



**ANALISIS HARGA POKOK PRODUKSI DENGAN MENGGUNAKAN
METODE *FULL COSTING* SEBAGAI DASAR PENETAPAN HARGA
JUAL USAHA IKAN BILIH GORENG AKBAR OMBILIN**

**ANALYSIS OF PRODUCTION COSTS USING THE FULL COSTING
METHOD AS A BASIS FOR DETERMINING THE SELLING PRICE OF
AKBAR OMBILIN'S FRIED BILIH FISH BUSINESS**

تَحْلِيلُ تَكْلِفَةِ الْإِنْتِاجِ بِاسْتِخْدَامِ طَرِيقَةِ التَّكْلِيفَةِ الْكَامِلَةِ كَأَسَاسٍ لِتَحْدِيدِ سِعْرِ بَيْعِ مَشْرُوعِ أَسْمَاكِ بِيْلِيهِ الْمَقْلِيَّةِ
أَكْبَرَ أَوْمِيْلِيْنَ

SKRIPSI

*Ditulis Sebagai Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi
Pada Program Studi Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar*

Oleh:

PUTRI MARZUKI
NIM.2130403079

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MAHMUD YUNUS
BATUSANGKAR
2025 M / 1447H**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Putri Marzuki
NIM : 2130403079
Program Studi : Akuntansi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa SKRIPSI dengan judul *Analisis Harga Pokok Produksi Dengan Menggunakan Metode Full Costing Sebagai Dasar Penetapan Harga Jual Ikan Bilih Goreng Akbar Ombilin* merupakan karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiat dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Demikian pernyataan ini dibuat dalam keadaan sadar dan tanpa ada unsur paksaan dari siapapun. Apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar.

Batusangkar, Agustus 2025

Saya yang Menyatakan,



Putri
Putri Marzuki
NIM. 2130403079

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing Skripsi atas nama **Putri Marzuki** NIM 2130403079 dengan judul "Analisis Harga Pokok Produksi Dengan Menggunakan Metode Full Costing Sebagai Dasar Penetapan Harga Jual Ikan Bilih Goreng Akbar Ombilin" Memandang bahwa skripsi yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat disetujui untuk dilanjutkan ke sidang *Munaqasah*.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.


Batusangkar, 4 Agustus 2025

Ketua Program Studi,
Akuntansi Syariah



Elsa Fitri Amran, M. Si
NIP. 198706202019032009

Pembimbing

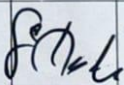
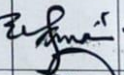
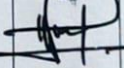


Sri Madona Saleh, SE., M.Si
NIP. 198107252023212025

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi atas nama Putri Marzuki NIM.2130403079 dengan judul "Analisis Harga Pokok Produksi Dengan Menggunakan Metode *Full Costing* Sebagai Dasar Penetapan Harga Jual Ikan Bilih Goreng Akbar Ombilin" telah diuji dalam sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar pada hari Selasa tanggal 19 Agustus 2025 dinyatakan telah lulus dan dapat diterima sebagai syarat untuk memperoleh Sarjana Akuntansi (S.Akun) gelar sarjana dalam program studi Akuntansi Syariah.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

No	Nama/NIP Penguji	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1.	Sri Madona Saleh, SE.,M.Si 198107252023212025	Ketua Sidang/ Pembimbing		27/8-25
2.	Hj. Elfina Yenti, SE.,Ak.,M.Si.,CA 197406232000032002	Penguji I/ Anggota		27/8-2025
3.	Mega Rahmi, SE.,Sy., M.Si., ACCIA 199001272020122008	Penguji II/ Anggota		27.8. 2025

Batusangkar, Agustus 2025
Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus
Batusangkar



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

ABSTRAK

Putri Marzuki, NIM. 2130403079. Judul Skripsi: “**Analisis Harga Pokok Produksi Dengan Menggunakan Metode *Full Costing* Sebagai Dasar Penetapan Harga Jual Ikan Bilih Goreng Akbar Ombilin**”. Program Studi Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar.

Permasalahan dalam penelitian ini adalah dalam perhitungan harga pokok produksi secara sederhana dan dalam penetapan harga jual terdapat biaya yang tidak diperhitungkan. Penelitian ini bertujuan untuk menghitung harga pokok produksi ikan bilih goreng secara rinci untuk penetapan harga jual pada Usaha Ikan Bilih Goreng Akbar Ombilin.

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.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan dalam perhitungan biaya produksi antara yang dilakukan oleh Usaha Ikan Bilih Goreng Akbar Ombilin dengan yang dihitung dengan metode *full costing*. Perhitungan biaya produksi menurut perusahaan ditetapkan sebesar Rp 239.305, sedangkan perhitungan berdasarkan metode *full costing* menunjukkan jumlah sebesar Rp 246.117 sehingga terjadi selisih sebesar Rp 6.812. Perbedaan ini juga memengaruhi penetapan harga jual produk. Usaha Ikan Bilih Goreng Ombilin mematok harga jual Rp 311.096 per kilogram, namun berdasarkan perhitungan dengan metode *full costing*, harga jual yang lebih rinci sebesar Rp 319.952 per kilogram.

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

ABSTRACT

Putri Marzuki, Student ID Number 2130403079. Thesis Title: **"Analysis of Production Cost Using the *Full Costing* Method as the Basis for Determining the Selling Price of Akbar Ombilin Fried Bilih Fish."** Sharia Accounting Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business, Mahmud Yunus State Islamic University, Batusangkar.

The problem in this study lies in the simplified calculation of the cost of goods manufactured, which does not yet reflect all relevant production costs. Additionally, in determining the selling price of fried bilih fish, certain cost components have not been taken into account, potentially leading to inaccurate pricing decisions.

The type of research used in this study is field research using a qualitative approach with descriptive methods. Data collection techniques were conducted through interviews, documentation, and observation.

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 the Akbar Ombilin Fried Bilih Fish Business and that calculated using the *full costing* method. The production cost calculation according to the company is set at IDR 239.305, while the calculation based on the *full costing* method is IDR 246.117 so there is a difference of IDR 6.812. This difference also influences the determination of product selling prices. The Ombilin Fried Bilih Fish business sets a selling price of IDR 311.096 per kilogram, but based on calculations using the full costing method, the more detailed selling price is IDR 319.952 per kilogram.

Keywords: *Cost of Goods Sold, Full Costing Method, and Selling Price*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	
PERSETUJUAN PEMBIMBING	
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Fokus Penelitian	5
C. Rumusan Masalah.....	5
D. Tujuan Penelitian.....	5
E. Manfaat dan Luaran Penelitian.....	5
F. Definisi Operasional	6
BAB II KAJIAN TEORI	7
A. Landasan Teori	7
1. Akuntansi Biaya.....	7
2. Biaya	9
3. Harga Pokok Penjualan.....	22
4. Harga Pokok Produksi	23
5. <i>Full Costing</i>	32
6. Harga Jual	37
B. Penelitian Relevan	51
BAB III METODE PENELITIAN	55
A. Jenis Penelitian	55
B. Tempat dan Waktu.....	55
C. Sumber Data	56
D. Teknik Pengumpulan Data	57

E. Teknik Analisis Data	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	60
A. Temuan Penelitian	60
1. Sejarah Usaha Ikan Bilih Goreng Akbar	60
2. Struktur Organisasi Usaha Ikan Bilih Goreng Akbar	61
B. Hasil Penelitian.....	62
1. Perhitungan Harga Pokok Produksi Menurut Usaha Ikan Bilih Goreng	62
2. Perhitungan Harga Pokok Produksi Metode <i>Full Costing</i>	63
3. Penentuan Harga Jual Produk Menggunakan Metode <i>Cost Plus</i> <i>Pricing</i>	71
4. Perbandingan Perhitungan Harga Pokok Produksi Pada Bulan Mei 2025	72
C. Pembahasan	73
1. Perhitungan Harga Pokok Produksi Menurut Usaha Ikan Bilih Goreng	73
2. Perhitungan Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode <i>Full</i> <i>Costing</i>	74
3. Penentuan Harga Jual Produk Menggunakan Metode <i>Cost Plus</i> <i>Pricing</i>	75
4. Perbandingan Perhitungan Harga Pokok Produksi Menurut Usaha Ikan Bilih dengan Metode <i>Full Costing</i>	76
5. Keunggulan Penerapan <i>Full Costing</i> Dalam Perhitungan Harga Pokok Produksi Pada Usaha Ikan Bilih Goreng	76
BAB V PENUTUP	78
A. Kesimpulan.....	78
B. Saran	79
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Harga Jual Usaha Ikan Bilih Goreng Akbar.....	4
Tabel 3. 1 Waktu Rencana Penelitian.....	56
Tabel 4. 1 Perhitungan Harga Pokok Produksi Usaha Ikan Bilih Goreng Dalam Bulan Mei 2025	62
Tabel 4. 2 Biaya Bahan Baku Ikan Bilih Goreng pada bulan Mei 2025.....	64
Tabel 4. 3 Biaya Tenaga Kerja Langsung Produksi Tahu Bulat Pada Bulan Mei 2025	65
Tabel 4. 4 Biaya Overhead Pabrik Ikan Bilih Goreng Bulan Mei 2025	69
Tabel 4. 5 Penghitungan Harga Pokok Produksi berdasarkan metode <i>full costing</i> Pada Bulan Mei 2025	70
Tabel 4. 6 Perbandingan Perhitungan Harga Pokok Produksi Pada Bulan Mei 2025	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Struktur Organisasi.....	61
--------------------------------------	----

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Harga Pokok Produksi (HPP) adalah salah satu komponen kunci dalam menentukan harga jual suatu produk. HPP mencakup biaya-biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan ikan bilih, seperti biaya pakan, tenaga kerja, dan peralatan. Dengan menganalisis HPP, pelaku usaha dapat memastikan bahwa harga jual ikan bilih yang ditetapkan tidak hanya menutupi seluruh biaya produksi, tetapi juga memberikan margin keuntungan yang memadai.

Harga Pokok Produksi (HPP) dalam penetapan harga jual ikan bilih, berfokus pada pentingnya penetapan harga yang tepat bagi pelaku usaha perikanan ikan bilih. Ikan bilih merupakan komoditas lokal yang banyak dibudidayakan di wilayah tersebut dan memiliki nilai ekonomis yang tinggi bagi masyarakat setempat. Namun, penetapan harga jual yang tidak tepat dapat mempengaruhi daya saing produk di pasar dan keberlanjutan usaha.

Selain itu, analisis HPP juga dapat membantu pelaku usaha untuk merencanakan strategi pemasaran yang lebih efektif dan efisien, sehingga produk ikan bilih ombilin dapat bersaing baik di pasar lokal maupun pasar yang lebih luas. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang lebih jelas tentang bagaimana proses perhitungan HPP dapat memengaruhi harga jual ikan bilih dan memberikan rekomendasi bagi pelaku usaha untuk menetapkan harga jual yang menguntungkan dan berkelanjutan.

Salah satu di antara kuliner lezat khas Sumatera Barat adalah ikan bilih, ikan ini dapat disajikan dengan beragam penyajian yang menjadikan cita rasanya juga berbeda-beda. Di antara penyajiannya adalah bilih goreng, bilih goreng krispy, palai ikan bilih, pangek ikan bilih, dan penyajian gurih lainnya.

Ikan bilih konon hanya ditemukan di perairan darat pulau Sumatra. Bahkan, dapat dikatakan habitat asli ikan bilih hanya ditemukan di Sumatera Barat terutama Danau Singkarak di Kabupaten Tanah Datar dan Danau

Maninjau di Kabupaten Agam. Terbatasnya tempat penemuannya itulah yang menjadikan ikan bilih ini eksklusif dan khas.

Namun, sejak tahun 2003 keberadaan ikan bilih berhasil diintroduksi ke Danau Toba di Sumatera Utara sebagai tujuan pelestarian untuk penyebarannya di sekitar danau - danau tersebut. Selain di danau, ikan bilih juga ditemukan di sungai-sungai kecil yang berhulu ke danau tersebut, termasuk Batang Kuantan. Penyebarannya yang terbatas membuat ikan ini memiliki nilai ekologis dan ekonomi yang tinggi.

Ikan bilih memiliki nilai ekonomi yang signifikan bagi masyarakat lokal, penangkapan ikan bilih menjadi sumber mata pencarian utama bagi nelayan di sekitar Danau Singkarak dan Danau Maninjau. Ikan ini biasanya ditangkap menggunakan jaring tradisional yang disebut “jaring bilih”.

Setelah ditangkap, ikan bilih diolah menjadi berbagai makanan khas yang lezat. Salah satu olahan populer adalah ikan bilih goreng kering yang renyah dan gurih, ikan bilih juga sering dijadikan pepes atau dimasak dengan bumbu khas Minangkabau. Rasanya yang lezat dan teksturnya yang khas membuat ikan bilih menjadi favorit di kalangan masyarakat Sumatera Barat dan wisatawan yang berkunjung.

Keunikan dari usaha Ikan Bilih Akbar terletak pada strategi pemasarannya yang inovatif dalam menarik perhatian pelanggan dan konsumen. Strategi pertama yang diterapkan adalah memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi produk ikan bilih, sehingga dapat menjangkau konsumen secara lebih luas dan efisien. Strategi kedua dilakukan melalui kerja sama dengan sopir bus pariwisata, di mana Ikan Bilih Akbar dijadikan sebagai salah satu titik pemberhentian wisata. Hal ini memungkinkan wisatawan untuk membeli ikan bilih sebagai oleh-oleh khas dari Danau Singkarak. Dengan pendekatan ini, usaha Ikan Bilih Akbar berhasil memadukan promosi digital dan kerja sama langsung dengan pelaku pariwisata untuk meningkatkan penjualan dan mengenalkan produk secara luas.

Salah satu usaha yang ada di ombilin yang mempunyai potensi untuk dikembangkan dan ditingkatkan lagi kualitasnya adalah usaha ikan bilih goreng akbar, karena ikan bilih akbar merupakan salah satu makanan yang banyak diburu para konsumen. Rasanya yang gurih dan teksturnya yang sangat renyah, menjadikan ikan bilih salah satu makanan pelengkap aneka hidangan yang banyak dicari konsumen. Banyaknya peminat ikan bilih memberikan peluang usaha yang menjanjikan bagi masyarakat hal ini dapat dilihat dari banyaknya usaha ikan bilih yang ada diombilin.

Usaha ikan bilih mulai banyak di daerah ombilin, oleh sebab itu usaha ikan bilih perlu menetapkan harga jual yang harus sesuai dengan harga pokok produksi sehingga dapat diterima oleh konsumen serta produsen juga mendapatkan keuntungan. Semakin banyaknya usaha ikan bilih tidak bisa dipungkiri lagi bahwa persaingan diantara produsen pun semakin ketat. Menghadapi kenyataan ini, produsen haruslah menetapkan harga jual yang dilakukan pada produk yang mereka hasilkan sehingga produk tersebut mampu menciptakan peningkatan penjualannya.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan, diketahui bahwa usaha Ikan Bilih Akbar masih menerapkan metode yang relatif sederhana dalam melakukan perhitungan harga jual produknya. Metode yang digunakan belum sepenuhnya mengacu pada prinsip-prinsip akuntansi biaya yang berlaku. Padahal, penentuan harga jual yang akurat sangat penting bagi perusahaan dalam menetapkan harga jual yang kompetitif di pasar. Selain itu, perusahaan juga memerlukan manajemen yang efektif untuk mencapai tujuan tersebut.

