



**PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUKSI MENGGUNAKAN
METODE *FULL COSTING* UNTUK MENENTUKAN HARGA JUAL
PADA KOPI SAIYO PADANG PANJANG**

SKRIPSI

*Ditulis Sebagai Syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana (S1)
Program studi Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam*

Oleh:
Eki Gustiar
NIM: 1930403024

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MAHMUD YUNUS
BATUSANGKAR
2025**



**CALCULATION OF PRODUCTION COST USING THE FULL COSTING
METHOD TO DETERMINE THE SELLING PRICE OF SAIYO COFFEE
IN PADANG PANJANG**

THESIS

**Written as a requirement to obtain a Bachelor's degree (S1) in the Sharia
Accounting study program, Faculty of Islamic Economics and Business**

**by:
Eki Gustiar
Reg. No : 1930403024**

**SHARIA ACCOUNTING STUDY PROGRAM
FACULTY OF ISLAMIC ECONOMICS AND BUSINESS
STATE ISLAMIC UNIVERSITY (UIN) MAHMUD YUNUS
BATUSANGKAR
2025**



د سعر حساب تكلفة الإنتاج باستخدام طريقة التكلفة الكاملة لتحدي
البيع على قهوة سايبو في بادانغ بانجانغ

رسالة

كاتبك شرط للحصول على درجة البكالوريوس (IS)
برنامج دراسة المحاسبة الشرعية
كلية الاقتصاد والأعمال الإسلامية

بواسطة:

إكي غستيار

NIM: ١٩٣٠٤٠٣٠٢٤

برنامج دراسة المحاسبة الشرعية
والأعمال الإسلامية كلية الاقتصاد
الجامعة الإسلامية الحكومية (NIU) محمود يونس
باتوانكار
٢٠٢٥

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Eki Gustiar
NIM : 1930403024
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Akuntansi Syariah

Menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul "**PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUKSI MENGGUNAKAN METODE *FULL COSTING* UNTUK MENENTUKAN HARGA JUAL PADA KOPI SAIYO PADANG PANJANG**" adalah karya sendiri bukan plagiat kecuali dicantumkan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti sebagai plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Batusangkar, Januari 2025

Saya yang Menyatakan,



Eki Gustiar
NIM. 1930403024

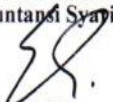
PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing penulisan skripsi atas nama **EKI GUSTIAR, NIM. 1930403024** dengan judul "**PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUKSI MENGGUNAKAN METODE *FULL COSTING* UNTUK MENENTUKAN HARGA JUAL PADA KOPI SAIYO PADANG PANJANG**" memandang bahwa skripsi yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat dilanjutkan ke sidang munaqasah.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Batusangkar, Januari 2025

Ketua Program Studi
Akuntansi Syariah


Elsa Fitri Amran, SE, MM, M.Si, CERTSE
NIP. 198706202019032009

Pembimbing


Mega Rahmi, S.E.Sv., M.Si
NIP. 199001272020122008

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus
Batusangkar

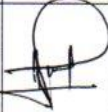



Dr. H. Rizal, M. Ag. CRP
NIP. 197310072002121001

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Tugas akhir atas nama **Eki Gustiar**, NIM. **1930403024** judul: **“Perhitungan Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode Full Costing Untuk Menentukan Harga jual Pada Kopi Saiyo Padang Panjang”**, telah diuji dalam ujian Munaqasah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar pada 31 Januari 2025 dan dinyatakan telah dapat diterima sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Akuntansi (S.Akun) Strata Satu (S.1) dalam program Studi Akuntansi Syariah.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana seperlunya.

No.	Nama Penguji	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1	Mega Rahmi, S.E.Sy., M.Si 199001272020122008	Ketua Sidang/ Pembimbing		17.02.2025
2	Revi Candra, S.Pd., M.Ak 19870224 201801 1 001	Penguji 1		14.2.2025
3	Sri Madona Saleh, S.E., M.Si 198107252023212025	Penguji 2		4.2.2025

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri/Mahmud Yunus Batusangkar



Dr. H. Rizal, M.Ag., CRP
NIP. 197310072002121001

ABSTRAK

Eki Gustiar, NIM. 1930403024. Judul Skripsi: “**PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUKSI MENGGUNAKAN METODE *FULL COSTING* UNTUK MENENTUKAN HARGA JUAL PADA KOPI SAIYO PADANG PANJANG**”. Program Pascasarjana Akuntansi Syariah Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar.

Permasalahan dalam penelitian ini berfokus pada perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode *full costing* untuk menentukan harga jual pada Kopi Saiyo Padang Panjang. Pemilik Kopi Saiyo padang panjang masih menggunakan sistem pencatatan yang sederhana dalam menghitung biaya produksi yang belum lengkap dan terperinci. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis perhitungan harga pokok produksi dengan metode *full costing* pada Kopi Saiyo Padang Panjang dan untuk mengevaluasi bagaimana perusahaan menentukan harga jual.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian lapangan (*field Research*) menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, dokumentasi dan observasi, sedangkan teknik analisis data yang digunakan mengikuti model analisis Miles dan Huberman, dengan menganalisis perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode *full costing* kemudian menentukan harga jual menggunakan metode *cost plus pricing*.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan dalam perhitungan biaya produksi antara yang dilakukan oleh Kopi Saiyo Padang Panjang dengan yang dihitung dengan metode *full costing*. Perhitungan biaya produksi menurut perusahaan ditetapkan sebesar Rp 23.203, sedangkan perhitungan berdasarkan metode *full costing* menunjukkan jumlah sebesar Rp 27.525 sehingga terjadi selisih sebesar Rp 4.322. Perbedaan ini juga memengaruhi penetapan harga jual produk. Saiyo Coffee mematok harga jual Rp32.000 per bungkus, namun berdasarkan perhitungan dengan metode *full costing*, harga jual yang lebih akurat seharusnya Rp35.783 per bungkus.

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

ABSTRACT

Eki Gustiar, NIM. 1930403024. Thesis title: "**CALCULATION OF COST OF PRODUCTION USING THE FULL COSTING METHOD TO DETERMINE THE SELLING PRICE FOR SAIYO PADANG PANJANG COFFEE**". Sharia Accounting Postgraduate Program, Mahmud Yunus Batusangkar State Islamic University.

The problem in this research focuses on calculating the cost of production using the full costing method to determine the selling price of Saiyo Padang Panjang Coffee. The owner of Saiyo Padang Panjang Coffee still uses a simple recording system to calculate production costs that are not yet complete and detailed. The aim of this research is to analyze the calculation of the cost of production using the full costing method for Saiyo Padang Panjang Coffee and to evaluate how the company determines the selling price.

The type of research used in this research is field research using a qualitative approach with descriptive methods. Data collection techniques were carried out through interviews, documentation and observation, while the data analysis techniques used followed the Miles and Huberman analysis model, by analyzing the calculation of the cost of production using the full costing method and then determining the selling price using the cost plus pricing method.

Based on the results of the research conducted, it can be concluded that there is a significant difference in the calculation of production costs between that carried out by Kopi Saiyo Padang Panjang and that calculated using the full costing method. The production cost calculation according to the company is set at IDR 23,203, while the calculation based on the full costing method shows an amount of IDR 27,525, resulting in a difference of IDR 4,322. This difference also affects the determination of product selling prices. Saiyo Coffee sets a selling price of IDR 32,000 per pack, but based on calculations using the full costing method, a more accurate selling price should be IDR 35,783 per pack.

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

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	
PERSETUJUAN PEMBIMBING	
PENGESAHAN TIM PENGUJI	
ABSTRAK	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Fokus Penelitian	6
C. Rumusan Masalah.....	6
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Manfaat Dan Luaran Penelitian.....	7
F. Defenisi Operasional	7
BAB II KAJIAN TEORI	8
A. Landasan Teori	8
1. Harga Pokok Produksi	8
2. Metode Perhitungan Harga Pokok Produksi.....	15
3. <i>Full Costing</i>	18
4. Harga Jual	22
5. Akuntansi Biaya.....	33
B. Penelitian Yang Relevan	43
BAB III METODE PENELITIAN	45
A. Jenis Penelitian	45
B. Tempat Dan Waktu Penelitian.....	46
C. Sumber Data	46
D. Teknik Pengumpulan Data	47
E. Teknik Analisis Data	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHSAN	50

A. Gambaran Umum Perusahaan	50
1. Sejarah Usaha Kopi Saiyo Padang Panjang.....	50
2. Lokasi Kopi Saiyo Padang Panjang.....	51
3. Visi dan Misi Kopi Saiyo Padang Panjang.....	51
4. Label Kopi Saiyo Padang Panjang.....	52
5. Peralatan dan bahan Produksi	53
6. Produk yang dihasilkan.....	54
7. Proses Produksi.....	55
B. Hasil Penelitian.....	55
1. Perhitungan Harga Pokok Produksi Menurut Perhitungan Kopi Saiyo Padang Panjang.....	55
2. Perhitungan Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode Full Costing Pada Kopi saiyo Padang panjang	58
3. Penentuan Harga Pokok Produksi dengan Menggunakan Metode <i>Full Costing</i>	72
4. Penentuan Harga Jual Produk Menggunakan <i>Cost Plus Pricing</i>	73
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	75
BAB V PENUTUP.....	77
A. Kesimpulan.....	77
B. Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perhitungan Biaya Produksi Yang Dilakukan Kopi Saiyo Padang Panjang	4
Tabel 3. 1 Waktu Penelitian	46
Tabel 4. 1 Alat-alat produksi dalam pembuatan	53
Tabel 4. 2 Bahan Baku	54
Tabel 4. 3 perhitungan biaya produksi yang dilakukan kopi saiyo	57
Tabel 4. 4 Biaya Bahan Baku Untuk Satu Hari Produksi Kopi Saiyo Padang Panjang	59
Tabel 4. 5 Biaya Tenaga Kerja Langsung Untuk Kopi Saiyo Padang Panjang Dalam Satu Hari Produksi	60
Tabel 4. 6 Perhitungan Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung Per Satu Hari Produksi Pada Kopi Saiyo Paadang panjang	61
Tabel 4. 7 Biaya Listrik Per Satu Hari Produksi Pada Kopi Saiyo Paadang panjang	62
Tabel 4. 8 Biaya Air Per Satu Hari Produksi Pada Kopi Saiyo Padang Panjang .	62
Tabel 4. 9 Biaya Listrik Per Satu Hari Produksi Pada Kopi Saiyo Paadang Panjang	63
Tabel 4. 10 Biaya Karung Per Satu Hari Produksi Pada Kopi Saiyo Padang Panjang	64
Tabel 4. 11 Biaya Karung Per Satu Hari Produksi Pada Kopi Saiyo Padang Panjang	64
Tabel 4. 12 Biaya Karung Per Satu Hari Produksi Pada Kopi Saiyo Padang Panjang	65
Tabel 4. 13 Kelompok Harga	66
Tabel 4. 14 Biaya <i>Overhead</i> Pabrik Per Satu Hari Produksi Pada Kopi Saiyo Paadang Panjang	71
Tabel 4. 15 Harga Pokok Produksi Perusahaan Kopi Saiyo Menggunakan Metode Full Costing Per Hari Produksi	72
Tabel 4. 16 perbandingan perhitungan harga pokok produksi dan harga jual Kopi Saiyo per satu kali produksi	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Alur Berpikir	42
Gambar 4. 1 Label Kopi Saiyo Padang Panjang	52

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Modernisasi dunia, khususnya Indonesia, menyebabkan dunia industri berkembang cukup pesat saat ini. Pertumbuhan ekonomi yang signifikan mendorong pembangunan di berbagai industri dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Bisnis di Indonesia bersaing ketat satu sama lain di sektor perdagangan dan jasa, berusaha untuk menyediakan produk dan layanan terbaik dengan harga yang kompetitif dan dengan kualitas terbaik, sehingga memungkinkan pelanggan untuk lebih memilih apa yang mereka beli.

Adapun dibidang dagang ada yang dinamakan dengan pelaku usaha, pelaku usaha adalah individu atau entitas yang menjalankan kegiatan ekonomi dengan tujuan menghasilkan barang atau jasa untuk dijual. Mereka bisa berupa pengusaha perorangan, perusahaan, atau badan usaha lainnya. 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)

Harga pokok produksi adalah faktor penting dalam menentukan tingkat keberhasilan perusahaan. Seluruh jumlah yang dihabiskan untuk membuat komoditas atau layanan dikenal sebagai harga pokok produksi. Biaya-biaya ini terdiri dari biaya tenaga kerja langsung, bahan baku, dan biaya overhead pabrik. Agar biaya yang dihabiskan selama proses produksi

secara akurat mencerminkan biaya produk akhir, perusahaan harus tepat dalam menghitung biaya yang diperlukan. Agar bisnis dapat terus beroperasi sesuai dengan tujuannya, kesalahan dalam biaya barang yang diproduksi harus dihindari.

Menentukan harga suatu produk di suatu perusahaan merupakan proses yang sangat penting dan bukan proses yang mudah. Keputusan ini harus dibuat secara hati-hati, waspada dan tepat. Penetapan harga yang tepat diperlukan agar perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan lain yang menawarkan produk serupa. Dengan semakin ketatnya persaingan dalam dunia industri, perusahaan perlu memiliki keunggulan tertentu untuk menjaga keberlanjutan usahanya dalam jangka panjang serta mengembangkan usahanya agar dapat tumbuh lebih besar. Selain itu, penetapan harga yang baik juga dapat membantu perusahaan menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada, sehingga menciptakan landasan yang kokoh bagi pertumbuhan di masa mendatang.

Untuk bertahan hidup di tengah persaingan yang semakin ketat dan bertambahnya jumlah bisnis, suatu perusahaan harus mengembangkan strategi dan metode yang efektif. Langkah ini penting agar perusahaan dapat tumbuh, menjaga kelangsungan operasionalnya, memastikan produknya tetap kompetitif, dan mencapai target laba sesuai rencana yang ditetapkan. Proses menghasilkan laba melibatkan penggunaan alat manajemen, terutama penyediaan informasi yang relevan untuk membuat keputusan ekonomi dan keuangan yang tepat. Di sinilah peran akuntansi yang paling penting berperan. Akuntansi adalah kegiatan yang melibatkan pencatatan, penyajian dan pelaporan semua 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 & Nurlela, 2023).

Pendekatan *full costing* adalah salah satu teknik yang digunakan manajemen untuk menghitung biaya produksi saat merencanakan dan menentukan harga jual suatu produk. Perhitungan biaya penuh adalah metode perhitungan biaya di mana semua biaya produksi, baik tetap maupun variabel, dialokasikan ke setiap unit produk. Biaya ini meliputi bahan baku, tenaga kerja, serta biaya *overhead* variabel dan tetap. Dengan metode penetapan biaya penuh, biaya *overhead* tetap dianggap sebagai bagian dari biaya produk, artinya biaya tersebut dialokasikan ke produk dan dicatat sebagai bagian dari inventaris di neraca hingga produk tersebut terjual (Suratminingsih,dkk, 2024).

Metode *Full costing* menghitung semua biaya produksi tetap dan variable, serta biaya nonproduksi tetap dan variable. Penentuan biaya tetap dan variable dalam biaya non variable agak sulit, karena dalam perusahaan manufaktur, biaya nonproduksinya cukup kompleks. Biaya nonproduksi dalam perusahaan manufaktur di antara biaya administrasi umum, pemasaran dan biaya penjualan (Purwanti, 2023).

Dalam metode *full costing*, penentuan harga jual sangat penting dalam manajemen bisnis karena dapat mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan. Harga jual adalah jumlah kompensasi (baik berupa uang atau barang) yang diperlukan untuk mendapatkan barang atau jasa tertentu. Perusahaan menetapkan harga produknya dengan harapan produk tersebut dapat terjual dan menghasilkan laba maksimal. Menentukan harga jual dalam suatu bisnis merupakan suatu keputusan atau strategi yang digunakan untuk menarik minat konsumen dan menjaga loyalitas pelanggan (Hasibuan & Annam, 2021).

Kopi Saiyo merupakan kopi yang telah berdiri sejak tahun 1985 yang beralamat di Padang Panjang, kurang lebih telah 39 tahun kopi ini berdiri, walaupun kopi tua legendaris namun rasa kopinya masih menjadi primadona bagi selera para anak melenial saat ini. Rasa kopi saiyo hampir tidak berubah, hal ini juga yang membuat pelanggan dari masa muda dulu, dan hingga sudah beranjak tua masih mengidolakan kopi saiyo.

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari pemilik usaha Kopi Saiyo Padang Panjang, pemilik melakukan perhitungan biaya produksi masih menggunakan pencatatan yang sederhana, belum sepenuhnya menyeluruh dan rinci. Oleh karena itu, perusahaan ini membutuhkan harga pokok produksi (HPP) sebagai suatu metode untuk menyusun daftar semua pengeluaran yang terkait dengan produksi kopi saiyo. HPP merupakan acuan yang digunakan oleh perusahaan dalam menentukan harga jual produk dengan memperhatikan target laba yang diinginkan. Adapun rincian perhitungan biaya produksi yang dilakukan oleh pemilik Kopi Saiyo dalam sekali pengolahan dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 1. 1
Perhitungan Biaya Produksi Yang Dilakukan Kopi Saiyo Padang Panjang

No	Keterangan	Satuan	Kuantitas	Harga	Total
1.	Kopi	Kg	100	Rp. 70.000	Rp. 7.000.000
2.	Solar	Liter	15	Rp. 11.500	Rp. 175.000
3.	Air	Liter	25	Rp. 1.000	Rp. 25.000
4.	Listrik	Watt	5.000	Rp 5.000	Rp. 25.000
5.	Biaya Tenaga Kerja	Orang	2	Rp. 100.000	Rp. 200.000
Total Biaya Produksi		Rp. 7.425.000			

Sumber data: Kopi Saiyo Padang Panjang

Kopi Saiyo menggunakan kopi asli sebanyak 100 kg dalam satu hari produksi dengan harga perkilonya yaitu Rp. 70.000 yang kemudian dilakukan penyangraian dan penggilingan kopi dengan biaya per orang Rp. 20.000 per satu kali penggilingan/ produksi, yang mana penggilingan dilakukan sebanyak 5 kali dalam satu hari kerja dimana penggunaan tenaga kerja dalam melakukan penyangraian dan penggilingan ini yaitu dua orang dengan total

Rp. 200.000 sekali produksi. Kemudian menggunakan air sebanyak 25 liter air dengan total biaya Rp. 25.000. Dalam satu hari produksi kopi tersebut membutuhkan 15 liter solar dengan harga 1 liter solar yaitu Rp. 11,500 dengan total harga Rp. 175.000, penggunaan listrik yaitu 5.000 watt dengan total Rp. 25.000 dalam satu hari produksi. Dapat diketahui, bahwa biaya produksi dalam pembuatan kopi saiyo dalam satu hari yaitu dengan total biaya sebesar Rp. 7.425.000. Dalam satu hari penggilingan yaitu membutuhkan 100 kg kopi mentah dimana hasil dari penggilingan kopi tersebut menjadi 80 kg bubuk kopi siap untuk di kemas. Perusahaan menetapkan harga jual per bungkus kopi seharga Rp. 32.000 dengan takaran berat 250 gram dan harga untuk satu kilo kopi perusahaan menetapkan seharga Rp. 128.000.

