

## PENERAPAN METODE *COST PLUS PRICING* DALAM MENENTUKAN HARGA JUAL UNTUK MEMAKSIMALKAN LABA

Nur Novita Sari, Baby Hilda Agustin, Ninik Anggraini

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kadiri

Email : [nurnovitasari20@gmail.com](mailto:nurnovitasari20@gmail.com), [Agustin.uniska@gmail.com](mailto:Agustin.uniska@gmail.com),  
[NinikAnggraini@gmail.com](mailto:NinikAnggraini@gmail.com).

### ABSTRAK

Metode *cost plus pricing*, yang merupakan salah satu metode yang digunakan oleh perusahaan, digunakan untuk menentukan harga jual suatu produk berdasarkan biaya produksi ditambah dengan markup yang ditetapkan. Tujuan dari penelitian ini supaya perusahaan dapat menghasilkan laba yang maksimal. Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif, memfokuskan pada perhitungan analisis metode *cost plus pricing* dalam menentukan harga jual untuk memaksimalkan laba. Data penelitian ini diperoleh secara primer dengan jenis data penelitian berupa kualitatif dan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data dilakukan dengan metode deskriptif kuantitatif, yaitu metode yang digunakan untuk memberikan gambaran umum tentang objek yang diteliti berdasarkan data-data berupa angka, dengan cara mengolah dan menganalisis untuk diambil kesimpulannya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penjualan dan laba yang dihasilkan dengan pendekatan *full costing* dengan *cost plus pricing* lebih baik dari pada metode variabel *costing* dengan *cost plus pricing* ataupun dengan metode perhitungan perusahaan. Berdasarkan hasil tersebut diketahui bahwa terdapat selisih laba sebesar Rp.310.394.891 untuk perhitungan *full costing*. Perusahaan sebaiknya menerapkan metode *full costing* karena metode *Full costing* lebih baik dan tepat digunakan dapat memaksimalkan penjualan dan meningkatkan laba perusahaan.

**Kata Kunci :** *Cost Plus Pricing*, Harga Jual

### ABSTRACT

*The cost plus pricing method, which is one of the methods used by companies, is used to determine the selling price of a product based on production costs plus a predetermined markup. The purpose of this research is to enable the company to maximize profit. This research is a quantitative descriptive study that focuses on analyzing the cost plus pricing method in determining the selling price to maximize profit. The research data is obtained primarily through qualitative and quantitative data collection techniques such as interviews and documentation. The data analysis technique used is quantitative descriptive method, which is used to provide a general overview of the researched object based on numerical data, by processing and analyzing the data to draw conclusions. The research findings indicate that sales and profit generated using the full costing approach with cost plus pricing are better than the variable costing method with cost plus pricing or the company's own calculation method. Based on these results, it is known that there is a profit difference of Rp.310,394,891 for the full costing calculation. It is recommended for the company to implement the full costing method because it is better and more appropriate, enabling the maximization of sales and profit improvement for the company..*

**Keywords:** *Cost Plus Pricing*, *Selling Price*

### PENDAHULUAN

Perkembangan ilmu dan teknologi dalam dekade ini setiap perusahaan dituntut dapat cepat berkembang dan berhasil guna meneruskan kelangsungan hidup perusahaan. Perusahaan sangat membutuhkan perencanaan yang matang agar dapat menentukan strategi dalam pengambilan keputusan yang tepat untuk menghadapi persaingan yang ketat dalam pasar bisnis. Pengambilan keputusan bukanlah hal yang mudah, karena hal itu menyangkut masa mendatang yang akan dihadapi perusahaan yang sering diliputi ketidakpastian. Pengambilan keputusan

selalu menyangkut masa yang akan datang sehingga masa yang akan datang yang relevan dengan keputusan dari data tersedia, dalam hal ini perusahaan dihadapkan pada ketidak pastian yang menyangkut masa depan perusahaan. Perusahaan pada umumnya didirikan bertujuan untuk meningkatkan laba, agar mampu mempertahankan kelangsungan usahanya serta memperluas usahanya. Dengan laba yang besar perusahaan dapat membuat cadangan memperbesar modal sendiri. Besarnya laba ditentukan oleh besar biaya dan penjualan, mendapatkan laba yang besar perusahaan perlu menentukan harga jual yang tepat. Penentuan harga jual dapat ditentukan dengan beberapa metode salah satunya dengan metode *cost plus pricing*.

Metode *cost plus pricing* merupakan metode penetapan harga atas dasar biaya, dengan menambah *mark-up* sebesar persentase tertentu. Presentase tersebut harus ditentukan dengan mempertimbangkan faktor biaya produksi dan laba yang diinginkan agar harga yang ditetapkan dapat menutup seluruh biaya penjualan, administrasi dan umum dan memberikan pengembalian atas investasi yang memadai. Pendekatan perhitungan biaya penyerapan untuk penentuan harga jual *cost plus pricing* adalah biaya produk per unit. Ada dua konsep pendekatan yang dapat digunakan untuk menentukan harga jual dengan metode *cost plus pricing* yaitu biaya penuh (*full costing*) dan biaya variabel (*variable costing*). Perusahaan harus memperhatikan biaya produk yang akan ditentukan sebagai perimbangan konsep pendekatan mana yang paling tepat dalam metode *cost plus pricing*. Perusahaan dapat menerapkan metode *cost plus pricing* dengan menggunakan pendekatan variabel *costing* dan pendekatan *full costing* untuk menentukan harga jual.

Harga jual adalah besarnya harga yang akan dibebankan kepada konsumen yang diperoleh atau dihitung dari biaya produksi ditambah biaya nonproduksi dan laba yang diharapkan. Perubahan harga jual bertujuan agar harga jual yang baru dapat mencerminkan biaya saat ini (*current cost*) atau masalah biaya masa depan (*future cost*), kondisi pasar, reaksi pesaing, laba atau return yang diinginkan, dan sebagainya. Harga juga merupakan nilai tukar sebuah barang atau jasa menjadi faktor utama yang menentukan keputusan konsumen untuk membeli. Dalam praktiknya, tidak seluruh penentuan harga menyangkut penentuan harga pokok standar, pendekatan yang paling umum dalam penentuan harga pokok standar salah satu metode yang digunakan adalah penentuan harga *cost plus pricing*. Penentuan harga jual yang tepat bisa memaksimalkan laba.

