

## PENTINGNYA PENGGUNAAN METODE KALKULASI BIAYA LANGSUNG SEBAGAI PENGHASIL INFORMASI MANAJEMEN DALAM PENETAPAN HARGA JUAL PRODUK PADA TOKO *Homecake*

Marsita Liazhari<sup>1</sup>, Yusran Bachtiar<sup>2</sup>

Email : [marsitaliazhari01@gmail.com](mailto:marsitaliazhari01@gmail.com)<sup>1</sup>, [yusranbachtiar01@gmail.com](mailto:yusranbachtiar01@gmail.com)<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Parepare

Jl.Jend. Ahmad Yani No.KM .6, Bukit Harapan, Kec.Soreang, Kota Parepare,Sulawesi Selatan

Kode Pos 91112

### Abstrak

Disiplin akuntansi manajemen terdapat suatu metode kalkulasi biaya yang sering juga diterapkan dalam praktek yaitu metode kalkulasi biaya langsung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penggunaan metode kalkulasi biaya langsung (*direct costing*) dapat menjadi sumber informasi bagi manajemen dalam penetapan harga jual produk pada *Homecake*. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi strategi yang digunakan dalam penetapan harga jual produk *Homecake* di Kota Parepare. Informan dalam penelitian ini adalah Ibu Mardiah Takdir dan Bapak Baharuddin, S.I.P selaku pemilik usaha *Homecake*. Dalam suatu perusahaan yang berorientasi pada keuntungan, laba merupakan salah satu tujuan utama yang ingin dicapai. Untuk mencapai tujuan tersebut, perusahaan menerapkan berbagai strategi, salah satunya adalah strategi penetapan harga jual. Penetapan harga jual produk memegang peranan penting karena berkaitan langsung dengan permintaan pasar, yang pada akhirnya dapat memengaruhi target laba perusahaan. Oleh karena itu, diperlukan penetapan harga jual yang wajar dan sesuai dengan kondisi perusahaan. Penetapan harga jual yang wajar membutuhkan informasi yang cukup, baik mengenai biaya-biaya produksi maupun harga jual produk pesaing. Untuk menghasilkan informasi biaya yang akurat, dibutuhkan metode kalkulasi biaya yang sesuai dengan karakteristik dan kondisi perusahaan. Hasil penelitian pada *Homecake* menunjukkan bahwa metode kalkulasi biaya langsung (*direct costing*) mampu memberikan informasi biaya yang lebih tepat dan relevan, sehingga dapat mendukung manajemen dalam menetapkan harga jual produk secara lebih efektif.

**Kata Kunci :** Kalkulasi Biaya Langsung, Harga Jual, Informasi Biaya, Strategi Penetapan Harga

### Abstract

*In the discipline of management accounting, there is a cost calculation method that is often applied in practice, namely the direct costing method. This study aims to understand how the use of the direct costing method can serve as a source of information for management in determining the selling price of products at Homecake. In addition, the study also seeks to identify the strategies used in setting product selling prices at Homecake in the city of Parepare. The informants in this study were Mrs. Mardiah Takdir and Mr. Baharuddin, S.I.P., as the owners of the Homecake business. In a profit-oriented company, profit is one of the main goals to be achieved. To reach this goal, companies implement various strategies, one of which is a pricing strategy. The determination of product selling prices plays an important role because it is directly related to market demand, which ultimately can affect the company's profit targets. Therefore, it is necessary to set a fair selling price that aligns with the company's conditions. Setting a fair selling price requires sufficient information, both about production costs and the selling prices of competitors' products. To produce accurate cost information, a cost calculation method that suits the characteristics and conditions of the company is needed. The results of the research on Homecake indicate that the direct costing method is able to provide more accurate and relevant cost information, thereby supporting management in setting product selling prices more effectively.*

**Keywords:** Direct Costing, Selling Price, Cost Information, Pricing Strategy



## PENDAHULUAN

Situasi pada dunia usaha di Indonesia sekarang ini sangatlah kompetitif. Pertumbuhan ekonomi dan teknologi mendorong tumbuhnya berbagai industri dan perdagangan sehingga peluang bisnis atau dunia usaha semakin terbuka lebar, pertumbuhan dunia usaha saat ini semakin pesat yang membawa persaingan yang seru diantara perusahaan-perusahaan yang bergerak dibidang industri yang sama,

Persaingan antar perusahaan-perusahaan semakin ketat, baik itu di perusahaan-perusahaan nasional yang ada maupun di perusahaan-perusahaan nasional dengan perusahaan multi nasional, perusahaan berusaha meningkatkan kualitas produksinya dan menekan biaya seminim mungkin sehingga harga jual produk yang dihasilkan mendapatkan posisi yang baik dalam persaingan dunia usaha. Hal ini dapat dilihat dari munculnya berbagai sektor-sektor yang terdapat pada berbagai perusahaan yang merupakan salah satu langkah dari serangkaian paket deregulasi yang pada akhir-akhir ini dikeluarkan oleh pemerintah serta semakin tajamnya persaingan antar perusahaan-perusahaan guna mempertahankan serta meningkatkan usahanya,

Untuk menghadapi situasi seperti ini, setiap perusahaan akan menyusun strategi-strategi yang efektif untuk bisa menerobos ketatnya persaingan, yaitu dengan berpikir dan melakukan strategi khusus serta rencana yang disatukan, luas dan terintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan dan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan tersebut telah dicapai oleh organisasi melalui pelaksanaan yang bagus dan tepat. Dimana dalam hal ini strategi merupakan kerangka acuan bagi perusahaan dalam bertindak dan mengambil suatu keputusan. Salah satu strategi yang dibuat adalah strategi mengenai harga jual. Strategi dan kebijakan harga mempengaruhi tingkat penjualan yang diikuti oleh volume penjualan perusahaan. Kesuksesan bagian penjualan memberikan harapan bagi para pengusaha untuk mengetahui apakah perusahaan tersebut bekerja dengan baik atau tidak.

