

Evaluasi Penentuan Harga Jual UMKM Imboh Coffee Dengan Melalui Harga Pokok Produksi Metode *Full Costing*

Evaluation of Determining the Selling Price of Imboh Coffee UMKM Using the Cost of Goods Production Using the Full Costing Method

Risqi Dwiyanto¹, Nita Marikena²

^{ab}Program Studi Teknik Industri UPU, KL. Yos Sudarso Km. 6,5 No. 3A, Medan, 20241, Indonesia
risqidwi1234@gmail.com¹, nitamarikena77@gmail.com²

ABSTRAK

Penetapan harga jual produk adalah suatu keputusan yang sangat penting, dikarenakan penempatan harga suatu produk harus menutupi semua biaya yang dikeluarkan dan mempengaruhi laba yang dicapai. Pada saat ini industri kecil menengah, khususnya UMKM IMBOH COFFEE yang bergerak di bidang industri kuliner minuman yang berbahan dasar kopi. Dalam menetapkan harga jual, UMKM IMBOH COFFEE masih menggunakan metode yang sederhana dalam memperhitungkan harga pokok produksinya dan sering mengalami kerugian. Mengingat persaingan pasar yang ketat perusahaan harus menetapkan harga pokok produknya guna bersaing harga di pasaran. Dalam menentukan harga jual perusahaan terlebih dahulu harus mengetahui harga pokok yang merupakan dasar dalam menentukan harga jual produk. Harga pokok merupakan biaya yang berhubungan dengan produksi. Pada perhitungan biaya produksinya, UMKM IMBOH COFFEE masih menghitung dengan sebatasnya saja yaitu hanya menghitung komponen utamanya saja tidak memasukkan biaya tambahan seperti biaya overhead perusahaan. Hal itu menyebabkan perhitungan biaya produksi belum efektif dan efisien sehingga penentuan harga jual produk menjadi tidak maksimal. Penelitian ini bertujuan sebagai memberikan usulan penetapan harga jual produk berdasarkan metode *Full Costing*. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, dokumentasi, dan observasi. Tahapan penelitian ini adalah mengidentifikasi biaya pokok produksi, memilih metode perhitungan, menganalisa hasil, menetapkan harga jual produk. Dari hasil penelitian harga jual yang didapat dengan menggunakan metode *full costing* sebesar Rp.16.700. Dan mendapatkan laba sebesar Rp.2.800./cup Sedangkan harga jual yang didapatkan dengan metode perhitungan perusahaan sebesar Rp.13.300 dan mendapatkan laba kerugian sebesar Rp-700/cup. Maka metode *full costing* sangat baik digunakan untuk menghitung harga jual produk, dikarenakan metode *full costing* memasukan semua unsur variabel dalam memperhitungkan harga jual produk.

Kata Kunci : Harga jual, Harga pokok produk, Metode *full costing*.

ABSTRACT

Determining the selling price of a product is a very important decision, because the price placement of a product must cover all costs incurred and affect the profits achieved. Currently, small and medium industries, especially IMBOH COFFEE MSMEs, are engaged in the culinary beverage industry which is made from coffee. In determining selling prices, IMBOH COFFEE MSMEs still use simple methods in calculating the cost of production and often experience losses. Remembering the tight market competition, companies must set the basic price of their products in order to compete on price in the market. In determining the selling price, the company must first know the cost price which is the basis for determining the selling price of the product. Cost price is a cost related to production. In calculating production costs, UMKM IMBOH COFFEE still calculates to the limit, namely only calculating the main components, not including additional costs such as company overhead costs. This causes the calculation of production costs to be less effective and efficient so that the determination of product selling prices is not optimal. This research aims to provide suggestions for determining product selling prices based on the *Full Costing* method. Data collection

techniques were carried out using interviews, documentation and observation. The stages of this research are identifying the basic costs of production, choosing a calculation method, analyzing the results, determining the selling price of the product. From the research results, the selling price obtained using the full costing method was IDR 16,700. And get a profit of IDR 2,800/cup. Meanwhile, the selling price obtained using the company's calculation method is IDR 13,300 and get a profit and loss of IDR 700/cup. So the full costing method is very good to use to calculate the selling price of a product, because the full costing method includes all variable elements in calculating the selling price of the product.

