu, biaya tetap yang masih terasosiasi dengan produk yang belum terjual tidak dibebankan pada periode yang seharusnya (Iryanie, 2019).

Dapat disimpulkan bahwa harga pokok produksi mencakup seluruh biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi suatu produk. Berikut ini, tersedia contoh tabel laporan harga pokok produksi:

Tabel 2. 1
Laporan Harga Pokok Produksi

Persediaan bahan baku langsung-awal	xxx
Pembelian bahan baku langsung bersih	<u>xxx</u>
Bahan baku langsung tersedia untuk dipakai	xxx
Persediaan bahan baku langsung akhir	(<u>xxx</u>)
Biaya bahan baku langsung	xxx
Biaya tenaga kerja langsung	xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik yang dibebankan	<u>xxx</u>

Total biaya produksi selama periode	xxx
Persediaan barang dalam proses awal	<u>xxx</u>
Biaya produksi yang diperhitungkan	xxx
Persediaan barang dalam proses akhir	<u>(xxx)</u>
Harga pokok produksi	xxx

Sumber : Riwayadi (2019).

4. Konsep Dasar Perusahaan Manufaktur

Perusahaan manufaktur adalah perusahaan yang beroperasi dalam industri pengolahan bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi yang siap digunakan, kemudian dijual kepada pihak-pihak tertentu yang membutuhkan barang tersebut baik berupa barang setengah jadi untuk diolah lebih lanjut atau bisa juga berupa barang jadi yang siap untuk dipakai. Perusahaan manufaktur menghasilkan pendapatan dari penjualan produk setengah jadi dan produk jadi, yang selanjutnya dicatat dalam bagian laporan laba rugi. Sedangkan biaya atau beban yang terjadi pada perusahaan manufaktur berupa harga pokok produksi, serta biaya atau beban yang bersifat operasional dan non operasioal.

Biaya produksi dalam perusahaan manufaktur terbagi tiga jenis yaitu:

- a. Biaya bahan baku
- b. Biaya tenaga kerja langsung
- c. Biaya *overhead* pabrik

Sedangkan persediaan dalam perusahaan manufaktur terbagi tiga jenis juga, yaitu:

- a. Persediaan Bahan Baku

Stok bahan baku merujuk pada persediaan bahan mentah yang dapat digunakan dalam tahapan produksi berikutnya, baik untuk membentuk produk setengah jadi maupun produk jadi yang siap untuk digunakan.

- b. Persediaan Barang dalam Proses

Persediaan barang dalam proses adalah persediaan berupa barang yang masih dalam proses produksi, sehingga perlu ditampung dalam akun

khusus berupa persediaan barang-barang dalam proses untuk membedakannya dengan persediaan bahan baku dan persediaan barang jadi.

c. Persediaan Barang Jadi

Persediaan barang jadi adalah persediaan berupa barang yang telah selesai diolah dan siap untuk disalurkan kepada distributor, agen, atau dijual ke konsumen yang membutuhkan. Barang jadi merupakan salah satu utama yang dimiliki oleh perusahaan manufaktur, karena merupakan barang yang siap dijual dan diharapkan memberikan kontribusi yang optimal dalam kinerja keuangan perusahaan (Wicaksono, G, dkk, 2023).

Ciri-ciri perusahaan manufaktur:

- a. Aktifitas operasional usahanya adalah memproduksi bahan baku menjadi barang jadi.
- b. Pendapatan usahanya berasal dari menjual produk barang.
- c. Memiliki persediaan produk secara fisik.
- d. Biaya produksinya yaitu biaya bahan baku, tenaga kerja, dan *overhead*.
- e. Melakukan perhitungan harga pokok produksi pada laporan keuangan laba-rugi.
- f. Terdapat perhitungan harga pokok penjualan pada laporan keuangan laba-rugi (Siregar, 2022).

5. Elemen Biaya Produksi

Biaya produksi mengacu pada pengeluaran yang terkait dengan proses produksi, melibatkan biaya-biaya yang timbul dalam mengolah bahan mentah hingga menjadi produk jadi yang siap untuk dipasarkan (Purwanji, 2016).

Biaya produksi terdiri dari tiga komponen utama, yakni biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik.

a. Biaya Bahan Baku

Biaya bahan baku adalah biaya yang timbul dari komponen yang digunakan dalam proses produksi, yang dapat dilacak atau diidentifikasi dan merupakan bagian penting dari suatu produk spesifik. Sebagai contoh, ini mencakup kain dalam industri garmen, karet dalam industri ban, dan bijih besi dalam industri baja. Penghitungan biaya bahan baku dilakukan

menggunakan metode tertentu:

$$\text{Harga per unit} \times \text{unit bahan baku}$$

b. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja langsung adalah biaya atau pengeluaran sumber daya yang terkait dengan kinerja karyawan di departemen produksi, di mana manfaatnya dapat dilacak atau diidentifikasi dan dapat dibebankan secara wajar ke suatu produk khusus. Sebagai contoh, ini melibatkan karyawan yang menjahit dan merajut kain di perusahaan garmen, serta karyawan yang memotong dan meratakan kayu di perusahaan mebel. Penghitungan biaya tenaga kerja dilakukan menggunakan metode tertentu:

$$\text{Tarif yang ditetapkan} \times \text{hari}$$

c. Biaya *Overhead* Pabrik

Biaya overhead pabrik adalah biaya produksi yang tidak dapat secara langsung diidentifikasi atau dilacak pada suatu produk. Biaya ini mencakup berbagai elemen seperti biaya penyewaan, penyusutan mesin, dan lain sebagainya:

- 1) Biaya bahan penolong adalah biaya yang berasal dari komponen yang digunakan dalam proses produksi, namun nilainya relatif kecil dan tidak dapat diidentifikasi secara langsung pada suatu produk. Sebagai contoh, kancing dan benang pada perusahaan garmen, serta lem dan paku pada perusahaan sepatu.
- 2) Biaya tenaga kerja tidak langsung adalah biaya atau pengorbanan sumber daya atas kinerja karyawan di bagian produksi yang tidak dapat diidentifikasi secara langsung pada produk-produk yang dihasilkan perusahaan. Contoh dari biaya ini termasuk pengawas pabrik dan direktur pabrik.
- 3) Biaya tidak langsung lainnya adalah biaya selain biaya bahan penolong dan biaya tenaga kerja tidak langsung yang terjadi di bagian produksi, tetapi tidak dapat diidentifikasi jejaknya pada produk-produk yang dihasilkan perusahaan. Contoh dari biaya ini mencakup penyusutan mesin pabrik, perbaikan dan pemeliharaan peralatan pabrik, serta biaya

listrik dan air pabrik.

Biaya *overhead* pabrik dihitung dengan cara:

$$\frac{\text{Produk yang dihasilkan}}{\text{Total produk keseluruhan}} \times \text{biaya}$$

6. Harga Jual

Harga memiliki dampak signifikan terhadap laba perusahaan, memengaruhi langsung jumlah barang yang terjual. Selain itu, secara tidak langsung, harga juga memengaruhi biaya, karena volume penjualan produk dapat berpengaruh pada biaya yang muncul, terutama dalam konteks efisiensi produksi. Oleh karena itu, keputusan dan strategi penetapan harga memiliki peran krusial dalam memengaruhi pendapatan total dan biaya total suatu perusahaan. Tujuan dari penentuan harga jual itu sendiri sebagai berikut:

a. Memaksimalkan Laba

Hipotesis dalam memaksimalkan laba merupakan suatu hal yang perlu membutuhkan penganalisisan karena karakternya tidak realistik. Dalam teori, maksimalisasi tersebut mengkaji tentang apa, bagaimana, dan untuk siapa adanya maksimalisasi laba. Hasil produksi atau output merupakan hasil kerjasama antara beberapa faktor ekonomi, yaitu modal dengan tenaga kerja serta input-input lain yang dibutuhkan. Maka atas dasar hal tersebut maka dalam pencapaian hasil outputnya nanti juga harus memberikan sumbangan yang adil atas seberapa besar tiap-tiap faktor dalam memproduksi output tersebut.

Pendekatan yang terutama berlandaskan pada kekuatan-kekuatan pasar, sebagaimana yang diatur oleh kompetisi untuk menjadi suatu pembagian adil produk bagi faktor-faktor produksi. Bagian pekerja biasanya masuk dalam biaya-biaya produksi, sehingga dapat mengurangi bagian pekerja tersebut. Sedangkan pada teori ekonomi, maksimalisasi laba diperlakukan sebagai produk keseluruhan dikurangi depresiasi dan gaji minimum sebagai laba antara pekerja dan pemilik modal atas dasar keadilan. Oleh karena itu maka bunga tidak akan mendapatkan tempat dalam perolehan laba tersebut.

Dalam menyatakan bahwa keadilan menuntut penggunaan sumberdaya dengan cara yang merata sehingga tujuan pemenuhan kebutuhan umum, pertumbuhan yang optimal, lapangan kerja yang lengkap, pemerataan pendapatan dan kekayaan, dan kestabilan ekonomi terwujud. Laba sebagai sifat dasar terpenting dari perusahaan bahwa harga pasar produk perusahaan pasti memiliki margin walaupun kecil yang mana proses penggandaan seharusnya bergantung pada posisi atau kondisi persaingan sempurna pasar dengan usahanya tersebut (Muhammad Syahbudi, 2018).

b. Meraih Pangsa Pasar

Memperluas pangsa pasar adalah memperbesar bisnis. Hal ini dikarenakan jika pangsa pasar meningkat, maka tentu permintaan akan meningkat, kemudian jumlah produk yang dihasilkan juga harus meningkat, termasuk juga tenaga produksi akan meningkat.

Ada beberapa cara untuk meningkatkan pangsa pasar, yaitu:

1) Tambahkan Produk Serta Layanan Baru

Menambah produk dan layanan baru harus dengan serius, dibutuhkan kerja keras. Harus mengetahui produk dan layanan yang konsumen inginkan. Konsumen akan mau membayar untuk jumlah produk dan layanan yang baru dengan syarat mampu memenuhi permintaan dan produk tersebut masuk pada riset pasar sesuai dengan yang diinginkan pasar serta berapa jumlahnya.

2) Menjual Produk dan Layanan Pada Pelanggan yang Sudah Ada dengan Peningkatan Jumlah

Memerlukan sebuah analisis segmentasi pasar guna mengidentifikasi segmen konsumen yang membeli paling banyak. Dengan cara ini, maka bisa meningkatkan jumlah penjualan kepada konsumen yang sudah ada. Selanjutnya, fokus pada penjualan serta strategi pemasaran. Strategi ini cukup sulit mengimplementasikannya jika tidak dengan analisis segmentasi pasar.

3) Lebarkan Pasar ke Daerah Baru

Mencari pelanggan baru potensial membutuhkan riset lapangan, agar produk yang dijual akan diterima oleh pelanggan baru. Melakukan riset pasar untuk menentukan daerah mana yang akan menjadi target pasar. Jika dimungkinkan potensinya besar, maka langkah selanjutnya adalah memilih lokasi strategis untuk memasarkan produk kepada pelanggan baru sedekat mungkin dengan melakukan beberapa strategi membangun bisnis dari awal.

