

ANALISIS TOTAL BIAYA PRODUKSI SEBAGAI DASAR PENETAPAN HARGA JUAL PRODUK DALAM MENINGKATKAN LABA PADA UD. TAHU ASSIT

Dewi Kurniawati

Institut Agama Islam Negeri Ponororogo, Indonesia
Email : megamidewi2@gmail.com

Abstract: This study aimed to analyze the calculation of total production costs as the basis for determining the selling price of products in increasing profits at UD Tahu Assit. The data collection method in this study used the method of observation and interviews with the business owner of Tahu Assit. UD. Tahu Assit is a family company with a business field of processing soybeans into various processed tofu. The results showed that the calculation of the Cost of Production (HPP) of making tofu at the Tahu Assit business in Sawoo using the Full Costing Method, where the total cost of raw materials (Rp 41,040,000) was added to the total direct labor cost (Rp 3,937,000) plus the total overhead costs. Permanent factory (Rp 6,231.00) equal to the total cost of tofu production of Rp 57,200,000 or about 32,000 tofu beans for 5 (five) days of production. By using this method, Tahu Assit's business earns a profit of Rp. 5.992.000,-. With an analysis using this method, the Tahu Assit business can get the profit desired by the entrepreneur or owner. Because with the Full Costing method, Tofu entrepreneurs can get a reference to set the product's price.

Keywords: Production Costs, Product Pricing, Profit.

Abstrak: Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis perhitungan total biaya produksi sebagai dasar penetapan harga jual produk dalam meningkatkan laba pada UD Tahu Assit. Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode observasi dan wawancara dengan pemilik usaha Tahu Assit. UD. Tahu Assit merupakan perusahaan keluarga dengan bidang usaha mengolah kacang kedelai menjadi berbagai olahan tahu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) pembuatan tahu pada usaha Tahu Assit di Sawo dengan menggunakan Metode Full Costing dimana jumlah biaya bahan baku (Rp41.040,000) ditambah dengan jumlah biaya tenaga kerja langsung (Rp3.937.000) ditambah jumlah biaya overhed pabrik tetap (Rp6.231,00) sama dengan jumlah total Harga Pokok Produksi Tahu sebesar Rp 57.200,000 atau sekitar 32.000 biji tahu selama 5 (lima) hari produksi. Dengan menggunakan metode tersebut usaha Tahu Assit ini memperoleh laba sebesar Rp. 5.992.000,-. Dengan analisis menggunakan metode ini usaha Tahu Assit ini bisa memperoleh laba yang diinginkan oleh pengusaha atau pemilik. Karena dengan metode Full Costing ini pengusaha Tahu bisa mendapat acuan untuk menetapkan harga dari produk tersebut.

Kata Kunci: Biaya Produksi, Penetapan Harga Produk, Laba.

PENDAHULUAN

Didalam perusahaan harga atau nilai serta kegunaan merupakan hal-hal yang sangat berkaitan. Barang-barang dan jasa mempunyai harga atau nilai tukar karena barang diperlukan oleh pembeli, ada manfaatnya, langka dan oleh perusahaan tidak dapat disediakan dalam jumlah yang tidak terbatas. Dalam masyarakat yang sudah menggunakan uang sebagai alat tukar menukar atau pengukur nilai, pertukaran barang dinyatakan dalam satuan uang. Jumlah yang dipergunakan dalam pertukaran tersebut mencerminkan tingkat harga dari suatu barang (Hidayat & Halim, 2013). Dalam praktek, terjadinya harga ditentukan oleh penjual atau perusahaan dan pembeli. Makin besar daya beli konsumen, semakin besar pula kemungkinan bagi perusahaan untuk menetapkan tingkat harga lebih tinggi (Triyaswati, 2009). Dengan demikian perusahaan mempunyai harapan untuk mendapatkan keuntungan maksimum sesuai dengan kondisi yang ada, melalui penetapan harga jual. Dalam penetapan harga jual perlu dipertimbangkan yang mendalam dan teliti guna memperoleh harga jual yang benar-benar sesuai dengan keinginan dan tujuan perusahaan. Keputusan harga jual merupakan keputusan yang sulit, karena faktor-faktor yang mempengaruhi, baik faktor intern maupun ekstern.