Keywords : Product selling price, Cost Of Production, Full Costing Method

Disubmit: 10 Juni 2024

*Info Artikel :
Direview: 13 Juli 2024*

Diterima : 02 Agustus 2024

Copyright © 2024 – Journal UPU . All rights reserved.

1. PENDAHULUAN

Dalam perkembangan ekonomi di Indonesia sekarang ini, usaha-usaha yang ada di Indonesia berkembang sangat pesat. Khususnya usaha kuliner makanan dan minuman, setiap usaha tentunya ingin usahanya terus berkembang. Maka dari itu pengusaha harus berkerja lebih *efisien* dalam menghadapi persaingan guna mendapatkan laba dari usahanya. Ada beberapa faktor guna mendapatkan laba yang ingin dicapai salah satunya yaitu pengambilan keputusan dalam penentuan harga pokok produksi dan harga jual suatu produk.

Penetapan harga jual produk adalah suatu keputusan yang sangat penting, dikarenakan penempatan harga suatu produk harus menutupi semua biaya yang dikeluarkan dan mempengaruhi laba yang dicapai. Dalam menentukan harga jual produk, perusahaan harus memperhitungkan dengan tepat. Sehingga harga jual produk yang dihasilkan dapat diterima oleh konsumen. Terlebihnya lagi produk yang di pasarkan sama hasilnya dengan produk yang di hasilkan dengan perusahaan lain. Maka kemungkinan akan menjadi masalah dalam persaingan dalam pemasaran. Maka dari itu, perusahaan harus memperhatikan produk apa yang diinginkan oleh konsumen dengan menetapkan harga jual yang relatif terjangkau tetapi tidak merugikan perusahaan.

Perubahan harga yang sangat kecil maupun yang sangat besar akan menyebabkan dampak serta perubahan yang signifikan bagi penjualan dalam kuantitas yang cukup besar. Maka jika ada kesalahan dalam penentuan harga jual, perusahaan akan rugi atau kehilangan pelanggan karena harga jual yang ditentukan terlalu rendah atau terlalu tinggi. Oleh sebab itu, meningkatnya persaingan dalam industri ini menuntut suatu perusahaan memiliki keunggulan untuk dapat melangsungkan usahanya dalam jangka waktu yang relatif lama dan agar dapat mengembangkan usahanya supaya menjadi lebih besar.

Penentuan harga jual yang tidak tepat sering berakibat fatal pada masalah keuangan badan usaha dan akan mempengaruhi kontinuitas usaha tersebut. Ketidaktepatan tersebut akan menimbulkan resiko pada badan usaha, misalnya kerugian yang terus menerus atau menimbunnya produk di gudang karena macetnya pemasaran. Untuk itu setiap badan usaha harus menetapkan harga jualnya secara tepat karena harga merupakan satu-satunya unsur pembaruan unsur pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi usaha tersebut. Keuntungan (laba) yang diharapkan, sehingga perusahaan dalam menjual produknya harus menetapkan harga jual. Harga jual adalah harga yang diperoleh dari penjumlahan biaya produksi, biaya non produksi serta laba

yang diharapkan (Mulyadi, 2002:79). Sedangkan (warren, 2006:2) mendefinikan laba adalah selisih antara jumlah yang diterima dari pelanggan atas barang atau jasa yang di hasilkan dengan jumlah yang dikeluarkan untuk membeli sumber daya alam dalam menghasilkan barang atau jasa.

Umumnya dalam menentukan harga jual yang menjadi tolak ukur adalah harga pokok produk. Harga pokok produksi adalah bagaimana memperhitungkan biaya kepada suatu produk atau pesanan , yang dapat dilakukan dengan cara memasukkan seluruh biaya produksi atau hanya memasukan unsur biaya produksi variabel saja. Oleh karena itu dalam penelitian ini penulis memfokuskan pada penentuan harga jual produk dengan menggunakan metode *full costing* dengan laba sebesar 20%.

