

Analisis penerapan penentuan harga jual menggunakan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing* pada Kopi Chuseyo Manado

Manajemen Bisnis dan Keuangan Korporat

DOI
10.58784/mbkk.351

Keywords
selling price determination
cost plus pricing
full costing
cost of goods manufactured
MSMEs

JEL Classification
D24
M41

Received 18 July 2025
Revised 5 August 2025
Accepted 6 August 2025
Published 7 August 2025

Pingkan Christy Rembet

Corresponding author: pingkanrembet064@student.unsrat.ac.id

Sam Ratulangi University - Indonesia

Novi S. Budiarto

Sam Ratulangi University - Indonesia

Claudia W. M. Korompis

Sam Ratulangi University - Indonesia

ABSTRACT

This study aims to analyze the application of the cost plus pricing method using the full costing approach in determining the selling price at Kopi Chuseyo Manado. The background of the study is based on the franchise policy where the selling price is set centrally, without fully considering the local branch's production and nonproduction costs. This research uses a descriptive qualitative method with a case study approach. Data were collected through interviews and documentation, then analyzed by calculating the cost of goods manufactured using the full costing method and determining the selling price by adding a profit margin. The results show a discrepancy between the centrally determined selling price and the price calculated using the cost plus pricing method. This method is considered more accurate as it includes all relevant costs, helping the business achieve optimal profit and avoid losses due to inaccurate pricing. The study recommends this method for similar MSMEs to improve pricing accuracy.

©2025 Pingkan Christy Rembet, Novi S. Budiarto, Claudia W. M. Korompis



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Pendahuluan

Perkembangan pesat dalam dunia usaha di Indonesia saat ini membuat dorongan persaingan bisnis yang ketat. Pemilik usaha diharuskan dapat bersaing untuk mendapatkan keuntungan atau laba. Untuk mendapatkan keuntungan atau laba adalah tujuan

utama di dalam dunia usaha. Laba atau keuntungan menjadi tolak ukur kesuksesan suatu usaha. Terlebih dalam dunia usaha di bidang makanan, pemilik usaha harus bisa menghadapi persaingan yang terjadi. Pemilik usaha dituntut harus membuat produk bermutu tinggi dengan harga jual yang terjangkau.

Dalam dunia bisnis pencatatan transaksi-transaksi dan pembuatan laporan keuangan sangat diperlukan untuk mengetahui keluar masuknya aliran dana yang terjadi dalam suatu perusahaan. Dengan adanya perkembangan teknologi dan informasi terlebih di bidang akuntansi, perusahaan dapat dimudahkan dalam melakukan perhitungan keuangan. Dengan teknik perhitungan dan pencatatan yang sesuai, perusahaan dapat mencapai keuntungan yang maksimal.

Biaya produksi menurut Mulyadi (2020: 14) merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Pengaruh biaya produksi dalam proses pembuatan produk sangat berpengaruh dalam penentuan harga jual. Apabila biaya produksi tidak dihitung dengan baik, maka akan berpengaruh terhadap penentuan harga jual. Jika penentuan harga jual terlalu tinggi dari pesaing maka akan berdampak pada menurunnya tingkat permintaan konsumen dan pemilik usaha akan kehilangan penjualan atau pangsa pasarnya. Sedangkan jika penentuan harga jual terlalu rendah dari pesaing maka akan terjadi kerugian atau pulang pokok.

Biaya produksi merupakan hal yang berkaitan erat dengan jumlah produk yang dihasilkan, berkaitan dengan hal tersebut sangat diperlukan kesadaran untuk melakukan perhitungan yang tepat terhadap biaya produksi. Menghitung biaya produksi dengan tepat sangat berpengaruh terhadap pendapatan atau laba, jika biaya produksi dihitung dengan benar dan diterapkan dengan tepat maka perusahaan bisa mendapatkan keuntungan yang maksimal. Jika perhitungan biaya produksi tidak sesuai, maka bisa terjadi penentuan harga jual yang lebih tinggi atau lebih rendah.

Harga jual atau nilai produk memiliki kaitan erat dengan kelangsungan hidup suatu perusahaan. Dalam praktiknya, harga jual ditentukan oleh penjual atau perusahaan serta konsumen atau pembeli. Penentuan harga jual menurut Sudarsono (2020:38), mencakup seluruh aspek kegiatan produksi perusahaan, termasuk harga bahan baku, biaya produksi, biaya pemasaran, peraturan pemerintah, serta harga produk sejenis yang dijual oleh pesaing. Faktor-faktor tersebut dapat mempengaruhi volume penjualan produk atau pendapatan perusahaan.

