

PENENTUAN BIAYA PRODUKSI DENGAN METODE FULL COSTING UNTUK MENETAPKAN HARGA JUAL PRODUK CAFE BUKAN RUANG

Mahgfiroh Setiati¹ dan Rizka Ramayanti^{2*}

¹Fakultas Ekonomi Bisnis dan Humaniora, Universitas Trilogi, Indonesia

²Fakultas Ekonomi Bisnis dan Humaniora, Universitas Trilogi, Indonesia

*email korespondensi: rizka.ramayanti@universitas-trilogi.ac.id

Submitted : 23 Juli 2023, Review : 7 Agustus 2023, Accepted : 15 Agustus 2023, Published : 28 Agustus 2023.

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the cost of production at the Not Ruang Cafe using the full costing method to set the price. This type of quantitative descriptive with a comparative approach. The data used are primary data and secondary data to help researchers do the calculations. The results of this study indicate that the production costs determined by the company are lower than those determined using the full costing method, because the company has not included elements of direct labor costs and factory overhead costs into production costs. The current selling price of the product only uses estimates of production costs and competitors' selling prices. In contrast to the selling price determined by the cost plus pricing method, the selling price of Anteng's milk coffee, latte and pandan latte is higher than the company's selling price. However, Long Black, Taro Latte, Matcha Latte and Chocolate products are priced below the retail price set by the company. With the cost plus pricing method, a profit of Rp 1,520,491 is obtained, which is higher than the current selling price.

Keywords: Production Cost; Selling Price; Full Costing; Cost Plus Pricing

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah menentukan biaya produksi di cafe Bukan Ruang menggunakan metode full costing untuk menetapkan harga. Jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan pendekatan komparatif. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder untuk membantu peneliti melakukan perhitungannya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa biaya produksi yang ditentukan oleh perusahaan lebih rendah dari pada yang ditentukan menggunakan metode full costing, karena perusahaan belum memasukan unsur biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik kedalam biaya produksi. Harga jual produk saat ini hanya menggunakan perkiraan biaya produksi dan harga jual pesaing. Berbeda dengan harga jual yang ditentukan dengan metode cost plus pricing harga jual kopi susu Anteng, latte dan pandan latte lebih tinggi dari harga jual perusahaan. Namun produk Long Black, Taro Latte, Matcha Latte dan Chocolate dibanderol di bawah harga eceran yang ditetapkan perusahaan. Dengan metode cost plus pricing diperoleh laba sebesar Rp 1.520.491 lebih tinggi dari harga jual saat ini.

Kata Kunci: Biaya Produksi; Harga Jual; Full Costing; Cost Plus Pricing

PENDAHULUAN

Indonesia saat ini masih menghadapi masa pandemi Covid-19 namun industri

usaha seperti UKM tetap beroperasi dengan normal dan bersaing dengan industri usaha baru

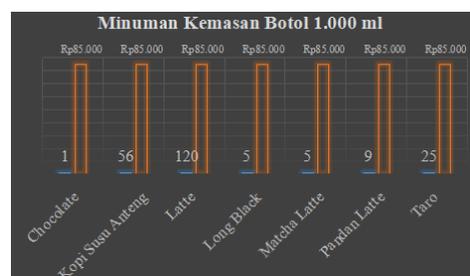
yang bermunculan baik dengan jenis produk sama yang membuat persaingan harga jual sangat ketat dipasaran. Dampaknya bila diantara industri usaha kecil belum memahami secara benar mengenai penentuan biaya produksi dan penetapan harga jual produk secara relevan membuat mereka sulit untuk bersaing dan meningkatkan laba. Sedangkan harapan semua pemilik usaha yaitu harga jual yang ditentukan harus dapat menutupi biaya produksi yang dikeluarkan agar memperoleh laba sesuai dengan yang diharapkan.

Dalam melakukan penetapan harga jual, sangat dipengaruhi dari hasil perhitungan biaya produksi. Biaya produksi adalah kumpulan biaya-biaya yang digunakan untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap dijual (Mulyadi, 2016). Salah satu metode yang dapat digunakan untuk menghitung biaya produksi ialah metode full costing. Metode Full costing adalah metode penentuan biaya produksi yang menghitungkan seluruh biaya produksi baik dari yang variabel maupun tetap (Mulyadi, 2016). oleh karena itu, untuk menetapkan harga jual yang relevan harus menghitung biaya produksi dengan tepat karena semakin tinggi biaya produksi maka akan semakin tinggi harga jual produk yang di tetapkan.

PT.Tiga Cangkir Berlian memiliki usaha yang bernama cafe Bukan Ruang yang bergerak di bidang coffe shop yang telah berdiri sejak tahun 2019. Dalam kegiatan operasionalnya, cafe Bukan Ruang menerima pembelian secara dine in, take away, dan online. Fenomena yang terjadi saat ini perusahaan belum menggunakan metode akuntansi biaya yang digunakan dalam melakukan perhitungan biaya produksi serta dalam menetapkan harga jual produknya. Dimana, manajemen Bukan Ruang melakukan penetapan biaya produksi menggunakan metode perusahaan dengan hanya menghitung biaya bahan baku.

Sedangkan harga jual ditetapkan dengan pertimbangan biaya produksi dan melihat harga pesaing dengan asumsi jika biaya bahan baku naik maka harga jual produk juga akan dinaikan kembali.

