

**PENGARUH PENETAPAN HARGA POKOK PRODUKSI DAN STRATEGI PEMASARAN TERHADAP TINGKAT PENDAPATAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM)**

***THE EFFECT OF PRODUCTION PRICES AND MARKETING STRATEGIES ON INCOME LEVEL OF MICRO SMALL MEDIUM ENTERPRISES (MSMEs)***

Y. Triwidatin, A.J. Aziz, M.N.Afif, Hurriyaturrohman<sup>1)</sup>

Program Studi Akuntansi, Universitas Djuanda Bogor, Universitas Ibn Khaldun<sup>1)</sup>

[Yuppygumelar@gmail.com](mailto:Yuppygumelar@gmail.com), [ayi.jamaludin@unida.ac.id](mailto:ayi.jamaludin@unida.ac.id), [m.nur.afif@unida.ac.id](mailto:m.nur.afif@unida.ac.id)

**ABSTRACT**

*Micro, Small and Medium Enterprises or known as MSMEs have many roles in eradicating poverty, reducing unemployment, and increasing people's income so that they can be independent in supporting their economy. Therefore, the government continues to strive so that MSMEs in various regions can develop so as to support the economy of small communities by providing various facilities both in terms of funding, marketing, licensing and other supporting facilities. The presence of the industrial revolution 4.0 has the impact of intense competition, MSMEs must be able to overcome this challenge creatively, product innovation, marketing, product packaging, human resource development and technology. The MSME empowerment strategy can be pursued through the role of the Government in issuing fiscal and non-fiscal policies, the role of universities in carrying out services to educate and prosper the community and the role of stakeholders in encouraging MSMEs to be more independent and innovative. Research by Beginner Lecturers using university grant funds is focused on SMEs located in Ciawi Village, Bogor Regency, who are able to calculate the cost of production and are able to make plans in the budget for running a business.*

*Keywords: COGS, Marketing Strategies Toward Revenue*

**ABSTRAK**

Usaha Mikro Kecil Menengah atau dikenal dengan UMKM memiliki banyak peran dalam memberantas kemiskinan, mengurangi pengangguran, serta meningkatkan pendapatan masyarakat sehingga dapat mandiri dalam menopang ekonominya. Oleh sebab itu pemerintah terus berupaya agar UMKM di berbagai daerah dapat berkembang sehingga menopang perekonomian masyarakat kecil dengan memberikan berbagai kemudahan baik dari segi pendanaan, pemasaran, perijinan maupun fasilitas-fasilitas lain yang mendukung. Hadirnya revolusi industri 4.0 menimbulkan dampak persaingan yang ketat, UMKM harus mampu mengatasi tantangan itu dengan kreatif, inovasi produk, pemasaran, kemasan produk, pengembangan sumberdaya manusia dan teknologi. Strategi pemberdayaan UMKM dapat ditempuh melalui peran Pemerintah mengeluarkan kebijakan fiskal maupun non fiskal, peran perguruan tinggi dalam melaksanakan pengabdian untuk mencerdaskan dan mensejahterakan masyarakat dan peran stekholder mendorong UMKM semakin mandiri dan inovatif. Penelitian Dosen Pemula dengan menggunakan dana hibah Perguruan Tinggi ini difokuskan kepada UMKM yang berada pada Desa Ciawi Kabupaten Bogor mampu dalam menghirung harga pokok produksi dan mampu membuat perencanaan dalam anggaran biaya dalam menjalankan usaha.

*Keywords: HPP, Strategi Pemasaran Terhadap Pendapatan*

## PENDAHULUAN

Unit usaha mikro kecil menengah (UMKM) merupakan salah satu sumber penghasilan bagi negara Indonesia, selain itu dengan adanya UMKM bisa menjadi salah satu cara mengatasi masalah pengangguran yang terjadi di Indonesia, yang selama ini menjadi salah satu masalah utama negara. UMKM berkembang dengan seiring waktu dan menjadi salah satu penggerak perekonomian Indonesia, perkembangan UMKM juga di khawatirkan terdapat berbagai masalah yang mencul diantaranya tidak adanya pembuatan laporan keuangan untuk mengetahui aliran biaya selama operasional berjalan. Salah satunya masalah yang dihadapi yaitu mengenai perhitungan biaya produksi UMKM. Beberapa UMKM hanya memakai perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode sederhana dan menetapkan harga jual berdasarkan harga pokok produksi yang sama, seperti harga dipasar ataupun hanya berdasarkan taksiran atau kisaran harga, hal ini yang menjadi dasar perhitungan harga pokok produksi yang dibuat tidak tepat dan mempengaruhi tingkat pendapatan ataupun laba UMKM tersebut.

