

## **ANALISIS BIAYA PRODUKSI GUNA MENENTUKAN HARGA JUAL PT. SELERA RODJO ABADI SEMARANG**

**Facrul Rozi<sup>1</sup>**

facrulrozi@dharmawangsa.ac.id

**Kristianto Shuwiandi<sup>2</sup>**

kshuwi@gmail.com

1. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Dharmawangsa
2. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Dharmawangsa

### **ABSTRACT**

*This study aims to determine how to determine the selling price of a product from production costs. The object of this research is PT. Selera Rodjo Abadi which is located on Jl. Bridgen Sudiarto No. 478, Pedurungan Lor, Kec. Pedurungan, Semarang City, Central Java 50246. The research method used in this study is descriptive analysis using the determination of production prices with costing variables and selling prices using the cost plus pricing method. The results of this study indicate that the company in determining the selling price with the cost plus pricing method through the variable costing approach can make it easier to make decisions, especially in determining the selling price of the product.*

**Keywords : Selling Price, Cost plus pricing, Variable Costing.**

### **PENDAHULUAN**

Penentuan biaya produksi yang baik dan tepat merupakan salah satu faktor penentu untuk menentukan harga jual produk. Tinggi rendahnya biaya produksi akan berpengaruh kepada tingkat penjualan. Manajemen perusahaan memerlukan informasi biaya dalam menentukan harga jual. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk menentukan harga jual dengan mempertimbangkan dengan seksama setiap kemungkinan harga dari suatu produk yang ditawarkan ke pasar. Salah satu usaha yang dilakukan perusahaan adalah meningkatkan volume penjualan serta melakukan pengendalian biaya-biaya. Selain itu ada juga yang dapat dilakukan perusahaan untuk mencapai tujuan tersebut, yaitu dengan menetapkan harga jual yang dapat bersaing dipasar.

Menurut Mulyadi (2013:7), “Akuntansi Biaya adalah proses pencatatan, penggolongan, peringkasan dan penyajian biaya pembuatan dan penjualan produk dengan cara-cara tertentu, serta penafsiran terhadapnya”. Sedangkan menurut Harnanto (2017:4) Akuntansi menyediakan informasi keuangan untuk tiga tujuan pokok:

1. Informasi kepada manajemen untuk membuat perencanaan dan pengendalian kegiatan rutin, pengambilan keputusan tidak rutin dan perumusan strategi jangka panjang.

2. Informasi kepada manajemen untuk penilaian prestasi para manajer, karyawan, unit-unit organisasinya.
3. Informasi kepada pihak eksternal: pemilik, kreditur, instansi pemerintah dan lain lain pihak untuk dipakai sebagai dasar pengambilan keputusan dan keputusan ekonomik lainnya.

Definisi biaya dari beberapa pakar ekonomi, sebagai berikut: Menurut Mulyadi (2013:14), “biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu.” Sedangkan menurut Supriyono (2014:16), “biaya adalah harga perolehan yang dikorbankan atau digunakan dalam rangka memperoleh penghasilan dan akan dipakai sebagai pengurang penghasilan.”

Menurut Hansen dan Mowen ( 2013:40 ) mengemukakan bahwa “biaya adalah kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat saat ini atau dimasa akan datang bagi organisasi”. Objek penentuan biaya dibuat agar dapat mengidentifikasi apakah suatu biaya termasuk dalam kategori harga pokok atau merupakan beban.

Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap dijual. Menurut Hansen dan Mowen (2013:50), “biaya produksi adalah biaya yang berkaitan dengan pembuatan barang dan penyediaan jasa”. Sedangkan menurut Mulyadi (2013:14), “biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual”. Menurut Henry Simamora (2013:36) untuk membantu manajemen menganalisa produksi, biaya produksi pada umumnya diklasifikasikan menjadi tiga komponen, yaitu:

1. Bahan Baku Langsung
2. Tenaga Kerja Langsung
3. Biaya Overhead Pabrik

Harga pokok produksi merupakan elemen penting untuk menilai keberhasilan perusahaan.

Menurut Mulyadi (2013:43), “Harga pokok produksi adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau kemungkinan terjadi untuk memperoleh penghasilan.” Sedangkan menurut Aris Ratna Suryani (2013:25), dalam memperhitungkan unsur unsur biaya kedalam harga pokok produksi terdapat 2 metode pendekatan, yaitu:

a. Metode *Full Costing*

Metode penetapan harga pokok produksi yang membebankan seluruh biaya produksi sebagai harga pokok produksi yaitu *full costing*. Metode *full costing* adalah metode penentuan harga pokok produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi ke dalam harga pokok produksi baik yang bersifat variabel maupun tetap yang terdiri dari: biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik.

b. Metode *Variabel Costing*

Metode *variabel costing* adalah metode penentuan harga pokok yang hanya memperhitungkan biaya-biaya produksi variabel saja kedalam harga pokok produk yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik variabel.