4) Targetkan Pasar Serta Pelanggan Baru

Memasarkan produk berdasarkan demografi tertentu seperti usia, lokasi, jenis kelamin atau psikografis seperti aktivitas, minat juga nilai-nilai tertentu. Namun, jika hanya itu, tentu tidak akan mendapatkan pelanggan baru yang lebih banyak. Mencoba untuk mengiklankan atau pasarkan produk secara dengan media yang tepat serta waktu yang tepat pula.

5) Masuk Pada Sistem Penjualan Baru

Strategi memasuki dunia bisnis baru yakni ke pemasaran online. Sudah banyak bukti toko kecil kemudian beralih menjadi besar saat berhasil memanfaatkan teknologi dan sistem pemasaran online. Dengan media dan strategi online marketing yang baik, maka bisa meningkatkan penjualan tanpa batasan ruang dan waktu. Selanjutnya, mencoba sistem delivery yang baru baik dengan armada sendiri atau dengan jasa pengiriman barang. Selain itu, peningkatan SEO (Search Engine Optimization) juga diperlukan untuk memudahkan pelanggan dunia maya menemukan produk yang dijual.

Dari berbagai cara di atas, perusahaan sudah bisa memetakan bagaimana perusahaan bisa mengembangkan atau meningkatkan jumlah pelanggan sehingga peluang untuk mendapatkan penghasilan yang lebih banyak juga akan meningkat (Mahendri, 2020).

c. Pengembalian Modal Usaha

Return on capital (ROC) adalah rasio yang digunakan dalam keuangan, penilaian, dan akuntansi. Rasio tersebut diperkirakan dengan

membagi pendapatan operasional setelah pajak (NOPAT) dengan nilai buku modal yang diinvestasikan.

Return on capital (ROC), atau return on investment (ROI), merupakan salah satu rasio terpenting untuk mengukur profitabilitas suatu perusahaan. Ini mengukur berapa banyak uang yang dapat dihasilkan oleh suatu bisnis atau investasi dari modal yang digunakan. Meskipun penting, rasio ini jarang dilaporkan dan sering kali perlu dihitung (Pandan Wangi, 2023).

d. Mempertahankan Pangsa Pasar

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang umum, di mana individu dan kelompok memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka melalui pertukaran produk dan nilai. Pengertian dari pemasaran adalah proses analisis, perencanaan, dan pelaksanaan dari perwujudan pemberian harga, promosi dan distribusi dari barang-barang, jasa dan gagasan untuk menciptakan pertukaran dengan kelompok sasaran yang memenuhi tujuan pelanggan dan perusahaan. Untuk mencapai tujuan tersebut perlu didasari filosofi yang matang.

Ada enam konsep pemasaran yang mendasari cara organisasi melakukan kegiatan pemasarannya, yaitu:

1) Konsep Berwawasan Produksi

Konsep ini berpendapat bahwa konsumen akan memilih produk yang mudah didapat dan murah harganya.

2) Konsep Berwawasan Produk

Konsep ini berpendapat bahwa konsumen akan memilih produk yang menawarkan mutu, kinerja dan hal-hal inovatif lainnya.

3) Konsep Berwawasan Penjualan

Konsep ini berpendapat bahwa konsumen enggan untuk membeli dan harus didorong supaya membeli, terkecuali perusahaan menjalankan suatu usaha promosi dan penjualan yang efektif untuk merangsang pembelian.

4) Konsep Berwawasan Pemasaran

Kunci utama untuk mencapai tujuan perusahaan terdiri dari penentuan kebutuhan dan keinginan pasar serta memberikan kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dan efisien daripada competitor.

5) Konsep Berwawasan Konsumen

Untuk meningkatkan penjualan maka perusahaan harus fokus pada kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga dapat menaikkan loyalitas konsumen.

6) Konsep Berwawasan Pemasaran Bermasyarakat

Konsep ini beranggapan bahwa tugas perusahaan adalah menentukan kebutuhan, keinginan, serta kepentingan pasar sasaran dan memenuhinya dengan lebih efektif serta lebih efisien daripada competitor dengan cara mempertahankan atau meningkatkan kesejahteraan konsumen dan masyarakat (Gunawan, 2018).

e. Tujuan Stabilisasi Harga

Dalam pasar yang sangat responsif terhadap perubahan harga, ketika suatu perusahaan mengurangi harga produknya, diharapkan bahwa pesaing-pesaingnya juga akan menurunkan harga mereka. Situasi semacam ini melatarbelakangi pembentukan tujuan stabilisasi harga di beberapa industri, seperti industri minyak bumi. Stabilisasi ini bertujuan untuk mempertahankan keseimbangan hubungan antara harga yang ditentukan oleh suatu perusahaan dengan harga yang ditetapkan oleh pemimpin industri (industry leader) (Ishak, K, 2017).

f. Menjaga kelangsungan hidup perusahaan

Kelangsungan hidup usaha suatu perusahaan merupakan tujuan utama dari suatu entitas bisnis dari sejak berdirinya entitas bisnis tersebut, kelangsungan hidup dari suatu entitas bisnis sangat berhubungan erat dengan bagaimana manajemen mengelola perusahaan baik dari faktor keuangan maupun faktor non keuangannya.

Metode dalam penentuan harga terdiri dari 3 pendekatan, yaitu:

a. Penetapan Harga Berdasarkan Biaya

1) Penetapan Harga Biaya Plus

Dalam metode ini, perhitungan harga jual per unit dilakukan dengan menambahkan total biaya per unit dengan sejumlah tertentu, termasuk laba yang diinginkan untuk unit tersebut (margin).

Rumus : Biaya Total + Margin = Harga Jual

2) Penetapan Harga *Mark-Up*

Dalam pendekatan mark-up ini, harga jual per unit dihitung dengan menambahkan sejumlah tertentu (mark-up) ke harga pokok pembelian per unit.

Rumus : Harga Beli + *Mark-Up* = Harga Jual

3) Penetapan Harga BEP (*Break Even Point*)

Metode penetapan harga yang berfokus pada keseimbangan antara total biaya dan total pendapatan keseluruhan.

Rumus : BEP=>Total Biaya = Total Penerimaan

b. Penetapan Harga Berdasarkan Harga Pesaing/Kompetitor

Penetapan harga mengacu pada harga pesaing sebagai acuan, terutama cocok untuk produk standar dalam situasi pasar oligopoli. Strategi harga sering digunakan untuk menarik konsumen dan mengatasi pesaing, seperti menetapkan harga di bawah harga pasar untuk memperoleh pangsa pasar.

c. Penetapan Harga Berdasarkan Permintaan

Penetapan harga bergantung pada bagaimana konsumen mengenali nilai produk, respons terhadap perubahan harga, dan persepsi terhadap kualitas produk (*perceived quality*). Untuk menilai nilai dari harga terhadap kualitas, analisis Price Sensitivity Meter (PSM) dapat digunakan sebagai salah satu bentuk evaluasi. Dalam analisis ini, konsumen diminta untuk menyatakan pendapat mereka mengenai apakah harga terasa murah, terlalu murah, terasa mahal, atau terlalu mahal, serta bagaimana hal itu terkait dengan kualitas yang diterima (Ramdhani, 2020).

7. Langkah-Langkah Penetapan Harga Jual

Harga jual adalah sejumlah uang yang bersedia dibayarkan oleh pembeli kepada penjual untuk memperoleh barang atau jasa tertentu. Setelah menetapkan tujuan penetapan harga, manajer dapat mengikuti langkah-langkah dalam prosedur penetapan harga produk atau jasa. Proses penetapan harga bervariasi antarperusahaan, dan tidak semua perusahaan menerapkan prosedur yang sama. Proses ini melibatkan berbagai tahapan, termasuk:

a. Mengestimasi Permintaan untuk Barang Tersebut

Pada tahap permulaan ini, penjual melakukan estimasi terhadap total permintaan untuk barangnya. Proses ini menjadi lebih mudah jika diterapkan pada barang yang sudah ada dibandingkan dengan barang baru. Estimasi permintaan dilakukan dengan menentukan harga yang diharapkan oleh konsumen dan meramalkan volume penjualan pada berbagai tingkat harga.

b. Mengetahui Lebih Dulu Reaksi dalam Persaingan

Persaingan di pasar memiliki dampak besar terhadap kebijakan penetapan harga yang diambil oleh perusahaan atau penjual. Oleh karena itu, penjual perlu memiliki pemahaman yang baik mengenai bagaimana persaingan berlangsung di pasar dan apa saja faktor-faktor yang menjadi penyebabnya.

c. Menentukan *Market Share*

Keadaan persaingan di pasar memengaruhi secara signifikan strategi penentuan harga yang diadopsi oleh perusahaan atau penjual. Oleh karena itu, penting bagi penjual untuk memahami dengan baik bagaimana dinamika persaingan berlangsung di pasar dan faktor-faktor apa yang memicu persaingan tersebut.

d. Memilih Strategi Harga untuk Mencapai Target Pasar

Penjual dapat memilih macam-macam strategi harga, seperti strategi *skim-the cream-pricing*, dan *penetration pricing*.

e. Mempertimbangkan Politik Pemasaran Perusahaan

Mempertimbangkan strategi pemasaran perusahaan melibatkan evaluasi jenis barang yang dihasilkan, sistem distribusi, dan program promosi. Penetapan harga suatu produk oleh perusahaan tidak dapat dilakukan tanpa memperhitungkan produk lain dalam portofolio mereka. Distribusi juga harus dipertimbangkan dengan memeriksa apakah ada saluran distribusi yang menerima sebagian dari harga jual. Jika tanggung jawab promosi dialihkan kepada pihak distributor, margin keuntungan yang diterima oleh produsen dapat menjadi lebih besar.