Dalam memperhitungkan unsur-unsur biaya kedalam biaya produksi terdapat dua pendekatan yaitu biaya variabel (*variable costing*) dan biaya tetap (*full costing*). Biaya variabel merupakan biaya yang secara total berubah sebanding dengan aktivitas dan volume produksi tetapi perunit bersifat tetap. Bahan langsung, tenaga kerja langsung dan biaya overhead dapat digolongkan sebagai biaya variabel. Sedangkan biaya tetap adalah biaya secara total tetap dalam rentang yang relevan (*relevant range*) tetapi perunit berubah. Dalam jangka panjang sebenarnya semua biaya bersifat variabel meskipun beberapa jenis biaya tampak sebagai biaya tetap. (Bastian Bustami dan Nurlela, 2006:48-50).

Pada saat ini industry kecil menengah, khususnya UMKM IMBOH COFFEE yang bergerak di bidang indutri kuliner minuman yang berbahan dasar kopi. Dalam menetapkan harga jual, UMKM IMBOH COFFEE masih menggunakan metode yang sederhana dalam memperhitungkan harga pokok produksinya dan sering mengalami kerugian. Mengingatkan persaingan pasar yang ketat perusahaan harus menetapkan harga pokok produknya guna bersaing harga di pasaran. Dalam menentukan harga jual perusahaan terlebih dahulu harus mengetahui harga pokok yang merupakan dasar dalam menentukan harga jual produk. Harga pokok merupakan biaya yang berhubungan dengan produksi. Pada perhitungan biaya produksinya, UMKM IMBOH COFFEE masih menghitung dengan sebatasnya saja yaitu hanya menghitung komponen utamanya saja tidak memasukkan biaya tambahan seperti biaya *overhead* perusahaan. Hal itu menyebabkan perhitungan biaya produksi belum *efektif* dan *efisien* sehingga penentuan harga jual produk menjadi tidak maksimal.

Dalam menentukan harga pokok produksi, perusahaan juga harus menentukan metode mana yang tepat untuk digunakan agar nantinya dapat menghasilkan laba yang sesuai dengan tujuan perusahaan serta dapat bersaing dengan perusahaan lainnya. Harga pokok produksi terdiri dari beberapa unsur, yaitu: biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik. Dalam metode *full costing* tidak membedakan antara biaya produksi *variable* dan biaya produksi tetap, karena langsung dimasukkan ke dalam harga pokok produksi (Triska, Sifrid, Sherly, 2022).

Harga jual produksi adalah bagaimana memperhitungkan biaya kepada suatu produk atau pesanan, yang dapat dilakukan dengan cara memasukan seluruh biaya produksi atau hanya memasukan unsur biaya produksi variabel saja. Oleh karena itu dalam penelitian ini penulis memfokuskan pada penentuan harga jual produk dengan menggunakan metode *full costing*.

Dari uraian diatas penulis mencoba mengangkat satu masalah dalam penulisan penelitian, maka penulis mengambil judul penelitian tentang **“EVALUASI PENENTUAN HARGA JUAL PRODUK UMKM IMBOH COFFEE DENGAN MELALUI HARGA POKOK PRODUKSI METODE *FULL COSTING*”**

2. METODE

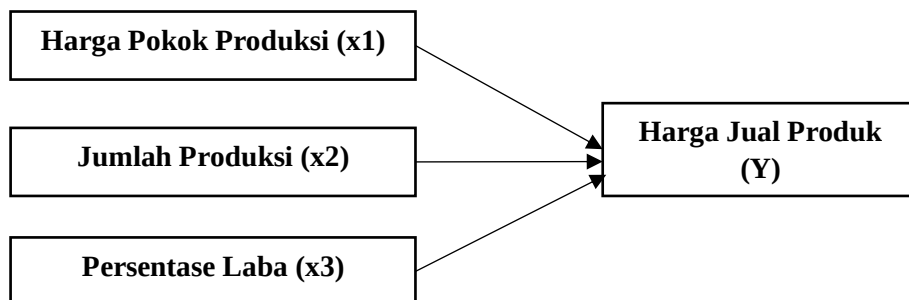
A. Tahap Penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan adalah penelitian jenis kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Pendekatan deskriptif bertujuan memberikan gambaran terhadap objek yang akan diteliti melalui data yang terkumpul. Metode penelitian kuantitatif merupakan jenis penelitian yang didasari oleh asumsi, selanjutnya ditemukannya variabel, kemudian di analisis dengan metode-metode yang valid. Dimana peneliti mengumpulkan data seperti harga pokok produksi yang dikeluarkan oleh perusahaan berupa biaya harga pokok produksi, jumlah produksi, persentase laba.

