

**ANALISIS PENENTUAN HARGA JUAL SOTO MIE BOGOR  
DENGAN MENGGUNAKAN METODE *COST PLUS PRICING*  
MELALUI PENDEKATAN *FULL COSTING*  
PADA UD. SOTO MIE BOGOR KANG ODING**

**Abednego Priyatama<sup>a</sup>, Jessica Barus<sup>b</sup>, Selena Suci Wulan Syara<sup>c</sup>, Wahyu Widjayanti<sup>d</sup>**

<sup>a</sup>Prodi Akuntansi, [abednegopriyatama@gmail.com](mailto:abednegopriyatama@gmail.com) Universitas Gunadarma

<sup>b</sup>Prodi Akuntansi, [jessica@staff.gunadarma.ac.id](mailto:jessica@staff.gunadarma.ac.id) Universitas Gunadarma

<sup>c</sup>Prodi Akuntansi, [selenasuciwulan@gmail.com](mailto:selenasuciwulan@gmail.com) Universitas Gunadarma

<sup>d</sup>Prodi Akuntansi, [widjayanti@staff.gunadarma.ac.id](mailto:widjayanti@staff.gunadarma.ac.id), Universitas Gunadarma

**ABSTRACT**

Many small companies such as Small and Medium Enterprises (SMEs) do not understand correctly about determining the cost of production. The cost of production affects the determination of the selling price. The determined selling price must be able to cover the production costs incurred by the company so that the company can earn as expected and away from the threat of loss and even bankruptcy. The purpose of this study was to determine the selling price of Soto Mie Bogor at UD. Soto Mie Bogor Kang Oding, to determine the selling price of Soto Mie Bogor according to cost plus pricing with a full costing approach, and also to find out the comparison of selling prices between the two. The method used in this study is the cost plus pricing method with a full costing approach. The analysis of the cost plus pricing method is used to determine the selling price of a product. The selling price based on cost plus pricing is determined by adding future costs to a markup percentage calculated by a certain formula. The result of this research is the selling price according to UD. Soto Mie Bogor Kang Oding is Rp. 15,000,- bowl/pack while the selling price according to the cost plus pricing method through a full costing approach is Rp. 15,500,- bowl/pack. The selling price in the calculation of cost plus pricing is higher than according to UD. Soto Mie Bogor Kang Oding because the calculation includes all the elements of costs so as to generate profits that are actually obtained by the company.

**Keywords:** Selling Price, *Cost Plus Pricing*, *Full Costing*

**ABSTRAK**

Banyak diantara perusahaan kecil seperti Usaha Kecil Menengah (UKM) yang tidak memahami secara benar mengenai penentuan harga pokok produksi. Harga pokok produksi berpengaruh terhadap penentuan harga jual. Harga jual yang ditentukan harus dapat menutupi biaya produksi yang dikeluarkan perusahaan agar perusahaan dapat memperoleh laba sesuai dengan yang diharapkan dan jauh dari ancaman kerugian bahkan kebangkrutan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penentuan harga jual soto mie bogor pada UD. Soto Mie Bogor Kang Oding, untuk mengetahui penentuan harga jual soto mie bogor menurut *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*, dan juga untuk mengetahui perbandingan harga jual antar keduanya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*. Analisis metode *cost plus pricing* digunakan untuk menentukan harga jual suatu produk. Harga jual berdasarkan *cost plus pricing* ditentukan dengan menambah masa biaya yang akan datang dengan suatu persentase markup yang dihitung dengan rumus tertentu. Hasil dari penelitian ini adalah harga jual menurut UD. Soto Mie Bogor Kang Oding adalah sebesar Rp 15.000,- mangkok/bungkus sedangkan harga jual menurut metode *cost plus pricing* melalui pendekatan *full costing* sebesar Rp 15.500,- mangkok/bungkus. Harga jual dalam perhitungan *cost plus pricing* menjadi lebih tinggi dibandingkan menurut UD. Soto Mie Bogor Kang Oding karena dalam perhitungannya memasukan seluruh unsur-unsur biaya sehingga menghasilkan laba yang sesungguhnya didapatkan oleh perusahaan.

**Kata Kunci:** Harga Jual, *Cost Plus Pricing*, *Full Costing*

**1. PENDAHULUAN**

Dari segi aspek perekonomian, tujuan didirikan suatu usaha atau perusahaan adalah untuk menghasilkan sebuah laba atau keuntungan. Laba merupakan hasil dari pendapatan penjualan dikurangi dengan seluruh

biaya produksinya. Pendapatan penjualan produk didapatkan dari harga jual produk yang dijual kepada konsumen. Sedangkan biaya adalah suatu pengorbanan yang harus dikeluarkan agar dapat memproduksi suatu produk lalu mendapatkan pendapatan atas penjualan produk tersebut. Biaya untuk membuat suatu produk disebut juga dengan arga pokok produk atau harga pokok produksi. Terdapat beberapa pendekatan dalam menentukan suatu harga pokok produksi sebagai dasar dalam menentukan harga jual yaitu diantaranya adalah metode *full costing* dan *variable costing*. Sedangkan dalam penulisan ilmiah ini menggunakan pendekatan *full costing*.