Beberapa permasalahan yang dialami oleh cafe saat ini yaitu harga jual produk yang terlalu tinggi dan terlalu rendah membuat customer selalu memilih untuk membeli produk dengan harga yang lebih rendah terlihat dari presentase penjualan setiap bulannya bahwa harga terendah itu ada pada produk kopi susu anteng sebesar Rp 25.000 untuk ukuran 150 ml sedangkan harga minuman yang lain diatas Rp 30.000 untuk ukuran 150 ml. Namun disisi lain, terdapat penetapan harga jual yang sama untuk semua produk kemasan botol 1.000 ml yaitu sebesar Rp 85.000 per botol. Sedangkan setiap minuman itu memiliki bahan baku yang berbeda, proses yang berbeda, serta alat produksi yang berbeda, sehingga jika dihitung dengan relevan pasti akan memiliki hasil penentuan biaya produksi dan penetapan harga jual yang berbeda. Kondisi ini membuat tingkat penjualan serta pendapatan yang kurang maksimal untuk setiap produknya, seperti tampak pada gambar 1.2 berikut hasil penjualan minuman kemasan 1.000 ml selama periode Januari sampai dengan Juni 2022 :



Gambar 1. Penjualan Minuman Kemasan 1.000 ml

Periode Januari sd Juni 2022
Sumber : Mokaoffice Bukan Ruang

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh manajemen Bukan Ruang dengan cara memberikan kuisisioner kepada customer secara langsung pada saat mereka mau menggunakan wifi yang di sediakan oleh Bukan Ruang, di peroleh hasil terdapat customer yang memberikan respon bahwa harga makanan dan minuman terlalu mahal.

Berdasarkan pemaparan masalah di atas, peneliti memiliki alasan utama untuk melakukan penelitian terhadap cafe Bukan Ruang dalam menentukan biaya produksi dan menetapkan harga jual produk minuman kemasan 1.000 ml yang memiliki harga jual sama sedangkan bahan baku dan proses yang berbeda, oleh karena itu peneliti mengambil judul penelitian : “Penentuan Biaya Produksi Dengan Metode Full Costing Untuk Menetapkan Harga Jual Produk (Studi kasus : Cafe Bukan Ruang, Kemang Jakarta Selatan)”.

METODE

Berdasarkan karakteristik permasalahan dalam penelitian ini, maka peneliti mengklasifikasikan kedalam jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan pendekatan komperatif. Tujuan penggunaan jenis penelitian ini karena peneliti ingin mengetahui perhitungan biaya produksi dan penetapan harga jual produk dengan penjelasan terkait keadaan ataupun fenomena yang terjadi. membandingkan data satu dengan data lainnya. Mengetahui perbandingan metode perusahaan dengan metode full costing dalam menentukan biaya produksi. Sedangkan cost plus praicing digunakan untuk menetapkan harga jual produk dan melihat perbandingan dengan harga jual yang ditentukan oleh perusahaan.

Penelitian ini berlokasi di cafe Bukan Ruang yang berada di Jl.Kemang Raya No.29 B Rt.006/001 Bangka, Kecamatan

Mampang Prapatan, Kota Jakarta Selatan. Untuk waktu pengumpulan data dan pengolahan data dimulai pada bulan Juni sampai dengan Juli 2022. Data yang digunakan ialah data primer dan sekunder dengan teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Observasi dilakukan dengan mendatangi langsung cafe Bukan Ruang. Metode analisis data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan metode kuantitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setiap produk memiliki bahan baku yang berbeda, oleh sebab itu peneliti menghitung biaya produksi berdasarkan metode perusahaan untuk masing-masing produk minuman kemasan 1.000 ml sebagai berikut :

Tabel 1. Penentuan Biaya Produksi Metode Perusahaan

Biaya Bahan Baku	Pemakaian	Jumlah
Esspreso Ice	Rp35.200	
Susu UHT	Rp13.613	
Creamer	Rp1.600	
Gula Aren	Rp3.750	
Total Biaya Produksi Per Botol		Rp54.163
Biaya Produksi 56 Botol Minuman Kopi Susu Anteng		Rp3.033.144

Biaya Bahan Baku	Pemakaian	Jumlah
Esspreso Ice	Rp39.111	
Susu UHT	Rp13.613	
Simpel Syrup	Rp1.267	
Total Biaya Produksi Per Botol		Rp53.991
Biaya Produksi 120 Botol Minuman Latte		Rp6.478.927

Biaya Bahan Baku	Pemakaian	Jumlah
Esspreso Ice	Rp21.511	
Susu UHT	Rp13.613	
Monin Pandan	Rp19.400	

Simpel Syrup	Rp1.267	
Total Biaya Produksi Per Botol		Rp55.791
Biaya Produksi 9 Botol Minuman Pandan Latte		Rp502.120

Biaya Bahan Baku	Pemakaian	Jumlah
Esspreso Ice	Rp39.111	
Mineral Water	Rp1.467	
Total Biaya Produksi Per Botol		Rp40.578
Biaya Produksi 5 Botol Minuman Long Black		Rp202.889

Biaya Bahan Baku	Pemakaian	Jumlah
Powder Taro	Rp9.375	
Susu UHT	Rp13.613	
Simpel Syrup	Rp1.267	
Total Biaya Produksi Per Botol		Rp24.255
Biaya Produksi 25 Botol Minuman Taro Latte		Rp606.374