Hingga saat ini, perhitungan harga jual pada usaha Ikan Bilih Akbar masih didasarkan pada pengalaman dan kebiasaan pendahulu. Identifikasi biaya yang dilakukan hanya terbatas pada biaya yang terlihat secara langsung, seperti biaya bahan baku dan tenaga kerja. Sementara itu, komponen biaya lainnya seperti biaya overhead pabrik dan biaya operasional tidak diperhitungkan secara sistematis. Akibatnya, perhitungan harga jual produk menjadi kurang tepat dan tidak mencerminkan kondisi biaya yang sebenarnya, sehingga informasi yang dihasilkan tidak akurat untuk

pengambilan keputusan bisnis yang efektif. Berikut data yang diperoleh dari usaha ikan bilih goreng akbar :

Tabel 1. 1
Data Harga Jual Usaha Ikan Bilih Goreng Akbar

No	Jenis Ikan Bilih Goreng	Satuan	Kuantitas	Harga
1.	Ikan Bilih Goreng	Pack	250gr	Rp. 90.000
			500gr	Rp. 150.000
			1kg	Rp. 300.000

Sumber : Usaha Ikan Bilih Goreng, 2025

Berdasarkan data pada Tabel 1.1, dapat diketahui bahwa harga jual produk dari Usaha Ikan Bilih Goreng Akbar bervariasi tergantung pada jenis produk dan berat kemasan. Penetapan harga tersebut disesuaikan dengan jenis ikan bilih goreng yang diproduksi, harga jual untuk produk Ikan Bilih Goreng berkisar antara Rp 90.000 hingga Rp 300.000 tergantung beratnya, yaitu 250 gram, 500 gram, dan 1 kilogram. Selain itu, harga dapat disesuaikan berdasarkan permintaan dan pesanan pelanggan, sehingga terdapat kemungkinan variasi harga dalam rentang tertentu sesuai dengan kebutuhan pasar.

Oleh karena itu diperlukan alternatif informasi akuntansi yang relevan dalam pengambilan keputusan untuk menetapkan biaya produksi dan harga jual yang lebih tepat sehingga akan menghasilkan keuntungan dan informasi biaya yang lebih besar. Penelitian ini juga menggunakan metode *Full Costing* karena metode ini merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang membebankan seluruh biaya produksi baik yang berperilaku tetap maupun variabel kepada produk. Hal ini yang menjadi referensi peneliti untuk mamakai metode *Full Costing*. Karena pentingnya suatu usaha untuk menghitung semua biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan sebuah produk dan merupakan dasar dalam menentukan harga jual yang tepat.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian yaitu **“Analisis Harga Pokok Produksi Dengan**

Menggunakan Metode *Full Costing* Sebagai Dasar Penetapan Harga Jual Usaha Ikan Bilih Goreng Akbar Ombilin”.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka fokus penelitian ini adalah bagaimana perhitungan harga pokok produksi ikan bilih goreng dan penetapan harga jual yang tepat pada usaha Ikan Bilih Goreng Akbar Ombilin.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan fokus penelitian yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalahnya adalah bagaimana perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode *full costing* pada usaha ikan bilih goreng akbar yang dilakukan pada Usaha Ikan Bilih Goreng Akbar Ombilin dan bagaimana Penetapan Harga Jual pada Usaha Ikan Bilih Goreng Akbar Ombilin.

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode *full costing* pada usaha ikan bilih goreng akbar.
2. Untuk mengetahui penetapan harga jual ikan bilih goreng akbar.

E. Manfaat dan Luaran Penelitian

1. Manfaat Penelitian

a. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan peneliti tentang harga pokok produksi dalam penetapan harga jual ikan bilih ombilin dengan menggunakan metode *full costing* sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Akuntansi pada Program Studi Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar.

b. Bagi Usaha Ikan Bilih Ombilin

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu Usaha Ikan Bilih Ombilin dalam menetapkan harga jual yang wajar, yang mencakup seluruh biaya produksi, tanpa merugikan usaha atau membuat produk terlalu mahal bagi konsumen dan juga mencakup margin keuntungan yang diinginkan.

c. Bagi Akademis

Untuk perkembangan ilmu pengetahuan yang dapat dijadikan sebagai pedoman penelitian selanjutnya serta sebagai tambahan dalam wawasan akademik Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar.

2. Luaran Penelitian

Dapat diterbitkan pada jurnal ilmiah dan dapat dijadikan referensi di perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar.

F. Definisi Operasional

Harga Pokok Produksi (HPP) merupakan semua biaya yang telah dikorbankan dalam proses produksi atau kegiatan mengubah bahan baku menjadi produk jadi ini termasuk biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik. Harga pokok produksi adalah semua biaya produksi yang dikeluarkan untuk memproduksi suatu barang atau jasa selama periode bersangkutan. Harga pokok produksi adalah jumlah dari seluruh pengorbanan sumber ekonomi yang digunakan untuk mengubah bahan baku menjadi produk (Muliati,dkk, 2024).

Full costing merupakan suatu metode penentuan harga pokok di mana semua biaya produksi (baik yang tetap maupun variabel) dialokasikan ke unit produk (Suratminingsih, 2024).

Harga jual merupakan harga yang ditentukan dan digunakan untuk transaksi dengan pihak luar perusahaan atau dipasar (Purwanti, 2023).

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Landasan Teori

1. 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).

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 *outof-pocket*, dikembangkan oleh akuntansi biaya (Purwaji,dkk, 2018).

2. Biaya

a. Pengertian biaya

Biaya (*expense*) merupakan pengeluaran yang terjadi dalam suatu periode tertentu untuk menghasilkan pendapatan, menjalankan operasi bisnis, atau memperoleh manfaat ekonomi lainnya. Biaya juga merujuk pada pengorbanan sumber daya ekonomi yang dikeluarkan, atau nilai ekonomi dari sumber daya yang digunakan, dalam suatu kegiatan atau proses produksi. Secara umum biaya mencerminkan nilai moneter yang dikeluarkan untuk memperoleh suatu manfaat atau mencapai tujuan tertentu. Dalam konteks bisnis dan akuntansi, biaya dapat merujuk pada pengeluaran uang atau penggunaan sumber daya lainnya seperti tenaga kerja, bahan baku, *overhead*, pembelian aset, atau pengeluaran lainnya yang terkait dengan operasional perusahaan. Biaya juga dapat meliputi pengorbanan non moneter seperti waktu, upaya, atau peluang yang hilang.

Biaya tidak hanya mencakup pengeluaran yang langsung terlihat, tetapi juga biaya tersembunyi (*implicit*) yang mungkin tidak terlihat secara langsung namun tetap memengaruhi keuangan perusahaan. Misalnya, biaya kesempatan merujuk pada manfaat yang

hilang karena memilih satu alternatif daripada yang lain. Akuntansi mencatat biaya dan melaporkannya dalam laporan keuangan (laba rugi) untuk mengukur kinerja perusahaan, menghitung laba atau rugi, menentukan harga jual, dan menentukan keputusan bisnis yang tepat. Pemahaman yang baik tentang biaya dan pengelolaannya membantu perusahaan untuk mengendalikan pengeluaran, meningkatkan efisiensi, dan mencapai tujuan keuangan yang targetkan.

Biaya dalam konteks akuntansi merujuk pada pengorbanan ekonomi yang dikeluarkan atau diukur dalam suatu transaksi atau kegiatan untuk mencapai tujuan tertentu. Biaya dapat melibatkan berbagai elemen, termasuk biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead*, biaya distribusi, dan lain sebagainya. Pengertian biaya sangat penting dalam konteks akuntansi biaya, dimana perhitungan dan analisis biaya dilakukan untuk mendukung pengambilan keputusan manajerial.

Biaya pada perusahaan manufaktur terdiri atas berbagai elemen, yaitu:

1) Biaya Bahan Baku

Biaya yang terkait dengan pembelian atau produksi bahan mentah atau bahan baku yang digunakan dalam proses produksi.

2) Biaya Tenaga Kerja

Biaya yang terkait dengan pembayaran gaji, upah, dan tunjangan lainnya kepada karyawan yang terlibat dalam kegiatan produksi atau operasional perusahaan.

3) Biaya *Overhead*

Biaya tambahan yang tidak secara langsung terkait dengan bahan baku atau tenaga kerja, tetapi dibutuhkan dalam proses produksi atau operasi perusahaan. Contoh biaya *overhead* termasuk biaya depresiasi mesin, biaya listrik, biaya sewa pabrik, dan biaya administrasi umum.

4) Biaya Pemasaran dan Penjualan

Biaya yang terkait dengan upaya mempromosikan produk atau jasa perusahaan kepada pelanggan potensial. Ini bisa termasuk biaya iklan, biaya promosi, komisi penjualan, dan lain sebagainya.

5) Biaya Administrasi

Biaya yang terkait dengan fungsi administrasi dan manajemen perusahaan. Ini termasuk biaya kantor, biaya keuangan, biaya asuransi, biaya hukum, dan lain sebagainya.

6) Biaya Bunga

Biaya yang terkait dengan penggunaan modal atau utang perusahaan. Biaya bunga muncul ketika perusahaan meminjam uang dari pihak lain dan harus membayar bunga sebagai imbalan atas pinjaman tersebut.

Penting untuk membedakan antara biaya dan pengeluaran lainnya seperti investasi dan kerugian. Biaya mencerminkan pengeluaran yang terkait dengan operasi sehari-hari perusahaan dan dikonsumsi dalam periode tertentu, sedangkan investasi biasanya merujuk pada pengeluaran jangka panjang untuk memperoleh aset produktif. Kerugiannya, di sisi lain, adalah pengeluaran yang timbul karena kejadian atau transaksi yang merugikan perusahaan.

Pemahaman tentang biaya dan pemantauan dengan cermat adalah penting dalam manajemen keuangan dan perencanaan bisnis, karena membantu perusahaan dalam mengelola pengeluaran, menghitung laba netto, mengevaluasi kinerja keuangan, dan membuat keputusan yang tepat dalam operasinya (Purwanti,2023).

b. Jenis - jenis Biaya

Jenis - jenis biaya dalam konteks akuntansi dapat dibagi berdasarkan berbagai kriteria, termasuk sifat biaya tersebut dan cara biaya tersebut berhubungan dengan tingkat aktivitas perusahaan. Berikut adalah beberapa jenis biaya yang umum :

1) Berdasarkan Sifat Biaya

a) Biaya Variabel

Biaya yang berubah sejalan dengan perubahan volume produksi atau aktivitas perusahaan. Contohnya adalah biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.

b) Biaya Tetap

Biaya yang tetap tidak peduli dengan volume produksi atau aktivitas perusahaan. Contohnya adalah biaya sewa gedung dan gaji manajemen.

2) Berdasarkan Hubungan dengan Volume Produksi atau Aktivitas

a) Biaya Langsung

Biaya yang secara langsung dapat diatribusikan ke suatu produk atau departemen tertentu. Contohnya adalah biaya bahan baku langsung yang digunakan dalam produksi suatu produk.

b) Biaya Tidak Langsung

Biaya yang tidak dapat langsung diatribusikan ke suatu produk atau departemen tertentu dan perlu dialokasikan secara proporsional. Contohnya adalah biaya *overhead* pabrik seperti biaya penyusutan mesin.

3) Berdasarkan Periode waktu

a) Biaya Produksi

Biaya yang terkait langsung dengan produksi barang atau jasa. Ini mencakup biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik.

b) Biaya Non-Produksi

Biaya yang tidak langsung terkait dengan produksi barang atau jasa, tetapi diperlukan untuk menjalankan operasi perusahaan. Contohnya adalah biaya administrasi dan biaya pemasaran.

4) Berdasarkan Kemampuan pengendalian

a) Biaya Terkendali

Biaya yang dapat dikendalikan atau dipengaruhi oleh manajemen. Contohnya adalah biaya bahan baku yang dapat diperoleh dengan bernegosiasi harga yang lebih baik.

b) Biaya Tak Terkendali

Biaya yang tidak dapat dikendalikan oleh manajemen pada tingkat operasional tertentu. Contohnya adalah biaya bahan baku yang dipengaruhi oleh fluktuasi pasar.

Pemahaman tentang jenis – jenis biaya ini penting bagi manajemen dalam merencanakan, mengendalikan, dan mengambil keputusan terkait dengan pengelolaan sumber daya perusahaan secara efektif (Karini, 2022).

c. Klasifikasi Biaya

Pengertian biaya mencakup biaya yang dikeluarkan perusahaan dan mempunyai sebutan yang berbeda-beda sesuai pengelompokan yang dilakukan. Klasifikasi biaya berdasarkan fungsi, periode, hubungan dengan yang dibiayai, volume produksi, keterkendalian biaya, jangka waktu manfaat, dan berdasarkan kemampuan biaya dalam pengambilan keputusan. Berikut ini penjelasan secara rinci atas klasifikasi biaya yang ada.

1) Klasifikasi biaya berdasarkan fungsi dalam perusahaan

Fungsi utama dalam perusahaan manufaktur yaitu mengolah bahan baku menjadi produk jadi, kemudian menjualnya. Dari sisi kegiatan dan akur pendukungnya, perusahaan manufaktur lebih kompleks dibandingkan perusahaan dagang maupun perusahaan jasa. Bagian utama dalam perusahaan manufaktur yaitu bagian produksi, pemasaran, dan administrasi umum. Dengan demikian, biaya dalam perusahaan manufaktur dapat diklasifikasikan berdasarkan fungsi atau tujuan pengeluarannya. Biaya yang diklasifikasikan berdasarkan fungsinya terdiri atas:

a) Biaya Produksi

Biaya produksi meliputi semua biaya yang terkait dengan proses produksi barang yang mencakup bahan baku, tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik, biaya pengepakan/pengemasan, dan biaya - biaya lain yang secara langsung terlibat dalam produksi fisik. Biaya produksi ini penting dalam menentukan harga jual dan margin keuntungan perusahaan.

b) Biaya bahan baku, adalah beban pokok pembelian bahan baku yang masuk dalam proses produksi dan dapat ditelusur langsung pada produk.

c) Biaya tenaga kerja, adalah biaya gaji atau upah yang dibayarkan kepada tenaga kerja yang langsung berhubungan dengan proses produksi, serta dapat ditelusur dan diidentifikasi pada proses produksi disebut juga dengan tenaga kerja langsung. Upah atas tenaga kerja tidak langsung dicatat ke dalam biaya *overhead* pabrik.

d) Biaya *overhead* pabrik, adalah biaya produksi yang tidak dapat ditelusur atau diidentifikasi secara langsung pada suatu produk. Contoh biaya *overhead* pabrik antara lain biaya bahan penolong, biaya tenaga kerja tidak langsung, dan biaya tidak langsung lainnya (depresiasi mesin pabrik, biaya reparasi peralatan pabrik, listrik dan air pabrik, asuransi pabrik, dan sebagainya).

e) Biaya Nonproduksi

Biaya nonproduksi adalah biaya yang dikeluarkan perusahaan secara periodik dan tidak ada hubungannya dengan proses produksi, tetapi mendukung perusahaan dalam mendatangkan penghasilan. Pengeluaran yang termasuk biaya nonproduksi, antaran lain:

(1) Biaya pemasaran, yaitu pengeluaran yang terkait dengan upaya mempromosikan dan memasarkan produk atau jasa perusahaan. Jenis biaya pemasaran antara lain biaya iklan,

promosi, penjualan, komisi penjualan, riset pasar, pengembangan merek, dan kegiatan pemasaran lainnya. Biaya pemasaran bertujuan untuk meningkatkan kesadaran merek, mencapai target pasar, dan mendorong penjualan.