Banyak diantara perusahaan kecil atau usaha kecil yang tidak memahami secara benar dan tepat mengenai penentuan harga pokok produksi. Yang mana harga pokok produksi, berpengaruh terhadap penentuan harga jual suatu produk. Untuk menentukan laba yang optimal, dibutuhkan kemampuan dalam menentukan harga jual yang tepat. Harga jual dikatakan tepat harus dapat menutupi seluruh biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk membuat suatu produk agar perusahaan dapat memperoleh laba yang sesuai dengan yang diharapkan dan jauh dari ancaman kerugian bahkan kebangkrutan.

Penetapan harga jual suatu produk memerlukan berbagai pertimbangan, mulai dari biaya produksi, biaya operasional perusahaan, target laba yang diinginkan perusahaan, daya beli masyarakat, harga jual pesaing, kondisi perekonomian. Penentuan harga jual produk perusahaan haruslah merupakan kebijakan yang harus benar-benar dipertimbangkan dan dihitung secara benar. Dalam penelitian ini metode penentuan harga jual produk yang digunakan adalah metode *Cost Plus Pricing*. Menurut Garrison dalam (Meroekh et al., 2018), menjelaskan bahwa metode *cost plus pricing* merupakan metode atau cara menentukan harga jual dengan cara menghitung biaya produksi per unit dan menentukan laba yang diinginkan oleh perusahaan lalu kemudian perusahaan bisa menentukan harga jual produknya.

UD. Soto Mie Bogor Kang Oding merupakan salah satu usaha yang bergerak dibidang produksi yang memproduksi soto mie bogor. Perusahaan ini menetapkan harga jual produknya dengan cara yang tradisional. Perhitungan biaya produksi yang dilakukan perusahaan biasanya tidak dihitung secara rinci melainkan beberapa biaya dihitung berdasarkan biaya yang diestimasi atau diperkirakan oleh perusahaan.

## 2. LANDASAN TEORI

### 2.1 Akuntansi Biaya

“Akuntansi biaya adalah proses pencatatan, penggolongan, peringkasan dan penyajian biaya, pembuatan dan penjualan produk dan jasa, dengan cara-cara tertentu, serta penafsiran terhadapnya. Objek kegiatan akuntansi biaya adalah biaya. Proses akuntansi biaya dapat ditunjukkan pula untuk memenuhi kebutuhan pemakai dalam perusahaan. Dalam hal ini akuntansi biaya harus memperhatikan karakteristik akuntansi manajemen. Dengan demikian akuntansi biaya merupakan bagian dari akuntansi manajemen.” (Mulyadi, 2015).

Akuntansi biaya mempunyai tiga tujuan pokok yaitu (Sujarweni, 2015):

1. Penentuan Harga Pokok Produk  
Informasi biaya dalam akuntansi biaya digunakan dalam menentukan harga pokok produk. Adapun harga pokok produk tersebut digunakan untuk menentukan besarnya harga jual dan besaran laba yang diperoleh perusahaan.
2. Perencanaan dan Pengendalian Biaya  
Akuntansi biaya menyajikan informasi biaya sebagai perencanaan biaya. Informasi biaya yang dihasilkan akuntansi biaya, baik biaya masa lalu dan biaya masa yang akan datang menjadi dasar dalam menyusun perencanaan laba. Sehingga dengan perencanaan biaya yang baik akan memudahkan dalam melakukan pengendalian biaya.
3. Pengambilan Keputusan Khusus  
Akuntansi biaya akan menghasilkan informasi biaya yang dapat digunakan dalam pengambilan keputusan, diantaranya terkait pengambilan keputusan khusus. Adapun keputusan khusus tersebut misalnya keputusan membuat sendiri atau membeli, menjual langsung atau mengolah lebih lanjut, menutup atau melanjutkan produksi suatu produk/departemen/kelompok produk serta menerima atau menolak pesanan khusus.

Dalam akuntansi biaya, biaya digolongkan dengan berbagai macam cara. Umumnya penggolongan biaya ini ditentukan atas dasar tujuan yang hendak dicapai dengan penggolongan tersebut, karena dalam akuntansi biaya dikenal konsep: “*different costs for different purposes*” (Mulyadi, 2015).