Harga jual merupakan nilai tukar dari barang yang diproduksi yang dikenakan kepada pembeli. Harga jual juga yang menentukan berhasil atau tidaknya suatu barang yang laku di pasaran. Dalam penentuan harga jual produk bukan hanya merupakan kebijaksanaan dalam bidang pemasaran dan keuangan, melainkan juga merupakan kegiatan yang berhubungan dengan seluruh aspek kegiatan yang terdapat dalam perusahaan tersebut. Berbicara mengenai harga jual, menurut Phillip Kotler (2012) bahwa "Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu.

Perusahaan menetapkan harga dalam berbagai cara. Di dalam perusahaan kecil, harga sering kali ditetapkan oleh manajemen puncak". Harga adalah sejumlah uang yang dikeluarkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Kolter dan Armstrong, 2016)

Menurut Hansen dan Mowen (2011) "Harga jual adalah jumlah moneter yang di bebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas produk dan jasa yang dijual dan diserahkan".

Menurut Rudianto (2013) bahwa " Harga jual merupakan salah satu faktor yang sangat berpengaruh pada perusahaan, salah satunya yaitu tingkat pendapatan yang diperoleh perusahaan, yang selanjutnya akan berpengaruh terhadap perkembangan operasional perusahaan". 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. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi harga jual menurut Rudianto (2013) adalah "keadaan perekonomian, penawaran dan permintaan, elastisitas permintaan, persaingan, biaya, tujuan manager dan pengawasan pemerintah". Sedangkan menurut Slamet Sugiri S (2015) definisi harga jual adalah biaya atau cost ditambah dengan markup sebesar persentase tertentu dari biaya tersebut.

Adapun Menurut Lasena (2013), harga jual adalah sejumlah biaya yang dikelurkan perusahaan untuk memproduksi suatu barang atau jasa ditambah dengan persentase laba yang diinginkan perusahaan, karena itu untuk mencapai laba yang diinginkan oleh perusahaan salah satu cara yang dilakukan untuk menarik minat konsumen adalah dengan cara menentukan harga yang tepat untuk produk yang terjual. Jadi harga jual merupakan besaran harga yang akan ditawarkan kepada konsumen, sebagai imbalan dari pengeluaran biaya produksi ditambah biaya nonproduksi yang dilakukan perusahaan untuk memperoleh laba.

Para ahli sepakat bahwa definisi atau pengertian harga secara umum adalah nilai pertukaran dari suatu produk atau jasa". Jadi Menurut Kotler dan Armstrong (2012) Dalam arti yang sempit harga (price) adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, lebih luas lagi harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

Mulyadi (2012) menyatakan bahwa pada prinsipnya harga jual harus dapat menutupi biaya penuh ditambah dengan laba yang wajar. Harga jual sama dengan biaya produksi ditambah mark-up.

Dalam undang-undang No.42 Tahun 2009 pasal 1 ayat 4" harga jual adalah nilai berupa uang yang termasuk semua biaya yang diminta oleh penjual karena penyerahan barang kena pajak, tidak termasuk pajak pertambahan nilai yang dipungut menurut undang-undang pajak pertambahan nilai dan potongan harga yang dicantumkan dalam faktor pajak

Dalam menentukan harga jual sangat sering terjadi kejadian yang sangat fatal terhadap masalah keuangan perusahaan sehingga dapat mempengaruhi kelangsungan usaha perusahaan. Sehingga dalam penetapan harga jual, terlebih dahulu kita harus mengetahui biaya per unit yang dihasilkan. Oleh karena itu, dalam penetapan harga jual produk yang kita lakukan pertama adalah perhitungkan biaya per unit produk. Biaya per unit sangat penting dalam penilaian persediaan, penentuan laba dan pengambilan keputusan penting. Penentuan harga jual pada umumnya merupakan pengambilan keputusan yang menyangkut masa depan. Meskipun harga jual produk sudah terbentuk dipasar, informasi biaya penuh terutama biaya produksi sangat dibutuhkan karena sebagai titik awal dalam mengurangi ketidakpastian dalam menetapkan harga jual produk. Jika perusahaan melakukan kesalahan dalam menetapkan harga jual maka akibatnya produk tersebut akan kurang diterima di pasaran karena kalah bersaing dengan produk yang sejenis sehingga perusahaan tersebut akan kehilangan kesempatan untuk mendapatkan laba yang seharusnya diperoleh.

Selanjutnya dari rencana yang disatukan ini, disusunlah suatu kebijakan yaitu "aturan atau seperangkat aturan yang luas dan yang menuntun serta mengarahkan tindakan-tindakan dalam organisasi. Kebijakan tersebut diantaranya adalah kebijakan mengenai harga jual produk.