(2) Biaya administrasi, yaitu pengeluaran yang terkait dengan manajemen dan administrasi umum perusahaan. Jenis biaya administrasi umum meliputi biaya gaji dan tunjangan staf administrasi, biaya kantor, asuransi, kegiatan keuangan, dan biaya-biaya administrasi lainnya. Biaya administrasi mencerminkan pengeluaran yang diperlukan untuk menjalankan operasional bisnis secara keseluruhan.

(3) Biaya penelitian dan pengembangan, meliputi pengeluaran yang terkait dengan kegiatan penelitian, pengembangan, dan inovasi produk atau jasa perusahaan. Biaya ini meliputi biaya untuk penelitian dan pengembangan produk baru, peningkatan produk yang ada, inovasi teknologi, percobaan, dan kegiatan riset dan pengembangan (*riset and development-R&D*) lainnya. Biaya ini dapat menjadi investasi jangka panjang dalam pertumbuhan dan keunggulan kompetitif perusahaan.

2) Klasifikasi biaya berdasarkan periode pelaporan

Klasifikasi biaya berdasarkan periode pencatatannya terdiri atas biaya yang diakui dalam periode tertentu dan biaya yang diakui pada periode berikutnya. Penjelasan adalah sebagai berikut.

- a) Biaya yang dapat Diatribusikan atau Dibebankan ke Periode Tertentu Biaya ini terkait dengan suatu periode waktu tertentu dan diakui sebagai biaya pada periode tersebut. Contoh biaya yang termasuk dalam kategori ini adalah semua biaya bahan baku, biaya upah pekerja, biaya bahan pembantu, dan biaya *overhead* pabrik yang digunakan dalam produksi selama periode tersebut.
- b) Biaya yang dapat Dialokasikan ke Periode Tertentu Biaya ini tidak dapat secara langsung diatribusikan ke periode tertentu,

tetapi dapat dialokasikan dengan menggunakan metode tertentu. Contoh biaya yang termasuk dalam kategori ini adalah biaya depresiasi aset tetap yang dialokasikan selama periode waktu tertentu, biaya asuransi tahunan yang dialokasikan ke setiap periode, dan biaya sewa yang dialokasikan selama masa sewa.

c) Biaya yang Dicatat Sebagai Pengeluaran di Masa Depan Biaya ini terkait dengan pengeluaran yang telah dibayar di masa sekarang, tetapi diakui sebagai biaya di masa depan. Contoh biaya yang termasuk dalam kategori ini adalah biaya asuransi yang dibayarkan di muka untuk jangka waktu tertentu, biaya iklan yang dibayarkan di muka untuk kampanye yang akan datang, dan biaya langganan yang dibayarkan di muka untuk beberapa bulan ke depan.

3) Klasifikasi biaya berdasarkan hubungan biaya dengan objek yang dibiayai

a) Biaya Langsung

Biaya yang secara langsung berhubungan dengan produk atau objek yang dibiayai atau dapat diidentifikasi dengan sesuatu yang dibiayai. Contohnya adalah biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung.

b) Biaya Tidak Langsung

Biaya yang tidak langsung dapat diidentifikasi dengan produk atau aktivitas tertentu atau terjadinya pembiayaan tidak disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai. Pada perusahaan manufaktur biaya tidak langsung disebut dengan biaya *overhead* pabrik. Contohnya antara lain biaya listrik kantor, biaya air, yang tidak dapat ditelusur langsung ke dalam produk sehingga secara spesifik masuk ke dalam komponen *overhead* pabrik.

4) Klasifikasi biaya berdasarkan volume produksi

a) Biaya Tetap

Biaya yang jumlah totalnya tidak berubah pada frekuensi produksi tertentu, tetapi per unit selalu berubah sesuai jumlah unit yang diproduksi. Contohnya antara lain biaya gaji karyawan kantor, biaya gaji satpam, biaya kantor.

b) Biaya Variabel

Biaya yang jumlah totalnya berubah sesuai perubahan jumlah unit diproduksi, namun biaya per unitnya tetap. Contohnya yaitu biaya-biaya produksi.

c) Biaya Semi Tetap atau Semi Variabel

Biaya semi tetap yaitu biaya tetap yang secara total jumlahnya tidak berubah pada tingkat volume produksi tertentu dan akan berubah secara konstan pada volume produksi tertentu. Biaya semi variabel adalah biaya variabel yang perubahannya tidak sebanding dengan perubahan volume produksi dan mengandung unsur biaya tetap dan variabel. Contoh: listrik, air (mengandung biaya tetap dan variabel).

5) Klasifikasi biaya berdasarkan keterkendalian biaya

a) Biaya Terkendali

Biaya yang secara signifikan dapat dikendalikan manajemen selama periode tertentu. Contohnya yaitu biaya *advertising* (iklan) jangkauan iklan dan pengeluaran untuk iklan dapat diatur oleh manajer.

b) Biaya Tak Terkendali

Biaya yang tidak dapat dikendalikan oleh manajemen pada periode tertentu atau disebut *sunk cost*. Contohnya yaitu:

(1) Biaya depresiasi aset tetap sebagai biaya tidak terkendali karena pembelian aset tetap di masa lalu tidak dapat diubah lagi, sehingga biaya depresiasi sebagai alokasi harga perolehan juga tidak bisa diubah lagi.

(2) Biaya penelitian dan pengembangan, sebagai biaya tidak terkendali manajer sumber daya manusia, karena sebagai pelaksana biaya tersebut. Sedangkan manajer puncak biaya penelitian dan pengembangan sebagai biaya terkendali, karena pengeluarannya masih dapat direvisi.

6) Klasifikasi biaya berdasarkan jangka waktu manfaatnya

a) Pengeluaran Pendapatan (*Revenue Expenditure*)

Pengeluaran pendapatan yaitu biaya atau pengeluaran yang terjadi pada perusahaan dan mempunyai masa manfaat hanya satu periode akuntansi saja. Pencatatan pengeluaran pendapatan langsung dicatat sebagai biaya dan dibebankan pada periode terjadinya, dan dikategorikan ke dalam Laporan Laba Rugi.

Contohnya antara lain biaya telepon, biaya listrik, biaya iklan, dan lain-lain yang periode pemanfaatannya hanya satu periode akuntansi.

b) Pengeluaran Modal

Pengeluaran modal yaitu biaya yang dikeluarkan perusahaan dan mempunyai masa manfaat lebih dari satu periode akuntansi. Pengeluaran modal pada saat terjadinya akan dicatat ke dalam akun aset di sisi debit. Pencatatan atas pengeluaran ini masuk ke dalam Laporan Posisi Keuangan dan akan dikurangi sebesar alokasi pemanfaatan aset.

Contoh:

(1) Pembelian aset tetap berupa peralatan kantor dengan harga perolehan Rp50.000.000 yang mempunyai umur ekonomis 5 tahun. Setiap tahun perusahaan akan dibebani biaya depresiasi peralatan Rp10.000.000, yang akan mengurangi nilai buku peralatan kantor yang dibeli.

- (2) Biaya reparasi mesin pabrik untuk menambah umur ekonomis mesin, sehingga mempunyai masa manfaat lebih dari satu periode akuntansi.
- (3) Biaya penelitian dan pengembangan produk yang hasilnya akan berdampak lebih dari satu periode akuntansi.

7) Klasifikasi biaya berdasarkan pengambilan keputusan

Pengambilan keputusan oleh manajer memanfaatkan biaya atau laporan yang disajikan oleh manajemen. Pada proses pemilihan alternatif keputusan membutuhkan informasi diferensial atau alternatif informasi yang berbeda dari beberapa alternatif informasi untuk pengambilan keputusan. Setiap alternatif memiliki konsekuensi biaya dan manfaat yang dapat dibandingkan agar pengambilan keputusan dapat diambil dengan baik oleh manajer atau pengambil keputusan. Terdapat dua jenis biaya yang masuk dalam klasifikasi bermanfaat untuk pengambilan keputusan, yaitu:

a) Biaya Relevan

Biaya relevan adalah pengeluaran perusahaan, terutama di masa depan, yang akan memengaruhi pengambilan keputusan. Contohnya yaitu informasi kenaikan biaya bahan baku, regulasi mengenai metode pencatatan persediaan barang dagangan.

Berikut beberapa jenis biaya yang termasuk dalam biaya relevan.

- (1) *Differential cost*, didefinisikan sebagai pengeluaran yang memiliki beberapa alternatif pilihan yang bermanfaat untuk alternatif pengambilan keputusan manajer. Misalnya, ketika membuat keputusan untuk menghentikan proses produksi suatu produk, maka manajer harus mempertimbangkan *differential revenue*, *differential expense*, dan *differential income*.
- (2) *Opportunity cost*, yaitu manfaat potensial yang tidak dipilih, karena perusahaan tidak mengambil alternatif tersebut. Sebagai contoh, perusahaan mempunyai kesempatan untuk membuka

stan pameran dengan prediksi penerimaan sebesar Rp50.000.000. Meski demikian, perusahaan tidak mengambil kesempatan tersebut karena jumlah produk yang akan dijual belum memenuhi kriteria. Akibatnya, jika perusahaan tidak mengupayakan pemenuhan produk untuk pameran, maka perusahaan akan kehilangan kesempatan untuk mendapatkan penerimaan sebesar Rp50.000.000. *Opportunity cost* tidak dicatat dalam laporan keuangan, tetapi berpengaruh terhadap pengambilan keputusan internal perusahaan.

(3) *Out-of-pocket cost*, yaitu biaya yang merujuk pada biaya-biaya yang nyata (tunai) yang secara langsung dikeluarkan atau dibayarkan oleh perusahaan dalam suatu aktivitas atau transaksi. Biaya ini mencakup pengeluaran aktual yang dapat diukur dengan jumlah uang yang keluar dari perusahaan. *Out-of-pocket cost* mencakup pembayaran untuk pembelian bahan baku, pembayaran upah kepada tenaga kerja, biaya sewa, biaya utilitas (listrik, air, gas), biaya transportasi, biaya iklan, biaya pengiriman, biaya perawatan, dan biaya-biaya lainnya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam menjalankan operasinya. *Out-of-pocket cost* memiliki peran penting dalam akuntansi biaya karena biaya-biaya ini dianggap sebagai faktor utama dalam menentukan biaya produk atau layanan yang dihasilkan oleh perusahaan. Mencatat dan mengelola *out-of-pocket cost* dengan akurat penting untuk memastikan pengambilan keputusan yang tepat dan untuk melacak performa keuangan perusahaan secara efektif.

(4) *Avoidable cost* (biaya yang dapat dihindari), adalah biaya yang bisa dihindari atau tidak dikeluarkan (tidak dibayarkan) jika perusahaan telah menentukan suatu alternatif keputusan. Contoh *avoidable cost* antara lain biaya iklan, promosi, dan distribusi, biaya sewa, biaya utilitas, biaya perawatan, dan

biaya material. Biaya-biaya tersebut menjadi *avoidable cost*, jika alternatif keputusan diambil. Misalnya perusahaan memutuskan untuk menjual produk kepada pelanggan khusus tanpa mengeluarkan biaya iklan dan promosi. Contoh lainnya, perusahaan memutuskan untuk menggunakan tanah milik perusahaan tanpa menyewa gedung, maka biaya sewa dikategorikan sebagai *avoidable cost*.

Dengan demikian, untuk mengidentifikasi *avoidable cost* dalam pengambilan keputusan bisnis diperlukan pemahaman apakah pengeluaran biaya itu dapat dihindari pengeluarannya atau tidak. Manajer dapat mempertimbangkan kontribusi sebenarnya dari keputusan atau aktivitas tertentu terhadap laba perusahaan. Hal ini memungkinkan manajer untuk mengoptimalkan penggunaan sumber daya dan menghindari biaya yang tidak diperlukan.

b) Biaya Tidak Relevan

Biaya tidak relevan adalah pengeluaran perusahaan yang tidak memengaruhi pengambilan keputusan manajer, sehingga biaya ini tidak harus dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan yang terkait masa depan. Contohnya yaitu pembelian aset tetap di masa lalu, kontrak pemasangan iklan baliho dengan perusahaan jasa periklanan (*advertising*). Beberapa jenis biaya yang tergolong biaya relevan, yaitu:

(1) *Sunk Cost*

Sunk cost adalah biaya atau sumber daya yang telah dikeluarkan dan tidak dapat dikembalikan, baik dalam bentuk uang, waktu, atau upaya yang tidak dapat dipulihkan. Istilah "*sunk*" merujuk pada fakta bahwa biaya tersebut telah "terbenam" dan tidak dapat lagi dipengaruhi oleh keputusan masa depan. Contohnya yaitu pembelian aset di masa lalu dengan harga perolehan tertentu yang berdampak pada

pembebanan harga perolehan berupa biaya depresiasi pada periode-periode berikutnya.

(2) *Historical Cost*

Historical cost (biaya historis/masa lalu) adalah biaya yang terjadi dimasa lalu yang mengacu pada nilai asli atau biaya sebenarnya dari pembelian suatu aset atau terjadinya kewajiban pada saat aset tersebut diperoleh atau kewajiban tersebut terjadi. Harga perolehan ini adalah nilai yang tercatat dalam catatan akuntansi (laporan posisi keuangan) pada saat transaksi dilakukan. Konsep *historical cost* digunakan dalam akuntansi untuk merekam dan melaporkan nilai aset (gedung, peralatan kantor, peralatan pabrik, kewajiban (utang) bank (Purwanti, 2023).

3. Harga Pokok Penjualan

Harga pokok penjualan (*cost of goods sold* atau *cost of goods sales*) adalah biaya dari barang dagangan yang dijual selama periode tertentu. Untuk menghitung harga pokok penjualan menggunakan sistem *periodic*, dilakukan dengan menambahkan persediaan awal dan pembelian bersih (pembelian dikurangi dengan retur pembelian dan potongan pembelian ditambah dengan beban angkut pembelian) untuk memperoleh barang tersedia untuk dijual. Barang yang tersedia untuk dijual kemudian dikurangkan dengan persediaan akhir, sehingga akan diperoleh harga pokok penjualan (Fauziah, 2020).

Yang dimaksud dengan harga pokok penjualan adalah seluruh biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh barang yang dijual atau harga perolehan dari barang yang dijual. Ada dua manfaat dari harga pokok penjualan.

- a. Sebagai patokan untuk menentukan harga jual.
- b. Untuk mengetahui laba yang diinginkan perusahaan, apabila harga jual lebih besar dari harga pokok penjualan maka akan diperoleh laba, dan

sebaliknya apabila harga jual lebih rendah dari harga pokok penjualan akan diperoleh kerugian (Kartomo, 2019).

Harga Pokok Penjualan (HPP) sangat perlu dihitung dengan tepat dan akurat karena akan memiliki beberapa pengaruh terhadap pencapaian kinerja perusahaan. Perhitungan harga pokok penjualan merupakan perhitungan harga pokok barang yang akan dijual, di mana tujuan yang dapat ditentukan adalah untuk mengukur besarnya biaya yang sesungguhnya dikeluarkan oleh perusahaan dalam memperoleh sebuah barang yang kemudian akan dijual kembali. Berikut akan diuraikan beberapa tujuan menghitung HPP.

- a. Melalui perhitungan harga pokok terhadap barang yang akan dijual kembali, maka akan dapat ditentukan harga yang tepat untuk dijual ke pelanggan.
- b. Dengan adanya HPP yang tepat, maka dapat ditentukan perolehan keuntungan pada periode tertentu.
- c. Harga pokok penjualan akan membantu manajemen dalam menganalisis besarnya biaya yang harus dikeluarkan untuk pembelian barang serta biaya-biaya lainnya yang timbul pada saat terjadi transaksi. Pihak manajemen akan dapat menentukan strategi terhadap biaya-biaya yang akan dikeluarkan (Zulkarnaini, 2023).