Beberapa metode dalam menentukan harga jual adalah sebagai berikut:

a. Metode Biaya Total

Menurut pendekatan biaya total ini, penentuan harga jual dilakukan dengan menambahkan margin persentase tertentu dari total biaya. Total biaya mencakup biaya produksi, biaya pemasaran, serta biaya administrasi dan umum. Dalam gambaran yang lebih sederhana, metode ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

$$\text{Harga Jual} = (\text{Biaya Produksi} + \text{Biaya Pemasaran} + \text{Biaya Administrasi Dan Umum}) + (\% \text{ Margin} \times \text{Total Biaya})$$

b. Metode Biaya Produksi

Penetapan harga jual dengan pendekatan ini didasarkan pada total biaya produksi produk ditambah dengan margin persentase tertentu. Dalam konteks yang lebih mudah dipahami, metode ini dapat dijelaskan dengan sederhana sebagai berikut:

$$\text{Harga Jual} = \text{Biaya Produksi} + (\% \text{ Margin} \times \text{Biaya Produksi})$$

c. Metode Biaya Variabel

Penetapan harga jual menggunakan pendekatan ini didasarkan pada perhitungan biaya variabel ditambah dengan margin persentase tertentu dari biaya variabel. Biaya variabel melibatkan biaya produksi variabel dan biaya operasional variabel. Dalam gambaran yang lebih sederhana, metode ini dapat diuraikan sebagai berikut:

$$\text{Harga Jual} = \text{Biaya Variabel} + (\% \text{ Margin} \times \text{Biaya Variabel})$$

Peran perusahaan dalam menetapkan harga jual produknya bervariasi tergantung pada tipe pasar yang dihadapi. Terdapat tiga jenis penetapan harga jual, yaitu:

a. Penetapan Harga Jual Oleh Pasar (*Market Pricing*)

Pendekatan penetapan harga berbasis pasar akan menghasilkan tiga kemungkinan penetapan harga, yaitu:

- 1) ***Above market pricing***, di mana harga perusahaan menetapkan harga di atas harga rata-rata pesaing di pasar. Karena lebih mahal, pilihan ini cocok untuk produk-produk yang prestise atau yang sudah punya citra merek kuat.
- 2) ***At market pricing***, dimana perusahaan menetapkan harga sama atau mendekati harga yang berlaku di pasar. Pilihan ini umum bagi perusahaan komoditas. Produk relatif seragam antar perusahaan
- 3) ***Below market pricing***, di mana perusahaan menetapkan harga dibawah harga pasar. Perusahaan biasanya menargetkan konsumen yang sadar anggaran (Kencana, S. 2019).

b. Penetapan Harga Jual Oleh Pemerintah (*Government Controlled Pricing*)

Pemerintah dalam keadaan tertentu diberi kewenangan untuk menetapkan harga barang bila sangat diperlukan. Pengaturan pasar dapat dilakukan dengan cara intervensi melalui regulasi. Salah satu bentuk intervensi pasar adalah dengan penetapan harga melalui legalitas hukum, mengacu kepada peraturan peundangan yang berlaku, salah satunya diatur melalui Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan.

Undang-Undang Perdagangan memberikan kewenangan pada pemerintah apabila sewaktu-waktu dan dalam keadaan tertentu ditemukan adanya siklus harga yang tidak wajar, permainan harga dan ditemukannya praktik monopoli, sehingga pemerintah diperkenankan bahkan berkewajiban untuk menjamin stabilitas harga. Hal ini sebagaimana dipahami dari ketentuan Pasal 26, yaitu:

- 1) Dalam kondisi tertentu yang dapat mengganggu kegiatan perdagangan nasional, pemerintah berkewajiban menjamin pasokan dan stabilisasi harga barang kebutuhan pokok dan barang penting.
 - 2) Jaminan pasokan dan stabilisasi harga barang kebutuhan pokok dan barang penting sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan untuk menjaga keterjangkauan harga di tingkat konsumen dan melindungi pendapatan produsen.
 - 3) Dalam menjamin pasokan dan stabilisasi harga barang kebutuhan pokok dan barang penting, Menteri menetapkan kebijakan harga, pengelolaan stok dan logistik, serta pengelolaan Ekspor dan Impor.
- c. Penetapan harga jual yang dapat dikontrol oleh perusahaan (*administered or business controlled pricing*)

Manfaat harga jual yang dapat dikontrol oleh perusahaan, yaitu:

- 1) Perusahaan dapat dengan mudah menembus pasar.
- 2) Perusahaan dapat memerintahkan poin harga yang lebih tinggi.
- 3) Membuktikan data kesediaan konsumen membayar yang riil.
- 4) Membantu perusahaan untuk mengembangkan produk yang lebih berkualitas.
- 5) Meningkatkan fokus pada layanan pelanggan.
- 6) Mempromosikan loyalitas pelanggan.
- 7) Meningkatkan nilai dan *image brand*.

Terdapat metode lain dalam menetapkan harga jual yaitu:

a. Penentuan Harga Jual Normal (*Normal Pricing*)

Cara tradisional dalam menentukan harga jual adalah dengan menambahkan laba yang diinginkan ke total biaya yang diperkirakan untuk produksi dan pemasaran produk di masa depan.

b. Penentuan Harga Jual dalam *Cost-Type Contract (Cost-Type Contract Pricing)*

Cost-type contract pricing adalah jenis kesepakatan pembuatan produk atau jasa di mana pembeli setuju untuk membeli barang atau layanan dengan harga yang ditentukan berdasarkan total biaya yang

sebenarnya dikeluarkan oleh produsen, ditambah dengan keuntungan yang dihitung sebagai persentase tertentu dari total biaya aktual tersebut.

c. Penentuan Harga Jual Pesanan Khusus (*Special Order Pricing*)

Pesanan khusus merujuk pada pesanan yang diterima oleh perusahaan, yang berbeda dari pesanan rutin atau biasa yang biasanya diterima.

d. Penentuan Harga Jual Produk yang Dihasilkan Perusahaan yang Diatur Dengan Peraturan Pemerintah

Penetapan harga jual mengacu pada total biaya di masa depan, termasuk biaya penuh, yang kemudian ditambahkan dengan keuntungan yang diinginkan (Fajrin I. S., 2019).

B. Penelitian yang Relevan

Penelitian yang dilakukan oleh Eko Purwanto dan Sinta Sukma Watini pada tahun 2020 dengan judul “Analisis Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode *Full Costing* dalam Penetapan Harga Jual pada Usaha Regar Fruit”. Metode penelitian yang dilakukan adalah studi kasus. Studi kasus adalah pengujian secara rinci terhadap satu latar atau satu orang subjek atau satu tempat penyimpanan dokumen atau satu peristiwa tertentu bertujuan untuk melihat bagaimana perhitungan harga pokok produksi dengan metode *full costing* pada Usaha Regar Fruit yang sebelumnya menggunakan metode sederhana. Temuan dari penelitian menunjukkan bahwa perhitungan harga pokok produksi ini memberikan dampak yang signifikan terhadap implementasi penetapan harga jual. Dari penelitian yang relevan, terdapat kesamaan dengan penelitian yang penulis lakukan, yaitu keduanya memfokuskan pada perhitungan harga pokok produksi. Meskipun demikian, perbedaan utama dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan pada tahun 2020 adalah lokasi penelitian, dimana penelitian sebelumnya dilakukan pada Usaha Regar Fruit. Sedangkan penelitian penulis tahun 2023 dan tempat penelitian penulis pada CV Anugrah Vulkanisir Batusangkar.

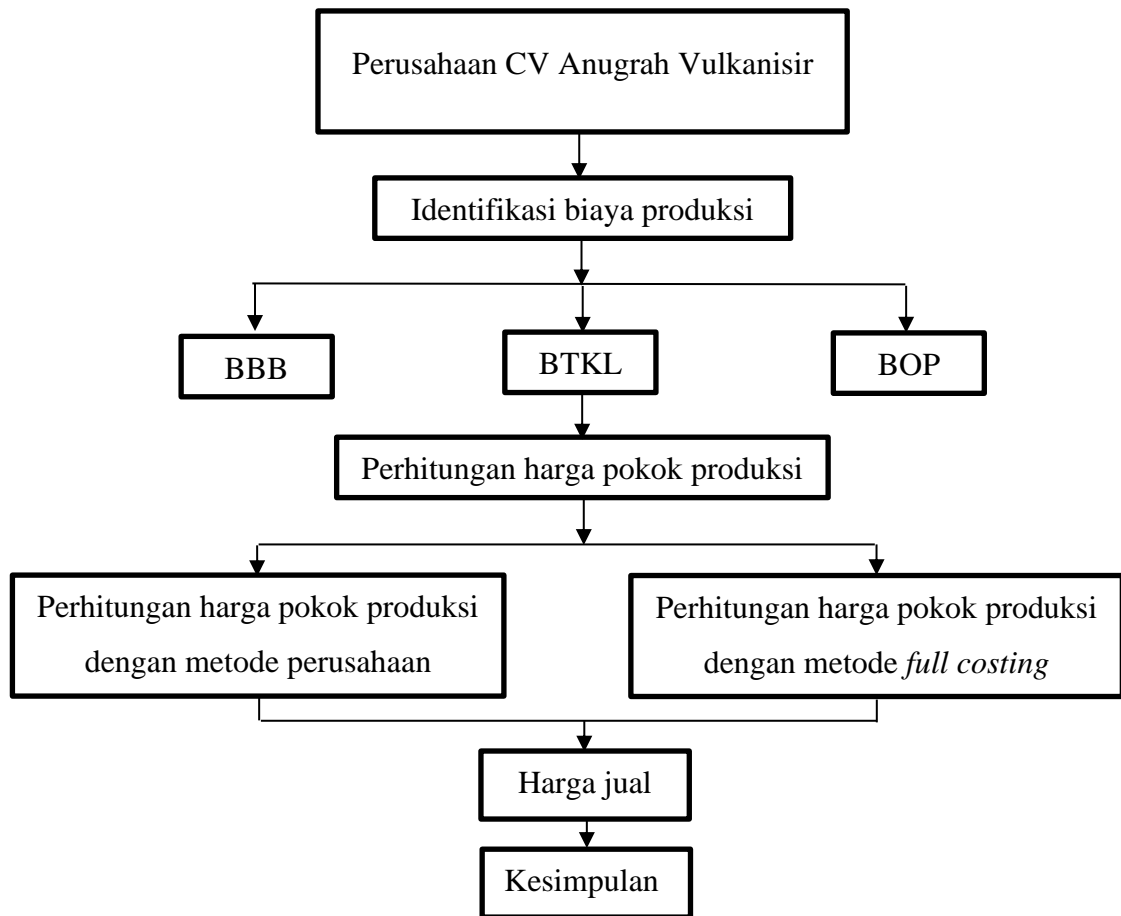
Penelitian yang dilakukan oleh Lilis Febrianty dan Saiful Muchlis pada tahun 2020 dengan judul “Analisis Perbandingan Metode *Full Costing* dan Variabel Costing dalam Penetapan Harga Pokok Produksi Pada Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Je’neberang Kabupaten Gowa”. Penelitian ini memanfaatkan metode analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, bertujuan untuk memberikan gambaran komprehensif tentang situasi aktual di lokasi penelitian dan untuk mengevaluasi perhitungan harga pokok produksi di Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Je’neberang, Kabupaten Gowa, menggunakan metode full costing dan variabel costing. Sebelumnya, perusahaan menggunakan metode yang lebih sederhana. Hasil analisis data menunjukkan bahwa perhitungan harga pokok produksi dengan variabel costing lebih rendah daripada metode full costing, yaitu sebesar Rp 1.475/M3 dan Rp 1.198/M3 masing-masing. Selisih antara keduanya mencapai Rp 277/M3, yang disebabkan oleh ketidakinklusian beberapa biaya overhead pabrik dalam perhitungan harga pokok produksi saat menggunakan variabel costing, seperti biaya pemeliharaan alat produksi dan depresiasi pada produk air bersih. Meskipun penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian sebelumnya yang juga mengeksplorasi perhitungan harga pokok produksi, perbedaannya terletak pada tahun penelitian (2023) dan lokasi penelitian (CV Anugrah Vulkanisir Batusangkar), dibandingkan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan pada Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Je’neberang, Kabupaten Gowa pada tahun 2020.