Dalam sebuah perusahaan yang berorientasi pada keuntungan, harga jual produk adalah salah satu masalah yang sangat penting. Dari harga jual yang telah ditetapkan akan mendatangkan pendapatan yang cukup bagi perusahaan sehingga dapat menutup berbagai biaya-biaya yang dibebankan serta memberikan kontribusi laba yang memenuhi untuk menjamin kelangsungan dan perkembangan perusahaan. Dengan demikian, sangat penting menentukan harga jual produk dengan tepat untuk memberikan perlindungan bagi perusahaan dari kemungkinan akan rugi.

Dalam menentukan harga jual terdapat strategi yang harus kita gunakan yaitu membuat tujuan penetapannya terlebih dahulu. Tujuan dari penetapan harga jual adalah untuk meningkatkan penjualan, memperbaiki dan mempertahankan *market share*, memperhatikan permintaan, dan mengusahakan mengembalikan investasi dengan pencapaian laba secara maksimal. Perusahaan ingin menetapkan harga jual yang dapat menutupi biaya untuk produksi, distribusi, penjualan produk dan memberikan laba yang wajar bagi usaha dan resikonya.

Untuk memperoleh laba, ada berbagai faktor yang harus diperhatikan, seperti penghasilan dan biaya-biaya. Dengan penghasilan yang besar dan biaya yang rendah, maka perusahaan dapat menghasilkan laba sesuai dengan yang diharapkan.

Harga jual merupakan hal yang sangat penting, dimana harga jual merupakan komponen yang mempunyai pengaruh yang sangat besar bagi kepuasan konsumen atau pembeli dan nilai kepuasan dari produk yang dihasilkan oleh perusahaan adalah setelah apa yang dirasakan oleh konsumen tersebut, jadi konsumen turut membantu dalam menentukan nilai dari suatu produk. Dalam menentukan harga produk jual, perusahaan harus memperhatikan beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi, faktor-faktor tersebut dapat berasal dari dalam perusahaan juga dari luar perusahaan seperti persaingan, permintaan dan penawaran, biaya, keadaan ekonomi dan lain-lain.

Penetapan harga sangatlah penting karena hal ini secara tidak langsung dapat mempengaruhi total penerimaan dalam suatu perusahaan. Penetapan harga adalah hal yang mendasar bagi keberhasilan untuk setiap kegiatan bisnis. Akan tetapi, kegiatan bisnis yang berskala kecil, dalam menetapkan harga suatu barang atau jasa yang baru merupakan tanggungjawab utama yang harus ditangani dengan sangat teliti. Penentuan harga jual dianggap penting karena begitu banyak usaha-usaha dimasyarakat yang

menentukan harga jual tanpa memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi penentuan harga jual. Kesalahan yang paling umum dalam menentukan harga jual adalah penetapan harga jual yang terlalu fokus memperhatikan biaya sehingga melupakan faktor-faktor yang lain diluar produksi, harga yang tidak cukup sering direvisi untuk mencerminkan perubahan pasar, dan penetapan harga jual yang tidak memperhitungkan biaya pemasaran

Agar dapat menetapkan harga jual produk yang wajar maka perusahaan membutuhkan informasi mengenai biaya-biaya perusahaan disamping informasi mengenai harga jual pesaing. Untuk menghasilkan sebuah informasi biaya yang baik maka perusahaan membutuhkan metode kalkulasi biaya yang baik juga yang sesuai dengan kondisi perusahaan yang ada saat ini.

Adapun faktor-faktor dasar dalam pertimbangan mengenai harga jual produk adalah sebagai berikut harga jual pesaing untuk produk sejenis, biaya-biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi, harga atas permintaan langganan. Adapun faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan tentang harga jual, yaitu faktor produk, tujuan manajer, biaya produksi yang terdiri atas biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya *overhead* pabrik, Faktor *ekstern*, seperti elastisitas permintaan, sasaran produk, persaingan pasar, pengawasan pemerintah.

Tujuan utama dari penetapan harga jual adalah memperoleh laba yang maksimum, mendapatkan *share* pasar tertentu, pemerah pasar (*market skimming*), mencapai keuntungan yang ditargetkan.

Saat ini di Indonesia, kebanyakan perusahaan lebih dominan menggunakan faktor harga jual pesaing dan sedikit didukung oleh taksiran biaya yang banyak.

Salah satu penyebab dari situasi ini adalah adanya kekurangan kemampuan suatu perusahaan dalam menggunakan metode kalkulasi biaya untuk menghasilkan suatu informasi yang akurat dan siap pakai bagi manajemen dalam membuat sebuah keputusan yang baik.

Pada literatur yang ada dalam disiplin akuntansi manajemen terdapat suatu metode kalkulasi biaya yang sering juga diterapkan dalam praktek yaitu metode kalkulasi biaya langsung. Metode kalkulasi biaya langsung atau *direct costing* merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang mana hanya memperhitungkan biaya produksi variabel saja atau yang secara langsung mempengaruhi volume produksi. Dalam kaitannya dengan produk, biaya langsung terdiri dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung serta biaya overhead pabrik variabel. Metode kalkulasi biaya langsung atau *direct costing* adalah metode yang dapat memberikan informasi biaya yang lebih untuk penetapan harga jual produk sesuai dengan kondisi perusahaan tersebut.

