



**ANALISIS PENENTUAN BIAYA PRODUKSI SEBAGAI DASAR PENETAPAN
HARGA JUAL PADA UMKM SEMPOL AYAM MBAK
TYAH DI KOTA BENGKULU**

Windi Ani^{1*}, Mirra Sri Wahyuni², Furqonti Ranidiah³, Ahmad Sumarlan⁴

Universitas Muhammadiyah Bengkulu^{1,2,3,4}

mirra@umb.ac.id²

INFORMASI ARTIKEL

Diterima :

Direvisi :

Disetujui :

Kata Kunci: Biaya
Produksi, Harga Jual, Harga
Pokok Produksi,
Profitabilitas

Keywords :
*Production Cost, Selling
Price, Cost of Goods Sold,
Profitability*

ABSTRACT:

This study aims to analyze the determination of production costs as a basis for determining selling prices at Mbak Tyah's Chicken Sempol MSME in Bengkulu City. The research method used is a qualitative method with data collection techniques through observation, interviews, and documentation of the business owner. Data analysis is carried out through the stages of data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The results of the study indicate that the total production cost of Mbak Tyah's Chicken Sempol MSME per month is Rp217,390,000 consisting of raw material costs of Rp109,800,000, direct labor costs of Rp37,800,000, factory overhead costs of Rp64,590,000, and owner's salary of Rp5,200,000. With a production volume of 270,000 skewers per month, the cost of goods sold is Rp805 per skewer. The selling price set at Rp1,000 per skewer results in a profit of Rp195 per skewer or a total profit of Rp52,650,000 per month. The conclusion of this study indicates that the selling price set by the Mbak Tyah Chicken Sempol MSME is sufficient to cover all production costs and provide adequate profits. However, the production cost recording system still needs improvement to make cost calculations and business decision-making more accurate and effective.

ABSTRAK:

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penentuan biaya produksi sebagai dasar penetapan harga jual pada UMKM Sempol Ayam Mbak Tyah di Kota Bengkulu. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi terhadap pemilik usaha. Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa total biaya produksi UMKM Sempol Ayam Mbak Tyah per bulan sebesar Rp217.390.000 yang terdiri atas biaya bahan baku Rp109.800.000, biaya tenaga kerja langsung Rp37.800.000, biaya overhead pabrik Rp64.590.000, dan gaji pemilik Rp5.200.000. Dengan jumlah produksi sebanyak 270.000 tusuk per bulan, diperoleh harga pokok produksi sebesar Rp805 per tusuk. Harga jual yang ditetapkan sebesar Rp1.000 per tusuk menghasilkan laba sebesar Rp195 per tusuk atau total laba sebesar Rp52.650.000 per bulan. Simpulan penelitian ini menunjukkan bahwa penetapan harga jual pada UMKM Sempol Ayam Mbak Tyah telah mampu menutupi seluruh biaya produksi dan



memberikan keuntungan yang memadai, namun sistem pencatatan biaya produksi masih perlu ditingkatkan agar perhitungan biaya dan pengambilan keputusan usaha menjadi lebih akurat dan efektif.

PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi pada saat ini memasuki era globalisasi, banyak persaingan di dunia usaha untuk merebut dan menguasai pasar. Di era modern ini, dunia usaha dan dunia industri sedang mengalami perkembangan yang sangat pesat, terbuktinya dengan semakin banyaknya para pengusaha baik mikro maupun makro dengan beragam usaha mereka yang sangat menarik. Banyaknya pelaku usaha yang terus menerus bermunculan akan menimbulkan suatu persaingan yang sangat ketat diantara usaha sejenis maupun yang tidak sejenis untuk dapat menguasai dunia pasar. Pelaku tersebut bisa dari perusahaan besar ataupun perusahaan kecil. Terlebih lagi dengan selektifnya konsumen untuk memilih barang yang memiliki mutu yang tinggi dengan harga yang relatif murah. Untuk itu suatu perusahaan dituntut untuk mempunyai strategi yang tepat agar mencapai tujuan perusahaan (Nofiani et al., 2021). Pada dasarnya tujuan didirikannya suatu bisnis atau perusahaan adalah untuk menciptakan konsumen. Menciptakan konsumen harus dicapai dengan menciptakan sebuah proposisi nilai atau value proposition yang baik dalam bentuk barang, jasa, atau kombinasi dari keduanya. Perusahaan harus memperhitungkan dengan benar biaya-biaya yang dikeluarkan, hal ini demi menjaga agar biaya untuk mewujudkan barang atau jasa lebih sedikit dari harga yang dibayarkan oleh konsumen. Selisih dari harga yang dibayarkan oleh konsumen dengan biaya yang dikeluarkan untuk mewujudkan produk yang dijual oleh perusahaan, dikenal sebagai keuntungan. Fungsi keuntungan sendiri adalah untuk membiayai operasional perusahaan, untuk menyiapkan perusahaan di masa depan, dan sebagai suatu premi atas resiko yang ditempuh oleh perusahaan dalam menjalankan bisnisnya (Lucy Hariyati, 2023).

Pertumbuhan UMKM di Kota Bengkulu dalam tiga tahun terakhir juga mengalami peningkatan yang sangat pesat, hingga tahun 2023 jumlah UMKM di Kota Bengkulu adalah sebanyak 44.705 jenis UMKM (Dinas Koperasi dan UKM Kota Bengkulu, 2023). Ini menunjukkan trend positif dimana UMKM di Kota Bengkulu sudah menjadi faktor penting pula dalam memajukan perekonomian di Kota Bengkulu. Sekalipun, pada tahun 2020, UMKM di Kota Bengkulu merasakan dampak yang luar biasa dari pandemic Covid- 19. Banyak UMKM di Kota Bengkulu yang mengalami kesulitan dalam menjalankan usahanya. Terbukti dari survey Kadin satu tahun pandemi Covid-19 di mana 05,4 persen pelaku UMKM yang mengalami kebangkrutan, 35,6 persen UMKM yang berpotensi Bangkrut, 38,9 persen UMKM yang penjualannya menurun sampai dengan 50 persen, dan hanya 12,8 persen UMKM tidak mengalami perubahan (Lin et al., 2024).

