**EVALUASI PENENTUAN HARGA JUAL DENGAN MENGGUNAKAN PENDEKATAN *FULL COSTING* PADA NAMIRA COKELAT AND MILKSHAKE**

**Munawar Baddu**

**14061102**

Fakultas Ekonomi Prodi Akuntansi Universitas Mercu Buana Yogyakarta

**INTISARI\*)**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menghitung dan mengevaluasi harga jual dan perbedaan perhitungan harga jual dengan menggunakan metode *full costing*. Hasil perhitungan harga jual dengan jumlah penjualan dark cokelat sebanyak 450 cup pada bulan November-Desember 2017, didapat perhitungan harga jual sebesar Rp.3.961.100, sedangkan perhitungan menggunakan metode *full costing* diperoleh hasil sebesar Rp.4.072.731. Berdasarkan dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Namira tidak menggunakan metode *full costing* karena tidak memasukkan biaya overhead pabrik, seharusnya perusahaan menggunakan metode *full costing* karena memperhitungkan seruruh biaya variable.

**Kata kunci: Perhitungan harga jual dan *full costing*.**

**ABSTRACK**

The purpose of this research is to caluculate and aevaluate the selling price and the difference in the calculation selling price by using the full costing method. The results of the calculation of the selling price with a total of 450 cup dark chocolate sales Rp.3.961.100, while the caluculion using the full costing method Rp.4.072.731. Based on the result of the study it can be concluded than Namira does not use the full costing method because its does not include factory overhead costs, the company should use the full costing method because it takes in to account all variable costs.

**Keyword: Calculation of selling price and full costing.**

**PENDAHULUAN**

* 1. **Latar belakang Masalah**

Penentuan harga jual yang salah sering berakibat fatal pada masalah keuangan perusahaan dan akan mempengaruhi kontinuitas usaha perusahaan kedepan, misalnya: kerugian yang terus menerus atau menimbulnya hasil produksi di gudang karena macetnya pasaran. Keputusan penentuan harga jual merupakan salah satu hal yang sangat penting bagi kelangsungan hidup perusahaan dan pencapaian tujuan perusahaan tersebut. Keputusan penentuan harga jual yang terlalu rendah akan memberikan laba yang terlalu rendah pula bagi perusahaan. Sehingga lama-kelamaan akan mengurangi minat untuk melakukan investasi baru bagi perusahaan tersebut, bahkan munkin saja akan menimbulkan kerugian bagi perusahaan apabila biaya-biaya yang diperlukan mengalami peningkatan sedangkan harga jual tidak berubah. Apabila harga jual yang ditetapkan terlalu tinggi dibandingkan dengan pesaing perusahaan akan dapat mengakibatkan konsumen (pelanggan) mungkin lari ke produk sejenis yang dihasilkan oleh perusahaan pesaing apabila perusahaan pesaing dapat menawarkan produk sejenis dengan kualitas yang relatif sama dan harga yang cenderung lebih rendah. Apabila terjadi demikian maka hal ini akan berdampak mengurangi kemampuan perusahaan untuk dapat bersaing dipasaran. Oleh karena itu, diperlukan pertimbangan yang lebih relevan dalam penentuan harga jual yang lebih tepat.

Kebijakan penentuan harga jual oleh manajemen idealnya memastikan pemulihan (recovery) atas semua biaya dan mencapai laba yang diinginkan dalam kondisi sulit sekalipun. Meskipun penawaran dan permintaan biasanya merupakan factor penentu dalam penetapan harga jual yang menguntungkan bagi perusahaan memerlukan pertimbangan atas biaya.

Pada kenyataannya, pertimbangan perusahaan dalam keputusan penentuan harga jual seringkali belum tepat karena banyak perusahaan yang menentukan harga jual produk mereka tidak berdasarkan perhitungan dan prinsip akuntasi yang benar, bahkan banyak perusahaan yang hanya menggunakan intuisi manajemen atau pemiliknya dalam menentukan harga jual. Maka dari itu mengherankan apabila banyak perusahaan yang kemudian gulung tikar karena penghasilan dari penjualan produk atau jasa mereka tidak dapat menutup seluruh biaya produksi dan menghasilkan laba bagi yang diharapkan.