Berdasarkan data tersebut, perhitungan biaya produksi kopi Saiyo hanya mencakup biaya bahan baku dan tenaga kerja langsung saja, sedangkan biaya-biaya lain seperti penyusutan, perawatan mesin, tenaga kerja tidak langsung dan komponen biaya lainnya tidak dihitung secara lengkap. Akibatnya, perhitungan biaya produksi ini tidak mencakup semua aspek yang relevan sesuai standar akuntansi, sehingga menghasilkan harga produksi yang kurang tepat dan akurat.

Penentuan harga jual yang dilakukan oleh pemilik kopi saiyo ini yaitu berdasarkan harga yang berlaku di masyarakat, sehingga menyebabkan seperti, jika kebutuhan akan kopi saiyo naik maka harga jualnya ikut naik, begitupun sebaliknya jika kebutuhan akan kopi turun maka harga jualnya juga ikut turun. Artinya kopi siyo menghitung harga pokok belum berdasarkan perhitungan yang akurat. Jadi, dapat diasumsikan bahwa Kopi Saiyo belum memaksimalkan perhitungan harga produksinya secara terperinci.

Dari pernyataan diatas, agar dapat menghasilkan harga produksi dan harga pokok produksi yang sesuai dan yang diinginkan. Ada berbagai metode yang dapat digunakan, metode *Full costing* merupakan metode yang digunakan dalam penelitian ini, hal ini karena dalam metode *Full costing* terdapat perhitungan biaya produksi secara keseluruhan, sehingga perusahaan

mempunyai kesempatan untuk melihat secara nyata semua biaya yang digunakan.

Oleh karena itu, dalam penelitian ini akan dianalisis pokok permasalahan dengan mengangkat topik yang berjudul “**Perhitungan Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode *Full Costing* Untuk Menentukan Harga Jual Pada Kopi Saiyo Padang Panjang**”.

B. Fokus Penelitian

Dilihat dari latar belakang masalah yang ada, fokus penelitian adalah sebagai berikut:

1. Perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode *Full costing* yang dilakukan pada Kopi Saiyo Padang Panjang.
2. Penentuan harga jual pada Kopi Saiyo Padang Panjang.

C. Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang akan dianalisis dari penelitian ini, sesuai dengan penjelasan yang dijabarkan pada latar belakang sebelumnya, yaitu untuk menjawab “bagaimana Perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode *Full costing* yang dilakukan pada Kopi Saiyo Padang Panjang dan bagaimana Penentuan harga jual pada Kopi Saiyo Padang Panjang?”.

D. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode *Full costing* yang dilakukan pada Kopi Saiyo Padang Panjang
2. Mengetahui penentuan harga jual pada Kopi Saiyo Padang Panjang

E. Manfaat Dan Luaran Penelitian

1. Manfaat penelitian

- a. Bagi penulis, penelitian ini dimaksudkan untuk menambah wawasan dan pengetahuan mengenai penerapan akuntansi biaya produksi dalam menentukan harga jual kopi Saiyo dengan menggunakan metode *Full Costing*.
- b. Bagi perusahaan, diharapkan penelitian ini dapat memberikan dasar pertimbangan atau saran yang berharga dalam menghitung biaya produksi dengan menerapkan Metode *Full Costing*.
- c. Bagi mahasiswa, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi dan menambah pemahaman dalam menghitung biaya produksi dengan metode *Full Costing*, yang dapat diaplikasikan secara praktis di UKM dan perusahaan lainnya.

2. Luaran penelitian

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

F. Defenisi Operasional

Biaya produksi barang adalah total biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi barang atau jasa. Biaya-biaya ini meliputi biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik.

Full Costing adalah metode perhitungan biaya yang mengalokasikan semua biaya produksi, baik tetap maupun variabel, ke unit produk. Biaya ini meliputi bahan baku, tenaga kerja, dan biaya *overhead*, baik biaya variabel maupun biaya tetap.

Harga jual adalah jumlah kompensasi (dalam bentuk uang atau barang) yang diperlukan untuk mendapatkan barang atau jasa tertentu. Perusahaan menetapkan harga produknya dengan harapan dapat menjual produk dan memperoleh laba maksimum.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Harga Pokok Produksi

Penentuan harga jual suatu produk dan keuntungan yang diinginkan sangat dipengaruhi oleh biaya produksi. Kesalahan dalam perhitungan biaya produksi dapat menimbulkan kerugian bagi organisasi, sehingga keakuratan dalam perhitungan ini menjadi faktor yang sangat penting. Menentukan biaya produksi tetap menjadi tantangan bagi banyak perusahaan yang memproduksi barang dan jasa.

Berdasarkan Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 231/PMK.05/2022 tentang Kebijakan Akuntansi Pemerintah Pusat, biaya produksi meliputi biaya langsung yang berkaitan dengan persediaan yang diproduksi dan biaya tidak langsung yang dialokasikan secara sistematis. Dalam situasi di mana penghitungan biaya aktual sulit, biaya standar dapat digunakan untuk menghitung biaya produksi. Biaya produksi ini diterapkan saat persediaan diperoleh melalui proses produksi itu sendiri.

Menghitung biaya produksi merupakan aspek yang sangat penting dalam menentukan harga jual suatu produk. Perusahaan harus memastikan perhitungan ini dilakukan dengan benar dan akurat, karena tanpa perhitungan yang benar, perusahaan manufaktur akan kesulitan dalam menentukan harga jual produknya. Bagi perusahaan yang ingin mengoptimalkan keuntungan, harga jual dan realisasi biaya produksi memiliki pengaruh besar terhadap keberhasilan pencapaian tujuan perusahaan dan kemampuan bersaing dengan perusahaan lain yang sejenis. Salah satu faktor terpenting dalam mencapai tujuan ini adalah mengefisienkan biaya produksi semaksimal mungkin, sehingga keuntungan dapat ditingkatkan. Strategi efisiensi biaya produksi dan penetapan harga yang tepat harus dibarengi dengan peningkatan kualitas

produk dan layanan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan demikian, perusahaan akan mempunyai nilai kompetitif yang tinggi dibandingkan dengan produk perusahaan sejenis lainnya. Selain itu, perusahaan juga harus beradaptasi dengan perubahan pasar dan teknologi untuk menjaga relevansi produk dan proses produksinya, serta berinvestasi dalam pengembangan sumber daya manusia yang dapat terus meningkatkan efisiensi dan kualitas produk.

Kegiatan produksi memerlukan pengorbanan sumber daya ekonomi berupa berbagai jenis biaya untuk menghasilkan produk yang kemudian dipasarkan. Biaya-biaya ini menjadi dasar penentuan Harga Pokok Penjualan (HPP). Dalam suatu perusahaan, biaya merupakan salah satu komponen krusial yang menunjang kelancaran kegiatan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Tujuan tersebut hanya dapat tercapai apabila biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan yang merupakan suatu bentuk pengorbanan, diperhitungkan secara cermat dan akurat. Dalam pengertian yang lebih luas, biaya dapat diartikan sebagai "Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu".

Dalam perhitungan biaya, klasifikasi biaya dilakukan menggunakan berbagai kriteria. Secara umum, klasifikasi biaya ini didasarkan pada tujuan yang ingin dicapai dengan pengelompokan tersebut. Ada lima cara mengklasifikasikan biaya, yaitu:

- a. Klasifikasi biaya berdasarkan objek pengeluarannya
 - b. Klasifikasi biaya berdasarkan fungsi utama dalam perusahaan
 - c. Klasifikasi biaya berdasarkan hubungan biaya dengan elemen yang dibiayai
 - d. Klasifikasi biaya berdasarkan perilaku biaya terkait dengan perubahan volume aktivitas
 - e. Klasifikasi biaya berdasarkan periode di mana manfaat dihasilkan.
- (Hartatik, 2019)

Unsur-unsur yang membentuk Harga Pokok Penjualan (HPP) dapat dikelompokkan menjadi tiga kategori utama, yaitu bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik. Ketiga jenis biaya ini harus dicatat dan dikelompokkan dengan cermat berdasarkan kategori dan sifat setiap biaya. Tujuannya adalah agar perusahaan dapat dengan mudah mengetahui total biaya sebenarnya yang dikeluarkan untuk memproduksi suatu produk, yang dikenal sebagai harga pokok penjualan. Biaya pokok penjualan dalam industri merupakan komponen terbesar dari total biaya yang ditanggung perusahaan. Ketika informasi tentang biaya kerja atau proses produksi tersedia dengan cepat dan akurat, manajemen memiliki dasar yang kuat untuk merencanakan kegiatannya secara lebih efisien. Oleh karena itu, perusahaan harus sangat cermat dan terperinci dalam menyusun laporan keuangan, terutama yang terkait dengan biaya produksi, untuk menghindari adanya penyimpangan atau pemborosan biaya dalam proses produksi. Informasi mengenai harga pokok penjualan merupakan titik awal yang sangat penting dalam menentukan harga jual yang tepat kepada konsumen, dengan harapan dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan dan menjamin kelangsungan usahanya dalam jangka panjang (Setiadi & dkk, 2014, hal. 71).

Biaya produksi adalah jumlah biaya yang dikeluarkan untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dipasarkan (Hernanto, 2017). Biaya produksi merupakan seluruh biaya yang dinilai melekat pada produk, diantaranya biaya yang dikeluarkan secara langsung maupun tidak langsung, dan dapat didenifisikan dengan kegiatan pengolahan bahan baku menjadi produk jadi. Secara keseluruhan, biaya produksi dapat dikategorikan dalam tiga aspek, yakni biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* (Muhammad & Indah, 2020, hal. 1-11)

Biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan sebelum dan sesudah periode akuntansi berjalan, biaya produk dan jasa yang diperoleh untuk diproses hingga selesai. Biaya-biaya ini adalah semua biaya

persediaan, yang merupakan biaya produk yang dicatat sebagai aset di neraca pada saat terjadinya dan berubah menjadi harga pokok penjualan pada saat penjualan produk. Semua biaya produksi yang dikeluarkan untuk barang yang dijual termasuk dalam beban pokok penjualan (Sofia & Septian, 2014).

Biaya produksi terdiri dari biaya *overhead* pabrik, bahan baku langsung, dan tenaga kerja langsung, serta persediaan produk dari proses pertama. Biaya-biaya ini kemudian dikurangkan dari persediaan produk dari proses akhir (Bustami & Nurlela, 2023).

Dapat disimpulkan bahwa biaya produksi meliputi semua biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi, yaitu kegiatan mengubah bahan baku menjadi produk jadi. Biaya-biaya ini meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik.

a. Tiga komponen utama biaya produksi adalah:

- 1) Biaya yang dikeluarkan untuk membeli bahan baku yang dibutuhkan untuk produksi barang jadi dalam jumlah tertentu dikenal sebagai biaya bahan baku. Pada volume tertentu, bahan yang berkontribusi langsung dan dapat diidentifikasi dalam produk akhir disebut biaya bahan baku langsung. Biaya-biaya ini dapat dengan mudah dikaitkan ke langkah produksi tertentu atau ke setiap unit produk yang diproduksi.
- 2) Pembayaran kepada karyawan yang terlibat langsung dalam proses produksi disebut biaya tenaga kerja langsung. Tenaga kerja langsung mengacu pada orang-orang yang terlibat langsung dalam proses mengubah bahan mentah menjadi produk jadi.
- 3) Selain tenaga kerja langsung dan bahan baku langsung, biaya overhead mencakup semua biaya lain yang terkait dengan proses produksi. Biaya ini sering disebut sebagai biaya overhead manufaktur atau biaya overhead pabrik. Biaya ini meliputi biaya tenaga kerja tidak langsung dan biaya material yang tidak terkait langsung dengan produk akhir.

Komponen akuntansi keuangan adalah perhitungan harga pokok produksi. Laba atau rugi perusahaan, yang akan diungkapkan kepada pihak luar, ditentukan oleh harga pokok barang. Manajemen mendasarkan penilaiannya pada informasi biaya produk ketika menentukan harga jual yang sesuai. Sebelum menentukan harga jual produk, bisnis menghitung biaya produksi barang. Biaya produksi barang ditampilkan dalam laporan laba rugi perusahaan dan digunakan oleh bisnis untuk membandingkan pendapatan. Hal ini membuat manajemen menjadi lebih sederhana untuk bisnis. Berikut ini adalah beberapa manfaat informasi untuk manajemen biaya produksi, menurut Mulyadi:

- 1) Menentukan harga jual produk.
- 2) Memantau realisasi biaya produksi.
- 3) Menghitung laba atau rugi periodik.
- 4) Menentukan harga pokok persediaan produk jadi dan produk dalam proses yang disajikan dalam neraca (Andini, 2021)

Mengetahui biaya produksi akan membantu menentukan harga jual. Untuk memastikan bahwa produk dapat bersaing dengan barang lain di pasar, biaya pembuatan produk dan jumlah biaya produksi harus ditentukan sebelum menentukan harga jual. Harga jual akan mendapatkan keuntungan dari biaya produksi, dan agar produk dapat bersaing di pasar, biaya pembuatan dan produksi harus dipahami sebelum harga jual ditentukan.

b. Unsur-Unsur Harga Pokok Produksi

Unsur-unsur harga pokok produk dapat diklasifikasikan ke dalam tiga jenis, yaitu:

1) Biaya Bahan Baku

Biaya bahan baku dapat dibagi menjadi dua kategori, yaitu biaya bahan baku langsung dan biaya bahan baku tidak langsung. Bahan baku langsung adalah bahan yang dapat dilacak dengan mudah dan akurat ke produk akhir. Bahan baku yang merupakan

komponen utama dalam produksi produk jadi termasuk dalam kategori bahan baku langsung karena bahan-bahan ini dapat dilacak dengan mudah dan akurat ke produk jadi. Contoh bahan baku langsung adalah kayu untuk membuat furnitur, kain untuk membuat pakaian, dan kulit untuk membuat sepatu. Biaya bahan baku langsung adalah biaya yang dikeluarkan untuk bahan baku langsung yang digunakan dalam proses produksi. Misalnya bahan baku langsung dibeli sebanyak 1.000 kg dengan harga Rp5.000 per kg dan digunakan sebanyak 800 kg, maka biaya bahan baku langsung yang digunakan adalah Rp1.000.000 ($200 \text{ kg} \times \text{Rp}5.000$), yaitu: nilai bahan baku langsung yang tidak terpakai pada akhir periode. Di sisi lain, bahan baku tidak langsung adalah bahan yang tidak dapat dilacak dengan mudah dan akurat ke produk akhir. Pelacakan bahan mentah ini membutuhkan biaya tambahan dan hasilnya tidak selalu akurat. Contoh bahan baku tidak langsung adalah bahan pembantu seperti paku yang digunakan dalam pembuatan mebel, atau kawat yang digunakan dalam pembuatan pakaian dan sepatu.

2) Biaya Tenaga Kerja Langsung

Tenaga kerja langsung mengacu pada pekerja yang terlibat langsung dalam proses produksi barang jadi, di mana upah mereka dihitung berdasarkan unit yang diproduksi atau jam kerja, seperti Rp50.000 per unit atau Rp5.000 per jam. Namun, pekerja yang memainkan peran langsung dalam produksi barang jadi tetapi dibayar harian atau bulanan tidak dapat diklasifikasikan sebagai tenaga kerja langsung karena upah mereka tidak dapat dengan mudah dan akurat dikaitkan dengan produk yang dihasilkan. Misalnya, jika pekerja dibayar harian, seorang pekerja yang memproduksi dua unit produk per hari menerima upah yang sama dengan pekerja yang memproduksi lima unit produk dalam jumlah waktu yang sama. Oleh karena itu, tenaga kerja langsung meliputi mereka yang secara nyata terlibat dalam produksi barang jadi dan

menerima upah berdasarkan hasil produksi atau waktu yang dihabiskan, serta pekerja yang dipekerjakan dalam posisi manajemen atau administrasi pabrik, seperti mandor, manajer pabrik, dan staf administrasi pabrik, yang upahnya dibayarkan harian atau dibayarkan bulanan, tetapi tidak terkait langsung dengan jumlah barang yang diproduksi.

3) Biaya Overhead Pabrik

Biaya *overhead* pabrik mencakup semua biaya yang terkait dengan proses produksi, kecuali bahan langsung dan tenaga kerja langsung. Biaya ini termasuk dalam kategori biaya tidak langsung yang tidak dapat dilacak dengan mudah atau akurat kembali ke produk tertentu. Biaya *overhead* pabrik dalam hal ini meliputi berbagai jenis biaya yang menunjang proses produksi namun tidak terlibat langsung dalam pembuatan produk, seperti biaya penyusutan aktiva tetap pabrik, biaya asuransi pabrik, biaya bahan bakar yang digunakan dalam operasional pabrik, dan lain sebagainya. Biaya lainnya yang terkait dengan pemeliharaan aktivitas produksi secara keseluruhan. Biaya *overhead* pabrik penting untuk dipertimbangkan saat menghitung harga pokok produksi karena, meskipun biaya-biaya ini tidak dapat dikaitkan langsung ke produk, biaya-biaya ini tetap berkontribusi terhadap keseluruhan proses produksi.

c. Tujuan Perhitungan Harga Pokok Produksi

Berikut ini beberapa tujuan perhitungan biaya produksi:

1) Menentukan harga jual produk

Industri dapat menentukan harga jual produk dengan menganalisis biaya produksi. Selain itu, manajemen juga harus mempertimbangkan faktor-faktor lain yang mempengaruhi penentuan harga penjualan, seperti perubahan kondisi pasar dan kebijakan yang diterapkan pemerintah.

2) Pemantauan realisasi biaya produksi

Untuk melaksanakan rencana produksi yang disusun, manajemen memerlukan informasi mengenai biaya produksi aktual. Untuk memastikan bahwa proses produksi berjalan sesuai dengan anggaran yang ditetapkan, akuntansi biaya digunakan untuk mengumpulkan data tentang biaya yang dikeluarkan selama periode waktu tertentu. Biaya untuk produk yang sedang berjalan dihitung untuk mencatat biaya produksi yang dikeluarkan selama periode tersebut.

3) Hitung untung rugi untuk periode tertentu

Manajemen memerlukan informasi mengenai biaya produksi yang dibutuhkan untuk menghasilkan barang selama periode tertentu guna mengevaluasi apakah aktivitas produksi dan pemasaran yang dilakukan selama waktu itu menghasilkan laba kotor atau benar-benar menimbulkan kerugian kotor.

2. Metode Perhitungan Harga Pokok Produksi

Salah satu faktor yang harus diperhitungkan saat menentukan harga jual produk adalah harga pokok produksi. Setiap bisnis harus menghitung biaya produksi yang benar dan tepat karena, jika tidak ada perhitungan seperti itu, perusahaan manufaktur yang bersangkutan akan mengalami kesulitan untuk mengetahui berapa harga yang harus dibebankan untuk suatu produk. Untuk bisnis yang ingin memaksimalkan keuntungan, harga jual dan realisasi biaya produksi memiliki dampak yang signifikan terhadap seberapa baik bisnis mencapai tujuannya dan bertahan di pasar yang sangat kompetitif. Memangkas biaya produksi sebanyak mungkin untuk meningkatkan pendapatan adalah langkah penting untuk mencapai hal ini. (Setiadi & dkk, 2014).