Di Kota Bengkulu, terdapat banyak UMKM yang bergerak di bidang kuliner, salah satunya adalah Sempol Ayam Mbak Tyah. Usaha ini menawarkan produk sempol ayam yang memiliki cita rasa khas dan telah dikenal oleh masyarakat setempat. Sempol ayam merupakan makanan yang terbuat dari daging ayam yang dicampur dengan tepung dan bumbu, kemudian dibentuk dan digoreng. Keunikan dan cita rasa yang khas membuat produk ini diminati oleh berbagai kalangan. Di balik kesuksesan Sempol Ayam Mbak Tyah, ada perjuangan panjang seorang wanita bernama Ibu Tiyah. Awalnya, ia hanya berjualan sempol ayam di depan sekolah dasar dengan modal seadanya. Resep sempol ayamnya merupakan warisan dari sang



ibu, yang kemudian ia modifikasi dengan menambahkan bumbu rahasia sehingga rasanya menjadi lebih istimewa dan disukai banyak orang. Ibu Tiyah selalu mengutamakan kualitas bahan baku. Ia memilih daging ayam segar dan bumbu-bumbu pilihan yang dibeli langsung dari pasar tradisional. Proses pembuatan sempol ayam pun dilakukan dengan sangat hati-hati dan higienis. Tak heran, sempol ayam Mbak Tyah selalu laris manis diserbu pembeli. Namun, perjalanan bisnis Ibu Tiyah tidak selalu mulus. Ia pernah mengalami masa-masa sulit ketika harga bahan baku naik, sementara ia enggan menaikkan harga jual karena tidak ingin kehilangan pelanggan. Ia juga sempat kewalahan menghadapi persaingan dari pedagang sempol ayam lainnya yang mulai bermunculan. Berkat kegigihan dan dukungan dari keluarga, Ibu Tyah berhasil melewati masa-masa sulit tersebut.

Sempol ayam adalah jajanan yang sedang populer diberbagai daerah, terutama dikalangan anak muda dan pelajar. Popularitas ini menjadi peluang usaha yang menjanjikan sehingga menarik untuk dikaji dari segi pemasaran, inovasi produk, atau manajemen usaha maupun harga produksi. Kini, Sempol Ayam Mbak Tyah telah menjadi salah satu ikon kuliner di Kota Bengkulu. Pelanggannya tidak hanya anak-anak sekolah, tetapi juga orang dewasa dari berbagai kalangan. Ibu Tiyah pun telah memiliki beberapa karyawan yang membantunya dalam memproduksi dan menjual sempol ayam. Kesuksesan Ibu Tyah adalah bukti bahwa dengan kerja keras, inovasi, dan kualitas produk yang baik, UMKM bisa bersaing dan berkembang di tengah persaingan pasar yang semakin ketat. Sempol Ayam Mbak Tyah juga menjadi inspirasi bagi banyak pengusaha kecil lainnya untuk terus berjuang dan mengembangkan bisnis mereka.

UMKM Sempol Ayam Mbak Tyah di Kota Bengkulu menghadapi tantangan dalam menentukan harga jual yang kompetitif. Dengan banyaknya pesaing di pasar kuliner, penting bagi UMKM ini untuk memahami struktur biaya produksinya. Penetapan harga yang kompetitif dapat menarik lebih banyak konsumen, tetapi juga harus memastikan bahwa harga tersebut dapat menutupi biaya dan memberikan keuntungan yang cukup. Selain itu, faktor eksternal seperti kondisi pasar, daya beli masyarakat, dan strategi pemasaran juga mempengaruhi penetapan harga jual. Oleh karena itu, analisis yang komprehensif diperlukan. Salah satu masalah yang sering dihadapi oleh pengusaha mikro kecil dan menengah adalah kesalahan dalam penetapan harga pokok produksi yang kurang tepat (Marisyah, 2022:142). Penentuan harga pokok produksi tersebut terdiri atas biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik. Ketiga biaya tersebut dicatat dan diklasifikasikan dengan tepat sesuai jenis dan sifat dari biaya tersebut untuk mengetahui besaran biaya yang akan dikeluarkan untuk menghasilkan sebuah produk. Menurut Yustitia dan Adriansah (2022:2) pelaku UMKM memiliki beberapa hambatan dalam menjalankan usahanya yang berasal dari internal maupun eksternal. Hambatan internal adalah hambatan yang terjadi dari diri pelaku usaha tersebut berupa pengetahuan dan keterampilan dalam berbisnis. Keterbatasan pengetahuan ini membuat persepsi oleh beberapa UMKM menganggap bahwa masalah keuangan dan pencatatan tidak diperlukan bagi UMKM. Sedangkan masalah eksternal timbul dari luar pelaku usaha seperti perolehan modal, sarana produksi dan promosi (Studi et al., 2023).

Harga pokok produksi adalah seluruh biaya yang dikorbankan untuk memproduksi suatu barang atau jasa dalam periode tertentu baik langsung maupun tidak langsung, bisa juga diartikan seluruh biaya yang dikeluarkan untuk proses produksi hingga menjadi produk jadi (Horngren, 2018). Adapun komponen-komponen dalam harga pokok produksi yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik (Anggreani & Adnyana, 2020).



Biaya bahan baku adalah pengeluaran yang dimiliki perusahaan dalam rangka memenuhi semua kebutuhan bahan baku dalam proses produksi. Biaya tenaga kerja langsung ialah biaya yang dikeluarkan untuk membayar para pekerja yang terlibat langsung dalam proses produksi. Biaya overhead pabrik yaitu biaya di luar biaya bahan baku dan tenaga kerja langsung tetapi masih berkaitan dengan proses produksi (Ramadhany, 2021).