Penelitian yang dilakukan oleh Ella Mulyantie Astri pada tahun 2021 dengan judul “Analisis Penerapan Metode *Full Costing* dan *Variabel Costing* sebagai Perhitungan Harga Pokok Produksi dalam Penentuan Harga Jual pada CV. NJ. Food Industries Sukabumi”. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang bertujuan untuk melihat bagaimana perhitungan harga pokok produksi dengan metode *full costing* dan *variabel costing* pada CV. NJ Food Industries Sukabumi yang sebelumnya menggunakan metode sederhana. Hasil penelitian ini perusahaan menggunakan perhitungan dengan metode sederhana dan tidak menghitung semua unsur biaya untuk produksi dalam harga pokok produks. CV NJ Food Industries dalam penentuan

harga jual nya mengikuti harga pasar, hal ini salah satu yang mengakibatkan laba yang tidak sesuai dengan yang diharapkan perusahaan. Dari penelitian yang telah dijelaskan di atas, terdapat kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis, yaitu keduanya mengeksplorasi perhitungan harga pokok produksi. Namun, perbedaan utama antara penelitian penulis dan penelitian sebelumnya terletak pada tahun dan lokasi penelitian. Sebelumnya, penelitian dilakukan pada CV. NJ Food Industries di Sukabumi. Sedangkan penulis tahun 2023 dan tempatnya pada CV Anugrah Vulkanisir Batusangkar.

Penelitian yang dilakukan oleh Panca Restu Anugrah Harefa, Serniati Zebua, dan Arozatulo Bawamenewi pada tahun 2022 dengan judul “Analisis Biaya Produksi dengan Menggunakan Metode *Full Costing* dalam Perhitungan Harga Pokok Produksi UD Tahu Murni Kecamatan Gunungsitoli, Provinsi Sumatra Utara”. Metode penelitian menggunakan analisis deskriptif yang bertujuan untuk melihat bagaimana perhitungan harga pokok produksi dengan metode *full costing* pada UD Tahu Murni Kecamatan Gunungsitoli, Provinsi Sumatra Utara yang sebelumnya menggunakan metode sederhana. Hasil penelitian ini mengindikasikan adanya perbedaan dalam perhitungan harga pokok produksi ketika menerapkan metode full costing. Penerapan metode full costing menghasilkan angka harga pokok yang lebih tinggi dibandingkan dengan perhitungan menggunakan metode usaha. Dalam konteks penelitian yang serupa, penulis menemukan persamaan dengan penelitian sebelumnya yang juga memfokuskan pada perhitungan harga pokok produksi. Namun, perbedaan utama terletak pada lokasi penelitian, di mana penelitian sebelumnya dilakukan pada UD Tahu Murni di Kecamatan Gunungsitoli, Provinsi Sumatra Utara. Sedangkan penulis tahun 2023 dan tempat nya pada CV Anugrah Vulkanisir Batusangkar.

C. Kerangka Berfikir



Gambar 2. 1
Kerangka Berfikir

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini adalah penelitian lapangan (*Field Research*) dengan metode pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan fakta serta mencari berbagai keterangan sebab terjadinya masalah dan bagaimana pemecahan masalah tersebut. Penelitian deskriptif adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk memahami nilai-nilai dari satu atau lebih variabel secara mandiri, tanpa melakukan perbandingan atau menghubungkannya dengan variabel lainnya (Wahyuni, 2020).

Data kualitatif dalam penelitian ini mencakup informasi yang diperoleh melalui dialog atau wawancara dengan pemilik dan karyawan lainnya terkait perhitungan harga pokok produksi untuk menetapkan harga jual. Penelitian ini akan memberikan gambaran tentang proses perhitungan harga pokok produksi dengan menerapkan metode full costing pada CV Anugrah Vulkanisir Batusangkar.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian yang penulis lakukan ini bertempat di CV Anugrah Vulkanisir beralamat di Jalan Raya Batusangkar, Padang Magek, Kecamatan Rambatan, Kabupaten Tanah Datar, Provinsi Sumatera Barat. Sedangkan waktu penelitian yaitu pada tabel dibawah ini:

Tabel 3. 1
Waktu Penelitian

Kegiatan	2023				2024		
	Ags	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar
Penyusunan proposal skripsi							

Bimbingan proposal skripsi							
Seminar proposal skripsi							
Perbaikan setelah seminar							
Penelitian							
Bimbingan skripsi							
Sidang munaqasyah							

Sumber: *Data diolah, 2023*

C. Instrumen Penelitian

Pengumpulan data sebuah penelitian yang dilakukan dengan berbagai metode-metode seperti observasi, wawancara, dokumentasi dll. Instrument yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah berupa data catatan hasil produksi, tenaga kerja serta ruang/tempat produksi pada Usaha Anugrah Vulkanisir Ban. Dalam mengumpulkan data-data pada instrument ini, penulis menggunakan alat bantu berupa:

1. Instrumen utama (kunci) yaitu penulis sendiri yang akan mengumpulkan data dan memvalidasi kemampuan teori.
2. Instrumen pendukung seperti rekaman, buku, pena dan kamera hp.
3. Daftar wawancara yang merupakan susunan daftar wawancara yang akan dipertanyakan.

D. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Data Primer

Penulis menggunakan data primer berupa hasil wawancara dengan pemilik CV Anugrah Vulkanisir untuk mendapatkan informasi terkait dengan objek penelitian yang akan diselidiki.

2. Data Sekunder

Data sekunder yang digunakan oleh peneliti adalah dalam bentuk laporan keuangan yang disediakan oleh pemilik CV Anugrah Vulkanisir, yang berisi informasi mengenai biaya produksi dan berbagai biaya lainnya terkait dengan laporan produksi. Laporan tersebut mencakup informasi mengenai harga pokok produksi yang dilakukan oleh CV Anugrah Vulkanisir.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang penulis pakai dalam penelitian ini adalah:

1. Observasi

Proses penelitian mengamati situasi dan kondisi. Dengan tujuan mencari informasi tentang kegiatan yang berlangsung untuk kemudian dijadikan objek kajian penelitian.

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu metode pengumpulan data yang melibatkan penelaahan dokumen untuk mendapatkan informasi atau data terkait dengan permasalahan yang sedang diteliti. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dokumen berupa data biaya produksi dan data harga pokok produksi tahun 2023 yang diperoleh dari perusahaan.

3. Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan berinteraksi tatap muka dan melakukan pertanyaan-jawaban antara peneliti dan narasumber. Pada penelitian ini penulis memakai kategori wawancara terstruktur, dalam wawancara ini penulis telah mengetahui dengan pasti informasi apa yang hendak digali dari narasumber yaitu pemilik gudang dan kepala gudang. Pada kondisi ini, penulis biasanya sudah membuat daftar lampiran pertanyaan.

F. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dengan pendekatan

kualitatif. Pendekatan ini memberikan gambaran karakteristik objek penelitian berdasarkan data yang diperoleh dari penelitian lapangan. Data tersebut kemudian disusun dan dianalisis oleh peneliti untuk mencapai kesimpulan. Fokus utama penelitian ini adalah pada perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode full costing.

Langkah-langkah yang dilakukan sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi biaya-biaya.
2. Mengatur langkah-langkah dalam menentukan harga pokok berdasarkan metode full costing, dengan metode sebagai berikut:
 - a. Pengumpulan data produksi selama periode tertentu bersama dengan biaya bahan baku, upah tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik pada periode yang sama guna menyusun total biaya produksi.

1) Biaya Bahan Baku

Biaya bahan baku = harga per unit x unit bahan baku

2) Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja = tarif yang ditetapkan x hari

3) Biaya *Overhead* Pabrik

$$\text{Biaya } \textit{Overhead} \text{ Pabrik} = \frac{\text{Produk yang Dihasilkan}}{\text{Total Produksi Keseluruhan}} \times \text{Biaya}$$

- b. Mendeskripsikan dan melakukan perhitungan harga pokok produksi berdasarkan metode *full costing*.

Biaya bahan baku langsung	XXX
Biaya tenaga kerja langsung	XXX
Biaya <i>overhead</i> pabrik	<u>XXX+</u>
Total biaya produksi	XXX
Persediaan dalam proses awal	<u>XXX+</u>
Harga pokok sebelum disesuaikan	XXX
Persediaan dalam proses akhir	<u>XXX-</u>
Harga pokok produksi	<u>XXX</u>

3. Menetapkan harga jual dengan menggunakan metode *cost plus pricing*, alasan menggunakan metode ini pemilik usaha mudah dalam menentukan persentase

keuntungan yang diinginkan dari usaha yang dikelolanya

Rumus:

$$\text{Biaya total} + \text{margin} = \text{harga}$$

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHSAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Sejarah Perusahaan CV Anugrah Vulkanisir

CV Anugrah Vulkanisir adalah usaha yang menjual barang dagang ban bekas yang diolah seperti ban baru yang telah di vulkanisir untuk mobil truk. Selain itu di dalam kegiatan bisnisnya CV Anugrah Vulkanisir juga melakukan proses vulkanisir untuk ban mobil truk yang telah aus serta menerima jasa upahan ban. CV Anugrah Vulkanisir didirikan pada akhir tahun 2016 oleh keluarga Nuraini. Pada mulanya, Alm. Bapak Indra (salah satu keluarga Nuraini) bekerja sebagai karyawan di sebuah perusahaan vulkanisir ban kemudian almarhum melihat peluang membangun usaha vulkanisir ban karena semakin banyak mobil truk dan pelanggan-pelanggan yang kenal dengan almarhum menjadi inspirasi almarhum untuk mendirikan CV Anugrah Vulkanisir.

Sejak awal berdirinya, perusahaan CV Anugrah Vulkanisir telah fokus pada pengembangan teknologi vulkanisir yang inovatif dan berkualitas tinggi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dalam industri otomotif. Perusahaan juga memiliki tim ahli yang terdiri dari teknisi berpengalaman dan ahli vulkanisir yang didukung oleh fasilitas produksi modern. Dengan kombinasi keahlian dan peralatan terkini, kami mampu menghasilkan ban vulkanisir yang tahan lama, andal, dan sesuai dengan spesifikasi pelanggan. Keberhasilan perusahaan tidak hanya didasarkan pada keuntungan yang di dapatkan, tetapi juga pada dampak positif yang di berikan kepada lingkungan dan masyarakat. Oleh karena itu, perusahaan mengambil langkah-langkah untuk mengurangi limbah dan meningkatkan efisiensi energi dalam operasional.

CV Anugrah Vulkanisir memiliki dua pekerja yang tugasnya memproses menambahkan bahan untuk ban yang ingin di vulkanisir, memiliki empat orang bagian operasional dalam melakukan menjual ban

vulkanisir. Target dari penjualan ban vulkanisir adalah konsumen yang mempunyai mobil truk dan toko-toko yang membutuhkan ban vulkanisir. Penjualan ban vulkanisir dari CV Anugrah Vulkanisir sudah luas yang sudah mencapai empat provinsi di Sumatera. Perusahaan juga terus mengembangkan hasil terbaik dan menjaga hubungan dengan konsumen agar bisa menjadi lebih baik dan maju untuk kedepannya.