Biaya dapat digolongkan menurut:

1. Objek Pengeluarannya  
Misalnya biaya yang dikeluarkan untuk objek bahan bakar disebut “biaya bahan bakar”. Contoh penggolongan biaya atas dasar objek pengeluaran dalam perusahaan kertas adalah sebagai berikut: biaya merang, biaya Jerami, biaya gaji dan upah, biaya soda, biaya depresiasi mesin, biaya asuransi, biaya bunga, biaya zat warna
2. Fungsi Pokok Perusahaan  
Biaya diklasifikasikan menjadi tiga biaya:
  - 1.) Biaya Produksi, biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Contohnya adalah biaya depresiasi mesin dan *equipment*, bahan baku, biaya bahan penolong dll.
  - 2.) Biaya Pemasaran, biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk. Contohnya adalah biaya iklan, biaya promosi, biaya angkutan dari gudang perusahaan ke gudang pembeli dll.
  - 3.) Biaya Administrasi dan Umum, biaya-biaya untuk mengkoordinasikan kegiatan produksi dan pemasaran produk. Contoh dari biaya ini adalah biaya gaji karyawan bagian keuangan, akuntansi, personalia dll.
3. Hubungan Biaya dengan Sesuatu yang Dibiayai  
Sesuatu yang dibiayai dapat berupa produk atau departemen. Dalam hubungannya dengan sesuatu yang dibiayai, biaya dapat dikelompokkan menjadi dua golongan:
  - 1.) Biaya Langsung (*direct cost*), biaya yang terjadi yang penyebab satu-satunya adalah karena adanya sesuatu yang dibiayai. Jika sesuatu yang dibiayai tersebut tidak ada, maka biaya langsung ini tidak akan terjadi. Biaya produksi langsung terdiri dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.
  - 2.) Biaya Tidak Langsung (*indirect cost*), biaya yang terjadinya tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai. Biaya tidak langsung dalam hubungannya dengan produk disebut dengan istilah biaya produksi tidak langsung atau biaya *overhead* pabrik (*factory overhead cost*)
4. Perilaku Biaya dalam Hubungannya dengan Perubahan Volume Kegiatan.  
Dalam hubungannya dengan perubahan volume aktivitas, biaya dapat digolongkan menjadi:
  - 1.) Biaya Variabel, biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Contoh biaya variabel adalah biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung.
  - 2.) Biaya Semivariabel, biaya yang berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Biasanya semivariabel mengandung unsur biaya tetap dan unsur biaya variabel.
  - 3.) Biaya *Semifixed*, biaya yang tetap untuk tingkat volume kegiatan tertentu dan berubah dengan jumlah yang konstan pada volume produksi tertentu.
  - 4.) Biaya Tetap, biaya yang jumlah totalnya tetap dalam kisar volume kegiatan tertentu. Contoh biaya tetap adalah gaji direktur produksi.
5. Jangka Waktu Manfaatnya.  
Atas dasar jangka waktu manfaatnya, biaya dapat dibagi menjadi dua:
  - 1.) Pengeluaran Modal (*capital expenditures*), biaya yang mempunyai manfaat lebih dari satu periode akuntansi. Contoh pengeluaran modal adalah pengeluaran untuk pembelian aktiva tetap, untuk reparasi besar terhadap aktiva tetap, untuk promosi besar-besaran, dan pengeluaran untuk riset dan pengembangan suatu produk.
  - 2.) Pengeluaran Pendapatan (*revenue expenditures*), biaya yang hanya mempunyai manfaat dalam periode akuntansi terjadinya pengeluaran tersebut. Contoh pengeluaran pendapatan antara lain adalah biaya iklan, biaya *telex*, dan biaya tenaga kerja.

## 2.2 Harga Pokok Produksi

“Harga pokok produksi adalah total biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk yang siap untuk dijual.” Dalam menentukan harga pokok produksi terdapat berbagai cara atau metode yang dapat digunakan seperti *full costing* dan *variable costing*. (Mulyadi, 2015).

1. Metode *Full costing*

*Full costing* merupakan penentuan kos produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi ke dalam kos produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik baik yang berperilaku variabel maupun yang berperilaku tetap. Dengan demikian kos produksi menurut metode *full costing* terdiri dari unsur biaya produksi sebagai berikut:

Kos Produksi menurut Metode Full Costing

Biaya bahan baku	xx	
Biaya tenaga kerja langsung		xx
Biaya <i>overhead</i> pabrik variabel	xx	
Biaya <i>overhead</i> pabrik tetap		<u>xx</u>
Kos produksi		<u>xx</u>

Kos produk yang dihitung dengan pendekatan *full costing* terdiri dari unsur kos produksi (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik variabel, dan biaya *overhead* pabrik tetap) ditambah dengan biaya non produksi (biaya pemasaran, biaya administrasi dan umum)