Harga pokok produksi menurut Bastian Bustami Nurlela dalam buku *Akuntansi Biaya* (2010) yaitu kumpulan biaya produksi yang terdiri dari bahan baku langsung, tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik ditambah persediaan produk dalam proses awal dan dikurang persediaan produk dalam proses akhir. Harga pokok produksi terikat pada periode waktu tertentu, dan akan sama dengan biaya produksi apabila tidak ada persediaan produk dalam proses awal dan akhir. Sedangkan menurut Mulyadi dalam buku *Akuntansi Biaya* (2012, 14) "harga pokok produksi adalah sejumlah biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual". Berdasarkan pengertian diatas, harga pokok produksi yaitu total biaya yang dikeluarkan untuk mengolah bahan baku menjadi barang jadi (Anggreani et al., 2020).

Harga jual merupakan besarnya harga yang akan ditetapkan kepada konsumen yang diperoleh atau dihitung dari biaya produksi ditambah dengan biaya non produksi dan laba yang diharapkan (Mulyadi, 2020) Penentuan harga jual merupakan hal penting. Bagi sektor usaha yang sudah berpengalaman, penetapan harga jual mungkin bukan hal yang sulit, namun bagi pelaku usaha yang belum lama menekuni dunia usaha penentuan harga jual merupakan hal yang menyulitkan. Penentuan harga jual akan berpengaruh pada keputusan pembelian konsumen. Apabila penentuan harga jual terlalu tinggi maka konsumen tidak akan membeli barang yang ditawarkan, namun jika penetapan harga jual terlalu rendah maka pemilik usaha akan sulit untuk mencari keuntungan. Oleh karena itu, penetapan harga jual merupakan salah satu faktor penting bagi pemilik usaha (Bersama et al., 2019). Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rahman (2023) dengan judul penelitian "Analisis Penetapan Harga Jual pada UMKM Kuliner di Kota Bengkulu" letak kesamaan dengan penelitian ini adalah menggunakan metode pendekatan yang serupa yaitu pendekatan kualitatif. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkn data yang lebih lengkap dan akurat, dan terdapat gap antara harga jual yang ditetapkan dengan perhitungan biaya produksi yang seharusnya. Sedangkan perbedaan dengan penelitian ini adalah peneliti sebelumnya mencakup berbagai jenis produk kuliner yang mungkin berbeda-beda.

TINJAUAN LITERATUR Harga

Konsep-konsep teori ekonomi, yaitu makna harga, nilai, dan utilitas, saling terkait. Utilitas adalah atribut yang melekat pada suatu produk yang memungkinkan produk tersebut memenuhi kebutuhan, keinginan, dan kepuasan konsumen. (Kotler, 2008) harga adalah jumlah uang yang dibebankan untuk suatu produk atau jasa, atau jumlah nilai yang dipertukarkan oleh konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. (Thamrin dan Francis, 2024) dalam buku mereka menjelaskan bahwa "Penetapan harga merupakan masalah ketika perusahaan harus menentukan harga untuk pertama kalinya. Hal ini terjadi ketika perusahaan mengembangkan atau menetapkan perannya sebagai produk baru, ketika memperkenalkan produk yang sudah ada ke dalam saluran distribusi baru atau ke wilayah geografis baru, dan ketika memperkenalkan tawaran kontrak kerja baru."

1. Proses penetapan harga adalah sebagai berikut:
2. Menentukan target harga



3. Menentukan permintaan
4. Memperkirakan biaya
5. Menganalisis penawaran dan pesaing
6. Memilih metode penetapan harga
7. Memilih harga akhir
8. Strategi Penetapan Harga

Biaya Produksi

Menurut Mulyadi dalam bukunya yang berjudul "Akuntansi Biaya" (edisi terbaru, 2020), biaya produksi didefinisikan sebagai total pengeluaran yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk memproduksi barang atau jasa. Mulyadi menjelaskan bahwa biaya produksi mencakup beberapa komponen utama, yaitu:

1. Penggolongan biaya menurut objek pengeluaran:
 - a. Biaya Bahan Baku
 - b. Biaya Tenaga Kerja Langsung
 - c. Biaya *Overhead* Pabrik
2. Penggolongan biaya menurut fungsi pokok dalam perusahaan:
 - a. Biaya Produksi
 - b. Biaya Pemasaran
 - c. Biaya Administrasi dan Umum
3. Penggolongan biaya menurut hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayainya:
 - a. Biaya Langsung
 - b. Biaya Tidak Langsung
4. Penggolongan biaya menurut perilakunya dalam hubungannya dengan perubahan volume aktifitas:
 - a. Biaya Tetap (*fixed cost*)
 - b. Biaya Variabel (*variable cost*)
 - c. Biaya Semi Variabel
 - d. Biaya Semi *Fixed*
5. Penggolongan biaya atas dasar jangka waktu manfaatnya:
 - a. Pengeluaran modal (*capital expenditure*)
 - b. Pengeluaran pendapatan (*revenue expenditure*)

Harga Pokok Produksi

Harga pokok produksi merupakan keseluruhan pengorbanan sumber-sumber ekonomi untuk menghasilkan produk atau melakukan pengolahan bahan baku menjadi produk jadi. Sehingga dapat digunakan untuk menghitung harga pokok produk jadi dan harga pokok produk akhir periode yang masih dalam proses. Mursyidi (2008:14) harga pokok adalah biaya yang telah terjadi yang belum dibebankan atau dikurangkan dari penghasilan. (Setiadi, 2014) harga pokok produksi adalah pengorbanan ekonomi yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi untuk memperoleh aktiva atau secara tidak langsung memperoleh penghasilan. (Batubara, 2013) mengemukakan bahwa "Harga pokok adalah jumlah yang dapat diukur dalam satuan uang yang dapat berwujud dalam bentuk kas, nilai aktiva lainnya, nilai jasa diserahkan, hutang yang timbul, dan tambahan modal dalam rangka pemilikan barang dan jasa yang diperlukan perusahaan baik pada masa yang lalu maupun masa yang akan datang."