Untuk dapat menentukan harga jual yang lebih akurat dan dan tepat maka diperlukan informasi harga pokok produk yang tepat pula. Maka dari itu setiap perusahaan memerlukan akuntansi biaya khususnya informasi harga pokok produk untuk dapat membantu manajemen perusahaan dalam menentukan harga jual produk (Paulus,2010).

Dari latar belakang masalah yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka penulis ingin melakukan penelitian dengan judul “**EVALUASI PENENTUAN HARGA JUAL DENGAN MENGGUNAKAN PENDEKATAN *FULL COSTING* PADA NAMIRA COKELAT AND MILKSHAKE**”.

**1.2 Rumusan Masalah**

Tujuan Perusahaan adalah Bagaimana penentuan harga jual minuman pada Namira Cokelat And Milkshake, Bagaimana penentuan harga jual minuman dengan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing* dan Metode manakah yang paling tepat digunakan antara perhitungan Namira Cokelat And Milkshake dengan perhitungan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing.*

* 1. **Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan tumusan masalah diatas, maka melalui penelitian ini penulis memiliki tujuan Untuk mengetahui bagaimana penentuan harga jual minuman pada Namira Cokelat And Milkshake,Untuk mengetahui bagaimana penentuan harga jual minuman dengan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing* dan Untuk mengetahui metode manakah yang paling tepat digunakan antara harga jual perhitungan Namira Cokelat And Milkshake dengan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing.*

**LANDASAN TEORI**

**2.1 Pengertian Harga Jual**

dapat disimpulkan bahwa harga jual adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk memproduksi suatu barang maupun jasa ditambah dengan persentase laba yang perusahaan inginkan, oleh karena itu untuk mencapai laba yang diinginkan oleh perusahaan tersebut salah satu cara yang dapat dilakukan untuk menarik minat konsumen ialah dengan cara menentukan harga yang tepat untuk setiap produk yang terjual. Yang dimaksud harga yang tepat ialah harga yang sesuai dengan kualitas produk suatu barang atau jasa. Dan harga tersebut bisa memberikan kepuasan kepada konsumen.

**2.2 Tujuan Penentuan Harga Jual**

Tujuan penentuan harga jual yaitu untuk kelangsungan hidup perusahaan, peningkatan arus keuntungan, kepemimpinan kualitas produk, Meningkatkan penjualan, Mempertahankan dan meningkatkan bagian pasar dan menstabilkan harga.

**2.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga Jual**

Kotler dan Keller (2009:157), keputusan penetapan harga sebuah perusahaan dipengaruhi baik dari faktor internal maupun dari faktor eksternal.

**2.4 Pengertian Biaya**

Mulyadi (2012:8) Menyatakan bahwa biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu. Dalam arti sempit biaya dapat diartikan sebagai pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh aktiva.

**2.5 Pendekatan dalam Penentuan Harga Jual**

.Metode Penentuan Harga Pokok Produksi penuh/*Full costing*

Dalam pendekatan harga pokok penuh dalam penentuan harga jual berdasarkan cost plus pricing, pengertian biaya dalam hal ini adalah biaya untuk memproduksi satu unit produk. Dalam pengertian biaya tersebut tidak termasuk biaya non produksi. Oleh karena itu, target harga jual dengan menggunakan pendekatan ini disebut pula dengan markup yang diinginkan sehingga pendekatan ini disebut pula dengan metode biaya penuh ditambah mark up. Rumus perhitungan yang digunakan dalam penentuan harga jual dengan metode harga pokok penuh ditambah markup adalah (Mulyadi 20012:122) :