## METODE PENELITIAN

Lokasi yang diambil dalam penelitian ini adalah toko *Homecake* yang berada di Jl. Muh Arsyad No.65, Soreang, Kecamatan Soreang, Parepare, Sulawesi Selatan 91131, Indonesia. Informan (narasumber) dalam penelitian ini adalah seseorang yang memiliki informasi mengenai objek penelitian tersebut. Informan dalam penelitian di *Homecake* ini adalah Ibu Mardiah Takdir bersama Bapak Baharuddin, S.I.P selaku pemilik perusahaan. Untuk menjawab semua permasalahan yang terdapat dalam penelitian ini maka sangat dibutuhkan informasi yang baik dan benar. Teknik yang digunakan dalam dalam pengumpulan data atau informasi dalam penelitian ini adalah :

### 1) Metode Observasi

Metode observasi adalah teknik pengumpulan data, dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kejadian atau kegiatan yang dilakukan. Akan tetapi, dalam penelitian ini observasi yang dilakukan peneliti yaitu melakukan pengamatan dengan menggunakan indera penglihatan yang berarti tidak mengajukan pertanyaan-pertanyaan. Dalam penelitian ini, peneliti juga menggunakan observasi non-partisipan, yang mana maksudnya yaitu jika seseorang melakukan observasi tidak ikut ambil bagian dalam penghidupan objek atau orang-orang yang diobservasi.

Jadi dalam penelitian ini, peneliti melakukan observasi hanya berada diluar dari subjek yang dilihat atau diamati dan tidak ikut serta dalam kegiatan-kegiatan. Metode observasi ini dilakukan guna untuk mendapatkan dan menggali informasi mengenai data terkait penetapan harga jual produk pada *Homecake*.

### 2) Survei Lapangan

Survei dilakukan dengan :



- a. *Interview*, yaitu mengadakan wawancara dalam hal tanya jawab dengan pimpinan dan staf yang ditujukan untuk mengadakan penelitian terhadap tata cara pelaporan yang menyangkut masalah tersebut.

*Interview* atau wawancara adalah percakapan yang dilakukan oleh dua orang atau lebih yang membahas topik tertentu. Metode *interview* atau wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan dan mendapatkan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit.

Peneliti menggunakan metode *interview* atau wawancara ini dengan tujuan untuk mendapatkan data informasi yang lebih valid sehingga kebenaran akan hasil penelitian dapat diukur langsung dari informan. Peneliti dapat menggali data yang akurat mengenai penetapan harga jual pada *Homecake*, dan dengan teknik ini antara peneliti dan responden ada timbal balik sehingga data dan informasi yang dibutuhkan sesuai dengan fakta yang ada.

Peneliti mengadakan wawancara kepada Ibu Mardiah Takdir bersama Bapak Baharuddin, S.I.P selaku pemilik perusahaan.

- b. *Documenter*, yaitu pengumpulan data dengan menggunakan arsip dan dokumen-dokumen dari tempat usaha tersebut.

Kegiatan dokumentasi ini peneliti gunakan untuk mendapatkan data dan informasi pendukung dalam melengkapi data-data terkait dengan masalah penelitian yang penulis hadapi. Dengan adanya teknik dokumentasi ini, beberapa data yang tertulis dari hasil wawancara dan foto yang dapat dijadikan sebagai sebuah bukti akan kebenaran dari peneliti untuk melakukan penelitian ini.

Analisis data yang akan dilakukan terdiri atas deskripsi dan analisis, isi deskripsi peneliti akan memaparkan data-data atau hasil-hasil penelitian melalui teknik pengumpulan data diatas. Dari semua data-data yang terkumpul, kemudian penulis analisis dengan menggunakan metode deskripsi, dengan analisis kualitatif. Metode ini bertujuan untuk menggambarkan keadaan atau fenomena. Metode kualitatif adalah memberikan predikat kepada variabel yang diteliti dengan kondisi yang sebenarnya.

Dalam hal ini, penulis menganalisis serta menjelaskan hal-hal yang berhubungan dengan Penetapan Harga Jual Produk Pada *Homecake* dengan membandingkan perusahaan yang memproduksi produk yang sama tetapi dalam menetapkan harga jual produk berbeda dan dilihat dari volume penjualannya agar dapat mengoptimalkan harga jual produk serta memaksimalkan keuntungan suatu perusahaan.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

Pada bab ini akan diuraikan hasil dari penelitian tentang penggunaan metode kalkulasi biaya langsung dalam penetapan harga jual, dari penelitian yang telah dilakukan selama 2 bulan, mulai dari hasil wawancara serta pengamatan yang dilakukan selama peneliti meneliti di *Homecake*, peneliti mendapatkan dan mengetahui bahwa *Homecake* tidak menggunakan metode tertentu dalam menentukan harga jual produknya sehingga dalam menentukan harga jual *Homecake* hanya berpatokan pada berapa biaya yang telah dikeluarkan dan berapa pendapatan yang didapat, *Homecake* juga tidak membuat laporan keuangan secara rinci hanya ada pencatatan pengeluaran dan pemasukan yang dihitung selama satu (1) bulan dari hasil usaha yang dilakukan serta tidak memiliki dan mencatat laporan keuangan untuk satu (1) periode.