Tujuan dan Fungsi Penetapan Harga Pokok Produksi

Harga pokok suatu produk ditetapkan berdasarkan perhitungan semua biaya yang dikeluarkan sehingga produk itu dapat atau siap untuk dijual. Menurut (Nofiani et al., 2022) “penentuan harga pokok adalah bagaimana memperhitungkan biaya kepada suatu produk atau pesanan atau jasa, yang dapat dilakukan dengan cara memasukkan seluruh biaya produksi atau hanya memasukan unsur biaya produksi variable saja.

Menurut (Utomo et al., 2021) tujuan penetapan harga pokok adalah:

- 1) Penentuan dasar harga penawaran.
- 2) Sebagai dasar dalam menentukan hasil perusahaan.
- 3) Penilaian harga pasar yang berlaku.
- 4) Alat untuk mengontrol efisiensi perusahaan.

Daljono, (2009:35) dalam bukunya menyatakan bahwa sesuai dengan konsep biaya yang telah dibahas, biaya produksi merupakan biaya yang diperlukan untuk memproses suatu produk. Dengan demikian, menentukan berapa harga pokok suatu produk sama halnya dengan menentukan (menghitung) berapa biaya yang telah diserap (dikonsumsi) oleh produk tersebut. Biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung (untuk selanjutnya hanya akan disebut dengan biaya bahan dan biaya tenaga kerja) merupakan biaya langsung terhadap produk. Biaya langsung dapat ditelusuri secara mudah dan akurat pada produk. Besarnya biaya langsung dengan produk, memiliki hubungan sebab-akibat. Oleh karena itu, biaya bahan dan biaya tenaga kerja dibebankan ke produk secara langsung. Biaya overhead pabrik (BOP) merupakan biaya tidak langsung.

Metode Penetapan Harga Pokok Produksi

Metode penetapan harga pokok produksi adalah menghitung semua unsur biaya kerja dalam harga pokok produksi. Dalam menghitung unsur-unsur biaya pada harga pokok produksi terdapat dua pendekatan yaitu metode full costing dan metode variable costing.

1. Metode *Full Costing*

Perusahaan dalam menentukan biaya produksinya banyak yang menggunakan pendekatan *full costing* hal ini dikarenakan dapat mewakili keadaan biaya yang sesungguhnya. Mulyadi, (2010:17) *full costing* merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang menghitung semua unsur biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead baik yang berperilaku variable maupun tetap.

Dari pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa metode *full costing* adalah penentuan semua unsur biaya yang bersifat variable maupun bersifat tetap.

Metode harga pokok produksi adalah:

Biaya bahan baku	xxxx
Biaya tenaga kerja langsung	xxxx
Biaya overhead pabrik	xxxx
Biaya overhead pabrik variabel	xxxx
Harga pokok produksi	xxxx

2. Metode *variabel costing*

Sampurno dan yani, (2009:10-1) dalam metode *variabel costing* biaya overhead pabrik tetap diperlakukan sebagai biaya periode dan bukan sebagai unsur harga pokok produk sehingga tidak melekat pada persediaan produk yang belum laku dijual, tetapi langsung dianggap sebagai biaya dalam periode terjadinya.



Untuk kepentingan perencanaan laba dan pengambilan keputusan jangka pendek manajemen memerlukan informasi biaya menurut perilakunya. Karena itu, timbul konsep lain yang tidak memperhitungkan semua biaya produksi sebagai komponen harga pokok produksi. Metode penghitungan harga pokok produksi ini hanya memperhitungkan biaya produksi variabel saja dalam penentuan harga pokok produksi dan disebut sebagai metode *variabel costing* atau dikenal pula dengan istilah *direct costing*.

Indrayati, (2017:120) metode *variabel costing* adalah penentuan harga pokok produksi yang hanya membebaskan biaya-biaya produksi variabel saja ke dalam harga pokok produk, dengan metode variabel costing harga pokok produksi adalah:

Biaya bahan baku.	xxxx
Biaya tenaga kerja variable.	xxxx
Biaya overhead pabrik variable.	xxxx
Harga pokok produk	xxxx

3. Metode harga pokok proses

Harga pokok produksi merupakan nilai investasi yang dikorbankan untuk mengubah bahan baku menjadi barang jadi. Komponen-komponen biaya terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya overhead pabrik. Metode pengumpulannya disesuaikan dengan karakteristik system produksi dengan industrinya. Menurut supriyono, (2001:39) metode harga pokok proses adalah metode pengumpulan harga produk dimana biaya dikumpulkan untuk setiap satuan waktu tertentu, misalnya bulan, semesteran dan tahun.

Adapun prosedur dalam menentukan harga pokok pada metode harga pokok proses sebagai berikut:

- Mengumpulkan data produksi pada periode tertentu untuk menyusun laporan produksi dan menghitung produksi ekuivalen dalam rangka menghitung harga pokok satuan.
- Mengumpulkan biaya bahan, tenaga kerja dan biaya overhead pabrik tertentu. Apabila produk diproses melalui beberapa departemen, elemen biaya tersebut dikumpulkan untuk setiap departemen.
- Menghitung harga pokok satuan setiap elemen yaitu jumlah elemen biaya tertentu dibagi produksi ekuivalen dari elemen biaya yang bersangkutan.
- Menghitung harga pokok selesai yang dipindahkan ke gudang atau ke departemen berikutnya dan menghitung harga pokok produk dalam proses akhir.
- Media yang di pakai dalam menghitung harga pokok produk. Adapun perbedaan Metode Harga Pokok Proses dengan Metode Harga Pokok Pesanan yaitu:

Menurut Mulyadi (2009:64) perbedaan antara metode harga pokok proses dengan metode harga pokok pesanan terletak pada:

a. Pengumpulan Biaya Produksi

Metode harga pokok pesanan mengumpulkan biaya produksi menurut pesanan, sedangkan metode harga pokok proses mengumpulkan biaya produksi per departemen produksi per periode akuntansi.

