

# **SKRIPSI**

## **ANALISIS PENETAPAN HARGA JUAL PADA UD BAKSO GORENG YUMFOOD**



**MUHAMMAD FIRZAN AMIN WINARTO  
1810321030**

**PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU-ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS FAJAR  
MAKASSAR  
2022**

# **SKRIPSI**

## **ANALISIS PENETAPAN HARGA JUAL PADA UD BAKSO GORENG YUMFOOD**



diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada  
Program Studi Akuntansi

**MUHAMMAD FIRZAN AMIN WINARTO  
1810321030**

**PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU-ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS FAJAR  
MAKASSAR  
2022**

# SKRIPSI

## ANALISIS PENETAPAN HARGA JUAL PADA UD. BAKSO GORENG YUMFOOD

disusun dan diajukan oleh

**MUHAMMAD FIRZAN AMIN WINARTO**  
**1810321030**

telah diperiksa dan telah diuji

Makassar, 13 September 2022

Pembimbing



Dinar, S.E., M.Si., CTA., ACPA  
NIDN : 0916058001

Ketua Program Studi S1 Akuntansi  
Fakultas Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial  
Universitas Fajar



Yasmi, S.E., M.Si., AK., CA., CTA., ACPA  
NIDN : 092510780

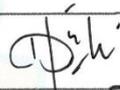
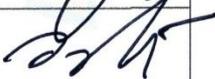
**SKRIPSI**  
**ANALISIS PENETAPAN HARGA JUAL**  
**PADA UD. BAKSO GORENG YUMFOOD**

disusun dan diajukan oleh

**MUHAMMAD FIRZAN AMIN WINARTO**  
**1810321030**

telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi  
pada tanggal **13 September 2022** dan  
dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,  
Dewan Penguji

No.	Nama Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Dinar, S.E., M.Si., CTA., ACPA NIDN: 0916058001	Ketua	
2.	Wawan Darmawan, S.E., M.Si., Ak., CA., ACPA NIDN: 0904118302	Sekretaris	
3.	Yasmi, S.E., M.Si., Ak., CA., CTA., ACPA NIDN: 0925107801	Anggota	
4.	Dr. Ir. Mujahid, S.E., MM NIDN: 0923106801	Eksternal	

  
Dekan Fakultas Ekonomi  
dan Ilmu-ilmu Sosial  
Universitas Fajar  
Dr. Yusmanizar, S.Sos., M.I.Kom  
NIDN: 0925096902

  
Ketua Program Studi S1 Akuntansi  
Fakultas Ekonomi dan Ilmu-ilmu Sosial  
Universitas Fajar  
Yasmi, S.E., M.Si., Ak., CA., CTA., ACPA  
NIDN. 0925107801

### PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Muhammad.Firzan Amin Winarto

NIM : 1810321030

Program Studi : Akuntansi S1

Dengan ini menyatakan yang sebenar-benarnya bahwa Skripsi yang berjudul **Analisis penetapan harga jual pada UD Bakso Goreng Yumfood** adalah karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah di ajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat pendapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis di kutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata di dalam naskah ini dapat di buktikan terdapat unsur-unsur Plagiasi saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan di proses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No 20 Tahun 2003, Pasal 25 Ayat 2 dan Pasal 70).

Makassar, 13 September 2022

Yang Membuat Pernyataan,



Muhammad.Firzan Amin Winarto

## ABSTRAK

### ANALISIS PENETAPAN HARGA JUAL PADA UD BAKSO GORENG YUMFOOD

Muhammad Firzan Amin Winarto  
Dinar

Dalam penelitian ini, UD Bakso Goreng Yumfood telah melakukan perhitungan biaya produksi. Tetapi perhitungan UD Bakso Goreng Yumfood masih belum tepat karena masih menggunakan perhitungan yang sederhana. Oleh karena itu pada saat dalam penetapan harga jual UD Bakso Goreng Yumfood hanya mengikuti harga jual yang ada di pasaran. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbandingan perhitungan harga pokok produksi yang dilakukan oleh UD Bakso Goreng Yumfood dengan perhitungan metode *full costing* dalam menetapkan harga jual.

Hasil perhitungan penulis menunjukkan bahwa dari perhitungan harga pokok produksi dengan metode *full costing*, apabila dibandingkan dengan harga pokok produksi yang digunakan dengan metode UD Bakso Goreng Yumfood memberikan hasil yang berbeda yaitu lebih besar menggunakan metode *full costing*. Hal tersebut disebabkan karena perhitungan yang dilakukan UD Bakso Goreng Yumfood belum tepat dalam membebankan biaya *overhead* pabrik dan biaya tenaga kerja langsung ke setiap produknya.

**Kata kunci :** Metode *Full Costing*, Harga Pokok Produksi, Harga Jual.

## ABSTRACT

### ANALYSIS OF SELLING PRICE FIXING AT UD YUMFOOD FRIED MEATBALLS

Muhammad Firzan Amin Winarto  
Dinar

*In this study, UDBakso Goreng Yumfood has calculated production costs. But the calculation of Yumfood's UD Fried Meatballs is still not correct because it still uses a simple calculation. Therefore, when setting the selling price, UD Fried Meatballs Yumfood only follows the selling price on the market. This study aims to compare the calculation of the cost of production carried out by UD Fried Meatballs Yumfood with the calculation of the full costing method in determining the selling price.*

*The results of the author's calculations show that from the calculation of the cost of production using the full costing method, when compared with the cost of production used by the UD Fried Meatballs Yumfood method, it gives different results, which is greater using the full costing method. This is because the calculations made by UD Fried Meatballs Yumfood are not correct in charging factory overhead costs and direct labor costs to each product.*

**Keywords:** Full Costing Method, Cost of Production, Selling Price.

## PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan karunia, dan rahmat hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini yang berjudul “**Analisis Penetapan Harga Jual Pada UD Bakso Goreng Yumfood**” sebagai syarat untuk menyelesaikan program sarjana S1 Universitas Fajar Makassar.

Penulis menyadari banyak pihak yang memberikan dukungan dan bantuan selama menyelesaikan studi dan tugas akhir ini. Dalam penyusunan skripsi ini banyak hambatan serta rintangan yang penulis hadapi. Penulis berterima kasih kepada kedua orang tua saya Budi Winarto dan Rahmawaty, serta berterima kasih kepada Ibu Dinar, S.E., M.Si., CTA., ACPA selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktunya untuk memberikan arahan dan tambahan ilmu dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis juga berterima kasih kepada:

1. Bapak Dr.Muliyadi Hamid. S.E.,M.S.i selaku Rektor Universitas Fajar
2. Ibu Dr.Hj.Yusmanizar,S.Sos.,M.Ikom selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial Universitas Fajar
3. Ibu Yasmi, SE.,MS.i.,Ak,CA.,CTA.,ACPA selaku ketua Program Studi S1 Akuntansi
4. Bapak Muhammad Ridwan Hasanuddin, S.E., M.Si, Ak, CA, CTA, ACPA selaku pembimbing akademik
5. Seluruh dosen dan staff Universitas Fajar Makassar
6. Monica Septiyani, Rudianto, Wawan Tomia, Johan Bastian, Rizal Dominikus, Yohanes Isa Molan, yang selalu membantu dan mendukung dalam penyelesaian skripsi ini

7. Serta semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu atas bantuannya kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Untuk itu, dengan tangan terbuka penulis menerima setiap saran dan kritik dari pembaca. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan tambahan ilmu bagi pembaca.

Makassar, 13 September 2022

Peneliti

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
HALAMAN PENGESAHAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
PERNYATAAN KEASLIAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT .....	vii
PRAKATA.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Kegunaan Penelitian .....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	6
2.1 Akuntansi Biaya .....	6
2.2 Biaya.....	7
2.2.1 Klasifikasi Biaya.....	9
2.2.2 Harga Pokok Produksi .....	10
2.2.4 Kegunaan Harga Pokok Produksi .....	12
2.2.5 Metode Penentuan Harga Pokok Produksi.....	13
2.3 Harga jual produk.....	15
2.3.1 Tujuan Penetapan Harga Jual Produk.....	21

2.3.2 Proses Penetapan Harga Jual Produk .....	22
2.4 Kajian Empiris .....	23
2.5 Kerangka Pemikiran .....	24
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>26</b>
3.1 Rancangan Penelitian .....	26
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian .....	27
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	27
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	28
3.5 Metode Analisis Data .....	29
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN &amp; PEMBAHASAN .....</b>	<b>30</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	30
4.1.1 Perhitungan Harga Pokok Produksi dan Harga Jual Menurut Mulyadi (2015).....	33
4.1.2 Perhitungan Harga Pokok Produksi Dan Harga Jual UD Bakso Goreng Yumfood .....	34
4.2 Pembahasan .....	35
4.2.1 Analisa Hasil Penelitian dan Penentuan Harga Jual Menurut UD Bakso Goreng Yumfood .....	35
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>37</b>
5.1 Kesimpulan.....	37
5.2 Saran.....	37
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>39</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>41</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	25
-------------------------------------	----