Terdapat berbagai penelitian terdahulu yang terkait dengan penentuan harga jual yang mendapatkan hasil yang beragam. Seperti dalam penelitian yang dilakukan oleh Taroreh, dkk., (2021)

yang dilakukan pada CV. Verrel Tri Putra Mandiri, dengan menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif, menyatakan bahwa hasil penelitian menunjukkan adanya perbedaan antara harga jual yang ditetapkan perusahaan dengan perhitungan harga jual menggunakan metode *cost plus pricing*. Dari 3 sampel produk yang digunakan untuk penelitian, terdapat selisih dimana untuk harga yang ditetapkan perusahaan lebih besar daripada metode *cost plus pricing*. Adapun penelitian yang dilakukan oleh Nonga, (2021) yang dilakukan pada IKM Kripik Madani di Kecamatan Ende Timur Kabupaten Ende Provinsi NTT, dengan menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif, menyatakan bahwa penentuan harga jual yang dilakukan perusahaan IKM Kripik Madani dengan metode *full costing* terdapat perbedaan atau selisih dalam penentuannya. Perusahaan IKM Kripik Madani dalam menentukan harga jual yaitu dengan menghitung seluruh biaya-biaya yang dikeluarkan selama proses produksi. Serta ada pada penelitian yang dilakukan oleh Budiman, dkk., (2019) yang dilakukan pada PT. Blue Ocean Grace International, dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif, menyatakan bahwa perusahaan dalam cara pengaturan harga jual memang sudah memperhitungkan biaya produksinya, namun dalam menghitung pabrik biaya *overhead* perusahaan tidak termasuk biaya penyusutan mesin dan peralatan, biaya bahan komponen dan biaya asuransi.

Dari beberapa penelitian terdahulu tersebut menyatakan bahwa metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing* ini selain memberikan kemudahan tetapi juga memberikan perhitungan yang tepat. Metode ini dinilai sesuai jika diterapkan pada industri UMKM. Kopi Chuseyo Manado sebagai salah satu UMKM di Manado yang merupakan juga jenis usaha waralaba (*franchise*), menggunakan harga jual menurut penentuan harga dari pusat. Maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada UMKM ini dengan menggunakan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*. Perhitungan harga pokok produksi yang tepat dinilai penting mengingat perkembangan industri UMKM. Oleh karena itu penelitian tentang penentuan harga jual menggunakan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing* dinilai penting untuk terus dilakukan.

Kelebihan dari metode *cost plus pricing* dalam hal ini adalah dapat lebih mudah meyakinkan pelanggan jika terjadi kenaikan harga, karena objek dapat menunjukkan penyebab kenaikan harga baik itu kenaikan bahan baku ataupun upah karyawan secara lebih jelas. Sedangkan kekurangan metode ini adalah mengabaikan persaingan. Penetapan harga jual dengan menggunakan metode *cost plus pricing* biasanya bisa terlalu tinggi ataupun terlalu rendah dibandingkan dengan pesaing. Jika harga terlalu tinggi dari pesaing,

maka perusahaan akan dirugikan karena kehilangan penjualan atau pangsa pasarnya. Namun, jika harga jual terlalu rendah, maka keuntungan yang akan diperoleh semakin menipis.

Dalam penentuan harga jual menggunakan metode *cost plus pricing* terdapat beberapa pendekatan biaya, berupa pendekatan *full costing*, *variable costing* dan *activity based costing*. Untuk pendekatan *full costing* yang menghitung lebih banyak *overhead* pabrik tetap dan *overhead* pabrik variabel, dan pendekatan *variable costing* yang menghitung hanya biaya *overhead* pabrik variabel, yang menitikberatkan pada fase produksi saja. Sedangkan *activity based costing* lebih menitikberatkan penentuan harga jual pada semua fase pembuatan produk.

Dalam penelitian ini, peneliti tertarik untuk mengambil objek di Kopi Chuseyo Manado. Karena usaha ini merupakan jenis usaha waralaba (*franchise*) yang penentuan harga jualnya sudah ditentukan langsung oleh pusatnya, maka diketahui penentuan harga jual pada Kopi Chuseyo Manado ditentukan berdasarkan perhitungan biaya yang dilakukan oleh Kopi Chuseyo Pusat. Dan perhitungan akuntansi yang dilakukan oleh Kopi Chuseyo Manado menggunakan metode perhitungan akuntansi biasa, yang disini mencakup biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya lain-lain. Yang dalam hal ini peneliti menjustifikasi perhitungan HPP perusahaan menggunakan metode *full costing*.

Berdasarkan hal tersebut, masalah yang ditemukan peneliti adalah dikarenakan penentuan harga jual ditetapkan langsung oleh pusat, maka perhitungan biaya lainnya tidak diperhitungkan dengan baik dan didapati beberapa kelemahan dalam perhitungan akuntansi perusahaan dalam laporan laba rugi. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk menganalisis penerapan penentuan harga jual menggunakan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing* pada Kopi Chuseyo Manado.