b. Perhitungan Harga Pokok Produksi Per Satuan

Metode harga pokok pesanan menghitung harga pokok per satuan dengan cara membagi total biaya yang dikeluarkan untuk pesanan tertentu dengan jumlah satuan produk yang dihasilkan dalam pesanan yang bersangkutan.

c. Penggolongan Biaya Produksi



Metode harga pokok pesanan, biaya produksi harus dipisahkan menjadi biaya produksi langsung dan biaya produksi tidak langsung. Biaya produksi langsung dibebankan kepada produk berdasar biaya yang sesungguhnya terjadi, sedangkan biaya produksi tidak langsung dibebankan kepada produk berdasar tariff yang ditentukan dimuka

Penetapan Harga Jual

1. Definisi Harga Jual

Harga jual produk yang ditetapkan oleh suatu perusahaan, tentu harga jual yang dapat bersaing di pasaran. Penentu harga jual yang dapat bersaing bukanlah suatu hal mudah dilakukan, harga jual yang terlalu tinggi dapat berakibat kalahnya perusahaan dalam persaingan, sedangkan harga terlalu rendah dapat berakibat tidak tercapainya tujuan perusahaan yaitu tercapainya laba pada tingkat yang dikehendaki.

2. Tujuan Penetapan Harga Jual

Tujuan penetapan harga merupakan suatu paduan untuk menciptakan masa depan, namun tujuan ini tidak mempunyai unsur mendesak yang akan membantu pencapaiannya. Tujuan penetapan harga yang mengacu ke masa depan, tidak memastikan bahwa perusahaan akan sampai di sana. Oleh karena itu, perusahaan perlu melengkapinya dengan menetapkan sasaran penetapan harga jual.

3. Komponen Harga Jual

Salah satu keputusan yang sulit dihadapi suatu perusahaan adalah menetapkan harga. Meskipun cara penetapan harga yang dipakai sama bagi setiap perusahaan yaitu didasarkan pada biaya, persaingan, permintaan, dan laba. Tetapi kombinasi optimal dari faktor-faktor tersebut berbeda sesuai dengan sifat produk, pasarnya dan tujuan perusahaan. Harga jual dari suatu produk/jasa terdiri dari:

- a. *Cost of Good Sold* (Harga Pokok Penjualan)
- b. *Expenses* (biaya operasional)
- c. *Interest* (biaya bunga)
- d. *Tax* (pajak)
- e. *Profit margin* (Laba)

4. Penetapan Harga Jual

Umumnya harga jual produk dan jasa standar ditentukan oleh pertimbangan permintaan dan penawaran dipasar, sehingga biaya bukan merupakan penentu harga jual. Karena, permintaan konsumen atas produk dan jasa tidak mudah ditentukan oleh manajer penentu harga tersebut akan menghadapi banyak ketidakpastian. Selera konsumen, jumlah pesaing yang memasuki pasar, dan harga jual yang ditentukan oleh pesaing, merupakan contoh faktor-faktor yang sulit untuk diramalkan, yang mempengaruhi pembentukan harga jual produk atau jasa di pasar.

5. Metode Penetapan Harga Jual

a. Penentuan Harga Jual Normal (*Normal Pricing*)

Normal pricing seringkali disebut dengan istilah *cost plus pricing* yaitu penentuan harga jual dengan cara menambahkan laba yang diharapkan di atas biaya penuh masa yang akan datang untuk memproduksi dan memasarkan produk. Kamaruddin Ahmad (2014:148) dalam bukunya Akuntansi Manajemen menjelaskan bahwa "*Cost Plus* adalah biaya tertentu ditambah dengan kenaikan (*Markup*).

Harga jual berdasarkan *cost plus pricing* dihitung dengan rumus sebagai berikut:



$$\text{Harga Jual} = \text{Taksiran biaya penuh} + \text{Laba yang diharapkan}$$

Pada penetapan harga jual produk terdapat dua pendekatan; *full costing* dan variabel costing. Jika pendekatan *Full Costing* yang digunakan maka harga jual produk harus dapat menutup biaya penuh yang merupakan jumlah biaya produksi dan biaya non produksi, ditambah dengan laba wajar. Untuk dapat menutup biaya penuh suatu produk atau jasa, penentuan harga jual dalam keadaan normal memerlukan biaya penuh dan aktiva penuh masa yang akan datang sebagai dasar.

Taksiran biaya penuh:

Biaya bahan baku	xx
Biaya tenaga kerja langsung	xx
Biaya Overhead pabrik (variabel + tetap)	xx+
Taksiran biaya produksi	xx
Biaya administrasi dan umum	xx
Biaya pemasaran	xx
Taksiran total biaya komersil	xx+
Taksiran biaya penuh	xx

Penentuan Harga Jual dalam *Cost-type, Contract (Cost-type, Contract Pricing)*.

Cost-type, Contract adalah pembuatan produk dan jasa yang pihak pembeli setuju membeli produk atau jasa pada harga yang didasarkan pada total biaya yang sesungguhnya dikeluarkan oleh produsen ditambah dengan laba yang dihitung sebesar persentase tertentu dari total biaya sesungguhnya.

b. Penentuan Harga Jual Pesanan Khusus (*Special Order Pricing*)