Pemilik usaha pada *Homecake* mengatakan bahwa dalam hal pencatatan keuangan masih sangat sederhana dan dilakukan secara manual. Alasan *Homecake* melakukan pencatatan keuangan semata-mata hanya untuk mengetahui berapa besar pendapatan yang didapatkan sehingga dari hasil tersebut *Homecake* dapat menetapkan harga jual yang baik.

Dari pendapatan ini juga *Homecake* menyisihkan beberapa laba untuk kegiatan produksi berikutnya juga untuk membayar gaji karyawan, dalam penentuan gaji karyawan yang ada pada *Homecake* dengan gaji perhari sekitar Rp. 70.000/ orang dengan jumlah karyawan sebanyak tujuh karyawan.

## 1. Metode Kalkulasi Biaya Langsung Sebagai Penghasil Informasi Bagi Manajemen Dalam Penetapan Harga Jual Produk

Penggunaan metode kalkulasi biaya langsung dianggap lebih relevan, hal ini dapat kita lihat dari :

- Prinsip utama metode kalkulasi biaya langsung adalah memisahkan perilaku biaya atas biaya variabel dan biaya tetap dimana sesuai dengan teknik target ROI pricing yang mana lebih menekan pada perilaku biaya daripada fungsi biaya.
- Metode kalkulasi biaya langsung mempunyai hubungan erat dengan analisis biaya-volume-laba dimana formula teknik target ROI pricing diturunkan dari formula analisis ini.
- Dengan adanya informasi yang dihasilkan dari metode kalkulasi biaya langsung, perusahaan dapat memonitor pengaruh akan kenaikan biaya yang terjadi terhadap target pengembalian sehingga dapat mengambil tindakan untuk selanjutnya. Apabila hal ini terjadi karena akibat dari faktor eksteren maka tindakan yang dilakukan perusahaan yaitu penyesuaian untuk mencapai target pengembalian dengan cara merubah harga jual produk, sedangkan jika hal ini dipengaruhi oleh faktor interen maka perusahaan dapat melakukan perbaikan.
- Metode kalkulasi biaya langsung sangat relevan untuk kebutuhan manajemen. Yang mana penetapan harga jual merupakan suatu kebijakan interen sehingga dikatakan bahwa metode kalkulasi biaya langsung sangat berguna dalam penetapan harga jual produk.

Biaya langsung adalah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam proses produksi. Biaya-biaya tersebut meliputi biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik. Berkaitan dengan uraian tersebut di atas, yang menjadi obyek penelitian penulis adalah produksi kue pada *Homecake* yakni usaha yang bergerak dibidang usaha pembuatan kue ulang tahun, sehingga dalam melakukan aktivitas produksi pembuatan kue maka yang menjadi titik pokok dalam penelitian ini adalah biaya produksi sebagai dasar dalam penentuan harga jual.

Harga jual tidak bisa ditentukan apabila biaya produksi tidak diketahui. Oleh karena itu, maka penulis mengawali pembahasan ini dengan melakukan klasifikasi atau pembagian biaya produksi baik menurut sifat terutama berdasarkan proses produksinya, yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead variable dan biaya overhead tetap. Selain itu penulis akan mengelompokkan pula biaya non produksi kedalam biaya tetap dan biaya variable.

Sementara biaya semi variable akan penulis kelompokkan sendiri sebagai suatu biaya yang akan didistribusi kedalam biaya tetap dan biaya variable. Data biaya produksi pada *Homecake* pada dasarnya suah terkelompok kedalam biaya tetap, biaya variable, dan biaya semi variable yang terdiri dari biaya reparasi dan pemeliharaan aktiva tetap.

Kondisi *Homecake* saat ini dalam menentukan total biaya langsung maka dihitung dengan menjumlahkan semua biaya langsung dari proses produksi.

Biaya Bahan Baku = Rp. 120.000.000

Biaya Tenaga Kerja = Rp. 12.000.000

Biaya Mesin = Rp. 8.000.000

Biaya Bahan Habis Pakai = Rp. 200.000

Total biaya langsung = Rp. 120.000.000 + Rp. 12.000.000 + Rp. 8.000.000 + Rp. 200.000

Total biaya langsung = Rp. 140.200.000

- Biaya Bahan Baku

$$\frac{\text{Taksiran biaya overhead pabrik}}{\text{Taksiran biaya bahan baku yang dipakai}} \times 100\%$$

Taksiran biaya overhead pabrik selama 1 tahun anggaran = Rp. 41.700.000

Taksiran biaya bahan baku selama 1 tahun anggaran = Rp. 140.200.000

Tarif biaya overhead pabrik sebesar :  $(\text{Rp.}41.700.000 : \text{Rp.}140.200.000) \times 100\% = 29\%$  dari biaya bahan baku yang dipakai. Jadi misalnya suatu pesanan menggunakan bahan baku seharga Rp. 60.000 (untuk 1 buah kue ulang tahun ukuran sedang), maka pesanan ini akan dibebani biaya overhead pabrik sebesar:  $29\% \times \text{Rp.} 60.000 = \text{Rp.} 17.400$

- Biaya Tenaga Kerja

$$\frac{\text{Taksiran biaya overhead pabrik}}{\text{Taksiran biaya tenaga kerja langsung}} \times 100\%$$