Biaya bahan baku Rp xx

Biaya tenaga kerja langsung Rp xx

Biaya overhead Variable+Tetap Rp xx

Jumlah biaya produksi Rp xx

Biaya non produksi Rp xx

Total biaya (hpp) Rp xx

Markup = (…% x Rp xx) = Rp xx

Total harga jual Rp xx

Volume penjualan xxcup

Harga jual/cup = Rp xx

Xxcup

= Rp.xx

Masalah penting dalam penerapan penentuan harga jual *Cost Plus Pricing* adalah penentuan besarnya presentase *Markup* yang ditambah pada biaya. Baik pada pendekatan harga pokok produksi penuh maupun pada harga pokok produksi variable, elemen biaya terentu tidak dimasukkan kedalam pengertian biaya, harga pokok produksi penuh tidak memasukkan biaya non produksi sebagai elemen biaya. Oleh kerena itu mark up harus mampu menutup elemen biaya yang tidak dimasukkan ke dalam biaya dan harus dapat menghasilkan laba yang diinginkan.

Pendekatan *return on investment* (ROI) dapat digunakan untuk menentukan besarnya proses mark up yang ditambahkan pada biaya. Markup yang dihitung dengan pendekatan ROI menggambarkan biaya yang harus ditutup dan return atas investasi yang diinginkan. Pendekatan ini dapat digunakan untuk harga pokok penuh dan biaya variable. Rumus presentase mark up adalah sebagai berikut (Mulyadi,2012:37) :

Rumus perhitungan markup dalam pendekatan harga pokok produksi:

Persentase markup:

Laba yang diharapkan+biaya non produksi x 100%

Total biaya produksi (hpp)

**METODE PENELITIAN**

**3.1 Jenis Penelitian**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian adalah pendekatan yang bersifat dokumentasi dan kuantitatif. Dokumentasi yang diperoleh adalah data yang berhubungan dengan perhitungan harga pokok produksi dan harga jual. Sedangkan data yang digunakan bersifat kuantitatif karena dapat diukur dengan skala numerik. Data kuantitatif yang diperoleh berupa informasi biaya-biaya yang digunakan untuk memproduksi produk jadi yang siap untuk dijual.

**3.2 Data Yang Diperlukan**

1. Biaya produksi

2. Penentuan harga pokok produksi

3. Data tentang jumlah produk yang dibutuhkan

4. Laba yang diharapkan oleh perusahaan

5. Data harga jual produk menurut perusahaan

6. Penentuan harga jual produk

7. Biaya tenaga kerja

**3.3 Variable Penelitian**

Variabel yang diteliti yaitu *full costing.*

1. *Full costing* yaitu metode penentuan harga pokok penjualan yang menghitung semua unsur biaya baha baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead baik yang berperilaku variable maupun tetap. Harga pokok penjualani menurut metode full costing terdiri dari unsur-unsur biaya produksi sebagai berikut :

Biaya bahan baku Rp xx

Biaya tenaga kerja langsung Rp xx

Biaya overhead Variable+Tetap Rp xx

Jumlah biaya produksi Rp xx

Biaya non produksi Rp xx

Total biaya (hpp) Rp xx

Markup =(…% x Rp xx) = Rp xx

Total harga jual Rp xx

Volume penjualan xxcup

Harga jual/cup = Rp xx

Xxcup

= Rp xx

b. Penentuan *Markup*

Masalah penting dalam penerapan penentuan harga jual cost plus adalah penentuan besarnya presentase markup yang ditambah pada biaya. Baik pada pendekatan harga pokok produksi penuh maupun pada harga pokok produksi variable, elemen biaya terentu tidak dimasukkan kedalam pengertian biaya, harga pokok produksi penuh tidak memasukkan biaya non produksi sebagai elemen biaya. Oleh kerena itu mark up harus mampu menutup elemen biaya yang tidak dimasukkan ke dalam biaya dan harus dapat menghasilkan laba yang diinginkan.