Biaya Bahan Baku	Pemakaian	Jumlah
Powder Matcha	Rp12.639	
Susu UHT	Rp13.613	
Simpel Syrup	Rp1.267	
Total Biaya Produksi Per Botol		Rp27.519
Biaya Produksi 5 Botol Minuman Matcha Latte		Rp137.594

Biaya Bahan Baku	Pemakaian	Jumlah
Powder Chocolate	Rp10.096	
Susu UHT	Rp13.613	
Simpel Syrup	Rp1.267	
Total Biaya Produksi Per Botol		Rp24.976
Biaya Produksi 1 Botol Minuman Chocolate		Rp24.976

Sumber : data yang diolah (2022)

Dari tabel 1 dapat peneliti jelaskan bahwa metode yang digunakan perusahaan dalam menghitung biaya produksi ialah hanya menghitung biaya bahan baku saja, karena menurut perusahaan biaya produksi itu merupakan biaya bahan-bahan yang

digunakan dalam mengolah produk tersebut sehingga unsur- unsur biaya yang lain yang berhubungan dengan proses produksi tidak dimasukan. begitupun dengan penetapan harga jual produk, perusahaan hanya menggunakan kisaran biaya produksi dan melihat harga pesaing, sehingga seluruh produk kemasan 1.000 ml ditetapkan harga jualnya sebesar Rp 85.000 per botol.

Unsur-unsur biaya yang digunakan untuk menentukan biaya produksi dengan metode *full costing* yaitu dengan menjumlah biaya bahan baku dengan biaya tenaga kerja langsung serta biaya *overhead* pabrik variabel dan tetap. Setiap minuman, memiliki bahan baku dan cara pembuatan yang berbeda. Sehingga berdasarkan deskripsi sebelumnya terkait data biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik variabel dan tetap, peneliti melakukan penentuan biaya produksi untuk masing-masing produk minuman kemasan 1.000 ml sebagai berikut:

Tabel 2. Penentuan Biaya Produksi Menggunakan Metode *Full Costing*

Unsur Biaya	Pemakaian	Jumlah
Biaya Bahan Baku		
Esspreso Ice	Rp35.200	
Susu UHT	Rp13.613	
Creamer	Rp1.600	
Gula Aren	Rp3.750	Rp54.163
Biaya Tenaga Kerja Langsung		Rp8.270
Biaya Overhed Pabrik Variabel		
Biaya Listrik & Air	Rp1.557	
Biaya kemasan	Rp4.500	
Biaya Stiker	Rp1.700	
Biaya Label	Rp71	
Tanggal		
Timbangan	Rp31,8	
Chiller	Rp34,9	Rp2.313,4
Total Biaya		Rp72.596

Produksi Per Botol		
Biaya Produksi 56 Botol Minuman Kopi Susu Anteng		Rp4.065.35 1

Unsur Biaya	Pemakaian	Jumlah
Biaya Bahan Baku		
Esspreso Ice	Rp39.111	
Susu UHT	Rp13.613	
Simpel Syrup	Rp1.267	Rp53.991
Biaya Tenaga Kerja Langsung		Rp8.270
Biaya Overhed Pabrik Variabel		
Biaya Listrik & Air	Rp1.557	
Biaya kemasan	Rp4.500	
Biaya Stiker	Rp1.700	
Biaya Label Tanggal	Rp71	
Biaya Sabun	Rp20	Rp7.849
Biaya Overhed pabrikk Tetap		
Biaya pemeliharaan mesin Esspreso	Rp149,5	
Biaya pemeliharaan mesin Grinder	Rp149,5	
Mesin grinder	Rp697,8	
Mesin Esspreso	Rp1.129,7	
Barista Tools	Rp49,8	
Sendok	Rp0,6	
Saringan	Rp18,1	
Teko	Rp51,5	
Timbangan	Rp31,8	
Chiller	Rp34,9	Rp2.313,4
Total Biaya Produksi Per Botol		Rp72.423
Biaya Produksi 120 Botol Minuman Latte		Rp8.690.79 9

Unsur Biaya	Pemakaian	Jumlah
Biaya Bahan Baku		
Esspreso Ice	Rp21.511	
Susu UHT	Rp13.613	
Monin Pandan	Rp19.400	
Simpel Syrup	Rp1.267	Rp55.791
Biaya Tenaga Kerja Langsung		Rp8.270
Biaya Overhed Pabrik Variabel		

Biaya Listrik & Air	Rp1.557	
Biaya kemasan	Rp4.500	
Biaya Stiker	Rp1.700	
Biaya Label Tanggal	Rp71	
Biaya Sabun	Rp20	Rp7.849
Biaya Overhed pabrikk Tetap		
Biaya pemeliharaan mesin Esspreso	Rp149,5	
Biaya pemeliharaan mesin Grinder	Rp149,5	
Mesin grinder	Rp697,8	
Mesin Esspreso	Rp1.129,7	
Barista Tools	Rp49,8	
Sendok	Rp0,6	
Saringan	Rp18,1	
Teko	Rp51,5	
Timbangan	Rp31,8	
Chiller	Rp34,9	Rp2.313,4
Total Biaya Produksi Per Botol		Rp74.223
Biaya Produksi 9 Botol Minuman Pandan Latte		Rp668.010