4. Harga Pokok Produksi

a. Pengertian Harga Pokok Produksi

Harga Pokok Produksi atau biasa dikenal dengan istilah *Cost Of Good Manufactured* akan ditemukan dalam laporan laba rugi suatu perusahaan. Dalam akuntansi, harga pokok produksi dipahami sebagai seluruh biaya produksi yang digunakan untuk memperoleh dan mengolah bahan baku tersebut menjadi barang jadi yang siap diperjual belikan. Biaya produksi yang dimaksud adalah biaya bahan baku (BBB), biaya tenaga kerja langsung (BTKL), dan biaya *overhead* pabrik (BOP) (Yunita, 2020).

Harga pokok produksi adalah jumlah biaya produksi yang melekat pada produk atau barang yang dihasilkan yang diukur dalam satuan mata uang dalam bentuk kas yang dibayarkan atau nilai jasa yang diserahkan atau dikorbankan, atau utang yang timbul, tambahan modal yang diperlukan perusahaan dalam rangka proses produksi baik pada masa lalu maupun masa yang akan datang (Suzan, 2023).

Harga pokok produksi merupakan semua biaya yang telah dikorbankan dalam proses produksi atau kegiatan mengubah bahan baku menjadi produk jadi. Ini termasuk biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead pabrik*. Harga pokok produksi adalah semua biaya produksi yang dikeluarkan untuk memproduksi suatu barang atau jasa selama periode bersangkutan. Harga pokok produksi adalah jumlah dari seluruh pengorbanan sumber ekonomi yang digunakan untuk mengubah bahan baku menjadi produk.

Dalam pendekatan ini biaya-biaya yang diperhitungkan sebagai harga pokok adalah biaya produksi variabel yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik variabel. Biaya-biaya produksi tetap dikelompokkan sebagai biaya periodik bersama-sama dengan biaya tetap non produksi. Pendekatan *variabel costing* di kenal sebagai *contribution approach* merupakan suatu format laporan laba rugi yang mengelompokkan biaya berdasarkan perilaku biaya dimana biaya-biaya dipisahkan menurut kategori biaya variabel dan biaya tetap dan tidak dipisahkan menurut fungsi-fungsi produksi, administrasi dan penjualan. Dalam pendekatan ini biaya-biaya berubah sejalan dengan perubahan *output* yang diperlakukan sebagai elemen harga pokok produk. Laporan laba rugi yang dihasilkan dari pendekatan ini banyak digunakan untuk memenuhi kebutuhan pihak internal oleh karena itu tidak harus disesuaikan dengan prinsip akuntansi yang berlaku umum. Penentuan harga pokok variabel (*variabel costing*) merupakan metode penentuan harga pokok produk yang membebaskan unsur biaya produksi yang bersifat variabel saja.

Unsur biaya produksi bersifat tetap diperlakukan bukan sebagai harga pokok produk melainkan sebagai unsur biaya periodik. Biaya periodik merupakan biaya yang lebih erat hubungannya dengan periode akuntansi daripada dengan produk yang dihasilkan dan umumnya biaya periodik bersifat tetap (Muliati, 2024).

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.

1) Tiga komponen utama biaya produksi adalah:

- a) 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.
- b) 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.
- c) 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.

Tujuan harga pokok produksi atau disebut dengan harga pokok adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau kemungkinan terjadi untuk memperoleh penghasilan. Harga pokok produk (*product cost*) adalah pembebanan biaya yang mendukung tujuan manajerial yang spesifik menunjukkan tujuan yang akan dicapai manajemen tertarik untuk melakukan analisis tingkat laba yang spesifik, sehingga perlu informasi pendapatan dan biaya terkait dengan produk (Patimah & dkk, 2022).

b. Unsur-Unsur Harga Pokok Produksi

Terdapat 3 (tiga) unsur-unsur harga pokok produksi yaitu: biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya produksi tidak langsung atau biaya *overhead* pabrik.

1) Biaya Bahan Baku (*Direct Material*)

Pengeluaran yang berkaitan dengan pembelian bahan baku yang membentuk bagian umum dari barang yang sudah selesai dan dapat benar-benar diikuti oleh barang tersebut dan dapat mengikuti sampai barang yang sudah selesai terjangkau atau dengan demikian, pengeluaran bahan mentah langsung sebagai dasar merupakan biaya yang dibawa untuk memperoleh langsung bahan, sampai bahan disiapkan untuk dipergunakan.

Pada tahap pengadaan dan penyimpanan bahan baku dari segi akuntansi timbul masalah penentuan harga pokok yang dibeli, sedangkan pada saat dipakai timbul masalah penentuan harga pokok bahan yang dipakai. Pembahasan mengenai bahan meliputi penentuan harga pokok bahan yang dibeli, syarat penyerahan barang, system persediaan, metode penilaian harga pokok bahan baku, serta masalah-masalah khusus yang dibahas dalam bahan baku langsung.

2) Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja langsung adalah biaya tenaga kerja yang digunakan dalam mengubah atau mengonversi bahan baku menjadi produk selesai dan dapat ditelusuri secara langsung kepada produk selesai.

3) Biaya *Overhead* Pabrik

Biaya *overhead* pabrik adalah biaya selain bahan baku dan tenaga kerja langsung tetapi membantu dalam mengubah bahan menjadi produk selesai. Biaya ini tidak dapat ditelusuri secara langsung kepada produk selesai. Biaya *overhead* dapat dikelompokkan menjadi elemen:

a) Bahan Tidak Langsung (Bahan Pembantu/Bahan Penolong)

Bahan tidak langsung adalah bahan yang digunakan dalam penyelesaian produk tetapi pemakaiannya relative lebih kecil dan biaya ini tidak dapat ditelusuri secara langsung kepada produk selesai.

b) Tenaga Kerja Tidak Langsung

Tenaga kerja tidak langsung adalah tenaga kerja yang membantu dalam pengolahan produk selesai.

c) Biaya Tidak Langsung Lainnya

Biaya tidak langsung lainnya adalah biaya selesai bahan tidak langsung dan tenaga kerja tidak langsung yang membantu dalam penglohan produk selesai, tetapi tidak dapat ditelusuri langsung kepada produk selesai (Haryati, D; , dkk, 2021).

c. Tujuan Penentuan Harga Pokok Produksi

Sebuah perusahaan menentukan harga pokok produksi dengan tujuan sebagai berikut:

1) Sebagai Dasar dalam Menentukan Harga Jual

Setelah harga pokok produksi dari suatu barang diketahui maka manajemen mampu menetapkan harga jual dari produk tersebut melalui penggunaan metode tertentu, karena harga pokok produksi menjadi salah satu faktor utama yang menjadi dasar manajemen dalam menentukan harga jual dari suatu produk

2) Sebagai Alat untuk Memantau Realisasi dari Biaya Produksi

Pihak manajemen membutuhkan informasi terkait semua pengeluaran saat memproduksi suatu produk dalam rangka memantau realisasi dari biaya produksi. Sehingga dapat digunakan sebagai alat agar bisa mengumpulkan informasi terkait biaya tersebut.

3) Harga Pokok Produk Sebagai Dasar Menghitung Laba Rugi Perusahaan Secara Periodik

Pihak manajemen memerlukan informasi terkait harga pokok produksi untuk mengetahui apakah dalam satu periode akuntansi perusahaan mengalami kerugian atau keuntungan (Mulyadi, 2018).

d. Metode Perhitungan Harga Pokok Produksi

Metode perhitungan harga pokok produksi suatu barang merupakan tujuan pokok akuntansi. Harga pokok produksi tersebut diperoleh melalui pengumpulan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan barang tersebut (Yunita dkk, 2020).

Metode penentuan harga pokok produksi adalah cara memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam harga pokok produksi. Terdapat dua metode penentuan harga pokok produksi yaitu metode *full costing* dan *metode variable costing*.

1) *Full Costing*

Full costing adalah cara menghitung biaya produksi yang menggabungkan semua bagian dari biaya produksi, termasuk biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik variabel dan tetap. Dengan demikian kos produksi menurut metode *full costing* terdiri dari unsur biaya produksi berikut ini:

Biaya bahan baku	xxx
Biaya tenaga kerja langsung	xxx
Biaya overhead 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	xxx

Pendekatan penetapan biaya yang komprehensif digunakan untuk menilai biaya produk, yang meliputi unsur-unsur biaya produksi (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya

overhead pabrik variabel dan biaya *overhead* pabrik tetap) serta biaya non-produksi (biaya pemasaran, administrasi dan biaya umum).

Dengan metode *full costing*, beban yang dilaporkan pada laporan keuangan adalah barang yang sudah laku terjual. Oleh karenanya, metode ini dapat melakukan penundaan beban biaya *overhead* saat barang belum laku terjual. Dengan memahami dan mengelola HPP dengan baik, perusahaan dapat meningkatkan efisiensi operasionalnya, mengoptimalkan laba, dan membuat keputusan yang lebih baik dalam lingkungan bisnis yang kompetitif.

2) Metode Langsung (*Variable Costing*)

Variable Costing merupakan penentuan harga pokok produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku *variabel* ke dalam harga pokok produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead variabel*. Harga pokok produksi menurut metode *variabel costing* dapat diformulasikan sebagai berikut:

Biaya bahan baku	xxx
Biaya tenaga kerja langsung	xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik <i>variabel</i>	<u>xxx</u> +
HPP/kos produksi	xxx

Metode *variabel costing* memiliki jumlah biaya yang terus berubah-ubah tergantung pada pesanan dan lingkup kegiatan bisnis. Metode ini memandang biaya tetap sebagai biaya yang tidak langsung terkait dengan produksi, oleh karena itu, tidak diatribusikan ke produk secara langsung.

Metode *Variabel Costing* sering digunakan untuk tujuan pengambilan keputusan internal, analisis margin kontribusi, dan perencanaan laba. Meskipun begitu, metode ini tidak sesuai dengan tujuan dari pelaporan keuangan eksternal. Standar akuntansi mengharuskan perusahaan untuk menggunakan metode *full costing*

saat menyusun neraca dan laporan laba rugi. Oleh karena itu, seringkali perusahaan membuat catatan akuntansi ganda dengan kedua metode guna memenuhi kebutuhan masing-masing pihak.

Pada penelitian, ini penulis menggunakan pendekatan *full costing* karena metode ini merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang membebankan seluruh biaya produksi baik berprilaku tetap maupun variabel kepada produk. Karena hal itu, metode *full costing* dianggap sesuai dengan prinsip akuntansi sebab mencakup semua biaya produksi. Prinsip akuntansi yang relevan dalam konteks ini adalah prinsip akuntansi biaya penuh atau *full costing principle*.

Penting bagi perusahaan untuk memiliki pemahaman menyeluruh tentang semua biaya yang terlibat dalam proses produksi suatu produk, karena ini menjadi landasan untuk menetapkan harga jual yang sesuai. Pemilihan cara menghitung harga pokok produksi juga harus cocok dengan sifat bisnis yang bersangkutan, tujuan manajemen, dan kebutuhan pada laporan keuangan. Pemilihan metode perhitungan harga pokok produksi harus dengan pertimbangan matang, dan perusahaan harus mempertimbangkan keuntungan dan keterbatasan dari setiap metodenya. (Mulyadi, 2018:17-18).

3) 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:

- a) Identifikasi aktivitas yang terlibat dalam produksi.
- b) Hitung biaya yang terkait dengan setiap aktivitas.

c) Alokasikan biaya aktivitas ke produk berdasarkan konsumsi aktivitas tersebut.

4) 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.

5) 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.

5. *Full Costing*

a. Pengertian *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 overhead pabrik variable	xxx
Biaya overhead 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	xxx

b. Perbedaan antara full costing dan variable costing

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).

c. 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.

d. 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.

e. Kelebihan dan kekurangan metode *full costing*

Kelebihan metode *full costing* :

- 1) Menampilkan jumlah biaya *overhead* dengan sangat komprehensif sebab mengandung dua jenis biaya, yaitu *overhead* tetap dan *variable*.
- 2) Metode ini mampu melakukan penundaan dalam beban biaya *overhead* ketika produk belum laku terjual di pasaran.
- 3) Pembebanan biaya *overhead* atas barang yang belum terjual bisa dialihkan untuk mengurangi atau menambah harga pokok.

Kelemahan dari metode *full costing*, harga jual akan menjadi lebih tinggi daripada menggunakan metode *variable costing*. Hal tersebut dikarenakan, metode *full costing* menganggap konsumen rela membayar berapa pun untuk membeli barang yang diinginkannya

(Husain & Fauziah, 2022).

6. 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) Perkirakan dampak pengalaman terhadap biaya: Analisis kurvam 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 non harga 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. 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. Supriyono. (2013).

Harga jual adalah sejumlah kompensasi (uang ataupun barang) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi barang atau jasa. Perusahaan selalu menetapkan harga produknya dengan harapan produk tersebut laku terjual dan boleh memperoleh laba yang maksimal. jadi menurut perusahaan penetapan harga jual merupakan hal yang sangat penting, karena penetapan harga jual adalah suatu keputusan atau

strategi perusahaan dalam menarik minat konsumen dan mempertahankan loyalitas pelanggan (Hasibuan, 2021).

Harga merupakan komponen yang berpengaruh langsung terhadap laba perusahaan. Tingkat harga yang ditetapkan mempengaruhi kuantitas barang yang dijual. Selain itu secara tidak langsung harga juga mempengaruhi biaya, karena kuantitas yang terjual berpengaruh pada biaya yang ditimbulkan dalam kaitannya dengan efisiensi produksi. Oleh karena itu penetapan harga mempengaruhi pendapatan total dan biaya total, maka keputusan dan strategis penetapan harga memegang peranan penting dalam setiap perusahaan.

Sementara itu dari sudut pandang konsumen, harga seringkali digunakan sebagai indikator nilai bila mana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Nilai (*value*) dapat didefinisikan sebagai rasio antara manfaat yang dirasakan dengan harga. Dengan demikian pada tingkat harga tertentu, bila manfaat yang dirasakan konsumen meningkat, maka nilainya akan meningkat pula. Seringkali pula dalam penentuan nilai suatu barang atau jasa, konsumen membandingkan kemampuan suatu barang atau jasa dalam memenuhi kebutuhannya dengan kemampuan barang atau jasa substitusi.

Harga memiliki dua peranan utama dalam proses pengambilan keputusan para pembeli, yaitu peranan alokasi dan peranan informasi. Peranan alokasi dari harga adalah fungsi harga dalam membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat atau utilitas tertinggi yang diharapkan berdasarkan kekuatan membelinya. Dengan demikian adanya harga dapat membantu para pembeli untuk memutuskan cara mengalokasikan kekuatan membelinya pada berbagai jenis barang dan jasa. Pembeli membandingkan harga dari berbagai alternatif yang tersedia, kemudian memutuskan alokasi dana yang dikehendaki. Peranan informasi dari harga adalah fungsi harga dalam

“mendidik” konsumen mengenai faktor produk, misalnya kualitas (Ramdhani, 2020).

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

Secara umum metode penetapan harga terdiri dari tiga macam pendekatan, yaitu:

1) Penetapan Harga Berdasarkan Biaya

a) Penetapan *Cost Plus Pricing*

Cost Plus Pricing merupakan cara untuk menghitung harga jual biaya produksi dan non produksi ditambah dengan mark up atau persentase laba yang di inginkan.

Rumus: $\text{Biaya total} + \text{margin} = \text{harga jual}$

b) Penetapan Harga *Mark-Up*

Untuk metode *mark-up* ini, harga jual per unit ditentukan dengan menghitung harga pokok pembelian per unit ditambah (mark-up) jumlah tertentu.

