

PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUKSI DAN HARGA MENGGUNAKAN METODE *FULL COSTING* PADA *HOME INDUSTRY VANIA BAKERY* DI SEMARANG

Oleh :

Ary Erlinda Setiyani

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Akuntansi

Universitas Dian Nuswantoro Semarang

ABSTRACT

A production activity is necessary to be done by sacrificing an economic source similar to utility costs in order to make a product or service to be marketed. All of these costs will be the basis in determining the cost of production. Determining the cost of production is very important, because it also plays a role in determining the price. The cost of production and its selling price could increase competition between one to another company to produce a quality product at competitive prices.

In this study, the Home Business Industry of Vania Bakery became the object of activities for the calculation of cost of production and the selling price. The aim of the present study was to analyze the calculation of production and the selling price of chocolate banana bread calculate on the basis of the company's method and full costing one. Data used in this study were primary data collected from the company and conducted by doing interviews and secondary data obtained through literature in line with the title of the study. Method of calculating the cost of production and selling prices used in this study is to use the full costing method.

Results of this study showed that the calculation of cost production using full costing method was Rp 80.734.875,00 price of production cost per seed was Rp 2.070,00 and the selling price per seed was Rp 3.300,00. While the calculation of production cost based on company's calculation was Rp 74.372.400,00 price of production per seed was Rp 1.907,00 and the selling price per seed was Rp 3.000,00. There was difference of the cost of production of Rp 6.362.475,00. The difference in the cost of production per seed was Rp 163,00 and selling price difference of Rp 300,00.

Keywords: cost of production, selling prices, full costing

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Di Indonesia saat ini telah banyak dijumpai industri-industri rumahan atau yang lebih dikenal dengan *home industry*. *Home industry* saat ini sangat membantu pemerintah dalam menghadapi masalah perekonomian negara khususnya masalah pengangguran. Biasanya industri-industri rumahan merekrut para karyawan dari lingkungan tempat tinggal mereka sendiri atau bisa juga karyawan di luar kota. Perusahaan-perusahaan atau industri-industri yang telah didirikan harus mempunyai strategi ataupun metode yang tepat agar produk-produk yang dihasilkan tetap bisa bersaing dan hendak bertujuan untuk mendapatkan laba atau keuntungan, karena kemajuan dunia dewasa ini jauh berkembang dengan pesat, baik dalam skala besar maupun kecil serta banyaknya industri yang terus bermunculan akan menimbulkan persaingan industri sejenis maupun yang tidak sejenis untuk dapat menguasai pasar akan hasil produk perusahaan tersebut (Maria, 2014).

Usaha kecil dan menengah (UKM) di berbagai negara termasuk di Indonesia merupakan salah satu penggerak perekonomian rakyat yang tangguh. Hal ini karena kebanyakan para pengusaha kecil dan menengah berangkat dari industri keluarga atau rumahan. Dengan demikian konsumennya pun berasal dari kalangan menengah ke bawah. Selain itu, peranan UKM terutama sejak krisis moneter tahun 1998 dapat dipandang sebagai katup penyelamat dalam proses pemulihan ekonomi nasional, baik dalam mendorong laju pertumbuhan ekonomi maupun penyerapan tenaga kerja. Semakin berkembangnya perusahaan, semakin kompleks aktivitas-aktivitas yang dijalankan. Seringkali terdapat beberapa kendala dalam industri rumahan, salah satunya keuangan, baik berupa modal awal hingga perhitungan harga pokok produksi dan harga jual (Ilham, 2013). Selain itu, masalah-masalah yang muncul dalam sektor *home industry* adalah laporan mengenai biaya-biaya yang telah dikeluarkan selama proses produksi berlangsung. Para pelaku usaha dalam melakukan perhitungan harga pokok produksi dan harga jual biasanya kurang terperinci.

Permasalahan harga pokok produksi dan harga jual berawal dari tidak adanya suatu proses pencatatan yang baik yang dilakukan oleh pelaku usaha. Usaha *home industry Vania Bakery* merupakan usaha kecil yang bergerak dalam bidang produksi manufaktur makanan yang produksinya dilakukan selama enam hari dalam satu minggu. Dalam melakukan perhitungan harga pokok produksi, usaha *home industry vania bakery* ini masih menggunakan metode pencatatan yang masih sederhana yaitu biaya tenaga kerja dan biaya *overhead* yang digunakan untuk memproduksi roti pisang cokelat belum dimasukkan dalam komponen biaya produksi.