2. Lokasi CV Anugrah Vulkanisir

CV Anugrah Vulkanisir ini kurang lebih memiliki luas 15 X 12 M². Lokasi usaha ini berada di Jalan Raya Batusangkar, Padang Magek, Kecamatan Rambatan, Kabupaten Tanah Datar, Provinsi Sumatera Barat.

3. Tujuan Didirikannya Perusahaan

Perusahaan bertujuan untuk memperoleh profit guna menjaga kelangsungan operasionalnya dan mampu merekrut tenaga kerja di wilayah tersebut.

Tujuan jangka panjangnya, sebagai berikut:

- a. Mengusahakan pemasaran secara luas dan bisa mengekspor ke luar daerah.
- b. Berkomitmen untuk terus meningkat dan berkembang, dengan tujuan dapat bersaing secara sejajar dengan perusahaan-perusahaan lain.

Adapun tujuan jangka pendeknya, sebagai berikut:

- a. Memperluas pasar ke seluruh wilayah provinsi Sumatera Barat dan luar wilayah tersebut untuk meningkatkan volume penjualan.
- b. Meningkatkan kesejahteraan para karyawan.
- c. Meningkatkan harmoni hubungan antar karyawan serta dengan pimpinan untuk meningkatkan kualitas produk.

4. Struktur Organisasi

Bentuk struktur organisai CV Anugrah Vulkanisir, sebagai berikut:

Gambar 4. 1
Struktur Organisai Anugrah Vulkanisir Ban



Sumber: CV Anugrah Vulkanisir

Keterangan:

- a. Pemimpin : Memberikan arahan ke mana organisasi akan dibawa.
- b. Bendahara : Mengetahui segala pemasukan/pengeluaran uang organisasi.
- c. Kepala Gudang : Mengatur segala akses yang terjadi di gudang vulkanisir.
- d. Asisten Gudang : Membantu kepala gudang dalam melakukan.
- e. Pekerja : Memproses menambahkan bahan untuk ban yang ingin di vulkanisir.
- f. Bagian Operasional : Menjual produk yang ada di CV Anugrah Vulkanisir.

5. Visi dan Misi Perusahaan

a. Visi

Menjadi perusahaan yang memimpin pasar (Market leader) dalam jasa vulkanisir.

b. Misi

- 1) Menyediakan layanan jasa vulkanisir ban dengan kualitas tinggi.
- 2) Memberikan pelayanan yang objektif dan handal sehingga tercapai hasil yang maksimal bagi perusahaan tanpa mengorbankan kepuasan konsumen.
- 3) Menciptakan lapangan kerja yang dapat meningkatkan kesejahteraan bersama.

6. Logo Perusahaan

Gambar 4. 2
Logo Perusahaan CV Anugrah Vulkanisir



7. Peralatan dan Bahan Produksi

Tabel 4. 1
Perlatan Produksi

Jenis	Jumlah Unit	Kegunaan
Kompor	2	Digunakan untuk memasak ban
Kayu	3,5 stir	Digunakan untuk memasak kerupuk Kulit

Bahan yang digunakan memproduksi ban vulkanisir yaitu:

- a. Ban bekas.
- b. Karet Vulkanisir.
- c. Pertamina.
- d. Sisa karet tempel.

8. Produk yang Dihasilkan

Produk yang dihasilkan oleh CV Anugrah Vulkanisir ialah ban vulkanisir. Bahan baku yang digunakan untuk memproduksi ban vulkanisir adalah ban bekas, karet vulkanisir, dan solar. Produk yang dihasilkan oleh CV Anugrah Vulkanisir ialah ban vulkanisir. Ban vulkanisir ini merupakan ban untuk mobil truk yang biasa digunakan untuk membawa bahan-bahan bangunan ataupun hasil pertanian seperti sawit dan hasil pertanian lainnya. Dalam satu hari perusahaan ini dapat menghasilkan sebanyak 20 ban hasil vulkanisir. Dalam sebulan perusahaan tersebut memproduksi selama 15 hari. Maka total produksi ban vulkanisir tersebut dalam sebulan adalah kurang lebih 300 buah ban.

Ban vulkanisir sama amannya dengan ban baru, asalkan dirawat dengan baik dengan tekanan dan kesejajaran ban yang tepat. Dengan perawatan yang tepat, ban vulkanisir bisa bertahan sekitar enam tahun. Teknologi terus berkembang, sehingga ban massa kini lebih aman dibandingkan ban dekade terakhir, sama seperti ban baru.

9. Proses Produksi

- a. Memeriksa ban bekas yang layak untuk divulkanisir. Tujuan dari pemeriksaan ini adalah untuk mengetahui apakah ban layak untuk divulkanisir atau tidak. Menyingkirkan benda yang tertanam untuk memastikan permukaan yang bersih. Jika sudah, bisa dilanjutkan ke proses pembersihan ban.
- b. Setelah dibersihkan, selanjutnya mengikis lapisan luar ban dengan menggunakan mesin gerenda dengan hati-hati sampai kepada dasar ban yang sudah ditentukan oleh pekerja.
- c. Berikutnya adalah persiapan dan pembuatan tapak dari ban dengan

menggunakan karet vulkanisir.

- d. Lapisan penempelan karet bantalan ditempatkan di antara badan ban. Berikutnya lapisan baru berupa karet vulkanisir ditempelkan dengan karet sisa yang sudah dicampur dengan pertamax sebagai lem dari penempelan tersebut.
- e. Selanjutnya ban tersebut dimasukkan ke dalam kompor di mana tekanan dan suhu dengan durasi yang tepat.
- f. Semua ban yang telah di vulkanisir akan diperiksa secara ketat untuk memastikan bahwa ban aman dan aman untuk diberikan ke pelanggan.
- g. Terakhir sebelum dipasarkan, di sisi samping ban dioles dengan solar dicampu juga dengan karet sisa.

B. Analisis Data

1. Perhitungan Harga Pokok dan Penentuan Harga Jual Menurut Usaha CV Anugrah Vulkanisir

CV Anugrah Vulkanisir merupakan salah satu jenis usaha yang bergerak dibidang remanufaktur yang memproduksi ban bekas menjadi ban seperti baru dan siap digunakan.

Dalam melakukan kalkulasi biaya produksi, CV Anugrah Vulkanisir masih menerapkan pendekatan yang sederhana. Berikut adalah perhitungan biaya produksi yang dijalankan oleh CV Anugrah Vulkanisir.

Tabel 4. 2
Biaya Produksi Ban CV Anugrah Vulkanisir Per Satu Kali Produksi
Dalam Satu Hari Agustus Tahun 2023

Keterangan	Satuan	Kuantitas	Harga (Rp)	Total (Rp)
Ban bekas	Buah	20	Rp. 120.000	Rp. 2.400.000
Karet Vulkanisir	Roll	10	Rp. 450.000	Rp. 4.500.000
Kayu	Kubik	3 ½ Stir	Rp. 200.000	Rp. 200.000
Listrik	Watt	Rp. 40.000	Rp. 40.000	Rp. 40.000
Pertamax	Liter	10	Rp. 12.800	Rp. 128.000

Solar	Liter	2	Rp. 16.000	Rp. 32.000
Tenaga kerja:				
Tenaga kerja langsung	Orang	2	Rp. 250.000	Rp. 500.000
Total Biaya				Rp. 7.800.000
Jumlah Produksi	Buah	20		Rp.7.800.000/20
HPP/Buah				Rp. 390.000

Sumber: *Data CV Anugrah Vulkanisir*

Dari data pada tabel 4.2 di atas, terlihat bahwa total biaya produksi untuk membuat satu ban vulkanisir per hari adalah Rp 7.800.000. Jika dibagi dengan jumlah ban hasil produksi per hari, yaitu 20 buah, maka diperoleh harga pokok produksi sebesar Rp. 390.000 per buah. CV Anugrah Vulkanisir mengoperasikan produksinya selama 15 hari dalam satu bulan. Oleh karena itu, biaya produksi untuk satu bulan mencapai Rp. 117.000.000.

Perusahaan masih mengadopsi metode perhitungan yang kurang rinci dan belum mencakup seluruh biaya yang terlibat dalam proses produksi. Dalam menghitung harga pokok produksi, CV Anugrah Vulkanisir terbatas hanya pada biaya bahan baku dan upah tenaga kerja. Komponen biaya overhead pabrik, seperti biaya bahan penolong, biaya listrik, biaya pemeliharaan mesin, biaya sewa, biaya penyusutan mesin, dan aspek lainnya, belum diperhitungkan secara menyeluruh. Selain itu, perusahaan tidak memasukkan dalam perhitungan mereka biaya untuk produk yang rusak selama proses produksi. Metode perhitungan harga pokok ini belum sepenuhnya memenuhi standar akuntansi, yang mengakibatkan ketidaktepatan dan ketidakakuratan dalam menentukan harga pokok. Pendekatan ini dapat berdampak pada pengambilan keputusan yang kurang akurat dalam penetapan harga jual.

2. Perhitungan Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode *Full Costing*

a. Perhitungan Biaya Produksi

1) Biaya Bahan Baku

Bahan baku yang digunakan untuk membuat ban vulkanisir adalah ban bekas, karet vulkanisir dan solar. Bahan baku ban didatangkan dari berbagai daerah di Sumatera Barat dan karet vulkanisir didatangkan dari Padang. Hal ini dapat diketahui dari hasil wawancara dengan Ibu Janiarti sebagai pemilik perusahaan CV Anugrah Vulkanisir sebagai berikut:

“Bahan baku untuk membuat ban vulkanisir yang bahan utama ban bekas menggunakan karet vulkanisir yang ditempel dengan menggunakan solar. Kami mengkespor ban bekas dari berbagai daerah Sumatera Barat dan karet vulkanisir dari Padang”.

Pada produksi perusahaan ban vulkanisir, untuk satu hari produksi diperlukan sebanyak 20 ban bekas. Total pengeluaran untuk memperoleh ban bekas mencapai Rp.2.400.000. Oleh karena itu, biaya bulanan untuk memperoleh bahan baku ban vulkanisir mencapai Rp.36.000.000. Berikut adalah harga bahan baku ban vulkanisir per satu kali produksi dalam sehari pada bulan Agustus tahun 2023.

Tabel 4. 3
Biaya Bahan Baku Langsung Untuk Ban Vulkanisir
Per Unit Produksi Agustus 2023

Keterangan	Satuan	Kuantitas	Harga (Rp)	Biaya (Rp)
Biaya Bahan Baku Langsung (BBB)				
Ban Bekas	Buah	20	Rp. 120.000	Rp. 2.400.000
Karet Vulkanisir	Roll	10	Rp. 450.000	Rp. 4.500.000
Pertamax	Liter	10	Rp. 12.800	Rp. 128.000
Total				Rp. 7.028.000

Sumber: *Data Perusahaan CV Anugrah Vulkanisir*

Dari tabel 4.3 yang terlampir, terlihat bahwa CV Anugrah Vulkanisir mengeluarkan dana sebesar Rp. 7.128.000 untuk satu rangkaian produksi, menghasilkan 20 unit ban vulkanisir. Oleh karena

itu, biaya bahan baku per unit ban dapat dihitung sebesar Rp. 351.400. Dalam menerapkan metode full costing di CV Anugrah Vulkanisir, peneliti memisahkan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik. Hal ini menandai langkah baru, mengingat sebelumnya pemilik perusahaan tidak pernah melakukan pengelompokan biaya-biaya produksi tersebut.