Akuntansi biaya mempunyai tiga tujuan pokok yaitu penentuan harga pokok produk, pengendalian biaya dan pengambilan keputusan khusus. Untuk memenuhi tujuan penentuan harga pokok produksi, akuntansi biaya mencatat, menggolongkan dan meringkas biaya-biaya pembuatan produk atau penyerahan jasa. Harga pokok produksi merupakan kumpulan dari biaya-biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh dan mengolah bahan baku sampai menjadi barang jadi. Dalam pengumpulan biaya produksi sangat ditentukan oleh cara berproduksi yaitu produksi atas dasar pesanan dan produksi massa (Mulyadi 2005:11)

Dalam proses pencatatan dan pengelompokan biaya produksi dengan biaya lainnya UMKM seringkali mengabaikan proses tersebut dan melakukan pencatatan bukan sesuai standar sistem akuntansi yang berlaku sehingga biaya pembentukan komponen harga pokok tidak terhitung.

Menurut pra penelitian yang dilakukan penelitian selama ini perhitungan harga pokok produksi maupun harga pokok penjualan berdasarkan taksiran atau perkiraan saja. Baik secara administratif maupun pembukuannya. UMKM mengelola usaha kurang memperhatikan. Menghindari terjadinya kesalahan dalam penentuan harga pokok produksi diperlukan suatu metode yang tepat. Metode yang sebaiknya digunakan adalah menggunakan metode biaya penuh (full costing) (Srikalimah,2017). Dalam undang-undang No. 20 tahun 2008 tentang usaha mikro kecil dan menengah menjelaskan usaha mikro merupakan usaha produktif milik perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang. Usaha mikro atau usaha kecil sering diidentifikasi sebagai kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh perorangan atau rumah tangga maupun suatu badan yang bertujuan untuk memproduksi barang atau jasa dengan tujuan untuk diperniagakan secara komersial serta mempunyai omzet penjualan bersih sebesar satu milyar rupiah atau kurang (Maghfirah, 2016).

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) Tahu Agan merupakan salah satu usaha yang memproduksi makanan yang berasal dari kedelai, UMKM Tahu Agan dalam melakukan pencatatan transaksi belum dilakukan dalam usahanya. Hal ini disebabkan kurangnya pengetahuan pemilik usaha UMKM Tahu Agan dalam melakukan pencatatan laporan keuangan. Beliau menambahkan bahwa dalam memproduksi Tahu Agan selalu mendapatkan sedikit keuntungan dan juga belum pernah mengalami kerugian walaupun belum ada pencatatan laporan keuangan. Penelitian ini bertujuan memberikan gambaran untuk penetapan metode perhitungan dan penetapan harga pokok produksi yang tepat digunakan oleh UMKM Tahu Agan dalam pengambilan keputusan pengelolaan usahanya.

Pengertian dan Karakteristik Usaha Kecil  
Pengertian usaha kecil di Indonesia masih

sangat beragam. Menurut Departemen Perindustrian dan Bank Indonesia (1990) mendefinisikan usaha kecil berdasarkan nilai asetnya, yaitu suatu usaha yang asetnya (tidak termasuk tanah dan bangunan) bernilai kurang dari Rp.600 Juta. Sedangkan departemen Perdagangan mendefinisikan usaha kecil sebagai usaha yang modal kerjanya kurang dari Rp.25 Juta. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), industri kecil adalah usaha industri yang melibatkan tenaga kerja antara 5 sampai dengan 19 orang. Sedangkan industri rumah tangga adalah usaha industri yang memperkerjakan kurang dari 5 orang. Sedangkan menurut Undang-undang Nomor 9 tahun 1995, yang dimaksud dengan usaha kecil adalah :

- a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp.200 Juta, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 1 Miliar
- c. Milik Warga Negara Indonesia,
- d. Berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau berafiliasi baik langsung maupun tak langsung dengan usaha menengah dan besar
- e. Berbentuk usaha orang perorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, atau badan usaha berbadan hukum, termasuk koperasi. Dari berbagai definisi diatas dapat disimpulkan bahwa usaha kecil adalah suatu usaha yang bercirikan:
  - kegiatan usahanya tidak formal serta mempunyai struktur organisasi yang sederhana
  - jumlah tenaga kerja terbatas, berkisar antara 2 sampai dengan 25 orang
  - manajemen dan sistem pencatatannya sangat sederhana
  - skala ekonomi kecil dan daerah pemasarannya terbatas Berbagai pihak termasuk Pemerintah, dunia usaha, serta masyarakat perlu memberdayakan usaha kecil dan menengah melalui upaya penumbuhan iklim usaha yang kondusif, pembinaan dan pengembangan sehingga usaha kecil dan menengah mampu

menumbuhkan dan memperkuat dirinya menjadi usaha yang tangguh, mandiri dan besar. Pemberdayaan usaha kecil bertujuan untuk (Undang-undang RI Nomor 9 tahun 1995):

- Menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan usaha kecil menjadi usaha yang tangguh dan mandiri serta dapat berkembang menjadi Usaha Menengah,
- Meningkatkan peranan Usaha Kecil dalam pembentukan produk nasional, perluasan kesempatan kerja dan berusaha, peningkatan ekspor, serta peningkatan dan pemerataan pendapatan untuk mewujudkan dirinya sebagai tulang punggung serta memperkuat struktur perekonomian nasional.