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perhitungan harga pokok produksi dan harga jual roti pisang cokelat yang telah dilakukan oleh *home industry vania bakery* dan perhitungan yang telah dilakukan dengan metode *full costing*.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Biaya

Menurut beberapa ahli, definisi biaya dapat diartikan sebagai berikut:

1. Daljono (2005) biaya adalah suatu pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang, untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan akan memberikan keuntungan atau manfaat pada saat ini atau masa yang akan datang.
2. Mulyadi (2012) ada dua definisi yaitu biaya dalam arti luas dan biaya dalam arti sempit. Dalam arti luas biaya adalah 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. Untuk membedakan biaya dalam arti luas, pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh aktiva ini disebut dengan istilah harga pokok.
3. Hansen dan Mowen (2012) biaya adalah kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberikan manfaat saat ini atau di masa depan bagi organisasi. Biaya dikatakan sebagai setara kas karena sumber nonkas dapat ditukar dengan barang atau jasa yang diinginkan.

Berdasarkan beberapa pengertian yang ada di atas, maka dapat disimpulkan bahwa biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang dengan tujuan untuk memperoleh suatu manfaat yaitu peningkatan laba di masa mendatang.

Obyek Biaya

Menurut Ilham (2013) pada dasarnya objek biaya adalah setiap kegiatan atau aktivitas yang memerlukan adanya pengukuran atau penentuan biayanya secara tersendiri. Maksudnya adalah untuk mengetahui berapa besarnya biaya untuk mengukur sesuatu seorang pemakai informasi akuntansi dapat menyebutnya sebagai objek biaya.

Penggolongan Biaya

Menurut Mulyadi (2012) biaya digolongkan dengan berbagai macam cara. Biaya dapat digolongkan menurut:

1. Objek pengeluaran.

Dalam penggolongan berdasarkan obyek pengeluaran merupakan dasar dari penggolongan biaya. Misalnya nama obyek pengeluaran adalah bahan baku, maka semua pengeluaran yang berhubungan dengan bahan baku disebut dengan “biaya bahan baku”

2. Fungsi pokok dalam perusahaan.

Pada perusahaan manufaktur, ada tiga fungsi pokok yaitu fungsi produksi, fungsi pemasaran, fungsi administrasi dan umum. Oleh karena itu dalam perusahaan manufaktur, biaya dapat dikelompokkan menjadi tiga kelompok:

a. Biaya Produksi

Biaya produksi merupakan biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi bahan produk jadi yang siap dijual. Contoh biaya yang termasuk dalam biaya produksi meliputi biaya depresiasi mesin dan ekuipmen, biaya bahan baku, biaya penolong, biaya gaji karyawan yang bekerja dalam bagian-bagian yang langsung maupun tidak langsung. Menurut obyek pengeluarannya, secara garis besar biaya produksi dibagi menjadi: biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik (*factory overhead cost*). Biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung disebut juga dengan biaya utama (*prime cost*), sedangkan biaya kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik sering disebut dengan biaya konversi (*conversion cost*), yang merupakan biaya untuk mengkonversi (mengubah) bahan baku menjadi produk jadi.

b. Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk. Contohnya adalah biaya iklan; biaya promosi; biaya pendalaman dinas; biaya gaji manajer, biaya perjalanan dinas, dan lain-lain.

c. Biaya Administrasi dan Umum

Biaya administrasi dan umum merupakan biaya untuk mengkoordinasi kegiatan produksi dan kegiatan pemasaran produk. Contoh biaya ini adalah biaya telepon, biaya peralatan kantor, biaya gaji karyawan keuangan, administrasi, personalia dan hubungan masyarakat, biaya fotocopy, dan lain-lainnya.

3. Hubungan biaya dengan sesuatu yang akan dibiayai.

Sesuatu yang dibiayai dapat berupa produk atau departemen. Hubungannya dengan sesuatu yang dibiayai, biaya dapat dikelompokkan menjadi dua golongan:

a. Biaya langsung (*direct cost*)

Biaya langsung adalah biaya yang terjadi, yang penyebab satu-satunya adalah karena adanya sesuatu yang dibiayai. Biaya produksi langsung terdiri dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Biaya langsung departemen (*direct departmental costs*) adalah semua biaya yang terjadi di dalam departemen tertentu.

b. Biaya tidak langsung (*indirect cost*)

Biaya tidak langsung adalah 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 costs*). Dalam hubungannya dengan departemen, biaya tidak langsung adalah biaya yang terjadi di suatu departemen, tetapi manfaatnya dinikmati oleh lebih dari satu departemen.