2. Metode *Variable Costing*

*Variable costing* merupakan metode penentuan kos produksi yang hanya mempertimbangkan biaya produksi yang berperilaku variabel ke dalam kos produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik variabel. Dengan demikian kos produksi menurut metode *variable costing* terdiri dari unsur biaya produksi berikut ini (Mulyadi, 2015):

Kos Produksi menurut Metode *Variable Costing*

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

Kos produksi dihitung dengan pendekatan *variable costing* terdiri dari unsur kos produksi variabel (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik variabel) ditambah dengan biaya non produksi variabel (biaya pemasaran variabel dan biaya administrasi dan umum variabel) dan biaya tetap (biaya *overhead* pabrik tetap, biaya pemasaran tetap, biaya administrasi dan umum tetap).

### 2.3 Metode Penentuan Harga Jual

Menurut Surjaweni (Taroreh et al., 2021) menyatakan ada 3 metode yang dapat digunakan untuk penentuan harga jual yaitu metode penentuan harga jual berdasarkan biaya, metode penentuan harga jual berdasarkan harga pesaing/*competitor* dan metode penentuan harga jual berdasarkan permintaan.

1. Metode Harga Jual Berdasarkan Biaya

Metode penentuan harga jual berdasarkan biaya dalam bentuk paling sederhana, yaitu:

1.) *Cost Plus Pricing Method*

Menurut Deviesa dalam (Taroreh et al., 2021), menyatakan untuk menentukan harga jual suatu produk dengan metode *cost plus pricing/absorption cost pricing* maka perusahaan harus menambah biaya (*cost*) dengan persentase *mark-up*. Adanya komponen *mark-up* sebenarnya fleksibel hanya saja umumnya menggunakan tingkat pengembalian (ROI)

2.) *Mark-up Pricing Method*

*Mark-up pricing* banyak digunakan oleh para pedagang. Para pedagang akan menentukan harga jualnya dengan cara menambah *mark-up* yang diinginkan pada harga beli per satuan. Persentase yang ditetapkan berbeda untuk setiap jenis barang.

3.) Penetapan Harga BEP (*Break Even Point*)

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

2. Metode Harga Jual Berdasarkan Harga Pesaing/*Competitor*  
Penetapan harga dilakukan dengan menggunakan harga *competitor* sebagai bahan referensi. Dalam prakteknya penetapan harga ini cocok untuk produk standar dengan kondisi pasar oligopoly (pasar dimana penawaran satu jenis barang dikuasai oleh beberapa perusahaan). Untuk memenangkan persaingan dan meraih konsumen sebanyak-banyaknya digunakan strategi harga. Strategi harga jual ini misalnya menetapkan harga dibawah harga pasar dengan maksud untuk meraih pangsa pasar.
3. Metode Harga Jual Berdasarkan Permintaan  
Penetapan harga jual dilakukan dengan menganalisis konsumen. Konsumen diminta untuk memberikan pernyataan apakah konsumen merasa harga murah, terlalu murah, terasa mahal dan terlalu mahal dan dikaitkan dengan kualitas yang diterima.

### 3. METODOLOGI PENELITIAN

Objek penelitian dari penelitian ini adalah UD. Soto Mie Bogor Kang Oding yang merupakan sebuah usaha yang bergerak dibidang kuliner yang menjual soto khas bogor yang saat ini berlokasi Kelurahan Margajaya, Bekasi Selatan. Jenis data yang digunakan berupa data kuantitatif dan data kualitatif yang diperoleh langsung dari UD. Soto Mie Kang Oding pada bulan November 2021. Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah studi pustaka, studi lapangan yaitu penulis datang langsung ke perusahaan untuk melakukan wawancara kepada pemilik Soto Mie Bogor Kang Oding dan observasi untuk membandingkan hasil wawancara dengan keadaan yang ada di perusahaan. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik kuantitatif berupa perhitungan harga jual dengan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*. Analisis metode *cost plus pricing* digunakan untuk menentukan besarnya harga jual produk.

Harga jual berdasarkan *cost plus pricing* ditentukan dengan menambah masa biaya yang akan datang dengan suatu persentase *markup* yang dihitung dengan rumus tertentu. Rumus pertimbangan harga jual atas dasar biaya secara umum dapat dinyatakan dalam persamaan berikut ini:

$$\text{Harga jual per unit} = \text{biaya yang dipengaruhi langsung dengan volume (per unit) + Persentase Markup}$$

$$\text{Persentase Markup} = \frac{\text{Laba yang diharapkan} + \text{Biaya yang tidak dipengaruhi langsung oleh volume produk}}{\text{Biaya yang dipengaruhi langsung oleh volume produk}}$$

### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

UD. Soto Mie Bogor Kang Oding memiliki struktur organisasi yang sederhana. Hanya terdapat satu pengelola yang notabennya adalah pemilik dari perusahaan, yaitu kang Oding. Kemudian, Kang Oding memiliki tiga karyawan. Kang oding menjelaskan bahwa orang yang bertanggung jawab dan membuat laporan keuangan adalah kang oding sendiri, kemudian karyawannya membantu melayani *customer* yang datang (menerima pesanan dan kemudian membawa makanan atau minuman ke meja pemesan).