Menurut Respati (2018), manfaat dari informasi harga pokok produksi secara garis besar, yaitu:

- a. Menentukan Harga Jual Produk
- b. Memantau Realisasi Biaya Produksi
- c. Menghitung Laba Rugi Periodik
- d. Menentukan Harga Pokok Persediaan Produk Jadi

Perlu dilakukan kalkulasi yang tepat agar bisa mencapai mendapat keuntungan. Menurut Mulyadi (2013:145) “harga jual adalah besarnya harga yang akan dibebankan kepada konsumen yang dihitung dari biaya produk ditambah biaya non-produksi dan laba yang diharapkan.”

Menurut Fitrah R. dan Endang D. R. (2014), tujuan penetapan harga jual adalah

- a. Tujuan berorientasi pada laba.
- b. Tujuan berorientasi pada volume.
- c. Tujuan berorientasi pada citra.
- d. Tujuan stabilisasi harga jual.
- e. Tujuan lain-lain.

Ada beberapa metode penentuan harga jual, namun ada beberapa metode yang sering digunakan tergantung jenis usaha yang dijalankan. Menurut Wagiyono (2019:14). Beberapa metode penentuan harga jual, yaitu:

a. *Gross margin pricing*

Metode ini tepat digunakan oleh perusahaan perdagangan dimana jenis perusahaan ini tidak membuat sendiri produk yang dijual sehingga tidak banyak aktiva tetap yang digunakan. Cara menggunakan metode ini yaitu dengan menentukan persentase tertentu diatas harga produk yang dibeli, persentase ini disebut “*Mark On Percentage*” atau *Mark up*. Persentase ini meliputi dua komponen yaitu bagian untuk menutup biaya operasi dan bagian yang merupakan laba yang diinginkan. Beberapa faktor yang mempengaruhi besarnya mark up diantaranya musim tidaknya produksi, tinggi rendahnya biaya operasi, besar kecilnya aktiva yang digunakan dan tajam tidaknya persaingan.

b. *Direct cost pricing*

Metode ini umumnya diterapkan pada produk yang diproduksi tetapi melebihi daya serap pasar yang kemudian produk ini dipasarkan pada pasar yang berbeda, dengan syarat tidak merusak pasaran produk dipasaran bebas. Metode ini dikenal dengan “*Marginal Income Pricing*” karena hanya memperhitungkan biaya-biaya yang berhubungan secara proporsional dengan volume penjualan sehingga menghasilkan marginal income. *Marginal income* berapa yang dikehendaki atau kelebihan diatas biaya-biaya variabel berapa yang dikehendaki oleh perusahaan, hal ini sebagai dasar penentuan harga jual.

*c. Full Costing Pricing*

Pada metode ini semua jenis biaya dipakai sebagai dasar untuk menentukan harga jual dengan membebankan semua biaya produksi. Jadi semua biaya untuk membuat produk baik biaya tetap maupun variabel tersebut dihitung ditambah persentase laba yang diinginkan.

*d. Time and material pricing*

Dalam metode ini, tarif ditentukan dari upah langsung dan tarif lain dari bahan baku masing-masing, tarif ini dijadikan satu ditambah jumlah tertentu dari biaya tak langsung serta laba yang diinginkan. Dalam metode ini ditunjukkan oleh tarif perjam atau perwaktu dari tenaga kerja, dimana tarif tenaga kerja ini merupakan jumlah dari:

1. Upah langsung dan premi pada karyawan
2. Bagian laba yang layak dan berhubungan dengan upah tenaga kerja
3. Bagian untuk laba

*e. Return on capital employed pricing*

Dalam metode ini prosedurnya dengan menentukan berapa persentase laba yang diinginkan dari *capital employed*, yaitu kapital yang dianggap mempunyai peranan dalam memproduksi barang

*f. Cost-plus pricing*

*Cost-plus pricing* merupakan salah satu metode yang digunakan dalam menentukan harga suatu produk atau jasa yang akan dijual. *Cost-plus pricing* adalah metode penentuan harga jual dengan cara menambahkan laba yang diharapkan diatas biaya penuh masa yang akan datang untuk memproduksi dan memasarkan produk. Metode ini memiliki dua pendekatan biaya, yaitu: pendekatan *full costing* dan pendekatan *variabel costing*.