2) Biaya Tenaga Kerja Langsung

Pegawai di perusahaan dibagi menjadi dua kelompok, yakni pegawai langsung dan pegawai tidak langsung. Pegawai langsung adalah mereka yang terlibat secara langsung dalam kegiatan produksi, sementara pegawai tidak langsung adalah mereka yang tidak terlibat secara langsung dalam kegiatan produksi. CV Anugrah Vulkanisir menggunakan kedua jenis karyawan tersebut. Karyawan langsung meliputi pekerja di bagian proses produksi yang menempelkan ban dan bagian yang memasak ban. Sementara itu, karyawan tidak langsung melibatkan pekerja di bagian pembersihan ban. Jumlah karyawan langsung yang bekerja di CV Anugrah Vulkanisir adalah sebanyak 4 orang. Dan 2 orang karyawan untuk tenaga kerja tidak langsung. Berikut hasil wawancara dengan Ibu Janiarti selaku pemilik:

“Karyawan yang bekerja di Perusahaan ban vulkanisir ini sebanyak 4 orang. 2 orang tersebut bekerja bersama-sama dari mulai proses penempelan sampai ke memasak ban. 2 orang bekerja di bagian pengantaran ban”.

Selama bulan Agustus 2023 perusahaan CV Anugrah Vulkanisir memproduksi ban sebanyak sebanyak 300 buah ban. Berikut biaya tenaga kerja bagian produksi pada perusahaan CV Anugrah Vulkanisir per satu hari produksi.

Tabel 4. 4
Perhitungan Biaya Tenaga Kerja Langsung
Per Unit Produksi Agustus 2023

Keterangan	Satuan	Kuantitas	Upah (Rp)	Biaya (Rp)	Waktu
Bagian Produksi	Orang	2	Rp. 250.000	Rp. 500.000	1 hari
Total				Rp. 500.000	

Sumber: Data Perusahaan CV Anugrah Vulkanisir

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa biaya tenaga kerja langsung yang dikeluarkan dalam satu kali produksi di CV Anugrah Vulkanisir mencapai Rp.500.000. Pembayaran kepada pekerja didasarkan pada bagian produksi yang mereka kerjakan. Setiap pekerja di berbagai bagian menerima upah yang sama, yaitu sebesar Rp.250.000 per hari untuk menghasilkan 20 buah produk jadi. Dengan demikian, total biaya tenaga kerja langsung yang dikeluarkan mencapai Rp.500.000 per hari untuk satu kali produksi di perusahaan CV Anugrah Vulkanisir yang telah menetapkan upah untuk setiap pekerja.

b. Biaya *Overhead* Pabrik Terbagi Menjadi Biaya *Overhead* Pabrik Tetap dan *Variabel*

1) Biaya *Overhead* Pabrik Tetap

Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung

Tabel 4. 5
Perhitungan Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung
Per Satu Hari Produksi Agustus 2023

Keterangan	Satuan	Kuantitas	Harga	Biaya
Solar	Liter	2	Rp. 16.000	Rp. 32.000
Total				Rp. 32.000

Sumber: Data yang penulis olah dari Perusahaan CV Anugrah Vulkanisir

Jadi tenaga kerja tidak langsung yang dikerluarkan CV. Anugrah Vulkanisir dalam satu kali produksi untuk 20 buah ban adalah sebesar Rp.32.000, dengan 2 liter solar.

2) Biaya *Overhead* Pabrik Variabel

a) Biaya Listrik

Biaya listrik yang dikeluarkan satu bulan ialah:

$$= \text{Rp. } 40.000 \times 15 \text{ hari}$$

$$= \text{Rp. } 600.000 \text{ per bulan}$$

Biaya listrik yang dikeluarkan per unit produksi:

$$= \text{Rp. } 40.000 / 20$$

$$= \text{Rp. } 2.000 \text{ per unit}$$

Biaya listrik yang dikeluarkan untuk satu bulan produksi pada CV Anugrah Vulkanisir adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 6
Perhitungan Biaya Listrik Per Satu Hari Agustus 2023

Keterangan	Kuantitas	Biaya	Total biaya
Listrik	1 Bulan	Rp. 600.000	Rp. 600.000

Sumber: *Data yang penulis olah dari Perusahaan CV Anugrah Vulkanisir*

Dari tabel tersebut, terlihat bahwa CV Anugrah Vulkanisir mengeluarkan biaya listrik sebesar Rp. 40.000 per hari produksi dan biaya listrik per unit produksi adalah sebesar Rp. 2.000.

b) Biaya Pengantaran Ban

Biaya muat yang dikeluarkan oleh CV Anugrah Vulkanisir adalah enam kali pengantaran dalam satu bulan. Dengan 50 unit ban vulkanisir dalam satu kali pengantaran dengan biaya Rp. 500.000. Dan total pengantaran selama satu bulan dengan biaya Rp. 3.000.000 dengan rincian, sebagai berikut:

$$= \text{Rp. } 3.000.000 / 300$$

$$= \text{Rp. } 10.000 \text{ per unit}$$

Biaya pengantran ban yang dikeluarkan per satu hari produksi pada bulan Agustus 2023 sebagai berikut:

Tabel 4. 7
Perhitungan Biaya Pengantaran Per Satu Hari Agustus 2023

Keterangan	Kuantitas	Biaya Muat Per Unit	Total Biaya
------------	-----------	---------------------	-------------

Biaya pengantaran	20 Buah	Rp. 10.000	Rp. 200.000
-------------------	---------	------------	-------------

Sumber: *Data yang penulis olah dari Perusahaan CV Anugrah Vulkanisir*

Berdasarkan data dalam tabel, terlihat bahwa CV Anugrah Vulkanisir menghabiskan biaya pengiriman sejumlah Rp. 200.000 setiap harinya selama proses produksi, dan biaya pemuatan per unitnya adalah Rp. 10.000.

c) Biaya Penyusutan Mesin Kompresor

Untuk menentukan biaya penyusutan digunakan metode garis lurus, yang mana dalam penentuan umur ekonomisnya mengacu pada peraturan menteri keuangan yaitu undang-undang No.72 Tahun 2023 tentang penyusutan harta berwujud dan atau amortisasi harta tak berwujud pasal 2 ayat (1) penyusutan atas pengeluaran, untuk pembelian, penambahan, perbaikan atau perubahan harta berwujud, kecuali tanah berstatus hak pemilik, hak guna bangunan, hak guna usaha, dan hak pakai, menagih dan memelihara penghasilan yang mempunyai masa manfaat lebih dari satu (1) tahun dilakukan dalam bagian-bagian yang sama besar selama masa manfaat yang telah ditentukan bagi harta tersebut. Ayat 3 untuk menghitung penyusutan masa manfaat dan tarif penyusutan harta berwujud ditetapkan sebagai berikut:

Tabel 4. 8
Kelompok Harta

Kelompok Harta Berwujud	Masa Manfaat	Tarif Penyusutan	Contoh Aset
I. Bukan bangunan			
Kelompok 1	4 Tahun	25%	Peralatan kantor terbuat dari kayu atau rotan, komputer, televisi, sepeda, taksi, kendaraan angkutan umum, peralatan dapur, dan lain sebagainya.
Kelompok 2	8 Tahun	12,5%	Peralatan kantor terbuat dari logam atau besi, pendingin udara, kipas angin, AC, kendaraan, truk, bus, kapal, mesin jahit, pompa air, dan lainnya.
Kelompok 3	16 Tahun	6.25%	Kapal penumpang, peralatan navigasi, mesin berat untuk memproduksi tekstil, bahan kimia dan lain sebagainya.
Kelompok 4	20 Tahun	5%	Peralatan konstruksi, seperti mesin uap, jalan rel kereta api, lokomotif, gedung, dan lain-lain.

II. Bangunan permanen			
Permanen	20 Tahun	5%	
Tidak permanen	10 Tahun	10%	

Mesin yang digunakan untuk produksi ban vulkanisir diperoleh pada tanggal 15 Desember 2016 dengan harga perolehan sejumlah Rp 5.000.000. Sesuai dengan PMK No.72/PMK.03/2023, mesin kompresor termasuk dalam kategori mesin industri yang termasuk dalam kelompok harta Nomor 3. Menurut undang-undang perpajakan No.72 Tahun 2023 pasal 2, umur ekonomis dari harta Nomor 3 tersebut adalah 16 tahun.

Dengan menggunakan metode garis lurus, besarnya penyusutan mesin penghancur batu adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Beban penyusutan mesin} &= \text{Rp. } 5.000.000 \times 6.25\% \\ &= \text{Rp. } 312.500 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Biaya penyusutan per bulan} &= \text{Rp. } 312.500 / 12 \\ &= \text{Rp. } 26.042 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Biaya penyusutan per hari} &= \text{Rp. } 26.042 / 15 \\ &= \text{Rp. } 1.736 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Biaya penyusutan per unit} &= \text{Rp. } 1.736 / 20 \\ &= \text{Rp. } 86,805 \end{aligned}$$

Jadi biaya penyusutan mesin pada CV Anugrah Vulkanisir per unitnya adalah sebesar Rp. 86,805.

d) Biaya Penyusutan Kompor (Tungku)

Dalam proses produksi, perusahaan menggunakan kompor (tungku) berukuran jumbo yang terbuat dari besi. Biaya akuisisi tungku ini mencapai Rp 27.000.000, dan pembelian dilakukan pada bulan Desember tahun 2016. Disini perusahaan vulkanisir ban menggunakan 3 wajan untuk memproduksi ban vulkanisir, jadi biaya perolehan untuk 3 wajan sebesar Rp 81.000.000. Berdasarkan PMK Nomor 72 Tahun 2023 wajan termasuk ke dalam kelompok harta

berwujud bukan bangunan kelompok 2. Umur ekonomis kelompok harta nomor 2 berdasarkan PMK Nomor 72 Tahun 2023 pasal 2 adalah 8 tahun. Penyusutan dilakukan dengan menggunakan metode garis lurus, seperti berikut:

$$\begin{aligned} \text{Beban penyusutan wajan} &= \text{Rp. } 81.000.000 \times 12,5\% \\ &= \text{Rp. } 10.125.000 \\ \text{Penyusutan wajan perbulan} &= \text{Rp. } 10.125.000 / 12 \\ &= \text{Rp. } 843.750 \\ \text{Biaya penyusutan per hari} &= \text{Rp. } 843.750 / 15 \\ &= \text{Rp. } 56.250 \\ \text{Biaya penyusutan per unit} &= \text{Rp. } 56.250 / 20 \\ &= \text{Rp. } 2.812,5 \end{aligned}$$