Data-data yang diperoleh penulis dari UD. Soto Mie Bogor Kang Oding terdiri dari biaya bahan baku (BBB), biaya tenaga kerja langsung (BTKL), biaya non produksi dan biaya *overhead* variabel . Produk yang diteliti berupa soto mie bogor, karena pada usaha dagang ini hanya menjual soto mie bogor. Laba yang diharapkan oleh perusahaan sebesar 20% dari total harga pokok produksi dalam satu hari.

#### 4.1 Pengumpulan Biaya-Biaya Produksi

Biaya Produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Menurut objek pengeluarannya, secara garis besar biaya produksi ini dibagi menjadi: biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik (*factory overhead cost*).

Menurut (Mulyadi, 2015), Kos produksi yang dihitung dengan pendekatan full costing terdiri dari unsur kos produksi (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik variabel dan biaya variabel tetap) ditambah dengan biaya nonproduksi (biaya pemasaran, biaya administrasi dan umum).

Data-data yang diperoleh penulis dari UD. Soto Mie Bogor Kang Oding terdiri dari biaya bahan baku (BBB), biaya tenaga kerja langsung (BTKL), biaya non produksi dan biaya *overhead* variabel.

1. Biaya Bahan Baku

Untuk menghasilkan Soto Mie Bogor memerlukan bahan baku yang dibeli dari pemasok yang sudah menjadi langganan. Hal ini mempermudah untuk memsakan bahan baku jika sedang diperlukan. Biaya bahan baku yang diperlukan untuk menghasilkan 85 mangkok/bungkus perhari adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1 Biaya Bahan Baku UD. Soto Mie Bogor Kang Oding

Keterangan	Jumlah	Perhari (Rp)
<b>Bumbu giling</b>		
Bawang putih	1/2 kg	7.500
Bawang merah	3 kg	54.000
Lengkuas, jahe, sereh	1/4 kg	7.000
Royko	1 renceng	5.000
Cabe giling	1/3 kg	8.500
<b>Bahan utama</b>		
Daging kepala	6 kg	510.000
Kol	2 kg	16.000
Tomat	2 kg	20.000
Mie kuning	3 kg	30.000
Bihun	1/2 kg	8.000
Jeruk limo	1/2 kg	15.000
Bawang goreng	1/4 kg	18.000
Daun bawang dan seledri	1/4 kg	5.000
Kentang	2 kg	28.000
Kecap	1/2 L	9.000
Garam	1 bungkus	2.000
Cabe sambal	1/2 kg	12.500
<b>Bahan pelengkap</b>		
Risol	8 bungkus	32.000
cuka	1 botol	11.000
<b>Total Biaya</b>		<b>792.750</b>

Sumber: UD. Soto Mie Bogor Kang Oding (2021)

2. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Pada UD. Soto Mie Bogor Kang Oding terdapat 3 karyawan yaitu: 2 orang untuk melayani pesanan pembeli dan mencuci piring, 1 orang untuk membuat soto mie sesuai pesanan pelanggan. Kemudian, gaji karyawan pada UD. Soto Mie Bogor Kang Oding sesuai dengan lama orang tersebut bekerja pada UD. Soto Mie Bogor. Diasumsikan biaya tenaga kerja langsung dibayar perhari yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.2 Biaya Tenaga Kerja Langsung UD. Soto Mie Bogor Kang Oding

Keterangan	Gaji/hari (Rp)	Jumlah	Total (Rp)
Bag. Membuat Soto Mie	70.000	1	70.000
Bag. Melayani dan cuci piring	50.000	2	100.000
<b>Total Biaya</b>			<b>170.000</b>

Sumber: UD. Soto Mie Bogor Kang Oding (2021)

### 3. Biaya *Overhead* Variabel

UD. Soto Mie Bogor Kang Oding memerlukan biaya *overhead* pabrik selama memproduksi Soto Mie Bogor pada bulan November selama 26 hari yaitu dari hari senin – sabtu adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3 Perhitungan Biaya *Overhead* Variabel UD. Soto Mie Bogor Kang Oding

Keterangan	Jumlah	Harga (Rp)	Perbulan (Rp)	Perhari (Rp)
Biaya listrik, + air			150.000	5.769
Gas	9 kg	16.800		50.400
Minyak	1 kg	14.000		14.000
Plastik anti panas	1 bungkus	11.000		11.000
Plastik bungkus	1/2 bungkus	8.000		8.000
<b>Total Biaya</b>				<b>89.169</b>