Pada objek penelitian ini diketahui bahwa pemilik belum menerapkan cara perhitungan menggunakan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*. Maka tujuan dari penelitian ini untuk meneliti bagaimana jika penentuan harga jual yang selama ini diterapkan diubah menjadi perhitungan harga jual menggunakan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*.

Dari uraian tersebut membuat peneliti tertarik untuk meneliti dan menulis lebih lanjut dan menuangkannya dalam skripsi yang berjudul "Analisis Penerapan Penentuan Harga Jual Menggunakan Metode *Cost Plus Pricing* Dengan Pendekatan *Full Costing* Pada Kopi Chuseyo Manado".

Tinjauan pustaka

Akuntansi

Akuntansi menurut Kieso, dkk., (2020: 5) merupakan suatu proses yang dimulai dari pencatatan transaksi-transaksi yang terjadi kemudian hasil akhir akan disajikan dalam bentuk informasi laporan keuangan yang akan disampaikan pada pihak-pihak yang memerlukan informasi tersebut. Akuntansi adalah suatu bahasa umum dalam dunia bisnis. Karakteristik dari akuntansi adalah identifikasi, pengukuran, dan mengkomunikasikan informasi keuangan tentang kegiatan ekonomi suatu entitas kepada pihak-pihak yang berkepentingan. Akuntansi adalah proses pencatatan, perhitungan, pengidentifikasi, pengukuran dan penyusunan informasi ekonomi dalam bentuk laporan keuangan suatu perusahaan yang digunakan untuk pengambilan keputusan (Hariyani, 2021: 2).

Akuntansi manajemen

Akuntansi manajemen menurut Hansen & Mowen (2020: 9) mengidentifikasi, mengumpulkan, mengukur, mengklasifikasi, dan melaporkan informasi yang bermanfaat bagi pengguna internal dalam merencanakan, mengendalikan, dan mengambil keputusan. Akuntansi manajemen adalah laporan keuangan yang disusun untuk menghasilkan informasi yang berguna bagi pihak internal perusahaan atau manajemen yang digunakan untuk pengambilan keputusan, informasi tersebut dapat berupa kebijakan-kebijakan yang tidak dipublikasikan untuk pihak eksternal. (Hariyani, 2021: 2). Menurut Yanto et al. (2024:2) akuntansi manajemen merupakan bidang akuntansi yang berfokus pada pengumpulan, analisis, interpretasi dan penyajian informasi keuangan dan non keuangan kepada para pihak internal suatu perusahaan.

Akuntansi biaya

Akuntansi biaya merupakan proses penentuan biaya produk atau kegiatan. Data biaya dapat digunakan baik untuk laporan internal maupun untuk laporan eksternal. (Sodikin, 2020: 12). Menurut Purwanti (2024:15) akuntansi biaya merupakan suatu proses pencatatan, pengklasifikasi, pengikhtisaran dan pelaporan biaya dan kerugian yang dialami dari produksi barang/jasa hingga pada penjualan dan pendistribusian barang dan jasa serta pengambilan keputusan mengenai hasilnya.

Konsep biaya

Biaya merupakan objek yang dicatat, digolongkan, diringkas dan disajikan oleh akuntansi biaya. Secara luas biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu. (Broto, 2021: 5)

Biaya produksi

Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual.

Secara garis besar biaya produksi ini dibagi menjadi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead. (Mulyadi, 2020: 14).

Unsur-unsur biaya produksi

Pendekatan umum yang sama mengenai akumulasi biaya dan alokasi biaya yang baru saja digambarkan untuk bahan baku, juga dapat diterapkan pada biaya produksi lainnya. Produksi (manufacturing) adalah transformasi (mengubah bentuk) bahan baku menjadi barang lain melalui penggunaan tenaga kerja dan fasilitas pabrik (Sahla, 2020: 7). Ada tiga unsur utama dalam biaya suatu produk:

1. Bahan baku langsung
2. Tenaga kerja langsung
3. Biaya overhead pabrik

Harga pokok produksi

Beban pokok produksi atau harga pokok produksi yaitu jumlah keseluruhan biaya yang dipergunakan suatu perusahaan dalam memproduksi barang atau layanan yang terdiri dari biaya bahan baku, tenaga kerja, dan biaya *overhead* pabrik yang berhubungan langsung dengan proses produksi yang dilakukan oleh suatu perusahaan atau organisasi (Purwanti 2023:26).

Metode penentuan harga pokok produksi

Metode penentuan harga pokok produksi menurut (Mulyadi, 2020: 17) merupakan cara perhitungan unsur-unsur biaya ke dalam harga pokok produksi. Dalam memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam harga pokok produksi terdapat dua metode pendekatan yaitu full costing dan variable costing.