Metode biaya produksi adalah metode yang digunakan oleh bisnis untuk menghitung total biaya yang dikeluarkan dalam proses pembuatan barang atau penyediaan layanan. Harga Pokok Produksi (HPP) sangat

penting dalam menentukan harga jual suatu produk dan menghitung laba yang diperoleh perusahaan.

Ada dua pendekatan utama untuk menentukan biaya produksi, yaitu metode biaya penuh dan metode biaya variabel. Metode *full costing* merupakan metode yang memasukkan semua jenis biaya produksi dalam perhitungan harga pokok produksinya, meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik, baik yang variabel maupun tetap (Badriah & Nurwanda, 2019, hal. 411-421). Sedangkan metode *variable costing* merupakan suatu metode perhitungan biaya produksi yang hanya memperhitungkan biaya-biaya produksi yang bersifat variabel saja dalam menghitung biaya-biaya produksinya, seperti biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik yang bersifat variabel (Siswanti, 2016, hal. 44-58).

Dengan demikian, metode biaya penuh dan metode biaya variabel dapat didefinisikan sebagai dua metode yang digunakan untuk menentukan biaya produksi. Untuk menghindari kesalahan dalam perhitungan biaya produksi yang dapat menimbulkan inefisiensi, perusahaan harus menggunakan metode yang benar dan akurat. Metode yang dapat dipilih saat menghitung biaya produksi adalah biaya penuh dan biaya variabel.

Selain metode perhitungan biaya penuh dan perhitungan biaya variabel, ada beberapa metode lain yang umum digunakan saat menghitung biaya produksi. Berikut ini adalah beberapa metode yang umum digunakan:

a. Metode *full costing* (biaya penuh)

Dalam pendekatan ini, semua biaya produksi, baik variabel maupun tetap, dimasukkan dalam perhitungan biaya produksi. Biaya yang dihitung dengan metode biaya penuh meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik. Metode perhitungan biaya penuh merupakan metode penghitungan biaya produksi yang memasukkan semua unsur biaya produksi ke dalam harga pokok produk, meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja

langsung, dan biaya *overhead* pabrik, baik yang tetap maupun yang variabel. Metode ini biasanya digunakan untuk mengakomodasi kepentingan pihak eksternal perusahaan (Anam, 2021).

b. Metode *variabel costing* (biaya variabel)

Berbeda dengan perhitungan *full costing*, dalam metode perhitungan biaya variabel, hanya biaya variabel yang berhubungan langsung dengan proses produksi saja yang dimasukkan dalam perhitungan biaya produksi. Biaya tetap seperti biaya administrasi dan pemasaran tidak termasuk dalam biaya produksi, tetapi dicatat sebagai biaya periode.

c. Metode *Activity Based Costing* (ABC)

Metode ABC menghitung biaya produksi berdasarkan aktivitas yang mendukung proses produksi. Setiap aktivitas yang berlangsung dalam proses produksi dianalisis untuk menentukan biaya yang dikeluarkan oleh setiap produk yang diproduksi. Metode ini lebih kompleks, tetapi dianggap lebih akurat dalam memperhitungkan biaya *overhead*. Langkah-langkah dalam metode ABC:

- 1) Identifikasi aktivitas yang terlibat dalam produksi.
- 2) Hitung biaya yang terkait dengan setiap aktivitas.
- 3) Alokasikan biaya aktivitas ke produk berdasarkan konsumsi aktivitas tersebut.

d. Metode *Job Order Costing*

Metode ini digunakan untuk menghitung harga pokok produksi berdasarkan pesanan atau proyek tertentu. Setiap pesanan atau proyek memiliki biaya produksi yang berbeda, sehingga biaya dihitung secara individual untuk setiap pesanan.

e. Metode *Process Costing*

Metode ini digunakan oleh perusahaan yang memproduksi barang dalam jumlah besar dan proses produksi dilakukan secara berkesinambungan (*continuous production*). Biaya dibebankan secara merata ke setiap unit produk.

3. *Full Costing*

Full Costing juga dikenal sebagai perhitungan biaya penyerapan, merupakan suatu metode penghitungan biaya pokok produksi di mana semua biaya yang terlibat dalam proses produksi, baik biaya tetap maupun biaya variabel, dialokasikan ke unit produk yang diproduksi. Metode ini mencakup biaya seperti bahan baku, tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead*, baik variabel maupun tetap. Dengan metode penetapan biaya penuh, biaya *overhead* tetap dianggap sebagai bagian dari biaya produk, artinya biaya tersebut dialokasikan ke produk dan dicatat sebagai bagian dari persediaan pada neraca perusahaan hingga produk tersebut terjual. (Suratminingsih,dkk, 2024).

Metode biaya penuh telah digunakan secara luas untuk menentukan harga pokok. Mayoritas bisnis menggunakan pendekatan ini untuk menentukan harga pokok produk yang mereka jual karena masuk akal untuk menjaga kelangsungan bisnis dan mengasumsikan bahwa semua biaya harus ditanggung oleh pelanggan.

Teknik penghitungan biaya barang yang diproduksi yang mencakup semua biaya produksi disebut pendekatan biaya penuh (*full costing*). Oleh karena itu, tidak ada perbedaan antara biaya produksi tetap dan variabel. Beberapa biaya tetap mungkin masih terkait dengan barang yang tidak terjual karena biaya produksi barang mencakup biaya produksi tetap dan variabel. Akibatnya, biaya tetap yang masih terkait dengan barang yang belum terjual tidak dikurangkan pada waktu yang tepat (Iryanie, 2019).

Menurut Mulyadi (2015), *full costing* merupakan suatu metode perhitungan biaya produksi yang mencakup seluruh biaya yang terlibat dalam proses produksi, meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik, yang terdiri dari biaya variabel dan biaya tetap. Dengan kata lain, perhitungan biaya penuh merupakan suatu cara penghitungan biaya produksi yang mencakup seluruh unsur biaya yang berkaitan langsung dengan proses produksi, yaitu biaya tenaga kerja

langsung, biaya bahan baku, dan biaya overhead pabrik, baik yang variabel maupun tetap. Oleh karena itu, komponen biaya berikut ini membentuk biaya produksi sebagaimana ditentukan oleh metode biaya penuh:

Biaya bahan baku	xxx
Biaya tenaga kerja langsung	xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik variable	xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik tetap	<u>xxx</u> +
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>

a. Perbedaan antara *full costing* dan *variable costing* yaitu terletak pada, sebagai berikut:

1) Pengaruh terhadap Laba Bersih

Full costing: Laba bersih dipengaruhi oleh volume produksi. Laba bersih akan lebih rendah jika volume produksi lebih rendah, karena biaya tetap yang dialokasikan ke produk tetap konstan.

Variable costing: Laba bersih tidak dipengaruhi oleh perubahan volume produksi, karena biaya tetap tidak dialokasikan ke produk. Sehingga, laba bersih hanya dipengaruhi oleh biaya variabel.

2) Pengambilan Keputusan Manajerial

full costing: Cocok untuk pengambilan keputusan jangka panjang dan penetapan harga jual produk, karena mencerminkan total biaya produksi.

Variable costing: Lebih cocok untuk analisis laba kontribusi, evaluasi kinerja manajerial, dan pengambilan keputusan jangka pendek, karena memberikan visibilitas yang lebih baik terhadap biaya variabel yang dapat dikendalikan.

3) Laporan Keuangan

full costing: Menyajikan laba bersih yang terpengaruh oleh volume produksi dalam laporan laba rugi.

Variable costing: Menyajikan laba bersih yang stabil karena tidak dipengaruhi oleh volume produksi dalam laporan laba rugi.

4) Pengaruh Pada Pajak

Full costing: Laba bersih yang lebih rendah akibat volume produksi yang rendah dapat mengurangi pajak yang harus dibayarkan.

Variable costing: Laba bersih yang stabil tidak dipengaruhi oleh volume produksi, sehingga pajak yang harus dibayarkan tetap konsisten

5) Fleksibilitas Dalam Pengelolaan Biaya

Full costing: Kurang fleksibel karena biaya tetap dialokasikan ke produk, sehingga kurang responsif terhadap perubahan volume produksi.

Variable costing: Lebih fleksibel karena biaya tetap tidak dialokasikan ke produk, sehingga lebih mudah untuk menyesuaikan biaya dengan perubahan volume produksi. (Asti Kartini & dkk, 2024, pp. 127-128)

b. Keterbatasan *Full costing*

- 1) Distorsi Laporan Keuangan: Jika volume produksi berfluktuasi. *Full costing* dapat menyebabkan distorsi dalam laporan laba rugi karena biaya tetap pabrik dialokasikan ke unit produk, yang dapat menyebabkan fluktuasi laba bersih.
- 2) Kurang Fleksibel: *Full costing* cenderung kurang fleksibel dalam menghadapi perubahan volume produksi atau permintaan pasar karena biaya tetap dialokasikan ke setiap unit produk, bahkan jika produksi turun.
- 3) Kurang Akurat untuk Pengambilan Keputusan Khusus: Dalam situasi di mana biaya tetap pabrik tidak relevan dengan pengambilan

keputusan tertentu, *Full costing* mungkin tidak memberikan informasi yang akurat

c. Penerapan *Full Costing* Dalam Penentuan Harga Jual

Berikut ini penerapan metode akuntansi biaya penuh dalam menentukan harga penjualan:

1) Hitung total biaya produksi

Full Costing mencakup semua biaya yang terkait dengan proses produksi, baik biaya variabel maupun biaya tetap. Ini termasuk biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik (baik variabel maupun tetap), dan biaya lain yang terkait langsung dengan produksi barang.

2) Hitung biaya per unit produk

Berdasarkan metode akuntansi *Full Costing*, perusahaan menghitung biaya produksi per unit dengan membagi total biaya produksi dengan jumlah unit yang diproduksi. Proses ini melibatkan pengalokasian biaya tetap dan variabel untuk setiap unit produk yang diproduksi.

3) Tambahkan margin untuk menentukan harga penjualan

Setelah menghitung biaya produksi per unit, perusahaan biasanya menambahkan margin keuntungan untuk menentukan harga jual produk. Margin ini mencakup laba yang diinginkan dan biaya nonproduksi, seperti biaya pemasaran, distribusi, dan administrasi.

4) Dampak pada harga

Dengan memperhitungkan semua unsur biaya produksi dalam proses penentuan harga jual, perusahaan dapat memastikan bahwa harga yang ditetapkan mencakup semua biaya yang terkait dengan produksi barang. Ini membantu perusahaan menghasilkan laba yang cukup untuk menutupi biaya produksi dan mencapai laba yang diinginkan.

5) Mendukung pengambilan keputusan strategis

Penerapan akuntansi biaya penuh dalam menentukan harga penjualan juga berperan dalam pengambilan keputusan strategis perusahaan. Ini membantu dalam menetapkan harga yang kompetitif, merumuskan strategi harga jangka panjang, dan mengevaluasi kinerja produk yang ada di pasar.

4. Harga Jual

a. Harga

Bisnis sering kali salah ketika memperkirakan harga jual barang mereka, dan perusahaan manufaktur khususnya sering kali salah ketika memperkirakan biaya produksi barang yang mereka produksi. Harga jual sering kali terlalu rendah atau terlalu tinggi karena kesalahan dalam perhitungan biaya produksi. Hal ini memengaruhi laba aktual yang diperoleh dibandingkan dengan laba yang salah atau tidak tepat yang diantisipasi.

Harga adalah jumlah yang dibutuhkan untuk mencapai kombinasi dari penggunaan suatu produk pada saat tertentu, bersama dengan nilai dari keuntungan yang memungkinkan pelanggan untuk memiliki barang dan jasa (Bahri,R & Rahmawaty, 2019). Harga suatu produk atau jasa adalah jumlah uang yang dibayarkan untuk produk atau jasa tersebut, atau nilai yang ditukarkan oleh pelanggan dengan manfaat yang diperoleh dari penggunaan produk atau jasa tersebut (Kotler & Keller, 2018)

Perusahaan harus menetapkan harga pertama kali dalam beberapa situasi, yaitu:

- 1) Saat perusahaan mengembangkan atau menciptakan produk baru.
- 2) Saat perusahaan pertama kali memperkenalkan produk regulernya.
- 3) Saat perusahaan mengikuti lelang untuk kontrak kerja baru.

Harga memegang peranan penting dalam pertukaran pemasaran (*marketing exchange*). Bagi konsumen, harga mencerminkan biaya atau pengorbanan dibandingkan dengan nilai atau manfaat yang mereka dapatkan dari produk. Sementara itu, pemasar memperhitungkan biaya bisnis seperti produksi, promosi, distribusi, dan riset pasar. Biaya-biaya tersebut digunakan pemasar untuk menghitung potensi keuntungan yang dapat diperoleh. Agar pertukaran pemasaran (*marketing exchange*) dapat terjadi, harga yang dibayarkan konsumen harus sesuai dengan harapan mereka terhadap manfaat atau kepuasan yang akan mereka terima (Tanama Putri, 2017).

Setiap bisnis pasti memiliki tujuan dalam menetapkan harga untuk produk yang mereka hasilkan. Harga merupakan aspek penting yang harus Anda pertimbangkan dengan serius saat menetapkan harga suatu produk. Bisnis harus menentukan tujuan apa yang ingin dicapai dengan menawarkan produk tertentu. Tujuan ini dapat bervariasi dari satu bisnis ke bisnis lainnya. Beberapa tujuan penetapan harga adalah:

1) Mendapatkan posisi pasar.

Misalnya, dengan menetapkan harga rendah untuk meningkatkan penjualan dan pangsa pasar. Strategi ini dapat diterapkan melalui perang harga dan pengurangan kontribusi laba.

2) Mencapai kinerja keuangan

Harga dipilih untuk mendukung pencapaian tujuan keuangan, seperti meningkatkan laba dan arus kas. Namun, harga yang terlalu tinggi dapat menjadi kurang menarik bagi pembeli.

3) Harga digunakan untuk memperkuat citra produk, mempromosikan manfaatnya, menciptakan kesadaran, dan mencapai tujuan posisi lainnya.

4) Merangsang Permintaan

Harga dapat digunakan untuk mendorong konsumen mencoba produk atau merek tertentu, terutama saat penjualan sedang stagnan.

5) Mempengaruhi persaingan.

Harga dapat dimanfaatkan untuk mempengaruhi persaingan yang ada atau calon pembeli, dengan cara menghambat masuknya pesaing baru ataupun bertambahnya *market share* pesaing yang ada.

Selain dari penentuan dan penetapan harga, perusahaan juga harus menganalisis tempat dan situasi yang akan menjadi target untuk penjualan produksinya. Analisis situasional dalam bidang penetapan harga melibatkan beberapa aspek penting seperti memperkirakan sensitivitas pasar terhadap perubahan harga, menentukan biaya produk, menganalisis persaingan, dan menilai kemungkinan hambatan hukum dan etika. Berikut ini adalah beberapa situasi penetapan harga yang perlu dianalisis:

1) Sensitivitas pasar terhadap harga

Sensitivitas ini dapat diukur dengan elastisitas harga. Ini adalah persentase perubahan kuantitas yang diminta sebagai respons terhadap perubahan harga dibagi dengan persentase perubahan harga itu sendiri. Elastisitas harga ini memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan penetapan harga.

2) Biaya produk

Langkah-langkah berikut perlu diperhatikan saat menganalisis biaya:

- a) Menentukan struktur biaya: Langkah pertama adalah menganalisis strategi biaya yang terkait dengan produksi dan distribusi produk.
- b) Analisis hubungan biaya-volume: Analisis ini mengukur sejauh mana volume produksi memengaruhi biaya dan distribusi produk.
- c) Analisis keunggulan kompetitif: Menempatkan pesaing utama dalam kategori biaya produk relatif.
- d) Perkiraan dampak pengalaman terhadap biaya: Analisis kurva pembelajaran berdasarkan data historis menunjukkan bahwa

seiring peningkatan volume produksi, biaya dan harga produk cenderung menurun.

- e) Menentukan pengendalian biaya: Ini melihat tingkat pengendalian biaya melalui kepemilikan, pengembangan, daya tawar dengan pemasok, inovasi proses, dan faktor terkait lainnya.

3) Analisis persaingan

Saat menganalisis persaingan, penting untuk mengevaluasi setiap strategi penetapan harga yang digunakan oleh para pesaing. Hal ini dilakukan untuk mengidentifikasi perusahaan mana yang menjadi pesaing langsung dan bagaimana harga mereka dibandingkan dengan harga perusahaan lain. Analisis ini juga melihat sejauh mana harga merupakan elemen aktif dalam strategi pemasaran. Selain itu, perlu untuk melihat seberapa sukses strategi penetapan harga yang telah mereka terapkan dan bagaimana reaksi para pesaing terhadap perubahan dalam strategi penetapan harga.

4) Persaingan terhadap hambatan-hambatan hukum dan etika.

Saat menganalisis situasi penetapan harga, perlu mempertimbangkan faktor hukum dan etika yang dapat memengaruhi pilihan strategi penetapan harga. Berbagai peraturan dan undang-undang yang berlaku dapat memengaruhi keputusan penetapan harga. Saat merancang strategi penetapan harga, pemilik bisnis harus memutuskan strategi mana yang ingin mereka gunakan untuk bisnis mereka. Beberapa metode yang dapat digunakan dalam menentukan harga meliputi:

- a) Penetapan harga *mark-up*: Metode dasar ini menerapkan mark-up standar pada biaya produksi untuk menentukan harga akhir.
- b) Penetapan harga target *return*: Strategi ini menetapkan harga dengan tujuan mencapai laba atas investasi atau *Return on investment* (ROI) tertentu yang diinginkan.
- c) Penetapan harga nilai yang dipersepsikan: Metode ini menjadi semakin populer karena berfokus pada persepsi pembeli tentang

nilai, bukan hanya biaya penjual. Beberapa elemen nonharga dalam bauran pemasaran digunakan untuk membentuk persepsi konsumen tentang nilai.

- d) Penetapan Harga Nilai: Metode ini menetapkan harga yang relatif rendah untuk produk berkualitas tinggi, dengan tujuan memberikan nilai tinggi kepada konsumen.
- e) Penetapan Harga Berbasis Pasar: Dalam metode ini, perusahaan lebih berfokus pada harga pesaing daripada biaya internal atau permintaan mereka sendiri.
- f) Penetapan Harga Lelang Tertutup: Strategi ini sering digunakan dalam situasi ketika perusahaan mengajukan penawaran tertutup untuk proyek tertentu. Harga ditetapkan berdasarkan estimasi strategi penetapan harga pesaing, bukan hanya biaya atau permintaan perusahaan. (Tanama Putri, 2017).

b. Harga Jual

Harga jual merupakan jumlah yang mencakup seluruh biaya, baik biaya produksi maupun nonproduksi, ditambah dengan margin keuntungan yang wajar. Akan tetapi, biaya-biaya tersebut seringkali hanya memberikan dampak yang kecil terhadap harga jual suatu produk atau jasa. Harga jual merupakan sejumlah biaya yang dibebankan oleh suatu badan usaha kepada konsumen atau pembeli atas produk atau jasa yang ditawarkan (Supriyono, 2013).

Tiga faktor fundamental - harga kompetitif, pasokan, dan biaya produksi - digunakan oleh perusahaan untuk menentukan harga jual barang mereka. Salah satu elemen penting yang dapat dipertimbangkan untuk mempengaruhi pertumbuhan dan kelangsungan hidup perusahaan adalah harga jual. Karena dianggap sebagai indikator yang lebih masuk akal untuk mendapatkan pendapatan yang layak, penetapan harga dalam gagasan konvensional tentang harga jual lebih menekankan pada komponen nilai kuantitas (Efendi & Amin, 2020).