Sumber: UD. Soto Mie Bogor Kang Oding (2021)

### 4. Biaya Non Produksi

Pada biaya non produksi UD. Soto Mie Bogor Kang Oding hanya terdapat biaya administrasi dan umum saja, sehingga biaya administrasi dan umum per harinya adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4 Biaya Non Produksi UD. Soto Mie Bogor Kang Oding

Keterangan	Perminggu (Rp)	Perhari(Rp)
Biaya Angkut	20.000	3.333
<b>Total Biaya</b>		<b>3.333</b>

Sumber: UD. Soto Mie Bogor Kang Oding

## 4.2 Perhitungan Harga Jual Menurut UD. Soto Mie Bogor Kang Oding

Penentuan harga jual pada UD. Soto Mie Bogor Kang Oding adalah berdasarkan jumlah biaya proses kegiatan produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* variabel, dan biaya non produksi. Kemudian ditambah dengan laba yang diharapkan oleh perusahaan dibagi dengan volume produksi.

#### Biaya Produksi

Biaya Bahan baku	Rp 792.750	
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp 170.000	
Biaya <i>Overhead</i> Variabel	<u>Rp 89.169</u> +	
<b>Total Biaya Produksi</b>		<b>Rp 1.051.919</b>

#### Biaya Non Produksi

Biaya administrasi dan umum	Rp 3.333	
<b>Total Biaya Non Produksi</b>		<b>Rp 3.333</b> +
Harga Pokok Produksi		<u>Rp 1.055.252</u>
Laba yang diharapkan (20% x Rp 1.055.252)		<u>Rp 211.050</u> +
<b>Jumlah</b>		<b>Rp 1.266.302</b>

$$\text{Harga jual per mangkok} = \frac{\text{Jumlah HPP sesudah laba yang diharapkan}}{\text{Volume Produksi}}$$

$$= \frac{\text{Rp 1.266.302}}{85}$$

$$= \text{Rp 14.898} = \text{Rp 15.000}$$

Perhitungan harga pokok penjualan yang dilakukan oleh UD. Soto Mie Bogor Kang Oding kurang sempurna. Hal ini disebabkan karena UD. Soto Mie Bogor Kang Oding dalam proses penghitungannya tidak memasukan semua unsur biaya yang mendukung terbentuknya harga suatu produk dalam hal harga jual soto mie bogor. UD. Soto Mie Bogor Mang Oding hanya memasukan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* variabel dan biaya non produksi sedangkan masih ada satu jenis biaya yaitu biaya *overhead* tetap seperti biaya depresiasi.

#### 4.3 Penentuan Harga Jual Soto Mie Bogor Menurut *Cost Plus Pricing* Melalui Pendekatan *Full Costing*

Pendekatan harga jual umumnya merupakan pengambilan keputusan yang menyangkut masa yang akan datang sehingga lebih memerlukan informasi akuntansi penuh masa yang akan datang. Metode penentuan harga jual yang menggunakan informasi tersebut adalah metode *cost plus pricing*.

Salah satu faktor yang memiliki kapasitas *relative* tinggi yang berpengaruh dalam penentuan harga jual adalah biaya. Biaya memberikan informasi batas bawah suatu harga jual yang ditentukan. Harga jual di bawah biaya penuh produk dan jasa mengakibatkan kerugian yang dalam jangka waktu tertentu akan mengganggu pertumbuhan perusahaan.

UD. Soto Mie Bogor Kang Oding telah menentukan besar harga jual untuk memproduksi soto mie bogor, maka penulis hanya ingin membantu dengan memberikan alternatif dalam penentuan harga jual produksinya agar dapat bersaing pada pasar, yaitu dengan menggunakan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*. Disini yang membedakan dengan perhitungan UD. Soto Mie Bogor Kang Oding yaitu memperhitungkan semua biaya *overhead* tetap.

Perhitungan biaya depresiasi menggunakan metode garis lurus, pada akhir umur ekonomis aktiva tidak memiliki nilai residu atau dengan kata lain nilai residu adalah 0 (nol).