Penentuan harga jual produk dipengaruhi oleh berbagai faktor, diantaranya biaya. Walaupun demikian pengaruh biaya terhadap harga jual tidak dapat diabaikan. Penetapan harga jual yang berorientasi biaya adalah penetapan harga jual dengan menjadikan biaya masa datang sebagai dasar perhitungan, dan dalam jangka panjang harga jual harus cukup untuk menutup biaya produksi dan non produksi. Biaya masa datang merupakan biaya yang diprediksi akan terjadi jika suatu keputusan diambil.

Motif laba menghendaki adanya balas jasa atas pengorbanan yang telah dikeluarkan. Perusahaan perlu mengetahui seberapa besar harga jual yang ditentukan dapat memberikan imbalan jasa atas usahanya, oleh karena itu semua biaya yang telah digunakan untuk memproduksi barang dan jasa harus diketahui agar dapat ditentukan tingkat harga minimalnya atau batas bawah suatu harga jual harus ditentukan. Suatu tingkat harga yang tidak dapat menutup biaya-biaya akan mengakibatkan kerugian.

Kerugian yang timbul akibat penetapan harga jual dibawah produk atau jasa dalam jangka waktu tertentu akan mengakibatkan perusahaan akan berhenti going concern serta mengganggu pertumbuhan perusahaan (Bakti et al., 2019). Oleh karena itu dalam penetapan harga jual, tingkat harga minimal hendaknya dapat menutup semua biaya yang telah dipergunakan untuk memproduksi dan memasarkan barang atau jasa. Penetapan harga jual diharapkan menghasilkan laba maksimum bagi perusahaan serta menghasilkan return atas modal atau investasi yang ditanamkan oleh pemegang saham sehingga perusahaan dapat terus survive dan berkembang (Pangemanan, 2016).

Dengan demikian makin berkembangnya suatu perusahaan, maka aktivitas perusahaan makin bertambah banyak dan semakin luas akan melibatkan berbagai pihak yang terkait di dalamnya. Dan akan mempengaruhi pendapatan bagi karyawannya dalam jangka panjang. Pada perusahaan yang ruang lingkupnya besar, manajemen perusahaan

mendelegasikan wewenangnya kepada bawahan sesuai dengan fungsinya masing-masing, meskipun tanggungjawabnya tetap ada pada pimpinan perusahaan. Karena tujuan dilakukannya pengendalian biaya produksi ini adalah untuk mengatasi penyimpangan-penyimpangan yang mungkin terjadi dan membantu manajer dalam melakukan pengawasan, karena tugas manajer adalah mengawasi kinerja bawahan dalam menjalankan tugas-tugasnya.

Penelitian ini saya lakukan pada usaha Tahu Assit, karena usaha ini sangat mendukung dengan daerah saya di pengunungan yang mayoritas bermata pencaharian sebagai petani dan mayoritas mereka menanam kedelai. Oleh karena itu Usaha tahu ini memanfaatkannya dengan membuat berbagai jenis macam tahu, dan tahu ini sangat diminati oleh banyak masyarakat khususnya di desa Sawoo.

Dari media sosial SawooJegeg di paparkan bahwa usaha ini bisa mencapai omset Rp. 40.000.00 setiap harinya, karena selain menjulanya di pasar mereka juga mempunyai banyak reseller untuk dagangannya. Menurut bapak Assit pemilik usaha tersebut beliau sangat memperhatikan dengan baik biaya produksi untuk menentukan harga produknya tersebut.

Ditengah kelangkaan kedelai yang sempat terjadi beliau tetap memproduksi tahu dengan jumlah yang standar, beliau mengatakan bagaimana cara memproduksi tahu dengan biaya yang minim dengan laba yang maksimal serta produk tahu yang di hasilkan tetap berkualitas dan banyak diminati oleh kalangan masyarakat. Usaha ini dapat menghasilkan tahu sebanyak 12.000 tahu yang telah diolah dengan berbagai macam olahan tahu seperti tahu kering, tahu mentah, tahu matang, dan bisa juga usaha ini memanfaatkan ampas tahu tersebut untuk tempe gembos.