Menurut Themin ( 2012:56 ) “laba adalah kenaikan manfaat ekonomi selama suatu periode akuntansi (misalnya, kenaikan aset atau penurunan kewajiban) yang menghasilkan peningkatan ekuitas, selain yang menyangkut transaksi dengan pemegang saham.”

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian yang digunakan yaitu *deskriptif* dengan pendekatan *kuantitatif*. Sumber data yang diambil menggunakan data primer dan data sekunder. Teknik analisis data yang digunakan menggunakan metode analisis deskriptif.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Perusahaan akan melakukan pengorbanan sumber daya ekonomi yang dimilikinya untuk menghasilkan barang produksi, sebagai berikut :

a. Biaya bahan baku

Biaya untuk pembelian bahan baku yang digunakan dalam proses produksidi PT. Selera Rodjo Abadi seperti beras, ayam, ikan, daging, sayur-sayuran, bumbu

dapur, dll. Semua yang berkaitan dengan bahan baku dikelompokkan menjadi satu. Biaya-biaya pembelian bahan baku dicantumkan dalam bentuk tabel untuk periodedesember 2020 sampai dengan februari 2021.

**Tabel 1. Biaya pembelian bahan baku di PT. Selera Rodjo Abadi**

Biaya Bahan Baku		
Bulan	Biaya	
Desember 2020	Rp	103,578,244
Januari 2021	Rp	72,504,630
Februari 2021	Rp	74,487,975
<b>TOTAL</b>	Rp	<b>250,570,849</b>

b. Biaya tenaga kerja

Pengeluaran untuk biaya tenaga kerja yang langsung berkaitan dengan proses produksi di PT. Selera Rodjo Abadi yang meliputi Pelayan, Cashier, juru masak, asisten dapur, dan yang lainnya.

**Tabel 2. Biaya tenaga kerja langsung per bulan di PT. Selera Rodjo Abadi**

Biaya Tenaga Kerja Langsung		
Jumlah pekerja	Jumlah Biaya	
20 orang	Rp	35,000,000

c. Biaya overhead perusahaan

Biaya overhead yang dikeluarkan perusahaan berupa biaya listrik, telepon, dan biaya-biaya lain yang berkaitan dengan proses produksi yang dikeluarkan perusahaan setiap bulan.

**Tabel 3. Biaya overhead perusahaan PT. Selera Rodjo Abadi**

Biaya Overhead		
Bulan	Biaya	
Desember 2020	Rp	17,055,194
Januari 2021	Rp	12,261,050
Februari 2021	Rp	11,714,931
<b>TOTAL</b>	Rp	<b>41,031,176</b>

Perusahaan menghitung harga pokok produksi dengan menjumlahkan total biaya produksi. Perhitungan harga pokok produksi dengan metode *variabel costing* dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 4. Biaya Produksi Rumah Makan PT. Selera Rodjo Abadi selama Desember 2020 –Februari 2021**

Biaya produksi ( bulan )	Desember 2020		Januari 2021		Februari 2021	
Biaya Bahan Baku	Rp	103,578,244	Rp	72,504,630	Rp	74,487,975
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp	35,000,000	Rp	35,000,000	Rp	35,000,000
Biaya Overhead ( Variabel )	Rp	18,950,216	Rp	12,261,050	Rp	11,714,931
Total HPP	Rp	157,528,460	Rp	119,765,680	Rp	121,202,906
Penjualan	Rp	188,820,633		150,612,762	Rp	145,213,858

Berdasarkan hasil pengumpulan data selanjutnya dilakukan analisis biaya produk dalam penentuan harga jual dengan metode *Cost Plus Pricing*. Penentuan harga jual *cost plus pricing* merupakan metode penentuan harga jual dimana biaya yang digunakan sebagai dasar dalam penentuan harga jual dijumlahkan dan ditambah dengan margin persen yang diinginkan.