Laba adalah selisih lebih pendapatan terhadap beban sehingga akan meningkatkan ekuitas pemilik. Laba merupakan salah satu informasi penting bagi pihak internal maupun eksternal perusahaan. Laba sering digunakan sebagai suatu dasar pengenaan pajak, pembagian deviden, pembagian bonus, alat prediksi dimasa yang akan datang dan laba sebagai pedoman investasi serta pengambilan keputusan. Laba perusahaan merupakan gambaran perusahaan mengenai kinerja yang dicapai dari transaksi umum yang dilakukan perusahaan dalam periode tertentu. Unsur-unsur yang menjadi bagian pembentukan laba adalah pendapatan dan biaya. Mengelompokan unsur-unsur pendapatan dan biaya akan dapat diperoleh hasil pengukuran laba yang berbeda antara lain: laba kotor, laba sebelum pajak dan laba bersih.

Metode *cost plus pricing* merupakan metode bagi perusahaan dalam penentuan harga jual. Metode *cost plus pricing* dapat diterapkan dengan

pendekatan *full costing* dan variabel *costing*, pendekatan ini ditentukan dari biaya produksi ditambah *mark-up* untuk menentukan harga jual. Presentase *markup* yang diperlukan untuk menentukan *markup* dari laporan laba rugi perusahaan disusun menurut bentuk fungsional (yang berarti menggunakan penentuan harga pokok). *Markup* harus cukup tinggi untuk menutup biaya ini maupun untuk memberi perusahaan dengan laba yang memuaskan. Dengan menggunakan metode *cost plus pricing* dengan konsep pendekatan *full costing* dan pendekatan variabel *costing*, perusahaan dapat menentukan harga jual yang tepat. Pada umumnya metode ini bertujuan memperkecil kemungkinan perusahaan mendapatkan laba yang tidak sesuai dengan biaya yang dikeluarkan untuk produksi.

UD.Indo Bangkit adalah perusahaan yang bergerak dibidang industri mebel yang memproduksi barang berupa kursi, almari, buffet, difan. UD.Indo Bangkit dalam menentukan harga jual masih mengikuti harga pasar yang ada dan belum menggunakan metode *cost plus pricing* untuk menentukan harga jual. Tanpa menggunakan metode *cost plus pricing* perusahaan belum maksimal dalam menentukan laba, karena perusahaan hanya mengikuti harga pasar. Peneliti melakukan penelitian pada UD.Indo Bangkit karena produk yang dihasilkan memiliki kualitas produk dengan kualitas unggulan, produk yang dijual oleh UD.Indo Bangkit masih terlalu rendah atau standar dengan harga pasar, sedangkan perusahaan memberikan kualitas produk yang tinggi sehingga produk yang dijual seharusnya bisa meningkatkan laba dengan penggunaan metode *cost plus pricing*. Peneliti ini hanya meneliti produk kursi arwana, buldong dan sudut, hal tersebut dikarenakan permintaan dan penjualan akan ketiga produk tersebut tinggi dan mendominasi penjualan perusahaan.

## **LANDASAN TEORI**

### **Metode Cost Plus Pricing**

Menurut Garrison dkk (2020:125) menjelaskan bahwa: *Cost plus pricing* adalah proses penentuan harga jual dengan cara menghitung biaya produksi per unit, memutuskan berapa laba yang diinginkan, kemudian menentukan harga jual. Menurut Mulyadi (2015:349) menjelaskan bahwa, Metode *cost plus pricing* adalah penentuan harga jual dengan cara menambahkan laba yang diharapkan diatas biaya penuhmasa yang akan datang untuk memproduksi dan memasarkan produk..

Sebagaimana dikemukakan oleh Sodikin (2015:164) menjelaskan bahwa, Metode *cost plus* adalah biaya (*cost*) ditambah dengan *mark-up* sebesar persentase tertentu dari biaya tersebut. *Mark-up* harus ditentukan sedemikian rupa sehingga laba yang diinginkan dapat tercapai. Dari ketiga kutipan diatas dapat disimpulkan, bahwa metode *cost plus pricing* adalah satu metode yang digunakan dalam menentukan harga suatu produk yang akan dijual dengan menambahkan persentase tertentu terhadap biaya produksi.

### **Harga Jual**

Harga jual merupakan sejumlah uang yang dibebankan oleh satu unit usaha kepada konsumen atas produk maupun jasa yang dijual, dengan harapan harga jual yang dibebankan tersebut dapat menutupi biaya penuh yang

bersangkutan dengan produk atau jasa tersebut dan dapat menghasilkan laba yang diinginkan perusahaan tersebut. Menurut Garrison, Noreen, dan Brewer (2020:183) bahwa, "Harga jual adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi suatu barang atau jasa ditambah dengan presentase laba yang diinginkan perusahaan".

Menurut Kotler dan Keller (2012:439) menjelaskan bahwa, Harga jual adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat, karena memiliki atau menggunakan atau jasa tersebut. Pendapat lain dikemukakan oleh Sodikin (2015:164) menjelaskan bahwa, definisi harga jual adalah "biaya atau *cost* ditambah dengan *markup* sebesar persentase tertentu dari biaya tersebut".

Dari ketiga kutipan diatas dapat disimpulkan, harga jual adalah nilai akhir barang yang merupakan penjumlahan dari biaya-biaya produksi dan biaya lain untuk memproduksi suatu barang ditambah dengan sejumlah keuntungan yang diinginkan.

### **Laba**

Menurut Haryono (2011:131) menjelaskan bahwa, "Laba adalah selisih lebih antara pendapatan dan beban".

Menurut Baridwan (2011:29) menjelaskan bahwa: Laba adalah kenaikan modal (aktiva bersih) yang berasal dari interaksi sampingan atau transaksi yang jarang terjadi dari suatu badan usaha, dan dari semua transaksi atau kejadian lain yang mempengaruhi badan usaha selama suatu periode kecuali yang timbul dari pendapatan (*revenue*) atau investasi oleh pemilik.