1. Full costing

Biaya bahan baku	Xxx	
Biaya tenaga kerja langsung		Xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik variabel	Xxx	
Biaya <i>overhead</i> pabrik tetap		Xxx
Harga pokok produksi		<u>Xxx</u>

Sumber: Mulyadi (2020: 17-18)

2. Variable costing

Biaya bahan baku	Xxx	
Biaya tenaga kerja langsung		Xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik variabel	Xxx	
Harga pokok produksi		<u>Xxx</u>

Sumber: Mulyadi (2020: 18-19)

Penentuan harga jual

Penentuan harga jual merupakan salah satu keputusan manajemen. Hidup dan matinya perusahaan dalam jangka panjang bergantung pada keputusan *pricing* ini (Sodikin, 2020: 158).

Tujuan penentuan harga jual

Deviesa (2019: 96) menjelaskan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi manajemen dalam membuat keputusan tentang penentuan harga jual suatu produk atau jasa meliputi:

1. Tujuan perusahaan, yaitu apakah perusahaan ingin memperoleh banyak keuntungan atau menguasai pangsa pasar.
2. Faktor pasar, yaitu apakah permintaan atas produk tersebut tinggi.
3. Faktor persaingan, yaitu apakah segmen yang dimasuki perusahaan memiliki banyak pesaingnya.
4. Faktor pelanggan, yaitu perusahaan harus memahami apa yang diinginkan oleh pelanggan.
5. Faktor lingkungan lainnya, yaitu peraturan pemerintah, kondisi ekonomi, sosial, dan budaya.
6. Faktor pertimbangan biaya yang terjadi karena biaya memengaruhi harga sehingga perusahaan harus dapat menentukan berapa jumlah produk yang akan diproduksi dimana jumlah tertentu biaya produksinya rendah.

Metode penentuan harga jual

Metode penentuan harga jual menurut Sujarwani (2019: 75), berdasarkan biaya dalam bentuk yang paling sederhana, yaitu:

1. *Cost Plus Pricing Method*
2. *Mark Up Pricing Method*
3. *Penetapan harga BEP (Break Even Point)*

Metode riset

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Penelitian ini lebih menekankan pada suatu topik atau permasalahan yang terjadi sesuai dengan fakta atau keadaan yang terjadi pada saat penelitian berlangsung. Dalam penelitian ini penulis menggambarkan hasil perhitungan biaya produksi perusahaan dengan menggunakan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*.

Tempat dan Waktu Penelitian dilakukan di Kopi Chuseyo, Kawasan Megamas, Jl. Laksada John Lie, No.28, Sulawesi Utara. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Mei 2024 sampai dengan selesai. Menggunakan jenis data kuantitatif, berupa data-data biaya yang terjadi selama proses produksi dalam bentuk angka, yang diperoleh melalui wawancara dengan penanggung jawab kafe di Kopi Chuseyo Manado.

Sumber data berupa data primer, yang diperoleh langsung dari Kopi Chuseyo Manado. Dengan metode pengumpulan data yang digunakan di dalam penelitian ini adalah metode wawancara. Dan menggunakan metode penelitian analisis deskriptif kualitatif. Tujuan dari metode ini adalah untuk menguraikan, membandingkan gambaran, dan menerangkan suatu data yang kemudian dianalisa kembali sehingga dapat diambil kesimpulan

dari informasi yang diberikan dan sesuai dengan data yang didapatkan dari Kopi Chuseyo Manado.

Hasil dan pembahasan

Hasil

Kopi Chuseyo Manado merupakan salah satu cabang usaha waralaba yang memiliki pusat di Jakarta. Berdasarkan hasil wawancara diperoleh informasi bahwa penentuan harga jual dari Kopi Chuseyo Manado ditentukan langsung oleh pusat, tanpa mempertimbangkan biaya operasional lokal. Dengan pembelian bahan baku per 3 s/d 4 bulan sekali. Hasil perbandingan metode *cost plus pricing* dengan metode *full costing* menunjukkan bahwa metode *cost plus pricing* memberikan keuntungan lebih banyak sebesar Rp. 52.500 dibandingkan metode *full costing*.

Perhitungan HPP menurut perusahaan yang di justifikasi menggunakan metode full costing

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan berikut adalah perhitungan HPP berdasarkan metode *full costing*:

Tabel 1. Metode *full costing* biaya produksi Kopi Chuseyo Manado

BIAYA PRODUKSI	Biaya (Rp)	Total (Rp)
Biaya Bahan Baku		
Kopi	500.000	
Susu Full Cream @1L	600.000	
Susu Kental Manis	115.200	
Soda (Sprite 390ml)	66.667	
Sirup Caramel	173.333	
Sirup Banana	86.667	
Sirup Rum	86.667	
Sirup Mint	86.667	
Sirup Peach	86.667	
Sirup Lychee	86.667	
Sirup Pome	43.333	1.931.867
Biaya Bahan Baku Topping		
Selai Strawberry	60.000	
Sous Caramel	20.000	
Sous Cokelat	20.000	
Choco Chips	13.333	
Regal	13.333	126.667
Biaya Tenaga Kerja Langsung		
Barista	8.000.000	8.000.000
Biaya Overhead Pabrik Variabel		
Cup Minuman	800.000	
Sedotan @50 pcs	25.000	
ES Batu Krystal	88.000	913.000
Biaya Overhead Pabrik Tetap		
Listrik dan Air	4.000.000	
WiFi	450.000	
Penyusutan Peralatan	185.000	
Beban Sewa Gedung	833.333	5.468.333