Pendekatan *return on investment* (ROI) dapat digunakan untuk menentukan besarnya proses mark up yang ditambahkan pada biaya. Markup yang dihitung dengan pendekatan ROI menggambarkan biaya yang harus ditutup dan return atas investasi yang diinginkan. Pendekatan ini dapat digunakan untuk harga pokok penuh dan biaya variable. Rumus presentase mark up adalah sebagai berikut):

Rumus perhitungan markup dalam pendekatan harga pokok produksi:

Persentase markup:

Laba yang diharapkan+biaya non produksi x 100%

Total biaya produksi (hpp)

**PEMBAHASAN**

**4.1 Gambaran Umum Penelitian**

1. **Aspek historis**

Dikota Makale belum terdapat gerai cokelat, sehingga sangat menguntungkan bagi Namira Cokelat and Milkshake karena tidak mempunyai competitor.

1. **Aspek bahan baku**

Biaya bahan baku adalah bahan yang digunakan dalam membuat produk, berikut biaya bahan baku yang dikeluarkan Namira selama sebulan :

**Tabel IV.1**

**Data Biaya Bahan Baku Namira**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Keterangan | Jumlah yang  Dibutuhkan selama 1 bulan | Harga per  Satuan | Jumlah selama bulan November-Desember 20017 |
| Bahan baku:  Bubuk cokelat Java dark | 8kg | Rp.75.000/kg | Rp.600.000 |
| Bahan penolong:  Gula  Bubuk Krimer  Keju  Oreo  Es Batu  Air mineral | 15kg  5kg  1kg  20pak  63kg  3 galon | Rp.15.000/kg  Rp.35.000/kg  Rp.100.000/kg  Rp.10.000/pak  Rp.5000/7kg  Rp.7000/galon | Rp.225.000  Rp.175.000  Rp.100.000  Rp.200.000  Rp.45.000  Rp.21.000 |

*Sumber : Namira November – Desember 2017*

**3. Biaya Tenaga Kerja Langsung**

Biaya tenaga kerja langsung  adalah bagian dari upah atau gaji yang dapat secara khusus dan konsisten ditugaskan atau berhubungan dengan pembuatan produk, urutan  pekerjaan  tertentu, atau penyediaan layanan juga. Berikut biaya tenaga kerja langsung pada Namira Cokelat and Milkshake:

**Tabel IV.2**

**Biaya Tenaga Kerja Langsung pada Namira**

|  |  |
| --- | --- |
| Keterangan | Gaji selama sebulan kerja |
| Gaji karyawan/hari Rp.30.000 | Rp.900.000 |

*Sumber : Namira November – Desember 2017*

**4. BOP Variabel**

Bop variable adalah biaya produksi yang tidak termasuk biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Berikut BOP pada Namira:

**Tabel IV.3**

**BOP Variabel pada Namira**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Keterangan | Jumlah yang  Dibutuhkan selama satu bulan | Harga  persatuan | Jumlah |
| Bahan penolong:  Gula  Bubuk Krimer  Keju  Oreo  Es batu  Air mineral | 15kg  5kg  1kg  20pak  63kg  3 galon | Rp.15.000/kg  Rp.45.000/kg  Rp.100.000/kg  Rp.10.000/pak  Rp.5000/7kg  Rp.7000/galon | Rp.225.000  Rp.225.000  Rp.100.000  Rp.200.000  Rp.45.000  Rp.21.000 |
| Plastik(cup,tutup, sedotan, kantong plastic) | 450 buah | Rp.500/buah | Rp.225.000 |
| Jumlah |  |  | Rp.1.041.000 |

*Sumber : Namira November – Desember 2017*

**5. BOP Tetap**

Biaya overhead pabrik tetap, yakni biaya overhead pabrik yang tidak berubah meskipun terjadi perubahan dalam volume produksi. Berikut BOP tetap pada Namira:

**Tabel IV.4**

**BOP Tetap Pada Namira**

|  |  |
| --- | --- |
| Keterangan | Jumlah |
| Biaya sewa tempat | Rp.300.000 |
| Biaya listrik | Rp.50.000 |
| Biaya penyusutan gerobak | Rp.40.000 |
| Biaya penyusutan mesin blender | Rp.16.000 |
| Jumlah | Rp.406.000 |