Unsur Biaya	Pemakaian	Jumlah
Biaya Bahan Baku		
Esspreso Ice	Rp39.111	
Mineral Water	Rp1.467	Rp40.578
Biaya Tenaga Kerja Langsung		Rp8.270
Biaya Overhed Pabrik Variabel		
Biaya Listrik & Air	Rp1.557	
Biaya kemasan	Rp4.500	
Biaya Stiker	Rp1.700	
Biaya Label Tanggal	Rp71	
Biaya Sabun	Rp20	Rp7.849
Biaya Overhed pabrikk Tetap		
Biaya pemeliharaan mesin Esspreso	Rp149,5	
Biaya pemeliharaan mesin Grinder	Rp149,5	
Mesin grinder	Rp697,8	

Mesin Espresso	Rp1.129,7	
Barista Tools	Rp49,8	
Sendok	Rp0,6	
Saringan	Rp18,1	
Teko	Rp51,5	
Timbangan	Rp31,8	
Chiller	Rp34,9	Rp2.313,4
Total Biaya Produksi Per Botol		Rp59.010
Biaya Produksi 5 Botol Minuman Long Black		Rp295.050

Unsur Biaya	Pemakaian	Jumlah
Biaya Bahan Baku		
Powder Taro	Rp9.375	
Susu UHT	Rp13.613	
Simpel Syrup	Rp1.267	Rp24.255
Biaya Tenaga Kerja Langsung		Rp8.270
Biaya Overhed Pabrik Variabel		
Biaya Listrik & Air	Rp1.557	
Biaya kemasan	Rp4.500	
Biaya Stiker	Rp1.700	
Biaya Label Tanggal	Rp71	
Biaya Sabun	Rp20	Rp7.849
Biaya Overhed pabrik Tetap		
Blander	Rp724,6	
Sendok	Rp0,6	
Saringan	Rp18,1	
Teko	Rp51,5	
Timbangan	Rp31,8	
Chiller	Rp34,9	Rp861,6
Total Biaya Produksi Per Botol		Rp41.235
Biaya Produksi 25 Botol Minuman Taro latte		Rp1.030.887

Unsur Biaya	Pemakaian	Jumlah
Biaya Bahan Baku		
Powder Matcha	Rp12.639	
Susu UHT	Rp13.613	
Simpel Syrup	Rp1.267	Rp27.519
Biaya Tenaga Kerja Langsung		Rp8.270

Biaya Overhed Pabrik Variabel		
Biaya Listrik & Air	Rp1.557	
Biaya kemasan	Rp4.500	
Biaya Stiker	Rp1.700	
Biaya Label Tanggal	Rp71	
Biaya Sabun	Rp20	Rp7.849
Biaya Overhed pabrik Tetap		
Blander	Rp724,6	
Sendok	Rp0,6	
Saringan	Rp18,1	
Teko	Rp51,5	
Timbangan	Rp31,8	
Chiller	Rp34,9	Rp861,6
Total Biaya Produksi Per Botol		Rp44.499
Biaya Produksi 5 Botol Minuman Matcha Latte		Rp222.497

Unsur Biaya	Pemakaian	Jumlah
Biaya Bahan Baku		
Powder Chocolate	Rp10.096	
Susu UHT	Rp13.613	
Simpel Syrup	Rp1.267	Rp24.976
Biaya Tenaga Kerja Langsung		Rp8.270
Biaya Overhed Pabrik Variabel		
Biaya Listrik & Air	Rp1.557	
Biaya kemasan	Rp4.500	
Biaya Stiker	Rp1.700	
Biaya Label Tanggal	Rp71	
Biaya Sabun	Rp20	Rp7.849
Biaya Overhed pabrik Tetap		
Blander	Rp724,6	
Sendok	Rp0,6	
Saringan	Rp18,1	
Teko	Rp51,5	
Timbangan	Rp31,8	
Chiller	Rp34,9	Rp861,6
Total Biaya Produksi Per Botol		Rp41.957
Biaya Produksi 1 Botol Minuman Chocolate		Rp41.957

Sumber : data yang diolah (2022)

Dari tabel 2 merupakan perhitungan biaya produksi untuk setiap minuman kemasan 1.000 ml yang memiliki bahan baku yang berbeda, proses yang berbeda serta hasil yang berbeda. Sehingga dapat peneliti jelaskan untuk minuman kemasan 1.000 ml diperoleh biaya produksinya sebesar Rp 72.596 per botol kopi susu anteng, Rp 72.423 per botol latte, Rp 74.223 per botol panda latte, Rp 59.010 per botol long black, Rp 41.235 per botol taro latte, Rp 44.499 per botol matcha latte dan Rp 41.945 per botol chocolate.

Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan pemilik *cafe*, informasi yang diperoleh bahwa keuntungan yang diharapkan dari hasil penjualan ialah sebesar 30%. Metode *cost plus pricing* merupakan metode yang dilakukan untuk menetapkan harga jual dengan memasukan unsur biaya (*Cost plus*) ditambah dengan *mark up* yaitu presentase tertentu dari biaya tersebut.