Taksiran biaya *overhead* pabrik selama 1 tahun anggaran =Rp. 41.700.000

Taksiran biaya tenaga kerja langsung selama 1 tahun anggaran = Rp. 12.000.000

Tarif biaya *overhead* pabrik sebesar:  $(\text{Rp.}41.700.000 : \text{Rp.}12.000.000) \times 100\% = 6\%$  dari biaya tenaga kerja langsung sebesar Rp. 5.000 ( untuk gaji yang dihitung per hari untuk 1 produk jenis kue ),maka pesanan ini akan dibebani biaya *overhead* pabrik sebesar:  $6\% \times \text{Rp.} 5.000 = \text{Rp.} 300$

Dalam penelitian ini disimpulkan bahwa dalam menentukan harga jual, *Homecake* menambahkan biaya pengeluaran dengan laba yang didapatkan dari harga pokok, sehingga penulis merekomendasikan kepada *Homecake* untuk menggunakan metode kalkulasi biaya langsung untuk menetapkan harga jual produk agar pendapatan atau laba yang diperoleh dapat lebih maksimal.

## 2. Strategi dalam penetapan harga jual produk pada *Homecake*

Harga merupakan salah satu elemen bauran pemasaran (marketing mix) yang mampu menghasilkan pendapatan. Harga mempengaruhi persaingan dalam pemasaran, selain itu harga juga mempunyai pengaruh terhadap pendapatan dan laba bersih perusahaan secara langsung. Strategi yang dilakukan dalam penentuan harga *Homecake* harga juga mampu mengkomunikasikan positioning nilai merek perusahaan, sehingga produk yang memiliki daya tawar dan dipasarkan dengan baik dapat dijual dengan harga tinggi sehingga menghasilkan keuntungan yang besar.

Tujuan utama adanya strategi penetapan harga jual suatu produk secara umum yakni untuk mendapatkan keuntungan, mengambil pasar, serta untuk tetap menjaga kelangsungan usaha yang dikelola oleh *Homecake* yang di Kota Parepare. Harga juga sangat penting sebagai suatu bentuk penetapan nilai pada produk yang akan ditukarkan oleh si pembeli dengan uang.

Salah satu strategi dengan metode berdasarkan biaya. dengan merinci perhitungan biaya dari per unit produk yang akan dijual, kemudian ditambahkan beberapa jumlah yang dijadikan sebagai laba, yang seringkali disebut sebagai margin dalam ilmu ekonomi. Lebih jelasnya, yakni (biaya total produksi + laba = harga jual).

Konsumen mempunyai persepsi bahwa harga produk yang mahal memiliki kualitas produk yang baik, begitu sebaliknya harga produk yang murah memiliki kualitas produk yang buruk. Persepsi inilah yang menjadikan strategi penetapan harga yang tepat menjadi begitu penting. Dalam perkembangannya, pertukaran jual beli barang atau jasa tidak lagi menggunakan sistem barter melainkan menggunakan mata uang.

Strategi penetapan harga jual produk yang dilakukan dalam pelaksanaan usaha pada *Homecake* Kota Parepare digolongkan pada tiga orientasi yang dilakukan:

- a. Penetapan Harga jual sesuai Permintaan  
Penetapan harga ini didasarkan pada permintaan konsumen, yaitu dengan melihat perubahan konsumen memilih jasa dan harga yang berbeda, kemudian dipilih harga yang sesuai dengan tingkat pembelian yang ingin dicapai. Misalnya, harga jual sebenarnya untuk 1 kue ulangtahun ukuran sedang Rp. 60.000 tapi karena permintaan tinggi dan produksi tetap, maka penetapan harganya menjadi Rp. 65.000.
- b. Penetapan Harga jual sesuai biaya  
Penetapan harga berdasarkan biaya yang banyak dianut oleh perusahaan adalah markup pricing. Perusahaan akan menetapkan harga dengan cara menambah biaya peroleh produk (HPP) per unitnya dengan semua biaya operasional, dan besaran laba yang diinginkan. Misalnya, *homecake* memperhitungkan banyaknya biaya yaitu biaya pokok, biaya produksi, biaya lain-lain. Semua biaya akan diperhitungkan lalu dikalikan persentasi laba yang diinginkan.
- c. Penetapan Harga jual sesuai Persaingan

Penetapan harga ini dilakukan perusahaan dengan mengikuti harga yang ditetapkan oleh pesaing. Perusahaan tidak akan tergesa-gesa dalam melakukan perubahan harga dan perusahaan akan melakukan perubahan harga baru ketika pesaing yang dijadikan patokan mengubah harga barunya. Misalnya, seperti yang kita ketahui saat ini sedang pandemi covid-19, maka semua orang yang mempunyai usaha akan berlomba-lomba memikirkan cara bagaimana produknya akan laku. Nah untuk *homecake* sendiri menetapkan harga kue ulangtahun yang ukuran sedang Rp. 60.000 dari harga awal Rp. 60.000 maka target untung dari 1 produk kue tersebut sebesar Rp. 5000.

## Pembahasan

Pada bab ini akan dibahas mengenai analisis terhadap cara penetapan harga jual yang dibuat oleh *Homecake* dengan menggunakan metode kalkulasi biaya langsung, analisis mengenai produk *Homecake* dan tehnik penetapan harga jual yang cocok, penggunaan metode kalkulasi biaya langsung dalam penetapan harga jual rutin, manfaat kalkulasi biaya langsung dalam permintaan dengan harga khusus serta diakhiri dengan komparasi metode kalkulasi biaya langsung.