Rumus: harga beli + mark-up + harga jual

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

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

Rumus: $BEP \Rightarrow \text{total biaya} = \text{total penerimaan}$

2) Penetapan Harga Berdasarkan Harga Pesaing/Kompetitor

Penetapan harga dilakukan dengan menggunakan harga kompetitor sebagai referensi, dimana dalam pelaksanaannya lebih cocok untuk produk yang standar dengan kondisi pasar *oligopoli*. Untuk menarik dan meraih para konsumen dan para pelanggan, perusahaan biasanya menggunakan strategi harga. Penerapan strategi harga jual juga bisa digunakan untuk mensiasati para pesaingnya, misalkan dengan cara menetapkan harga di bawah harga pasar dengan maksud untuk meraih pangsa pasar.

3) Penetapan Harga Berdasarkan Permintaan

Proses penetapan harga yang didasari persepsi konsumen terhadap *value*/nilai yang diterima (*price value*), sensitivitas harga dan *perceived quality*. Untuk mengetahui *value* dari harga terhadap kualitas, maka analisa *price sensitivity mater* (PSM) merupakan salah satu bentuk yang dapat digunakan. Pada analisa ini konsumen diminta untuk memberikan pernyataan dimana konsumen merasa harga murah, terlalu murah, terasa mahal dan terlalu mahal dan dikaitkan dengan kualitas yang diterima (Ramdhani, 2020).

f. Langkah-langkah Penentuan Harga Jual

Harga jual adalah nilai tukar suatu barang atau jasa, yaitu jumlah uang yang pembeli sanggup membayar kepada penjual untuk suatu barang tertentu. Jika tujuan penetapan harga sudah ditentukan, maka seorang manajer dapat memperhatikan prosedur penentuan harga produk atau jasa. Tidak semua perusahaan menggunakan prosedur penetapan harga yang sama. Berikut prosedur penetapan harga meliputi:

1) Mengestimasi Permintaan untuk Barang Tersebut

Dalam tahap pertama ini, penjual membuat estimasi permintaan barangnya secara total. Hal ini lebih mudah dilakukan terhadap permintaan barang yang ada dibandingkan dengan permintaan barang baru. Estimasi permintaan dapat dilakukan dengan menentukan harga yang diharapkan oleh konsumen, estimasi volume penjualan pada berbagai tingkat harga.

2) Mengetahui Lebih Dulu Reaksi dalam Persaingan

Kondisi persaingan sangatlah mempengaruhi kebijakan penentuan harga bagi perusahaan atau penjual. Oleh karena itu, penjual perlu memahami reaksi persaingan yang terjadi dipasar serta sumber- sumber penyebabnya.

3) Menentukan *Market Share*

Perusahaan *market share* harus dilakukan dengan mengadakan periklanan dan bentuk lain dari persaingan bukan harga. *Market share* yang diharapkan akan dipengaruhi oleh kapasitas produksi yang ada, biaya ekspansi, dan mudahnya memasuki persaingan.

4) Memilih Strategi Harga untuk Mencapai Target Pasar

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

5) Mempertimbangkan Politik Pemasaran Perusahaan

Mempertimbangkan politik pemasaran perusahaan dengan melihat pada barang, sistem distribusi, dan program promosinya. Perusahaan tidak dapat menentukan harga suatu barang tanpa mempertimbangkan barang lain yang dijualnya. Demikian pula dengan pendistribusiannya harus diperhatikan ada tidaknya penyalur yang menerima sebagian dari harga jual. Apabila tanggung jawab promosi dilimpahkan kepada penyalur, maka margin yang akan diterima produsen menjadi lebih tinggi.

Adapun beberapa cara dalam penentuan harga jual yaitu sebagai berikut:

1) Metode Biaya Total

Berdasarkan metode biaya total ini, harga jual ditentukan dari total biaya ditambah % margin (dari biaya total). Biaya total terdiri dari biaya produksi, biaya pemasaran, biaya administrasi dan umum. Secara sederhana dapat digambarkan sebagai berikut:

Harga jual = (biaya produksi + biaya pemasaran + biaya administrasi dan umum) + (%margin x total biaya)

2) Metode Biaya Produksi

Penentuan harga jual dengan metode ini berdasarkan jumlah biaya yang dikeluarkan dalam membuat produk ditambah dengan % margin (dari biaya produksi). Secara sederhana dapat digambarkan sebagai berikut: Harga jual = biaya produksi + (%margin x biaya produksi)

3) Metode Biaya Variabel

Penentuan harga jual dengan metode ini didasarkan pada perhitungan biaya variabel ditambah dengan % margin (dari biaya variabel). Dimana biaya variabel terdiri dari biaya produksi variabel dan biaya operasi variabel. Secara sederhana dapat digambarkan sebagai berikut:

Harga jual = biaya variabel + (%margin x biaya variabel)

Peranan perusahaan dalam proses penetapan harga jual barangnya sangat berbeda-beda, tergantung daripada bentuk pasar yang dihadapinya.

Ada tiga bentuk penentapan harga jual, yakni:

- 1) Penetapan harga jual oleh pasar (*market pricing*)
- 2) Penetapan harga jual oleh pemerintah (*government controlled pricing*)
- 3) Penetapan harga jual yang dapat dikontrol oleh perusahaan (*administered or business controlled pricing*)

Terdapat metode lain dalam menetapkan harga jual yaitu:

- 1) Penentuan Harga Jual Normal (*Normal Pricing*)

Metode penentuan harga jual normal yaitu penentuan harga jual dengan cara menambah laba yang diharapkan diatas biaya penuh massa yang akan datang untuk memproduksi dan memasarkan produk.

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

Cost-type contract pricing adalah kontrak pembuatan produk dan jasa yang pihak pembeli setuju membeli produk atau jasa pada harga yang didasarkan pada total biaya yang sesungguhnya dikeluarkan oleh produsen ditambah dengan laba yang dihitung sebesar persentase tertentu dari total biaya yang sesungguhnya.

- 3) Penentuan Harga Jual Pesanan Khusus (*Special Order Pricing*)

Pesanan khusus merupakan pesanan yang diterima oleh perusahaan diluar pesanan regular perusahaan.

- 4) Penentuan Harga Jual Produk yang Dihasilkan Perusahaan yang Diatur Dengan Peraturan Pemerintah Penentuan harga jual berdasarkan biaya penuh masa yang akan datang ditambah dengan laba yang diharapkan (Fajrin, 2019).

B. Penelitian Relevan

Penelitian yang dilakukan oleh Sherly Anike Putri, dkk (2024), 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.

Penelitian dilakukan oleh Niken Faradela, dkk (2022), dengan judul “Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Dengan Metode *Full Costing* Sebagai Dasar Penetapan Harga Jual Pada Usaha Tempe Makmur Yaya Tebeng Kota Bengkulu”. Hasil penelitian ini adalah dalam penentuan harga jual terdapat perbedaan antara perhitungan yang dilakukan Usaha Tempe Makmur Yaya Tebeng dengan perhitungan yang dilakukan oleh penulis. Usaha tempe makmur yaya menetapkan harga jual berdasarkan harga pasar sedangkan jika peneliti menggunakan metode *full costing*. Berdasarkan perhitungan diatas dengan menambah keuntungan 25%. usaha tempe makmur

yaya mendapat laba dengan harga jual Rp.5000 pada tahun 2019 sebesar Rp.1.444 perbuah, tahun 2020 sebesar Rp.1.441 perbuah dan pada tahun 2021 sebesar Rp.1.440 perbuah sehingga didapati rata-rata harga pokok produksinya sebesar Rp.1.495. Sedangkan jika berdasarkan perhitungan pabrik penetapan harga jual berdasarkan pasar. Laba yang diperoleh pada tahun 2019 sebesar Rp. 1.469 perbuah, pada tahun 2020 sebesar Rp.1.510 perbuah dan pada tahun 2021 sebesar Rp.1.508 perbuah sehingga didapati rata-rata harga pokok produksinya sebesar Rp.1.441. Meskipun laba yang diperoleh lebih tinggi namun pabrik belum memperhitungkan semua biaya yang harus dikeluarkan. Selain itu adanya kenaikan dan penurunan biaya overhead dan biaya bahan penolong membuat laba yang diperoleh seringkali naik turun tergantung pada besar kecilnya tingkat harga pokok produksi dan berapa banyak tempe yang diproduksi. Dengan adanya penentuan harga jual tempe makmur yaya akan memperoleh keuntungan sesuai dengan yang diharapkan. dengan harga pokok produksi yang 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 Niken Faradela, dkk pada Usaha Tempe Makmur Yaya Tebeng Kota Bengkulu. Sedangkan penelitian ini yaitu berobjek pada Tempe Makmur Yaya yang beralamat di Bengkulu.

Penelitian dilakukan oleh Minasari Nasution & Maya Syahlina (2023), dengan judul “Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Dengan Metode *Full Costing* Sebagai Dasar Penentuan Harga Jual Pada Kopi Kenangan *Ringroad Citywalk* Medan”. Hasil penelitian ini adalah Berdasarkan perhitungan harga pokok produksi dengan metode *full costing* diperoleh biaya produksi masing-masing produk yakni kopi kenangan mantan sebesar Rp.10.900 dan matcha latte sebesar Rp.11.150. Dalam penentuan harga jual menggunakan metode *full costing* menunjukkan metode tersebut memiliki angka nominal lebih tinggi daripada metode *variable costing* dalam

perhitungan harga produksi, hal ini disebabkan dalam perhitungan harga pokok produksi pada metode *full costing* memasukkan semua unsur biaya yaitu biaya tetap maupun biaya variabel.

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 Minasari Nasution dan Maya Syahlina pada Usaha Kopi Kenangan. Sedangkan penelitian ini yaitu berobjek pada Kopi Kenangan *Ringroad Citywalk* yang beralamat di Medan.

Penelitian dilakukan oleh Jillsticia Rembet,dkk (2024),dengan judul “Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode *Full Costing* dan *Variable Costing* dalam Penetapan Harga Jual Sambal Roa Chef Kenneth (Studi pada UD Cinta Kasih Manado)”. Hasil penelitian ini adalah bahwa perhitungan harga pokok produksi dalam penetapan harga jual menurut perusahaan mendapatkan hasil yang berbeda dengan perhitungan menggunakan metode *full costing* dan *variable costing*. Perbedaan timbul karena perusahaan hanya memasukkan beberapa biaya overhead pabrik dalam perhitungan harga pokok produksinya. Biaya overhead pabrik tetap maupun variabel yang belum dihitung dan dimasukkan ke dalam harga pokok produksi yaitu bahan penolong dan biaya penyusutan gedung serta peralatan. Perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode *full costing* mendapatkan hasil lebih tinggi dibandingkan hasil perhitungan menggunakan metode *variable costing* dan perhitungan dari perusahaan. Pada metode *full costing* seluruh biaya diperhitungkan, mulai dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik tetap, dan biaya overhead pabrik variabel. Sebaliknya, pada metode *variable costing* hanya diperhitungkan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, serta biaya overhead pabrik yang bersifat variabel.

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, tempat dan metode penelitian, dimana pada penelitian yang dilakukan oleh Jillsticia Rembet, dkk pada Sambal Roa Chef Kenneth. Sedangkan penelitian ini yaitu berobjek pada Sambal Roa Chef Kenneth yang beralamat di Manado, dan metode penelitian yang digunakan yaitu metode *Variable Costing*.

Penelitian dilakukan oleh Arum Prihatini & Fransiska (2025), dengan judul “Analisis Harga Pokok Produksi Dalam Menentukan Harga Jual Menggunakan Metode *Full Costing* (Studi Kasus Ayam Gebuk Sambalado - Tangerang)”. Hasil penelitian ini adalah dari perhitungan HPP diantara penggunaan metode sederhana serta *full costing* menunjukkan bahwa HPP yang menggunakan metode sederhana lebih rendah, yakni Rp.43.100 per ekor, sedangkan metode *full costing* menghasilkan HPP yang tinggi, yakni Rp.51.550 per ekor. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa pemilik tidak memasukan semua biaya produksi dalam perhitungan HPP. Harga penjualan ayam berbeda dalam perhitungan HPP. Metode sederhana menentukan harga penjualan ayam sebesar Rp.56.030/ekor, sedangkan metode *full costing* sebesar Rp.67.016/ekor.

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 Arum Prihatini dan Fransiska pada Usaha Ayam Gebuk Sambalado. Sedangkan penelitian ini yaitu berobjek pada Ayam Gebuk Sambalado yang beralamat di Tangerang.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan pada usaha ikan bilih goreng akbar adalah penelitian lapangan (*field research*) guna untuk mendapatkan data-data dan informasi mengenai permasalahan yang akan diteliti, maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk menjelaskan suatu fenomena dengan mendalam dan dilakukan dengan mengumpulkan data.

Penelitian ini nantinya akan menggambarkan bagaimana perhitungan biaya produksi menggunakan metode *Full Costing* sebagai strategi penetapan pada Usaha Ikan Bilih Akbar.

B. Tempat dan Waktu

1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di UMKM Ikan Bilih Goreng Akbar di Nagari Ombilin. Objek penelitian ini beralamatkan di Jl. Jenderal Ahmad Yani, Simawang, Kec. Rambatan, Kabupaten Tanah Datar, Provinsi Sumatera Barat Kode Pos 27271. Telephon 082389267976. Dari lokasi penelitian tersebut, penulis bermaksud memahami tentang fenomena fakta-fakta yang terjadi dilapangan, serta tempat dimana penulis dapat memperoleh data dan informasi yang diperlukan selama observasi.

2. Waktu Penelitian

Adapun waktu penelitian yang dilakukan terdapat pada tabel berikut:

Tabel 3. 1
Waktu Rencana Penelitian

Uraian Kegiatan	2025							
	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agus
Pengajuan Judul	■							
Penyusunan Laporan	■	■						
Observasi Awal			■					
Proses Bimbingan Pra Seminar			■	■	■			
Seminar Proposal				■				
Revisi Pasca Seminar					■	■		
Penelitian						■	■	
Penyusunan Skripsi						■	■	
Bimbingan Skripsi							■	
Sidang Munaqasah								■

C. Sumber Data

Sumber data berdasarkan sumbernya menurut Sugiono (2018)

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh langsung dari sumber aslinya tanpa adanya media perantara. Sumber data primer penelitian ini diperoleh melalui wawancara yang dilakukan peneliti kepada pemilik dan karyawan perusahaan.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data akan digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan cara terjun langsung ke lokasi objek penelitian, yakni dengan melihat aktivitas produksi, untuk memperoleh data yang nyata dan akurat.

2. Wawancara

Penulis melakukan wawancara secara langsung dengan narasumber yang merupakan pemilik usaha itu sendiri dan konsumen untuk menggali informasi terkait proses penentuan harga jual. Akan tetapi terdapat pertanyaan tambahan didalam praktik wawancara langsung untuk perkembangan dan perluasan pertanyaan.

3. Dokumentasi

Penelitian ini juga mengumpulkan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian untuk menambah data-data yang diperlukan peneliti. Seperti dokumen internal usaha yang mencakup daftar bahan baku, laporan keuangan, dan arsip aktivitas promosi dimedia sosial. Dalam penelitian ini, dokumen yang peneliti gunakan yaitu berupa data biaya produksi dan data harga jual produk tahun 2025 berdasarkan perusahaan.

E. Teknik Analisis Data

Anggito (2018) penelitian kualitatif adalah pengumpulan data pada suatu latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara *purposive* dan *snowball*, teknik pengumpulan dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi. Penelitian yang dilakukan terhadap suatu usaha. Penelitian ini dilakukan terhadap Usaha Ikan Bilih Goreng Akbar Ombilin disertai dengan pengumpulan data selama periode tertentu, kemudian data tersebut dievaluasi

sehingga dapat memberikan kesimpulan yang cukup jelas atas objek yang diteliti.