Perhitungan biaya menggunakan pendekatan *full costing*. Sedangkan investasi ditentukan dari total biaya produksi yang dikeluarkan selama periode tersebut. Jika laba yang diharapkan perusahaan adalah 30%, maka perhitungan *mark up* untuk menetapkan harga jual produk dengan rumus sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Mark up \%} &= [(\text{Investasi} / \text{Total Biaya produksi} \times \text{Laba diharapkan \%}) + \text{Biaya Non Produksi}] : \text{Total Biaya Produksi} \\ &= [(\text{Rp } 15.014.551 \times 30\%) + (\text{Rp } 587.077 + \text{Rp } 199.498)] / \text{Rp } 15.014.551 \\ &= \text{Rp } 5.290.940,3 / \text{Rp } 15.014.551 \\ &= 35,2\% \end{aligned}$$

Ket :

- Total Biaya Produksi : Total Biaya produksi 221 botol minuman kemasan 1.000 ml
- Laba diharapkan : 30%
- Biaya Non Produksi : Total biaya administrasi dan umum + Total biaya pemasaran dari 221 botol minuman

1.000 ml

Setelah diperoleh presentase *mark up* sebesar 35,2%, maka peneliti melakukan penetapan harga jual produk untuk masing-masing minuman kemasan 1.000 ml sebagai berikut :

Tabel 3. Penetapan Harga Jual Metode *Cost Plus Pricing*

Perhitungan Harga Jual Kopi susu Anteng	
Biaya Produksi	Rp72.596
Presentase Mark up x Biaya Produksi	Rp25.582
[35,2% x Rp 71.171)	
Harga Jual Per Botol	Rp98.177
Jumlah Produksi Terjual Januari sd Juni 2022	56
Harga Jual 56 Botol	Rp5.497.930
Perhitungan Harga Jual Latte	
Biaya Produksi	Rp72.423
Presentase Mark up x Biaya Produksi	Rp25.521
[35,2% x Rp 70.999)	
Harga Jual Per Botol	Rp97.944
Jumlah Produksi Terjual Januari sd Juni 2022	120
Harga Jual 120 Botol	Rp11.753.328
Perhitungan Harga Jual Pandan Latte	
Biaya Produksi	Rp74.223
Presentase Mark up x Biaya Produksi	Rp26.155
[35,2% x Rp 72.799)	
Harga Jual Per Botol	Rp100.379
Jumlah Produksi Terjual Januari sd Juni 2022	9
Harga Jual 9 Botol	Rp903.408
Perhitungan Harga Jual Long Black	
Biaya Produksi	Rp59.010
Presentase Mark up x Biaya Produksi	Rp20.794
[35,2% x Rp 57.586)	
Harga Jual Per Botol	Rp79.804
Jumlah Produksi Terjual Januari	5

sd Juni 2022

Harga Jual 5 Botol Rp399.022

Perhitungan Harga Jual Taro Latte

Biaya Produksi Rp41.235

Presentase Mark up x Biaya
 Produksi Rp14.531
 [35,2% x Rp 38.523)

Harga Jual Per Botol Rp55.766

Jumlah Produksi Terjual Januari
 sd Juni 2022 25

Harga Jual 25 Botol Rp1.394.159

Perhitungan Harga Jual Matcha Latte

Biaya Produksi Rp44.499

Presentase Mark up x Biaya
 Produksi Rp15.681
 [35,2% x Rp 41.787)

Harga Jual Per Botol Rp60.180

Jumlah Produksi Terjual Januari
 sd Juni 2022 5

Harga Jual 5 Botol Rp300.902

Perhitungan Harga Jual Chocolate

Biaya Produksi Rp41.957

Presentase Mark up x Biaya
 Produksi Rp14.785
 [35,2% x Rp 39.244)

Harga Jual Per Botol Rp56.742

Jumlah Produksi Terjual Januari
 sd Juni 2022 1

Harga Jual 1 Botol Rp56.742

Sumber : data yang diolah (2022)

Dari tabel 3 merupakan hasil perhitungan harga jual menggunakan metode *cost plus pricing* dengan hasil *mark up* sebesar 35,2% diperoleh harga jual untuk masing-masing produk kemasan 1.000 ml sebesar Rp 98.177 per botol kopi susu anteng, Rp 97.944 per botol latte, Rp 100.379 per botol pandan latte, Rp 79.804 per botol long black, Rp 55.766 per botol taro latte, Rp 60.180 per botol matcha latte dan Rp 56.742 per botol chocolate.

Berdasarkan perhitungan yang peneliti lakukan, perbandingan biaya produksi

untuk masing-masing produk minuman kemasan 1.000 ml yang ditentukan berdasarkan metode perusahaan dengan biaya produksi yang ditentukan berdasarkan metode *full costing* adalah sebagai berikut :

Tabel 4. Perbandingan Biaya Produksi Metode Perusahaan Dengan Metode *Full Costing*

Nama Produk	Metode Perusahaan (btl)	Metode <i>Full Costing</i> (btl)	Selisih
Kopi Susu Anteng Latte	Rp54.163	Rp72.596	Rp18.432
Pandan Latte	Rp53.991	Rp72.423	Rp18.432
Long Black	Rp55.791	Rp74.223	Rp18.432
Taro Latte	Rp40.578	Rp59.010	Rp18.432
Matcha Latte	Rp24.255	Rp41.235	Rp16.981
Chocolate	Rp27.519	Rp44.499	Rp16.981
	Rp24.976	Rp41.957	Rp16.981

Sumber : data yang diolah (2022)

Dari tabel 4 dapat peneliti jelaskan bahwa, terdapat perbedaan dari hasil perhitungan biaya produksi antara metode perusahaan dengan metode *full costing*. Dimana, biaya produksi yang ditentukan dengan metode *full costing* diperoleh lebih tinggi dari pada biaya produksi yang ditentukan oleh perusahaan.