Total Biaya Produksi	16.439.867
Jumlah Unit Produksi (Cup)	800
Harga Pokok Produksi per Cup (Dibulatkan)	20.550

Sumber: Data olahan, 2024

Pada tabel 1 menunjukkan dari data yang diolah diperoleh total biaya produksi selama sebulan sebesar Rp. 16.439.867, hasil tersebut merupakan penjumlahan antara total biaya bahan baku, biaya bahan baku topping, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik variabel, dan biaya overhead pabrik tetap, dibagi dengan jumlah unit produksi sebanyak 800 cup sehingga diperoleh harga pokok produksi per unitnya (cup) yaitu sebesar Rp. 20.550. Berdasarkan hasil wawancara ditemukan bahwa konsep HPP perusahaan sama dengan konsep *full costing*.

Perhitungan HPP metode cost plus/ pricing dengan pendekatan full costing

Tabel 2. Metode cost plus pricing biaya produksi Kopi Chuseyo Manado

BIAYA PRODUKSI	Biaya (Rp)	Total (Rp)
Biaya Bahan Baku		
Kopi	500.000	
Susu Full Cream @1L	600.000	
Susu Kental Manis	115.200	
Soda (Sprite 390ml)	66.667	
Sirup Caramel	173.333	
Sirup Banana	86.667	
Sirup Rum	86.667	
Sirup Mint	86.667	
Sirup Peach	86.667	
Sirup Lychee	86.667	
Sirup Pome	43.333	1.931.867
Biaya Bahan Baku Topping		
Selai Strawberry	60.000	
Sous Caramel	20.000	
Sous Cokelat	20.000	
Choco Chips	13.333	
Regal	13.333	126.667
Biaya Tenaga Kerja Langsung		
Barista	8.000.000	8.000.000
Biaya Overhead Pabrik Variabel		
Cup Minuman	800.000	
Sedotan @50 pcs	25.000	
ES Batu Krystal	88.000	913.000
Biaya Overhead Pabrik Tetap		
Listrik dan Air	4.000.000	

WiFi	450.000	
Penyusutan Peralatan	185.000	
Beban Sewa Gedung	833.333	5.468.333
Biaya Lain-lain diluar produksi		
Biaya Advertising	41.667	41.667
Total Biaya Produksi		16.481.534
Jumlah Unit Produksi (Cup)		800
Harga Pokok Produksi per Cup (Dibulatkan)		20.602

Sumber: Data olahan, 2024

Dari data yang telah diolah seperti pada tabel 2, diperoleh total biaya produksi selama sebulan sebesar Rp. 16.481.534, hasil tersebut merupakan penjumlahan antara total biaya bahan baku, biaya bahan baku topping, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik variabel, dan biaya overhead pabrik tetap. Dalam perhitungan harga jual yang dilakukan pada umumnya hanya memperhitungkan unsur biaya produksi saja, sedangkan biaya non produksi tidak diperhitungkan. Dalam penentuan harga jual *cost plus pricing*, semua unsur biaya dihitung dalam menentukan harga jual, baik itu biaya produksi (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya overhead pabrik) maupun biaya non produksi (biaya penjualan, biaya administrasi / atau biaya lain-lain diluar produksi). Dalam konteks *cost plus pricing* dalam penelitian ini biaya lain-lain diluar produksi adalah sebesar Rp. 41.667, dibagi dengan jumlah unit produksi sebanyak 800 cup sehingga diperoleh harga pokok produksi per unitnya (cup) yaitu sebesar Rp. 20.602.

Perhitungan harga jual menurut perusahaan yang di justifikasi menggunakan metode full costing

Tabel 3. Perhitungan harga jual menurut perusahaan

Biaya per unit (cup)	=	Total Biaya Produksi
	=	Jumlah Unit Produksi (Cup)
	=	16.481.534
	=	800
	=	20.602
Harga Jual	=	Total Biaya Produksi + (% laba x Total Biaya Produksi)
	=	16.481.534 + (24,40% x 16.481.534)
	=	20.503.844
Harga Jual per unit (cup)	=	Harga Jual
	=	Jumlah Unit Produksi (Cup)
	=	20.503.844
	=	800
	=	25.630

Sumber: Data olahan, 2024

Dari perhitungan yang telah dilakukan, harga jual rata-rata per unit yaitu sebesar Rp. 25.565/cup namun perusahaan biasanya membulatkan harga jual tersebut fluktuatif dari kisaran Rp. 20.000 – Rp 30.000 /cup. Harga ini relatif konstan dibebankan kepada konsumen. Alasan perusahaan menentukan diferensiasi harga jual disebabkan karena perkiraan harga bahan baku atau dasar pembuatan menu yang cenderung berbeda-beda di setiap bahannya. Oleh karena itu dibuatlah kisaran harga mulai dari Rp. 20.000 – Rp. 30.000 /cup-nya.