4. Perilaku biaya dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan.

Dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan. Biaya dapat digolongkan menjadi:

a. Biaya Variabel

Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan.

b. Biaya Semivariabel

Biaya semivariabel adalah biaya yang berubah sesuai tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Biaya semivariabel mengandung unsur biaya tetap dan unsur biaya variabel.

c. Biaya Semifixed

Biaya *semifixed* adalah biaya tetap untuk tingkat volume kegiatan tertentu dan berubah dengan jumlah yang konstan pada volume produksi tertentu.

d. Biaya Tetap

Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap dalam kisaran volume kegiatan tertentu.

5. Jangka waktu manfaatnya

Atas jangka waktu manfaatnya, biaya dapat dibagi menjadi dua:

a. Pengeluaran modal (*capital expenditures*)

Pengeluaran modal adalah biaya yang mempunyai manfaat lebih dari satu periode akuntansi (biasanya periode akuntansi adalah satu tahun kalender). Pengeluaran modal ini pada saat terjadinya dibebankan sebagai harga pokok aktiva, dan dibebankan dalam tahun-tahun yang menikmati manfaatnya dengan cara didepresiasi, diamortisasi atau di delesi.

b. Pengeluaran pendapatan (*revenue expenditures*)

Pengeluaran pendapatan adalah biaya yang hanya mempunyai manfaat dalam periode akuntansi yang terjadinya pengeluaran tersebut. Pada saat terjadinya, pengeluaran pendapatan ini dibebankan sebagai biaya yang dipertemukan dengan pendapatan yang diperoleh dari pengeluaran biaya tersebut.

Harga Pokok Produksi

Menurut Hansen dan Mowen (2013) harga pokok produksi (*cost of goods manufactured*) mencerminkan total biaya barang yang diselesaikan selama periode berjalan. Biaya yang hanya dibebankan terhadap barang yang diselesaikan adalah biaya manufaktur dari bahan langsung, tenaga kerja langsung, dan overhead. Berdasarkan pengertian di atas dapat dikatakan bahwa harga pokok produksi adalah semua biaya, baik langsung maupun tidak langsung yang dikeluarkan untuk memproduksi suatu barang selama periode tertentu.

Tujuan Harga Pokok Produksi

Tujuan harga pokok produksi menurut Mulyadi (2012) adalah:

- a. Biaya produksi merupakan salah satu data yang dipertimbangkan selain data non produksi dalam penentuan harga jual produk yang dipasarkan.
- b. Untuk memantau realisasi biaya produksi.
- c. Menghitung laba rugi bruto perusahaan pada periode tertentu.
- d. Menentukan harga produk dalam proses dan produk selesai yang disajikan dalam neraca.

Metode *Full Costing*

Full costing merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi ke dalam harga pokok produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik (Mulyadi, 2012). Penjelasan mengenai elemen biaya yang dibebankan ke produk, Hansen dan Mowen (2013):

a. **Bahan Langsung**

Bahan langsung adalah bahan yang dapat ditelusuri secara langsung pada barang atau jasa yang sedang diproduksi. Biaya bahan ini dapat langsung dibebankan pada produk karena pengamatan secara fisik dapat digunakan dalam mengukur kuantitas yang dikonsumsi setiap produk. Bahan yang menjadi bagian produk berwujud atau bahan yang digunakan dalam penyediaan jasa umumnya diklasifikasikan sebagai bahan langsung.

b. **Tenaga kerja langsung**

Tenaga kerja langsung adalah tenaga kerja yang dapat ditelusuri secara langsung pada barang atau jasa yang sedang diproduksi. Seperti halnya bahan langsung, pengamatan secara fisik dapat digunakan dalam mengukur kuantitas karyawan yang terlibat dalam memproduksi suatu produk dan jasa. Karyawan yang mengubah bahan baku menjadi produk atau menyediakan jasa kepada pelanggan diklasifikasikan sebagai tenaga kerja langsung.

c. ***Overhead***

Semua biaya produksi – selain bahan langsung dan tenaga kerja langsung – dikelompokkan dalam satu kategori yang disebut *overhead*. Pada perusahaan manufaktur, *overhead* juga dikenal sebagai bahan pabrik (*factory burden*) atau *overhead* manufaktur (*manufacturing overhead*). Kategori biaya *overhead* memuat

berbagai hal. Selain bahan langsung, banyak masukan diperlukan untuk membuat produk.

Pengertian Harga Jual

Harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan (Supriyono, 2001).