Metode analisis data yang digunakan didalam penelitian ini adalah metode deskriptif komparatif. Metode deskriptif komparatif adalah penelitian dengan membandingkan metode penentuan harga pokok produksi guna mengetahui harga jual produk. Metode harga pokok produksi tersebut adalah metode perhitungan perusahaan dan metode *full costing*.

B. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan suatu hubungan secara teoritis antara variable *independent* dengan variable *dependent* yang diamati atau diukur melalui penelitian yang akan dilaksanakan (Sugiono, 2014). Kerangka konseptual adalah suatu alur pemikiran terhadap satu hubungan ke hubungan lain sehingga dapat memberikan gambaran yang berkaitan antar variabel yang diteliti. Variabel bebas (*Independent Variable*) atau variabel x merupakan variabel yang di pandang sebagai penyebab munculnya variabel terikat yang diduga sebagai akibatnya. Sedangkan, variabel (akibat) merupakan kondisi yang ingin kita ungkapkan dan jelaskan. Adapun kerangka konseptual pada penelitian ini dapat dilihat pada gambar 1 sebagai berikut :



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Dari gambar diatas dapat disimpulkan bahwa variabel bebas yaitu dengan menentukan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead paabrik. Kemudian dari variabel tersebut dapat menghasilkan harga pokok produksi sehingga dapat menentukan harga jual dari sebuah produk (variabel terikat) yang di jelaskan sebagai berikut :

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*) : Harga Pokok Produksi (x1)
: Jumlah Produksi (x2)
: Persentase Laba (x3)
2. Variable Terikat (*Dependent Variable*) : Harga Jual Produk (Y)

C. Definisi Operasional

Menurut Sugiono (2013), definisi operasional variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Adapun variabel beserta operasionalnya dijelaskan dalam table sebagai berikut:

Tabel 2.1. Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator
1.	Variabel Terikat (Y): Harga jual produk (Y)	Harga jual produk adalah suatu harga yang dibebankan pada para konsumen dan nilainya diperoleh dengan menjumlahkan biaya produksi, biaya non-produksi dan juga keuntungan yang ingin diperoleh oleh pemilik bisnis.	1.Harga terjangkau oleh kemampuan daya beli konsumen. 2.Kesesuaian antara harga dengan kualitas. 3.Harga memiliki daya saing dengan produk lain yang sejenis.
2.	Variabel bebas (X) Harga Pokok Produksi (x1)	Harga pokok produksi dihitung dengan menggabungkan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik yang dikeluarkan selama periode tertentu.	1. Harga pokok produksi per unit. 2.Persentase harga pokok produksi terhadap pendapatan. 3.Harga pokok bahan baku. 4.Harga pokok tenaga kerja langsung 5.Harga pokok overhead pabrik. 6.Efisiensi produksi.
3.	Jumlah Produksi (x2)	Jumlah produksi dihitung dengan menghitung total unit produk yang diproduksi selama satu bulan.	1.Jumlah produksi harian. 2.Jumlah produksi bulanan. 3.Pertumbuhan produksi tahunan. 4.Kapasitas produksi terpakai. 5.Efisiensi produksi. 6.Penjualan terkait produksi
4.	Persentase Laba (x3)	Persentase laba dihitung dengan membagi laba bersih oleh total pendapatan atau penjualan, kemudian mengalikan hasilnya dengan 100 untuk mengungkapkan laba sebagai persentase.	1.Margin laba kotor. 2.Margin laba bersih. 3.Margin laba sebelum pajak. 4.Laba bersih sebagai persentase pendapatan. 5.Pertumbuhan persentase laba.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Data Penelitian