Sedangkan menurut Sodikin dan Riyono (2018: 37) menjelaskan bahwa: "Laba merupakan kenaikan manfaat ekonomi selama satu periode akuntansi dalam bentuk pemasukan, perubahan aktiva atau penurunan kewajiban yang menyebabkan kenaikan kuitas yang tidak berasal dari kontribusi penambahan modal"

Berdasarkan ketiga pengertian diatas dapat diambil kesimpulan bahwa laba adalah selisih lebih antara pendapatan yang diperoleh oleh perusahaan pada periode yang bersangkutan yang dapat meningkatkan modal perusahaan.

### **Penerapan Metode Cost Plus Pricing (Full Costing dan Variable Costing) dalam Menentukan Harga Jual untuk Memaksimalkan Laba**

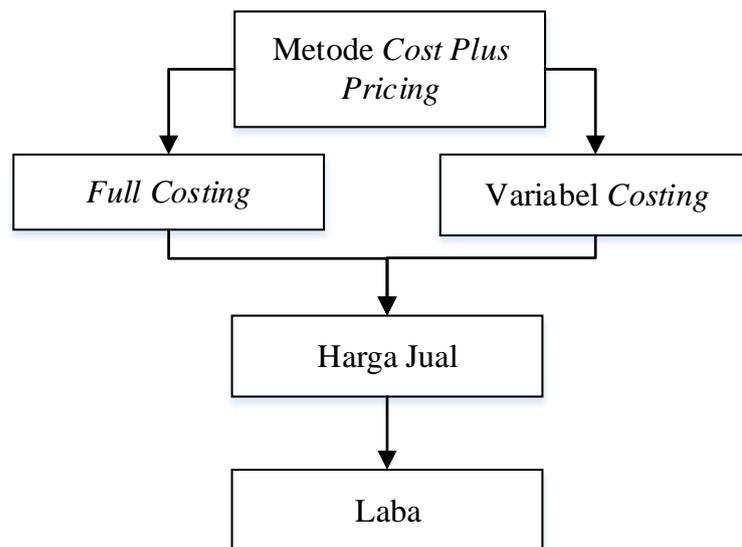
Perusahaan pada umumnya bertujuan untuk meningkatkan laba, agar mampu mempertahankan kelangsungan usahanya serta memperluas usahanya. Dengan laba yang besar perusahaan dapat membuat cadangan memperbesar modal sendiri. Besarnya laba ditentukan oleh besar biaya dan penjualan. Untuk mendapat laba yang besar perlu untuk meningkatkan efisiensi dan volume penjualan. Selanjutnya volume penjualan tergantung pada penetapan harga jual. Penetapan harga jual yang ditawarkan terlalu tinggi maka konsumen akan berpikir dua kali dan beralih ke perusahaan lain, dan sebaliknya apabila harga yang ditawarkan terlalu rendah maka biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan tidak dapat tertutup bahkan akan mengalami kerugian.

Metode *cost plus pricing* merupakan metode bagi perusahaan dalam penentuan harga jual. Metode *cost plus pricing* dapat diterapkan dengan pendekatan *full costing* dan *variable costing*. Penentuan metode *cost plus pricing*

dengan menggunakan pendekatan *full costing* dan *variable costing* didefinisikan sebagai biaya pembuatan satu satuan produk. Biaya penjualan dan biaya administrasi tidak dimasukkan kedalam pokok biaya ini, tetapi dipertimbangkan melalui *markup* yang akan ditambahkan dalam menentukan harga jual. Persentase *mark-up* harus ditentukan dengan mempertimbangkan faktor biaya produksi dan laba yang diinginkan agar harga yang ditetapkan dapat menutup seluruh biaya penjualan, administrasi dan umum dan memberikan pengembalian atas investasi yang memadai. *Markup* harus cukup tinggi untuk menutup biaya ini maupun untuk memberi perusahaan dengan margin laba yang memuaskan

### **Kerangka Konsep**

Penerapan metode *cost plus pricing* (*full costing*, dan *variable costing*) dalam menentukan harga jual untuk memaksimalkan laba



### **Keterangan:**

Dari kerangka teoritik di atas dapat dijelaskan bahwa sebuah perusahaan memerlukan penentuan harga jual yang tepat dalam produknya. Dalam penentuan harga jual, peneliti menggunakan metode *cost plus pricing*. Harga pokok produksi ditentukan untuk mengetahui harga satuan produk menggunakan pendekatan *full costing* dan pendekatan *variable costing*. Harga pokok produksi akan ditambahkan persentase *markup*, laporan laba rugi perusahaan disusun menurut bentuk fungsional (yang berarti menggunakan penentuan harga pokok). Persentase *markup* untuk menutup biaya penjualan dan administrasi dan keuntungan yang dikehendaki untuk mendapatkan harga jual yang tepat dan memaksimalkan laba perusahaan.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif, dimana penelitian ini dilakukan di kantor UD. Indo Bangkit. Penelitian ini menitikberatkan pada penerapan metode *cost plus pricing* dalam menentukan harga jual untuk

memaksimalkan laba. Penelitian ini menggunakan data primer berupa data produksi perusahaan berupa data data biaya produksi, data laporan laba rugi 2019 dan neraca. Peneliti memperoleh data tersebut melalui proses dokumentasi.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif, yaitu suatu analisis yang menjelaskan tentang variabel-variabel atau data-data dalam penelitian ini yang kemudian dilakukan perhitungan sehingga diperoleh informasi yang tepat, jelas dan akurat. Berikut langkah-langkah pemecah masalah adalah:

1. Menghitung harga pokok produksi dengan metode *full costing* dan variabel *costing*

a. Perhitungan harga pokok produksi *full costing*:

Biaya Bahan Baku	xxx
Biaya Tenaga Kerja	
Langsung	xxx
BOP Variabel	xxx
BOP Tetap	xxx +
Harga Pokok Produksi	xxx

Sumber : Mulyadi (2014:17)

b. Perhitungan harga pokok produksi variabel *costing*:

Biaya Bahan Baku	xxx
Biaya Tenaga Kerja	
Langsung	xxx
BOP Variabel	xxx +
Harga Pokok Produksi	
Variabel	xxx

Sumber : Mulyadi (2014:18)

2. Menghitung harga jual produk dengan menggunakan metode *cost-plus pricing*

a. Menghitung biaya *Markup* dengan pendekatan *full costing*

$$\text{Persentase Markup} = \frac{\text{Marjin Bruto}}{\text{Harga Pokok Penjualan}}$$

Sumber: Sunarto (2013: 200)

b. Menghitung harga jual *cost-plus pricing* dengan pendekatan *full costing*:

Biaya Bahan Baku	xxx	
Biaya Tenaga Kerja Langsung	xxx	
Biaya Overhead Variabel	xxx	
Biaya Overhead Tetap	xxx	Total Biaya <i>full costing</i> xxx

*Markup* untuk menutup biaya pemasaran dan administrasi umum dan keuntungan yang

Dikehendaki	xxx+
Harga Jual	xxx

Sumber: Sunarto (2013: 200)

c. Menghitung *markup* dengan pendekatan variabel *costing*

Menentukan Margin Kontribusi

Penjualan	xxx
<u>Dikurangi biaya variabel</u>	xxx -



Overhead Pabrik Variabel	Rp.xxx .+
<b>Total Biaya Produksi Variabel</b>	<b>Rp.xxx</b>
Persediaan Barang Proses Awal	<u>Rp.xxx .+</u>
	Rp.xxx
Persediaan Barang Proses Akhir	<u>Rp.xxx .-</u>
<b>Harga Pokok Produksi Variabel</b>	<b>Rp.xxx</b>
<b>Harga Pokok Penjualan Variabel</b>	
Persediaan Barang Jadi Awal	Rp.xxx
Harga Pokok Produksi Variabel	<u>Rp.xxx.+</u>
Harga Pokok Barang Yang Tersedia Untuk Dijual	<b>Rp.xxx</b>
Persediaan Barang Jadi Akhir	<u>Rp.xxx .-</u>
<b>Harga Pokok Penjualan Variabel</b>	<b>Rp.xxx</b>

Sumber : Garrison Dkk (2020 : 115)

#### 4. Membuat laporan laba rugi *Full Costing*

**Tabel 3. Laporan Laba Rugi *Full Costing***

Penjualan		Rp.xxx
Harga Pokok Penjualan		<u>Rp.xxx -</u>
Laba Kotor		Rp.xxx
<b>Biaya Penjualan Dan Administrasi:</b>		
Biaya Penjualan	Rp.xxx	
Biaya Administratif	<u>Rp.xxx.+</u>	
<b>Total Biaya Penjualan Dan Administrasi</b>		<b><u>Rp.xxx +</u></b>
<b>Laba (Rugi) Operasional Bersih</b>		<b>Rp.xxx</b>

Sumber: Garison dkk (2013:45)

#### 5. Membuat laba rugi *Variabel costing*

**Tabel 4. Laporan Laba Rugi Variabel *Costing***

Penjualan		Rp.xxxx
Harga Pokok Penjualan Variabel	Rp.xxx	
Penjualan Variabel Dan Administrasi	<u>Rp.xxx.+</u>	
<b>Total Biaya Variabel</b>		<b><u>Rp.xxx .-</u></b>
Margin Kontribusi		Rp.xxx
<b>Biaya tetap:</b>		
Overhead Tetap	Rp.xxx	
Beban Penjualan Dan Administrasi Tetap	<u>Rp.xxx.+</u>	
<b>Total Biaya Tetap</b>		<b><u>Rp.xxx.-</u></b>
<b>Laba (Rugi) Operasional Bersih</b>		<b>Rp.xxx</b>

Sumber: Garrison, dkk (2020:45)

- Membandingkan harga jual serta laba dengan pendekatan *full costing*, variabel *costing*, dan perusahaan.
- Interpretasi hasil penelitian

## HASIL PENELITIAN

### Menghitung Harga Pokok Produksi Menggunakan Pendekatan *Full Costing* dan *Variabel Costing*

#### 1. *Full Costing*

**Tabel 5. Harga Pokok Produksi *Full costing***

Komponen Biaya	Total Biaya		
	Arwana	Buldong	Sudut
Biaya Bahan Baku	539.650.000	350.975.000	337.300.000
Biaya Tenaga Kerja	185.000.000	98.000.000	90.000.000
Biaya Overhead pabrik tetap	112.766.329	44.065.284	39.560.587
Biaya Overhead Pabrik Variabel	12.384.121	8.172.921	4.149.208
<b>Harga pokok produksi</b>	<b>849.800.450</b>	<b>501.213.205</b>	<b>471.009.795</b>

Sumber: Data Primer Diolah.

#### 2. *Variabel Costing*

**Tabel 6. Harga Pokok Produksi *Variabel Costing***

Komponen Biaya	Total Biaya		
	Arwana	Buldong	Sudut
Biaya Bahan Baku	539.650.000	350.975.000	337.300.000
Biaya Tenaga Kerja	185.000.000	98.000.000	90.000.000
Biaya Overhead Pabrik Variabel	12.384.121	8.172.921	4.149.208
<b>Harga Pokok Produksi</b>	<b>737.034.121</b>	<b>457.147.921</b>	<b>431.449.208</b>

Sumber: Data Primer Diolah.