Penentuan harga jual menurut Supriyono (2001):

1. Kebijakan penentuan harga jual (*pricing policies*)
Kebijakan penentuan harga jual adalah pernyataan sikap manajemen terhadap penentuan harga jual produk atau jasa. Kebijakan tersebut tidak menentukan harga jual, namun menetapkan faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dan aturan dasar yang perlu diikuti dalam penentuan harga jual.
2. Keputusan penentuan harga jual (*pricing decision*)
Keputusan penentuan harga jual adalah penentuan harga jual produk atau jasa suatu organisasi yang umumnya dibuat untuk jangka pendek. Keputusan ini dipengaruhi oleh kebijakan penentuan harga jual, pemnafaatan kapasitas, dan tujuan organisasi.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga Jual

Banyak faktor yang mempengaruhi pembuatan keputusan penentuan harga jual baik dari lingkungan internal maupun dari lingkungan eksternal perusahaan. Faktor-faktor tersebut antara lain adalah sebagai berikut:

Faktor Bukan 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. Faktor-faktor tersebut antara lain adalah:

1. Keadaan Perekonomian
Keadaan perekonomian sangat mempengaruhi tingkat harga yang berlaku. Perubahan kondisi perekonomian dalam keadaan inflasi, yaitu turunnya daya beli uang maka akan menyebabkan harga jual barang atau jasa naik. Sebaliknya apabila perekonomian dalam keadaan deflasi, yaitu naiknya daya beli uang maka harga jual barang atau jasa akan menjadi lebih rendah.
2. Elastisitas Permintaan
Berubah tidaknya harga produk tergantung pada elastisitas permintaan produk. Karakteristik elastisitas permintaan adalah (Supriyono, 2001):
 - a. Jika permintaan elastis, peningkatan harga berakibat penurunan permintaan sehingga total pendapatan menurun.
 - b. Jika permintaan produk tidak elastik, peningkatan harga berakibat penurunan permintaan, namun total pendapatan meningkat.
 - c. Elastisitas permintaan diukur berdasar presentase perubahan kuantitas dibagi presentase perubahan harga.
 - d. Jika elastisitas kurang dari 1, permintaan tersebut tidak elastik. Jika elastisitas permintaan lebih besar dari 1, permintaan disebut elastik.
 - e. Elastisitas saling mengukur pengaruh harga barang substitusi terhadap permintaan produk tertentu.

Elastisitas permintaan dan penawaran mempengaruhi keputusan manajemen untuk menaikkan atau menurunkan harga jual produk. Jika permintaan suatu produk

bersifat elastik maka keputusan untuk menurunkan harga jual berakibat dapat meningkatkan volume penjualan dan jumlah relatif besar. Sebaliknya, jika permintaan suatu produk tidak elastik, maka keputusan menurunkan harga jual berakibat hanya dapat meningkatkan volume penjualan yang relatif kecil.

3. Tipe Pasar

Pada model ekonomi, harga jual disusun berdasarkan tipe pasar yang dihadapi oleh perusahaan. Beberapa tipe pasar yang penting adalah sebagai berikut (Supriyono, 2001):

- a. Persaingan sempurna
- b. Persaingan monopolistik
- c. Oligopoli
- d. Monopoli

4. Penawaran dan Permintaan

Penawaran adalah berbagai jumlah barang yang ditawarkan oleh penjual pada suatu tingkat harga tertentu yang menganggap hal-hal lain sama. Permintaan adalah jumlah barang yang diminta oleh pembeli pada tingkat harga tertentu dengan asumsi hal-hal lainnya sama. Pertemuan antara kurva penawaran dan permintaan menghasilkan suatu keseimbangan yang menunjukkan besarnya harga (harga jual). Bentuk pasar yang dihadapi produsen dan konsumen juga sangat mempengaruhi keseimbangan harga kurva penawaran dan permintaan.

5. Tindakan atau Reaksi Pesaing

Tindakan atau reaksi pesaing juga dapat mempengaruhi tingkat harga yang ditetapkan oleh perusahaan. Perusahaan yang sejenis akan berusaha menarik minat konsumen dengan cara menjual barang atau jasanya dengan tingkat harga yang lebih rendah apabila dibandingkan dengan harga yang ditetapkan oleh pesaingnya.

6. Pengaruh Pemerintah

Pengaruh pemerintah yang dimaksudkan dalam penentuan harga jual khususnya adalah undang-undang, keputusan, peraturan, dan kebijakan pemerintah yang ada (Supriyono, 2001). Penentuan harga jual barang atau jasa yang menyangkut hajat hidup orang banyak sangat dipengaruhi oleh kebijakan atau aturan pemerintah. Pengawasan pemerintah berpengaruh dalam penentuan harga maksimum dan minimum bagi produk atau jasa yang merupakan kebutuhan pokok masyarakat.

7. Ciri atau Kesan Masyarakat

Citra atau kesan masyarakat terhadap suatu barang atau jasa dapat mempengaruhi harga. Barang atau jasa yang telah dikenal masyarakat mempunyai harga jual yang lebih tinggi dibanding dengan barang atau jasa yang masih baru dipasar.