Dari penjelasan diatas, maka dapat dirumuskan masalah bahwa: Apakah penentuan harga jual produk yang dilakukan perusahaan sudah dapat menutup biaya-biaya termasuk biaya kualitas yang telah dikeluarkan serta memperoleh laba yang diharapkan perusahaan? Bagaimana cara menentukan harga produk yang tepat? dan Seberapa penting menganalisis biaya produksi itu sendiri? Adapun tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui biaya produksi UD. Tahu Assit serta penetapan harga jual produk dalam rangka untung meningkatkan laba.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Metode kualitatif ini, penulis yang menjadi instrumen dalam penelitian dan analisis dilakukan secara terus menerus dari awal penelitian hingga analisis data. Pengamatan langsung pada obyek studi sesuai lingkup penelitian dan teori sebagai pendukung penelitian berdasarkan lingkup pembahasan. Mengidentifikasi obyek-obyek yang ada pada lokasi penelitian (linkage). Setelah data lapangan dan literatur didapat sesuai fokus penelitian maka proses analisis dilakukan untuk mendapatkan pengaruh atau faktor penentuan harga jual produk pada UD. Tahu Assit.

HASIL DAN PEMBAHASAN

UD. Tahu Assit

Tahu merupakan salah satu produk dari komoditas usaha kecil menengah berbahan baku kedelai (*Glycine sp*) yang banyak dijumpai di beberapa daerah. Mulai dari perkotaan sampai di pedesaan industri pembuatan tahu mulai dikembangkan. Hal ini disebabkan proses produksi tahu yang cukup sederhana, ditambah lagi pemerintah juga memberikan ruang bagi masyarakat untuk membuka dan mengembangkan usaha produksi tahu skala kecil maupun menengah guna untuk peningkatan makanan yang banyak mengandung nilai gizi yang tinggi khususnya mengandung protein, serta harganya yang relatif terjangkau untuk masyarakat. Banyaknya pengusaha atau perusahaan tahu yang berkembang memberi dampak positif, yaitu mampu mencukupi permintaan pasar yang terus naik dari waktu ke waktu, akan tetapi proses dari pembuatan tahu itu sendiri tidak lepas dari pengukusan atau perebusan. Masih banyak di jumpai perusahaan pembuat tahu yang masih menggunakan dandang sebagai alat produksi pada proses perebusan. Tetapi perebusan dengan menggunakan dandang ini beresiko dapat merusak kualitas dari tahu itu sendiri. Karena pada proses pengukusan atau perebusan dengan menggunakan dandang ini dapat menimbulkan aroma yang kurang sedap pada produk tahu, ini disebabkan adanya penggumpalan hasil perebusan air dibagian bawah dandang, biasanya berbentuk kerak. Kerak inilah yang menghambat proses pemanasan air sehingga menghasilkan bau yang kurang sedap atau biasa disebut sangit.

UD.Tahu Assit yang berlokasi di Desa Kocor Kelurahan Sawoo Kecamatan Sawoo Ponorogo, merupakan perusahaan yang memproduksi tahu dengan cara yang sudah modern. Yaitu dengan menggunakan mesin boiler pipa air (*water tube boiler*) sebagai alat produksi penghasil uap. Dimana cara kerja dari mesin boiler pipa air (*water tube boiler*) adalah fluida yang mengalir didalam pipa adalah air, sedangkan pemanasan air dilakukan oleh gas-gas asap yang beredar disekitar pipa-pipa air. Dari hasil uap yang dihasilkan mesin boiler tersebut akan digunakan untuk proses perebusan yang di salurkan melalui pipa-pipa yang menuju ke tempat perebusan bubur kedelai.

UD. Tahu Assit ini dapat menghabiskan kedelai dalam jumlah yang cukup banyak dalam seharinya. Untuk pemasaran dan penjualannya bisanya pemilik usaha membuka reseller untuk berbagai jenis olahan tahu, serta menjualnya kepasar tradisional yang ada di wilayah Sawoo. Harga satu biji tahu mulai dari Rp. 1.000 sampai Rp. 2.000.

Tetapi, Seiring dengan peningkatan produksi, ternyata timbul banyak permasalahan lingkungan di sekitarnya. Permasalahan tersebut disebabkan karena proses produksi seringkali mengakibatkan pembuangan material dan energi yang akan membebani lingkungan, padahal proses produksi yang baik tidak hanya memperhatikan keamanan dan efek samping dari limbah prosesnya, namun juga mereduksi limbah buangan yang dihasilkan.

Melihat dari permasalahan tersebut untuk meningkatkan produktivitas sekaligus menurunkan dampak lingkungan, metode *green productivity* dapat dijadikan pendekatan untuk membantu UD. Tahu Assit guna menangani permasalahan yang tersebut. Dengan

demikian penerapan metode ini diharapkan dapat meningkatkan produktivitas dengan mengurangi limbah serta menurunkan dampak terhadap lingkungan.