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 4 1 Biaya Bahan Baku UD Bakso Goreng Yumfood.....	31
Tabel 4 2 Biaya Tenaga Kerja Langsung UD Bakso Goreng Yumfood.....	31
Tabel 4 3 Biaya Overhead Pabrik UD Bakso Goreng Yumfood .....	32
Tabel 4 4 Penentuan Harga Jual .....	32
Tabel 4 5 Perhitungan Harga Pokok Produksi dan Harga Jual Menurut Mulyadi (2015).....	33
Tabel 4 6 Perhitungan harga pokok produksi dan harga jual menurut UD Bakso Goreng Yumfood.....	34
Tabel 4 7 Harga pokok produksi.....	36
Tabel 4 8 Harga jual produk .....	36

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dianggap memiliki peran yang cukup besar dalam pertumbuhan perekonomian di Indonesia. Perkembangan industri yang semakin pesat tentunya akan membawa implikasi pada persaingan antar unit usaha, sehingga UMKM harus dapat bersaing dengan jenis usaha lain agar tidak tersingkir dari persaingan. Sebuah perusahaan yang proses produksinya dimulai dari mengolah bahan baku menjadi suatu produk yang jadi sangat membutuhkan perhitungan atau penentuan harga jual. Jika harga jual yang ditawarkan perusahaan cukup tinggi maka akan mempengaruhi jumlah permintaan konsumen terhadap suatu barang, yang menyebabkan konsumen beralih pada perusahaan pesaing yang menawarkan harga lebih murah dengan kualitas barang atau jasa yang relative sama. Hal ini menyebabkan perusahaan memperoleh kerugian jangka panjang yaitu kehilangan konsumen yang secara langsung dan juga akan mengurangi pendapatan laba perusahaan. Sebaliknya jika harga jual yang ditawarkan terlalu rendah menyebabkan perusahaan mengalami kerugian karena harga jual barang atau jasa tidak mampu menutupi seluruh biaya pada saat proses produksi. Besar kecilnya harga jual yang ditetapkan dipengaruhi oleh jumlah biaya-biaya yang dikeluarkan pada saat proses produksi.

Dengan adanya persaingan yang begitu ketat maka sebuah perusahaan harus mampu bersaing serta perusahaan juga harus mampu menghasilkan produk yang unggul dan juga berkualitas namun tak lupa juga harus menggunakan biaya volume yang relatif rendah untuk keuntungan yang optimal, memungkinkan perusahaan untuk terus bersaing dalam dunia bisnis. Jenis

usaha manufaktur yaitu kegiatan usaha yang dilakukan dengan menggunakan bahan mentah (bahan baku) lalu mengolahnya menjadi barang jadi atau yang siap dijual, biasanya hal yang sering terjadi dalam usaha manufaktur dalam kegiatan produksinya yaitu kesulitan dalam mengidentifikasi pengalokasian biaya produksi dalam satu periode. Biaya adalah penurunan manfaat ekonomi selama satu periode akuntansi dalam bentuk arus keluar atau berkurangnya aktiva atau terjadinya kewajiban yang mengakibatkan penurunan ekuitas yang tidak menyangkut pembagian kepada penanam modal. Ada berbagai macam penggolongan biaya, salah satunya yaitu biaya yang dihubungkan dengan elemen biaya suatu produksi, yaitu bahan baku, terdiri dari *direct materials* dan *indirect materials*, kemudian *Labor*, terdiri *direct labour* dan *indirect labour*, kemudian yang terakhir yaitu *Factory Overhead* (Darya,2019).

Selama ini, masih banyak perusahaan atau organisasi yang belum menerapkan harga pokok produksi dengan benar. Padahal ada beberapa cara dalam menentukan harga pokok produksi, salah satunya menggunakan metode *Full Costing*, sebagai contohnya adalah pabrik-pabrik kecil, UMKM, dan *home industry*. Biasanya pabrik, UMKM, dan *home industry* menggunakan metode yang sederhana dan seadanya, tanpa ada hitungan yang tepat. Metode *Full Costing* adalah metode penentuan harga pokok produk dengan memasukan semua komponen produksi sebagai unsur harga pokok, yang meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik *variable*, dan biaya *overhead* pabrik tetap (Eryani dkk, 2019).

Kesalahan yang sering terjadi dalam menentukan harga jual dapat mempengaruhi tingkat daya beli pembeli, dengan asumsi harga jual yang terlalu tinggi dapat membuat daya beli konsumen menurun sehingga produk akan kalah saing dipasar. Sedangkan jika harga jual terlalu rendah maka dapat berdampak

pada laba yang didapatkan oleh perusahaan, kesalahan yang sangat fatal dalam penentuan harga jual dapat berdampak pada keberlangsungan hidup perusahaan.

Menurut penelitian Filsita (2012) dengan judul Analisis Penentuan Harga Pokok Dalam Rangka Penetapan Harga Makanan Pada Cafe Pondok Nusantara Manado, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga jual yang ditetapkan oleh Cafe Pondok Nusantara Manado lebih rendah dari harga jual yang ditetapkan dengan menggunakan biaya *variable* dan *full costing* untuk menentukan harga pokok penjualan.

Sedangkan menurut penelitian Slat (2013) dengan judul Analisis Harga Pokok Produk Dengan Metode *Full Costing* dan Penentuan Harga Jual Pada CV.Anugerah Genteng Manado, hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa beberapa biaya produksi tidak diperhitungkan oleh perusahaan saat menghitung biaya produksi, dan biaya produksi lebih tinggi dari seharusnya.

Yumfood merupakan salah satu UMKM yang memproduksi bakso goreng, kemudian menjualnya kepada pelanggan melalui event-event yang berada di kota Makassar. Namun fakta yang ada di lapangan menunjukkan bahwa Yumfood belum memiliki metode perhitungan harga pokok produksi, sehingga pada saat menentukan harga jual hanya menggunakan metode perkiraan. Selain itu juga, UMKM ini belum memasukkan semua unsur biaya yang dikeluarkan secara terperinci dalam proses produksi dan hanya berfokus pada biaya bahan baku saja, tidak menghitung semua biaya tenaga kerja langsung dan *overhead* pabrik.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis sangat termotivasi untuk melakukan penelitian mengenai judul **Analisis Penetapan Harga Jual Pada UD Bakso Goreng Yumfood.**

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana analisis penetapan harga jual pada UD Bakso Goreng Yumfood?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Dengan adanya rumusan masalah yang ada diatas, maka tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis penetapan harga jual pada UD Bakso Goreng Yumfood.

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak - pihak yang membutuhkan baik untuk diri sendiri maupun untuk orang lain, dengan penelitian ini ada beberapa manfaat yang bisa penulis kontribusikan.

a. Bagi Peneliti

Sebagai salah satu saran untuk meningkatkan kemampuan di bidang penelitian dalam memecahkan masalah yang di rasa perlu untuk di perbaiki dengan metode penelitian ilmiah.

b. Bagi Pihak Instansi

Diharapkan dengan adanya penilitian ini pihak instansi dapat memberikan gambaran kondisi mengenai perencanaan, pengelolaan, pelaksanaan, dan pertanggung jawaban.

c. Bagi Pihak Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian mengenai perbandingan harga dalam menentukan harga pokok produksi untuk menentukan harga jual, dan diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Akuntansi Biaya**

Industri manufaktur pastinya mengaplikasikan akuntansi biaya guna keberlangsungan usahanya. Menurut Mulyadi (2015) akuntansi biaya ialah bagian dari 2 kategori akuntansi, yakni akuntansi keuangan serta akuntansi manajemen. Keduanya mempunyai kesamaan yakni selaku sistem pengolahan data yang menciptakan data keuangan. Data keuangan berperan selaku perlengkapan untuk mengambil keputusan di industri manufaktur. Proses akuntansi biaya bisa digunakan buatenuhi kebutuhan pengguna di luar industri, dalam perihal ini proses akuntansi biaya wajib mencermati ciri akuntansi keuangan. Proses akuntansi biaya pula bisa digunakan buat kepentingan pemakai dalam industri, dalam perihal ini proses akuntansi biaya wajib mencermati ciri akuntansi manajemen.

Akuntansi biaya memiliki tiga tujuan utama dalam akuntansi biaya, yaitu menentukan biaya produk, mengendalikan biaya, dan mengambil keputusan. Untuk memenuhi tujuan penentuan biaya produk, akuntansi biaya mencatat, mengklasifikasikan, dan meringkas biaya produksi suatu produk atau jasa. Pengendalian biaya harus didahului dengan penentuan biaya yang harus dikeluarkan dalam memproduksi unit produk. Akuntansi biaya bertugas memantau apakah pengeluaran sudah sesuai dengan biaya yang sebenarnya. Kemudian dilakukan analisis jika terjadi penyimpangan dan memberikan informasi penyebab terjadinya perbedaan tersebut. Dari analisis ini, manajemen dapat mempertimbangkan tindakan korektif.