8. Tujuan Nonlaba (Nirlaba)

Perusahaan non laba mempunyai tujuan melayani masyarakat, misalnya membantu pemerintah dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa dengan mendirikan sekolah. Pada umumnya, perusahaan non laba bergerak di bidang jasa. Harga jual produknya ditentukan sama dengan total biaya yang dikeluarkan. Biaya total dapat mencakup keseluruhan dana operasi perusahaan, beban bunga yang ditanggung, dana untuk meningkatkan jasa pelayanan serta perluasan operasi.

9. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Sebuah perusahaan didirikan bukan sekedar untuk mencari laba, tetapi juga untuk melayani masyarakat. Rasa tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dapat mempengaruhi penentuan harga jual. Harga jual ditentukan berdasarkan tingkat ekonomi masyarakat yang dilayani.

Faktor Biaya

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 atau 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.

METODE PENELITIAN

Obyek Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Vania Bakery sebuah industri rumahan yang beralamat di Jalan Sawunggaling Timur Nomor 57, Semarang.

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan adalah studi kasus yang merupakan penelitian dengan karakteristik masalah yang berkaitan dengan latar belakang dan kondisi saat ini dari subjek yang diteliti, serta interaksinya dengan lingkungan. Subjek yang diteliti dapat berupa individu, kelompok, lembaga, atau komunitas tertentu. Tujuan studi kasus adalah menentukan menyelidiki secara mendalam mengenai subjek tertentu untuk memberikan gambaran yang lengkap mengenai subjek tertentu. Lingkup penelitian kemungkinan berkaitan dengan suatu siklus kehidupan atau hanya mencakup bagian tertentu yang difokuskan pada faktor-faktor tertentu atau unsur-unsur dan kejadian secara keseluruhan (Indriantoro dan Supomo, 2014).

Penelitian yang dilakukan pada Vania Bakery Semarang merupakan studi kasus untuk mengungkapkan penerapan akuntansi biaya sebagai penentuan harga pokok produksi. Sehingga dapat diketahui efisiensi penetapan harga pokok penjualan yang telah dilakukan oleh pemilik usaha.

Jenis dan Sumber Data

Menurut Indriantoro dan Supomo (2014) sumber data penelitian merupakan faktor penting yang menjadi pertimbangan dalam penentuan metode pengumpulan data. Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Data primer secara khusus dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian. Data primer dapat berupa opini subyek (orang) secara individual atau kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda (fisik) kejadian atau kegiatan dan hasil pengujian. Ada dua metode yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data primer, yaitu: metode survei dan metode observasi.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan data primer dengan melakukan survei dan observasi secara langsung dari sumber asli, dalam penelitian ini sumber asli adalah Vania Bakery.

Metode Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi merupakan proses pencatatan pola perilaku subyek (orang), obyek (benda) atau kejadian yang sistematis tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi dengan individu-individu yang diteliti (Indriantoro dan Sumpomo, 2014). Observasi dilakukan untuk mendapatkan gambaran tentang penerapan akuntansi biaya dalam penetapan harga pokok produksi pada Vania Bakery

2. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dalam metode survei yang menggunakan pertanyaan secara lisan kepada subyek penelitian. Data yang dikumpulkan umumnya berupa masalah tertentu yang bersifat kompleks, sensitif atau kontroversial, sehingga kemungkinan jika dilakukan dengan teknik kuisioner akan kurang memperoleh tanggapan responden (Indriantoro dan Supomo, 2014). Wawancara dilakukan untuk mendapatkan data-data yang lebih banyak dan lengkap untuk mengolah data penetapan harga pokok produksi.

3. Studi Kepustakaan

Studi pustaka bertujuan untuk memperoleh data yang dibutuhkan untuk membekali diri dengan teori akuntansi biaya agar dapat diterapkan pada penentuan harga pokok produksi, serta teori-teori lain yang dapat membantu peneliti dalam menjawab pertanyaan yang telah ditentukan sebelumnya. Maka dilakukan studi kepustakaan dengan cara membaca literatur-literatur tentang akuntansi biaya.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif, yaitu dengan merekomendasikan penyusunan harga pokok produksi yang seharusnya dimana metode ini dinyatakan dengan angka-angka.

Tahapan Penelitian

1. Identifikasi perusahaan, bidang yang dijalani oleh perusahaan dan tata kelola perusahaan.
2. Mengumpulkan data mengenai biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* untuk menghitung biaya produksi.
3. Memasukkan semua elemen yang dibutuhkan dalam perhitungan harga pokok produksi, yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead*.