### Menghitung Harga Jual Produk Dengan Menggunakan Metode *Cost-Plus Pricing*

#### 1. Menghitung biaya *Markup* dengan pendekatan *full costing*

Perhitungan harga jual dengan menggunakan metode *Cost-Plus Pricing* dilakukan dengan mencari presentase *mark up* yang diinginkan perusahaan. perhitungan *mark up* dengan pendekatan *full costing* dapat menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Presentase Markup} = \frac{646.575.000}{1.600.925.000}$$

$$\text{Presentase Markup} = 0,40387588$$

Berdasarkan perhitungan presentase *mark up* menggunakan metode *full costing* diperoleh nilai sebesar 40,37588%

#### 2. Menentukan Harga Jual Per Unit Metode *Full Costing*

Penentuan harga jual menurut kajian teori dilakukan dengan menambahkan biaya produksi dengan besarnya *mark up* yang telah dihitung dengan pendekatan *full costing*. Berikut ini merupakan rumus penentuan harga jual metode *full costing*

**Tabel 7. Penentuan Harga Jual Cost Plus Pricing Metode Full costing**

Komponen Biaya	Total Biaya		
	Arwana (Rp)	Buldong (Rp)	Sudut (Rp)
Biaya Bahan Baku	539.650.000	350.975.000	337.300.000
Biaya Tenaga Kerja	185.000.000	98.000.000	90.000.000
Biaya Overhead Pabrik tetap	112.766.329	44.065.284	39.560.587
Biaya Overhead Pabrik Variabel	12.384.121	8.172.921	4.149.208
<b>Harga pokok produksi</b>	<b>849.800.450</b>	<b>501.213.205</b>	<b>471.009.795</b>
Jumlah Produksi	185	150	185
<b>Harga pokok produksi per Unit</b>	<b>4.593.516</b>	<b>3.341.421</b>	<b>2.545.999</b>
<b>Mark Up (40,387588%)</b>	<b>1.855.210</b>	<b>1.349.519</b>	<b>1.028.268</b>
<b>Harga Jual per Unit</b>	<b>6.448.726</b>	<b>4.690.940</b>	<b>3.574.267</b>

Sumber: Data Primer Diolah.

### 3. Menghitung Mark up Dengan Pendekatan Variabel Costing

Perhitungan presentase *mark up* dengan pendekatan Variabel *costing* maka peneliti harus tahu terlebih dahulu margin kontribusi perusahaan. Perhitungan margin kontribusi perusahaan dapat menggunakan rumus sebagai berikut :

**Tabel 8. Perhitungan Margin Kontribusi**

Penjualan		2.247.500.000
<b>Biaya Variabel</b>		
Biaya Bahan Baku	1.227.925.000	
BTKL	373.000.000	
Biaya Op Variabel	24.706.251	
Biaya Pemasaran Variabel	17.500.000	
<b>Total Biaya Variabel</b>		<b>1.643.131.251 -</b>
<b>Margin Kontribusi</b>		<b>604.368.749</b>

Sumber : Data Primer Diolah.

$$\text{Presentase Mark up} = \frac{\text{Margin Kontribusi}}{\text{Biaya Variabel}}$$

$$\text{Presentase Mark up} = \frac{604.368.749}{1.643.131.251}$$

$$\text{Presentase Mark up} = 0,36781526$$

Berdasarkan .perhitungan presentase *mark up* menggunakan metode variabel *costing* diperoleh nilai sebesar 36,781526%

### 4. Menghitung Markup Dengan Pendekatan Variabel Costing

Penentuan harga jual menurut kajian teori dilakukan dengan menambahkan biaya produksi dengan besarnya markup yang telah dihitung dengan pendekatan *variabel costing*.

**Tabel 9. Penentuan Harga Jual Cost Plus Pricing Metode Variabel Costing**

Komponen Biaya	Total Biaya		
	Arwana	Buldong	Sudut
Biaya Bahan Baku	539.650.000	350.975.000	337.300.000
Biaya Tenaga Kerja	185.000.000	98.000.000	90.000.000
Biaya Overhead Pabrik Variabel	12.384.121	8.172.921	4.149.208
Biaya Pemasaran dan Administrasi Variabel	9.000.000	5.000.000	3.500.000
<b>Harga Pokok Produksi</b>	<b>737.034.121</b>	<b>457.147.921</b>	<b>431.449.208</b>

Jumlah Produksi	185	150	185
<b>Harga pokok produksi per Unit</b>	<b>4.032.617</b>	<b>3.080.986</b>	<b>2.351.077</b>
<b>Markup (36,781526%)</b>	<b>1.483.258</b>	<b>1.133.233</b>	<b>864.762</b>
<b>Harga Jual per Unit</b>	<b>5.515.875</b>	<b>4.214.220</b>	<b>3.215.838</b>

Sumber: Data Primer Diolah.

### Menghitung Harga Pokok Penjualan

Tahap selanjutnya yang peneliti lakukan adalah menghitung besarnya harga pokok penjualan tahun 2019 pada UD.Indo Bangkit. Perhitungan besarnya harga pokok penjualan dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 10. Harga Pokok Penjualan *Full Costing***

(Dalam Rupiah)

<b>Harga Pokok Produksi</b>	
Persediaan Bahan Baku Awal	0
Pembelian Bahan Baku	1.227.925.000 +
Jumlah Bahan Baku Yang Tersedia	1.227.925.000
Persediaan Bahan Baku Akhir	0 -
Bahan Baku Digunakan Dalam Produksi	1.227.925.000
Tenaga Kerja Langsung	373.000.000
Overhead Pabrik Tetap Dan Variabel	221.098.451 +
<b>Total Biaya Produksi</b>	<b>1.822.023.451</b>
Persediaan Barang Dalam Proses Awal	0 +
	1.822.023.451
Persediaan Barang Dalam Proses Akhir	0 -
<b>Harga Pokok Produksi</b>	<b>1.822.023.451</b>
<b>Harga Pokok Penjualan</b>	
Persediaan Barang Jadi Awal	0
Harga Pokok Produksi	1.822.023.451 +
Harga Pokok Barang Yang Tersedia Untuk Dijual	1.822.023.451
Persediaan Barang Jadi Akhir	0 -
<b>Harga pokok penjualan</b>	<b>1.822.023.451</b>

Sumber: Data Primer Diolah.