## 2.2 Biaya

Dalam akuntansi manajemen konsep biaya (*cost*) merupakan hal yang sangat berharga. Biaya adalah pengorbanan sumber daya keuangan untuk memperoleh barang atau jasa yang diharapkan membawa manfaat saat ini ataupun masa depan dan diukur dalam satuan moneter. Ketika barang atau jasa digunakan, biaya tersebut akan menjadi beban, sedangkan biaya yang tidak digunakan diklasifikasikan sebagai aset. Biaya adalah biaya barang atau jasa yang digunakan untuk menghasilkan pendapatan. Pendapatan adalah nilai yang diberikan untuk barang atau jasa yang dijual. Untung dan rugi adalah selisih antara pendapatan dan pengeluaran. (Siregar et al., 2018).

Biaya adalah biaya yang dikorbankan untuk memperoleh barang atau jasa yang diharapkan memberikan manfaat saat ini atau masa depan. Uang tunai dapat diganti dengan barang dan jasa yang ditunjukkan untuk menciptakan laba atau pendapatan di masa depan. Ketika biaya untuk menghasilkan pendapatan digunakan, biaya tersebut dinyatakan kadaluarsa yang dinyatakan sebagai beban (Harventy et al., 2020).

Sistem akuntansi manajemen dirancang untuk mengukur dan membebankan biaya ke organisasi yang disebut objek biaya. Objek biaya adalah semua elemen yang dapat dibebankan biaya, yang dapat berupa produk, pelanggan, kementerian, proyek, dan aktivitas. Dalam akuntansi, objek yang menjadi perhatian adalah aktivitas, dimana manajemen melakukan aktivitas dalam suatu organisasi. Contoh kegiatan dalam industri manufaktur termasuk menyiapkan mesin, memindahkan bahan dan produk, membeli bahan, menagih pelanggan, membayar tagihan, memelihara peralatan, mengirim pesanan, merancang dan memeriksa produk.

Ada tiga metode penugasan antara lain metode penelusuran langsung, dimana proses penentuan dengan mengamati biaya dan hubungan langsung antar objek biaya, metode penelusuran pemicu adalah proses penentuan dengan mengamati sebab akibat antar pemicu (ukuran konsumsi biaya) dan objek biaya, serta metode alokasi yang digunakan apabila terdapat biaya yang tidak memiliki hubungan sebab akibat dan tidak dapat ditelusuri secara langsung, maka metode ini dapat menjadi alternatif (Siregar et al., 2018).

Berdasarkan beberapa pengertian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa biaya didefinisikan ataupun diartikan dalam dua kategori yaitu secara sempit dan luas. Dalam arti sempit definisi atau pengertian biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh aktiva sedangkan dalam arti luas definisi atau pengertian biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi yang dapat diukur dalam satuan uang yang telah terjadi secara potensial untuk mencapai tujuan tertentu. Menurut Mulyadi (2005) biaya dapat digolongkan menurut :

1. Objek pengeluaran. Dalam penggolongan ini, nama dari objek pengeluaran merupakan dasar penggolongan biaya.
2. Fungsi pokok dalam perusahaan. Perusahaan manufaktur, pemasaran, administrasi dan umum. Biaya produksi merupakan biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi. Biaya pemasaran merupakan biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk. Biaya administrasi dan umum, merupakan biaya untuk mengkoordinasi kegiatan produksi dan pemasaran produk.
3. Hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai. Sesuatu yang dapat dibiayai dapat berupa produk atau departemen. Terdapat dua kelompok biaya yang dapat dibiayai yaitu : Biaya langsung yang merupakan biaya

terjadi oleh sebab karena adanya sesuatu yang dibiayai dan biaya tidak langsung yang merupakan biaya yang terjadi tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai.

4. Biaya menurut perilaku dalam hubungannya dengan perubahan volume aktivitas. Menurut penggolongan ini biaya dapat digolongkan dalam empat kelompok, yaitu : Biaya variabel, yang merupakan biaya dimana jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan, biaya semi variabel berupa biaya yang berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan produksi, biaya *semifixed* merupakan biaya yang tetap untuk tingkat volume kegiatan tertentu dan berubah dengan jumlah yang konstan pada volume produksi tertentu serta biaya tetap yang merupakan biaya yang jumlah totalnya tetap dalam volume kegiatan tertentu.
5. Biaya atas dasar jangka waktu manfaatnya. Penggolongan ini membagi atas dua penggolongan yaitu : Pengeluaran modal merupakan biaya yang mempunyai manfaat lebih dari satu periode akuntansi, serta pengeluaran pendapatan yang merupakan biaya yang hanya mempunyai manfaat periode akuntansi terjadinya pengeluaran tersebut.

### **2.2.1 Klasifikasi Biaya**

Klasifikasi biaya sangat penting untuk membuat gambaran yang berarti dari data biaya. Keberhasilan perencanaan dan pengendalian biaya tergantung pada pemahaman menyeluruh tentang hubungan antara biaya dan aktivitas bisnis. Dewi dan Kristianto (2014) mengklasifikasikan perilaku biaya sebagai berikut :

1. Biaya Tetap
2. Biaya Variabel

### 3. Biaya Campuran

Biaya tetap adalah biaya yang tidak berubah secara total seiring dengan bertambah atau berkurangnya kegiatan usaha selama kegiatan usaha bertambah atau berkurang melebihi kapasitas normal. Biaya variabel didefinisikan sebagai biaya yang secara total meningkat sebanding dengan peningkatan aktivitas bisnis dan penurunan sebanding dengan penurunan aktivitas bisnis. Sedangkan biaya campuran adalah biaya yang menunjukkan baik karakteristik biaya tetap maupun biaya variabel.

Charles (2008) juga mengatakan ada tiga istilah umum digunakan dalam menggambarkan biaya manufaktur adalah biaya bahan langsung, biaya tenaga kerja langsung, serta biaya manufaktur tidak langsung.

1. Biaya bahan langsung (*direct material costs*) adalah biaya perolehan semua bahan yang pada akhirnya akan menjadi bagian dari objek biaya (barang dalam proses dan kemudian barang jadi) dan yang dapat ditelusuri ke objek biaya dengan cara yang ekonomis.
2. Biaya tenaga kerja manufaktur langsung (*direct manufacturing labor costs*) meliputi kompensasi atas seluruh tenaga kerja manufaktur yang dapat ditelusuri ke objek biaya (barang dalam proses dan kemudian barang jadi) dengan cara yang ekonomis.
3. Biaya manufaktur tidak langsung (*indirect manufacturing costs*) adalah seluruh biaya manufaktur yang terkait dengan objek biaya (barang dalam proses dan kemudian barang jadi) namun tidak dapat ditelusuri ke objek biaya dengan cara ekonomis.

#### **2.2.2 Harga Pokok Produksi**

Harga pokok produksi (*Cost of Goods Manufacturing*) adalah jumlah seluruh biaya yang dikeluarkan selama proses produksi sampai produk tersebut

dimasukkan ke dalam persediaan barang jadi selama periode tertentu (Raiborn dan Kinney, 2011). Biaya-biaya yang terjadi dalam kegiatan manufaktur disebut biaya produksi (*production cost of manufacturing cost*). Biaya-biaya yang timbul pada proses produksi akan mempengaruhi perubahan harga pokok produksi, baik peningkatan maupun penurunan biaya-biaya tersebut akan mempengaruhi proses penentuan harga pokok produksi. Biaya-biaya yang biasanya akan mempengaruhi proses produksi yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya *overhead* pabrik.

Dunia dan Abdullah (2012), mengklasifikasikan biaya produksi dalam tiga elemen utama sehubungan dengan produk yang dihasilkan yaitu ; bahan langsung (*direct material*), tenaga kerja langsung (*direct labor*), dan *overhead* pabrik (*factory overhead*). Pengklasifikasian ini bertujuan untuk pengukuran laba, dan penentuan harga pokok produk yang akurat atau tepat serta pengendalian biaya. Dimana dalam suatu produk, biaya menunjukkan ukuran moneter sumber daya digunakan seperti bahan, tenaga kerja, dan *overhead*. Sedangkan untuk jasa biaya merupakan pengorbanan moneter yang dilakukan dalam menyediakan jasa, Hidayat (2014). Karena itu, harga pokok produksi dapat diklasifikasikan menjadi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik.