Dari data diatas didapatkan bahwa biaya penyusutan wajan per bulan adalah sebesar Rp. 843.750. Dengan biaya penyusutan per hari sebesar Rp. 56.250. Dan biaya penyusutan per unit sebesar Rp.2.812,5.

e) Biaya Penyusutan Bangunan

Harga perolehan bangunan untuk produksi CV Anugrah Vulkanisir adalah sebesar Rp 287.000.000 yang didirikan pada bulan November tahun 2016. Berdasarkan PMK Nomor 72/PMK. 03 Tahun 2023 bangunan termasuk ke dalam kelompok harta bangunan permanen, berdasarkan undang-undang perpajakan nomor 72 tahun 2023 pasal 2 dengan umur ekonomis 20 tahun. Jadi berdasarkan PMK Nomor 72 tahun 2023 penyusutan yang dilakukan adalah sebagai berikut dengan menggunakan metode garis lurus:

$$\begin{aligned} \text{Beban penyusutan} &= \text{Rp. } 287.000.000 \times 5\% \\ &= \text{Rp. } 14.350.000 \\ \text{Biaya penyusutan per bulan} &= \text{Rp. } 14.350.000 / 12 \\ &= \text{Rp. } 1.195.833 \\ \text{Biaya penyusutan per hari} &= \text{Rp. } 1.195.833 / 15 \\ &= \text{Rp. } 79.722 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Beban penyusutan per unit} &= \text{Rp. } 79.722 / 20 \\ &= \text{Rp. } 3.986 \end{aligned}$$

Setelah melakukan perhitungan terhadap biaya overhead pabrik, beberapa elemen biaya overhead yang masih belum diidentifikasi secara terpisah termasuk biaya yang tergolong sebagai bahan penolong. Oleh karena itu, rekapitulasi berikut ini menunjukkan total pembebanan biaya overhead pada produk:

Tabel 4. 9
Biaya Overhead Pabrik Perusahaan
Per Hari Produksi Agustus 2023

Keterangan	Total (Rp)
Biaya tenaga kerja tidak langsung	Rp. 32.000
Biaya listrik	Rp. 40.000
Biaya pengantaran ban	Rp. 200.000
Biaya penyusutan mesin kompresor	Rp. 1.736
Biaya penyusutan kompor (tungku)	Rp. 56.250
Biaya penyusutan bangunan	Rp. 79.722
Total biaya overhead pabrik	Rp. 409.708

Sumber: *Data yang penulis olah dari Perusahaan CV Anugrah Vulkanisir*

Dari tabel 4.9 yang tercantum di atas, total biaya overhead pabrik yang dikenakan mencapai Rp. 409.708 dalam satu hari produksi ban vulkanisir.

c. Penentuan Harga Pokok Produksi dengan Menggunakan Metode *Full Costing*

Pengumpulan dan pengalokasian biaya selama proses produksi perlu dilakukan dengan cermat dalam perhitungan harga pokok produksi berdasarkan metode full costing. Pada produksi ban pada CV Anugrah Vulkanisir ini, terdapat beberapa proses produksi yaitu, bagian pemeriksaan ban, proses pembersihan ban, proses pemasakan ban. Pembangian proses produksi ini berdasarkan pada tahapan produksi yang dilalui oleh CV Anugrah Vulkanisir.

Berikut adalah perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode *full costing* pada usaha kerupuk kulit Peto dibulan agustus 2023:

Tabel 4. 10
Harga Pokok Produksi Perusahaan CV Anugrah Vulkanisir
Menggunakan Metode *Full Costing* Per Hari Produksi

Kerupuk Kulit Sapi Peto	
Harga Pokok Produksi	
Januari 2023	
Biaya Bahan Baku (BBB)	
Ban Bekas	Rp. 2.400.000
Karet Vulkanisir	Rp. 4.500.000
Pertamax	Rp. 128.000
Total Biaya Bahan Baku Langsung (BBB)	Rp. 7.028.000
Biaya Tenaga Kerja Langsung (BTKL)	
Bagian Produksi	Rp. 500.000
Total Biaya Tenaga Kerja Langsung (BTKL)	Rp. 500.000
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik (BOP)	
BOP Tetap	
Biaya tenaga kerja tidak langsung	Rp. 32.000
Total BOP Tetap	Rp. 32.000
BOP Variabel	
Biaya listrik	Rp. 40.000
Biaya pengantaran ban	Rp. 200.000
Biaya penyusutan mesin kompresor	Rp. 1.736
Biaya penyusutan kompor (tungku)	Rp. 56.250
Biaya penyusutan bangunan	Rp. 79.722
Total BOP Variabel	Rp. 377.708
Total Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	Rp. 409.708
Biaya Produksi	Rp. 7.937.708
Barang Dalam Proses Awal	Rp. _____ 0

Barang Tersedia untuk Dijual	Rp. 7.937.708
Barang Dalam Proses Akhir	Rp. 0
Harga Pokok Produksi	Rp. 7.937.708
Jumlah produksi	20
Harga Pokok Produksi Per Buah	Rp. 396.855

Sumber: *Data yang penulis olah dari Perusahaan CV Anugrah Vulkanisir*

3. Penentuan Harga Jual Produk Menggunakan *Cost Plus Pricing*

Dalam memasarkan produknya Perusahaan CV Anugrah Vulkanisir mengantarkan ban vulkanisir ke tempat konsumen berada seperti daerah Sumatera Barat, Riau, Jambi, hingga Bengkulu.

Penetapan harga jual melibatkan penerapan metode *cost plus pricing* karena perusahaan memiliki tujuan untuk memperoleh keuntungan yang dihitung sebagai persentase dari harga jual. Berikut ini adalah perhitungan harga jual menggunakan metode *cost plus pricing* dengan memanfaatkan rumus :

$$\text{Biaya Total} + \text{Margin} = \text{Harga Jual}$$

$$\begin{aligned} \text{Harga Jual (1 buah)} &= \text{biaya total} + \text{margin} \\ &= \text{Rp. 7.937.708} + (45\% \times \text{Rp. 7.937.708}) \\ &= \text{Rp. 7.937.708} + \text{Rp. 3.571.967} \\ &= \text{Rp. 11.509.676} / 20 \\ &= \text{Rp. 575.484} \end{aligned}$$

Keterangan:

Persenan harga jual yang penulis cantumkan diambil berdasarkan yang ditentukan oleh CV Anugrah Vulkanisir untuk penentuan harga jual produknya.

Berdasarkan perhitungan harga jual di atas, dapat dilihat bahwa harga jual yang didapat untuk ban vulkanisir untuk 1 buah ban adalah sebesar Rp. 575.484.

4. Perhitungan Pendapatan

a. Menurut Perusahaan CV Anugrah Vulkanisir

Perhitungan pendapatan yang dilakukan oleh Perusahaan CV Anugrah Vulkanisir dalam satu hari pada bulan Agustus 2023 adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 11
Perhitungan Pendapatan Menurut Perusahaan CV Anugrah Vulkanisir
Per Kali Produksi Agustus 2023

Keterangan	Harga Jual (Rp)	Terjual	Total (Rp)
1 buah ban vulkanisir	Rp. 550.000	20 buah	Rp. 11.000.000
Jumlah pendapatan			Rp. 11.000.000

Sumber: *Data Perusahaan CV Anugrah Vulkanisir*

Dari data yang tertera pada tabel, terlihat bahwa CV Anugrah Vulkanisir memperoleh pendapatan sebesar Rp. 11.000.000 dalam satu hari produksi pada bulan Agustus 2023.

b. Menurut Metode *Full Costing*

Tabel 4. 12
Perhitungan Pendapatan Perusahaan CV Anugrah Vulkanisir
Menurut Metode *Full Costing*
Per Kali Produksi Bulan Agustus 2023

Keterangan	Harga Jual (Rp)	Terjual	Total (Rp)
1 buah ban vulkanisir	Rp. 575.484	20 buah	Rp. 11.509.676
Jumlah pendapatan			Rp. 11.509.676

Sumber: *Data yang penulis olah dari Perusahaan CV Anugrah Vulkanisir*

Dari tabel diatas terlihat bahwa pendapatan Perusahaan CV Anugrah Vulkanisir dalam satu hari produksi bulan Agustus 2023 adalah sebesar Rp. 11.509.676.

5. Laporan Laba Rugi

a. Menurut CV Anugrah Vulkanisir

Tabel 4. 13
Laporan Laba Rugi Menurut CV Anugrah Vulkanisir Agustus 2023

CV Anugrah Vulkanisir Laporan Laba Rugi Agustus 2023		
Penjualan		Rp. 11.000.000
Produk jadi awal	Rp 0	
Harga pokok produksi	Rp. 7.800.000	
Barang tersedia untuk dijual	Rp. 7.800.000	
Harga pokok penjualan		(Rp. 7.800.000)
Laba kotor		Rp. 3.200.000
Biaya non produksi		
Gaji peyemiran ban	Rp. 50.000	
Total biaya non produksi		(Rp. 50.000)
Laba bersih		Rp. 3.150.000

Sumber: *Data Perusahaan CV Anugrah Vulkanisir*

b. Menurut Perhitungan Metode *Full Costing*

Tabel 4. 14
Laporan Laba Rugi Menurut Metode *Full Costing* Agustus 2023

CV Anugrah Vulkanisir Laporan Laba Rugi Agustus 2023		
Penjualan		Rp. 11.509.676
Produk jadi awal	Rp 0	
Harga pokok produksi	Rp. 7.937.708	
Barang tersedia untuk dijual	Rp. 7.937.708	
Harga pokok penjualan		(Rp. 7.937.708)

Laba kotor		Rp. 3.569.968
Biaya non produksi		
Gaji peyemiran ban	Rp. 50.000	
Total biaya non produksi		(Rp. 50.000)
Laba bersih		Rp. 3.519.968

Sumber: Data yang penulis olah dari Perusahaan CV Anugrah Vulkanisir

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Perbandingan dalam perhitungan harga pokok produksi antara perhitungan yang dilakukan oleh CV Anugrah Vulkanisir dan perhitungan menggunakan metode full costing pada satu hari di bulan Agustus 2023 dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 4. 15
Perbandingan Perhitungan Harga Pokok Produksi dan Harga Jual
Pada CV Anugrah Vulkanisir dan Metode *Full Costing* Dalam Satu Hari
Pada Bulan Agustus 2023

Keterangan	Menurut CV Anugrah Vulkanisir	Menurut Metode <i>Full Costing</i>	Selisih
Biaya produksi	Rp.7.800.000	Rp. 7.937.708	Rp. 137.708
Jumlah produksi	20 buah	20 Buah	
Harga pokok produksi/Buah	Rp. 390.000	Rp. 396.855	Rp. 6.855
Harga jual	Rp. 11.000.000	Rp. 11.509.676	Rp. 509.676
Laba	Rp. 3.150.000	Rp. 3.519.968	Rp. 369.968