Rumus Harga Pokok Produksi menggunakan metode *full costing*:

Biaya Bahan Baku Rp. xxx

Biaya Tenaga Kerja Langsung Rp. xxx

Biaya *Overhead* pabrik Rp. xxx

Harga Pokok Produksi Rp. xxx

4. Menghitung harga pokok produksi menggunakan metode perusahaan.
Rumus Harga Pokok Produksi menggunakan metode perusahaan:
 $HPP = \text{Biaya Bahan Baku} \times 180\%$
5. Mengevaluasi perbedaan harga pokok produksi yang digunakan oleh perusahaan dengan harga pokok produksi menggunakan metode *full costing*.
6. Menentukan harga jual sesuai keinginan pemilik perusahaan, dengan memasukkan *mark up* atau keuntungan yang diinginkan ke dalam masing-masing perhitungan (metode perhitungan perusahaan dan metode perhitungan *full costing*) kemudian di masukkan ke dalam rumus dengan *mark up* 57,3%.

Menurut Slamet Sugiri (1994):

Harga jual = $Cost + (\% \text{ Mark up } \times Cost)$

- Memberikan informasi berupa saran dan kesimpulan kepada pemilik perusahaan tentang hasil penelitian.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Usaha home industry Vania Bakery sudah melakukan perhitungan harga pokok produksi dengan metode yang masih sederhana. Usaha home industry ini hanya menghitung dan biaya bahan baku dan dikalikan 180% untuk menghitung biaya produksi. Proses produksi di Vania Bakery sebanyak 26 hari kerja. Bahan baku pembuatan roti pisang coklat memiliki cukup banyak komponen yaitu, tepung terigu, telur, gula, mentega, pengembang, susu, gula, pisang, coklat batangan.

Tabel 4.2

Perhitungan Harga Pokok Produksi Roti Pisang Cokelat dengan Metode Perusahaan

No	Keterangan	Kebutuhan Satu Bulan	Harga (Rp)	Jumlah (Rp)
1	Tepung terigu	65	34.000	2.210.000
2	Mentega	13	225.000	2.925.000
3	Susu bubuk	13	60.000	780.000
4	Telur	260	18.000	4.680.000
5	Gula pasir	390	10.000	3.900.000
6	Pisang	520	15.000	7.800.000
7	Pengembang dan penghalus	39	37.000	1.443.000
8	Minyak goreng	260	10.000	2.600.000
9	Gas elpiji	13	140.000	1.820.000
10	Cokelat Batang	130	65.000	8.450.000
11	Plastik	39.000	120	4.680.000
12	Garam	30	1.000	30.000
Total Biaya Bahan Baku				41.318.000
Penambahan Prosentase Sebagai HPP			180%	74.372.400
Jumlah Roti yang Diproduksi			39000	
Harga Pokok Produksi per roti				1.907

Perhitungan menggunakan metode *full costing*:

- Biaya Bahan Baku

Tabel 4.15

Biaya Bahan Baku selama satu bulan

No	Keterangan	Kebutuhan Satu Bulan	Harga (Rp)	Jumlah (Rp)
1	Tepung terigu	65	34.000	2.210.000
2	Mentega	13	225.000	2.925.000
3	Susu bubuk	13	60.000	780.000
4	Telur	260	18.000	4.680.000
5	Gula pasir	390	10.000	3.900.000
6	Pisang	520	15.000	7.800.000
7	Pengembang dan penghalus	39	37.000	1.443.000
8	Minyak goreng	260	10.000	2.600.000
9	Gas elpiji	13	140.000	1.820.000
10	Cokelat Batang	130	65.000	8.450.000
11	Plastik	39.000	120	4.680.000
12	Garam	30	1.000	30.000
Total Biaya Bahan Baku				41.318.000

2. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Produksi roti pisang coklat sebesar 60% dari total produksi, sehingga gaji karyawan juga dihitung 60% dari gaji untuk proses perhitungan biaya produksi.

Tabel 4.16

Biaya Tenaga Kerja Langsung

keterangan	karyawan	gaji	jumlah
Sales	12	1.800.000	21.600.000
Pembuatan adonan	5	960.000	4.800.000
Penggoreng pisang	3	1.600.000	4.800.000
Oven dan pegepakan	6	960.000	5.760.000
Kepala pembuatan adonan	1	1.200.000	1.200.000
Total			38.160.000

3. Biaya *Overhead* Pabrik

Tabel 4.21

Biaya *Overhead* Pabrik

Keterangan	Total Biaya (Rp)
Biaya Listrik	439.000
Biaya Telepon	64.000
Biaya Air	197.000
Biaya Penyusutan Mesin dan Peralatan	556.875
Jumlah	1.256.875

Tabel 4.22

Perhitungan Harga Pokok Produksi Roti Pisang Cokelat menggunakan Metode *Full Costing*

Keterangan	Total Biaya (Rp)
Biaya Bahan Baku	41.318.000
Biaya Tenaga Kerja Langsung	38.160.000
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	1.256.875
Jumlah	80.734.875
Jumlah Produksi	39.000
Harga Per Biji	2.070

Pembahasan

Perbandingan Hasil perhitungan Harga Pokok Produksi dan Harga Jual Roti Pisang Cokelat dengan menggunakan perhitungan perusahaan dan perhitungan *full costing*.