Analisis Biaya Sebagai Dasar Penetapan Harga Produksi

Perhitungan biaya produksi sebagai penetapan harga jual didasarkan pada jumlah persediaan bahan baku dan jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan. Dalam usaha ini selain untuk memperoleh laba juga mempertimbangkan dari segi kualitas berbagai olahan tahu yang dihasilkan. Usaha ini bisa menghabiskan kedelai dalam jumlah yang cukup besar yaitu kira-kira 500 kg dalam sekali olahan.

Secara sederhana biaya produksi dapat dicerminkan oleh jumlah uang yang dikeliarkan untuk mendapatkan sejumlah input. Dalam ekonomi, biaya produksi mempunyai pengertian yang lebih luas. Biaya dari input diartikan sebagai balas jasa dari input tersebut pada pemakaian terbaiknya. Biaya ini tercermin dari biaya korbanan (*opportunity cost*). (Pratama, 2018) Biaya korbanan terdiri dari biaya eksplisit dan biaya implisit. Biaya eksplisit adalah biaya yang dikeluarkan dari kas perusahaan yang biasanya dicatat secara akuntansi untuk membeli input dari pemasok, untuk membayar listrik, bunga, asuransi dan lain-lain. Biaya implisit lebih sulit mengukurnya. Biaya ini merupakan refleksi dari kenyataan bahwa suatu input dapat digunakan di tempat lain.

Sebagai gambaran ukuran biaya dari tenaga kerja secara akuntansi adalah biaya upahnya (biaya eksplisit), sedangkan ukuran biaya secara ekonomi adalah nilai *marginal product* dari pekerja. Untuk ukuran biaya capital secara akuntansi adalah depresiasi, sedangkan ekonomi adalah *opportunity cost* (hal ini karena modal adalah barang langka. Ada juga yang menyebutkan pengertian biaya produksi adalah akumulasi biaya yang diperlukan dalam proses produksi, mencakup biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik (Indrawan & Selly, 2021).

Biaya produksi menurut M. Nafarin (2009:497), pengertian biaya produksi adalah seluruh biaya yang berhubungan dengan barang yang dihasilkan, dimana di dalamnya terdapat unsur biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik. Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa *production cost* atau biaya produksi adalah ongkos produksi yang dikorbankan oleh suatu perusahaan untuk Menghasilkan suatu barang jadi hingga barang tersebut masuk ke dalam pasar untuk dijual.

Biaya produksi merupakan hal paling utama untuk dipikirkan serta diperhitungkan. Kesalahan perhitungan mampu berakibat fatal bagi kemajuan serta perkembangan perusahaan. Besarnya harga produksi ini akan membuat sebuah perusahaan bisa mengalami kebangkrutan akibat ketidakmampuan perusahaan dalam melakukan manajemen keuangannya. Terkadang banyak perusahaan mengurangi mutu kualitas dari produk yang diproduksi hanya untuk mendapatkan biaya produksi yang rendah, namun hal tersebut bukan cara yang tepat untuk membuat biaya produksi menjadi lebih rendah, tetapi perusahaan perlu melakukan efisiensi biaya untuk dapat menekan biaya produksi

Penetapan Harga Jual Produksi

Menurut Kotler harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Sedangkan menurut Charles W. Lamb, Joseph F. Hair dan Carl McDaniel harga merupakan sesuatu yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang maupun jasa (Fitria, 2013).

Untuk menetapkan harga jual suatu produk maka perusahaan harus mempertimbangkan berbagai faktor dalam menetapkan kebijakan harga. Philip Kotler mengemukakan prosedur enam langkah untuk menetapkan harga, yaitu: memilih tujuan penetapan harga, menentukan permintaan, memperkirakan biaya, menganalisis antara biaya, harga, dan tawaran pesaing, memilih salah satu metode yang ada dalam penetapan harga, serta memiliki harga akhir atau final, menyatakannya dalam cara mengeceknya untuk menyakinkan bahwa harga tersebut sesuai dengan kebijakan penetapan harga perusahaan serta sesuai pula dengan para penyalur, grosir, wiraniaga perusahaan, pesaing, pemasok dan pemerintah (Helmina, 2013).