Langkah-langkah yang dilakukan sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi data biaya produksi yang meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik.
2. Evaluasi pengalokasian komponen biaya berdasarkan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik.
3. Penyusunan dan perhitungan biaya produksi dengan menggunakan metode *full costing*. Adapun tahapan dalam metode ini antara lain:

- a. Mengumpulkan data produksi periode tertentu dan mengumpulkan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya *overhead* pabrik periode tertentu untuk menyusun laporan produksi dan menghitung produksi ekuivalen dalam rangka menghitung harga pokok satuan.

- 1) Biaya Bahan Baku

Biaya bahan baku = harga per unit x unit bahan baku

- 2) Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja = tarif yang ditetapkan x hari

- 3) Biaya Overhead Pabrik

- a)
$$\frac{\text{overhead pabrik yang dianggarkan}}{\text{dasar pembebanan}} = BOP$$

- b)
$$\text{Pembelian} = \text{Tarif} \times \text{Aktivitas}$$

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

Biaya bahan baku	XXX
Biaya tenaga kerja langsung	XXX
Biaya <i>overhead</i> pabrik tetap	XXX
Biaya <i>overhead</i> pabrik variabel	<u>XXX+</u>
Total biaya produksi	XXX

4. Menghitung harga pokok satuan setiap elemen biaya yaitu jumlah elemen biaya tertentu dibagi produksi ekuivalen dari elemen biaya tersebut.
5. Penentuan harga jual menggunakan metode *cost plus pricing* dengan

metode ini pemilik usaha akan mudah dalam menentukan persentase keuntungan yang diinginkan dari usaha yang dikelola

Rumus: Biaya Total + margin = harga jual

6. Melakukan analisis perbandingan harga pokok produksi antara prosedur perhitungan dari pemilik usaha dengan perhitungan metode *full costing*.

Memberikan kesimpulan dari hasil perbandingan antara perhitungan pemilik usaha dengan metode *full costing* dan menentukan harga pokok produksi yang tepat dan sebaiknya digunakan oleh pemilik usaha yang sesuai dengan perhitungan akuntansi.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Temuan Penelitian

1. Sejarah Usaha Ikan Bilih Goreng Akbar

Usaha Ikan Bilih Goreng Akbar didirikan pada tahun 2015 di Ombilin oleh Ibuk Rosi sebagai usaha yang bergerak dibidang industri makanan yang memproduksi ikan bilih goreng berlokasi di Jl. Jenderal Ahmad Yani, Simawang, Kec. Rambatan, Kabupaten Tanah Datar, Provinsi Sumatera Barat Kode Pos 27271.

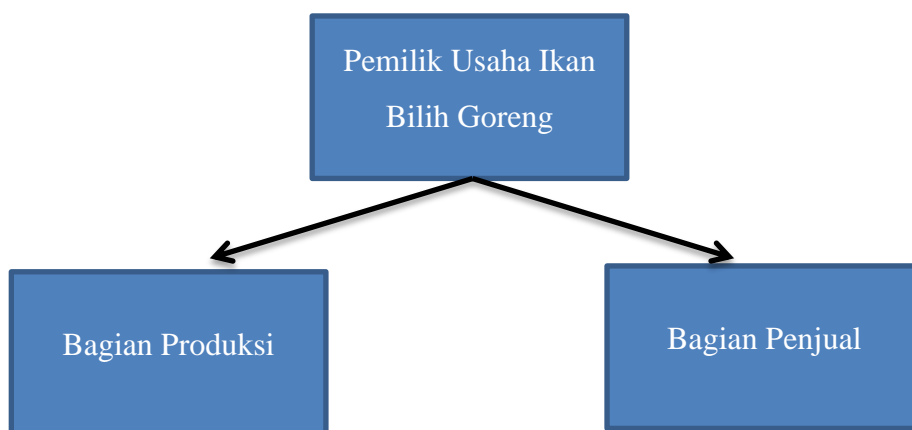
Pada awalnya, pendirian usaha ini tidak direncanakan secara khusus. Pemilik usaha sebenarnya memiliki niat awal untuk membuka restoran yang menyajikan berbagai menu makanan, seperti mie Aceh dan kopi Aceh, mengingat suami beliau berasal dari Aceh. Bahkan, sejumlah perlengkapan dan persiapan usaha restoran telah tersedia. Namun, rencana tersebut tidak terlaksana karena kondisi kesehatan pemilik usaha yang tidak memungkinkan untuk menjalankan aktivitas berat dalam jangka waktu lama.

Pada akhir bulan Desember 2015, pemilik usaha memutuskan untuk membuka usaha ikan bilih goreng. Keputusan ini diambil berdasarkan pengamatan terhadap potensi pasar, di mana ikan bilih goreng memiliki daya tarik tersendiri dan berpeluang besar untuk laku terjual, terutama pada hari libur dan musim kunjungan wisatawan. Pemilik usaha, Ibu Rosi, merupakan lulusan dari jurusan pariwisata. Latar belakang pendidikan ini memberikan keuntungan tersendiri dalam mengelola usaha, terutama dalam hal pemasaran dan pengembangan jaringan. Berkat pengalaman dan relasi yang dimiliki selama masa studi, beliau memiliki banyak koneksi dengan agen-agen pariwisata. Hal ini dimanfaatkan secara optimal untuk mempromosikan produk ikan bilih goreng kepada wisatawan yang datang ke Danau Singkarak dan sekitarnya.

Usaha ini juga terinspirasi dari kebiasaan keluarga besar pemilik yang telah lama menjual ikan bilih di pasar tradisional. Berawal dari pengalaman tersebut, pemilik mencoba untuk mengembangkan usaha secara mandiri. Sejak awal berdiri hingga saat ini, usaha Ikan Bilih Goreng Akbar mengalami perkembangan yang signifikan. Letaknya yang strategis di jalur wisata menjadikan produk ini dikenal luas oleh pengunjung dan wisatawan. Promosi dilakukan melalui berbagai media sosial seperti Facebook, TikTok, dan platform digital lainnya, sehingga membantu meningkatkan daya saing dan jangkauan pasar usaha.

2. Struktur Organisasi Usaha Ikan Bilih Goreng Akbar

Berikut ini adalah bagan struktur organisasi Usaha Ikan Bilih Goreng yang dibuat berdasarkan deskripsi langsung Ibuk Rosi:



Gambar 4. 1
Struktur Organisasi

a. Pemilik Usaha Ikan Bilih Goreng

Pemilik usaha ini mempunyai peran yang sangat penting dalam memastikan kelancaran operasional usaha. Selain bertanggung jawab untuk membantu dan mengawasi karyawan dalam menyiapkan produksi ikan bilih goreng, ia juga harus memastikan bahwa setiap langkah produksi berjalan dengan baik, mulai dari pemilihan bahan baku, proses pembuatan, hingga pengemasan.

b. Karyawan

- 1) Bagian Produksi memiliki tugas yaitu bertanggungjawab dalam mempersiapkan bahan baku dan memastikan bahwa setiap proses dari mulai mencuci, menjemur, membumbui, dan menggoreng produksi dilakukan dengan tepat agar dapat menghasilkan produk yang berkualitas dan aman untuk dikonsumsi.
- 2) Bagian Penjualan mempunyai tugas yaitu bertanggungjawab untuk melayani pembeli dengan ramah, memastikan transaksi berjalan dengan lancar, menjaga persediaan produk yang akan dijual, memastikan pengemasan yang rapi dan membantu untuk meningkatkan penjualan.

B. Hasil Penelitian

1. Perhitungan Harga Pokok Produksi Menurut Usaha Ikan Bilih Goreng

Usaha ikan bilih goreng ini sudah melakukan perhitungan harga pokok produksi, namun masih dilakukan dengan cara sederhana. Berikut perhitungan harga pokok produksi usaha ikan bilih goreng dalam 1 bulan Mei 2025.

Tabel 4. 1
Perhitungan Harga Pokok Produksi Usaha Ikan Bilih Goreng
Dalam Bulan Mei 2025

Keterangan	Satuan	Kuantitas	Harga		Total
Ikan	Kg	1.000	Rp 80.000	Rp	80.000.000
Minyak	Kg	250	Rp 19.000	Rp	4.750.000
Garam	Kg	50	Rp 5.000	Rp	250.000
Sasa	Dus	1	Rp 222.000	Rp	222.000
Plastik	Kg	10	Rp 35.000	Rp	350.000
Gaji	Orang	4	Rp 2.000.000	Rp	8.000.000
Sewa tempat	per bulan	1	Rp 1.000.000	Rp	1.000.000
Listrik (Token)	Kwh	250	Rp 400.000	Rp	400.000
Kayu Bakar	Ikat	250	Rp 3.000	Rp	750.000
Total				Rp	95.722.000

Produk yang dihasilkan 300 kg Kering	
Harga Pokok Produksi per kg	Rp 95.722.000/400 Kg = 239.305

Sumber : Usaha Ikan Bilih Goreng, 2025

Berdasarkan tabel di atas dan data dari usaha Ikan Bilih Goreng Akbar Ombilin, total biaya yang dikeluarkan untuk produksi selama satu periode adalah sebesar Rp 95.722.000. Biaya bahan utama adalah ikan bilih mentah 1.000 kg digoreng menjadi 400 kg dengan harga mentah sebesar Rp 80.000 per kilogram dalam 20 kali produksi dalam sebulan, total biaya yang dikeluarkan sebesar Rp 80.000.000. Biaya minyak goreng sebanyak 500 kg harga satuan Rp 19.000 dengan total biaya Rp 4.750.000, garam 50 kg harga satuan Rp 5.000 dengan total biaya sebesar Rp 250.000. Selain itu, juga dikeluarkan biaya untuk penyedap rasa sasa sebanyak 1 dus harga satuan senilai Rp 222.000. Untuk kebutuhan kemasan, digunakan plastik sebanyak 10 kg harga satuan dengan total biaya Rp 350.000. Selain biaya bahan baku dan penolong, terdapat pula biaya tenaga kerja langsung, yaitu gaji 4 orang pekerja masing-masing sebesar Rp 2.000.000, sehingga totalnya Rp8.000.000 untuk 20 kali produksi dalam sebulan. Biaya tidak langsung lain meliputi sewa tempat sebesar Rp 1.000.000 per bulan, biaya listrik (token) senilai Rp 400.000, serta kayu bakar sebanyak 250 ikat per ikat Rp 3.000 dengan total Rp 750.000. Dengan demikian, keseluruhan biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi ikan bilih goreng selama bulan Mei 2025 mencapai Rp 95.722.000. Jika seluruh biaya dijumlahkan, totalnya mencapai Rp 95.722.000, dengan hasil produksi sebanyak 400 kg kering, maka harga pokok produksi per kilogram adalah sebesar Rp 239.305.

2. Perhitungan Harga Pokok Produksi Metode *Full Costing*

Harga pokok produksi dibagi menjadi tiga unsur utama biaya, yaitu biaya bahan baku (BBB), biaya tenaga kerja (BTK), dan biaya overhead pabrik (BOP). Ketiga unsur ini berperan penting dalam menentukan total

biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi produk yang dijual. Biaya bahan baku mencakup seluruh pengeluaran untuk pembelian bahan-bahan yang digunakan dalam produksi, biaya tenaga kerja mencakup upah yang dibayarkan kepada pekerja yang terlibat langsung dalam proses produksi, sementara biaya overhead pabrik mencakup biaya lainnya yang mendukung kegiatan produksi, seperti biaya pemeliharaan mesin, listrik, dan sebagainya. Unsur-unsur utama yang digunakan dalam proses produksi pada Ikan Bilih Goreng selama bulan Mei 2025 adalah sebagai berikut:

a. Biaya Bahan Baku

Biaya bahan baku adalah seluruh biaya yang dikeluarkan untuk pembelian bahan baku yang digunakan dalam proses memproduksi ikan bilih goreng. Biaya ini mencakup pengeluaran untuk bahan-bahan utama yang diperlukan untuk menghasilkan produk akhir yang berkualitas. Berikut rincian biaya bahan baku yang digunakan dalam proses produksi di Ikan Bilih Goreng:

Tabel 4. 2
Biaya Bahan Baku Ikan Bilih Goreng pada bulan Mei 2025

No	Bahan Baku	Jumlah	Satuan	Harga (Rp/Satuan)	Jumlah Bahan Baku
1	Ikan	1.000	Kg	Rp 80.000	Rp 80.000.000
2	Minyak	250	Kg	Rp 19.000	Rp 4.750.000
3	Garam	50	Kg	Rp 5.000	Rp 250.000
4	Sasa	1	Dus	Rp 222.000	Rp 222.000
Total					Rp 85.222.000

Sumber : Usaha Ikan Bilih Goreng, 2025

Berdasarkan Tabel 4.2, biaya bahan baku yang digunakan untuk memproduksi ikan bilih mencapai total Rp 80.000.000. dalam 20 kali produksi selama satu bulan dengan 1.000 kg mentah, satu kali produksi sebanyak 20 kg kering sehari . ikan merupakan bahan utama dalam produksi, dengan jumlah yang dibutuhkan sebanyak 400 kg kering dan harga ikan mentah per kilogramnya Rp 80.000, sehingga total biayanya adalah Rp 80.000.000. Selain tahu, usaha ini juga memerlukan bahan

baku penolong lainnya. Minyak goreng digunakan dalam jumlah 500 kg dengan harga per kilogram Rp 19.000, menghasilkan total biaya sebesar Rp 4.750.000. Garam (Refina) dibeli sebanyak 50 kg dengan harga Rp 5.000 per kg, yang totalnya mencapai Rp 250.000. Sementara itu, Sasa 1.000 sebanyak 1 dus dibeli dengan harga Rp 222.000 per dus, dengan total harga Rp 222.000. Secara keseluruhan, biaya bahan baku yang dikeluarkan untuk memproduksi ikan bilih goreng pada bulan Mei mencakup bahan baku utama (ikan) dan bahan baku penolong lainnya, dengan total pengeluaran mencapai Rp 85.222.000.

b. Biaya Tenaga Kerja

Biaya tenaga kerja merupakan upah yang dikeluarkan oleh Usaha Ikan Bilih untuk membayar pekerja yang terlibat secara langsung dalam proses produksi. Biaya ini mencakup upah bagi pekerja yang mengerjakan berbagai tahapan produksi, mulai dari pengolahan bahan baku hingga pengemasan produk jadi. Berikut adalah rincian biaya tenaga kerja yang dikeluarkan oleh Usaha Ikan Bilih untuk mendukung proses produksi pada bulan tersebut:

Tabel 4. 3
Biaya Tenaga Kerja Langsung Produksi Ikan Bilih
pada Bulan Mei 2025

No	Kegiatan	Jumlah Tenaga Kerja	Gaji/Orang	Jumlah Biaya Tenaga Kerja
1	Menjemur	2	Rp 100.000	Rp 4.000.000
2	Membumbu dan Menggoreng	2	Rp 100.000	Rp 4.000.000
Total				Rp 8.000.000

Sumber : Usaha Ikan Bilih Goreng, 2025

Berdasarkan Tabel di atas menunjukkan rincian biaya tenaga kerja langsung yang dikeluarkan dalam proses produksi pada usaha ikan bilih. Biaya tenaga kerja ini terdiri dari dua kegiatan utama, yaitu kegiatan menjemur dan kegiatan membumbu serta menggoreng. Pada kegiatan pertama yaitu menjemur, dibutuhkan sebanyak 2 orang tenaga kerja, dengan masing-masing menerima upah sebesar Rp 100.000 per

orang dalam sehari sebanyak 20 kali produksi dalam sebulan, sehingga total biaya tenaga kerja untuk 1 orang kegiatan ini adalah Rp 1.000.000 dalam sebulan dan untuk 2 orang adalah Rp 4.000.000. Sedangkan pada kegiatan kedua, yaitu membumbu dan menggoreng, melibatkan 2 orang tenaga kerja, dengan masing-masing menerima upah sebesar Rp 100.000 per orang dengan 20 kali produksi dalam 1 bulan. Total biaya tenaga kerja untuk kegiatan ini menjadi Rp 4.000.000. Total biaya tenaga kerja Dengan demikian, total keseluruhan biaya tenaga kerja langsung untuk dua kegiatan tersebut adalah sebesar Rp 8.000.000.

c. Biaya Overhead Pabrik

Biaya overhead pabrik merupakan seluruh biaya yang dikeluarkan oleh usaha ikan bilih untuk mendukung proses produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Biaya ini meliputi berbagai pengeluaran yang diperlukan agar proses produksi dapat berjalan lancar, seperti biaya listrik, biaya penyusutan, serta biaya-biaya lainnya yang berkaitan dengan fasilitas produksi. Adapun rincian biaya overhead pabrik yang dikeluarkan pada bulan Mei 2025 adalah sebagai berikut:

1) Biaya Sewa Gedung

Biaya sewa gedung adalah salah satu komponen biaya tetap (*fixed cost*) yang dikeluarkan oleh perusahaan atau pelaku usaha untuk menggunakan bangunan tertentu sebagai tempat operasional. Biaya ini biasanya dibayarkan secara periodik, bisa bulanan atau tahunan, sesuai dengan perjanjian sewa antara pemilik gedung dan penyewa. Sewa gedung usaha ikan bilih akbar selama satu bulan biayanya sebesar Rp. 1.000.000.