Dari hasil analisa pengamatan yang telah dilakukam selama penelitian di UMKM IMBOH COFFEE, peneliti menemukan permasalahan dalam menentukan harga jual produk yang ada di UMKM IMBOH COFFEE. Dari masalah tersebut maka peneliti akan melakukan analisa masalah dengan menggunakan metode *full costing*. Dalam menentukan harga jual produk maka terlebih dahulu menghitung harga pokok produksi. Adapun data biaya-biaya yang di perlukan dalam menghitung biaya produksi yaitu sebagai berikut:

1. Biaya variabel

Biaya yang jumlahnya berubah-ubah, namun perubahannya sebanding dengan perubahan volume produksi atau penjualan (Mulyadi, 2012). Contohnya: biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung.

2. Biaya tetap

Biaya yang tidak berubah jumlahnya walaupun jumlah yang diproduksi atau dijual berubah dalam kapasitas normal (Mulyadi, 2012). Contohnya: biaya pembelian mesin.

3. Biaya semi variabel

Biaya yang jumlahnya ada yang berubah-ubah sesuai dengan perubahan kuantitas dan ada tarif tetapnya (Mulyadi, 2012).

Contohnya: biaya telpon dan biaya listrik.

Biaya-biaya yang ada di UMKM IMBOH COFFEE digolongkan menjadi tiga bagian yaitu: biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik.

1. Bahan Baku

Bahan baku yang digunakan dalam memproduksi kopi susu adalah kopi, susu kental manis. Dari keseluruhan bahan tersebut diolah menjadi sebuah produk minuman kopi susu. Berikut adalah tabel biaya bahan baku:

Tabel 3.1. Tabel biaya bahan baku

Jenis Biaya	Kuantitas	Harga Perolehan	Jumlah Biaya (Rp)	Unit Diproduksi (Cup)	Biaya Per Cup (Rp)
Kopi	4.500gr	200.000/1.000gr	900.000	300	3.000
SKM	10.500gr	11.000/500gr	605.000	300	2.016,66
Total			1.505.000		
Biaya Bahan Baku Per Unit					5.016,66

2. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja langsung merupakan biaya yang di keluarkan perusahaan untuk membayar karyawan yang berkaitan dengan proses produksi. Berikut ini biaya tenaga kerja yang ada di UMKM IMBOH COFFEE.

Tabel 2. Tabel Biaya Tenaga Kerja Langsung

Elemen Biaya	Jumlah Biaya (Rp)
Gaji	1.500.000
Tunjangan Kesejahteraan	300.000

Total	1.800.000
--------------	------------------

3. Biaya *Overhead* Pabrik

Biaya overhead pabrik adalah biaya produksi selain dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung yang di kelompokkan menjadi beberapa golongan sebagai berikut:

a) Biaya WIFI

Biaya wifi yang di keluarkan UMKM IMBOH COFFEE tiap bulan adalah Rp.370.000.

b) Biaya Listrik

Biaya listrik yang akan di keluarkan UMKM IMBOH COFFEE tiap bulan adalah Rp.150.000 dengan membeli voucher token listrik pra bayar.

c) Biaya Bahan Penolong

Biaya penolong yang di gunakan UMKM IMBOH COFFEE dalam proses produksi adalah cup plastik sablon dengan total biaya adalah Rp.200.000/500cup.

d) Biaya reoperasi dan pemeliharaan

Biaya reoperasi dan pemeliharaan berupa mesin dan peralatan kopi lainnya sebesar Rp.150.000 tiap bulannya

Adapun uraian dari keseluruhan biaya *overhead* pabrik yang dapat dilihat pada tabel 4.3 sebagai berikut:

Tabel 4.3. Tabel Biaya *Overhead* Pabrik

Keterangan	Tetap	Variable
Biaya WIFI	Rp.370.000	
Biaya Listrik		Rp.150.000
Biaya Bahan Penolong		Rp.200.000
Biaya Reoperasi dan Pemeliharaan	Rp.150.000	
Jumlah	Rp.520.000	Rp.350.000
Total Biaya <i>Overhead</i> Pabrik		Rp.870.000