Sumber: Data yang penulis olah dari CV Anugrah Vulkanisir

Dari tabel 4.15, terlihat bahwa jumlah ban vulkanisir yang diproduksi oleh CV Anugrah Vulkanisir dalam satu hari adalah 20 buah. Selain itu, menurut metode perhitungan yang digunakan, yaitu menggunakan metode full costing, jumlah produk yang dihasilkan juga sebanyak 20 buah. Perusahaan menghitung harga pokok produksi untuk produksi ban vulkanisir sebesar Rp.7.800.000, dengan biaya produksi per buah sekitar Rp. 390.000. Namun, perhitungan yang

dilakukan dengan metode full costing menghasilkan harga pokok produksi sekitar Rp. 7.937.708, dengan biaya produksi per buah sekitar Rp. 396.855. Terdapat perbedaan biaya produksi sekitar Rp. 137.708, dan perbedaan harga pokok produksi per buah sekitar Rp. 6.855. Penjualan pada CV Anugrah Vulkanisir dalam satu hari adalah Rp. 11.000.000 dengan laba bersih sebesar Rp. 3.150.000, sedangkan dengan menggunakan metode *full costing* penjualan dalam satu hari sebesar Rp. 11.509.676 dengan laba bersih sebesar Rp. 3.519.968. Jadi dari hasil yang diperoleh dalam satu hari penjualan perusahaan CV Anugrah Vulkanisir lebih rendah jika menggunakan metode *full costing* dibandingkan dengan metode perusahaan dengan selisih penjualan yaitu sebesar Rp. 509.676. Sedangkan laba bersih dalam satu hari perusahaan CV Anugrah Vulkanisir lebih rendah menggunakan metode perusahaan dibandingkan dengan menggunakan metode *full costing* yaitu dengan selisih sebesar Rp. 369.968.

Perhitungan harga pokok produksi yang dilakukan oleh CV Anugrah Vulkanisir untuk produksi ban vulkanisir menghasilkan biaya produksi yang lebih murah dibandingkan dengan perhitungan yang diperoleh menggunakan metode full costing. Perbedaan ini muncul karena CV Anugrah Vulkanisir belum melakukan perhitungan menyeluruh terhadap biaya overhead pabrik, termasuk biaya tenaga kerja tidak langsung, biaya listrik, dan biaya penyusutan. Selain itu, harga pokok per unit dari perhitungan CV Anugrah Vulkanisir juga lebih rendah daripada perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) dengan metode full costing.

Harga jual yang telah ditentukan oleh CV Anugrah Vulkanisir untuk ban vulkanisir ternyata lebih murah dibandingkan dengan metode penentuan mark-up, di mana perusahaan menetapkan harga jual sekitar Rp. 550.000. Sebaliknya, menggunakan metode penentuan mark-up menghasilkan harga jual sekitar Rp. 575.484.

Dari perhitungan harga pokok produksi yang dilakukan oleh perusahaan CV Anugrah Vulkanisir keuntungan yang diperoleh oleh perusahaan adalah sebesar Rp. 3.150.000 per harinya, sedangkan jika menggunakan metode *full costing* akan menghasilkan keuntungan sebesar Rp. 3.519.968 per harinya,

sehingga dapat dihitung selisih dari dua perhitungan tersebut adalah sebesar - Rp. 369.968.

CV Anugrah Vulkanisir mencapai keuntungan yang lebih rendah jika dibandingkan dengan perhitungan laba yang diperoleh melalui metode full costing untuk harga pokok produksi. Perbedaan ini terjadi karena perhitungan harga pokok produksi yang dilakukan oleh perusahaan tidak mencakup biaya penyusutan dan seluruh biaya overhead pabrik. Sehingga, dalam perhitungan laba rugi menggunakan metode full costing, laba yang dihasilkan lebih tinggi dibandingkan dengan perhitungan yang dilakukan oleh perusahaan. Melalui perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode full costing, perusahaan dapat dengan jelas melihat aliran dana yang dikeluarkan, yang menjadi panduan untuk langkah selanjutnya dalam menjaga kelangsungan bisnis. Dengan memastikan bahwa perhitungan harga pokok produksi sudah akurat, perusahaan dapat menetapkan harga jual yang lebih sesuai dengan harapan mereka, yang pada gilirannya diharapkan dapat menghasilkan keuntungan yang sesuai dengan target, sambil tetap menjaga daya saing di pasar.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian terhadap CV Anugrah Vulkanisir, dapat disimpulkan bahwa penerapan metode full costing dalam perhitungan harga pokok produksi di perusahaan akan menghasilkan keputusan yang lebih optimal dan efektif dalam menentukan harga jual produknya. Metode ini memastikan bahwa biaya produksi yang terlibat dalam seluruh proses produksi menjadi lebih akurat dan transparan, mencakup biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja baik langsung maupun tidak langsung, biaya overhead pabrik seperti biaya tenaga kerja tidak langsung, biaya listrik, biaya penyusutan, serta berbagai biaya lainnya. Selain itu, perhitungan terhadap produk rusak dan alokasi biaya yang tepat pada setiap komponen produksi juga menjadi lebih terinci. Dengan adanya proses ini, perusahaan dapat lebih tepat dalam menetapkan harga jual yang sesuai dengan target laba dan keuntungan yang diharapkan. Selain itu, harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan juga dapat bersaing di pasar dengan lebih baik.

B. Saran

1. Disarankan kepada CV Anugrah Vulkanisir untuk lebih mempertimbangkan semua elemen biaya yang terkait dengan proses produksinya, termasuk biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik. Semua aspek ini sebaiknya diuraikan secara rinci dan dialokasikan dengan akurat.
2. Dalam menghitung harga pokok produksi, disarankan agar CV Anugrah Vulkanisir menerapkan metode full costing. Metode ini akan memastikan bahwa semua komponen biaya yang terlibat dalam proses produksi dihitung secara akurat dan terperinci.
3. Ketika menetapkan harga jual, CV Anugrah Vulkanisir sebaiknya mempertimbangkan metode yang paling sesuai untuk mencapai target keuntungan yang diharapkan. Perusahaan juga disarankan untuk

memperhatikan kondisi harga pasar saat ini agar produknya tetap bersaing di pasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Aripin, Z; , dkk. (2021). *Akuntansi Manajemen*. Yogyakarta: CV BUDI UTAMA.
- Brahim, M N. (2021). *Akuntansi dan Keuangan Lembaga* (Vol. II). Yogyakarta: ANDI (Anggota IKAPI).
- Bustami, B., & Nurlela. (2023). *Akuntansi Biaya*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Fajrin, I. S. (2019). Analisis perhitungan harga pokok produksi sebagai dasar penetapan harga jual pada pabrik rambak spesial di kelurahan mangli jember. *Jurnal Perspektif Ekonomi Islam*, 36-40.
- Gunawan, S. (2018). Strategi Pemasaran untuk Mempertahankan Market Leadership. *Business & Management Journal Bunda Mulia*, 24.
- Hansen, D. R., & Mowen, M. M. (2019). *Akuntansi Manajerial, edsi 8 buku 1*. Jakarta: Salemba Empat.
- Harahap, B. (2020). *Akuntansi Biaya* . Batam Kepulauan Riau: Batam Publisher.
- Hartatik, S. (2019). Analisis penentuan harga pokok produksi menggunakan metode full costing sebagai dasar penetapan harga jual pada UD.mutia meubel. *Jurnal soccied*.
- Iryanie, d. (2019). *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ishak, K. (2017). Penetapan Harga Ditinjau Dalam Persepektif Islam. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 6(1), 35-49.
- Jasa, P. P. (2021). *Manajemen Jasa*.
- Karundeng, T. N., Mandey, S. L., & Sumarauw, J. S. (2018). Analisis Saluran Distribusi Kayu (Studi Kasus Di Cv. Karya Abadi, Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3).
- Kencana, S. (2019). Analisis Strategi Penetapan Harga SKM. CLOTHING. *Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi)*, (2), 1003-1011.
- Mahendri, M. A. (2020). Strategi Memperluas Pangsa Pasar. *Jurnal Akuntansi Syariah*, 302
- Maya, B. (2018). Analisis penerapan target costing dalam upaya pengendallian biaya produksi pada cv multi bangunan. *Jurnal ilmiah*.

- Muhammad Syahbudi, S. M. (2018). *Ekonomi Mikro Islam*. Deli Serdang, Sumatera Utara: Trust Media Publishing .
- Nugroho, B. (2018). Analisis penentuan harga pokok produksi jamu dengan menggunakan metode full costing, studi kasus di usaha mikro jamu bu tini, Yogyakarta.
- Nuramalia, d. (2020). *Mudah memahami usaha mikro kecil dan menengah (UMKM)*. Jawa Timur: Uwais inspirasi indonesia.
- Nursanty, I A; , dkk. (2022). *Akuntansi Manajemen* . Nusa Tenggara Barat: Seval Literindo Kreasi (SEVAL).
- Pandan Wangi, P. I. (2023). Analisis Pengembalian Modal Usaha . *Management Studies and Entrepreneurship Journal*.
- Purnamawati, D. L., & Khoirudin, R. (2019). Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan). *Jurnal REP Vol, 4(1)*.
- Purwanto, E. (2023). Analisis harga pokok produksi menggunakan metode full costing dalam penetapan harga jual (studi kasus unit usaha regar fruit). *Jurnals of applied managerial accounting*.
- Ramdhani, D. (2020). *Akuntansi biaya (konsep dan implementasi di industri manufaktur)*. Yogyakarta.
- Ramdhani, D. (2020). *Akuntansi Biaya (Konsep dan Implementasi di Industri Manufaktur)*. Yogyakarta: CV MARKUMI.
- Riwayadi. (2019). *Akuntansi Biaya Pendekatan Tradisional dan Kontemporer, edisi 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Saleh, S. M. (2023). PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUKSI BERDASARKAN METODE FULLCOSTING (Studi Kasus Pada Usaha Dakak-Dakak Kurnia Nagari Simabur, ri Simabur,. *JAKSya: Jurnal Akuntansi Syariah* , 47.
- Sahla, W. A. (2020). *Akuntansi biaya, panduan perhitungan harga pokok produksi* . Banjarmasin: Deepublish.
- Siregar, S. A. (2022). *Pengantar Akuntansi Dasar (Perusahaan Jasa, Dagang dan Manufaktur)*. Medan: Umsu PRESS.

- Sari, Y. P. L., & Suprayogi, N. (2020). Strategi manajemen kas perusahaan properti syariah untuk menjaga kelangsungan usaha. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 7(3), 448-459.
- Sujarweni, V. W. (2019). *Akuntansi Biaya Teori dan Penerapannya*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Wibowo, R. A. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Radna Andi Wibowo.
- Wicaksono, G; , dkk. (2023). *Akuntansi Perusahaan Manufaktur*. Padang Sumatera Barat: PT GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI Anggota IKAPI.
- Wiraghani, S. R., & Prasnowo, M. A. (2018). Perancangan dan pengembangan produk alat potong sol sandal. *Teknika: Engineering and Sains Journal*, 1(1), 73-76.