Pesanan khusus merupakan pesanan yang diterima oleh perusahaan di luar pesanan reguler perusahaan. Biasanya customer yang melakukan pesanan khusus ini meminta harga di bawah harga jual normal, bahkan seringkali harga yang diminta oleh *customer* berada di bawah biaya penuh, karena biasanya pesanan khusus mencakup jumlah yang besar. Penentuan Harga Jual produk yang dihasilkan perusahaan yang diatur dengan peraturan pemerintah. Penentuan harga jual berdasarkan biaya penuh masa yang akan datang ditambah dengan laba yang diharapkan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut (Creswell 2020) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang berfokus pada pemahaman dan interpretasi terhadap makna yang dibangun oleh individu atau kelompok dalam konteks sosial mereka. Penelitian ini sering kali melibatkan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan analisis dokumen. Subjek penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah Owner/Pemilik UMKM Sempol Ayam Mbak Tyah yang berlokasi di kota Bengkulu. Lokasi ini dipilih karena merupakan salah satu UMKM yang cukup dikenal dan memiliki proses produksi yang menarik untuk diteliti. Penelitian ini akan dilaksanakan pada bulan juni-juli 2025. Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis dalam penelitian ini adalah: Studi Lapangan, Wawancara dan Dokumentasi. Teknik Analisis Data akan dianalisis dengan menggunakan analisis tematik. Proses analisis dilakukan seperti Reduksi Data (*data reduction*), Penyajian Data (*Data Display*) dan Penarikan Kesimpulan.



HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Tabel 1
Rincian Biaya Bahan Baku

Jenis Bahan Baku	Kualitas Per Hari (Unit)	Harga Per Unit (Rp)	Total Biaya Per Bulan (Rp)
Daging Ayam	98 Kg x 30 hati	30.000	88.200.000
Tepung Terigu.	60 Kg x30 hari	12.000	21.600.000
Total Biaya			109.800.000

Biaya Tenaga Kerja Langsung

Analisis ini meliputi biaya upah tenaga kerja langsung yang terlibat dalam proses produksi sempol ayam. Terdapat 8 karyawan produksi dengan upah Rp. 75.000/orang per hari dan 11 karyawan penjualan dengan upah Rp. 60.000/orang per hari. Total biaya tenaga kerja langsung per hari adalah Rp. 1.260.000, dan Rp. 37.800.000 per bulan.

Tabel 2
Biaya Tenaga Kerja Langsung

No	Jenis pekerjaan	Jumlah karyawan	Upah per karyawan (rp)	Total biaya per hari (Rp)	Total biaya per bulan (Rp)
1	Karyawan Produksi	8	75.000	600.000	18.000.000
2	Karyawan Penjual	11	60.000	660.000	19.800.000
Total		19		1.260.000	37.800.000

Biaya *Overhead* Pabrik

Biaya *overhead* pabrik meliputi biaya tetap dan biaya variabel, seperti sewa tempat, penyusutan gerobak, gas, listrik, dan pengemasan. Total biaya *overhead* pabrik adalah Rp. 64.590.000

Biaya tetap (per bulan)

1. Sewa tempat gerobak penjualan : Rp. 3.300.000
2. Sewa tempat produksi: Rp. 700.000
3. Penyusutan gerobak: Rp. 4.400.000

Total biaya tetap: Rp. 8.400.000

Biaya variabel (per bulan)

1. Gas: Rp. 275.000 x 30 hari Rp. 8.250.000
2. Listrik: Rp. 60.000 (per lokasi) X 11 lokasi = Rp. 660.000 (per bulan)
3. Pengemasan (kantong plastik): Rp. 200.000 (per hari) x 30 hari Rp. 6.000.000
4. Air: Rp. 10.000 (per hari) x 30 hari = Rp. 300.000 (per bulan)
5. Minyak goreng 33 liter per hari dengan harga 17.000 x 30 hari =Rp 16.830.000
6. Bumbu penyedap rasa 10.000 per hari x 30 hari = RP. 300.000
7. Tusuk sate Rp. 135.000 per hari x 30 hari =Rp. 4.050.000
8. Telur untuk bahan pencelupan sebelum di goreng Rp. 660.000 x 30 hari = 19.800.000

Total Biaya variabel: Rp. 56.190.000



Jadi total biaya overhead pabrik adalah sebesar Rp. 64.590.000

Tabel 3
Rincian Biaya Overhead Pabrik (Per Bulan)

Jenis Biaya	Biaya Per Bulan (Rp)
Sewa Tempat (11 Lokasi)	3.300.000
Sewa Tempat Produksi	700.000
Penyusutan Gerobak	4.400.000
Gas (Per Bulan)	8.250.000
Listrik (Per Bulan)	660.000
Pengemasan (Per Bulan)	6.000.000
Air (Per Bulan)	300.000
Bumbu-bumbu	300.000
Telur	19.800.000
Miyak Goreng	16.830.000
Lidi Sate	4.050.000
Total	64.590.000

- a. Biaya penyusutan gerobak sempol ayam mbak tyah adalah biaya gerobak yang sudah ada sejak 5 tahun yaitu sebanyak 11 gerobak yang dibeli 1 gerobak seharga Rp. 2.000.000
- $$\text{Rp. 2.000.000} \times 11 = \text{Rp. 22.000.000}$$
- $$\frac{\text{harga perolehan}}{\text{umur ekonomis}} = \text{Rp. } \frac{22.000.000}{5 \text{ tahun}} = \text{Rp. 4.400.000}$$

Gaji Pemilik

Selain biaya-biaya yang telah disebutkan diatas, penting juga untuk menghitung gaji pemilik UMKM sebagai bagian dari biaya operasional. Dalam konteks UMKM Sempol Ayam Mbak Tyah, Ibu Tyh dan Bapak Sholeh sebagai pemilik usaha aktif terlibat dalam kegiatan operasional, mulai dari produksi hingga pemasaran. Oleh karna itu wajar, mereka menerima kompensasi atas waktu dan tenaga yang mereka curahkan dalam menjalankan bisnis ini. Untuk menghitung gaji pemilik, dapat digunakan pendekatan penggajian yang berlaku di UMKM serupa atau dengan mempertimbangkan standar upah minimum regional (UMR) Kota Bengkulu. Sebagai contoh, jika UMR Kota Bengkulu adalah Rp. 2.600.000 per bulan, dan pemilik mengalokasikan waktu penuh untuk bisnis ini, maka pemilik dapat ditetapkan sebesar Rp. 2.600.000 per bulan.