Ketika suatu perusahaan telah menetapkan harga dasar dari suatu produk barang atau jasa maka perusahaan dapat menentukan strategi harga dengan mempertimbangkan berbagai faktor seperti harga kompetitor, tujuan perusahaan dan daur hidup produk. Strategi tersebut dapat digunakan untuk produk yang baru maupun yang lama sesuai dengan situasi dan kondisi yang ada. Berikut ini merupakan berbagai pilihan teknik atau strategi penentuan harga: Strategi penetapan harga untuk produk baru, seperti *skimming price*, *penetration price*.

Terdapat strategi penetapan harga yang mempengaruhi konsumen, seperti *prestige pricing* atau harga prestis, *odd pricing* atau harga ganjil, *multiple-unit pricing* atau harga rabat, *price lining* atau harga lini, dan *leader pricing* atau pemimpin harga. Strategi penetapan harga yang lainnya adalah strategi harga diskon pada penjual yang merupakan strategi dengan memberikan potongan harga dari harga yang sudah ditetapkan demi meningkatkan penjualan suatu produk barang atau jasa. Diskon yaitu potongan harga yang diberikan oleh penjual kepada pembeli sebagai penghargaan atas aktivitas tertentu dari pembeli yang menyenangkan bagi penjual. Biasanya potongan harga ini diwujudkan dalam bentuk tunai ataupun barang dan dimaksudkan untuk menarik konsumen. Kemudian terdapat pula strategi penentuan harga kompetitif, seperti *relative pricing* atau harga relatif dan *follow the leader pricing* (Djaslim, 2003).

Pada dasarnya terdapat empat jenis tujuan penetapan harga antara lain: tujuan penetapan harga berorientasi pada laba dengan menggunakan pendekatan target laba yaitu besar laba yang sesuai dengan sasaran laba, tujuan penetapan harga berorientasi volume yang biasanya harga yang ditetapkan oleh perusahaan lebih rendah karena perusahaan lebih mengutamakan besarnya target volume penjualan yang harus dicapai, tujuan penetapan harga yang berorientasi pada citra untuk menanamkan image atau citra bagi suatu perusahaan, sedangkan tujuan stabilitas harga bertujuan untuk menjaga kestabilan antara harga produk suatu usaha dengan harga yang dimiliki para pesaingnya (Siti Sakinah, 2019).

Selain itu banyak faktor yang dapat mempengaruhi penentuan harga jual suatu produk yaitu antara lain faktor bukan biaya dan faktor biaya. Faktor bukan biaya ini meskipun sulit diukur dan diramalkan namun harus juga dipertimbangkan dalam penentuan harga jual. Faktor bukan biaya biasanya merupakan faktor yang berasal dari luar perusahaan yang dapat mempengaruhi keputusan manajemen dalam menentukan harga jual (Whiting, 1986). Faktor biaya adalah Faktor yang menjadi perhatian khusus bagi manajemen dalam penentuan harga jual adalah biaya. Dalam penentuan harga jual, faktor biaya digunakan sebagai batas bawah karena dalam kondisi wajar harga jual harus dapat menutup semua biaya yang bersangkutan dengan produk/jasa dan dapat menghasilkan laba yang diharapkan. Maka dapat diasumsikan bahwa harga jual yang ditetapkan harus lebih tinggi dari total biaya yang telah dikeluarkan supaya menguntungkan bagi perusahaan. Manajemen harus mampu menekan dan mengendalikan biaya agar struktur biaya tetap rendah sehingga harga jual produk yang ditawarkan dapat ditekan (Lasut, 2015).

Perhitungan Biaya Pokok Produksi Menurut Pabrik Tahu Assit

Perhitungan Biaya Bahan Baku Bahan baku yang digunakan oleh Pabrik Tahu Assit dalam pembuatan tahu adalah kedelai. Dalam pengadaan dan pengolahan bahan baku yaitu kedelai, pabrik memperolehnya dari petani kedelai, daerah sekitar, selain itu juga diperoleh dari KOPTI yaitu sejenis koperasi unit desa yang menyediakan bahan baku untuk usaha tahu/tempe daerah sekitar.