**Tabel 5. Perhitungan Harga Jual Perusahaan Bulan Desember 2020 – Februari 2021**

Bulan	HPP	Jumlah		Laba
		Porsi	Nominal	
Desember	Rp. 157,528,460	5513	Rp. 187,442,000	Rp 29,913,540
Januari	Rp. 119,765,680	4322	Rp. 146,948,000	Rp 27,182,320
Februari	Rp. 121,202,906	4377	Rp. 148,818,000	Rp 27,615,094
Total	Rp. 398,497,046	14212	Rp. 483,208,000	Rp 84,710,954

Dari data diatas, perusahaan melakukan estimasi perhitungan untuk menentukan harga jual produknya dengan menambahkan laba yang diinginkan. Harga pokok produksi dapat dijadikan tolak ukur oleh perusahaan untuk menetapkan kebijakan harga pada produknya. Oleh karena itu, dengan menghitung harga pokok produk, perusahaan dapat menentukan dan memperkirakan laba yang akan diperoleh.

Dengan menghitung harga pokok produksi dengan menggunakan metode *variabel costing*, yaitu dengan menjumlahkan biaya produksi yang bersifat variabel yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead variabel. Perusahaan dalam proses produksinya biasanya mampu menghasilkan sekitar 5000 porsi perbulan. Pada bulan desember 2020, perusahaan mampu menjual produk sebanyak 5513 porsi dan memperoleh laba sebesar Rp. 29.913.540,-.

Terjadi penurunan dibulan Januari 2021 dan Februari 2021 karena adanya kendala dari luar yang dihadapi perusahaan seperti menurunnya konsumen akibat dari adanya wabah penyakit covid-19 dan adanya regulasi dari pemerintah setempat mengenai pembatasan kegiatan masyarakat. Sehingga pada bulan januari 2021 hanya bisa menjual sebanyak 4322 porsi dengan laba sebesar Rp. 27.182.330,- Sedangkan pada bulan Februari 2021 terjual sebanyak 4377 porsi dengan laba sebesar Rp. 27.615.094,-.

Dari hasil analisis data yang diperoleh, pemilik usaha menetapkan harga sebesar Rp. 35.000,- untuk setiap porsinya jika dihitung laba yang diperoleh sebesar 25%. Perusahaan dalam menetapkan harga jual sudah cukup tepat, namun perusahaan perlu mempertimbangkan kembali dalam menentukan harga jualnya mengingat dengan adanya kendala-kendala yang akan terjadi seperti meningkatnya harga bahan baku, kurangnya konsumen, kenaikan pendapatan/gaji pekerja. Apabila perusahaan ingin mendapatkan laba yang lebih besar, perusahaan bisa memilih opsi menaikkan harga jual menjadi Rp. 36.500,- dengan *margin* sebesar 30%. Namun perlu pertimbangan yang lebih hati-hati agar harga produk bisa bersaing dipasar dan konsumen tetap dapat membeli produk yang ditawarkan.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis biaya produksi untuk menentukan harga jual pada PT. Selera Rodjo Abadi, kesimpulan peneliti mengambil kesimpulan bahwa keputusan perusahaan dalam menentukan harga jual sudah sesuai dengan tujuan laba yang diinginkan perusahaan yaitu sebesar Rp. 35.000,- dengan memperoleh laba 25%. Dengan menggunakan metode *variabel costing* perusahaan masih mendapatkan laba yang cukup untuk jangka pendek meskipun pada bulan Januari dan Februari terjadi penurunan penjualan yang disebabkan adanya peraturan pemerintah yang membatasi kegiatan masyarakat akibat wabah covid -19.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Amalia, M. M. 2019. Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Laba Kotor (Studi Kasus Pada PT. Lestari Alam Segar). *Jurnal Ilmiah Skylandsea*, 3(1): 1-10.
- Fitrah, R., & Endang, D. R. 2014. Penentuan Harga Jual Menggunakan Metode cost plus pricing dengan pendekatan variabel costing. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 3(11).
- Hansen, Don R & Maryanne M. Mowen. 2013. Akuntansi Manajerial. Salemba Empat. Jakarta
- Harnanto. 2017. Akuntansi Biaya – Sistem Biaya Historis. Yogyakarta: ANDI.
- Mulyadi. 2013. Sistem Akuntansi. Jakarta: Salemba Empat
- Respati.2018.“Manfaat Informasi Harga Pokok Produksi”.  
<http://akuntansis.blogspot.com/2018/02/manfaat-informasi-harga=pokok=produksi>.
- Simamora, Henry. 2013. Pengantar Akuntansi II. Jakarta: Bumi Aksara
- Simamora, Henry. 2013. Pengantar Akuntansi II. Jakarta: Bumi Aksara
- Supriyono. 2014. Akuntansi Biaya Pengumpulan Biaya dan Penentuan Harga Pokok, Buku 1 Edisi 2. Yogyakarta: BPF E.
- Themis Suwardy. (2012). *Akuntansi Keuangan*. Jakarta:Erlangga.