- a. Estimasi Gaji Pemilik: Rp. 2.600.000 per bulan (untuk setiap pemilik)
- $$= \text{Rp. 2.600.000} \times 2$$
- $$= \text{Rp. 5.200.000}$$

Jadi total gaji pemilik usaha sempol ayam mbak tyh ini adalah Rp. 5.200.000

Rekapitulasi Total Biaya Produksi

Tabel 4
Total biaya produksi

Komponen	Biaya (Rp)
Biaya Bahan Baku	109.800.000
Biaya Tenaga Kerja Langsung	37.800.000



Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	64.590.000
Gaji Pemilik	5.200.000
Total	217.390.000

Perhitungan Harga Pokok Produksi Per Tusuk

Berdasarkan jumlah produksi sebanyak 27.000 tusuk per bulan, diperoleh harga pokok produksi per tusuk sebagai berikut:

Komponen	HPP per tusuk (Rp)
Bahan Baku	407
Tenaga Kerja	140
Overhead Pabrik	239
Gaji Pemilik	19
Total HPP Per Tusuk	805

Berdasarkan perhitungan diatas, harga pokok produksi per tusuk sempol ayam adalah Rp. 805. Karena harga jual per tusuk adalah Rp. 1.000, maka laba kotor per tusuk adalah Rp. 195. Ini menunjukkan bahwa UMKM Sempol Ayam Mbak Tyah memiliki margin keuntungan yang cukup besar.

Analisi Harga Jual

Penentuan harga jual produk pada industri sangatlah penting karena metode penentuan harga jual sangat menentukan laba yang akan diperoleh industri. Perolehan laba yang maksimal merupakan target industri. Dimana antara biaya produksi dan harga jual memiliki hubungan signifikan dalam menentukan laba yang diinginkan atau diharapkan industri. Semua biaya yang dianggap berpengaruh dalam proses produksi akan diperhitungkan oleh industri. Setelah semua biaya dihitungkan barulah industri menambahkan laba yang diinginkan dalam menentukan harga jual. Selain faktor tersebut industri juga melihat kondisi pasar (para pesaing), sehingga harga yang ditetapkan industri tetap mampu bersaing. Penetapan harga jual produk dengan cara menghitung seluruh biaya yang dikeluarkan kemudian menambah persentase laba tertentu. Berdasarkan perhitungan harga pokok produksi yang menghasilkan 270.000. unit/tusuk sempol ayam per bulan. Total biaya produksi per bulan Rp.217.390.000 dari total biaya produksi tersebut, industri melakukan estimasi untuk menentukan harga jual produknya. Adapun cara untuk menentukan harga jual yaitu:

$$\begin{aligned} \text{Harga pokok produksi} &= \text{Rp.} \frac{\text{total biaya produksi}}{\text{total produksi}} \\ &= \text{Rp.} \frac{217.390.000}{270.000} \\ &= \text{Rp.} 805 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Laba kotor per produksi} &= \text{Harga Jual Per Unit} - \text{Harga Pokok Produksi Per Unit} \\ &= \text{Rp.} 1.000 - 805 \\ &= \text{Rp.} 195 /\text{tusuk} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Total laba bersih} &= \text{laba kotor per unit} \times \text{Total Produksi} \\ &= \text{Rp.} 195 \times 270.000 \end{aligned}$$



Total harga penjualan	=Rp. 52.650.000. /bulan = harga jual per unit X total produksi =Rp. 1.000 X 270.000 =Rp. 270.000.000 /bulan
% laba atas penjualan	$\frac{\text{total laba bersih}}{\text{total harga penjualan}} \times 100\%$ =Rp. $\frac{52.650.000}{270.000.000} \times 100\%$ =Rp. 195% /bulan
% laba atas total biaya produksi	$\frac{\text{total laba bersih}}{\text{total biaya produksi}} \times 100\%$ =Rp. $\frac{52.650.000}{217.390.000} \times 100\%$ =Rp. 242% /bulan
% total biaya produk/total penjualan	$\frac{\text{total biaya produksi}}{\text{total penjualan}} \times 100\%$ =Rp. $\frac{217.390.000}{270.000.000} \times 100\%$ =Rp. 0,80% /bulan

Analisis menunjukkan bahwa UMKM Sempol Ayam Mbak Tyah telah mencapai profitabilitas yang signifikan. Namun, sistem pencatatan biaya produksi masih sederhana dan perlu ditingkatkan untuk mendapatkan gambaran yang lebih akurat dan rinci. Hal ini penting untuk mendukung pengambilan keputusan yang lebih efektif terkait strategi bisnis, terutama dalam menghadapi fluktuasi harga bahan baku, dan persaingan pasar. Perbaikan sistem pencatatan biaya dan pelatihan manajemen keuangan akan sangat membantu. Harga pokok produksi merupakan total biaya produksi yang dikeluarkan atau pengorbanan sumber daya ekonomi dalam rangka pembuatan suatu produk, dimana setiap industri mengharapkan laba yang sepiantasnya dalam setiap kegiatan industri. Harga pokok produksi dapat dijadikan tolak ukur oleh industri untuk menetapkan kebijakan harga pada produknya. Karena itu, perhitungan harga pokok produksi sangat penting dalam sebuah usaha untuk menentukan atau memperkirakan laba yang akan diperoleh.