### **2.2.3 Komponen Harga Pokok Produksi**

Dewi dan Krisanto (2014) menjelaskan bahwa Harga Pokok Produksi meliputi semua biaya yang dikeluarkan untuk membuat suatu produk terjual. Biaya produksi diklasifikasikan menjadi 3 komponen, yaitu :

1. Biaya bahan baku

Merupakan bahan baku yang menggambarkan bagian yang tidak bisa dipisahkan dari produk selesai serta bisa ditelusuri langsung kepada produk selesai

2. Biaya tenaga kerja langsung

Merupakan tenaga kerja yang digunakan dalam merubah mengkonversi bahan baku jadi produk selesai serta bisa ditelusuri secara langsung kepada produk selesai

3. Biaya overhead pabrik

Merupakan biaya tidak hanya bahan baku langsung serta tenaga kerja langsung tapi menunjang dalam mengganti bahan sebagai produk selesai.

#### **2.2.4 Kegunaan Harga Pokok Produksi**

Bagi pelaku usaha, sangat berguna untuk mengidentifikasi jumlah keuntungan atau kerugian yang dihasilkan dalam periode tertentu yang diperoleh dari pengurangan pendapatan dengan biaya yang dikorbankan. Oleh karena itu, diperlukan data harga pokok produksi.

Mulyadi (2012) manfaat penentuan harga pokok produksi adalah sebagai berikut :

1. Menetapkan harga jual produk. Perusahaan yang memproduksi massa memproses produknya untuk memenuhi persediaan di gudang, dengan demikian biaya produksi dihitung dalam jangka waktu tertentu untuk menghasilkan informasi biaya produksi per satuan produk. Dalam penentuan harga jual produk, biaya produksi per unit merupakan salah satu data yang dipertimbangkan disamping data biaya lain dan data non biaya.

2. Memantau realisasi biaya produksi. Manajemen memerlukan informasi biaya produksi yang sesungguhnya dikeluarkan di dalam pelaksanaan rencana produksi tersebut. Oleh karena itu akuntansi biaya digunakan untuk mengumpulkan informasi biaya produksi yang dikeluarkan dalam jangka waktu tertentu untuk memantau apakah proses produksi mengkonsumsi total biaya produksi sesuai dengan yang diperhitungkan sebelumnya.
3. Menghitung laba atau rugi bruto periode tertentu. Untuk mengetahui apakah kegiatan produksi dan pemasaran perusahaan dalam periode tertentu mampu menghasilkan laba bruto atau mengakibatkan rugi bruto, manajemen memerlukan informasi biaya produksi yang telah dikeluarkan untuk memproduksi produk dalam periode tertentu. Informasi laba atau rugi bruto periodic diperlukan untuk mengetahui kontribusi produk dalam menutup biaya non produksi dan menghasilkan laba atau rugi.
4. Menentukan harga pokok persediaan produk jadi dan produk dalam proses yang disajikan dalam neraca. Pada saat manajemen dituntut untuk membuat pertanggungjawaban keuangan periodic, manajemen harus menyajikan laporan keuangan berupa neraca dan laporan laba rugi. Dalam neraca, manajemen harus menyajikan harga pokok persediaan produk jadi dan harga pokok yang pada tanggal neraca masih dalam proses.

#### **2.2.5 Metode Penentuan Harga Pokok Produksi**

Menurut Mulyadi (2014) metode penentuan kos produk adalah cara memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam kos produksi. Dalam memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam kos produksi, terdapat dua pendekatan, yaitu metode *full costing* dan *variable costing*.

### 1. Metode *Full Costing*

Adalah metode penentuan kos produk yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi ke dalam kos produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik, baik yang berperilaku *variable* maupun tetap. Dengan demikian kos produksi menurut metode *full costing* terdiri dari unsur biaya produksi sebagai berikut :

Biaya bahan baku	Rp. xxx
Biaya tenaga kerja langsung	Rp. xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik variabel	Rp. xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik tetap	<u>Rp. xxx+</u>
<b>Harga pokok produksi</b>	<b>Rp. xxx</b>

Biaya *overhead* pabrik tetap akan melekat pada harga pokok persediaan produk dalam proses akhir dan persediaan produk jadi yang belum laku dijual, dan barang dianggap sebagai biaya apabila produk tersebut telah terjual. Gersil dan Cevdet (2016) mengungkapkan bahwa produksi tidak akan terjadi tanpa timbulnya biaya *overhead* pabrik tetap, maka *absorption costing / full costing* menganggap biaya *overhead* pabrik tetap sebagai biaya perolehan persediaan. Lebih lanjut Gersil dan Cevdet menjelaskan bahwa *full costing* lebih banyak digunakan oleh para manajer perusahaan untuk pengambilan keputusan jangka panjang, dan memungkinkan manajer perusahaan dalam meningkatkan pendapatan operasional dengan meningkatkan produksi bahkan ketika permintaan sedang surut.

### 2. Metode *Variable Costing*

Adalah metode yang menentukan harga pokok produksi yang berperilaku variabel ke dalam harga pokok produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik variabel. Sedangkan untuk biaya tetap akan dibebankan pada periode tertentu. Jadi dapat disimpulkan bahwa dengan menggunakan *variable costing* barang yang akan dijual tidak mengandung biaya *overhead* tetap. Variable costing lebih banyak digunakan untuk pengambilan keputusan jangka pendek. Dimana *variable costing* merupakan metode kalkulasi biaya persediaan dimana semua biaya variabel dimasukkan sebagai biaya persediaan Gersil dan Cevdet (2016). Dengan demikian harga pokok produksi menurut *Variable Costing* terdiri dari unsur biaya produksi, yaitu :

Biaya bahan baku	Rp. xxx
Biaya tenaga kerja langsung	Rp. xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik variabel	<u>Rp. xxx+</u>
<b>Harga pokok produksi</b>	<b>Rp. xxx</b>

### 2.3 Harga jual produk

Harga merupakan jumlah yang dibutuhkan buat mendapatkan gabungan barang serta jasa (Murti serta Soeprihanto, 2007). Bagi Tjiptono (2010), harga merupakan nilai faedah yang membolehkan konsumen mempunyai ataupun memakai sesuatu produk pada waktu tertentu. Tiap industri wajib menetapkan harga jual yang benar buat sesuatu produk supaya sukses memasarkan sesuatu produk ataupun jasa.

Penetapan harga harus dilakukan secara tepat dan akurat, sehingga perusahaan mampu bertahan dan memproduksi produk ditengah persaingan.

Peubahan harga dalam jumlah kecil maupun besar akan berdampak pada penjualan produk dalam kuantitas yang cukup besar. Oleh karena itu perusahaan dituntut hati-hati dalam penentuan harga jual dengan mempertimbangkan berbagai hal, maka jika ada kesalahan dalam penentuan harga jual, perusahaan akan rugi ataupun kehilangan pelanggan karena harga jual yang ditentukan terlalu rendah maupun terlalu tinggi.

Pada umumnya harga jual produk atau jasa ditentukan berdasarkan penjumlahan semua biaya baik yang bersifat produksi maupun non produksi. Biaya produksi digunakan sebagai dasar pelaporan dimana biaya persediaan akhir akan dimasukkan dalam laporan posisi keuangan dan biaya pokok penjualan pada laporan laba rugi. Penentuan harga jual bukan sekedar kegiatan pemasaran atau aspek keuangan melainkan tulang punggung keberlangsungan perusahaan. Hal ini disebabkan karena harga jual akan mempengaruhi volume penjualan atau jumlah pembeli, selain itu juga akan mempengaruhi jumlah pendapatan perusahaan.

Pricilia, Jullie dan Agus (2014), mengungkapkan bahwa ada dua bentuk strategi yang dapat diterapkan perusahaan untuk penentuan harga jual produk atau jasa sebagai berikut :

1. *Skimming pricing*

Merupakan bentuk strategi penentuan harga jual produk atau jasa baru, dengan cara menentukan harga jual mula-mula relatif tinggi, dengan tujuan strategi ini adalah agar perusahaan memperoleh laba yang maksimum dalam jangka pendek.

2. *Penetration pricing*

Merupakan bentuk strategi penentuan harga jual dengan cara menentukan harga jual mula-mula relatif rendah, sehingga perusahaan

dapat meraih pangsa pasar yang lebih besar untuk produk atau jasa tersebut dalam jangka pendek.

Penetapan harga jual merupakan problematika bagi setiap perusahaan, meskipun setiap perusahaan dalam menetapkan harga jual selalu mempertimbangkan faktor biaya, persaingan, permintaan dan laba. Informasi biaya pada perusahaan manufaktur dapat terlihat pada perhitungan harga pokok produksi yang mencerminkan total biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi atau menghasilkan suatu produk. Penetapan harga jual yang dilakukan manajer harus menutupi seluruh biaya yang dikeluarkan dalam memproduksi suatu barang maupun jasa dan ditambah persentase laba yang diinginkan perusahaan. Oleh sebab itu untuk mencapai suatu laba yang diinginkan oleh perusahaan salah satu cara yang perlu dilakukan untuk menarik suatu minat konsumen adalah dengan cara menentukan harga pokok produk dengan tepat untuk dijual.