**Tabel 11. Harga Pokok Penjualan *Variabel Costing***

(Dalam Rupiah)

<b>Harga Pokok Produksi</b>	
Persediaan Bahan Baku Awal	0
Pembelian Bahan Baku	1.227.925.000 +
<b>Jumlah Bahan Baku Yang Tersedia</b>	<b>1.227.925.000</b>
Persediaan Bahan Baku Akhir	0
<b>Bahan Baku Digunakan Dalam Produksi</b>	<b>1.227.925.000</b>
Tenaga Kerja Langsung	373.000.000
Overhead Pabrik Variabel	24.706.251 +
<b>Total Biaya Produksi Variabel</b>	<b>1.625.631.251</b>
Persediaan Barang Dalam Proses Awal	0 +
	1.625.631.251
Persediaan Barang Dalam Proses Akhir	0 -
<b>Harga Pokok Produksi Variabel</b>	<b>1.625.631.251</b>
<b>Harga Pokok Penjualan Variabel</b>	
Persediaan Barang Jadi Awal	0
Harga Pokok Produksi Variabel	1.625.631.251 +
Harga Pokok Barang Tersedia Untuk Dijual	1.625.631.251
Persediaan Barang Jadi Berakhir	0 -
<b>Harga Pokok Penjualan Variabel</b>	<b>1.625.631.251</b>

Sumber: Data Primer Diolah.

### Membuat Laporan Laba Rugi Full Costing

Setelah peneliti mengetahui besarnya harga pokok produksi dan juga harga pokok penjualan dengan menggunakan metode *full costing*. Langkah selanjutnya yang peneliti lakukan adalah menyusun laporan laba rugi *full costing* untuk mengetahui besarnya laba yang diperoleh oleh perusahaan. Tabel berikut ini akan menjelaskan bagaimana perhitungan laba rugi metode *full costing* pada perusahaan UD.Indo Bangkit Jepara pada tahun 2019:

**Tabel 9. Laporan Laba Rugi Metode Full Costing Per 31 Desember 2019**

Keterangan	Nominal (Rp)	
<b>Penjualan</b>		
Arwana 185 x 6.448.726		
Buldong 150 x 4.690.940		
Sudut 185 x 3.574.267		2.557.894.747
Harga Pokok Penjualan		<u>1.822.023.451-</u>
<b>Laba Kotor</b>		<b>735.871.296</b>
<b>Biaya Penjualan Dan Administrasi:</b>		
Biaya Penjualan	17.500.000	
Biaya Administratif	<u>25.200.000 +</u>	
<b>Total Biaya Penjualan Dan Administrasi:</b>		<b><u>42.700.000 -</u></b>
<b>Laba (Rugi) Operasional Bersih</b>		<b>693.171.296</b>

Sumber: Data Primer Diolah.

**Tabel 10. Laporan Laba Rugi Metode Variabel Costing Per tanggal 31 Desember 2019**

Keterangan	Biaya (Rp)	
<b>Penjualan</b>		
Arwana 185 x 5.515.875		
Buldong 150 x 4.214.220		
Sudut 185 x 3.215.838		2.247.499.857
Harga Pokok Penjualan Variabel	<b>1.625.631.251</b>	
Penjualan Variabel Dan Administrasi	<u>17.500.000+</u>	
<b>Total Biaya Variabel</b>		<b><u>1.643.131.251-</u></b>
<b>Margin Kontribusi</b>		<b>604.368.606</b>
<b>Biaya tetap:</b>		
Overhead Manufaktur Tetap	196.392.200	
B. Penjualan Dan Administrasi Tetap	<u>25.200.000+</u>	
<b>Total Biaya Tetap</b>		<b><u>221.592.200-</u></b>
<b>Laba (Rugi) Operasional Bersih</b>		<b>382.776.406</b>

Sumber: Data Primer Diolah.

### Membandingkan Penjualan Serta Besarnya Laba Antara Pendekatan Full Costing, Variabel Costing, Dan Perusahaan.

**Tabel 11. Perbandingan Penjualan dan Laba Bersih**

(Dalam Rupiah)

Keterangan	Penjualan & Laba Perusahaan		
	Perhitungan UD.Indo Bangkit	Metode Full Costing	Metode Variabel Costing
Hasil Penjualan	2.247.500.000	2.557.894.747	2.247.499.857
Laba Perusahaan	382.776.550	693.171.297	382.776.406

Sumber: Data Primer Diolah.

## PEMBAHASAN

Menurut pembahasan hasil penelitian yang peneliti sajikan, dapat diketahui bahwa selama ini UD.Indo Bangkit belum menggolongkan biaya – biaya yang ada di dalam perusahaan sesuai dengan kaidah penggolongan biaya yang benar. Oleh sebab itu, peneliti menggolongkan biaya – biaya yang ada di dalam perusahaan ke dalam biaya produksi, biaya administrasi dan umum, biaya pemasaran. Pada tabel 4.16, 4.17 dan 4.18 dilakukan penggolongan biaya produksi. Unsur-unsur biaya yang tergolong dalam biaya produksi adalah biaya bahan baku, biaya bahan penolong, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Biaya – biaya yang tergolong dalam biaya produksi tetap adalah biaya gaji bagian administrasi produksi (TKTL), biaya penyusutan mesin dan peralatan dan biaya pemeliharaan karena besarnya biaya setiap bulannya tetap sama tidak terpengaruh dengan perubahan aktivitas kegiatan perusahaan. Biaya – biaya yang tergolong dalam biaya produksi variabel adalah biaya bahan baku, biaya bahan penolong, dan biaya gaji tenaga kerja borongan. Biaya – biaya tersebut tergolong biaya variabel karena total biayanya selalu berubah – ubah sesuai dengan perubahan tingkat aktivitas produksi perusahaan. Penggolongan biaya produksi juga terdapat biaya semivariabel yaitu dan biaya listrik, air dan telepon.

Hasil penggolongan biaya yang telah dilakukan oleh peneliti pada perusahaan UD.Indo Bangkit menunjukkan adanya biaya semivariabel. Tujuan untuk menghitung harga pokok produksi variabel *costing*, maka perlu dilakukan pemisahan terlebih dahulu ke dalam biaya tetap dan biaya variabel. Peneliti memisahkan biaya semivariabel ke dalam biaya tetap dan variabel dengan menggunakan metode kuadrat terkecil. Perhitungan pemisahan biaya semivariabel untuk produk arwana dengan metode kuadrat terkecil dapat dilihat pada tabel 4.19 untuk pemisahan biaya telpon produk arwana, tabel 4.20 untuk pemisahan biaya listrik produk arwana, tabel 4.21 untuk pemisahan biaya air produk arwana. Perhitungan pemisahan biaya semivariabel untuk produk buldong dengan metode kuadrat terkecil dapat dilihat pada tabel 4.23 untuk pemisahan biaya telpon produk buldong, tabel 4.24 untuk pemisahan biaya listrik produk buldong, tabel 4.25 untuk pemisahan biaya air produk buldong. Perhitungan pemisahan biaya semivariabel untuk produk sudut dengan metode kuadrat terkecil dapat dilihat pada tabel 4.27 untuk pemisahan biaya telpon produk sudut, tabel 4.28 untuk pemisahan biaya listrik produk sudut, tabel 4.29 untuk pemisahan biaya air produk sudut.