Dari hasil analisis data yang dilakukan diperoleh perhitungan untuk produksi sempol ayam dapat dilihat dari menghitung harga pokok produksi sempol ayam, dengan cara menjumlah seluruh biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya *overhead* pabrik. Kemudian hasil perhitungan tersebut dibagi dengan jumlah yang diproduksi. Perhitungan harga pokok produksi usaha sempol ayam dapat diuraikan sebagai berikut:

- b. Biaya bahan baku: dalam satu bulan industri ini menghasilkan 270.000 tusuk sempol ayam. Dimana total biaya bahan baku Rp. 109.800.000
- c. Biaya tenaga kerja: upah tenaga kerja pada industri sempol ayam diberikan per satu hari, usaha sempol ayam mbak tyah mempunyai 19 karyawan dengan upah yang berbeda. Dimana upah karyawan produksi sebesar Rp. 75.000/hari sedangkan upah karyawan penjual sebesar Rp. 60.000/ hari untuk satu orang.
- d. Biaya *overhead* pabrik: pada usaha sempol ayam biaya *overhead* pabrik dibagi menjadi beberapa bagian, yaitu:
 1. Biaya gas Rp. 8.250.000
 2. Biaya listrik Rp. 660.000
 3. Biaya pengemasan Rp. 6.000.000
 4. Biaya Air Rp. 300.000



5. Biaya sewa lokasi penjualan Rp. 3.300.000
6. Biaya sewa lokasi produksi Rp. 700.000
7. Biaya penyusutan gerobak Rp.4.400.000
8. Biaya lidi sate Rp. 4.050.000
9. Biaya penyedap rasa Rp.300.000
10. Biaya telur Rp. 19.800.000
11. Biaya minyak Rp. 16.830.000

Dari uraian diatas, untuk mengetahui total biaya produksi didapat dari jumlah biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya *overhead* pabrik dengan total biaya produksi sebesar Rp., dengan jumlah produksi 270.000./tusuk per bulan maka harga pokok produksi per tusuk ialah Rp.805/tusuk.

Dalam penentuan harga jual, didasarkan pada harga produksi karena harga pokok produksi tersebut digunakan untuk memastikan bahwa biaya yang dikeluarkan lebih rendah dari harga yang ditetapkan industri. Berdasarkan hasil perhitungan penetapan harga jual yang lebih tinggi untuk penjualan per tusuk sempol ayam Rp.1.000, jadi dalam pertusuk pihak industri memperoleh laba sebesar Rp.195/tusuk. Dengan persentase laba atas penjualan 195%..

KESIMPULAN

Bahwa UMKM Sempol Ayam Mbak Tyah di Kota Bengkulu telah menerapkan penetapan harga jual yang mampu menutupi seluruh biaya produksi dan menghasilkan keuntungan yang memadai. Total biaya produksi per bulan sebesar Rp217.390.000 yang terdiri dari biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik, dan gaji pemilik, dengan volume produksi sebanyak 270.000 tusuk per bulan. Perhitungan menunjukkan harga pokok produksi sebesar Rp805 per tusuk, sedangkan harga jual yang ditetapkan sebesar Rp1.000 per tusuk sehingga menghasilkan laba sebesar Rp195 per tusuk atau total laba Rp52.650.000 per bulan. Hasil ini menunjukkan bahwa harga jual yang diterapkan telah sesuai karena memberikan margin keuntungan yang cukup bagi usaha. Namun demikian, sistem pencatatan dan pengelolaan biaya produksi masih perlu ditingkatkan agar perhitungan biaya lebih akurat, efisien, dan dapat mendukung pengambilan keputusan usaha lebih tepat dalam menghadapi perubahan harga bahan baku serta persaingan pasar yang semakin ketat.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggreani, S., & Adnyana, I. G. S. (2020). Penentuan Harga Pokok Produksi Dengan Metode Full Costing Sebagai Dasar Penetapan Harga Jual Pada UKM Tahu AN Anugrah. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 8(1), 9–16. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v8i1.290>
- Batubara, H. (2013). Penentuan Harga Pokok Produksi Berdasarkan Metode Full Costing pada Pembuatan Etalase Kaca dan Aluminium di UD Istana Aluminium Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(3), 217–224. <https://doi.org/10.35794/emba.v1i3.2073>
- Creswell, J. W. (2020). *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran* (edisi terbaru). Sage Publications.
- Hetika, & Sari, Y. P. (2019). Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi untuk Menentukan Harga Jual pada UMKM di Kota Tegal. *Monex: Journal of Accounting Research*, 8(1), 303–314. <https://doi.org/10.30591/monex.v8i1.1272>



- Indraswanti, B. I. E., & Sunoto. (2024). Strategi Pengembangan UMKM Kota Bengkulu di Era Ekonomi Digital. *Convergence: The Journal of Economic Development*, 6(1), 50–69. <https://doi.org/10.33369/convergencejep.v6i1.35227>
- Indrayati. (2017). *Akuntansi Manajemen (Edisi 2)*. Malang: Media Nusa Creative.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran (Edisi 12)*. Jakarta: Erlangga.
- Lucy Hariyati. (2023). Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi pada UMKM Produk Kue Cakar Ayam KUBE Rasa Bersatu di Tanjungpinang. Skripsi Diploma, STIE Pembangunan Tanjungpinang.
- Mulyadi. (2010). *Akuntansi Biaya (Edisi 5)*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Mulyadi. (2020). Peranan Perhitungan Harga Pokok Produksi Pendekatan Full Costing dalam Menentukan Harga Jual dengan Metode Cost Plus Pricing pada UMKM Sepatu Heriyanto.
- Nofiani, S. Y., Komariah, K., & Syamsudin, A. (2022). Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Berdasarkan Metode Full Costing pada UMKM Sehi Kerpik. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 4(1), 115–127. <https://doi.org/10.31539/jomb.v4i1.768>
- Ramadhany, A. D. (2021). Analisis Biaya Produksi dan Harga Pokok Produksi. Hal. 1–19.
- Setiadi, P. (2014). Perhitungan Harga Pokok Produksi dalam Penentuan Harga Jual pada CV Minahasa Mantap Perkasa. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 14(2).
- Thamrin, & Francis. (2024). *Pengantar Administrasi Bisnis*. CV Gita Lentera.
- Utomo, K. P., Syarief, F., Winardi, M. A., Fadly, R., Widjaja, W., Setyorini, R., Sudrartono, T., Hasan, M., Zulfikar, R., & Triwardhani, D. (2021). *Dasar Manajemen dan Kewirausahaan*. Bandung: Widina Bhakti Persada.