Perbedaan ini dikarenakan, perusahaan belum menerapkan perhitungan biaya produksi sesuai dengan teori ilmu akuntansi biaya. Perusahaan belum memasukan unsur biaya tenaga kerja langsung, serta biaya *overhead* pabrik variabel dan tetap kedalam penentuan biaya produksi yang dikeluarkan selama proses produksi. Menurut perusahaan, biaya produksi yang dihitung hanya biaya bahan baku seperti *espresso*, susu UHT, gula aren, simple syrup, powder

matcha, powder taro, powder chocolate.

Dari tabel 2 dapat peneliti jabarkan bahwa dengan metode *full costing*, selisih untuk biaya produksi minuman berbahan dasar kopi kemasan 1.000 ml sebesar Rp 18.432 lebih tinggi dari yang ditentukan perusahaan. Sedangkan untuk produk berbahan dasar non kopi selisih biaya produksi kemasan 1.000 ml sebesar Rp 16.981 lebih tinggi dari yang ditentukan oleh perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Noviasari & Alamsyah, 2020 serta Harjanti et al., 2021 yang menyimpulkan bahwa penentuan biaya produksi yang dilakukan oleh perusahaan memiliki perbedaan dengan penentuan yang dilakukan melalui metode *full costing*. Namun terbalik dengan penelitian yang dilakukan Meilisa Amalia et al., 2020 yang memperoleh hasil penentuan biaya produksi menggunakan metode *full costing* diperoleh lebih rendah dari pada biaya produksi yang ditentukan oleh perusahaan.

Berdasarkan perhitungan yang peneliti lakukan, perbandingan harga jual untuk masing-masing produk minuman kemasan 1.000 ml yang ditetapkan oleh perusahaan dengan harga jual yang ditetapkan menggunakan metode *full costing* adalah sebagai berikut :

Tabel 5. Perbedaan Harga Jual Metode Perusahaan dengan Metode *Cost Plus Pricing*

Nama Produk	Metode Perusahaan (btl)	Metode Cost Plus Pricing (btl)	Selisih
Kopi Susu Anteng	Rp85.000	Rp98.177	Rp13.177
Latte	Rp85.000	Rp97.944	Rp12.944
Pandan Latte	Rp85.000	Rp100.379	Rp15.379
Long Black	Rp85.000	Rp79.804	-Rp5.196
Taro Latte	Rp85.000	Rp55.766	-Rp29.234
Matcha Latte	Rp85.000	Rp60.180	-Rp24.820
Chocolate	Rp85.000	Rp56.742	-Rp28.258

Sumber : data yang diolah (2022)

Dari tabel 5 dapat peneliti jelaskan bahwa, terdapat selisih harga jual per botol untuk semua varian minuman kemasan 1.000 ml yang ditetapkan perusahaan dan yang ditetapkan dengan metode *cost plus pricing*. hal ini disebabkan karena adanya perbedaan dalam metode penetapannya. Hasil perbandingan harga jual menunjukkan bahwa terdapat selisih dari minuman taro latte sebesar Rp 29.234, matcha latte sebesar Rp 24.820 dan chocolate sebesar Rp 28.258, dimana harga jual yang ditetapkan perusahaan lebih besar dari pada harga jual yang ditetapkan dengan metode *cost plus pricing*. Jika melihat kembali informasi yang diperoleh dari perusahaan bahwa terdapat penilaian buruk terkait harga jual yang terlalu tinggi, maka harga jual yang ditetapkan dengan metode *cost plus pricing* relevan untuk bisa diterima kembali oleh konsumen yang diharapkan dapat meningkatkan kembali volume penjualan ketiga varian minuman tersebut. Sebaliknya untuk varian kopi susu anteng dengan selisih Rp 13.177, latte dengan selisih Rp 12.944, pandan latte dengan selisih Rp 15.379 dan lonk black dengan selisih Rp 5.196, dimana harga jual yang ditetapkan perusahaan lebih kecil daripada harga jual yang ditetapkan dengan metode *cost plus pricing*, hal ini berarti perusahaan akan mendapatkan hasil penjualan yang lebih dari varian tersebut. Mengingat bahwa dari data yang diterima untuk produk kopi susu anteng dan latte merupakan produk yang memiliki volume penjualan lebih besar dari varian lain untuk produk minuman kemasan botol 1.000 ml maupun cup 150 ml.

Perusahaan menetapkan harga jual berdasarkan taksiran biaya yang dikeluarkan dan melihat harga pesaing. Meskipun perusahaan memiliki target yang ingin di capai yaitu memperoleh

laba 30% dari biaya yang telah dikeluarkan. Namun pada saat penetapan harga jual presentase tersebut belum digunakan kedalam hitungan.