Tabel 4.5 Perhitungan Biaya *Overhead* Tetap menurut Metode *Cost Plus Pricing*

Keterangan	Banyak	Harga (Rp)	Total (Rp)	Masa pakai (tahun)	Bulan (Rp)	Hari (Rp)
Biaya Sewa		800.000	800.000		800.000	30.769
Gerobak	1	4.500.000	4.500.000	5	75.000	2.885
Kompor	1	250.000	250.000	3	6.944	267
Meja	4	300.000	1.200.000	2	50.000	1.923
Kursi	15 pcs	35.000	525.000	2	21.875	841
Dandang	1 pcs	120.000	120.000	1	10.000	385
Mangkok	2,5 lusin	65.000	162.500	2	6.771	260
Sendok	3,3 lusin	20.000	66.000	2	2.750	106
Garpu	3,3 lusin	20.000	66.000	2	2.750	106
Wadah tisu	4 box	15.000	60.000	2	2.500	96
Piring	2,5 lusin	85.000	212.500	2	8.854	341
Gelas	2,5 lusin	40.000	100.000	2	4.167	160
Centong soto	1 pcs	25.000	25.000	1	2.083	80
Taplak meja	6 meter	15.000	90.000	1	7.500	288
<b>Total Biaya</b>					<b>1.001.194</b>	<b>38.507</b>

Sumber: data diolah peneliti 2022

#### 4.4 Perhitungan Harga Jual Soto Mie Bogor Menurut *Cost Plus Pricing*

Biaya Produksi

Biaya Bahan baku Rp 792.750

Biaya Tenaga Kerja Langsung Rp 170.000

Biaya *Overhead* Tetap Rp 38.507

Biaya *Overhead* Variabel Rp 89.169 +

Total Biaya Produksi Rp 1.090.426

Biaya Non Produksi

Biaya administrasi dan umum Rp 3.333

Total Biaya Non Produksi Rp 3.333 +

Harga Pokok Produksi Rp 1.093.759

Perhitungan *mark up*:

Biaya non produksi Rp 3.333



$$\text{Laba yang diharapkan (20\% x Rp 1.093.759)} \quad \frac{\text{Rp } 218.752}{\text{Rp } 222.085} +$$

Persentase *mark up*:

$$= \frac{\text{Jumlah perhitungan persentase mark up}}{\text{Total biaya produksi}}$$

$$= \frac{\text{Rp } 222.085}{\text{Rp } 1.425.961} \times 100 \%$$

$$= 20,3\% = 20 \%$$

Pehitungan harga jual

Harga pokok produksi	Rp 1.093.759
Mark up (20% x Rp 1.093.759)	<u>Rp 218.752</u> +
Total harga jual	Rp 1.312.511

Harga per unit

$$= \frac{\text{Total Harga jual}}{\text{Kapasitas produksi}} = \frac{\text{Rp } 1.312.511}{85} = \text{Rp } 15.441 = \text{Rp } 15.500$$

#### 4.5 Rangkuman Hasil Penelitian

Dengan perhitungan yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa perhitungan dengan menggunakan metode *cost plus pricing* melalui pendekatan *full costing* terdapat perbedaan. Untuk lebih mempermudah dalam perbandingnya, dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.6 Perbandingan Perhitungan Harga Jual Menurut UD. Soto Mie Bogor Kang Oding dengan Metode *Cost Plus Pricing* dengan pendekatan *Full Costing*

Keterangan	UD. Soto Mie Bogor Kang Oding	Metode Cost Plus Pricing
<b>Biaya produksi:</b>		
Biaya bahan baku	Rp 792.750	Rp 792.750
Biaya tenaga kerja langsung	Rp 170.000	Rp 170.000
Biaya <i>overhead</i> tetap	-	Rp 38.507
Biaya <i>overhead</i> variabel	Rp 89.169	Rp 89.169
<b>Total biaya produksi</b>	<b>Rp 1.051.919</b>	<b>Rp 1.090.426</b>
<b>Biaya non produksi:</b>		
Biaya angkut	Rp 3.333	Rp 3.333
<b>Total biaya non produksi</b>	<b>Rp 3.333</b>	<b>Rp 3.333</b>
<b>Harga pokok produksi</b>	<b>Rp 1.055.252</b>	<b>Rp 1.093.759</b>
Laba 20% dari HPP	Rp 211.050	Rp 218.752
<i>Mark up</i> 20%	-	Rp 218.752
Harga jual	Rp 1.266.302	Rp 1.312.511
Kuantitas	85 mangkok/bungkus	85 mangkok/bungkus
Harga jual per unit	Rp 15.000	Rp 15.500