Dalam pembahasan ini data-data biaya *Homecake* yang ada dianalisa perilakunya dengan kualitatif dalam bentuk wawancara. Dari hasil yang ada dibawa ke model penetapan harga jual yang digunakan. Hasil akhir ini berupa harga jual produk akan dibandingkan dengan harga jual yang dihasilkan dengan menggunakan. Asumsi laba yang digunakan sebagai komponen perhitungan harga jual baik dengan metode kalkulasi biaya langsung atau metode yang digunakan oleh *homecake* adalah laba operasi.

Mengenai dimensi waktu yang digunakan dalam pembahasan ini adalah dua bulan, karena penggunaan data bulanan lebih relevan daripada penggunaan data tahunan yang terkena pengaruh inflasi, perubahan teknologi dan lain-lain.

### 1. Metode Kalkulasi Biaya Langsung Dalam Penetapan Harga Jual Produk

Dalam menentukan harga jual, *Homecake* menambahkan biaya pengeluaran dengan laba yang didapatkan dari harga pokok, sehingga penulis merekomendasikan kepada *Homecake* untuk menggunakan metode kalkulasi biaya langsung untuk menetapkan harga jual produk agar pendapatan atau laba yang diperoleh dapat lebih maksimal.

Adanya perbedaan harga jual produksi yang lebih rendah dan perhitungan laba bersih yang lebih tinggi dengan menggunakan metode *directcosting* dikarenakan adanya biaya overhead pabrik tetap yang tidak dihitung dalam biaya produksi dan adanya persediaan akhir barang jadi yang lebih rendah dibandingkan dengan metode full costing yang menyebabkan laba bersih pada metode direct costing lebih tinggi dibandingkan metode full costing yang dipakai dalam perusahaan.

Oleh karena itu maka penulis beranggapan bahwa apabila perusahaan ingin lebih efektif dan berguna dalam hal penentuan harga jual produksi seharusnya menggunakan metode direct costing, karena cocok untuk perhitungan biaya-volume-labayang sangat penting untuk perencanaan dan pengendalian dalam perusahaan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tety Helga Bawole (2013) yang hasil penelitian yang didapat bahwa perhitungan dengan menggunakan metode direct costing akan memperlihatkan hasil yang frakturasi, yaitu apabila terjadi penjualan yang sangat tinggi maka laba yang dicapai meningkat, sedangkan apabila penjualan menurun, frakturasi ini disebabkan karna tidak ada lagi biaya overhead pabrik tetap yang ditunda pembebanannya, melainkan langsung dibebankan seluruhnya.

### 2. Analisis terhadap Strategi penetapan harga jual yang baik

Produk yang dihasilkan oleh *Homecake* sangatlah diharapkan dapat memberikan laba yang baik. Dengan demikian besarnya harga jual harus berdasarkan pada total biaya yang mana biaya yang dimaksud bukan hanya pada biaya produksi, hal ini dikarenakan dalam jangka panjang *Homecake* akan menghendaki pengembalian atas laba.

Langkah-langkah yang ditempuh *Homecake* dalam strategi penetapan harga jual adalah : Penetapan Harga jual sesuai Permintaan dan Penetapan Harga jual sesuai biaya, dalam penggunaan teknik ini membutuhkan pemisahan antara biaya dalam penentuan biaya total pada

berbagai tingkat penjualan. Tanpa ada pemisahan biaya tersebut maka dapat mengakibatkan kekurang akuratan akan perhitungan biaya total yang ada pada *Homecake*.

Penggunaan cara penetapan harga *Homecake* dapat memberikan tujuan jelas bagi karyawan sehingga mengarahkan pada pencapaian target penjualan. Disamping itu juga teknik ini digunakan *Homecake* untuk membantu dalam mengendalikan biaya agar dapat mencapai tingkat laba yang diharapkan.

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka dapat disajikan beberapa kesimpulan yaitu sebagai berikut,

1. Dalam menentukan harga jual, *Homecake* menambahkan biaya pengeluaran dengan laba yang didapatkan dari harga pokok, sehingga penulis merekomendasikan kepada *Homecake* untuk menggunakan metode kalkulasi biaya langsung untuk menetapkan harga jual produk agar pendapatan atau laba yang diperoleh dapat lebih maksimal.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa menggunakan metode kalkulasi biaya langsung lebih baik dan tepat dalam menentukan harga jual yang baik dibandingkan dengan cara penetapan harga jual yang dilakukan oleh *Homecake* selama ini.
3. Strategi penetapan harga jual produk yang dilakukan dalam pelaksanaan usaha pada *Homecake* Kota Parepare digolongkan pada tiga orientasi yang dilakukan: Penetapan Harga jual sesuai Permintaan, Penetapan Harga jual sesuai biayadan Penetapan Harga jual sesuai Persaingan.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diatas, maka saran yang dapat penulis berikan berkaitan dengan penggunaan metode kalkulasi biaya langsung dalam penetapan harga jual pada *homecake* adalah sebagai berikut :