Perhitungan bahan baku Pabrik Tahu Assit ditentukan dengan cara mengalikan jumlah bahan yang dipakai dengan harga pokok bahan. Adapun rincian pemakaian bahan baku yang digunakan Pabrik Tahu Assit selama proses produksi bulan Maret 2022 adalah sebagai berikut (Observasi dan wawancara, 2022), kedelai yang digunakan untuk proses produksi selama bulan Maret 2022 sebanyak 2 kw dengan harga Rp 570.000,-/kw. Pabrik Tahu Assit rata-rata memproduksi 1,5 kw sampai 2,5 kw sehari pada bulan tersebut. Jadi biaya untuk pemakaian kedelai sebesar: $72 \text{ kw} \times \text{Rp } 570.000,- = \text{Rp } 41.040.000,-$.

Analisis Laba UD. Tahu Assit

Istilah lain yang kerap digunakan untuk menggantikan kata laba adalah keuntungan ataupun *profit*. Menilik dari sudut pandang ilmu ekonomi murni, definisi laba adalah peningkatan kekayaan seorang investor sebagai hasil dari penanaman modal setelah dikurangi biaya-biaya terkait penanaman modal tersebut. Namun, jika melihat dari sudut pandang akuntansi, laba merupakan selisih harga penjualan dengan biaya produksi (Airlangga, 2010). Definisi laba menurut Charles Thomas Horngren adalah penghasilan lebih atau dari total jumlah pendapatan dengan perbandingan total beban atau dapat disebut dengan keuntungan bersih.

Untuk menentukan laba bersih dari suatu badan usaha, berikut unsur-unsur dari laba yang perlu diketahui yaitu 1) Pendapatan, pendapatan adalah aliran masuk atau kenaikan aktiva suatu perusahaan atau penurunan kewajiban yang terjadi dalam suatu periode

akuntansi, yang berasal dari aktivitas operasi dalam hal ini penjualan barang (kredit) yang merupakan unit usaha pokok perusahaan. 2) Beban, Beban adalah aliran keluar atau penggunaan aktiva atau kenaikan kewajiban dalam suatu periode akuntansi yang terjadi dalam aktivitas operasi. 3) Biaya, Biaya adalah kas atau nilai ekuivalen kas yang dikorbankan untuk barang atau jasa yang diharapkan membawa keuntungan masa ini dan masa datang untuk organisasi. Biaya yang telah kadaluarsa disebut beban, tiap periode beban dikurangkan dari pendapatan pada laporan keuangan rugi-laba untuk menentukan laba periode. (Fadhila, 2015). 4) Untung, keuntungan adalah kenaikan ekuitas atau aktiva bersih yang berasal dari transaksi insidental yang terjadi pada perusahaan dan semua transaksi atau kejadian yang mempengaruhi perusahaan dalam suatu periode akuntansi selain yang berasal dari pendapatan investasi pemilik. 5) Penghasilan adalah hasil akhir penghitungan dari pendapatan dan keuntungan dikurangi beban dan kerugian dalam periode tersebut (Yosy Arisandy, 2003).

Selain itu, untuk meningkatkan dan memaksimalkan perolehan laba dalam usaha ini. Pemilik usaha menanam kedelai sendiri sebagai bahan bakunya, sehingga sedikit mengjrangi biaya dalam penggunaan bahan baku. Dari Laporan Laba/Rugi Pabrik Tahu Assit Bulan Maret 2022 (Observasi dan wawancara, 2022), dapat diketahui bahwa total Penjualan sebesar Rp 57.200.000,-, total biaya sebesar Rp. 51.208.000,- sehingga laba bersih yang diperoleh adalah sebesar Rp. 5.992.000,-.

KESIMPULAN

Dalam penentuan atau penetapan harga jual produk tidak boleh dilakukan secara sembarangan, menjual dengan harga murah agar cepat laku belum tentu untung, tetapi bisa jadi merugikan bisnis atau perusahaan. Sebaliknya menjual barang atau produk dengan harga yang tinggi belum tentu laku, sehingga banyak produk yang tidak terjual dan mengakibatkan kerugian. Sebelum menentukan harga jual, perlu mempertimbangkan beberapa faktor seperti biaya selama produksi, harga bahan, biaya promosi, target market, persaingan dan target pendapatan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) pembuatan tahu pada usaha Tahu Assit di Sawo dengan menggunakan Metode Full Costing dimana jumlah biaya bahan baku (Rp41.040,000) ditambah dengan jumlah biaya tenaga kerja langsung (Rp3.937.000) ditambah jumlah biaya overhead pabrik tetap (Rp6.231,00) sama dengan jumlah total Harga Pokok Produksi Tahu sebesar Rp 57.200,000 atau sekitar 32.000 biji tahu selama 5 (lima) hari produksi. Dengan menggunakan metode tersebut usaha Tahu Assit ini memperoleh laba sebesar Rp. 5.992.000,-. Dengan analisis menggunakan metode ini usaha Tahu Assit ini bisa memperoleh laba yang diinginkan oleh pengusaha atau pemilik. Karena dengan metode Full Costing ini pengusaha Tahu bisa mendapat acuan untuk menetapkan harga dari produk tersebut.