Tabel 4.23

Perbandingan Hasil Perhitungan Harga Pokok Produksi dan Harga Jual Roti Pisang Cokelat dengan Menggunakan Cara Perusahaan dan Metode *Full Costing*.

Unsur Biaya	Perhitungan Perusahaan	Perhitungan <i>Full Costing</i>	Perbedaan
Biaya Bahan Baku	Rp 41.318.000	Rp 41.318.000	Biaya bahan baku antara perhitungan perusahaan dan perhitungan <i>full costing</i> sama karena merupakan landasan biaya.
Biaya Tenaga Kerja Langsung		Rp 38.160.000	Pada Metode Perusahaan Biaya Tenaga Kerja tidak dimasukkan kedalam unsur Biaya Harga Pokok Produksi
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik			Perhitungan perusahaan belum mengenal istilah biaya <i>overhead</i> pabrik, pada perhitungan <i>full costing</i> mengidentifikasi secara terpisah komponen biaya <i>overhead</i> pabrik
Biaya Listrik		Rp 439.000	
Biaya Air		Rp 197.000	
Biaya Telepon Biaya Penyusutan Mesin dan Peralatan		Rp 556.875	

<i>Mark up</i> Biaya tidak terduga	Rp 33.054.400		Perhitungan perusahaan menambahkan nilai sebesar 80% dari biaya bahan baku untuk menjadi dasar perhitungan harga pokok produksi.
Harga Pokok Produksi Jumlah Produksi	Rp 74.372.400 39.000	Rp 80.734.875 39.000	
Harga Pokok Produksi per Roti	Rp 1.907 *Rp 74.372.400 : 39.000 57,3%	Rp 2.070 *Rp 80.734.875 : 39.000 57,3%	Harga Pokok Produksi berdasarkan perhitungan <i>full costing</i> lebih tinggi, dikarenakan biaya tenaga kerja dan biaya <i>overhead</i> pabrik turut diperhitungkan.
Tingkat Keuntungan (<i>Mark Up</i>)	Rp 1.092,7	Rp 1.186,2	Hasil <i>mark up</i> perhitungan <i>full costing</i> lebih tinggi dari pada perhitungan perusahaan, dikarenakan harga pokok produksi dengan perhitungan <i>full costing</i> lebih tinggi.
Harga Jual per Roti Pembulatan	Rp 2.999,7 Rp 3.000	Rp 3.256 Rp 3.300	
Penjualan	Rp 117.000.000 *Rp 3000 x 39.000	Rp 128.700.000 *Rp 3.300 x 39.000	Penjualan berdasarkan perhitungan <i>full costing</i> lebih tinggi Rp 11.700.000 dari pada perhitungan perusahaan
Keuntungan	Rp 42.627.600	Rp 47.965.125	Keuntungan dengan menggunakan perhitungan <i>full costing</i> lebih tinggi Rp 5.337.525

Berdasarkan tabel 4.23 diketahui adanya perbedaan nilai dari hasil perhitungan harga pokok produksi yang dilakukan menurut metode perusahaan dan metode full costing. Perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode full costing memiliki nilai yang lebih tinggi dibandingkan dengan perhitungan dengan menggunakan metode perusahaan. Nilai Harga Pokok Produksi yang dihasilkan dengan metode full costing sebesar Rp 80.734.875,00 sedangkan nilai yang dihasilkan menurut metode perusahaan sebesar Rp 74.372.400,00 sehingga terdapat selisih perhitungan harga pokok produksi sebesar Rp 80.734.875,00 - Rp 74.372.400,00 = Rp 6.362.475,00.

Perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode full costing memiliki nilai lebih tinggi karena semua unsur biaya dihitung secara rinci yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik yang bersifat tetap maupun variabel sedangkan perhitungan harga pokok produksi menurut metode perusahaan memiliki nilai yang lebih rendah karena dalam metode perusahaan belum memasukkan biaya overhead pabrik dan biaya tenaga kerja langsung. Perusahaan hanya memperinci biaya bahan baku. Maka dari itu, perhitungan harga pokok produksi menurut metode perusahaan jauh lebih kecil dibanding dengan menggunakan metode full costing.