Menurut Swastha (2010), bahwa ada metode penentuan harga jual yang berdasarkan biaya dalam bentuk yang paling sederhana, yaitu:

a. *Cost plus pricing method*

Penentuan harga jual *cost plus pricing*, biaya yang digunakan sebagai dasar penentuan dapat didefinisikan sesuai dengan metode penentuan harga pokok produk yang digunakan. Dalam metode ini, penjual atau produsen menetapkan harga untuk satu unit barang yang besarnya sama dengan jumlah biaya per unit, ditambah dengan suatu jumlah laba yang diinginkan. Dalam menghitung *cost plus pricing* digunakan rumus:

$$\text{Harga jual} = \text{Biaya total} + \text{Margin}$$

Margin: Merupakan persentase laba yang diinginkan atau diharapkan perusahaan.

b. *Mark up pricing method*

*Mark up pricing method* banyak digunakan oleh para pedagang. Para pedagang akan menentukan harga jualnya dengan cara menambahkan markup yang diinginkan pada harga beli persatuan. Persentase yang ditetapkan berbeda untuk setiap jenis barang. Dalam menghitung harga jual, menggunakan rumus:

$$\text{Harga jual} = \text{Harga beli} + \text{Mark up}$$

Mark up: Jumlah kenaikan harga atas biaya unit total.

c. Penentuan harga oleh produsen

Dalam metode ini, harga yang ditetapkan oleh perusahaan adalah awal dari rangkaian harga yang ditetapkan oleh perusahaan-perusahaan lain dalam saluran distribusi. Oleh karena itu, penetapan harga oleh produsen memegang penting dalam menentukan harga akhir barang.

Dalam menetapkan harga jualnya produsen dapat berorientasi pada biaya. Proses penetapan harga dimulai dengan menghitung biaya per unit barang yang dihasilkan, kemudian menambahkan sejumlah *mark up* tertentu. Produsen menggunakan rumus yang mereka anggap cocok bagi mereka, tentunya berdasarkan pengamatan atas produk yang dihasilkannya. Setiap produk mempunyai pola biaya yang berbeda satu sama lainnya, karena banyaknya biaya yang ikut berpengaruh pada *cost* barang, maka terkadang harga ditetapkan dengan pemikiran langsung. Cara ini disebut *Naïve Cost Plus Method*, yaitu penetapan harga secara apa adanya. Harga yang ditetapkan dengan menambah *Mark up* yang dianggap pantas pada *cost* barang. *Cost* per unit dihitung dengan menganggap bahwa semua barang telah terjual dalam satu periode yang

lalu, lalu biaya total yang terjadi pada bulan tersebut dibagi dengan volume produksi.

Menurut Mulyadi (2014), pada penentuan harga jual produk terdapat dua pendekatan yaitu ; *Full costing* dan *Variable Costing*. Jika pendekatan *full costing* yang digunakan maka harga jual harus dapat menutup biaya penuh yang merupakan jumlah biaya produksi dan biaya non produksi, ditambah dengan nilai wajar. Untuk dapat menutup biaya penuh suatu produk atau jasa, penentuan harga jual dalam keadaan normal memerlukan biaya penuh dan aktiva penuh masa yang akan datang sebagai dasar :

Taksiran Biaya Penuh :	
Biaya bahan baku	Rp. xxx
Biaya tenaga kerja langsung	Rp. xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik (variabel + tetap)	<u>Rp. xxx+</u>
Taksiran biaya produksi	Rp. xxx
Biaya administrasi dan umum	Rp. xxx
Biaya pemasaran	Rp. xxx
Taksiran total biaya komersil	<u>Rp. xxx+</u>
Taksiran biaya penuh	Rp. xxx

Adapun harga jual menggunakan metode *full costing* dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Harga jual} = \text{biaya produksi} + \text{mark up}$$

Sedangkan jika menggunakan pendekatan *Variable Costing*, harga jual produk harus dapat menutup taksiran biaya penuh, yang merupakan jumlah

biaya (variabel dan non produksi) dan biaya tetap (biaya produksi tetap dan non produksi tetap) yang akan dikeluarkan ditambah dengan laba wajar. Laba wajar ditentukan sebagai tarif kembalian investasi yang diharapkan, yang dihitung sebesar persentase tertentu dari aktiva penuh. Pada prinsipnya rumus penentuan harga jual adalah sebagai berikut :

$$\text{Harga jual} = \text{biaya variabel} + \text{biaya tetap} + \text{laba yang diharapkan}$$

Biaya bahan baku	Rp. xxx
Biaya tenaga kerja langsung	Rp. xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik variabel	<u>Rp. xxx+</u>
Taksiran total biaya produksi variabel	Rp. xxx
Biaya administrasi dan umum variabel	Rp. xxx
Biaya pemasaran variabel	<u>Rp. xxx+</u>
Taksiran total biaya variabel	Rp. xxx
Biaya tetap :	
Biaya <i>overhead</i> pabrik tetap	Rp. xxx
Biaya administrasi dan umum tetap	Rp. xxx
Biaya pemasaran tetap	<u>Rp. xxx+</u>
Taksiran total biaya tetap	Rp. xxx
Taksiran total biaya penuh	Rp. xxx

Adapun harga jual dengan pendekatan *Variable Costing* menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Harga jual} = \text{Biaya variabel} + \text{markup}$$

### 2.3.1 Tujuan Penetapan Harga Jual Produk

Perusahaan dalam membangun bisnis tentunya harus memilih tujuan penetapan harga yang akan diterapkan pada perusahaannya, dikarenakan dalam menentukan tujuan menetapkan harga akan berpengaruh terhadap apa yang diinginkan perusahaan agar kegiatan bisnis yang dibangunnya berjalan dengan baik.

Menurut Tjiptono (2014) tujuan penetapan harga terdapat empat jenis yaitu :

1. Tujuan Berorientasi Pada Laba

Asuransi teori ekonomi klasik menyatakan bahwa setiap perusahaan selalu memilih harga yang dapat menghasilkan laba paling tinggi.

2. Tujuan Berorientasi Pada Volume

Selain tujuan berorientasi pada laba, ada pula perusahaan yang menetapkan harganya berdasarkan tujuan yang berorientasi pada volume tertentu atau yang biasanya dikenal dengan istilah *volume pricing objectives*.

3. Tujuan Berorientasi Pada Citra

Citra (*image*) suatu perusahaan dapat dibentuk melalui strategi penetapan harga. Perusahaan dapat menetapkan harga tinggi untuk membentuk atau mempertahankan citra prestisius.

4. Tujuan Stabilitas Harga

Dalam pasar yang konsumennya sangat sensitive pada harga, jika suatu perusahaan menurunkan harganya, maka para pesaingnya harus menurunkan juga harga mereka, kondisi seperti ini yang mendasari terbentuknya tujuan stabilitas harga dalam industri-industri tertentu yang produknya sangat terstandarisasi.

5. Tujuan – tujuan lainnya

Harga dapat pula ditetapkan dengan tujuan mencegah masuknya pesaing, mempertahankan loyalitas pelanggan, mendukung penjualan ulang, atau menghindari campur tangan berbeda.

Tujuan dapat disimpulkan bahwa penetapan harga sangat penting untuk strategi bersaing diperusahaan. Jadi berdasarkan tujuan penetapan di atas, perusahaan harus memiliki tujuan yang tepat untuk perusahaannya karena hal ini mempengaruhi kondisi lambat dan cepatnya tujuan yang dicapai perusahaan.

### **2.3.2 Proses Penetapan Harga Jual Produk**

Didalam suatu usaha perusahaan haruslah terlebih dahulu melakukan beberapa tahapan yang mestinya diperhitungkan guna untuk melakukan penetapan harga jual suatu produk. Menurut Boyd,(2000) tahapan penetapan harga jual produk adalah sebagai berikut :

1. Tujuan penetapan harga
2. Memperkirakan permintaan guna barang yang dijual serta elastisitas harganya
3. Mengestimasi respon dalam persaingan
4. Memastikan pangsa pasar yang bisa diharapkan
5. Memilah strategi harga guna menggapai pasar sasaran. Pelaksana usaha bisa memilah 2 macam strategi harga yang dikira ekstrim, yaitu :

- a. *Skim – the – cream – pricing*

Suatu bentuk strategi penentuan harga jual suatu produk atau jasa baru dengan menetapkan harga jual awal yang relatif tinggi. Tujuan dari strategi ini adalah agar perusahaan dapat memaksimalkan keuntungan dalam jangka pendek.