**4.2 Penentuan Harga Jual**

Harga jual adalah besarnya harga yang akan dibebankan kepada konsumen yang diperoleh atau dihitung Dari biaya produksi ditambah biaya non produksi dan laba yang diharapkan. Berikut Metode penentuan harga jual pada namira:

1. **Penentuan Harga Jual pada Namira**

Pemilik namira Cokelat And milkshake menentukan harga jual dengan perhitungan kira-kira. Berdasarkan data yang diperoleh selama bulan November-Desember 2017, kedai namira dapat menjual minuman rasa Dark cokelat sebanyak 450 cup dan laba yang diharapkan Namira sebesar 30%. Biaya yang dibutuhkan untuk memproduksi 450 cup cokelat dark selama sebulan yaitu:

**Tabel IV.5**

**Penentuan Harga Jual Namira**

|  |
| --- |
| Biaya bahan baku RP.600.000    Biaya tenaga kerja langsung Rp.900.000  Biaya overhead pabrik (variable+Tetap ) Rp.1.447.000 +  Jumlah biaya produksi Rp.2.947.000  Biaya Non produksi Rp.100.000 +  Total biaya (hpp) Rp.3.047.000  Laba yang diharapkan (30%) Rp.914.100 +  Total harga jual Rp.3.961.100  Volume penjualan 450 cup  Harga jual/cup = Rp.3.961.100  450 cup  = Rp.8.802 |

*Sumber : Namira November – Desember 2017*

**4.3 Metode Penentuan Harga Jual**

Perhitungan Harga jual minuman Dark Cokelat Pada Namira Metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *Full costing* :

Perhitungan markup :

Persentase markup = Laba yang diharapkan+biaya non produksi x 100%

Total biaya (hpp)

= Rp.914.100 + Rp.100.000 x 100%

Rp. Rp.3.047.000

= 33,28%

**Tabel IV.6**

**Penentuan Harga Jual metode *Full Costing***

|  |
| --- |
| Biaya bahan baku RP.600.000  Biaya tenaga kerja langsung Rp.900.000  Biaya overhead pabrik (variabel+Tetap) Rp.1.447.000 +  Jumlah biaya produksi Rp.2.947.000  Biaya Non produksi Rp.100.000 +  Total biaya (hpp) Rp.3.047.000  Markup (33,28% x total biaya) Rp.1.014.041 +  Total harga jual Rp.4.061.041  Volume penjualan 450 cup  Harga jual/cup = Rp.4.072.731  450 cup  = Rp.9.024 |

**4.4 Perhitungan Laba/Unit**

* + - 1. Perhitungan laba kotor Dark cokelat dengan harga jual hasil perhitungan Namira:

Laba kotor = Total Harga Jual – Total biaya produksi (Hpp)

Laba kotor = Rp.3.961.100 – 3.047.000

= Rp.914.100

Laba/cup = Rp.914.100

450cup

= Rp.2.031

1. Perhitungan laba kotor Dark cokelat dengan harga jual hasil perhitungan metode cost plus pricing pendekatan *full costing:*

Laba kotor = Rp.4.061.041 – 3.047.000

= Rp.1.014.041

Laba/cup = Rp.1.014.041

450cup

= Rp.2.253

**4.5 Metode Yang Paling Tepat Digunakan**

Metode yang paling tepat digunakan adalah metode *Full costing,* Keuntungan yang didapatkan sesuai yang diharapkan perusahaan dan harga jual yang ditetapkan dengan metode ini sangat layak untuk bersaing dipasar . *Full costing* merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi kedalam harga pokok produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik, baik yang berperilaku variabel maupun tetap ditambah dengan biaya non produksi/komersial seperti biaya pemasaran dan biaya administrasi dan umum.

Maka dari hasil perhitungan diatas dapat dilihat bahwa hasil yang didapatkan dengan metode *full costing* sangat bisa bersaing dipasar dan keuntungan yang didapan paling besar dari metode lainnya.