Dari berbagai definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa harga jual merupakan nilai akhir suatu barang. Harga jual merupakan penjumlahan dari biaya produksi dan biaya tambahan lainnya yang terkait dengan produksi barang tersebut, ditambah dengan margin keuntungan yang diinginkan.

c. Tujuan penetapan Harga Jual

Harga langsung memengaruhi jumlah barang yang dijual dan memiliki efek besar pada pendapatan bisnis. Agar pelanggan dan produsen dapat mencapai kesepakatan jual-beli, harga sangat penting. Bisnis harus menetapkan harga dengan tepat untuk menarik minat konsumen terhadap suatu produk. Lima saran harga yang mendasar adalah sebagai berikut:

1) Kelangsungan hidup

Ketika menghadapi situasi seperti kelebihan kapasitas produksi, persaingan yang ketat, atau perubahan preferensi konsumen, perusahaan mungkin memprioritaskan keberlanjutan operasinya. Agar tetap beroperasi, perusahaan harus memastikan bahwa harga yang mereka tetapkan mencakup biaya tetap dan biaya variabel. Dalam skenario ini, mempertahankan kelangsungan hidup jangka panjang menjadi tujuan utama jangka pendek. Perusahaan harus terus mencari cara untuk menciptakan nilai bagi konsumen. Jika tidak, mereka berisiko bangkrut atau gagal.

2) Laba Maksimum sekarang

Banyak bisnis berusaha menentukan harga yang akan mengoptimalkan keuntungan mereka saat ini. Perusahaan menentukan harga yang memaksimalkan laba saat ini, arus kas, atau laba atas investasi setelah memperkirakan biaya dan permintaan yang terkait dengan berbagai penetapan harga. Pendekatan ini didasarkan pada pemahaman perusahaan tentang permintaan aktual dan fungsi biaya, yang keduanya sulit diprediksi. Memprioritaskan kesuksesan saat ini di atas hasil jangka panjang dapat merugikan

bisnis dengan mengabaikan dampak dari elemen bauran pemasaran lainnya, tanggapan pesaing, dan peraturan harga.

3) Pangsa pasar maksimum

Beberapa bisnis ingin meningkatkan pangsa pasar mereka sebanyak mungkin. Mereka beranggapan bahwa volume penjualan yang besar akan meningkatkan profitabilitas jangka panjang dan mengurangi biaya unit. Dengan asumsi bahwa pasar sensitif terhadap harga, maka akan menentukan harga terendah.

4) Menguasai pasar secara maksimum

Harga tinggi lebih disukai oleh perusahaan yang memperkenalkan teknologi baru untuk meningkatkan pangsa pasar mereka. Dominasi pasar masuk akal dalam kondisi berikut ini:

- a) Terdapat permintaan yang kuat saat ini dan jumlah pelanggan yang memadai.
- b) Dengan menetapkan harga yang dapat diterima pasar, biaya produksi dalam jumlah kecil tidak terlalu mahal sehingga dapat menunda pendapatan.
- c) Lebih banyak saingan tidak tertarik ke pasar dengan harga awal yang tinggi.
- d) Penetapan harga premium menghancurkan persepsi produk berkualitas tinggi.

5) Kepemimpinan mutu produk

Sebuah bisnis mungkin bertujuan untuk mendominasi pasar dalam hal kualitas produk. Banyak merek bertujuan untuk menjadi barang yang paling mewah yang dapat diproduksi, barang atau jasa yang dibedakan oleh tingkat persepsi kualitas, rasa, dan prestise yang tinggi, dan yang harganya cukup tinggi sehingga terjangkau oleh pelanggan.

6) Tujuan lain

Lembaga pemerintah dan lembaga nirlaba dapat menggunakan tujuan penetapan harga yang berbeda. Mengetahui

bahwa organisasi harus bergantung pada kontribusi swasta dan bantuan pemerintah untuk memenuhi sisa pengeluaran, universitas mencoba untuk menutup sebagian pengeluaran mereka. Dalam penetapan harga, rumah sakit nirlaba dapat bertujuan untuk menutup semua pengeluaran. Bisnis yang menggunakan penetapan harga sebagai alat strategis akan menghasilkan lebih banyak uang daripada bisnis yang hanya membiarkan biaya atau pasar menentukan harga, terlepas dari tujuan yang tepat (Kotler & Keller, 2018).

d. Faktor Faktor yang mempengaruhi Penetapan Harga

Perusahaan harus menyadari variabel-variabel yang dapat mempengaruhi harga jual. Menetapkan harga jual dapat dipengaruhi oleh tiga elemen utama, yang meliputi hal-hal berikut:

- 1) Pelanggan (*Customers*)
- 2) Pesaing (*Competitors*)
- 3) Biaya (*Cost*)

Sementara itu, variabel-variabel berikut ini dapat berdampak pada tingkat harga:

1) Elastisitas harga permintaan

Sejauh mana permintaan untuk jenis barang tertentu pada harga tertentu berubah dikenal sebagai elastisitas harga. Ketika pelanggan bereaksi terhadap perubahan harga produk dengan mengubah jumlah permintaan untuk barang tersebut, permintaan tersebut dapat dikatakan elastis. Sebaliknya, sebuah objek dapat dikatakan tidak elastis atau kurang elastis jika perubahan permintaan terhadap objek tersebut hanya sedikit atau bahkan tidak berpengaruh terhadap perubahan harganya.

2) Faktor persaingan

Elemen penting lainnya yang harus diperhitungkan oleh setiap bisnis adalah penyesuaian harga oleh pesaing. Karena pangsa pasar-sebuah ukuran pangsa pasar dari seluruh pasar dalam sebuah

unit industri-akan tetap tidak berubah jika penyesuaian harga disamakan oleh semua pesaing.

3) Faktor biaya

Batas atas harga terutama ditentukan oleh biaya tetap dan biaya variabel. Hal ini menyiratkan bahwa biaya, setidaknya biaya variabel, harus ditutupi oleh tingkat harga minimal. Jika harga yang murah dapat menghasilkan peningkatan volume penjualan yang cukup besar, biaya rata-rata akan turun.

4) Faktor lini produk

Bisnis dapat menggunakan perluasan lini, seperti pertumbuhan vertikal dan horizontal, untuk mengembangkan lini produk mereka dan menjangkau pasar yang lebih luas. Dalam pertumbuhan vertikal, setiap bisnis besar menjual barangnya. Sejumlah industri kulit saingan membeli barang-barang ternak dari perusahaan peternakan Missal. Dengan cara ini, bisnis tidak hanya berfokus pada penjualan produk sepatu ke bisnis Anda, tetapi juga memasarkan produk ke perusahaan saingan. Sebaliknya, setiap unit bisnis memiliki jumlah dan tingkat pertumbuhan horizontal yang sama. Target pasar dan persyaratan calon pelanggan berbeda-beda. Misalnya, karena calon pelanggan memiliki keinginan yang berbeda-beda, maka perusahaan menyediakan berbagai macam komoditas (Kencana, 2019).

e. Metode Penetapan Harga Jual

Terdapat tiga pendekatan utama dalam penetapan harga suatu produk, yaitu:

1) Penetapan harga berdasarkan biaya

a) Metode penetapan harga berdasarkan biaya plus (*Cost plus pricing method*)

Dalam metode ini, harga jual per unit ditentukan dengan cara menjumlahkan total biaya per unit dengan margin tertentu yang sudah termasuk keuntungan yang diinginkan.

Rumus: Total biaya + margin = harga jual

b) Metode penetapan harga markup (*Markup pricing method*)

Dalam pendekatan ini, harga jual per unit dihitung dengan cara menambahkan markup tertentu pada harga beli per unit.

Rumus: Harga beli + markup = harga jual

c) Metode penetapan harga impas (*Break Event Point/ BEP*)

Metode ini bertujuan untuk mencari titik keseimbangan antara total biaya dan total pendapatan.

Rumus: Total biaya = Total pendapatan

2) Penetapan harga pesaing

Dalam pendekatan ini, harga produk ditentukan berdasarkan harga pesaing. Metode ini sangat cocok untuk produk standar dalam pasar oligopoli. Strategi ini sering digunakan untuk menarik konsumen dan mengatasi persaingan dengan cara menetapkan harga yang lebih rendah dari harga pasar, sehingga pangsa pasar meningkat.

3) Penetapan Harga Berdasarkan Permintaan

Pendekatan ini bergantung pada bagaimana konsumen menilai nilai suatu produk, bagaimana mereka bereaksi terhadap perubahan harga, dan bagaimana mereka menilai kualitas produk tersebut. Untuk mengevaluasi hubungan antara harga dan kualitas, analisis *Price Sensitivity Meter* (PSM) dapat digunakan. Dalam analisis ini, konsumen diminta untuk menunjukkan apakah mereka menganggap harga tersebut murah, terlalu murah, mahal, atau terlalu mahal dan bagaimana hal ini berhubungan dengan kualitas yang mereka terima (Ramdhani, 2020)

f. Strategi Distribusi

Distribusi dapat diartikan sebagai suatu kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk memperlancar dan memperlancar penyampaian barang dan jasa dari produsen kepada konsumen, sehingga barang dan jasa tersebut dapat dimanfaatkan sesuai dengan kebutuhan (jenis, jumlah,

harga, tempat, dan waktu yang tepat). Dengan kata lain, proses distribusi merupakan suatu kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk:

- 1) Menciptakan nilai tambah, melalui berbagai fungsi pemasaran yang mampu mewujudkan kegunaan dalam bentuk, tempat, waktu, dan kepemilikan.
- 2) Menjalankan saluran pemasaran, baik fisik maupun non fisik, dengan lancar. Alur pemasaran yang dimaksud adalah serangkaian kegiatan yang berlangsung antara lembaga pemasaran yang berperan dalam proses pemasaran.

Dalam kegiatan distribusi, perusahaan sering kali harus bekerja sama dengan berbagai perantara (*middleman*) dan menggunakan saluran distribusi (*distribution channel*) tertentu untuk menyalurkan produknya ke pasar.

g. Perantara Pemasaran

Perantara atau perusahaan berperan dalam menghubungkan arus barang dari produsen ke konsumen, baik konsumen akhir maupun konsumen industri. Secara umum, perantara terbagi menjadi dua kategori utama:

- 1) Perantara perdagangan: Perantara ini membeli barang dari produsen dan kemudian menjualnya kembali. Contoh perantara ini adalah pedagang grosir, yang juga dikenal sebagai distributor atau grosir, dan pengecer.
- 2) Agen/perantara: Perantara ini tidak memegang barang tetapi mencari pembeli, bernegosiasi, dan melaksanakan transaksi atas nama produsen.

Pemasar membutuhkan perantara untuk melakukan penyesuaian yang mencakup empat tugas utama berikut:

- 1) Pengumpulan (*Accumulating*): Aktivitas mengumpulkan barang dari berbagai produsen untuk menggabungkannya.

- 2) Pemecahan massal (*Bulk-breaking*): Pembagian produk dari berbagai produsen menjadi jumlah yang lebih kecil berdasarkan permintaan konsumen.
- 3) Pengelompokan (*Sorting*): Aktivitas membagi atau mengelompokkan barang-barang ini ke dalam lini produk yang homogen dengan spesifikasi dan tingkat kualitas tertentu.
- 4) Penggabungan (*Assorting*): Kegiatan menjual berbagai lini produk secara bersamaan.

Penggunaan perantara memanfaatkan tingkat kontak atau hubungan, pengalaman, spesialisasi, dan skala operasional mereka dalam pendistribusian produk. Dengan cara ini, mereka dapat menjangkau pasar sasaran secara lebih efektif dan efisien. (Tanama Putri, 2017).

5. Akuntansi Biaya

Akuntansi dan biaya adalah dua istilah yang membentuk akuntansi biaya. Biaya adalah pengorbanan yang dilakukan dengan mengurangi aset atau meningkatkan kewajiban dalam memproses output yang dikuantifikasi dalam unit keuangan, sedangkan akuntansi adalah metode untuk mendokumentasikan, mengkategorikan, dan meringkas. Oleh karena itu, tindakan mendokumentasikan, mengkategorikan, melaporkan, dan menganalisis biaya yang terkait dengan penciptaan produk dan jasa adalah konsep akuntansi biaya (Harahap & Tukino, 2020).

Salah satu bidang akuntansi yang menghasilkan data terkait biaya adalah akuntansi biaya. Menurut definisinya, akuntansi biaya adalah tindakan mendokumentasikan, mengkategorikan, meringkas, dan mengevaluasi biaya yang terkait dengan produksi dan pemasaran barang jasa (Ghazali, 2023). Sistem informasi yang menemukan, memeriksa, dan mempublikasikan data keuangan dan non-keuangan yang berkaitan dengan harga pembelian atau penggunaan sumber daya di dalam bisnis adalah definisi lain dari akuntansi biaya. Ruang lingkup akuntansi biaya adalah pada biaya produksi dan biaya produk, dengan penekanan khusus pada

perencanaan dan kesulitan manajemen biaya (Horngren, 2023). Menurut Bustami dan Nurlela (2012), akuntansi biaya adalah suatu bidang akuntansi yang memfokuskan diri pada penelitian teknik-teknik untuk mendokumentasikan, mengkuantifikasi, dan melaporkan informasi mengenai biaya-biaya yang terjadi selama proses produksi. Proses mendokumentasikan, mengkategorikan, meringkas, dan menampilkan biaya produksi dan penjualan dengan cara tertentu, serta memahaminya, dikenal sebagai akuntansi biaya (Kurnia, 2023).

Fungsi utama akuntansi biaya adalah menemukan, mengevaluasi, dan melaporkan unsur-unsur biaya yang mendukung laporan keuangan serta menyediakan data yang akurat. Hal ini penting untuk menentukan harga pokok produk yang dihasilkan. Agar dapat menghitung harga pokok produk yang diproduksi, maka perlu dilakukan pengelompokan dan pencatatan biaya-biaya yang dikeluarkan oleh organisasi dengan benar. Akuntansi biaya juga menyediakan informasi tentang biaya untuk berbagai keperluan, termasuk menentukan harga pokok penjualan (Mulyadi, 2015, hal. 7).

Dari uraian di atas, akuntansi biaya dapat diartikan sebagai salah satu cabang ilmu akuntansi yang berfokus pada pencatatan, pengukuran, dan analisis biaya-biaya yang berkaitan dengan proses produksi barang atau jasa. Tujuan utamanya adalah untuk mengidentifikasi, menghitung, dan mengendalikan biaya-biaya sehingga perusahaan dapat menetapkan harga jual yang kompetitif dan meningkatkan efisiensi operasional.

a. Peranan Akuntansi Biaya

Akuntansi biaya menghasilkan informasi biaya yang dibutuhkan manajemen. Tugas utama akuntansi biaya mencakup peran kunci berikut:

1) Menentukan biaya produk, layanan, atau objek biaya lainnya

Akuntansi biaya bertanggung jawab untuk melacak dan mengumpulkan biaya yang terkait dengan berbagai aktivitas yang terkait dengan produksi barang atau penyediaan layanan. Biaya yang

tercatat ini adalah biaya yang telah terjadi di masa lalu (biaya historis). Data biaya historis ini sering digunakan oleh pihak ketiga untuk menilai harga pokok penjualan dan nilai inventaris. Data ini kemudian digunakan untuk mengevaluasi keuntungan yang dicapai.

2) Merencanakan, memantau dan mengevaluasi kinerja

Anggaran berfungsi sebagai alat perencanaan. Dengan menggunakan anggaran sebagai acuan biaya standar, pengendalian biaya dimulai dengan menilai biaya yang diharapkan dikeluarkan sesuai dengan anggaran yang disusun. Biaya aktual kemudian dibandingkan dengan biaya yang tercantum dalam anggaran. Beginilah cara menilai apakah biaya sesuai dengan harapan. Jika terdapat perbedaan dalam total biaya, manajemen harus memeriksa alasan perbedaan tersebut. Jenis-jenis pengeluaran yang benar-benar terjadi (biaya aktual) dan pengeluaran yang telah ditetapkan (anggaran) keduanya termasuk dalam studi perbedaan biaya. Anggaran berfungsi sebagai tolok ukur biaya. Jika ada perbedaan dalam biaya, manajemen harus memeriksa alasan perbedaan tersebut. Jenis biaya yang bervariasi, kuantitas penyimpangan, lokasi penyimpangan, alasan penyimpangan, dan orang yang harus bertanggung jawab atas penyimpangan, semuanya termasuk dalam studi selisih biaya.

3) Pengambilan keputusan secara khusus

Gagasan tentang informasi biaya untuk pengambilan keputusan tertentu, termasuk biaya peluang, biaya yang dapat dihindari, biaya diferensial, dan biaya yang membutuhkan biaya out-of-pocket, dikembangkan oleh akuntansi biaya (Purwaji,dkk, 2018).

b. Fungsi Akuntansi Biaya

Akuntansi biaya berfungsi sebagai penyedia informasi keuangan yang berguna bagi seseorang untuk dapat mengambil keputusan. Akuntansi biaya berfungsi untuk mengukur pengorbanan nilai input guna menghasilkan bagi manajemen, salah satu manfaatnya adalah

mengukur apakah kegiatan usahanya menghasilkan laba atau sisa hasil laba (Mulyadi,2015).

Akuntansi Biaya juga menghasilkan informasi biaya yang dapat digunakan oleh manajemen sebagai dasar perencanaan alokasi sumber daya ekonomi yang dikorbankan untuk menghasilkan output. Akuntansi biaya merupakan alat bagi manajemen dalam fungsinya sebagai perencanaan dan pengontrol. Dalam perencanaan, akuntansi biaya membantu manajemen dalam penganggaran, sedangkan dalam pengendalian, akuntansi biaya membantu manajemen dalam mengambil keputusan terutama mengenai masa depan (Pattinaja, 2014)

c. Tujuan Akuntansi Biaya

Tiga tujuan utama akuntansi biaya dapat dijabarkan sebagai berikut:

1) Penetapan biaya produksi

Akuntansi biaya bertugas untuk mencatat, mengelompokkan, dan meringkas semua biaya yang diperlukan untuk memproduksi barang atau menyediakan jasa, dengan tujuan utama untuk menghitung biaya produksi. Biaya yang termasuk dalam akuntansi biaya adalah biaya historis. Yaitu, biaya yang telah dikeluarkan atau telah terjadi di masa lalu.

2) Pengendalian biaya

Sebelum melakukan pengendalian biaya, penting untuk menentukan berapa biaya yang seharusnya dikeluarkan untuk memproduksi satu unit produk. Departemen akuntansi biaya bertugas untuk memeriksa dan memastikan bahwa biaya aktual sesuai dengan estimasi biaya yang telah ditetapkan. Semua biaya yang dikeluarkan dicatat dan diperiksa melalui akuntansi biaya untuk memastikan bahwa anggaran yang disiapkan tidak melebihi batas yang ditetapkan.