Menurut metode *cost plus pricing* penetapan harga jual produk yang dibebankan kepada pembeli dibuat berdasarkan biaya produksi ditambah presentase *mark up*. Perhitungan presentase *mark up* yang telah dihitung oleh peneliti didapatkan sebesar 35,2% yang didapat dari perkalian dengan biaya produksi.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Handayani (2020) serta Taroreh dan Safrid (2020) yang menyimpulkan bahwa harga jual menggunakan metode *cost plus pricing* lebih tinggi dari harga jual yang ditetapkan perusahaan untuk varian kopi susu anteng, latte, pandan latte dan long black. Selain itu, penelitian ini juga selaras dengan yang dilakukan oleh Sari, 2018 yang menyimpulkan bahwa harga jual yang ditetapkan menggunakan metode *cost plus pricing* lebih kecil dari yang ditetapkan perusahaan untuk produk taro latte, matcha latte dan coklat. Hal ini disebabkan karena ada perbedaan dalam metode penetapan yang digunakan.

Dari hasil penetapan harga jual yang di tentukan oleh perusahaan dengan yang ditentukan melalui metode *cost plus pricing*, maka terdapat perbedaan hasil pendapatan dari penjualan 221 botol minuman 1.000 ml selama periode Januari sampai dengan Juni 2022 sebagai berikut :

Tabel 6. Perbandingan Hasil Penjualan Minuman 1.000 ml Periode Januari sd Juni 2022

Metode Perusahaan			
Nama Produk	Harga Jual	Produk Terjual	Total Pendapatan
Kopi Susu Anteng	Rp85.000	56	Rp4.760.000
Latte	Rp85.000	120	Rp10.200.000
Pandan Latte	Rp85.000	9	Rp765.000
Long Black	Rp85.000	5	Rp425.000
Taro Latte	Rp85.000	25	Rp2.125.000

Matcha Latte	Rp85.000	5	Rp425.000
Chocolate	Rp85.000	1	Rp85.000
Total Pendapatan 221 Botol Minuman		221	Rp18.785.000

Metode Cost Plus Pricing			
Nama Produk	Harga Jual	Produk Terjual	Total Pendapatan
Kopi Susu Anteng	Rp98.177	56	Rp5.497.930
Latte	Rp97.944	120	Rp11.753.328
Pandan Latte	Rp100.379	9	Rp903.408
Long Black	Rp79.804	5	Rp399.022
Taro Latte	Rp55.766	25	Rp1.394.159
Matcha Latte	Rp60.180	5	Rp300.902
Chocolate	Rp56.742	1	Rp56.742
Total Pendapatan 221 Botol Minuman		221	Rp20.305.491

Sumber : data yang diolah (2022)

Tabel 6 dapat peneliti jelaskan, jika perusahaan menggunakan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing* dari 221 botol minuman 1.000 ml yang telah terjual selama bulan Januari sampai dengan Juni 2022 perusahaan dapat memperoleh pendapatan sebesar Rp 1.520.491 lebih tinggi dari pada dengan harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab tiga rumusan masalah, berdasarkan hasil analisis dan perhitungan diatas, maka hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa: Hasil dari penentuan biaya produksi yang dihitung dengan metode perusahaan untuk setiap minuman kemasan 1.000 ml diperoleh hasil sebagai beriku : Biaya produksi kopi susu anteng sebesar Rp 54.163 per botol, biaya produksi latte sebesar Rp

53.991 per botol, biaya produksi pandan latte sebesar Rp 55.791 per botol, biaya produksi long black sebesar Rp 40.578 per botol, biaya produksi taro latte sebesar Rp 24.255 per botol, biaya produksi matcha latte sebesar Rp 27.519 per botol dan biaya produksi chocolate sebesar Rp 24.978 per botol. Dengan ketentuan harga jual sebesar Rp 85.000 per botol untuk semua jenis minuman kemasan 1.000 ml, harga jual ini ditentukan oleh perusahaan berdasarkan taksiran biaya produksi yang dikeluarkan dan melihat harga pesaing.

Hasil penentuan biaya produksi yang dihitung dengan metode full costing untuk setiap minuman kemasan 1.000 ml diperoleh hasil sebagai berikut : Biaya produksi kopi susu anteng sebesar Rp 72.596 per botol, biaya produksi latte sebesar Rp 72.423 per botol, biaya produksi pandan latte sebesar Rp 74.223 per botol, biaya produksi long black sebesar Rp 60.298 per botol, biaya produksi taro latte sebesar Rp 41.235 per botol, biaya produksi matcha latte sebesar Rp 44.449 per botol dan biaya produksi chocolate sebesar Rp 41.957 per botol. Sedangkan harga jual yang ditetapkan dengan metode cost plus pricing melalui pendekatan full costing untuk masing-masing produk minuman kemasan 1.000 ml memperoleh harga jual yang berbeda sebagai berikut : Harga jual kopi susu anteng Rp 98.177 per botol, harga jual latte Rp 97.944 per botol, harga jual pandan latte Rp

100.379 per botol, harga jual long black Rp 79.804 per botol, harga jual taro latte Rp 55.766 per botol, harga jual matcha latte Rp 60.180 per botol, harga jual chocolate Rp 56.742 per botol.