**PENUTUP**

**5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan keseluruhan hasil evaluasi dari penulis dan pembahasan yang telah dilakukan oleh penulis, atas peranan penentuan harga jual minuman pada Namira Cokelat And Milkshake, penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Namira Cokelat And Milkshke menetapkan sistem perhitungan harga jual dengan menggunakan perkiraan dan bukan dengan perhitungan sistematis dan tidak melakukan penerapan akuntansi biaya minuman yang dihasilkan.
2. Dari hasil evaluasi harga jual dan laba kotor yang dihasilkan dari metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing* lebih besar dari pada perhitungan harga jual Namira.
3. Berdasarkan perhitungan Namira diperoleh harga jual per cup minuman Dark cokelat Rp.8.802 dengan laba/cup Rp.2.031, sedangkan perhitungan dengan metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing* diperoleh harga jual per cup minuman Dark cokelat Namira per cup sebesar Rp.9.024 dengan laba/cup Rp.2.253.

Dari hasil perhitungan harga jual/cup dan laba yang didapatkan, metode yang paling tepat digunakan adalah *metode cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing* karena hasil perhitungan yang didapatkan tidak jauh beda dengan harga pasar minuman dark cokelat, selain itu juga perhitungan tersebut memberi laba yang lebih besar untuk namira dibanding metode pendekatan perhitungan lainnya.

Metode *full costing* juga menampilkan biaya *overhead* sesungguhnya sebab mengandung dua jenis biaya *overhead* yakni biaya tetap dan biaya variabel, selain itu metode ini mampu menunda pembebanan biaya *overhead* saat produk belum terjual.

**5.2 Saran**

Saran yang dikemukakan penulis ini, kiranya dapat membantu Namira Cokelat And Milkshake untuk menjadi bahan masukan dimasa yang akan datang. Sebaiknya Namira Cokelat And Milkshke menetapkan sistem perhitungan harga jual dengan menggunakan perhitungan sistematis yaitu *metode cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing* karena selain perhitungannya yang lebih sistematis juga memberikan keuntungan bagi Namira sendiri yaitu dengan mendapatkan laba yang lebih besar.

**5.3 Keterbatasan**

1. penulis hanya mendapatkan data yang berhubungan dan dibutuhkan dalam penelitian dan tidak diijinkan untuk melihat data pendukung yang lebih rinci karena hal itu menyangkut rahasia perusahaan.

2. Penulis dalam menentukan besarnya harga jual menggunakan dasar biaya dan *mark up* dan tidak memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi harga jual seperti permintaan dan penawaran, keadaan ekonomi, selera pasar serta persaingan.

**DAFTAR PUSTAKA**

Mulyadi. 2014 . *Akuntansi Biaya,* Edisi 5, Cetakan ke 8, Yogyakarta : UUP STIM YKPN.

Supriyono, R.A, 2013. *Akuntansi Biaya Pengumpulan Biaya dan Penentuan Harga Pokok*, Cetakan ke delapan belas, Yogyakarta.

Supriyono,R.A. 2002. *Akuntansi Biaya dan Akuntansi Manajemen*. Yogyakarta. Fakultas Ekonomi UGM Swastha.

Cut Amelia, *Penentuan Harga Jual*, Analisis penentuan harga jual produk pada toko kue Mahkota Rasa

<file:///D:/Kuliah/PROPOSAL/DOKUMEN%20PRESENTASI%20(1).pdf>

Meria Magdalena, 2010. *Penentuan harga jual,* Evaluasi Penentuan Harga Jual Produk Bakpia.

Kotler dan Keller, 2009. *Manajemen Pemasaran,* Jilid 1. Edisi ke 13. Jakarta : Erlangga.

Mulyadi, 2012. *Akuntansi Biaya,* Edisi 5, Cetakan 11, Yogyakarta : UUP STIM STIM YKPN.

Irwan Paulus, 2010. *Penentuan Harga Jual*, Evaluasi Penentuan Harga Jual Produk Keripik Talas.