Biaya semivariabel yang telah dipisahkan dan diketahui biaya tetap dan variabelnya kemudian disusun untuk menghitung harga pokok produksi. Perhitungan harga pokok produksi secara *full costing* disusun oleh peneliti berdasarkan penjumlahan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik tetap dan variabel, harga pokok produksi secara *full costing* dapat dilihat pada tabel 4.31. Sedangkan pada penyusunan variabel *costing* disusun sesuai dengan biaya-biaya yang terjadi pada perusahaan dengan menjumlahkan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik secara variabel, harga pokok produksi secara variabel *costing* dapat dilihat pada tabel 4.32. Hasil perhitungan metode *full costing* pada tabel 4.31 menjelaskan perhitungan harga pokok produksi produk pada perusahaan UD.Indo Bangkit Jepara, dari tabel tersebut diketahui bahwa harga pokok produksi untuk

produk arwana sebesar Rp.849.800.450, Bulldog sebesar Rp.501.213.205 dan sudut sebesar Rp.471.009.795. Tabel 4.32 yang menjelaskan perhitungan harga pokok produksi variabel *costing* diketahui harga pokok produksi produk arwana sebesar Rp.737.034.121, buldong sebesar Rp.457.147.921 dan sudut sebesar Rp.431.449.208.

Peneliti dalam menentukan perhitungan harga jual produk dilakukan dengan menambahkan *mark up* pada masing-masing harga pokok produksi, proses penentuan *mark up* yang dilakukan oleh peneliti menggunakan dua cara yakni dengan metode *full costing* dan variabel *costing*. Perhitungan presentase *mark up* dengan menggunakan metode *full costing* diperoleh dari perhitungan *margin bruto* dibagi dengan harga pokok penjualan, perhitungan tersebut memperoleh nilai *mark up* sebesar 40,39%. Harga jual dengan pendekatan metode *full costing* diperoleh harga jual sebesar Rp.6.448.726 untuk produk Arwana, Rp.4.690.940 untuk produk buldong, Rp.3.574.267 untuk produk sudut, perhitungan tersebut sesuai dengan tabel. 4.34. Perhitungan presentase *mark up* dengan menggunakan metode variabel *costing* diperoleh dari perhitungan *margin kontribusi* dibagi dengan total biaya variabel, perhitungan tersebut memperoleh nilai *mark up* sebesar 36,78%. Harga jual dengan pendekatan metode variabel *costing* diperoleh harga jual sebesar Rp.5.515.875 untuk produk Arwana, Rp.4.214.220 untuk produk buldong, Rp.3.215.838 untuk produk sudut, perhitungan tersebut sesuai dengan tabel. 4.35.

Peneliti setelah mengetahui harga jual produk dengan *mark up*, selanjutnya peneliti melakukan perhitungan dengan membuat laporan harga pokok penjualan dan laporan laba rugi secara *full costing* dan variabel *costing*. Perhitungan laporan laba rugi dengan menggunakan metode *full costing* diperoleh total penjualan sebesar Rp.2.557.894.747, harga pokok penjualan sebesar Rp.1.822.023.451, dengan biaya umum dan administrasi sebesar Rp.42.700.000 dan memperoleh laba sebelum pajak sebesar Rp.693.171.297. Perhitungan laporan laba rugi dengan menggunakan metode variabel *costing* diperoleh total penjualan sebesar Rp.2.247.499.857, dengan total biaya variabel sebesar Rp.1.643.131.251, dengan total biaya tetap Rp.221.592.200 dan memperoleh laba sebelum pajak sebesar Rp.382.776.406.

Perbandingan penjualan diketahui lebih besar pada hitungan peneliti untuk perhitungan secara *full costing* tetapi tidak untuk variabel *costing*, hal ini disebabkan karena perusahaan tidak melakukan *mark up* dalam penentuan harga jual. Pada tabel 4.40 diketahui penjualan perusahaan sebesar Rp.2.247.500.000, penjualan dengan pendekatan *full costing* diperoleh nilai penjualan sebesar Rp.2.557.894.747, dan penjualan dengan pendekatan *variable costing* diperoleh sebesar Rp.2.247.499.857. Perolehan laba yang diperoleh perusahaan Pada tabel 4.40 diketahui laba perusahaan sebesar Rp.382.776.550, laba dengan menggunakan *full costing* diperoleh nilai laba sebesar Rp.693.171.297, dan laba dengan menggunakan metode variabel *costing* diperoleh harga pokok produksi sebesar Rp.382.776.406.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fransiskus Wahyu Septiano (2018) dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya selisih pada penghitungan harga jual produk yang ditetapkan. Penelitian ini juga konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Ayu Ningrum Anggraini (2018) dimana hasil penelitian menyatakan bahwa adanya selisih pada

penghitungan harga jual produk yang di tetapkan. Hasil penelitian yang dilakukan peneliti Helny Melynda Astriani Meroekh dan Petrus E. De Rozar (2016) sejalan dengan penelitian yang peneliti lakukan karena pada perhitungan harga jual terdapat perbedaan hasil perhitungan harga jual perusahaan dan harga jual hasil analisis metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*. Harga jual perusahaan yang ditetapkan lebih kecil dibandingkan dengan harga jual hasil analisis. Perbedaan hasil perhitungan tersebut menyebabkan selisih hasil harga jual perusahaan selama ini dengan harga jual hasil analisis. Hal ini disebabkan karena pada Perusahaan Tahu Pink Jaya belum melakukan perhitungan BOP secara tepat dan akurat dan perusahaan juga belum memasukkan pajak penghasilan sebagai unsur biaya non produksi yang sebenarnya sehingga berpengaruh terhadap penetapan harga jual