Perhitungan harga jual metode cost plus pricing dengan pendekatan full costing

Tabel 4. Perhitungan harga jual menggunakan metode cost plus pricing dengan pendekatan full costing

Biaya per unit (cup)	=	Total Biaya Produksi Jumlah Unit Produksi (Cup) = 16.481.534 800 = 20.602
Harga Jual	=	Total Biaya Produksi + (% laba x Total Biaya Produksi) = 16.481.534 + (24,40% x 16.481.534) = 20.503.844
Harga Jual per unit (cup)	=	Harga Jual Jumlah Unit Produksi (Cup) = 20.503.844 800 = 25.630

Sumber: Data olahan, 2024

Dari perhitungan yang telah dilakukan, berdasarkan metode *cost plus pricing* harga jual rata-rata per unit (cup) yaitu sebesar Rp 25.630 /cup. Penentuan harga jual menggunakan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*, merupakan metode penentuan harga jual dimana biaya yang digunakan sebagai dasar dalam menentukan harga jual adalah semua biaya yang terjadi ditambah biaya administrasi umum dan/atau biaya lain-lain diluar produksi.

Pembahasan

Perbandingan HPP menurut perusahaan yang di justifikasi menggunakan metode full costing dan metode cost plus pricing

Harga pokok produksi yang dihitung dengan menggunakan metode *cost plus pricing* menghasilkan angka yang lebih tinggi. Hal ini disebabkan karena ada beberapa biaya yang tidak diperhitungkan oleh perusahaan dan/atau *full costing*. Perusahaan beranggapan bahwa biaya pemeliharaan dan biaya depresiasi alat produksi merupakan modal awal dalam menjalankan bisnisnya,

sehingga sudah menjadi sebuah resiko perusahaan jika alat-alat produksi yang digunakan mengalami kerusakan. Dari data yang diolah diperoleh total biaya produksi sebesar Rp. 16.481.534, hasil tersebut merupakan penjumlahan antara total biaya bahan baku sebesar Rp. 1.931.867, biaya bahan baku pelengkap sebesar Rp. 126.667, biaya tenaga kerja yaitu sebesar Rp. 8.000.000, biaya overhead pabrik variabel sebesar Rp. 913.000, biaya overhead pabrik tetap sebesar Rp. 5.468.333 serta dibagi dengan jumlah unit produksi sebanyak 800 cup sehingga diperoleh harga pokok produksi per unitnya (cup) yaitu sebesar Rp. 20.602.

Tabel 5. Perbandingan HPP

BIAYA PRODUKSI	Full Costing		Cost Plus Pricing		Selisih
	Biaya (Rp)	Total (Rp)	Biaya (Rp)	Total (Rp)	
Biaya Bahan Baku					
Kopi	500.000	500.000			-
Susu Full Cream @1L	600.000	600.000			-
Susu Kental Manis	115.200	115.200			-
Soda (Sprite 390ml)	66.667	66.667			-
Sirup Caramel	173.333	173.333			-
Sirup Banana	86.667	86.667			-
Sirup Rum	86.667	86.667			-
Sirup Mint	86.667	86.667			-
Sirup Peach	86.667	86.667			-
Sirup Lychee	86.667	86.667			-
Sirup Pome	43.333	1.931.867	43.333	1.931.867	-
Biaya Bahan Baku Topping					
Selai Strawberry	60.000	60.000			-
Sous Caramel	20.000	20.000			-
Sous Cokelat	20.000	20.000			-
Choco Chips	13.333	13.333			-
Regal	13.333	126.667	13.333	126.667	-
Biaya Tenaga Kerja Langsung					
Barista	8.000.000	8.000.000	8.000.000	8.000.000	-
Biaya Overhead Pabrik Variabel					
Cup Minuman	800.000	800.000			-
Sedotan @50 pcs	25.000	25.000			-
ES Batu Krystal	88.000	913.000	88.000	913.000	-
Biaya Overhead Pabrik Tetap					
Listrik dan Air	4.000.000	4.000.000			-
WiFi	450.000	450.000			-
Penyusutan Peralatan	185.000	185.000			-
Beban Sewa Gedung	833.333	5.468.333	833.333	5.468.333	-
Biaya Lain-Lain diluar Produksi					
Biaya Advertising			41.667	41.667	41.667
Total Biaya Produksi		16.439.867		16.481.534	41.667
Jumlah Unit Produksi (Cup)		800		800	-
Harga Pokok Produksi per Cup (Dibulatkan)		20.550		20.602	52