2) Biaya Listrik (Token)

Biaya listrik (token) merupakan biaya yang dikeluarkan oleh usaha untuk membiayai pemakaian tenaga listrik selama proses produksi berlangsung pada usaha Ikan Bilih Goreng Akbar Ombilin. Karena sistem yang digunakan adalah listrik Prabayar (token), maka

biaya ini dapat diketahui secara langsung dari jumlah pembelian token yang dilakukan setiap bulan. Untuk pemakaian listrik (token) selama sebulan sebesar Rp 400.000.

3) Biaya Plastik

Biaya plastik merupakan pengeluaran yang digunakan untuk membeli plastik sebagai bahan penunjang dalam proses pengemasan produk. Pada usaha Ikan Bilih Goreng Akbar Ombilin, plastik memiliki peran penting karena digunakan sebagai wadah untuk mengemas ikan bilih goreng agar lebih higienis, tahan lama, serta memiliki tampilan yang rapi dan menarik bagi konsumen. Penggunaan plastik ini bersifat biaya variabel, artinya jumlah biaya akan bertambah seiring dengan meningkatnya jumlah produksi, dan sebaliknya akan berkurang jika produksi menurun.

Tabel 4. 4
Biaya Plastik Usaha Ikan Bilih Goreng Pada Bulan Mei 2025

Keterangan	Satuan	Kuantitas	Harga	Total
Biaya Plastik	Kg	10	Rp 35.000	Rp 350.000
Total Biaya Plastik				Rp 350.000

Sumber : Usaha Ikan Bilih Goreng, 2025

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa biaya plastik yang dikeluarkan oleh usaha ikan bilih goreng dalam satu bulan produksi adalah sebesar Rp 350.000.

4) Biaya Bahan Bakar (Kayu Bakar)

Biaya bahan bakar berupa kayu bakar adalah pengeluaran yang digunakan untuk membeli kayu bakar sebagai sumber energi utama dalam proses produksi. Pada usaha Ikan Bilih Goreng Akbar Ombilin, kayu bakar dipakai untuk menggoreng ikan dalam jumlah besar karena dinilai lebih ekonomis dibandingkan bahan bakar lain serta dapat memberikan panas yang stabil. Biaya ini bersifat biaya variabel, karena jumlah kayu bakar yang digunakan akan meningkat jika produksi bertambah dan sebaliknya akan berkurang apabila produksi menurun.

Tabel 4. 5
Biaya Bahan Bakar (Kayu Bakar) Usaha Ikan Bilih Goreng
Pada Bulan Mei 2025

Keterangan	Satuan	Kuantitas	Harga	Total
Biaya Bahan Bakar (Kayu Bakar)	Ikat	250	Rp 3.000	Rp 750.000
Total Biaya Plastik				Rp 750.000

Sumber : Usaha Ikan Bilih Goreng, 2025

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa biaya bahan bakar (kayu bakar) yang dikeluarkan oleh usaha ikan bilih goreng dalam satu bulan produksi dengan 500 ikan dengan harga Rp 3.000 totalnya adalah sebesar Rp 1.500.000.

5) Biaya Penyusutan Kendaraan

Berdasarkan PMK No.72 Tahun 2023 Tentang Penyusutan Harta Tak Berwujud Pasal 2 untuk harga perolehan kendaraan yaitu Rp 18.000.000 diperoleh sejak tahun 2020 dan umur ekonomis 4 tahun. Dengan menggunakan metode garis lurus besarnya penyusutan per tahun akan selalu sama. Berikut perhitungannya:

$$\text{Biaya Penyusutan} = \frac{\text{Harga Perolehan} - \text{Nilai Sisa}}{\text{Umur ekonomis}}$$

$$\text{Biaya Penyusutan Per Bulan} = \frac{18.000.000 - 0}{48} = 375.000$$

$$\text{Biaya Penyusutan Per Produksi} = \frac{375.000}{20} = 18.750$$

Dari perhitungan diatas dapat dilihat biaya penyusutan kendaraan untuk satu bulan Rp 375.000, dengan biaya penyusutan per produksi adalah sebesar Rp 18.750.

6) Biaya Pengemasan

Biaya pengemasan yang dilakukan oleh karyawan maupun penggunaan bahan kemasan termasuk dalam Biaya Overhead Pabrik (BOP). Hal ini karena pengemasan tidak berhubungan langsung dengan proses utama produksi (menggoreng ikan bilih), tetapi tetap diperlukan agar produk dapat dipasarkan dengan baik. Biaya pengemasan dikategorikan sebagai BOP variabel, sebab jumlahnya akan berubah sesuai dengan volume produksi. Semakin banyak ikan

bilih goreng yang diproduksi, semakin besar pula biaya kemasan yang dibutuhkan.

Total Biaya Pengemasan = Biaya Tenaga Kerja + Biaya Plastik

Total Biaya Pengemasan = Rp 2.000.000 + Rp. 350.000
= Rp 2.350.000.

Tabel 4. 6
Biaya Overhead Pabrik Ikan Bilih Goreng pada
Bulan Mei 2025

No	Jenis Biaya	Jumlah
1	Biaya Sewa Gedung	Rp 1.000.000
2	Biaya Listrik (Token)	Rp 400.000
3	Biaya Plastik	Rp 350.000
4	Biaya Bahan Bakar (Kayu Bakar)	Rp 750.000
5	Biaya Penyusutan Kendaraan	Rp 375.000
6	Biaya Pengemasan	Rp 2.350.000
Total		Rp 5.225.000

Sumber : Usaha Ikan Bilih Goreng, 2025

Berdasarkan tabel 4.4, Pada bulan Mei 2025, Ikan Bilih Goreng mengeluarkan biaya overhead pabrik yang terdiri dari, biaya sewa gedung yang digunakan selama bulan tersebut tercatat sebesar Rp 1.000.000. Selain itu, untuk biaya listrik (token) yang digunakan selama 1 bulan tersebut, sebesar Rp 400.000. Selain itu, untuk biaya plastik yang diperlukan dalam proses pengemasan, sebesar Rp 350.000. Selain itu, untuk biaya bahan bakar (kayu bakar) yang digunakan untuk proses produksi dalam bulan tersebut, sebesar Rp 750.000. Sementara itu, untuk biaya penyusutan kendaraan mengeluarkan biaya sebesar Rp 375.000. Dan biaya pengemasan mengeluarkan biaya sebesar Rp 2.350.000. Secara keseluruhan, total biaya overhead pabrik ikan bilih goreng untuk bulan Mei 2025 adalah Rp 5.225.000.

1) Proses Produksi

a) Membumbu dan Menjemur

Tahapan ini dilakukan oleh 2 orang, setelah ikan bilih di cuci dengan bersih setelah itu, ikan bilih ditaburi bumbu seperti

garam, dan sedikit sasha. Setelah itu baru di jemur secara merata di sangga (tempat dijemur ikan) selama 1 jam. Proses penjemuran ini dilakukan supaya berkurangnya kadar air dari ikan dan memudahkannya digoreng.

b) Menggoreng

Tahapan ini dilakukan 4 orang, setelah proses menjemur ikan bilih . selanjutnya, ikan bilih di goreng selama 30 menit tahapan ini dilakukan secara bergantian dengan menggunakan tungku dan kayu bakar.

Perhitungan harga pokok produksi sangat penting bagi perusahaan karena memberikan gambaran yang jelas tentang biaya yang dikeluarkan dalam menghasilkan suatu produk, serta membantu dalam menentukan margin penjualan dan memprediksi laba atau rugi yang akan diperoleh. Dengan mengetahui harga pokok produksi, perusahaan dapat mengevaluasi efisiensi operasional dan menetapkan harga jual yang tepat agar tetap menguntungkan. Biaya produksi itu sendiri terdiri dari biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan produk jadi yang siap dijual, termasuk biaya bahan baku, tenaga kerja, dan overhead pabrik, yang semuanya berperan penting dalam proses produksi untuk memastikan kualitas dan kelancaran operasional perusahaan.

Berikut perhitungan harga produksi berdasarkan metode full costing sebagai berikut:

Tabel 4. 7
Penghitungan Harga Pokok Produksi berdasarkan metode *full costing*
Pada Bulan Mei 2025

Keterangan	Jumlah
Biaya Bahan Baku	Rp 85.222.000
Biaya Tenaga Kerja langsung	Rp 8.000.000
Biaya Overhead Pabrik Tetap	Rp 1.375.000
Biaya Overhead Pabrik Variable	Rp 3.850.000
Total Biaya Produksi	Rp 98.447.000
Jumlah produk yang dihasilkan 400 kg Kering	
Harga Pokok Produk per kg	$98.447.000/400 = \text{Rp } 246.117$

Sumber : Data Olahan, 2025

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa total biaya produksi usaha Ikan Bilih Goreng Akbar Ombilin dalam periode tersebut sebesar Rp 98.447.000. Biaya produksi ini terdiri dari empat komponen utama, yaitu biaya bahan baku sebesar Rp 85.222.000, biaya tenaga kerja langsung sebesar Rp 8.000.000, biaya overhead pabrik tetap sebesar Rp 1.375.000, dan biaya overhead pabrik variabel sebesar Rp 3.850.000. Seluruh biaya tersebut dihitung menggunakan metode *full costing*, yang mencakup seluruh biaya tetap dan variabel dalam proses produksi. Dalam periode ini, jumlah produk yang dihasilkan sebanyak 400 kilogram kering. Dengan demikian, harga pokok produksi per kilogram dihitung dengan membagi total biaya produksi dengan total jumlah produk, yaitu Rp 98.447.000 dibagi 400 kg, sehingga diperoleh harga pokok produksi per kilogram sebesar Rp 246.117. Nilai ini menjadi dasar bagi usaha dalam menentukan harga jual produk agar dapat memperoleh keuntungan yang diharapkan.

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

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha Ikan Bilih Goreng, diketahui bahwa penetapan margin keuntungan sebesar 30%

didasarkan pada pertimbangan kewajaran harga dan kelangsungan usaha. Menurut pemilik, margin tersebut cukup untuk menutupi biaya operasional tambahan yang tidak tercatat secara langsung, seperti potensi kerusakan produk, kenaikan harga bahan baku, serta kebutuhan pengembangan usaha di masa depan. Di sisi lain, margin ini juga masih tergolong kompetitif dan tidak memberatkan konsumen, sehingga diharapkan dapat mempertahankan loyalitas pelanggan dan keberlanjutan usaha.

a) Perhitungan Menurut Usaha Ikan Bilih Goreng sebagai berikut:

Harga Jual = Biaya Total + Margin

Harga Jual = Rp 239.305 + (30% x Rp 239.305)

Harga Jual = Rp 239.305 + 71.791 = Rp 311.096.

b) Perhitungan Menurut *Full Costing* sebagai berikut:

Harga Jual = Biaya Total + Margin

Harga Jual = Rp 246.117 + (30% x Rp 246.117)

Harga Jual = 246.117 + 73.835 = Rp 319.952.

Berdasarkan hasil perhitungan harga pokok produksi (HPP) untuk harga jual menurut Usaha Ikan Bilih Goreng sebesar Rp 311.096 per kg, sedangkan perhitungan menggunakan *Full Costing* sebesar Rp 319.952. dengan penggunaan metode *cost plus pricing* dengan margin keuntungan sebesar 30%, maka diperoleh harga jual menggunakan *Full Costing* lebih tinggi dibandingkan perhitungan menurut Usaha Ikan Bilih Goreng, dengan selisih sebesar Rp 8.856.

4. Perbandingan Perhitungan Harga Pokok Produksi Pada Bulan Mei 2025

Tabel 4. 8
Perbandingan Perhitungan Harga Pokok Produksi
Pada Bulan Mei 2025

Keterangan	Usaha Ikan Bilih Goreng	<i>Full Costing</i>	Selisih
Biaya Produksi	Rp 95.722.000	Rp 98.447.000	Rp 2.725.000
Jumlah yang	400 kg	400 kg	

diproduksi			
Harga Pokok per kg	Rp 239.305	Rp 246.117	Rp 6.812

Sumber : Data Olahan, 2025

Pada tabel di atas ditampilkan perbandingan perhitungan harga pokok produksi antara perhitungan menurut Usaha Ikan Bilih Goreng dengan metode *Full Costing* pada bulan Mei 2025. Total biaya produksi menurut perhitungan usaha sebesar Rp 95.722.000, sedangkan menurut metode *Full Costing* sebesar Rp 98.447.000. Dari data tersebut terlihat bahwa biaya produksi dengan metode *Full Costing* lebih tinggi selisih sebesar Rp 2.725.000. Jumlah produksi yang dihasilkan pada bulan tersebut sama, yaitu sebanyak 400 kg kering. Dengan demikian, harga pokok produksi per kilogram menurut perhitungan usaha adalah sebesar Rp 239.305 sedangkan menurut metode *Full Costing* adalah sebesar Rp 246.117. Selisih harga pokok produksi per kilogram antara kedua metode tersebut adalah sebesar Rp 6.812 . Perbedaan ini menunjukkan bahwa penggunaan metode *Full Costing* memberikan hasil harga pokok yang lebih tinggi karena memperhitungkan seluruh elemen biaya, baik biaya langsung maupun tidak langsung secara menyeluruh.

C. Pembahasan

1. Perhitungan Harga Pokok Produksi Menurut Usaha Ikan Bilih Goreng

Perhitungan harga pokok produksi pada usaha Ikan Bilih Goreng dilakukan dengan cara sederhana. Perhitungan yang diperoleh dari Usaha Ikan Bilih Goreng pada bulan Mei 2025, total biaya produksi yang dikeluarkan untuk menghasilkan 1.000 kg ikan bilih mentah adalah sebesar Rp 80.000.000. Biaya produksi ini terdiri dari tiga unsur utama, yaitu biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Biaya bahan baku langsung mencakup pembelian ikan sebesar Rp80.000.000, minyak goreng Rp 4.750`.000, garam Rp 250.000,

dan bumbu penyedap (Sasa) sebesar Rp 222.000. Selain itu, terdapat juga biaya pembelian plastik untuk pengemasan sebesar Rp 350.000.