Dari tabel 4.3 diatas, maka dapat diketahui biaya overhead pabrik yang dikeluarkan pada proses produksi sebesar Rp.870.000. Biaya overhead pabrik dibagi menjadi 2 bagian yaitu overhead tetap dan overhead variabel. Biaya overhead tetap yaitu biaya wifi, biaya reoperasi, dan biaya pemeliharaan sebesar Rp.520.000. Sedangkan biaya overhead pabrik variabel yaitu terdiri dari biaya listrik dan biaya bahan penolong sebesar Rp.350.000.

Dari uraian biaya diatas, maka didapatkan harga pokok produksi untuk sebuah kopi susu di UMKM IMBOH COFFEE yaitu sebagai berikut:

Elemen Biaya	Jumlah Biaya (Rp)	Unit Diproduksi (Cup)	Biaya per Cup (Rp)
Biaya bahan baku	1.505.000	300	5.016,66

Tenaga Kerja Langsung	1.800.000	300	6.000
Biaya Overhead Tetap	520.000	300	1.733,33
Biaya Overhead Variabel	350.000	300	1.166,66
Total	4.175.000		13.916,65

Tabel 4.4. Tabel Harga Pokok Produksi

Dapat dilihat dari tabel 4.4 diatas, maka dapat di ketahui total harga pokok produksi pada UMKM IMBOH COFFEE untuk produksi sebuah minuman kopi susu sebesar Rp. 13.916,65/cup. Hasil tersebut di dapatkan dari total keseluruhan antara biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik. Dari perhitungan harga jual per *cup* dengan laba yang diinginkan oleh perusahaan sebesar 20%.

B. Pengolahan Data

1. Perhitungan Harga Pokok Produksi Dengan Metode Perusahaan

Perhitungan biaya pokok produksi yang dilakukan perusahaan hanya melakukan perhitungan yang sangat sederhana. Perusahaan hanya memperhitungkan unsur biaya produksi yang terdiri dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja. Dari hasil perhitungan tersebut , kemudian ditambahkan dengan laba yang diinginkan oleh perusahaan. Berikut ini adalah perhitungan biaya produksi dengan perhitungan yang dilakukan oleh perusahaan.

- Biaya bahan baku :Rp.5.016,66
- Biaya tenaga kerja langsung :Rp.6.000 +
- Total** **Rp.11.016,66**
- Harga jual =HPP + (%laba x HPP)
=Rp.11.016,66 + (20% x Rp.11.016,66)
=Rp.13.219,99/cup
- Laba =Harga Jual – Harga Pokok Produksi
=Rp.13.219,99 – Rp.11.016,66
=Rp.2.203,33/cup
- Biaya *overhead* pabrik yang harus dibayar
 - Biaya *overhead* pabrik variabel =Rp.1.166,66
 - Biaya *overhead* pabrik tetap =Rp.1.733,33
 - Biaya *overhead* pabrik =Laba - BOPV + BOPT
=Rp.2.203,33 - Rp.1.166,66 + Rp.1.733,33
- Total** **=Rp.-696,66/cup**

Dari perhitungan harga pokok dengan menggunakan perhitungan perusahaan yang telah dilakukan maka didapatkan total produksi sebesar Rp.11.016,66/cup hasil total penjumlahan dari biaya bahan baku dengan biaya tenaga kerja. Adapun harga jual per *cup* yang diperoleh sebesar Rp.13.219,99/cup dengan laba kotor yang didapatkan oleh perusahaan sebesar 20% yaitu Rp.2.203,33/cup. Dengan mendapatkan laba segitu perusahaan harus membayar beban *overhead* pabrik yaitu Rp.2.899,99/cup, maka perusahaan mengalami kerugian per *cup* yaitu **Rp.-696,66**.

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

Perhitungan biaya produksi dengan menggunakan metode *full costing* merupakan penentuan harga pokok produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi ke dalam harga pokok produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik baik yang berperilaku variabel maupun tetap. Berikut ini adalah perhitungan biaya produksi dengan metode *full costing*.