3) Pengambilan keputusan khusus

Akuntansi biaya juga menyediakan informasi tentang pengeluaran di masa mendatang untuk mendukung pengambilan

keputusan tertentu. Laporan yang disiapkan melalui akuntansi biaya berfungsi untuk mendukung pengambilan keputusan manajemen. Keputusan ini adalah tindakan yang diambil manajer berdasarkan data yang disediakan oleh sistem akuntansi biaya (Arfan & dkk, 2013).

d. Klasifikasi Biaya

Klasifikasi atau pengelompokan biaya dilakukan karena biaya yang dikeluarkan selama proses produksi berbeda-beda sifatnya dan digunakan untuk tujuan yang berbeda-beda (Riwayadi, 2014). Pengelompokan biaya perlu dilakukan dengan berbagai cara agar diperoleh informasi yang beragam dan sesuai dengan kebutuhan manajemen yang berbeda-beda, meskipun biaya tersebut berasal dari transaksi yang sama (Siregar, et al., 2017).

Berikut ini beberapa metode yang digunakan untuk mengelompokkan biaya:

1) Klasifikasi biaya berdasarkan fungsi bisnis

a) Biaya produksi

Biaya material merupakan biaya yang berhubungan langsung dengan fungsi produksi, yaitu biaya yang timbul selama proses pengolahan bahan baku menjadi produk jadi, hingga produk tersebut siap dijual. Biaya produksi terdiri dari tiga unsur, yaitu:

(1) Biaya bahan baku langsung

Biaya ini berkaitan dengan komponen-komponen yang digunakan dalam proses produksi. Biaya ini dapat dilacak dan menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari produksi suatu barang tertentu. Misalnya, biaya kayu yang digunakan dalam produksi furnitur atau biaya kulit yang digunakan dalam pembuatan tas.

(2)Biaya tenaga kerja langsung

Biaya ini merujuk pada biaya yang dibayarkan kepada karyawan yang bekerja di bagian produksi, yang manfaatnya dapat dilacak atau diidentifikasi dengan jelas dan secara wajar dikaitkan dengan suatu produk. Contoh: karyawan yang memotong kayu di pabrik furnitur atau juru masak di restoran.

(3)Biaya overhead pabrik

Biaya overhead pabrik adalah biaya yang terkait dengan produksi tetapi tidak dapat secara langsung dikaitkan atau dikaitkan dengan suatu produk tertentu. Ada tiga jenis biaya overhead pabrik:

(a)Biaya bahan tidak langsung

Biaya ini adalah biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi tetapi lebih kecil dari biaya bahan langsung dan tidak dapat secara langsung dikaitkan dengan produk. Contoh: cat atau amplas dalam produksi furnitur atau benang dalam industri tekstil.

(b)Biaya tenaga kerja tidak langsung

Biaya ini merujuk pada biaya tenaga kerja yang dikeluarkan dalam proses produksi tetapi tidak dapat secara langsung dikaitkan dengan produk yang diproduksi. Misalnya: masinis di pabrik atau manajer pabrik.

(c)Biaya tidak langsung lainnya

Biaya ini adalah biaya yang tidak termasuk dalam kategori bahan tidak langsung atau tenaga kerja tidak langsung. Contoh: biaya listrik untuk pabrik atau biaya penyusutan untuk mesin pabrik.

b) Biaya nonproduksi

Biaya nonproduksi adalah biaya yang dikeluarkan untuk, tetapi tidak terkait langsung dengan, proses produksi barang atau jasa.

(1)Biaya pemasaran

Biaya pemasaran adalah biaya yang terkait dengan fungsi pemasaran untuk mempromosikan atau menjual produk. Contohnya termasuk biaya iklan atau komisi untuk departemen pemasaran.

(2)Biaya administrasi dan umum

Biaya administrasi dan umum adalah biaya yang terkait dengan fungsi administrasi dan kegiatan umum yang mendukung kelancaran perencanaan, koordinasi, pengarahan, dan pengendalian dalam suatu perusahaan. Misalnya: biaya pemeliharaan gedung kantor atau tagihan listrik untuk kantor perusahaan.

2) Klasifikasi biaya berdasarkan aktivitas

a) Biaya tetap

Biaya ini tidak berubah, terlepas dari fluktuasi tingkat aktivitas atau volume produksi, selama biaya tersebut tetap berada dalam kisaran yang relevan. Contoh biaya tetap ini adalah gaji manajer atau biaya sewa gedung yang tidak terpengaruh oleh perubahan volume produksi.

b) Biaya variabel

Biaya ini berubah seiring dengan fluktuasi aktivitas dalam kisaran yang relevan. Artinya, semakin tinggi produksi, semakin tinggi pula biaya variabelnya. Contoh biaya variabel adalah upah tenaga kerja langsung atau bahan baku yang digunakan langsung dalam produksi.

c) Biaya semi-variabel

Biaya semi-variabel adalah biaya yang memiliki karakter campuran, yaitu mengandung biaya tetap dan variabel. Misalnya, perhatikan biaya listrik yang digunakan pabrik, dengan komponen tetap dan variabel, atau biaya asuransi kompensasi pekerja untuk karyawan.

3) Klasifikasi berdasarkan objek biaya

a) Biaya langsung

Biaya langsung adalah biaya yang dapat langsung diidentifikasi dan ditelusuri kembali ke objek biaya tertentu. Contoh biaya langsung adalah tepung yang digunakan untuk membuat roti di toko roti atau tanah liat yang digunakan untuk membuat tembikar.

b) Biaya tidak langsung

Biaya tidak langsung adalah biaya yang tidak dapat secara langsung dikaitkan atau diidentifikasi ke objek biaya tertentu. Misalnya, perhatikan biaya tagihan listrik untuk seluruh pabrik atau gaji karyawan yang bekerja di gudang.

4) Klasifikasi biaya berdasarkan departemen

a) Departemen produksi

Departemen produksi adalah unit dalam suatu organisasi yang bertanggung jawab atas proses produksi suatu produk. Contoh departemen produksi adalah departemen jahit pada perusahaan tekstil atau departemen pertukangan kayu pada perusahaan furnitur.

b) Departemen layanan

Departemen layanan mencakup semua bagian organisasi yang mendukung kegiatan tetapi tidak terlibat langsung dalam produksi barang atau jasa. Contoh departemen layanan adalah departemen keuangan dan departemen sumber daya manusia.

5) Klasifikasi biaya berdasarkan pengendalian manajemen

a) Biaya terkendali

Biaya terkendali adalah biaya yang dapat dikendalikan atau diatur oleh perusahaan dalam jangka waktu tertentu. Contoh biaya yang dapat dikendalikan meliputi biaya iklan atau biaya renovasi kantor yang dapat disesuaikan oleh manajemen perusahaan.

b) Biaya yang tidak dapat dikendalikan

Biaya yang tidak dapat dikendalikan adalah biaya yang tidak dapat dipengaruhi atau dikendalikan oleh perusahaan selama jangka waktu tertentu. Contoh biaya yang tidak dapat dikendalikan meliputi biaya untuk memperbaiki peralatan atau biaya untuk mengembangkan produk baru yang tidak dapat diubah dengan mudah oleh perusahaan.

6) Klasifikasi biaya berdasarkan pengambilan keputusan

a) Biaya relevan

Biaya relevan adalah biaya yang diharapkan terjadi di masa mendatang dan memengaruhi pilihan di antara berbagai alternatif keputusan yang tersedia. Biaya relevan ini meliputi:

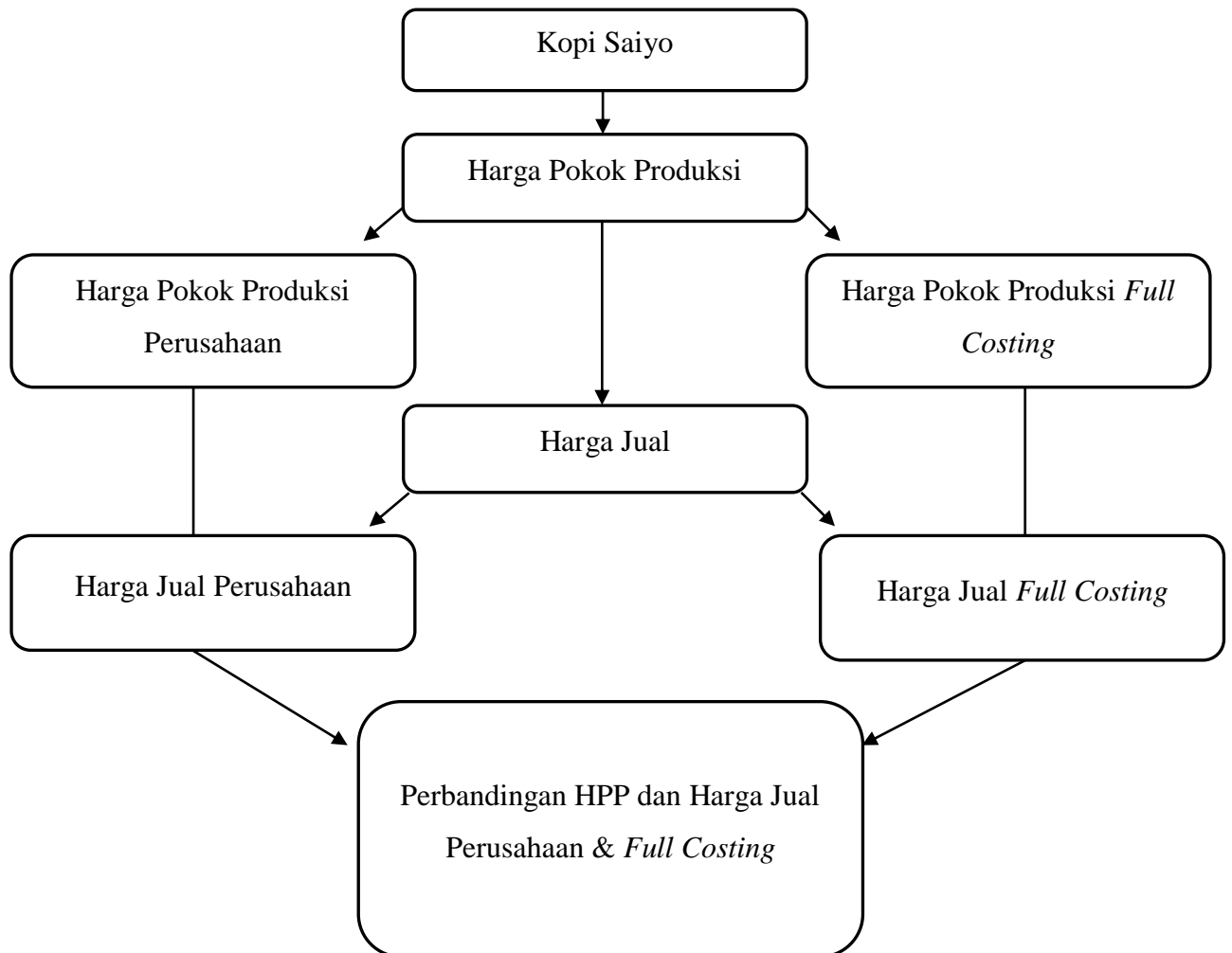
- (1) Biaya diferensial
- (2) Biaya peluang
- (3) Kompensasi tunai
- (4) Biaya yang dapat dihindari

b) Biaya yang tidak relevan

Biaya yang tidak relevan adalah biaya yang tidak memengaruhi atau mengubah keputusan yang dibuat dalam aktivitas atau pilihan tertentu. Biaya yang tidak relevan ini meliputi:

- (1) Biaya hangus
- (2) Biaya masa lalu (Kurnia, 2023, hal. 5-8)

Gambar 2. 1
Alur Berpikir



B. Penelitian Yang Relevan

1. Penelitian yang dilakukan oleh Sherly Anike Putri, Sri Madona Saleh, Elfina Yenti, Mega Rahmi dengan judul “Penerapan Perhitungan Harga Pokok Produksi Dengan Menggunakan Metode Full Costing Untuk Penentuan Harga Jual Pada Usaha Kerupuk Kulit Peto Guguk Ketitiran Batusangkar”. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2024. Hasil penelitian yang dilakukan penulis dapat disimpulkan bahwa terdapat selisih hasil perhitungan harga pokok produksi yang dilakukan oleh usaha kerupuk kulit Peto dengan peneliti. Harga pokok produksi per kg menggunakan metode full costing sebesar Rp 66.781, sedangkan untuk hasil perhitungan menurut usaha kerupuk kulit Peto sebesar Rp 64.320, sehingga terdapat selisih sebesar Rp 2.461. Hal ini disebabkan karena perusahaan belum memasukkan semua unsur biaya yang terlibat dalam proses produksi terutama biaya overhead pabrik serta pengalokasian dari masing-masing biaya produksi belum tepat.

Persamaan penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang penggunaan metode full costing untuk menentukan harga jual pada suatu produk atau barang. Perbedaan penelitian ini yaitu terletak pada objek dan tempat penelitian, dimana pada penelitian yang dilakukan oleh Sherly Anike Putri, Sri Madona Saleh, Elfina Yenti, Mega Rahmi yang berobjek pada Usaha Kerupuk Kulit Peto yang terletak di Guguk Ketitiran Batusangkar. Sedangkan penelitian ini yaitu berobjek pada Kopi Saiyo yang beralamat di Padang Panjang.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Mega Rahmi, Resvina Aida, Salsa Nanda Maharani, Ulfa Fadila, Yosep Eka Putra, Sri Adella Fitri dengan judul penelitian yaitu “Full Costing: Sebuah Metode dalam Perhitungan Harga Pokok Produksi” penelitian ini berfokus pada usaha tungku Dakak-Dakak Ni Nun. Hasil dari penelitian yang dilakukan pada usaha Dakak-dakak Ni Nun di Nagari Simabur, Kecamatan Pariangan, dapat disimpulkan bahwa penerapan metode full costing dalam menghitung harga pokok produksi akan lebih efektif dan mendukung penetapan harga jual yang optimal.

Dengan metode ini, biaya produksi yang dikeluarkan untuk proses produksi dapat terlihat dengan lebih jelas, meliputi biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, dan overhead pabrik, serta pengalokasian biaya yang sesuai pada masing-masing komponen produksi.

Persamaan dari penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang metode full costing untuk menentukan Harga Pokok Produksi. Perbedaan dari penelitian ini yaitu terletak pada objek dan tempat penelitian. Dimana Penelitian yang dilakukan oleh Mega Rahmi, Resvina Aida, Salsa Nanda Maharani, Ulfa Fadila, Yosep Eka Putra, Sri Adella Fitri berobjek pada usaha tungku dakak-dakak ni nun (makanan) yang beralamat di Nagari Simabur, Kecamatan Pariangan. Sedangkan penelitian ini yaitu berobjek pada Kopi Saiyo (minuman) yang beralamat di Padang Panjang.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Dian Fahriani, Firda Yusnafa Rohmah, Widia Eka Hariyanto dengan judul penelitian yaitu “Analisis Harga Pokok Produk Metode Full Costing Dan Penentuan Harga Jual Udang Vaname Metode Cost Plus Pricing” Hasil penelitian ini menunjukkan Harga Pokok Produksi yang didapat dari metode full costing ialah sebesar Rp.21.671.000. dan harga jual melalui metode cost plus pricing ialah sebesar Rp.49.317 per Kg. Namun, hasil yang didapat tidak sesuai dengan teori yang hanya diperhitungkan oleh petambak udang vaname berdasarkan pasar Rp.55.000 per Kg. terdapat selisih Rp.5.983 antara harga jual dengan metode cost plus pricing dengan harga yang dipatok oleh pemilik yang berdasarkan harga pasar.

Persamaan dari penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang harga pokok produksi metode full costing dan penentuan harga jual, adapun perbedaan dari penelitian ini yaitu terletak pada objek, tempat dan tahun penelitian. Dimana Penelitian yang dilakukan oleh Dian Fahriani, Firda Yusnafa Rohmah, Widia Eka Hariyanto berobjek pada udang vaname pada Tambak Keluarga Bani Wafam yang berada di Desa Kedung Pandan, Jabon, Sidoarjo. Pada tahun 2023 sedangkan penelitian ini dilakukan pada tahun 2024.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan metode penelitian yang menitikberatkan pada pengumpulan data dan informasi mengenai fakta-fakta yang ada. Selain itu, penelitian ini juga menyelidiki penyebab terjadinya masalah dan solusi yang dapat diterapkan untuk mengatasi masalah tersebut. Pada jenis penelitian ini, penekanannya adalah pada pemahaman nilai-nilai yang terjadi pada satu atau beberapa variabel secara independen, tanpa ada perbandingan atau hubungan dengan variabel lain. (Arfan & dkk, 2013)

Salah satu teknik yang digunakan dalam pendekatan kualitatif adalah penelitian deskriptif kualitatif. Teknik ini bertujuan untuk mengungkap fakta, peristiwa, variabel, fenomena, dan keadaan yang terjadi selama proses penelitian dengan cara membandingkan kenyataan yang ada dengan apa yang diamati. Data yang diperoleh akan berkaitan dengan berbagai aspek seperti situasi yang terjadi, keyakinan atau sikap masyarakat, konflik antara berbagai keadaan, hubungan antara variabel yang relevan, dan perbedaan antara fakta yang ada dan dampaknya terhadap suatu situasi. Semua data tersebut kemudian diinterpretasikan dan disajikan dalam bentuk uraian yang jelas dalam penelitian ini.

B. Tempat Dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian ini dilakukan di kopi saiyo yang beralamat di Jl. Lintas Barat Sumatera, Kecamatan Padang Panjang Barat, Kota Padang Panjang. Sedangkan waktu penelitian yaitu pada table dibawah ini:

Tabel 3. 1
Waktu Penelitian

Kegiatan	2024				2025		
	Ags	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar
Penyusunan proposal skripsi							
Bimbingan proposal skripsi							
Seminar proposal skripsi							
Perbaikan setelah seminar							
Penelitian							
Bimbingan skripsi							
Sidang munaqasyah							

C. Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari dua sumber utama, yaitu:

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan informasi yang telah dikumpulkan secara langsung oleh peneliti dari sumber aslinya. Data ini juga sering disebut sebagai data awal atau data baru yang masih berlaku dan mutakhir. Untuk memperoleh data primer, peneliti harus terjun langsung ke lapangan untuk mengumpulkan informasi tersebut. Berbagai metode yang dapat

digunakan dalam pengumpulan data primer antara lain adalah observasi, wawancara, dan percakapan langsung dengan para pemangku kepentingan (Sitoyo & Sodik, 2015).

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan informasi yang telah dikumpulkan melalui penelitian atau kajian yang telah dilakukan sebelumnya, atau yang telah diperoleh dari berbagai instansi atau lembaga lain yang mempublikasikan data tersebut. Data sekunder biasanya bersifat tidak langsung dan dapat ditemukan dalam bentuk dokumentasi atau arsip resmi yang telah ada, yang sebelumnya telah dikumpulkan dan dianalisis oleh pihak lain. Untuk fungsinya data memiliki beberapa item, diantaranya: untuk membuat keputusan terbaik didalam memecahkan sebuah masalah, dapat dijadikan juga sebagai dasar suatu perencanaan atau juga penelitian, dijadikan sebagai acuan dalam tiap-tiap implementasi suatu kegiatan atau aktivitas dan terakhir, data ini juga dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi (Jauhari, Anamisa, & dkk, 2020)

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang penulis pakai dalam penelitian ini adalah:

1. Wawancara

Untuk mengumpulkan informasi mengenai subjek penelitian, pendekatan wawancara dilakukan dengan mengajukan pertanyaan terbuka, terstruktur, dan tidak terstruktur. Pemilik Saiyo Coffee dan sejumlah orang yang membantu dalam proses pembuatannya diwawancarai secara pribadi untuk memastikan biaya yang terlibat dalam pembuatan kopi ini.