Dari hasil penentuan biaya produksi dan penetapan harga jual antara metode perusahaan dengan metode full costing, terdapat perbedaan pada saat dilakukan perbandingan, perbedaannya ialah sebagai berikut : Penentuan biaya produksi menggunakan metode full costing diperoleh lebih tinggi dari pada yang ditentukan dengan metode perusahaan, dengan selisih biaya produksi sebesar Rp 18.432 per botol untuk minuman kopi susu anteng, latte, pandan latte dan long black dan selisih biaya produksi sebesar Rp 16.981 per botol untuk minuman taro latte, matcha latte dan chocolate. Selisih tersebut disebabkan karena, dalam menentukan biaya produksi perusahaan hanya menggunakan unsur biaya bahan baku saja, perusahaan belum memasukan unsur biaya tenaga kerja langsung serta biaya overhead pabrik variabel dan tetap kedalam perhitungan biaya produksi. Penetapan harga jual menggunakan metode cost plus pricing dengan pendekatan full costing memberikan kenaikan pendapatan penjualan yang lebih tinggi

sebesar Rp 1.520.491 untuk 221 botol minuman 1.000 ml yang telah terjual selama bulan Januari sampai dengan Juni 2022. Meskipun dengan selisih harga jual untuk minuman long black, taro latte, matcha latte dan chocolate lebih rendah dari yang ditetapkan oleh perusahaan, justru ini menjadi kesempatan bagi perusahaan untuk menjadikan sebuah promosi yang dapat menarik pelanggan untuk lebih banyak lagi membeli produk tersebut, tidak hanya fokus dengan kopi susu anteng, latte dan pandan latte yang memiliki penjualan lebih banyak.

DAFTAR PUSTAKA

Sugiyono. (2018). Metode penelitian kuantitatif Bandung : alfabeta

Deviesa. (2019). Akuntansi Manajemen. Yogyakarta.

Ekonomi, J., Wisnu, S., & Fitriah, D. L. (n.d.). Cahaya Aktiva Penetapan Harga Jual Dengan Metode Cost Plus Pricing Menggunakan Pendekatan Full Costing Pada Ud. Dzaky Alam Food Tahun 2019.

Firmansyah, & Iman. (2014). Akuntansi Biaya Itu Gampang. Penerbit Dunia Cerdas, Jakarta.
Halim dkk. (2017). Akuntansi Manajerial (Edisi 2). Yogyakarta : BPFE.

Handayani, S. (2020). Penerapan Cost Plus Pricing Dengan Pendekatan Full Costing Dalam Menentukan Harga Jual Pada Ud. Lyly Bakery Lamongan. Akuisisi: Jurnal Akuntansi, 15(1).
<https://doi.org/10.24127/akuisisi.v15i1.386>

Hansen, D. R., & Mowen, M. M. (2011). Akuntansi Manajerial. Salemba Empat Jakarta.

Harjanti, R. S., Hetika, & Murwanti, S. (2021). Analisis Harga Pokok Produksi dan Harga Jual

dengan Metode Cost Plus Pricing (Studi Kasus pada UKM Wedang Umuh 3Gen Tegal). Benefit: Jurnal Manajemen dan Bisnis, 6(1).

Harmanto. (2017). Akuntansi Biaya. Penerbit ANDI, kerja sama dengan BEFE-UGM, Yogyakarta.

Kotler, & Amstrong, P. and G. (2016). Prinsip-prinsip Pemasaran (Edisi13 jil). Jakarta : Erlangga.

Meilisa Amalia, M., Dina Marviana, R., & Sumekar, A. (2020). Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Dengan Metode Full Costing Dan Penentuan Harga Jual Dengan Pendekatan Cost-Plus Pricing(Studi Kasus Pada Rumah Produksi Wan Tempeh). Jurnal Mutiara Akuntansi, 5(1).

Mulyadi. (2012). Akuntansi Biaya (Edisi Lima). Universitas Gajah Mada.

Mulyadi. (2015). Akuntansi Biaya (Edisi lima). UPP STIM KNP.

Mulyadi. (2016). Sistem Akuntansi Edisi 4. In Salemba Empat.

Notoatmodjo. (2010). Metode Penelitian (J. : R. Cipta (ed.)).

Noviasari, E., & Alamsyah, R. (2020a). Peranan Perhitungan Harga Pokok Produksi Pendekatan Full Costing Dalam Menentukan Harga Jual Dengan Metode Cost Plus Pricing. Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan, 8(1), 17–26.
<https://doi.org/10.37641/jiakes.v8i1.287>

Noviasari, E., & Alamsyah, R. (2020b). Peranan Perhitungan Harga Pokok Produksi Pendekatan Full Costing Dalam Menentukan Harga Jual Dengan Metode Cost Plus Pricing. Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan, 8(1).
<https://doi.org/10.37641/jiakes.v8i1.287>

Sari, Y. (2018). Analisis Penentuan Harga Jual Dengan Metode Cost Plus Pricing Dan Pengaruhnya Terhadap Laba

Yang Dihasilkan Pada Ud Maju. Jurnal Akuntansi Dan Bisnis : Jurnal Program Studi Akuntansi, 4(1).
<https://doi.org/10.31289/jab.v4i1.1549>

Siregar, B., & Lestari, M. I. (2015). DETERMINAN FEE AUDIT. Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis, 10(1).
<https://doi.org/10.21460/jrmb.2015.101.353>

Sodikin, Slamet, & Sugiri. (2015). Akuntansi Manajemen (Edisi Keli). Yogyakarta : UPP STIM YKPN.

Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. Bandung : Alfabeta.

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D