Perhitungan harga jual roti pisang coklat dengan cara menambahkan mark up sebesar 57,3% pada harga pokok produksi, penentuan mark up oleh pemilik dengan asumsi bahwa harga jual nantinya akan mampu untuk bersaing di pasar.

Berdasarkan hasil dari perhitungan yang telah dilakukan, terdapat perbandingan dari hasil perhitungan harga jual dengan dasar harga pokok produksi menggunakan metode perusahaan dan harga jual dengan dasar harga pokok produksi menggunakan metode full costing.

Berdasarkan tabel 4.23 diketahui adanya perbedaan nilai harga jual dari hasil perhitungan harga jual yang dilakukan dengan dasar harga pokok produksi menurut metode perusahaan dan metode full costing. Perhitungan harga jual dengan menggunakan metode full costing memiliki nilai yang lebih tinggi dibandingkan dengan perhitungan dengan menggunakan metode perusahaan. Nilai yang dihasilkan dengan dasar harga pokok produksi metode full costing sebesar Rp 3.300,00 sedangkan nilai yang dihasilkan dengan dasar harga pokok produksi menurut metode perusahaan sebesar Rp 3.000,00 sehingga terdapat selisih perhitungan harga pokok produksi sebesar $Rp\ 3.300,00 - Rp\ 3.000,00 = Rp\ 300,00$.

Perhitungan harga jual dengan dasar menggunakan metode full costing memiliki nilai lebih tinggi karena harga pokok produksinya juga lebih tinggi sedangkan perhitungan harga jual dengan dasar harga pokok produksi menurut metode perusahaan memiliki nilai yang lebih rendah karena harga pokok produksinya lebih rendah. Maka dari itu, perhitungan harga jual menurut metode perusahaan memiliki nilai lebih kecil dibanding dengan harga jual yang menggunakan dasar harga pokok produksi full costing.

PENUTUP

Kesimpulan

1. Usaha *home industry Vania Bakery* telah melakukan perhitungan harga pokok produksi dan harga jual, tetapi dalam melakukan perhitungan masih dengan menggunakan metode yang sederhana. Masih ada biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik yang belum diperhitungkan dalam proses produksi, yaitu gaji karyawan sebagai biaya tenaga kerja langsung dan biaya listrik, biaya air, biaya telepon, biaya penyusutan mesin dan peralatan pada biaya *overhead* pabrik. Hasil perhitungan harga pokok produksi yang ditentukan oleh perusahaan adalah Rp 74.372.400,00 dan harga pokok produksi per bijinya Rp 1.907,00. Untuk penentuan harga jual dengan menambah *mark up* sebesar 57,3% sesuai kebijakan pemilik. Hasil perhitungan harga jual dengan dasar perhitungan harga pokok produksi menurut perusahaan adalah Rp 3.000,00.
2. Perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode *full costing* diperoleh hasil sebesar Rp 80.734.875,00 dan harga pokok produksi per biji Rp 2.070,00. Hasil perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode *full costing* memiliki nilai lebih tinggi, karena biaya-biaya yang ada dalam proses produksi dihitung secara terperinci. Untuk penentuan harga jual dengan menambah *mark up* sebesar 57,3% sesuai dengan kebijakan pemilik. Hasil perhitungan harga jual

dengan dasar harga pokok produksi menurut metode *full costing* adalah Rp 3.300,00. Selisih Harga Pokok Produksi menurut metode perusahaan dan metode *full costing* sebesar Rp 163,00 dan selisih harga jual sebesar Rp 300,00.

3. Perbedaan perhitungan keuntungan dari metode *full costing* dan metode perusahaan adalah sebesar Rp 47.965.125 – Rp 42.627.600 = Rp 5.337.525,00. Dalam metode *full costing* keuntungan penjualan roti pisang cokelat lebih tinggi Rp 5.337.525,00.

Saran

Sebaiknya usaha home industry Vania Bakery milik Bapak Nur Wakhid menggunakan metode full costing dalam penentuan perhitungan harga pokok produksi dan harga jual dengan menggunakan metode full costing lebih terperinci dan lebih akurat karena biaya tenaga kerja langsung dan biaya overherad pabrik dimasukkan ke dalam perhitungan full costing dibandingkan dengan metode yang digunakan oleh perusahaan. Dengan menggunakan metode full costing harga memang lebih tinggi Rp 300,00 tetapi keuntungan yang didapat juga lebih tinggi yaitu sebesar Rp 5.337.525,00