2. Dokumentasi

Mencari informasi mengenai hal-hal yang dapat berubah-ubah dalam bentuk notulen rapat, catatan buku, surat kabar, majalah, dan lain sebagainya adalah tujuan dari dokumentasi. Pendekatan ini menggunakan dokumen, secara khusus mengumpulkan data yang berhubungan dengan penelitian, bukan langsung membahas topik penelitian. Dengan demikian,

pendekatan dokumentasi ini merupakan sarana untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan. Sebuah gambar atau secarik kertas yang memuat informasi disebut dokumen.

3. Observasi

Mengumpulkan informasi dengan mengamati secara langsung proses industri yang digunakan karyawan untuk membuat barang.

E. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data model Miles dan Huberman. Analisis ini merupakan model yang dikembangkan oleh Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman dalam bukunya yang berjudul “Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook 1994”. Analisis ini merupakan sebuah pendekatan sistematis untuk menganalisis data kualitatif pendekatan ini juga menekankan pada pengumpulan dan analisis data kualitatif dengan tujuan menemukan tema, pola, dan sebuah hubungan antar konsep yang muncul dari data. Ada beberapa tahapan dalam teknik analisis data Miles dan Huberman yaitu:

1. Mengidentifikasi dan mengumpulkan informasi yang terkait dengan biaya-biaya produksi dan kemudian dipisahkan antara biaya-biaya tersebut seperti: biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik.
2. Menganalisis biaya-biaya produksi yaitunya berupa biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik. Kemudian melakukan penyusunan, pembagian yang kemudian diuraikan dari masing-masing biaya produksi tersebut.
3. Penarikan Kesimpulan. Menarik Kesimpulan adalah informasi yang diperoleh dari data yang sudah disusun dan dikelompokkan yang kemudian disajikan menggunakan teknik tertentu.

Dengan menggunakan informasi yang dikumpulkan dari penelitian lapangan, peneliti dapat menggunakan data kualitatif untuk mengkarakterisasi

sifat dari subjek yang sedang dipelajari. Setelah itu, peneliti mengumpulkan dan memeriksa informasi untuk membuat kesimpulan (Mulyadi, 2015)

Berikut Langkah-langkah yang dilakukan:

1. Mengidentifikasi biaya-biaya.
2. Rumus menghitung biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik:

- a. Rumus Biaya Bahan Baku

Biaya bahan baku = Harga per unit x unit bahan baku

- b. Rumus Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja = tarif yang ditetapkan x hari

- c. Rumus Biaya *Overhead* Pabrik

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

3. 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>

4. Rumus Menghitung harga jual

Rumus: Biaya Total + Margin = Harga Jual (Ramdhani, 2020)

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHSAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Sejarah Usaha Kopi Saiyo Padang Panjang

Kopi Saiyo bukanlah sebuah kopi yang baru dikenal bagi masyarakat Kota Padang Panjang, Sumatera Barat. Kopi ini sudah berdiri sejak tahun 1985, yang mana usaha keluarga yang dirintis oleh H. Husni Tamrin ini, dilanjutkan turun temurun kepada anak dan keluarganya. Tapi soal rasa, tidak pernah berubah, karena takarannya sudah turun temurun menurunkannya. Buktinya, Kopi Saiyo masih jadi incaran bagi anak muda sampai saat ini, karena bisa jadi teman yang asyik saat duduk ataupun saat berkumpul dengan keluarga maupun teman.

Owner Kopi Saiyo, Soni, mengatakan, meski hadir sejak tahun 1985 rasa Kopi Saiyo hampir tidak berubah. Hal ini juga yang membuat pelanggan dari masa-masa muda dulu, hingga sudah beranjak tua, masih mengidolakan Kopi Saiyo. Ia menjelaskan alasan utama yang membuat rasa Kopi Saiyo masih bertahan kendati hadir di era milenial ini, karena rangkaian proses untuk melahirkan bubuk kopi itu, memiliki tahapan sehingga lahirnya cita rasa kopi. Mulai dari pemetikan biji kopi berkualitas, kemudian kopi dipilih untuk mendapatkan kualitas kopi yang baik. Kopi yang telah melewati proses penyortiran, kemudian dijemur. Terakhir, biji kopi melewati tahapan roasting hingga tercipta bubuk kopi berkualitas. Biji kopi yang dipilih yaitu jenis robusta tanpa campuran, sehingga keaslian dari rasa kopi itu tetap terjaga.

"Hal itu yang terus dilakukan hingga saat ini, makanya rasanya tidak lekang oleh waktu," (Sony Morastha, pemilik Kopi Saiyo). Namun mengingat sekarang era nya milenial, Kopi Saiyo pun berusaha untuk terus berinovasi. Dimana dulunya menggunakan kemasan ekonomis. Kini mencoba untuk menggunakan kemasan premium, agar produk lebih menarik lagi.

Kini Kopi Saiyo tidak lagi dikenal kopi lokal di Padang Panjang, tapi telah merambah ke pasar nasional dengan memiliki beberapa reseller seperti di Medan, Bandung, Jogja, Jabodetabek, hingga Batam, Kepulauan Riau. Bahkan Kopi Saiyo memiliki target untuk membuka galeri kopi, sekaligus coffee shop guna menjangkau kalangan milenial," sebut Soni.

2. Lokasi Kopi Saiyo Padang Panjang

Kopi Saiyo Padang Panjang, beralamat di kota dingin padang panjang atau di kenal juga sebagai kota hujan, tepatnya pada Jl. Lintas Barat Sumatera No. 79 Silaing Bawah kecamatan Padang panjang Barat, kota Padang panjang, Sumatera Barat dengan kode pos 27118.

3. Visi dan Misi Kopi Saiyo Padang Panjang

Visi dan Misi adalah dua konsep yang saling mendukung, yang digunakan untuk mengkomunikasikan tujuan organisasi. Visi sendiri dapat diartikan sebagai tujuan utama yang ingin dicapai, sedangkan Misi adalah langkah-langkah yang akan dilakukan untuk mewujudkan visi tersebut. Kopi saiyo padang panjang juga memiliki visi dan misi dalam menjalankan usahanya, visi dan misi kopi saiyo padang panjang yaitu sebagai berikut:

a. Visi

Menjadi pelopor kopi terkemuka yang berkualitas dengan cita rasa tinggi, baik ditingkat local, nasional dan internasional.

b. Misi

Menghasilkan produk-produk perusahaan menjadi produk unggulan.

4. Label Kopi Saiyo Padang Panjang

Gambar 4. 1
Label Kopi Saiyo Padang Panjang



5. Peralatan dan bahan Produksi

a. Peralatan

Dalam proses pembuatan kopi saiyo ada beberapa peralatan yang digunakan yaitu sebagai berikut ini:

Tabel 4. 1
Alat-alat produksi dalam pembuatan
Kopi Saiyo Padang Panjang

Jenis	Jumlah Unit	Kegunaan
Mesin penggiling Kopi	1	Digunakan untuk menghaluskan biji kopi mentah menjadi bubuk kopi yang siap diseduh
Mesin Penyangrai Kopi	1	Digunakan untuk menyangrai atau memanggang biji kopi mentah agar matang dan siap untuk diproses lebih lanjut
Timbangan Duduk Lantai	1	Digunakan untuk melakukan penimbangan biji kopi sebelum dilakukan proses produksi sesuai dengan kapasitas mesin produksi
Timbangan Digital	1	Digunakan untuk menimbang bubuk kopi yang sudah digiling di penggilingan kopi, timbangan bubuk kopi tersebut digunakan

		sebelum bubuk kopi dikemas dan kemudian untuk dijual.
Karung	2	Digunakan sebagai wadah atau tempat sebelum dan sesudah kopi di giling
Plastik	1	Digunakan sebagai tempat atau wadah setelah kopi selesai digiling
Tungku	1	Digunakan sebagai tempat untuk meletakkan mesin penyangrai kopi

b. Bahan Baku Produksi

Bahan yang digunakan dalam pembuatan kopi saiyo yaitu sebagai berikut:

Tabel 4. 2
Bahan Baku

No	Bahan Baku	Jumlah
1	Kopi	100 kg

6. Produk yang dihasilkan

Produk yang dihasilkan oleh Kopi Saiyo Padang Panjang berupa bubuk kopi berkualitas tinggi yang siap untuk diseduh, cocok dinikmati dalam berbagai suasana. Bubuk kopi ini bisa menjadi teman santai saat bersantai sendiri, maupun saat menghabiskan waktu bersama keluarga dan teman dalam suasana yang hangat dan akrab. Dalam proses produksinya, setiap harinya penggilingan kopi memerlukan bahan baku berupa 100 kilogram biji kopi mentah. Setelah melalui proses pengolahan yang cermat dan higienis, biji kopi tersebut menghasilkan sekitar 80 kilogram bubuk

kopi siap pakai. Bubuk kopi ini kemudian dikemas dengan berat 250 gram per bungkus, sehingga setiap hari mampu memproduksi sebanyak 320 bungkus kopi. Produk ini tidak hanya menawarkan cita rasa yang nikmat tetapi juga memberikan pengalaman minum kopi yang autentik, menjadikan momen kebersamaan lebih istimewa.

7. Proses Produksi

- a. Proses produksi yang pertama yaitu membeli biji kopi dari pemasok atau dari petani kopi langsung.
- b. Setelah dilakukan pembelian selanjutnya kopi akan di melewati proses penyangraian biji kopi mentah agar matang dan siap untuk dilakukan proses selanjutnya.
- c. Selanjutnya setelah kopi melewati proses penyangraian kopi dimasukan kekarung untuk dilakukan penimbangan sesuai dengan kapasitas mesin penggilingan yaitu sebanyak 20 kg kopi.
- d. Setelah dilakukan penimbangan biji kopi selanjutnya biji kopi akan melewati proses penggilingan yang mengubah biji kopi menjadi bubuk kopi yang siap diseduh.
- e. Setelah biji kopi menjadi bubuk, selanjutnya bubuk tersebut di letakkan kedalam karung yang di lampisi dengan plastik didalamnya supaya bubuk kopi tetap terjaga dengan baik di dalam karung untuk selanjutnya dilakukan pengemasan kopi yang siap untuk dijual.

B. Hasil Penelitian

1. Perhitungan Harga Pokok Produksi Menurut Perhitungan Kopi Saiyo Padang Panjang

Kopi Saiyo Padang Panjang termasuk dalam kategori Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), yang merupakan sektor usaha strategis dalam mendukung perekonomian masyarakat. Jenis usaha ini bergerak di bidang manufaktur, dengan fokus utama pada pengolahan bahan mentah berupa biji kopi menjadi produk akhir berupa bubuk kopi yang siap dijual dan dinikmati konsumen. Proses produksi dilakukan

secara cermat dan bertujuan untuk menjaga kualitas produk agar dapat bersaing di pasaran. UMKM seperti Kopi Saiyo tidak hanya menjadi tulang punggung ekonomi lokal tetapi juga berperan penting dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar. Usaha ini banyak ditemui di berbagai daerah di Indonesia, termasuk di Sumatera Barat, yang terkenal dengan kekayaan alam dan potensi pertanian kopinya. Kopi Saiyo merupakan salah satu contoh nyata bagaimana UMKM lokal dapat mengolah potensi daerah menjadi produk unggulan yang diminati oleh konsumen, baik di tingkat lokal maupun nasional.

Dalam memproduksi kopi, Kopi Saiyo Padang Panjang memproduksi kopi dalam sehari sebanyak 100 kg kopi, Adapun tahap awal dari pembuatan kopi ini adalah dilakukannya penimbangan biji kopi, berguna untuk menentukan kapasitas maksimal dari penyangraian dan penggilingan. Langkah selanjutnya dalam pembuatan kopi yaitu penyangraian atau pemanggangan biji kopi, setelah dilakukan penyangraian, biji kopi tersebut di giling menggunakan mesin penggiling kopi, dalam sehari penggilingan terdapat 5 kali penggilingan yaitu 100 kg kopi, dimana masing-masing dalam sekali penggilingan tersebut membutuhkan 20 kg kopi, hasil dari sehari penggilingan kopi terdapat 80 kg bubuk kopi yang siap dikemas. Setelah melakukan penggilingan, kopi tersebut siap dikemas, sebelum dilakukan pengemasan, kopi tersebut ditimbang menggunakan timbangan digital. Dalam sehari pembuatan kopi, Kopi Saiyo mendapatkan hasil sebanyak 320 bungkus kopi yang siap dijual dengan berat 250g per kemasan kopi.

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari pemilik usaha Kopi Saiyo Padang Panjang, dalam proses penentuan harga pokok produksi pemilik melakukan perhitungan biaya produksinya masih menggunakan pencatatan yang sederhana, belum sepenuhnya menyeluruh. Pemilik Kopi Saiyo Padang Panjang hanya melakukan perhitungan pada biaya bahan

baku, dan biaya tenaga kerja, dan juga untuk menentukan harga jual kopi pemilik masih mengikuti harga yang berlaku di masyarakat.

Berikut adalah rincian perhitungan biaya produksi yang dilakukan oleh pemilik Kopi Saiyo dalam sekali pengolahan:

Tabel 4. 3
perhitungan biaya produksi yang dilakukan kopi saiyo

No.	Keterangan	Satuan	Kuantitas	Harga	Total
1.	Kopi	Kg	100	Rp. 70.000	Rp. 7.000.000
2.	Solar	Liter	15	Rp. 11.500	Rp. 175.000
3.	Air	Liter	25	Rp. 1.000	Rp. 25.000
4.	Listrik	Watt	5.000	Rp. 5.000	Rp. 25.000
5.	Biaya Tenaga Kerja	Orang	2	Rp. 100.000	Rp. 200.000
Total Biaya Produksi		Rp. 7.425.000			
Jumlah Poduksi		80 kg/ 250 g	320 Bungkus		Rp.7.425.000/ 320
HPP/Bungkus					Rp. 23.203

Sumber: Data Kopi Saiyo Padang Panjang

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa dalam sehari penggilingan kopi pada Kopi Saiyo membutuhkan 100kg biji kopi, dimana Kopi Saiyo membeli dalam 1kg kopi yaitu dengan harga Rp. 70.000, jika ditotalkan dalam 100kg kopi yaitu Rp. 7.000.000. Adapun dalam penggunaan solar yang digunakan untuk bahan bakar mesin penyangrai kopi, dalam sehari pembuatan kopi membutuhkan 15 liter solar, yang mana 1 liter solar diperoleh seharga Rp. 11.500 jika ditotalkan solar yang dibutuhkan untuk satu hari produksi kopi yaitu sebesar Rp. 175.000. Penggunaan air dan listrik dalam sehari penggilingan kopi membutuhkan masing-masing biaya sebesar Rp. 25.000 untuk listrik dan Rp. 25.000 untuk air, kemudian

penggunaan tenaga kerja, Kopi Saiyo membutuhkan 2 orang tenaga kerja dalam sehari pembuatan kopi, masing-masing dari tenaga kerja tersebut bertugas satu orang pekerja di bagian penggilingan dan satu pekerja lainnya di bagian penyangraian, upah dari tenaga kerja tersebut dalam sehari pembuatan kopi yaitu masing-masingnya Rp. 100.000 jika ditotalkan menjadi Rp. 200.000. Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa total biaya produksi harian Kopi Saiyo adalah sebesar Rp7.425.000 untuk 320 bungkus kopi yang diproduksi. Artinya, biaya produksi per bungkus kopi adalah sebesar Rp 23.203. Kopi saiyo mematok atau menetapkan harga untuk satu bungkus kopi yaitu seharga Rp. 32.000, yang mana harga perkilo kopi saiyo Rp. 128.000.

Informasi ini menunjukkan bahwa perhitungan harga pokok produksi Kopi Saiyo hanya memperhitungkan biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Biaya-biaya lain seperti biaya penyusutan, perawatan mesin, dan berbagai komponen biaya lainnya tidak termasuk dalam perhitungan total. Dengan demikian, harga pokok produksi yang dihitung belum mencakup semua aspek yang relevan menurut standar akuntansi yang berlaku. Dari sini dapat disimpulkan bahwa perhitungan harga pokok produksi kurang akurat dan belum sepenuhnya tepat. Hal ini juga berdampak pada perhitungan biaya produksi yang masih belum sesuai dengan ketentuan akuntansi untuk penetapan biaya produksi secara integral. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Kopi Saiyo belum sepenuhnya memaksimalkan perhitungan biaya produksi. Perhitungan yang kurang tepat seperti ini dapat mempengaruhi keakuratan harga jual suatu produk.

2. Perhitungan Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode Full Costing Pada Kopi saiyo Padang panjang

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, Metode *Full Costing* merupakan metode perhitungan biaya produksi yang mencakup seluruh unsur biaya produksi, yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik tetap dan variabel. Dalam penelitian ini,

metode *full costing* diterapkan agar perhitungan biaya produksi pada Kopi Saiyo Padang Panjang lebih akurat dan tepat. Oleh karena itu, kami berharap hasil perhitungan yang lebih akurat ini dapat memberikan kontribusi terhadap penentuan harga jual yang lebih sesuai dengan kondisi biaya aktual.

a. Perhitungan Biaya Produksi

1) Biaya Bahan Baku

Bahan baku yang digunakan dalam pembuatan kopi saiyo yaitu biji kopi dan solar. Biji kopi yang didapat dapat berasal dari pemasok maupun langsung dari petani kopi yang berada disekitar daerah kopi saiyo padang panjang. Hal ini diketahui dari hasil wawancara yang dilakukan langsung kepada pemilik kopi saiyo.

Pada proses produksi kopi, dalam satu hari penggilingan dibutuhkan 100 kg biji kopi yang mana harga untuk satu kilo biji kopi diperoleh dengan harga Rp. 70.000. Sehingga biaya yang dikeluarkan untuk satu kali penggilingan kopi sebesar Rp. 7.000.000. Berikut biaya bahan baku kopi saiyo per satu kali produksi biji kopi:

Tabel 4. 4
Biaya Bahan Baku Untuk Satu Hari Produksi Kopi Saiyo Padang Panjang

No	Keterangan	Satuan	Kuantitas	Harga	Biaya
1	Biji Kopi	kg	100	Rp. 70.000	Rp. 7.000.000
Total					Rp. 7.000.000

Sumber: Data Kopi Saiyo Padang Panjang

Dapat kita liat pada tabel diatas bahwa, total biaya bahan baku yang digunakan dalam satu hari produksi kopi saiyo yaitu sebesar Rp. 7.000.000, menghasilkan 80kg bubuk kopi yang siap untuk di kemas.