Sumber: diolah peneliti tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.6 perhitungan harga jual dapat dilihat bahwa terjadi perbedaan harga jual antara menurut UD. Soto Mie Kang Oding dengan harga jual menurut metode *cost plus pricing*, dan terlihat juga selisih harga jual soto mie bogor sebesar Rp 500. Ketidaksesuaian ini disebabkan karna biaya *overhead* tetap yang dibebankan dengan metode *cost plus pricing* sebesar Rp 38.507. Sedangkan, UD. Soto Mie Kang Oding menganggap tidak ada biaya *overhead* tetap yang timbul, sehingga tidak dilakukan pembebanan. Dari tabel diatas juga menunjukkan harga jual soto mie bogor sebesar Rp 15.000 dan menurut metode *cost plus pricing* sebesar Rp 15.500. ketidaksesuaian tersebut berasal dari perhitungan persentase *mark up*. Persentase laba yang diharapkan oleh UD.Soto Mie Bogor Kang Oding dengan perhitungan persentase *markup* yang didapat penulis sama yaitu 20%.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam bab IV mengenai penentuan harga jual Soto Mie Bogor pada UD. Soto Mie Bogor Kang Oding serta berdasarkan data-data yang diperoleh maka dapat ditarik kesimpulan:

1. UD. Soto Mie Kang Oding dalam menentukan harga jual tidak jauh berbeda dengan perhitungan dengan menggunakan metode *cost plus pricing* melalui pendekatan *full costing* yaitu sebesar Rp15.000 untuk satu mangkok/bungkus soto mie bogor namun UD.Soto Mie Kang Oding tidak memperhitungkan besarnya biaya *overhead* tetap tiap harinya.
2. Harga jual menurut perhitungan metode *cost plus pricing* melalui pendekatan *full costing* diperoleh harga jual yang lebih tinggi yaitu sebesar Rp 15.500 untuk satu mangkok/bungkus soto mie Bogor
3. Dengan memakai perhitungan berdasarkan metode *cost plus pricing* melalui pendekatan *full costing* diperoleh selisih harga jual per unit yang lebih besar, yaitu sebesar Rp 500. Jika dibandingkan dengan perhitungan yang dilakukan oleh UD.Soto Mie Bogor Kang Oding.

### 5.2 Saran

Berdasarkan uraian diatas maka penulis menyarankan kepada pihak UD.Soto Mie Bogor Mang Oding untuk:

1. Memasukkan semua unsur biaya depresiasi, sebab biaya depresiasi mempengaruhi jumlah biaya *overhead* yang sangat berpengaruh terhadap harga pokok produksi serta laba yang dihasilkan.
2. Menggunakan metode *cost plus pricing* melalui pendekatan *full costing* dalam menentukan harga jual produknya, agar perusahaan dapat memaksimalkan laba yang bisa diperoleh perusahaan setiap harinya

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Hasmi, N. (2020). Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Dengan Menggunakan Metode Full Costing dan Variable Costing Pada Pembuatan Abon Ikan. *AkMen Jurnal Ilmiah*, *Vo.17*(No.2), Hal. 256. <https://e-jurnal.nobel.ac.id/index.php/akmen/article/view/893>
- [2] Lasena, S. R. (2013). Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Pada PT. Dimembe Nyiur Agripro. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, *Vol. 1*(No.3), Hal. 586. <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.1.3.2013.1864>
- [3] Lestari, W., Permana, & Bagus, D. (2017). *Akuntansi Biaya Dalam Perspektif Manajerial*. Depok:PT Raja Grafindo Persada.
- [4] Meroekh, H. M. A., De Rozari, P. E., & Foenay, C. C. (2018). Perhitungan Harga Pokok Produksi Dalam Menentukan Harga Jual Melalui Metode Cost Plus Pricing (Studi Kasus Pada Pabrik Tahu Pink Jaya Oebufu di Kupang). *Journal of Management*, *Vol. 7*(No. 2), Hal. 181. <https://doi.org/https://doi.org/10.35508/jom.v7i2.1212>
- [5] Mulyadi. (2015). *Akuntansi Biaya* (Edisi Ke-5). Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- [6] Sahla, W. A. (2020). *Akuntansi Biaya Panduan Perhitungan Harga Pokok Produk*. Deepublish. [https://www.google.co.id/books/edition/Akuntansi\\_Biaya\\_Panduan\\_Perhitungan\\_Harg/SsQZEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0](https://www.google.co.id/books/edition/Akuntansi_Biaya_Panduan_Perhitungan_Harg/SsQZEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0)
- [7] Sari, Y., & Nasution, L. K. (2018). Analisis Penentuan Harga Jual Dengan Metode Cost Plus Pricing dan Pengaruhnya Terhadap Laba yang Dihasilkan Pada UD Maju. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, *Vol.4*, Hal. 87. <https://doi.org/https://doi.org/10.31289/jab.v4i1.1549>
- [8] Sujarweni, W. V. (2015). *Akuntansi Biaya: Teori dan Penerapannya* (Cetakan Ke).Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- [9] Taroreh, B. F. W., Pangemanan, S. D., & Suwetja, I. G. (2021). Analisis Penentuan Harga Jual Menggunakan Metode Cost Plus Pricing Dengan Pendekatan Full Costing Pada CV. Verel Tri Putra Mandiri. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, *Vol. 9*(No. 3), Hal. 607-618.