- b. *Penetration pricing*

Strategi penetapan harga jual yang memungkinkan perusahaan memperoleh pangsa pasar yang lebih besar dari suatu produk atau jasa dalam waktu singkat dengan menetapkan harga jual awal yang relatif rendah

6. Mempertimbangkan kebijakan pemasaran perusahaan
7. Pemilihan metode penetapan harga. Cara menentukan harga jual adalah sebagai berikut :
  - a. Penetapan harga yang berfokus pada biaya.
  - b. Penetapan harga yang kompetitif.
  - c. Penetapan harga berdasarkan permintaan atau berdasarkan pelanggan.

#### 2.4 Kajian Empiris

Kajian empiris ialah di dapat dari penelitian terdahulu dari penelitian-penelitian sebelumnya oleh penelitian lain untuk mendukung temuan penelitian. Dalam penyusunan proposal ini penulis mengumpulkan beberapa jurnal yang dikaitkan pada penelitian ini :

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

NO	Nama Peneliti & Tahun	Judul	Hasil Penelitian
1	Filsita (2012)	Analisis Penentuan Harga Pokok Penjualan Dalam Rangka Penetapan Harga Jual Makanan pada Cafe Pondok Nusantara Manado	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga jual yang ditetapkan oleh Cafe Pondok Nusantara Manado lebih rendah dari harga jual yang ditetapkan dengan menggunakan biaya

			<i>variabel</i> dan <i>full costing</i> untuk menentukan harga pokok penjualan.
2	Pricilia (2014)	Penentuan Harga Pokok Produksi Dalam Menetapkan Harga Jual	Hasil penelitian ini didasarkan pada HPP perusahaan yang lebih tinggi dari HPP berbasis biaya.
3	Slat (2013)	Analisis Harga Pokok Produk Dengan Metode <i>Full Costing</i> Dan Penentuan Harga Jual Pada CV.Anugerah Genteng Manado	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa beberapa biaya produksi tidak diperhitungkan oleh perusahaan saat menghitung biaya produksi, dan biaya produksi lebih tinggi dari yang seharusnya.

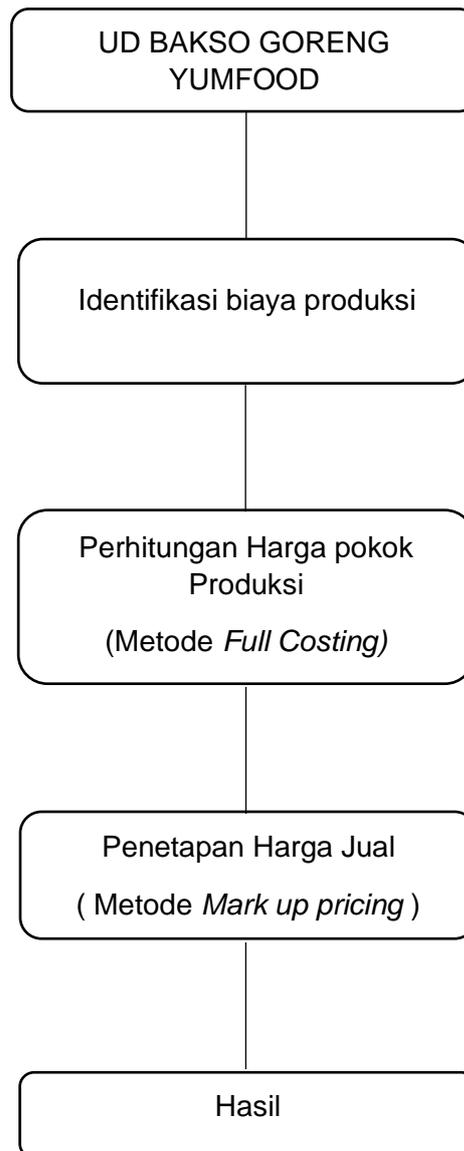
Sumber: data diolah, 2022

## 2.5 Kerangka Pemikiran

Harga pokok produksi merupakan seluruh biaya yang telah dikeluarkan pada saat proses produksi dari bahan baku menjadi produk yang siap dijual. Metode penentuan harga pokok produksi merupakan komponen yang sangat berpengaruh terhadap penentuan harga jual suatu produk, maka hal ini sangatlah penting bagi perusahaan agar tidak salah dalam menentukan harga jual suatu produk.

Dalam penelitian ini, alat analisis yang dipakai oleh penulis untuk menentukan harga pokok produksi yaitu dengan menggunakan metode *Full Costing*, yang dimana didalam metode *Full Costing* menghitung semua biaya yang termasuk kedalam biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik.

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Rancangan Penelitian**

Sugiyono (2017) metode penelitian ini adalah cara yang digunakan peneliti dalam melakukan pengumpulan data penelitiannya. Metode pendekatan pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dari kegunaan tertentu. Data yang diperoleh melalui penelitian itu adalah data empiris yang diperoleh berdasarkan kaidah – kaidah tertentu sesuai dengan data yang valid. Sehingga kebenaran objektif dalam sebuah penelitian dapat dicapai.

Adapun metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Kuantitatif adalah data penelitian yang berbentuk angka, yaitu kegiatan statistic yang dimulai dengan mengumpulkan data, menyusun, atau mengatur, mengolah, menyajikan dan menganalisis, guna memberikan gambaran tentang suatu gejala, peristiwa atau keadaan (Sugiyono, 2019). Sedangkan dalam peneliti deskriptif merupakan peneliti yang bermaksud untuk membuat deskripsi mengenai situasi atau kejadian, dengan tujuan membuat gambaran secara sistematis, factual, dan akurat mengenai fakta dan sifat populasi daerah tertentu. Maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan cara metode pada UD Bakso Goreng Yumfood. Penelitian deksriptif kuantitatif ini bertujuan untuk membuat gambaran atau deskripsi penelitian tentang suatu keadaan secara objektif. (Sugiyono, 2015).

Berdasarkan karakteristik masalah yang diangkat oleh peneliti, maka penelitian ini diklasifikasikan ke dalam penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif kuantitatif ini merupakan metode yang menganalisis dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan masalah yang akan diteliti melalui data-

data yang telah ada. Jenis penelitian ini dipilih karena bertujuan untuk mengetahui perhitungan harga pokok produksi dalam menetapkan harga jual dan memberikan gambaran maupun uraian penjelasan mengenai suatu keadaan atau fenomena.

### **3.2 Tempat dan Waktu Penelitian**

Lokasi penelitian ini dilakukan di UD Bakso Goreng Yumfood, yang beralamat di Jl. Abubakar Lambogo No.96 Makassar. Dan Waktu penelitian ini dilaksanakan dari bulan Juli sampai dengan bulan Agustus 2022.

### **3.3 Jenis dan Sumber Data**

Sumber data penelitian adalah sumber data yang diperlukan untuk penelitian yang dapat menunjang terlaksananya penelitian dan menjamin keberhasilan penelitian. Berikut jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

a. Data Primer

Menurut Sugiyono (2018), data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh langsung dari sumber asli dan tidak melalui media perantara. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan pemilik UD Bakso Goreng Yumfood

b. Data sekunder

Menurut Sugiyono (2018), data sekunder adalah data yang diperoleh dari media perantara seperti buku, berita, jurnal atau media lainnya. Data sekunder pada penelitian ini berupa laporan keuangan UD Bakso Goreng Yumfood dan data – data lainnya yang dianggap berkaitan dengan penelitian.

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam melakukan penelitian, data merupakan hal yang sangat penting, sehingga diperlukan metode pengumpulan data. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan penulis adalah sebagai berikut :

a. Wawancara

Wawancara merupakan suatu tanya jawab langsung kepada informan yang dilakukan dengan maksud untuk memperoleh data primer dan informasi yang diperlukan seperti bagaimana penentuan harga perolehan pada UD Bakso Goreng Yumfood. Dan informan dalam penelitian ini adalah pemilik UD Bakso Goreng Yumfood.

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk pengumpulan data dengan cara mencatat dan menyimpan data yang telah diberikan oleh pihak UD Bakso Goreng Yumfood.

c. Analisis

Peneliti mengumpulkan semua data yang dibutuhkan pada UD Bakso Goreng Yumfood dengan menggunakan metode *Full costing*. Mulyadi (2014), *Full costing* merupakan metode penentuan biaya produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi kedalam biaya produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik, baik variable maupun tetap. Sehingga dapat menentukan harga pokok produksi dan harga jual produk yang dihasilkan oleh UD Bakso Goreng Yumfood dengan menggunakan metode *full costing*.