2) Biaya Tenaga Kerja Langsung

Dalam industri Kopi Saiyo Padang Panjang, tenaga kerja dibagi menjadi dua kategori: tenaga kerja langsung dan tenaga kerja

tidak langsung. Tenaga kerja langsung adalah tenaga kerja yang terlibat langsung dalam setiap tahapan proses produksi. Tenaga kerja tidak langsung adalah tenaga kerja yang meskipun dipekerjakan di suatu perusahaan, tidak terlibat langsung dalam proses produksi. Kopi Saiyo mempekerjakan total empat orang pekerja. Tiga orang di antaranya terlibat langsung dalam proses pembuatan kopi dan satu orang lainnya dipekerjakan secara tidak langsung dan bertanggung jawab untuk mengantarkan kopi ke pelanggan. Berikut biaya tenaga kerja langsung kopi saiyo per satu hari produksi biji kopi:

Tabel 4. 5
Biaya Tenaga Kerja Langsung Untuk Kopi Saiyo Padang Panjang Dalam Satu Hari Produksi

Keterangan	Satuan	Kuantitas	Upah	Total Biaya
Bagian Produksi	Orang	2	Rp. 100.000	Rp. 200.000
Bagian Pengemasan	Orang	1	Rp. 60.000	Rp. 60.000
Total				Rp. 260.000

Sumber: Data Kopi Saiyo Padang Panjang

Berdasarkan tabel diatas, biaya tenaga kerja yang dikeluarkan oleh pemilik kopi saiyo yaitu sebesar Rp. 260.000, yang mana perhitungannya yaitu Rp. 100.000 untuk upah 1 orang yang bekerja untuk penyangrai kopi, dan Rp. 100.000 untuk upah 1 orang yang bekerja sebagai penggiling kopi, dan 1 orang karyawan lainnya bertugas sebagai pembungkus/ pengemas kopi yang siap untuk di jual kepada para konsumen ataupun agen. Jadi total biaya tenaga kerja langsung yang dikeluarkan dalam satu hari produksi Kopi Saiyo yaitu berjumlah Rp. 260.000.

3) **Biaya Overhead Pabrik**

Biaya *overhead* merupakan biaya yang tidak termasuk dalam kategori biaya bahan baku atau biaya tenaga kerja langsung, tetapi diperlukan dalam proses penyeduhan kopi di Kopi Saiyo Padang

Panjang. Biaya *overhead* pabrik meliputi berbagai jenis biaya yang diperlukan untuk menjaga kelancaran proses produksi, seperti biaya tenaga kerja tidak langsung, biaya bahan habis pakai, biaya pemakaian listrik, dan biaya perawatan dan pemeliharaan peralatan produksi. Jika melihat gambaran lengkap mengenai biaya *overhead* Kopi Saiyo Padang Panjang, meskipun biaya-biaya tersebut tidak terkait langsung dengan produksi utama, namun biaya-biaya tersebut sangat penting bagi kelangsungan dan efisiensi operasional perusahaan.

a) Biaya tenaga kerja tidak langsung

Kopi saiyo padang panjang memiliki 2 orang karyawan yang berstatus tenaga kerja tidak langsung yaitu 1 orang bagian pengemasan dan 1 orang lagi bertugas sebagai pengantar kopi kepada para konsumen. Berikut rincian biaya tenaga kerja tidak langsung pada kopi saiyo padang panjang:

Tabel 4. 6
Perhitungan Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung Per Satu Hari
Produksi Pada Kopi Saiyo Paadang panjang

Keterangan	Satuan	Kuantitas	Upah	Biaya
Pengantaran	Orang	1	Rp. 120.000	Rp. 120.000
Total				Rp. 120.000

Sumber: Data yang penulis olah dari Usaha Kopi Saiyo Padang Panjang

Biaya tenaga kerja yang di keluarkan oleh kopi saiyo yaitu sebesar Rp. 120.000. Rincian pengeluaran untuk biaya tenaga kerja tidak langsung yaitu untuk biaya pengantaran kopi dengan biaya sebesar Rp. 120.000 untuk satu orang yang melakukan pengantaran kopi saiyo, total pengeluaran untuk biaya tenaga kerja tidak langsung yaitu Rp. 120.000.

b) Biaya listrik

Penggunaan listrik Pada perusahaan Kopi Saiyo padang panjang listrik biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam 1 bulan dikenakan tarif sebesar Rp. 600.000. Berikut perhitungan per hari produksi Kopi Saiyo Padang Panjang.

Untuk biaya listrik per harinya adalah Rp. 50.000

Dengan rincian sebagai berikut:

=Rp. 600.000 : 12 hari

=Rp. 50.000

Tabel 4. 7
Biaya Listrik Per Satu Hari Produksi Pada Kopi Saiyo Paadang panjang

Keterangan	Satuan	Kuantitas	Harga
Listrik	Hari	12	Rp. 50.000

Sumber: Data yang penulis olah dari Usaha Kopi Saiyo Padang Panjang

c) Biaya Air

Penggunaan air pada Kopi Saiyo Padang Panjang diketahui penggunaan air dalam 1 bulan pada usaha kopi saiyo hanya membutuhkan 12 hari pemakaian. Dalam 1 bulan Kopi Saiyo membayar air sebesar Rp. 300.000, dengan perhitungan:

Untuk penggunaan air perharinya adalah Rp. 25.000 dengan rincian sebagai berikut:

=Rp.300.000 : 12 hari

=Rp. 25.000

Tabel 4. 8
Biaya Air Per Satu Hari Produksi Pada Kopi Saiyo Padang Panjang

Keterangan	Satuan	Kuantitas	Harga
Air	Hari	12	Rp. 25.000

Sumber: Data yang penulis olah dari Usaha Kopi Saiyo Padang Panjang

d) Biaya Solar

Solar adalah bahan bakar yang berasal hasil penyulingan minyak bumi, dapat diketahui bahwa fungsi bahan bakar digunakan untuk mesin diesel. Pada usaha Kopi Saiyo Padang Panjang juga menggunakan solar sebagai bahan bakar untuk mesin penyangrai kopi, menyangrai kopi adalah proses pemanasan biji kopi mentah menjadi bijikopi yang siap digiling dan diseduh. Berikut biaya bahan baku yang digunakan oleh Kopi Saiyo Padang Panjang.

Tabel 4. 9
Biaya Listrik Per Satu Hari Produksi Pada Kopi Saiyo Paadang Panjang

Keterangan	Kuantitas	Harga	Biaya
Solar	15 Liter	Rp. 11.500	Rp. 175.000
Total			Rp. 175.000

Sumber: Data yang penulis olah dari Usaha Kopi Saiyo Padang Panjang

Pada tabel di atas diketahui bahan bakar solar yang digunakan oleh usaha kop saiyo saiyo dalam satu hari produksi sebanyak 15 liter, harga per liter diperoleh dengan harga Rp.11.500, jika di toatal kan maka biaya untuk bahan bakar berjenis solar ini yaitu sebesar Rp. 175.000 dalam satu hari produksi kopi.

e) Biaya Karung

karung digunakan untuk wadah biji kopi yang akan ditimbang sebelum dilakukan penyangraian, setelah ditimbang biji kopi tersebut disangrai dan di lakukan penggilingan setelah biji kopi menjadi bubuk, bubuk kopi tersebut di letakkan ke karung yang dilampisi dengan plastik karung (plastik PE) di dalamnya sebagai wadah penampung bubuk kopi. Berikut biaya karung yang dikeluarkan oleh Kopi Saiyo Padang Panjang:

Tabel 4. 10
Biaya Karung Per Satu Hari Produksi Pada Kopi Saiyo Padang Panjang

keterangan	Kuantitas	Harga	Biaya
Karung	10 Buah	Rp. 2.000	Rp. 20.000
Total			Rp. 20.000

Sumber: Data yang penulis olah dari Usaha Kopi Saiyo Padang Panjang

Pada tabel di atas diketahui karung yang digunakan dalam satu hari produksi kopi sebanyak 10 buah karung, dengan harga satu karung di taksir sebesar Rp. 2.000. Jadi total biaya yang di keluarkan oleh usaha Kopi Saiyo Padang Panjang adalah Rp. 20.000 dalam satu hari produksi.

f) Biaya Plastik Karung (Plastik PE)

Plastik Pkarung atau plastic PE adalah palstik yang memiliki sifat fleksibel, tahan benturan, dan tahan terhadap aliran listrik dan paparan kimia plastik pe tersedia dalam bentuk kantong, roll, dan lembaran. Pada kopi saiyo sendiri Plastik PE digunakan sebagai wadah untung menampung bubuk kopi yang telah selesai di giling, plastik pe dimasukkan ke dalam karung sebagai pelapis karung supaya bubuk kopi tetap aman. Berikut biaya plastik pe yang dibayarkan oleh Kopi Saiyo Padang Panjang dalam satu hari:

Tabel 4. 11
Biaya Karung Per Satu Hari Produksi Pada Kopi Saiyo Padang Panjang

Keterangan	Kuantitas	Harga	Biaya
Plastik karung (Plastik PE)	5 Buah	Rp. 1.000	Rp. 5.000
Total			Rp. 5.000

Sumber: Data yang penulis olah dari Usaha Kopi Saiyo Padang Panjang

Jadi plastik pe yang digunakan dalam memproduksi kopi per satu hari yaitu sebanyak 5 buah dengan dengan harga perolehan satu palsik yaitu seharga Rp. 1000, Kopi saiyo padang Panjang melakukan penggilingan sebanyak 5 kali penggilingan jadi total biaya untuk plastic karung ini yaitu Rp. 5.000.

g) Plastik Kemasan

Plastik kemasan berfungsi untuk membungkus, melindungi dan menyimpan produk agar lebih aman, tahan lama dan praktis untuk di distribusikan. Begitun pada usaha kopi saiyo padang Panjang juga menggunakan plasti kemasan untuk membungkus produksnya agar tetap aman, higienis, praktis dan menarik. Berikut biaya yang dikeluarkan untuk plastik pengemasan paa usaha Kopi Saiyo Padang Panjang:

Tabel 4. 12
Biaya Karung Per Satu Hari Produksi Pada Kopi Saiyo Padang Panjang

Keterangan	Kuantitas	Harga	Biaya
Plastik Kemasan	320 bungkus	Rp. 3.500	Rp. 1.120.000
Total			Rp. 1.120.000

Sumber: Data yang penulis olah dari Usaha Kopi Saiyo Padang Panjang

Dari tabel diatas dijelaskan bahwa plastik kemasan yang digunakan yaitu sebanyak 320 buah untu mengemas bubuk kopi dengan berat 250gram dalam sehari produksi. Biaya yang di keluarkan untuk 1 Plastik kemasan yaitu Rp. 3.500, jadi total pengeluarn untuk biaya plasti kemasan sebesar Rp. 1.120.000.

Pada usaha kopi saiyo padang panjang, terdapat beberapa aset yang termasuk dalam kategori biaya overhead pabrik dan mengalami penyusutan seiring dengan berjalannya waktu.

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. 13
Kelompok Harga

Kelompok Harta Berwujud	Massa Manfaat	Tarif Penyusutan	Contoh Aset
I. Bukan Bangunan			
Kelompok 1	4 Tahun	25%	Peralatan kantor terbuat dari kayu atau rotan, komputer, televise, 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%	
Semi Permanen	10 Tahun	10%	

Aset-aset yang dimiliki oleh kopi saiyo padang Panjang yang mengalami penyusutan dan termasuk pada biaya overhead pabrik, asset-aset ini merupakan bagian penting dari operasional pabrik, penyusutan pada asset-aset tersebut dihitung sebagai bagian dari biaya overhead pabrik yang mencerminkan penurunan nilai asset akibat penggunaan, usia, atau factor lainnya. Berikut ini daftar asset yang di maksud, yang termasuk biaya overhead pabrik beserta rincian perhitungan penyusutan yang terjadi:

h) Biaya Penyusutan Mesin Penggiling Kopi

Kopi Saiyo Padang Panjang menggunakan mesin penggiling kopi sebagai alat utama dalam proses produksi kopi. Mesin penggiling tersebut telah mengalami penggantian sebanyak tiga kali dan mesin yang digunakan saat ini dibeli pada tanggal 13 Mei 2017 dengan harga Rp. 30.000.000. Berdasarkan PMK nomor 72 tahun 2023, mesin penggiling kopi ini tergolong sebagai aset non material konstruksi golongan mesin untuk industri makanan dan minuman yang termasuk golongan aset nomor 2. Berdasarkan ketentuan Undang-Undang Pajak No. 72 tahun 2023 pasal 2, umur ekonomis untuk aset golongan nomor 2 ditetapkan selama 8 tahun.

Metode garis lurus, besarnya penyusutan mesin pengharncur batu adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Beban Penyusutan mesin} &= \text{Rp. } 30.000.000 \times 12,5 \\ &= \text{Rp. } 3.750.000 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Penyusutan mesin perbulan} &= 3.750.000 / 12 \\ &= 312.500 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Penyusutan mesin per hari} &= \text{Rp. } 312.500 / 12 \\ &= \text{Rp. } 26.042 \end{aligned}$$

i) Biaya Penyusutan Mesin Penyangrai Kopi

Pada mesin menyangrai kopi, kopi saiyo memperoleh mesin tersebut dengan harga Rp. 10.000.000 yang diperoleh pada 8 Agustus 2011, yang mana mesin penyangrai telah mengalami 1 kali pergantian. Berdasarkan PMK Nomor 72 tahun 2023, mesin penyangrai kopi termasuk kedalam harta berwujud bukan bangunan. mesin penyangrai kopi termasuk kategori mesin industri makanan dan minuman yang termasuk dalam kelompok harta nomor 3. Menurut undang-undang perpajakan No.72 Tahun 2023 tentang penyusutan harta berwujud dan/atau amortisasi harta tak berwujud, umur ekonomis dari kelompok harta nomor 3 tersebut adalah 16 tahun tahun dengan tarif penyusutan sebesar 6,25%.

Berikut perhitungannya dengan menggunakan metode garis lurus, besarnya penyusutan Mesin Penyangrai Kopi sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Beban penyusutan mesin} &= \text{Rp. } 10.000.000 \times 6,25\% \\ &= \text{Rp. } 625.000 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Biaya penyusutan per bulan} &= \text{Rp. } 625.000 / 12 \\ &= \text{Rp. } 52.083 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Biaya penyusutan per hari} &= \text{Rp. } 52.083 / 12 \\ &= \text{Rp. } 4.340 \end{aligned}$$

j) Biaya Penyusutan Timbangan Duduk Biji Kopi

Adapun Dalam proses pengerjaan pembuatan kopi pada Kopi Saiyo yaitunya melakukan penimbangan biji kopi dilakukan dengan timbangan duduk, pada timbangan duduk tersebut Kopi Saiyo memperoleh pada tahun 3 april 2011 bersamaan dengan mesin penyangrai kopi, yang mana timbangan tersebut di beli dengan harga Rp. 3.000.000, dimana berdasarakan PMK Nomor 72 tahun 2023 timbangan duduk termasuk kedalam harta berwujud bukan bangunan kategori mesin industri makanan dan minuman yang termasuk dalam kelompok harta nomor 3, umur ekonomis dari kelompok harta nomor 3 tersebut adalah 16 tahun dengan tarif penyusutan sebesar 6,25%.

Berikut perhitungannya dengan menggunakan metode garis lurus, besarnya penyusutan Timbangan Biji Kopi sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Beban penyusutan mesin} &= \text{Rp. } 3000.000 \times 6,25\% \\ &= \text{Rp. } 187.500 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Biaya penyusutan per bulan} &= \text{Rp. } 187.500 / 12 \\ &= \text{Rp. } 15.625 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Biaya penyusutan per hari} &= \text{Rp. } 15.625 / 12 \\ &= \text{Rp. } 1.302 \end{aligned}$$

k) Biaya Penyusutan Timbangan Digital Untuk Pengemasan

Dalam proses produksi, Kopi Saiyo menggunakan timbangan untuk pengemasan dengan harga Rp. 300.000, kopi saiyo padang panjang membeli timbangan tersebut pada 17 Februari 2021 yang lalu supaya memudahkan pekerjaan pengemasan. Sesuai dengan PMK No.72 Tahun 2023, timbangan pengemasan termasuk dalam kategori Industri makanan dan minuman yang termasuk dalam kelompok harta nomor 1 dengan umur ekonomis dari kelompok harta nomor 1 tersebut adalah 4 tahun dengan tarif penyusutan sebesar 25%.

Berikut perhitungannya dengan menggunakan metode garis lurus, besarnya penyusutan Timbangan untuk Pengemasan sebagai berikut:

$$\text{Beban penyusutan mesin} = \text{Rp. } 300.000 \times 25\%$$

$$= \text{Rp. } 75.000$$

$$\text{Biaya penyusutan per bulan} = \text{Rp. } 75.000 / 12$$

$$= \text{Rp. } 6.250$$

$$\text{Biaya penyusutan per hari} = \text{Rp. } 6.250 / 12$$

$$= \text{Rp. } 521$$

1) Biaya Penyusutan Tungku Penyangrai Kopi

Dalam proses pembuatan kopi pada Kopi Saiyo, adanya dilakukan proses penyangraian yang mana tempat penyangraian kopi tersebut tungku penyangrai kopi, tungku penyangrai kopi pada kopi saiyo dibuat pada 17 maret 2008 yang dibuat dengan biaya Rp. 3.000.000, tungku penyangrai kopi termasuk dalam kategori harta berwujud bangunan permanen, dimana masa manfaat dari harta tersebut diperkirakan berumur 20 tahun dengan penyusutan 5% berdasarkan PMK No.72 Tahun 2023.

Berikut perhitungannya dengan menggunakan metode garis lurus, besarnya penyusutan tungku penyangrai kopi sebagai berikut:

$$\text{Beban penyusutan bangunan} = \text{Rp. } 3.000.000 \times 5\%$$

$$= \text{Rp. } 150.000$$

$$\text{Biaya penyusutan per bulan} = \text{Rp. } 150.000 / 12$$

$$= \text{Rp. } 12.500$$

$$\text{Biaya penyusutan per hari} = \text{Rp. } 12.500 / 12$$

$$= \text{Rp. } 1.042$$

Setelah dilakukan perhitungan terhadap biaya overhead pabrik, ditemukan bahwa terdapat beberapa elemen biaya overhead pabrik yang belum diidentifikasi secara menyeluruh. Elemen-elemen ini termasuk biaya yang masuk dalam kategori

bahan penolong, biaya penyusutan yang penggunaannya memiliki kontribusi signifikan terhadap proses produksi namun tidak secara langsung terintegrasi sebagai komponen biaya utama produk. Oleh karena itu, untuk memberikan gambaran yang lebih jelas dan akurat, rekapitulasi tabel yang disajikan berikut ini berfungsi untuk menunjukkan total pembebanan biaya overhead pabrik yang telah dihitung dan dialokasikan pada usaha produksi Kopi Saiyo di Padang Panjang.

Tabel 4. 14
Biaya Overhead Pabrik Per Satu Hari Produksi Pada Kopi Saiyo Paadang Panjang

No.	Keterangan	Biaya
1	Biaya tenaga kerja tidak langsung	Rp. 120.000
2	Biaya listrik	Rp. 50.000
3	Biaya air	Rp. 25.000
4	Biaya Solar	Rp. 175.000
5	Biaya Karung	Rp. 20.000
6	Biaya Plastik Karung (PE)	Rp. 5.000
7	Biaya Plastik Kemasan	Rp. 1.120.000
8	Biaya penyusutan mesin penggiling kopi	Rp. 26.042
9	Biaya penyusutan mesin penyangrai kopi	Rp. 4.340
10	Biaya penyusutan timbangan biji kopi	Rp. 1.302
11	Biaya penyusutan timbangan pengemasan	Rp. 521
12	Biaya Penyusutan Tungku Penyangrai	Rp. 1.042
Total		Rp. 1.548.247

Sumber: Data yang penulis olah dari Usaha Kopi Saiyo Padang Panjang

Berdasarkan data yang diajikan didalam tabel diatas, kita dapat melihat dengan jelas rincian besaran biaya overhead pabrik yang dikeluarkan oleh usaha kopi saiyo padang Panjang. Biaya overhead ini mencakup berbagai komponen pengeluaran yang diperlukan untuk mendukung operasional produksi secara

keseluruhan. Komponen-komponen tersebut meliputi biaya yang tidak secara langsung maupun langsung terkait dengan proses produksi utama, namun tetap memiliki peran penting dalam menjaga kelancaran kegiatan usaha kopi saiyo. Rincian besaran biaya ini memberikan gambaran menyeluruh mengenai alokasi dana yang digunakan untuk keperluan operasional dan pemeliharaan aset perusahaan.