Sumber: Data olahan, 2024

Perbedaan harga pokok produksi antara metode *full costing* dengan *cost plus pricing* diketahui bahwa selisih harga pokok produksi adalah sebesar Rp. 52 per cup, lebih tinggi harga pokok

produksi menggunakan metode *cost plus pricing* karena metode ini menghitung seluruh biaya yang terjadi dalam proses produksi

Pembahasan

Perbandingan harga jual menurut perusahaan yang di justifikasi menggunakan metode full costing dan metode cost plus pricing

Tabel 6. Perbandingan harga jual

Keterangan	Full Costing	Cost Plus Pricing	Selisih
Menu Kopi Chuseyo	25.565	25.630	65

Sumber: Data olahan, 2024

Diketahui bahwa terdapat selisih yang cukup besar dalam penentuan harga jual produk menurut *full costing* dengan *cost plus pricing*. Perusahaan dalam menentukan harga jual produknya menaikkan harga sekitar ±24,40% dari biaya per unit untuk setiap cup yang dikeluarkan. Hal ini berarti timbul selisih sebesar Rp. 65 untuk rata-rata setiap menu yang dibuat oleh Kopi Chuseyo Manado. Sehingga harga jual yang ditetapkan *cost plus pricing* jauh lebih besar dibandingkan perhitungan dengan menggunakan *full costing*. Hal ini disebabkan karena ada beberapa biaya yang tidak diperhitungkan oleh perusahaan dan/atau *full costing* diantaranya seperti biaya lain-lain diluar produksi seperti yang diperoleh dari hasil wawancara oleh peneliti adalah biaya *advertising*. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa penentuan harga jual produk dengan menggunakan metode *cost plus pricing* dapat menentukan harga jual produk yang lebih tepat dan mampu bersaing dengan perusahaan lainnya. Sehingga perusahaan dapat menurunkan harga jualnya dengan harapan bahwa perusahaan dapat menaikkan pangsa pasarnya ditengah persaingan yang begitu ketat.

Tabel 7. Laporan laba rugi

Laporan Laba Rugi
Kopi Chuseyo Manado
per bulan Maret, April Mei 2024
dan Metode Cost Plus Pricing

Keterangan	Maret	April	Mei	Cost Plus Pricing
Penjualan				
Rp. 25.565 x 800 cup	Rp 20.452.000	Rp 20.452.000	Rp 20.452.000	Rp 20.504.000
Rp. 25. 670 x 800 cup				
Pendapatan	Rp 20.452.000	Rp 20.452.000	Rp 20.452.000	Rp 20.504.000
HPP	Rp 16.439.867	Rp 16.439.867	Rp 16.439.867	Rp 16.481.534
Biaya Bahan Baku	Rp 1.931.867	Rp 1.931.867	Rp 1.931.867	Rp 1.931.867
Biaya Bahan Baku Topping	Rp 126.667	Rp 126.667	Rp 126.667	Rp 126.667
BTKL	Rp 8.000.000	Rp 8.000.000	Rp 8.000.000	Rp 8.000.000
BOP Variabel	Rp 913.000	Rp 913.000	Rp 913.000	Rp 913.000
BOP Tetap	Rp 5.468.333	Rp 5.468.333	Rp 5.468.333	Rp 5.468.333
Biaya Lain-Lain	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 41.667
Laba Kotor	Rp 4.012.133	Rp 4.012.133	Rp 4.012.133	Rp 4.022.466
Beban Operasional	Rp 41.667	Rp 41.667	Rp 41.667	Rp -