1. Sebaiknya *Homecake* menggunakan metode kalkulasi biaya langsung dalam kalkulasi biayanya untuk menentukan harga jual produk karena dengan menggunakan metode ini maka informasi yang didapatkan lebih baik sesuai dengan kondisi *homecake* saat ini.
2. *Homecake* perlu mengadakan pencatatan biaya serta alokasinya diantara anggota-anggota produksi yang ada sehingga pertanggungjawaban biaya dari tiap anggota-anggota akan lebih baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Adi Sucahyo, Febriawan. 2014. *Analisis Harga dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada Toko Olahraga Sport Smart* Fik UNY. YOGYAKARTA.
- [2] Amstrong, Gary & Philip, Kotler. 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- [3] Batubara, Helmina. 2013. *Penentuan Harga Pokok Produksi Berdasarkan Metode Full Costing Pada Pembuatan Kaca Dan Alumunium*, UD ISTANA ALUMUNIUM. MANADO.
- [4] Bowale, Tety Helga. 2013. *Evaluasi Penerapan Metode Direct Costing Sebagai Dasar Pengambilan Keputusan Harga Pokok Pesanan*. USM MANADO, Indonesia.
- [3] Dewantoro, Sukarno. 2015. *Strategi Penetapan Harga*, PT.MADUBARU, BANTUL.
- [4] Dorkas, 2013. *Analisis Biaya Terhadap Penetapan Harga Jual Produk*, PT.PERTANI (PERSERO).

- [5] Firman, Andi. 2013. *Analisis Biaya Produksi Terhadap Penetapan Harga Jual Aquarium* , US. MAKMUR.
- [6] Fitrah, Wardani. 2011. *Analisis Penetapan Harga Jual dan Pengaruhnya Terhadap Volume Penjualan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM)*.
- [7] Gunawa, Candra. 2017. *Penentuan Harga Jual Produk Menggunakan Metode Cost-Plus Pricing Dengan Pendekatan Variabel Costing*, UKN PIA LATIEF , KEDIRI.
- [8] Hansen & Mowen. 2011. *Manajemen Biaya*, Buku II, Terjemahan Benyamin Molan. Selemba Empat, Jakarta.
- [9] Herman. 2016. *Marketing Strategy*, Edisi I. Yogyakarta. Andi Offset.
- [10] Kotler, Philip. 2012. *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi Indonesia, PT. Prenhallindo, Jakarta.
- [11] Kotler, Philip dan Armstrong. 2016. *prinsip Pemasaran*. Jakarta. PT. IndeksKelompok Gramedia.
- [12] Lasena, Sitti Rahmi. 2013. *Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi pada PT. Dimembe Nyiur Agripro*. Jurnal EMBA, Vol. 1, No. 3, ISSN: 2303-1174.
- [3] Mubarak, Mizral. 2011. *Pengaruh Harga Jual Rumah Terhadap Volume Penjualan*, PERUM PERUMNAS.
- [4] Mulyadi. 2012. *Akuntansi Biaya*. Edisi 5. Cetakan sebelas. Yogyakarta : STIE YKPN
- [15] Musliana. 2017. *Analisis Penentuan Harga Jual Rumah Dengan Menggunakan Metode Cost Plus Pricing*, PT. ARISTA JAYA.
- [16] Muslim, Sabarudin. 2016. *Praktikum Akuntansi Biaya Edisi 2 Kasus*, JAKARTA.
- [17] N. Soei, Christanti. 2014. *Penentuan Harga Jual Produk Dengan Menggunakan Metode Cost Plus Pricing*, UD SINAR SAKTI.
- [18] Ony Widilestariningtyas, Sony W.F, Sri Dewi Anggadini. 2012. *Akuntansi Biaya*. Graha Ilmu, Yogyakarta.
- [19] Purwaji, Agus. 2016. *Praktikum Akuntansi Biaya Edisi 2 Kerta Kerja*, JAKARTA
- [20] Rudianto. 2013. *Akuntansi Manajemen: Informasi Untuk Pengambilan Keputusan Manajemen*, Grasindo, Jakarta.

- [21] Sarafah, Nur Ifha. 2014. *Analisis Biaya Produksi Dan Harga Jual Produk*, Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM).
- [22] Siregar, Baldric. 2018. *Akuntansi Manajemen Cetakan Keempat*, JAKARTA
- [23] Sodikin, Slamet Sugiri. 2015. *Akuntansi Manajemen-sebuah pengantar*. Edisi Kelima. Yogyakarta:UPP STIM YKPN.
- [24] Sodikin, Slamet Sugiri & Riyono, Bogat Agus. 2012. *Akuntansi Pengantar 1*. UPP STIM YKPN. Yogyakarta.
- [25] Soemantri. 2013. *Analisa Laporan Keuangan. Cetakan Kelima*. Yogyakarta : Penerbit Liberty.
- [26] Sugiri S, Slamet. 2015. *Akuntansi Mamajemen*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- [27] Sujarweni V. Wiratna. 2015. *Akuntansi Manajemen Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta : Pustaka Baru Press.
- [28] Supriyono. 2013. *Akuntansi Biaya dan Penentuan Harga Pokok*. Edisi Kedua. Yogyakarta: BPEF.
- [29] Syarif, Suharmin. 2013. *Pengaruh Penetapan Harga Jual Terhadap Profitabilitas*, Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM).
- [30] Ummas, Fitriani. 2014. *Analisis Penetapan Harga Jual Produk Beras Terhadap Tingkat Penjualan*, PT. PERTANI (PERSERO).
- [31] Wiliana, Rahayu. 2016. *Penentuan Harga Jual Dengan Metode Cost Plus Pricing*, PT. PERTANI (PERSERO).