- Biaya bahan baku :Rp.5.016,66
- Biaya tenaga kerja langsung :Rp.6.000
- Biaya *overhead* pabrik variabel :Rp.1.166,66
- Biaya *overhead* pabrik tetap :Rp.1.733,33
- Total** **Rp.13.916,65**
- Harga jual = HPP + (%laba x HPP)
= Rp.13.916,65 + (20% x Rp.13.916,65)
= Rp.16.699,98/cup
- Laba = Harga Jual – Harga Pokok Produksi
= Rp.16.699,98 – Rp.13.916,65
= Rp.2.783,33/cup

Dari perhitungan harga pokok dengan menggunakan metode *full costing* yang telah dilakukan maka didapatkan total produksi sebesar Rp.13.916,65/cup hasil total penjumlahan dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya *overhead* pabrik tetap dan *overhead* pabrik variabel. Adapun harga jual per *cup* yang diperoleh sebesar Rp. 16.699,98/cup dengan laba bersih yang didapatkan oleh perusahaan sebesar 20% yaitu **Rp.2.783,33/cup**. Maka perusahaan tidak mengalami kerugian karena perhitungan *full costing* sudah mebebaskan biaya *overhead*.

3. Perbandingan Perhitungan Antara Metode Perusahaan Dengan Metode *Full Costing*

Berikut ini adalah perbandingan perhitungan antara metode perusahaan dengan metode *full costing* dalam menentukan penetapan harga jual di UMKM IMBOH COFFEE sebagai berikut:

Tabel 4.5. Perbandingan Hasil Perhitungan

Keterangan	Perusahaan	Full Costing
Harga Pokok Produksi	Rp.11.000	Rp.14.000
Harga Jual	Rp.13.300	Rp.16.700
Laba	Rp.-7.00	Rp.2.800

Didalam perbandingan antara metode diatas dapat dilihat sangat jelas selisih diantara dua metode tersebut. Adanya selisih harga jual di pengaruhi adanya perbedaan pembebanan biaya sejak awal. Perhitungan harga pokok produksi yang dilakukan dengan metode *full costing* lebih besar dari pada perhitungan yang lainnya. Hal ini mengakibatkan adanya selisih harga jual per *cup* di antara kedua metode perhitungan tersebut.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dari pembahasan yang dilakukan, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa harga jual yang didapat dengan menggunakan metode *full costing* sebesar Rp16.700/cup. Dan mendapatkan laba sebesar Rp2.800/cup. Sedangkan harga jual yang didapatkan dengan metode perhitungan perusahaan sebesar Rp13.300/cup. Dan mendapatkan laba kerugian sebesar Rp700/cup. Maka metode *full costing* sangat baik digunakan untuk menghitung harga jual produk, dikarenakan metode *full costing* memasukan semua unsur variabel dalam memperhitungkan harga jual produk.

Berdasarkan dari penelitian ini, maka penulis memberikan saran bagi perusahaan UMKM IMBOH COFFEE yaitu sebagai berikut:

1. UMKM IMBOH COFFEE harus menerapkan metode *full costing* terhadap semua menu yang mereka jual.
2. Disarankan agar UMKM IMBOH COFFEE menggunakan perhitungan dengan metode *full costing* agar menetapkan harga jual produk dengan tepat untuk mencapai target yang di inginkan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih ditunjukan khususnya kepada manajemen UMKM Imboh Coffee beserta seluruh staff-nya dan tidak terkecuali kepada seluruh Dosen Teknik Industri Universitas Potensi Utama.