REFERENSI

Aliu, S. (2013). Penerapan Akuntansi Pertanggungjawaban Sebagai Alat Pengendalian Biaya

- Produksi Dan Penilaian Kinerja. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3), 160–168.
- Bakti, J., Indonesia, M., Barus, T., Ratna, Y., Wulandari, E., Hutagalung, R. A., & Wydia, A. (2019). *St . Maria Fatima , Sentul City , Bogor*. 2(1), 145–154.
- Djaslim, S. (2003). *Strategi Penentuan harga*. 1–7.
- Fitria. (2013). Penentuan Harga Jual. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <http://eprints.stainkudus.ac.id/407/5/5>. BAB II.pdf
- Gultom, H. J., Sebayang, E. S., & Sitorus, S. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perhitungan Harga Jual Untuk Usaha Serapan Pagi. *Jurnal Ilmiah Skylandsea*, 3(2), 87–95.
- Helmina, B. (2013). Penentuan Harga Pokok Produksi Berdasarkan Metode Full Costing Pada Pembuatan Etalase Kaca dan Alumunium di Ud. Istana Alumunium Manado. *Jurnal EMBA*, 1(3), 217–224. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/2073/1646>
- Henri Slat, A., Harga Pokok, A., & Henri Slat Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi Universitas Sam ratulangi Manado, A. (2013). Analisis Harga Pokok Produk Dengan Metode Full Costing Dan Penentuan Harga Jual. *110 Jurnal EMBA*, 1(3), 110–117.
- Heriasman, H., & Suwaji, S. (2021). Efektifitas Dan Kontribusi Laba Badan Usaha Milik Daerah (Bumd) Terhadap Pendapatan Asli Daerah (Pad) Kabupaten Indragiri Hulu. *SULTANIST: Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 9(1), 60–68. <https://doi.org/10.37403/sultanist.v9i1.245>
- Hidayat, L., & Halim, S. (2013). Analisis Biaya Produksi Dalam Meningkatkan Profitabilitas Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 1(2), 159–168. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v1i2.263>
- Indrawan, & Selly. (2021). PENGARUH BIAYA PRODUKSI, VOLUME PENJUALAN, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LABA (Studi Pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.). *Repository*, 9–39.
- Lasut, T. (2015). Analisis Biaya Produksi Dalam Rangka Penentuan Harga Jual Makanan Pada Rumah Makan Ragey Poppy Di Tomohon. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(1), 43–51.
- MANAJEMEN LABA DALAM PRESPEKTIF ISLAM* Yosy Arisandy Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Bengkulu. (2003).
- Pangemanan, J. T. (2016). Analisis Perencanaan Laba Perusahaan Dengan Penerapan Break Even Point Pada Pt. Kharisma Sentosa Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 4(1), 376–385.
- Pratama, G. T. D. (2018). Penentuan Harga Pokok Produksi Pada Rokim Mebel (Studi Kasus Pada Rokim Mebel, Waru, Sidoarjo). *Undergraduate Thesis, Univesitas 17 Agustus 1945*, 3(9), 1–57.
- Siti Sakinah. (2019). Pengaruh Produk, Harga, Tempat, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Empiris pada Konsumen Seblak Sinija Kabupaten Magelang). *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 6–43.
- TRIASWATI, Y. (2009). *Penentuan Harga Jual Produk Dengan Mempertimbangkan Biaya Kualitas Pada Pt. Lambang Indah Rotan Sukoharjo*.

JESS: Journal of Economics and Social Sciences

Vol. 1 No. 1 Januari-Juni 2022: 1-10

Whiting, E. (1986). Current cost. *A Guide to Business Performance Measurements*, 172–187.
https://doi.org/10.1007/978-1-349-07472-3_14