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

Berikut ini adalah perhitungan biaya produksi yang dilakukan dengan menerapkan metode *full costing* pada kegiatan perusahaan Kopi Saiyo di Padang Panjang. Dalam perhitungan ini, seluruh komponen biaya produksi diperhitungkan secara menyeluruh, meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Seluruh unsur biaya tersebut dihitung secara rinci dan menyeluruh, sehingga diperoleh gambaran yang lebih akurat mengenai total biaya yang dikeluarkan selama proses produksi.

Tabel 4. 15
Harga Pokok Produksi Perusahaan Kopi Saiyo Menggunakan Metode Full Costing Per Hari Produksi

Kopi Saiyo	
Harga Pokok Produksi	
Dalam satu hari produksi	
Biaya Bahan Baku (BBB)	
Biji Kopi	Rp. 7.000.000
Total Biaya Bahan Baku Langsung (BBB)	Rp. 7000.000
Biaya Tenaga Kerja Langsung (BTKL)	Rp. 260.000
Biaya Overhead Pabrik (BOP)	

Biaya Penyusutan Mesin Penggiling Kopi	Rp. 26.042	
Biaya Penyusutan Mesin Penyangrai	Rp. 4.340	
Biaya Penyusutan Timbangan	Rp. 1.302	
Biaya Penyusutan Timbangan Kemasan	Rp. 521	
Biaya Penyusutan Tungku Penyangrai	Rp. 1.042	
Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung	Rp. 120.000	
Biaya Listrik	Rp. 50.000	
Biaya Air	Rp. 25.000	
Biaya Solar	Rp. 175.000	
Biaya Karung	Rp. 20.000	
Biaya Plastik Karung (Plastik PE)	Rp. 5.000	
Biaya Plastik Kemasan	<u>Rp. 1.120.000</u>	
Total Biaya Overhead Pabrik (BOP)		<u>Rp. 1.548.247</u>
Biaya Produksi		Rp. 8.808.247
Persediaan Dalam Proses Awal		
Harga Pokok Sebelum D disesuaikan		Rp. 8.808.247
Persediaan Dalam Proses Akhir		
Harga Pokok Produksi		Rp. 8.808.247
Jumlah Produksi		320
Harga Pokok Produksi Per Bungkus		Rp. 27.525

Sumber: Data yang penulis olah dari Usaha Kopi Saiyo Padang Panjang

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

Penentuan harga jual produk yang dilakukan oleh Kopi Saiyo menggunakan metode *cost plus pricing*, yaitu sebuah metode penetapan harga yang didasarkan pada perhitungan biaya produksi secara menyeluruh, termasuk semua komponen biaya seperti bahan baku, tenaga kerja, dan biaya operasional lainnya, kemudian ditambahkan dengan margin keuntungan tertentu. Metode ini digunakan untuk memastikan bahwa harga jual produk tidak hanya mencakup seluruh biaya produksi, tetapi juga memberikan keuntungan yang memadai bagi usaha, sehingga

mampu menjaga keberlanjutan operasional bisnis dalam jangka panjang. Dengan pendekatan ini, Kopi Saiyo dapat menetapkan harga jual yang kompetitif, sekaligus tetap memberikan nilai tambah kepada konsumen melalui kualitas produknya yang terjamin.

Dalam upaya memasarkan produknya, Kopi Saiyo menerapkan strategi distribusi yang berfokus pada menjangkau berbagai daerah di Sumatera Barat. Produk bubuk kopi yang dihasilkan oleh Kopi Saiyo secara aktif diantarkan ke berbagai wilayah lokal, termasuk Padang Panjang sebagai pusat operasionalnya, serta ke sejumlah kota lain seperti Bukittinggi, Solok, Pariaman, dan berbagai daerah lain di Sumatera Barat. Strategi ini bertujuan untuk memastikan ketersediaan produk di pasar-pasar lokal, sehingga konsumen dapat dengan mudah menemukan dan menikmati cita rasa khas dari kopi olahan Kopi Saiyo. Pendekatan pemasaran ini tidak hanya memperluas jangkauan pasar, tetapi juga membantu memperkenalkan merek Kopi Saiyo kepada masyarakat luas, sehingga menjadi pilihan utama bagi pecinta kopi di berbagai daerah.

Adapun perhitungan dalam menentukan harga jual menggunakan metode *Cost Plus Pricing* adalah sebagai berikut:

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

Harga Jual satu bungkus = biaya total + margin

$$= \text{Rp. } 8.808.247 + (30\% \times \text{Rp. } 8.808.247)$$

$$= \text{Rp. } 8.808.247 + \text{Rp. } 2.642.474$$

$$= \text{Rp. } 11.450.721 / 320$$

$$= \text{Rp. } 35.783$$

Berdasarkan hasil perhitungan mengenai harga jual produk Kopi Saiyo yang telah dilakukan, dapat dilihat bahwa harga jual untuk setiap bungkus Kopi Saiyo adalah sebesar Rp. 35.783. Hal ini mencerminkan nilai jual per unit yang diperoleh dari proses kalkulasi menyeluruh terhadap berbagai komponen biaya produksi, distribusi, dan margin keuntungan yang ditetapkan.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Harga Pokok Produksi (HPP) merupakan biaya total untuk memproduksi suatu barang atau jasa, harga pokok produksi adalah daftar biaya produksi yang dikeluarkan perusahaan dalam periode tertentu.

Berikut perbandingan dalam perhitungan harga pokok produksi antara perhitungan yang dilakukan oleh Kopi Saiyo dengan perhitungan menggunakan metode *Full Costing*:

Tabel 4. 16
perbandingan perhitungan harga pokok produksi dan harga jual Kopi Saiyo per satu kali produksi

Keterangan	Menurut Perusahaan	Menurut Metode <i>Full Costing</i>	Selisih
Biaya Produksi	Rp. 7.425.000	Rp. 8.808.247	Rp. 1.383.247
Jumlah Produksi	320 Bungkus	320 Bungkus	
Harga Pokok Produksi / bks	Rp. 23.203	Rp. 27.525	Rp. 4.322
Harga Jual	Rp. 32.000	Rp. 35.783	Rp. 3.783

Sumber: Data Diolah Penulis

Tabel di atas menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara hasil perhitungan biaya produksi dengan metode perusahaan dan metode *full costing*. Perbedaan nilai tersebut muncul karena perusahaan tidak membebankan biaya secara penuh dan benar pada metode yang digunakan pabrik. Akibatnya, biaya produksi yang dihitung dengan metode perusahaan menjadi lebih rendah, karena perhitungan yang dilakukan kurang tepat sepenuhnya. Sebaliknya, perhitungan dengan metode *Full Costing* menghasilkan nilai yang lebih tinggi. Metode ini mencakup semua komponen biaya yang digunakan perusahaan, sehingga nilai perhitungan yang diperoleh menjadi lebih tinggi dan menyeluruh. Berdasarkan tabel tersebut, biaya produksi untuk satu hari produksi pada perusahaan kopi Saiyo Padang

Panjang adalah sebesar Rp. 7.425.000. Namun, metode *Full Costing* mencatat biaya produksi yang lebih tinggi, yaitu sebesar Rp. 8.808.247, sehingga terjadi selisih sebesar Rp. 1.383.247. Kopi Saiyo memproduksi kopi dalam satu hari sebanyak 80 kilo gram kopi dan menghasilkan 320 bungkus dengan berat satuan 250 gram perbungkusnya dalam satu hari produksi.

Harga Pokok produksi yang ditetapkan oleh perusahaan adalah sebesar Rp. 23.203 per bungkus, sedangkan metode *Full Costing* menghitung harga pokok produksi sebesar Rp. 27.525 per bungkus yang berarti terdapat selisih sebesar Rp. 4.322. Jika dilihat dari penetapan harga jual, Kopi Saiyo menetapkan harga jual sebesar Rp. 32.000 per bungkus kopi dan untuk harga satu kilonya berkisar seharga Rp. 128.000, sedangkan menurut perhitungan dengan metode *Full Costing*, harga jual yang di dapatkan adalah Rp. 35.783 per bungkus kopi dengan harga satu kilo kopi berkisar seharga Rp. 143.132. Dengan demikian, terdapat selisih sebesar Rp. 3.783 perbungkus dan Rp. 15.132 per kilonya antara harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan dengan harga jual yang dihitung dengan metode *Full Costing*. Berdasarkan perbandingan antara perhitungan harga pokok produksi dan harga jual antara kedua metode tersebut, dapat disimpulkan bahwa perhitungan dengan metode *Full Costing* lebih akurat dan lebih baik dibandingkan dengan perhitungan yang dilakukan oleh Kopi Saiyo.

Jika perusahaan masih menetapkan harga jual yang sama yaitu seharga Rp. 32.000, jika dibandingkan dengan perhitungan harga pokok produksi yang telah dilakukan menggunakan metode full costing yaitu sebesar Rp. 27.525, maka keuntungan yang didapatkan oleh perusahaan sebesar Rp 4.475 perbungkus kopi, dan apabila perusahaan menggunakan harga jual sebesar Rp. 35.783 yang dihitung menggunakan metode penetapan harga jual yaitu cost plus pricing maka keuntungan yang mencapai Rp. 8.258 per bungkus. Melalui penerapan metode ini, perusahaan dapat menetapkan harga jual dengan lebih tepat, sejalan dengan target keuntungan yang diinginkan. Selain itu, harga jual yang ditetapkan akan lebih kompetitif dan memiliki peluang lebih besar untuk diterima di pasa

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil investigasi usaha Kopi Saiyo Padang Panjang, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam produksi kopi, Kopi Saiyo masih menggunakan metode pencatatan sederhana dalam menghitung biaya produksi. Perhitungan yang dilakukan perusahaan belum mencakup seluruh biaya yang benar-benar dikeluarkan dalam proses produksi. Biaya-biaya yang tidak termasuk dalam perhitungan biaya produksi, seperti biaya penyusutan mesin, biaya bahan pembantu, dan biaya overhead pabrik lainnya, tidak dimasukkan dalam perhitungan yang dilakukan Kopi Saiyo. Hal ini tentu saja berdampak pada keakuratan harga jual yang ditetapkan perusahaan. Harga tersebut tidak mencerminkan biaya sebenarnya yang dikeluarkan dalam proses produksi.
2. Hasil perhitungan biaya produksi yang dilakukan Kopi Saiyo menunjukkan bahwa biaya produksi yang dihitung perusahaan lebih rendah dibandingkan dengan perhitungan dengan metode Full Costing. Berdasarkan perhitungan perusahaan, biaya produksi per bungkus kopi sebesar Rp. 23.203, dengan menggunakan metode *full cost* dan menghitung biaya produksi per bungkus kopi sebesar Rp. 27.525. Dengan demikian terdapat selisih sebesar Rp. 4.322 antara kedua perhitungan biaya produksi tersebut. Perbedaan ini terjadi karena perusahaan tidak membebankan biaya overhead pabrik secara tepat, sehingga mengakibatkan biaya pokok barang yang diproduksi menjadi lebih rendah.
3. Perbedaan perhitungan biaya produksi juga mempengaruhi penetapan harga jual kopi. Kopi Saiyo menetapkan harga jual sebesar Rp. 32.000 per bungkus kopi, sedangkan menurut perhitungan dengan metode *Full Costing*, harga jual yang lebih tepat adalah Rp. 35.783 per bungkus kopi. Dengan demikian terdapat perbedaan harga jual sebesar Rp. 3.783 antara harga jual yang ditetapkan Kopi Saiyo dengan harga jual yang dihitung

dengan metode *Full Costing*. Hal ini menunjukkan bahwa penetapan harga jual berdasarkan perhitungan yang lebih cermat dan akurat akan menghasilkan harga yang lebih realistis dan sesuai dengan biaya produksi yang sebenarnya.

B. Saran

1. Melihat perbedaan yang cukup signifikan antara biaya produksi dengan biaya produksi yang dihitung Kopi Saiyo dengan metode perhitungan *Full Costing*, maka hal ini harus menjadi perhatian serius bagi pemilik Kopi Saiyo dalam menentukan biaya produksi dan harga jual produknya. Sebaiknya perusahaan lebih cermat dalam menghitung semua unsur biaya yang terlibat dalam proses produksi, seperti biaya pengemasan, biaya bahan pembantu, dan biaya penyusutan mesin, sehingga hasil perhitungan biaya produksi dan harga jual lebih akurat dan sesuai dengan kondisi operasi yang sebenarnya.
2. Agar mendapatkan hasil yang lebih akurat dalam menghitung biaya produksi dan menentukan harga jual, sebaiknya Kopi Saiyo memberikan rincian yang lebih rinci tentang semua biaya yang dikeluarkan selama proses produksi. Salah satu langkah yang sangat disarankan adalah dengan menerapkan perhitungan dengan metode *Full Costing*. Metode ini lebih komprehensif dalam menghitung semua unsur biaya produksi. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk mendapatkan hasil perhitungan yang lebih akurat dan tepat, yang berbeda dengan perhitungan yang dilakukan dengan metode yang digunakan Kopi Saiyo saat ini. Kesalahan dalam menghitung biaya produksi dapat menyebabkan penetapan harga jual yang salah, yaitu bisa terlalu tinggi atau terlalu rendah. Oleh karena itu, perhitungan biaya produksi merupakan aspek yang sangat penting dan harus diperhatikan oleh setiap perusahaan guna menjaga keberlangsungan dan keberlanjutan perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anam, A. N. (2021). *Akuntansi Manajemen*. Medan: CV. Merdeka Kreasi Grup.
- Andini, A. U. (2021). Analisis Penerapan Activity Based Costing dalam Penentuan Harga Pokok Produksi pada PT . Acosta Global Data. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5.
- Arfan, I., & dkk. (2013). *Teori Akuntansi*. Bandung: Medanetera dan Ciptapustaka.
- Asti Kartini, R. S., & dkk. (2024). *Akuntansi biaya*. Batam: Yayasan Cendikia Mulia Mandiri.
- Badriah, E., & Nurwanda, A. (2019). Penerapan Metode Full Costing Dalam Menentukan Harga Pokok Produksi Pembangunan Rumah. *Jurnal MODERAT*, 411-421.
- Bahri,R, & Rahmawaty. (2019). Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Dalam Menentukan Harga jual Produk. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA)*, 344.
- Bustami, B., & Nurlela. (2023). *Akuntansi Biaya*. Jakarta: Graha Ilmu.
- Darya, I. P. (2019). *Akuntansi Manajemen*. Sidoarjo kec. Pulung, Kab. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Efendi, A., & Amin, M. (2020). *Konsep Penentuan Harga Jual Pada Pasar Tradisional Dalam Bingkai Pemahaman Manunggaling Kawula Lan Gusti*. Jakarta: *Business and Economics Conference in Utilization of Modern Technology*.
- Ghazali, d. (2023). Akuntansi Biaya. Dalam d. Kurnia Krisna Hari, *Akuntansi Biaya* (hal. 1). Padang.: CV. Gita Lentera.
- Harahap, B., & Tukino. (2020). *Akuntansi Biaya*. Pertokoan Permata Rhahayu Blok E No. 17 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 Soscied*, 2.

- Hasibuan, A. N., & Annam, R. (2021). *Akuntansi Manajemen Teori dan Praktek*. Jl. Gagak Hitam, Komplek Bumi Seroja Permai Villa 18, Medan Sunggal 20128: CV. Merdeka Kreasi Grup.
- Hernanto. (2017). *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: Andi, BPFE-UGM.
- Horngren, e. a. (2023). Akuntansi Biaya. Dalam d. Kurnia Krisna Hari, *Akuntansi Biaya* (hal. 1). Padang: CV. Gita Lentera.
- Iryanie, d. (2019). *Akuntansi Biaya*. Yogkarta: Deepublish.
- Jauhari, A., Anamisa, D. R., & dkk. (2020). *Pengantar Sistem Informasi*. Malang: Media Nusa Creative.
- Kencana, S. (2019). Analisis Strategi Penetapan Harga SKM . CLOTHING. *Festival Riset Ilmiah Manajemen & Akuntansi*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. (2018). *Akuntansi Pemasaran* (12 ed.). Jakarta: Indeks.
- Kurnia, K. (2023). *Akuntansi Biaya*. Padang: CV. Gita Lentera.
- Muhammad, M., & Indah, R. D. (2020). Analisis Biaya Produksi di UD Berkat Jaya Mandiri desa Simpang Jernih Kecamatan Simpang Jernih. *Jurnal Samudra Ekonomika*, 1-11.
- Mulyadi. (2015). *Akuntansi Biaya* (5 ed.). Yogyakarta: Upp- STIM YKPN.
- Nugroho, A. (2018). *Peran UMKM dalam Perekonomian Nasional*. Jakarta: Gramedia.
- Pattinaja, E. M. (2014). *Akuntansi biaya*. Jl. Jendral Sudirman Nagari Lingsuang Aua Kec. Pasaman, Kab. Pasaman Barat, Sumatera: CV. Azka Pustaka.
- Purwaji, dkk. (2018). *Akuntansi Biaya*. Jakarta: Salemba Empat.
- Purwanti, A. (2023). *Akuntansi Manajemen*. Jln. Raya Lenteng Agung No. 101 Jagakarsa, Jakarta Selatan 12610: Salemba Empat.
- Ramdhani, D. (2020). *Akuntansi Biaya (Konsep dan Implementasi di Industri Manufaktur)*. Yogyakarta: CV. MARKUMI.
- Riwayadi. (2014). *Akuntansi Biaya: Pendekatan Tradisional dan Kontemporer*. Jakarta: Salemba empat.

- Setiadi, P., & dkk. (2014). Perhitungan Harga Pokok Produksi Dalam Penentuan Harga Jual Pada CV. Minahasa Mantap Perkasa. *jurnal berkala ilmiah efisiensi*, 71.
- Siregar, Baldric, Suripto, B., Hapsoro, D., Widodo, E., & Frasto, R. (2017). *Akuntansi Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat.
- Siswanti, T. (2016). Analisis Perbandingan Metode Full Costing Dan Variabel Costing Dengan Metode Perusahaan Dalam Perhitungan Harga Pokok Produksi pada Ud Mekarsari. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi Unsurya*.
- Sitoyo, & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Karanganyar: Literasi Media Publishing.
- Sofia, P., & Septian, B. (2014). *Akuntansi Biaya* (2 ed.). Bogor: In Media.
- Supriyono. (2013). *Akuntansi Biaya dan Penentuan harga Pokok* (2 ed.). Yogyakarta: BPEF.
- Suratminingsih,dkk. (2024). *Akuntansi Biaya*. Jl. Kenali Jaya No. 166 Kota Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Tanama Putri, B. R. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Denpasar: Fakultas Peternakan Universitas Udayana.