REFERENSI

- [1] Turang, T. M. (2022). Application Of The Cost Of Goods Manufactured By Using The Full Costing Method At Kopi Pulang Manado. Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum (Ekonomi,Sosial, Budaya, dan Hukum), 5(2), 1111-1118.
- [2] Supriyono, R. A. (2000). Sistem Pengendalian Manajemen. Yogyakarta: BPFE.
- [3] Juli, Ratnawati, and Retno Indah Hernawati. "Dasar-dasar Perpajakan." Deeppublish, Yogyakarta (2015).
- [4] Mulyadi.Akuntansi Biaya / Mulyadi .2012.
- [5] Siregar, Baldric, dkk. (2015). Akuntansi Biaya Edisi 2. Jakarta: Salemba Empat.
- [6] Hansen, Mowen. (2006). Akuntansi Manajemen. Jakarta : Bina Rupa Aksara.
- [7] Mulyadi. (2014). Sistem Akuntansi. Cetakan Keempat. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- [8] Kuswadi, I. (2005). Meningkatkan Laba Melalui Pendekatan Akuntansi Keuangan dan Akuntansi Biaya. J PT Elex Media Komputindo.
- [9] Nurlela, Bastian Bustami. "Akuntansi Biaya Melalui Pendekatan Manajerial, edisi pertama." Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media (2009).
- [10] Blocher, E. J., Stout, D. E., & Cokins, G. (2011). Manajemen Biaya: Penekanan Strategis. Jakarta: Salemba Empat.
- [11] Firmansyah, Iman. 2014. Akuntansi Biaya Itu Gampang. Jakarta : Dunia Cerdas
- [12] Mulyadi. 2009. Akuntansi Biaya. Penerbit Aditya Media. Yogyakarta
- [13] Mulyani, S., & Kamilah, K. (2023). Evaluasi Perhitungan Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode Full Costing Sebagai Dasar Penetapan Harga Jual (Studi Kasus

- Pada UKM A. Zaki Bakery). Ekonomi Bisnis Manajemen dan Akuntansi (EBMA), 4(1), 1196-1205.
- [14] Paulina, D., & Salman, P. (2022). Penentuan Harga Pokok Produksi Minuman Pada Kedai Kopi Social Samarinda. *Indonesian Journal of Applied Accounting and Finance*, 2(2).
- [15] Astri, E. M. (2021). Analisis Penerapan Metode Full Costing Dan Variabel Costing Sebagai Perhitungan Harga Pokok Produksi Dalam Penentuan Harga Jual. *Nusantara Hasana Journal*, 1(4), 121-128.
- [16] Ishak, A. (2022). Evaluasi Perhitungan Harga Pokok Pokok Produksi di UMKM Nur Inaton (kacang vernis) Kotamobagu. *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum (Ekonomi, Sosial, Budaya, dan Hukum)*, 6(1), 1053-1060.
- [17] Sugiono. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- [18] Anggardini, Bela, Dwi Cahyono dan Achmad Syahfrudin. 2020). PENENTUAN HARGAJUAL BATIK BERDASARKAN HARGA POKOK PRODUKSI MENGGUNAKAN METODE *VARIABLE COSTING*. Vol. 2. No. 1. Hal. 372-387. ISSN 2715-1913
- [19] Astuti, Rini, Mawar Ratih, dan Lina Saptaria. 2021 . STRATEGI PENETAPAN HARGA JUAL PRODUK PUPUK ORGANIK BAHAN BAKU LIMBAH CINCAU HITAM UNTUK MENINGKATKAN KEUNTUNGAN UD RSA KEDIRI. Vol. 2. No. 4.Hal. 1103-1111.ISSN 2722-9467
- [20] Ikhwana,Andri. dan Saepul. 2017. Analisis Harga Pokok Produksi Untuk Menentukan Harga Jual Produk Peci. Vol. 15. No. 2. Hal. 71-85. ISSN 2302-7320
- [21] Komara, Bintang, dan Ade Sudarma. 2016. ANALISIS PENENTUAN HARGA POKOK PRODUKSI DENGANMETODE *FULL COSTING* SEBAGAI DASAR PENETAPAN HARGA JUAL PADA CV SALWA MEUBEL. Vol. 5. No. 9. Hal.18-19. ISSN 20886969
- [22] Musdalifah, Ventje Hat dan Inggriani Elim. 2014. PENERAPAN METODE *VARIABLECOSTING* DALAM PENENTUAN HARGA JUAL PADA PT. CAHAYA MURNI RAYA INDUSTRI. Vol. 2. No. 3. Hal. 96-102. ISSN 2303-1174