### 3.5 Metode Analisis Data

Peneliti akan menentukan harga pokok produksi menggunakan metode *full costing* pada saat menghitung biaya produksi dan menentukan harga jual, yaitu menguraikan perhitungan biaya produksi saat menentukan harga jual pada UD Bakso Goreng Yumfood. Adapun cara perhitungan dengan metode ini sebagai berikut :

Biaya Bahan baku	xxx
Biaya Tenaga Kerja langsung	xxx
Biaya Overhead Pabrik tetap	xxx
Biaya Overhead pabrik variabel	<u>xxx+</u>
Harga Pokok produksi	xxx

Perhitungan Metode *Full Costing*

Mulyadi (2014), *Full costing* merupakan metode penentuan biaya produksi ke dalam biaya produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi ke dalam biaya produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik, baik yang *variable* maupun tetap. Adapun cara menghitung harga jual menggunakan metode *full costing* sebagai berikut :

$$\text{Harga jual} = \text{Biaya produksi} + \text{Mark up}$$

Sedangkan untuk menentukan harga jual peneliti menggunakan *mark up pricing method*. *Mark up pricing method* merupakan metode yang biasa digunakan oleh para pedagang untuk menentukan harga jualnya dengan cara menambahkan *mark up* yang diinginkan pada harga beli persatuan. Adapun rumus dalam menghitung harga jual sebagai berikut :

$$\text{Harga jual} = \text{Harga beli} + \text{Markup}$$

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN

#### 4.1 Hasil Penelitian

Bakso Goreng Yumfood merupakan usaha yang bergerak dibidang manufaktur yang melakukan produksi dan memasarkan produknya yaitu bakso goreng. Usaha ini didirikan oleh Ahmad Zulkifli A.md. T., dan Muhammad.Yasin Malik S.H yang berdiri pada tahun 2020 . Awalnya usaha ini menjual produk burger dengan modal awal 500.000 (lima ratus ribu rupiah), tetapi produknya hanya bertahan 2 bulan saja, dikarenakan harga daging di pasar sering tidak tentu. Maka dari itu Ahmad Zulkifli A.md. T., memutar ide untuk menjual bakso goreng dengan modal awal sebesar 1.500.000 (satu juta lima ratus ribu rupiaah). Usaha ini beralamat di Jalan.Abubakar Lambogo No.96 Makassar.

Dalam penentuan harga jual suatu produk ada dua metode yang digunakan salah satunya adalah metode *full costing*. *Full costing* adalah merupakan penentuan harga pokok produksi yang menghitung semua unsur biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik variabel maupun tetap.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ahmad Zulkifli A.md. T., mengenai data produksi produknya seperti data biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pada yumfood memuat data tentang biaya pengeluaran

**Tabel 4 1 Biaya Bahan Baku UD Bakso Goreng Yumfood**

<b>Bahan Baku</b>	<b>Harga (Rp)</b>
Daging Ayam	100.000
Kulit dan Lemak	15.000
Tepung Kanji	40.000
Masako	7.500
Vitsin MSG	7.500
Bawang putih	5.000
Lombok merah	20.000
Ongkos Giling dan cetak	20.000
Minyak Goreng	16.000
Tepung Sajiku	14.000
Air Galon	4.000
Terasi	2.000
<b>TOTAL</b>	<b>251.000</b>

*Sumber: Data Diolah 2022*

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa total biaya untuk bahan baku sebesar 251.000 ribu rupiah.

**Tabel 4 2 Biaya Tenaga Kerja Langsung UD Bakso Goreng Yumfood**

<b>Jumlah Pekerja</b>	<b>Upah perhari (Rp)</b>	<b>Upah Perbulan (Rp)</b>
1	41.000 x 24 hari	1.000.000

*Sumber: Data Diolah 2022*

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa total biaya untuk tenaga kerja langsung sebesar 1.000.000 Rupiah untuk upah selama sebulannya.

**Tabel 4 3 Biaya Overhead Pabrik UD Bakso Goreng Yumfood**

<b>Biaya overhead pabrik</b>	<b>Harga (Rp)</b>
Gas LPG	20.000
Packaging	160.000
Kecap	14.000
<b>TOTAL</b>	<b>194.000</b>

*Sumber: Data Diolah 2022*

Berdasarkan table diatas menunjukkan bahwa total biaya *overhead* pabrik sebesar 194.000 ribu rupiah.

**Tabel 4 4 Penentuan Harga Jual**

<b>No</b>	<b>Jenis Biaya</b>	<b>Total Biaya (Rp)</b>
1	Biaya Bahan Baku	251.000
2	Biaya Tenaga Kerja Langsung	1.000.000
3	Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	194.000
	<b>TOTAL</b>	<b>1..445.000</b>

*Sumber: Data Diolah 2022*

Tabel 4 menunjukkan bahwa dalam penentuan harga jual dapat tabel produksi sebesar 1.445.000 ribu rupiah.

#### 4.1.1 Perhitungan Harga Pokok Produksi dan Harga Jual Menurut Mulyadi (2015)

Perhitungan harga pokok produksi dan harga jual dengan menggunakan metode *full costing* menurut penulis dan teori pada UD Bakso Goreng Yumfood. Berikut ini perhitungan harga pokok produksi dan penentuan harga jual Bakso Goreng Yumfood :

**Tabel 4 5 Perhitungan Harga Pokok Produksi Dan Harga Jual Menurut Mulyadi (2015)**

Biaya Bahan Baku	Rp. 251.000
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp. 41.000
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	Rp. 194.000
Total Biaya Produksi per hari	Rp. 486.000
Harga pokok produksi per biji	
$486.000 : 200 = 2.430$	
Perhitungan Harga Jual	
Laba yang diinginkan 30% x 486.000 = Rp. 145.800	
Perhitungan Harga Jual Bakso Goreng	
Biaya produksi	Rp. 486.000
Markup 30% x 486.000	Rp. 145.800
Total Harga Jual	Rp. 631.800
Harga Jual Bakso Goreng per biji adalah	
$Rp. 631.800 : 200 \text{ biji bakso} = Rp. 3.159$	

Sumber: Data Diolah 2022

Berdasarkan perhitungan harga pokok produksi (HPP) dan harga jual dengan menggunakan pendekatan *full costing* maka diketahui harga pokok produksi adalah Rp. 2.430 dan harga jual adalah Rp. 3.159.

#### 4.1.2 Perhitungan Harga Pokok Produksi Dan Harga Jual UD Bakso Goreng Yumfood

**Tabel 4 6 Perhitungan harga pokok produksi dan harga jual menurut UD Bakso Goreng Yumfood**

<b>Biaya Bahan Baku</b>	<b>Harga (Rp)</b>
Daging Ayam	100.000
Kulit dan Lemak	15.000
Tepung Kanji	40.000
Bumbu	20.000
<b>Total</b>	<b>175.000</b>

*Sumber: Data Diolah 2022*

Dalam sehari produksi UD Bakso Goreng Yumfood menghasilkan 200 biji bakso dan cara menentukan harga pokok produksi dan harga jual menurut perhitungan UD Bakso Goreng Yumfood yaitu :

$\text{Rp.175.000} : 200 = \text{Rp. 875}$  Perbiji bakso

$\text{Rp. 800} + \text{Rp. 875} = \text{Rp. 1.675}$  (Perhitungan harga pokok produksi + Harga packing)

#### **Perhitungan Harga jual yang di inginkan**

$= \text{Rp.1.675} \times 30\%$  (Laba yang di inginkan)

$= \text{Rp. 502,5} \times \text{Rp.1.675}$

$= \text{Rp.2.177}$  (Harga jual perbiji)

Dari hasil wawancara diketahui bahwa UD Bakso Goreng Yumfood, untuk harga pokok produksi perbijinya sebesar Rp. 875 dan penentuan harga jualnya sebesar Rp. 2.177. Karena UD Bakso Goreng Yumfood hanya menghitung biaya produksi + biaya packing nya saja, dan membulatkan harga jualnya sebesar Rp.2.000.

## **4.2 Pembahasan**

### **4.2.1 Analisa Hasil Penelitian dan Penentuan Harga Jual Menurut UD Bakso Goreng Yumfood**

Dalam kenyataan yang ditemui dilapangan dalam penggolongan biaya dilakukan secara tetap dalam hal identifikasi biaya produksi, akan tetapi dalam penentuan harga jual, usaha dagang tidak menerapkan formula akuntansi dalam kegiatan produksinya dimana tidak memperhitungkan biaya *overhead pabrik* dan biaya tenaga kerja langsung sehingga pada saat menetapkan harga jual hanya menggunakan perhitungannya sendiri. Oleh karena itu untuk penentuan harga jual harus lebih teliti dan harga jual sangat berpengaruh terhadap penerimaan laba yang akan diperoleh, walaupun hanya harga pasaran yang dapat memberikan keuntungan terhadap usaha dagang ini.