Sumber: Data olahan, 2024

Pada bulan Maret, April dan Mei 2024 diasumsikan terjadi penjualan rata sebanyak 800 cup dengan harga jual per cup sesuai metode *full costing* dan *cost plus pricing* sebesar Rp. 25.565 dan Rp. 25.602, didapatkan hasil penjualan kotor sebesar Rp. 12.782.500 (500 x Rp. 25.565) untuk metode *full costing* dan Rp. 12.835.000 (500 x Rp. 25.670) untuk metode *cost plus pricing*, terdapat perbedaan sebesar Rp. 52.500 dimana penjualan kotor lebih tinggi ditemukan pada metode *cost plus pricing*. Pada saat perhitungan harga pokok penjualan ditemukan perbedaan sebesar Rp. 41.667 dikarenakan metode *full costing* tidak mencantumkan biaya lain-lain di luar produksi dalam perhitungannya sebesar Rp. 41.667, hal ini dikarenakan dalam metode *full costing* biaya tersebut termasuk dalam kategori *operating expenses* (biaya lain-lain). Hal ini berbeda dengan metode *cost plus pricing* yang mencantumkan nya dalam biaya lain-lain. Pada hasil akhir pendapatan bersih didapatkan nilai sebesar Rp. 2.600.966 untuk metode *full costing* dan Rp. 2.653.466 untuk metode *cost plus pricing*. Hasil perbandingan ini menunjukkan bahwa metode *cost plus pricing* memberikan keuntungan lebih banyak sebesar Rp. 52.500 dibandingkan metode *full costing*.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan mengenai penerapan metode penentuan harga jual dengan menggunakan metode *Cost Plus Pricing* dan pendekatan *Full Costing* pada Kopi Chuseyo Manado, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Harga jual yang selama ini digunakan oleh Kopi Chuseyo Manado ditentukan oleh pusat, tanpa mempertimbangkan kondisi dan biaya operasional lokal di cabang Manado. Hal ini berpotensi menyebabkan ketidaksesuaian antara harga jual dengan biaya produksi aktual yang terjadi di tingkat cabang.
2. Berdasarkan hasil analisis terhadap data biaya produksi per bulan, diperoleh bahwa harga pokok produksi (HPP) per cup minuman sebesar Rp 20.550 jika dihitung menggunakan metode *full costing*, yang mencakup seluruh biaya produksi seperti bahan baku, tenaga kerja langsung, overhead pabrik variabel maupun tetap.
3. Setelah dilakukan perhitungan menggunakan metode *Cost Plus Pricing*, dengan penambahan margin keuntungan sebesar 24,40%, maka didapatkan bahwa harga jual yang ideal untuk satu cup minuman adalah sekitar Rp 25.630. Harga ini dinilai lebih mencerminkan biaya dan margin yang adil dibandingkan dengan harga jual yang ditentukan pusat (yang rata-rata adalah Rp 25.565).
4. Metode *Cost Plus Pricing* dengan pendekatan *Full Costing* memberikan hasil yang lebih akurat dan adil karena

mempertimbangkan semua komponen biaya. Selain itu, metode ini juga lebih transparan dan mudah dijelaskan kepada pelanggan, terutama jika terjadi kenaikan harga akibat naiknya biaya bahan baku atau operasional.

5. Perbedaan antara harga jual pusat dan hasil perhitungan peneliti menunjukkan pentingnya evaluasi lokal terhadap strategi penetapan harga, agar cabang usaha seperti Kopi Chuseyo Manado tetap memperoleh margin keuntungan yang sehat dan tidak mengalami kerugian tersembunyi.

Daftar pustaka

- Broto, B. E., 2021. *Manajemen Biaya*. Jombang(Jawa Timur): CV. Nakomu.
- Budiman, J. J., Ilat, V. & Mawikere, L. M., 2019. Analisis Penentuan Biaya Produksi Dengan Menggunakan Metode Fullcosting Untuk Menentukan Harga Jual Pada PT. Blue Ocean Grace Internasional. *Jurnal Riset Akuntansi Going Concern*, Volume 1, pp. 122-129.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/gc/article/view/22319>
- Deviesa, D., 2019. *Akuntansi Manajemen : Strategis & Praktis*. Yogyakarta : ANDI.
- Hansen, D. R. & Mowen, M. M., 2020. *Akuntansi Manajerial*. 8 ed. Jakarta: Salemba Empat.
- Hariyani, D. S., 2021. *Akuntansi Manajemen Teori dan Aplikasi*. Madiun: Aditya Media Publishing.
- Kieso, D. E., Weygandt, J. J. & Warfield, T. D., 2020. *Intermediate Accounting: IFRS Edition*. Fourth ed. United States: Wiley.
- Mulyadi, 2020. *Akuntansi Biaya*. 5 ed. s.l.:UPP Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Nonga, A. A., 2021. Analisis Biaya Produksi Dalam menentukan Harga Jual Pada IKM Kripik Madani di Kecamatan Ende Timur Kabupaten Ende Provinsi NTT.
<https://etheses.uinmataram.ac.id/2395/>
- Purwanti, A. (2023). *Akuntansi manajemen*. Salemba Empat.
- Purwanti, A. (2024). *Akuntansi biaya*. CV Penerbit Qiara Media.
- Sahla, W. A., 2020. *AKUNTANSI BIAYA PANDUAN PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUK*. Banjarmasin: Poliban Press.
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen pemasaran*. CV Pustaka Abadi.
- Sujarwani, V., 2019. *Akuntansi Manajemen Teori dan Aplikasi*. 2 ed. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Taroreh, B. F., Pangemanan, S. S. & Suwetja, I. G., 2021. Analisis Penentuan Harga Jual Menggunakan Metode Cost Plus Pricing Dengan Pendekatan Full Costing Pada CV. Verel Tri Putra Mandiri. *Jurnal EMBA*, Volume 9, pp. 607-618.

<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/34953>

Yanto, H., Baroroh, N., Sastrawan, R., Adriana, N. & Faudi, R. (2024). *Buku ajar akuntansi manajemen*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.