Selanjutnya, biaya tenaga kerja langsung yang dibayarkan kepada satu orang pekerja selama proses produksi adalah sebesar Rp 8.000.000 untuk 4 orang. Sedangkan untuk biaya overhead pabrik meliputi sewa tempat produksi sebesar Rp 1.000.000, listrik atau token sebesar Rp 400.000, dan kayu bakar sebagai bahan bakar produksi sebesar Rp 750.000. Setelah seluruh biaya dijumlahkan, total biaya produksi mencapai Rp 95.722.000.

Jumlah produksi yang dihasilkan selama periode tersebut adalah sebanyak 1.000 kg mentah menjadi 400 kg kering ikan bilih goreng. Dengan demikian, harga pokok produksi per kilogram dapat dihitung dengan membagi total biaya produksi dengan total jumlah produk, yaitu Rp 95.722.000 dibagi 400 kg, sehingga diperoleh harga pokok produksi sebesar Rp 239.305 per kilogram. Dengan menggunakan perhitungan sederhana belum mencakup seluruh biaya- biaya secara akurat.

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

Metode *full costing* adalah metode yang digunakan untuk menghitung harga pokok produksi dengan memasukkan seluruh unsur biaya produksi, baik yang bersifat tetap maupun variabel. Dalam penerapannya pada Usaha Ikan Bilih Goreng, perhitungan dilakukan dengan menjumlahkan empat komponen utama, yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik tetap, dan biaya overhead pabrik variabel.

Berdasarkan perhitungan pada bulan Mei 2025, biaya bahan baku yang dikeluarkan adalah sebesar Rp 85.222.000, yang terdiri dari pembelian ikan, minyak goreng, garam, dan bumbu lainnya. Biaya tenaga kerja langsung yang diberikan kepada pekerja selama proses produksi adalah sebesar Rp 8.000.000 untuk 4 orang. Selanjutnya, biaya overhead pabrik tetap seperti sewa tempat dan penyusutan alat mencapai Rp

1.375.000, sedangkan biaya overhead pabrik variabel seperti listrik dan bahan bakar (kayu bakar) mencapai Rp 3.850.000. Dengan demikian, total biaya produksi yang dikeluarkan selama satu periode adalah sebesar Rp 98.447.000.

Produksi ikan bilih goreng selama periode tersebut mencapai 1.000 kg mentah menjadi 400 kg kering. Maka, harga pokok produksi per kilogram dihitung dengan membagi total biaya produksi dengan jumlah produk yang dihasilkan. Perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Rp } 98.447.000 \div 400 \text{ kg} = \text{Rp } 246.117/\text{kg}.$$

Hasil ini menunjukkan bahwa setiap kilogram ikan bilih goreng memerlukan biaya produksi sebesar Rp 246.117. jika dihitung menggunakan metode *full costing*. Nilai ini menjadi acuan penting bagi pemilik usaha dalam menetapkan harga jual produk, agar seluruh biaya tertutupi dan usaha tetap memperoleh keuntungan.

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

Berdasarkan hasil perhitungan harga pokok produksi (HPP) usaha sebesar Rp 311.096 per kilogram, perhitungan *full costing* sebesar Rp 319.952 maka penetapan harga jual produk dilakukan dengan menggunakan metode *cost plus pricing*, yaitu metode penetapan harga jual dengan menambahkan margin keuntungan tertentu ke dalam biaya total. Dalam hal ini, pemilik usaha menetapkan margin keuntungan sebesar 30% dari harga pokok produksi. Perhitungan harga jual dilakukan dengan

a. Perhitungan Menurut Usaha Ikan Bilih Goreng sebagai berikut:

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

$$\text{Harga Jual} = \text{Rp } 239.305 + (30\% \times \text{Rp } 239.305)$$

$$\text{Harga Jual} = \text{Rp } 239.305 + 71.791 = \text{Rp } 311.096.$$

b. Perhitungan Menurut *Full Costing* sebagai berikut:

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

$$\text{Harga Jual} = \text{Rp } 246.117 + (30\% \times \text{Rp } 246.117)$$

$$\text{Harga Jual} = 246.117 + 73.835 = \text{Rp } 319.952.$$

Margin keuntungan sebesar 30% dipilih karena masih tergolong kompetitif di pasaran dan tidak memberatkan konsumen.

4. Perbandingan Perhitungan Harga Pokok Produksi Menurut Usaha Ikan Bilih dengan Metode *Full Costing*

Perbandingan perhitungan harga pokok produksi pada bulan Mei 2025, terlihat adanya perbedaan antara perhitungan yang dilakukan oleh Usaha Ikan Bilih Goreng dengan metode *Full Costing*. Usaha menghitung total biaya produksi sebesar Rp 95.722.000 untuk jumlah produksi sebanyak 400 kg kering, sehingga diperoleh harga pokok produksi per kilogram sebesar Rp 239.305. Sementara itu, jika menggunakan metode *Full Costing*, total biaya produksinya meningkat menjadi Rp 98.447.000, dengan jumlah produksi yang sama yaitu 400 kg kering, sehingga harga pokok produksi per kilogram menjadi Rp 246.117. Selisih antara kedua metode tersebut adalah sebesar Rp 2.725.000 secara total, atau selisih harga pokok sebesar Rp 6.812 per kilogram.

5. Keunggulan Penerapan *Full Costing* Dalam Perhitungan Harga Pokok Produksi Pada Usaha Ikan Bilih Goreng

a. Perhitungan Biaya yang Lebih Lengkap dan Akurat Metode *full costing* menghitung seluruh biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi, termasuk:

- 1) Biaya bahan baku langsung (ikan bilih, minyak goreng, bumbu, dll)
- 2) Biaya tenaga kerja langsung (upah penggoreng, pengemas, dll)
- 3) Biaya overhead pabrik (listrik, gas, penyusutan alat penggorengan, dll)
- 4) Biaya tidak langsung lainnya

Hal ini membuat HPP yang dihasilkan lebih menyeluruh dan mendekati biaya riil produksi

b. Menjadi Dasar yang Baik dalam Penetapan Harga Jual

Dengan mengetahui total biaya secara lengkap, pelaku usaha dapat menentukan harga jual yang menguntungkan tanpa merugi, bahkan mampu mempertimbangkan margin laba secara realistis.

c. Membantu Pengendalian Biaya

Karena semua komponen biaya diperhitungkan, pelaku usaha bisa lebih mudah dalam:

- 1) Mengidentifikasi biaya yang paling besar.
- 2) Melakukan efisiensi pada komponen tertentu.
- 3) Meningkatkan profitabilitas.

d. Meningkatkan Transparansi Keuangan Usaha

Penggunaan *full costing* memberikan gambaran biaya secara rinci, sehingga laporan keuangan menjadi lebih transparan dan mudah diaudit, baik secara internal maupun oleh pihak ketiga (misalnya koperasi atau pemberi pinjaman).

e. Cocok untuk Produksi Berskala Kecil Menengah

Usaha seperti ikan bilih goreng yang memproduksi dalam jumlah terbatas namun berkelanjutan sangat cocok menggunakan *full costing*, karena metode ini membantu dalam mengalokasikan semua biaya dengan proporsional, terutama ketika produksi dilakukan secara manual atau semi-manual.

f. Membantu Perencanaan dan Pengambilan Keputusan Informasi biaya yang lengkap membantu pemilik usaha dalam:

- 1) Menyusun anggaran.
- 2) Membuat strategi penjualan.
- 3) Menentukan titik impas (*break even point*).
- 4) Merencanakan pengembangan usaha.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan oleh penulis pada Usaha Ikan Bilih Goreng maka dapat diambil kesimpulan bahwa hasil perhitungan harga pokok produksi menggunakan sistem tradisional pada Usaha Ikan Bilih Goreng menunjukkan bahwa metode ini memberikan gambaran umum mengenai biaya yang digunakan untuk memproduksi produk. Pengalokasian biaya overhead dilakukan secara merata tanpa mempertimbangkan perbedaan penggunaan sumber daya antara produk, yang dapat mengakibatkan distorsi dalam harga pokok produksi. Hasil perhitungan Harga Pokok Produksi per kilogram dengan menggunakan sistem tradisional pada Usaha Ikan Bilih Goreng pada bulan Mei 2025 diperoleh hasil Harga pokok Produksi untuk Ikan Bilih sebesar Rp 239.305.

Perhitungan harga pokok produksi (HPP) menggunakan metode *Full Costing* menunjukkan bahwa metode ini memperhitungkan semua biaya produksi, baik biaya variabel maupun biaya tetap, untuk menentukan harga pokok produksi. Hasil perhitungan Harga Pokok Produksi per kilogram dengan menggunakan *Full Costing* pada Usaha Ikan Bilih Goreng pada bulan Mei 2025 diperoleh hasil Harga pokok Produksi untuk Usaha Ikan Bilih sebesar Rp 246.117.

Untuk penetapan harga jual Usaha Ikan Bilih Goreng ini yang penetapan harga jual pada Usaha Ikan Bilih Goreng yang didapatkan oleh peneliti dengan menggunakan metode *cost plus pricing* sebesar Rp 311.096. per kilogram. Metode *cost plus pricing* , sedangkan perhitungan *full costing* untuk penetapan harga jual sebesar Rp 319.952 Usaha Ikan Bilih Goreng akan mendapatkan keuntungan yang lebih maksimal daripada penentuan harga jual yang sebelumnya ditentukan oleh Usaha.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dijabarkan, maka penulis memberikan saran-saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat, baik bagi pelaku usaha, peneliti selanjutnya, maupun pihak akademik:

1. Bagi Usaha Ikan Bilih Goreng Akbar Ombilin

Disarankan agar usaha mulai menerapkan metode perhitungan biaya produksi yang lebih akurat dan terstruktur, seperti metode *full costing*. Dengan menggunakan metode ini, pemilik usaha dapat mengetahui secara jelas seluruh komponen biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi. Hal ini sangat penting untuk menetapkan harga jual yang rasional, sehingga usaha tetap memperoleh keuntungan tanpa membebani konsumen dengan harga yang terlalu tinggi.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini hanya dilakukan pada satu periode produksi dan terbatas pada satu jenis produk (ikan bilih goreng biasa). Oleh karena itu, bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian dengan cakupan yang lebih luas, baik dari segi waktu, jenis produk, maupun metode pembiayaan. Penelitian selanjutnya juga dapat membandingkan efektivitas metode *full costing* dengan metode lainnya seperti *activity based costing* (ABC) atau *variable costing* dalam konteks UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Andini, A. U. (2021). Analisis Penerapan Activity Based Costing dalam Penentuan Harga Pokok Produksi pada PT . Acosta Global Data. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5.
- 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.
- Bustami, B., & Nurlela. (2023). *Akuntansi Biaya*. Jakarta: Graha Ilmu.
- Fajrin Inayatus Shaliha. 2019. Analisis perhitungan harga pokok produksi sebagai dasar penetapan harga jual pada pabrik rambak spesial di kelurahan mangli jember. *Jurnal Perspektif Ekonomi Islam*, 36-40.
- Faradela Niken,dkk.(2022). Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Dengan Metode Full Costing Sebagai Dasar Penetapan Harga Jual Pada Usaha Tempe Makmur Yaya Tebeng Kota Bengkulu. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 18(4).
- Fauziah Fenty. 2020. *Pengantar Dasar Akuntansi*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- 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.
- Haryati Dini, dkk. 2021. *Akuntansi Biaya*. Solok Provinsi Sumatra Barat: CV Insan Cendikia Mandiri.
- Hasibuan Abdul Nasser. 2021. *Akuntansi Manajemen*. Medan: CV Merdeka Kreasi Group
- 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.
- Horngren, e. a. (2023). *Akuntansi Biaya*. Dalam d. Kurnia Krisna Hari, Akuntansi Biaya (hal. 1). Padang: CV. Gita Lentera.

- Husain, Fauziah. 2022. *Buku Ajar Akuntansi Biaya*. Gorontalo: CV. Cahaya Arsh Publisher & Printing
- Iryanie, d. (2019). *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: Deepublish.
- Karini Rieke Sri Rizki Asti,dkk. 2022. *Akuntansi Biaya*. Batam: Yayasan Cendikia Mulia Mandiri.
- Kartomo & Sudarman La. 2019. *Dasar-dasar Akuntansi*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Kencana, S. (2019). *Analisis Strategi Penetapan Harga SKM* . Clothing. Festival Riset Ilmiah Manajemen & Akuntansi.
- Kotler, P., & Keller, K. (2018). *Akuntansi Pemasaran (12 ed.)*. Jakarta: Indeks.
- Kurnia, K. (2023). *Akuntansi Biaya*. Padang: CV. Gita Lentera.
- Muliati Ni Ketut,dkk. 2024. *Akuntansi Biaya 2*. Jambi: PT.Sonpedia Publishing Indonesia.
- Mulyadi. (2018). *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: UPP-STIM YKPN.
- Nasution Minasari & Syahlina maya.(2023). Analisa Perhitungan Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode Full Costing Sebagai Dasar Penentuan Harga Jual Pada Kopi Kenangan Ringroad Citywalk Medan. *Journal Of Social Science Research*, 3(6).
- Patimah Siti, & dkk. 2022. *Akuntansi Manajemen*. Padang Sumatra Barat: PT Global Eksekutif Teknologi Anggota IKAPI.
- Prihatini Arum & Fransisca.(2025). Analisa Harga Pokok Produksi dalam Menentukan Harga Jual Menggunakan Metode Full Costing (Studi Kasus Ayam Gebuk Sambalado–Tangerang). *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi*, 3(1).
- Purwaji,dkk. (2018). *Akuntansi Biaya*. Jakarta: Salemba Empat.
- Purwanti Ari. 2023. *Akuntansi Manajemen*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Putri Sherly Anike,dkk.(2024). Penerapan Perhitungan Harga Pokok Produksi Dengan Menggunakan Metode Full Costing Untuk Penentuan Harga Jual Pada Usaha Kerupuk Kulit Peto Guguk Ketitiran Batusangkar. *Jurnal Akuntansi Syariah (JAKSyA)*, 4(1).

- Ramdhani Dadan. 2020. *Akuntansi Biaya (Konsep dan Implementasi di Industri Manufaktur)*. Yogyakarta: CV Markumi.
- Rembet Jillsticia, dkk.(2024). Analisis penentuan harga pokok produksi menggunakan metode full costing dan variable costing dalam penetapan harga jual Sambal Roa Chef Kenneth (Studi pada UD Cinta Kasih Manado). *Manajemen Bisnis dan Keuangan Korporat*, 2(2).
- Rukin. 2019. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Takalar: Yayasan Ahmad Cendekia Indonesia.
- Sulistyowati Chorry,dkk. 2020. *Anggaran Perusahaan: Teori dan Praktika*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Suratminingsih,dkk. (2024). *Akuntansi Biaya*. Jl. Kenali Jaya No. 166 Kota Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Suzan Leny,dkk. 2023. *Akuntansi Biaya*. Bantul: PT.Green Pustaka Indonesia.
- Tanama Putri, B. R. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Denpasar: Fakultas Peternakan Universitas Udayana.
- Yunita Anggraeni,dkk. 2020. *Akuntansi Biaya*. Bantul: K-Media.
- Zulkarnaini. 2023. *Akuntansi Perusahaan Dagang*. Yogyakarta: Andi.