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dalam penelitian mengenai penerapan metode *cost plus* dengan pendekatan *full costing* dan variabel *costing* untuk menentukan harga jual dan memaksimalkan laba, dapat ditarik kesimpulan bahwa perhitungan harga jual pendekatan *full costing* dengan *cost plus pricing* diketahui bahwa untuk produk arwana adalah sebesar Rp.6.448.726 per unit, harga jual untuk produk buldong diketahui sebesar Rp.4.690.940 per unit, sedangkan untuk produk sudut diketahui harga jual sebesar Rp.3.574.267 per unit. Perhitungan harga jual pendekatan variabel *costing* dengan *cost plus pricing* diketahui bahwa untuk produk arwana adalah sebesar Rp.5.515.875 per unit, harga jual untuk produk buldong diketahui sebesar Rp.4.214.220 per unit, sedangkan untuk produk sudut diketahui harga jual sebesar Rp.3.215.838 per unit. Perolehan laba yang diperoleh dengan menggunakan pendekatan *full costing* dengan *cost plus pricing* diketahui penjualan perusahaan adalah sebesar Rp.2.557.894.747 dan diperoleh laba sebelum pajak sebesar Rp.693.171.296. Perolehan laba yang diperoleh dengan menggunakan pendekatan variabel *costing* dengan *cost plus pricing* diketahui penjualan perusahaan adalah sebesar Rp.2.247.499.857 dan diperoleh laba sebelum pajak sebesar Rp. 382.776.406. Berdasarkan perhitungan tersebut diketahui bahwa pendekatan *full costing* dengan *cost plus pricing* dapat menghasilkan penjualan yang lebih tinggi bagi perusahaan dan juga memaksimalkan laba perusahaan.

### **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat disarankan kepada perusahaan bahwa metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing* merupakan metode untuk merencanakan laba perusahaan, dimana dapat dilihat bahwa metode *full costing* tersebut dapat memaksimalkan penjualan dan laba perusahaan. Perusahaan sebaiknya menggunakan metode *full costing* dengan *cost plus pricing* untuk meningkatkan penjualan dan laba perusahaan. Hal tersebut dapat terlihat selisih laba yang dihasilkan dengan menggunakan metode *full costing*, variabel *costing* dan metode perusahaan. Peneliti menyarankan untuk penelitian selanjutnya melakukan pengembangan penelitian ini dengan penerapan metode *job order costing* untuk menentukan harga pokok produksi guna menentukan

harga jual. Supaya kedepannya penelitian ini dapat dibandingkan dan mengetahui hasil mana yang terbaik untuk diterapkan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggoro. Dhiki Dwi. (2020). Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Dan Harga Jual Guna Menentukan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) (Studi Kasus pada UD.Sehati Kecap Koki Dollar Tulungagung). *Skripsi*. Universitas Islam Kadiri Fakultas Ekonomi Kediri
- Ayu. Ningrum Anggraini (2018). Penerapan Metode Cost Plus Pricing dengan Pendekatan Full Costing untuk Menentukan Harga jual Pada Perusahaan UD.Priyan Perkasa Sidoarjo. *Skripsi*: Universitas Islam Kadiri.
- Baridwan. Zaki (2011). *Intermediate Accounting. Edisi Kedelapan*. Yogyakarta BPFPE.
- Dea. Novita. (2015). Analisis Pendekatan Cost Plus Dalam Penentuan Harga Jual Produk Roti Kacang Pada Perusahaan Roti Orion Kediri. *Skripsi*. Universitas Nusantara PGRI.
- Fransiskus. Wahyu Septiono (2018). Penentuan Harga Jual Dengan Menggunakan Metode Cost Plus Pricing Pada UD.Berkah Agung kapuk Super. *Skripsi* Yogyakarta: Universitas Dharma Yogyakarta.
- Garrison. Noreen and Brewer (2020). *Akuntansi Manajerial. Edisi 14*. Jakarta: Salemba Empat.
- Harahap, Sofyan Syafri. (2011). *Analisis Kritis atas laporan Keuangan. Edisi Pertama. Cetakan ke sepuluh*. Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Haryono. (2011). *Dasar-Dasar Akuntansi Jilid 2 Edisi 7*. Yogyakarta: STIE YKPN.
- Kotler. Philip dan Keller. K. Lane. (2012). *Pemasaran Marketing Edisi 1*. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Kotler. Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Mamduh, H dan Abdul Halim. (2016). *Analisis Laporan Keuangan. Edisi Kelima*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Meroekh. H.M.A. (2018). Perhitungan Harga Pokok Produksi Dalam Menentukan Harga Jual Melalui Metode *Cost Plus Pricing* (Studi Kasus Pada Pabrik Tahu Pink Jaya Oebufu Di Kupang). *Journal of Management - Small and Medium Enterprises (SME's). Vol 7 No 2 (2018)*:
- Mulyadi. (2014). *Akuntansi Biaya. Edisi 4*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.Mulyadi. (2015). *Akuntansi Biaya. Edisi 5*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Munthe. Iqno Fito. (2018). Pengaruh Laba Kotor. Laba Operasi Dan Laba Bersih Terhadap Arus Kas (Studi Kasus Pada Perusahaan *Food And Beverage*

- Yang Terdaftar Di BEI Periode 2015-2017). *Skripsi thesis*. Universitas Mercu Buana Yogyakarta.
- Sodikin dan Riyono. (2018). *Akuntansi Pengantar I Edisi ke 9*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Sodikin. Slamet Sugiri. 2015. *Akuntansi Manajemen Sebuah Pengantar. Edisi 5*. Yogyakarta: UPP-STIM YKPN.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Sunarto. (2013). *Akuntansi Biaya. Edisi Revisi*. Yogyakarta. AMUS.
- Supriyono. (2012). *Akuntansi Biaya Pengumpulan Biaya dan Penentuan Harga Pokok. Buku 1 Edisi 2*. Yogyakarta: BPFE.