Perhitungan harga pokok produksi menurut pemilik UD Bakso Goreng Yumfood hanya memperhitungkan biaya bahan baku ditambah dengan satuan harga packingannya, karena tidak menghitung semua biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabriknya, hal itu juga pemilik mengatakan kalau kesalahan dia dalam menghitung tidak memperhitungkan beberapa bahan-bahan penolong pada produksinya, dan menurut dia juga harga yang dia bulatkan itu menurut dia rugi tetapi demi mendapatkan konsumen dan mengikuti harga pasaran pemilik UD Bakso Goreng Yumfood tetap menjalankan penjualan dengan metodenya sendiri dengan harga jual sebesar Rp.2.000.

**Tabel 4 7 Harga pokok produksi**

Menurut UD.Bakso Goreng Yumfood	Menurut Referensi Mulyadi
Perhitungan harga pokok produksi: Biaya bahan baku + Biaya packing = Rp. 175.000 : 200 = Rp. 875	Biaya bahan baku + Biaya tenaga kerja langsung + Biaya <i>overhead</i> pabrik = Rp.251.000 + 41.000 + 194.000 = Rp. 486.000 = Rp.486.000 : 200 = Rp. 2.430

Sumber : Data diolah, 2022

**Tabel 4 8 Harga jual produk**

Menurut UD.Bakso Goreng Yumfood	Menurut Referensi Mulyadi
Perhitungan harga jual : Biaya produksi = Rp. 175.000 : 200 = Rp. 875 + 800 (Biaya packing) = 1.675 + 502,5 (Markup 30%) = Rp. 2.177 = Rp. 2.000 (Dibulatkan)	Perhitungan harga jual : Biaya produksi + Markup = Rp.486.000 + 30% (145.800) = Rp.631.800 Harga jual per biji = Rp.631.800 : 200 = Rp.3.159 = Rp.3.000 (Dibulatkan)

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan hasil dari perhitungan yang telah dilakukan, terdapat perbandingan dari hasil perhitungan harga jual dengan dasar pokok produksi menggunakan metode usaha dagang dan harga jual dengan menggunakan metode *full costing* dan *Mark up pricing*. Perhitungan harga jual dengan menggunakan metode *full costing* dan *Mark up pricing* sebesar Rp.3.159, sedangkan harga jual menurut metode usaha dagang senilai Rp.2.000 selisih diantaranya adalah  $Rp.3.159 - Rp.2.000 = Rp.1.159$

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan analisis data dari pembahasan hasil penelitian, penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode *full costing* lebih tinggi dari pada perhitungan harga pokok produksi menurut perusahaan karena metode *full costing* memasukkan seluruh elemen biaya yang bersifat variabel maupun tetap.
2. Berdasarkan perhitungan harga pokok produksi dengan metode *full costing* harga pokok produksi perbiji bakso sebesar Rp.2.430 dan penetapan harga jual bakso perbiji sebesar Rp.3.159
3. Dalam penentuan harga jual UD Bakso Goreng Yumfood hanya melihat harga dipasaran yang sedang berlaku maka dari itu UD Bakso Goreng Yumfood menaruh harga sebesar Rp.2.000 harga bakso perbijinya.

#### **5.2 Saran**

Dari hasil penelitian pada Usaha Dagang Bakso Goreng Yumfood, maka ada beberapa saran yang dapat disampaikan penulis guna kemajuan usaha dagang yaitu sebagai berikut :

1. Untuk menghasilkan perhitungan harga pokok produksi yang tepat, UD Bakso Goreng Yumfood sebaiknya melakukan identifikasi biaya – biaya yang terjadi dalam proses produksi secara akurat. Masih ada beberapa unsur biaya yang belum dihitung dalam biaya *overhead* pabrik baik yang berperilaku tetap maupun variabel. Biaya – biaya tersebut merupakan bagian penting untuk menghitung biaya *overhead* pabrik.

2. UD Bakso Goreng Yumfood sebaiknya menggunakan perhitungan dengan metode *full costing*, karena metode *full costing* lebih rinci dalam memasukkan semua komponen biaya yang digunakan selama produksi berlangsung. Sehingga hasil yang didapat lebih akurat karena dengan biaya yang lebih terperinci, harga pokok produksi yang ditetapkan juga akan lebih tepat. Hal ini juga berpengaruh terhadap penetapan harga jual dan laba yang dihasilkan. Dengan penetapan harga jual produk yang tepat, maka Usaha Dagang dapat bersaing dan mempertahankan serta mengembangkan usahanya.
3. Dikarenakan hasil penelitian terus menerus mengalami kerugian, maka diharapkan pada penelitian selanjutnya untuk meneliti analisis kebangkrutan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Firdaus, dan Abdullah, Wasilah. 2012. "Akuntansi Biaya". Edisi 3. Salemba Empat
- Boyd, Walker, Larreche.2000. Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global Edisi 2 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Basu, Swastha.2010.Manajemen Pemasaran : Analisa dan Perilaku Konsumen. Yogyakarta. BPFE UGM
- Dewi, Sofia Prima dan Septian Bayu Kristanto. 2014. Akuntansi Biaya. Edisi 2. Bogor: IN MEDIA.
- Darya, I Gusti Putu. (2019). Akuntansi Manajemen. Cetakan Pertama. Siduarjo: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Eryani, Emi dan Monika Handayani. (2019). Akuntanis Biaya. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Cetakan Depublish I
- Kotler, Philip dan Keller, 2007, Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta.
- Mulyadi. 2012. Akuntansi Biaya. Edisi 5. Cetkan sebelas. Yogyakarta: STIE YKPN
- Mangerongkonda, Merlyn. 2014. Perlakuan Akuntansi Terhadap Sisa Bahan Dalam Menentukan Harga Pokok Produksi Pada CV. Maloso Jaya Tomohon. Jurnal EMBA, Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNSRAT. <http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/issue/view/745>. Diakses September, 14, 2014. Hal 1-10.
- Mulyadi. 2005. Akuntansi Biaya. Edisi 5. Cetakanketujuh. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Mulyadi . 2014 . Akuntansi Biaya. Edisi-5. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada.
- Mulyadi. (2015). Akuntansi biaya, Edisi 5. Yogyakarta: Unit Penerbitan dan Percetakan
- Murti, Sumarni dan Soeprihanto, John. 2007. Pengantar Bisnis. Edisi kedua. STIE YKPN. Yogyakarta.
- Pricilia, Jullie, Agus.2014. "Penentuan Harga Pokok Produksi Dalam Menetapkan Harga Jual Pada UD.Martabak Mas Narto di Manado" Jurnal EMBA Vol.2 No.2 Hal.1077-1088, Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Raiborn, Cecilia A dan Michael R. Kinney. 2011. Akuntansi Biaya: Dasar dan Perkembangan. Edisi Ketujuh. Jakarta: Salemba Empat.

Sugiyono. 2017. Statistika Untuk Penelitian. Bandung: Alfabeta Bandung.

Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta.

Swastha.2010.Manajemen Pemasaran : Analisa dan Perilaku Konsumen.  
Yogyakarta. BPFE UGM

Tjiptono, Fandy. 2010. Strategi Pemasaran. Edisi ketujuh. Yogyakarta: Andi.

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 teks wawancara UD.Bakso Goreng Yumfood

#### Hasil Wawancara

1. Bisakah diceritakan kapan berdirinya UD.Bakso Goreng Yumfood ?

**Jawab :** Yumfood merupakan usaha dagang yang bergerak dibidang manufaktur yang memproduksi bakso goreng

2. Berapa banyak bakso diproduksi dalam sehari ?

**Jawaban :** Setiap harinya kami memproduksi 200 biji bakso dan langsung menjualnya sampai habis

3. Bagaimana cara penentuan harga jual menurut UD.Bakso Goreng Yumfood ?

**Jawaban :** Kami hanya menjumlahkan satuan harga packing dan total biaya produksi untuk bakso saja dan memasarkan produk dengan harga di pasaran

4. Ada berapa tenaga kerja yang di UD.Bakso Goreng Yumfood ?

**Jawaban :** Hanya ada 1 tenaga kerja , kadang juga saya ikut membantu dalam proses penjualan

5. Berapa gaji tenaga kerja di Yumfood ?

**Jawaban :** Kami hitungannya gaji perhari kurang lebih sekitar Rp. 41.000 dan menjual selama 24 hari , yah jadi kurang lebih gaji tenaga kerjanya sekitar Rp.1.000.000

6. Apakah dalam biaya produksi UD.Bakso Goreng Yumfood sudah menghitung semua total biaya yang dikeluarkan sebelum menentukan harga jual?

**Jawaban :** Kami hanya fokus menghitung total biaya produksi saja , tidak menghitung seluruh biaya” yang lainnya.

7. Berapa tingkat laba yang diinginkan di UD.Bakso Goreng Yumfood?

**Jawaban :** Laba yang di harapkan 30%

Lampiran 2 Dokumentasi UD.Bakso Goreng Yumfood



**Gambar : Wawancara dengan pemilik Yumfood, Ahmad Zulkifli A.md. T.,**



**Gambar : Produk Bakso Goreng Yumfood**