Pemerintah berusaha menumbuhkan iklim usaha bagi Usaha Kecil melalui penetapan peraturan perundang-undangan dan kebijakan melalui aspek: Pendanaan; Persaingan; Prasarana; Informasi; Kemitraan; Perizinan usaha; Perlindungan.

Dari aspek pendanaan, pemerintah menetapkan kebijakan untuk memperluas sumber pendanaan, meningkatkan akses terhadap sumber pendanaan, memberikan kemudahan dalam pendanaan. Dari aspek persaingan, pemerintah menetapkan kebijakan untuk meningkatkan kerja sama sesama Usaha Kecil dalam bentuk koperasi, asosiasi, dan himpunan kelompok usaha untuk memperkuat posisi tawar Usaha Kecil, mencegah struktur pasar yang dapat melahirkan persaingan yang tidak wajar dalam bentuk monopoli, oligopoli, dan monopsoni yang merugikan usaha kecil, serta mencegah terjadinya penguasaan pasar dan pemusatan usaha oleh orang perorangan atau kelompok tertentu yang merugikan Usaha Kecil. Dari aspek prasarana, pemerintah menetapkan kebijakan untuk mengadakan prasarana umum yang dapat mendorong dan mengembangkan Usaha Kecil, dan memberikan keringanan tarif prasarana

tertentu bagi Usaha Kecil. Dari aspek informasi, pemerintah menetapkan kebijakan untuk membentuk dan memanfaatkan bank data dan jaringan informasi bisnis serta mengadakan dan menyebarkan informasi mengenai pasar, teknologi, desain dan mutu. Dari aspek kemitraan, pemerintah menetapkan kebijakan untuk mewujudkan kemitraan dan mencegah terjadinya hal-hal yang merugikan Usaha Kecil dengan Usaha Menengah dan Usaha Besar. Dari aspek perizinan usaha, pemerintah menetapkan kebijakan untuk menyederhanakan tata cara dan jenis perizinan dengan mengupayakan terwujudnya pelayanan sistem satu atap dan memberikan kemudahan persyaratan untuk memperoleh perizinan. Dari aspek perlindungan, pemerintah menetapkan kebijakan untuk menentukan peruntukan tempat usaha yang meliputi pemberian lokasi di pasar, ruang pertokoan, lokasi sentra industri, lokasi pertanian rakyat, lokasi, pertambangan; rakyat, dan lokasi yang wajar bagi pedagang kaki lima serta lokasi lainnya, mencadangkan bidang dan jenis kegiatan usaha yang memiliki kekhususan proses, bersifat padat karya, serta mempunyai nilai seni budaya yang bersifat khusus dan turun temurun; mengutamakan penggunaan produk yang dihasilkan Usaha Kecil melalui pengadaan secara langsung dari Usaha Kecil; mengatur penagadaan barang dan jasa dan pemborongan kerja pemerintah; serta memberikan bantuan konsultasi hukum dan pembelaan. Upaya pembinaan dan pengembangan Usaha Kecil diarahkan pada bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, sumber daya manusia dan teknologi. Upaya pembinaan dan pengembangan Usaha Kecil dari bidang produksi dan pengolahan, dengan cara meningkatkan kemampuan manajemen serta teknik produksi dan pengolahan; meningkatkan rancang bangun dan rekayasa; serta memberikan kemudahan dalam pengadaan sarana dan prasarana produksi dan pengolahan,

bahan baku, bahan penolong dan kemasan. Upaya pembinaan dan pengembangan Usaha Kecil dari bidang pemasaran, dengan cara melaksanakan penelitian dan pengkajian pemasaran; meningkatkan kemampuan manajemen dan teknik pemasaran; menyediakan sarana serta dukungan promosi dan uji coba pasar; mengembangkan lembaga pemasaran dan jaringan distribusi; serta memasarkan produk Usaha Kecil. Upaya pembinaan dan pengembangan Usaha Kecil dari bidang sumber daya manusia, dengan cara memasyarakatkan dan membudayakan kewirausahaan; meningkatkan ketrampilan teknis dan manajerial; membentuk dan mengembangkan lembaga pendidikan, pelatihan dan konsultasi Usaha Kecil; serta menyediakan tenaga penyuluh dan konsultan Usaha Kecil. Upaya pembinaan dan pengembangan Usaha Kecil dari bidang teknologi, dengan cara meningkatkan kemampuan di bidang penelitian teknologi produksi dan pengendalian mutu; meningkatkan kemampuan di bidang penelitian untuk mengembangkan desain dan teknologi baru; memberikan insentif kepada Usaha Kecil yang menerapkan teknologi baru dan melestarikan lingkungan hidup; meningkatkan kerja sama dan alih teknologi; menumbuhkan dan mengembangkan lembaga penelitian dan pengembangan di bidang desain dan teknologi bagi Usaha Kecil. Untuk meningkatkan kemampuan usaha, para pelaku Usaha Menengah dan Usaha Besar diharapkan dapat melaksanakan hubungan kemitraan dengan Usaha Kecil, baik memiliki maupun yang tidak memiliki keterkaitan usaha. Kemitraan dilaksanakan dengan pola : inti-plasma, subkontrak, dagang umum, waralaba, keagenan dan bentuk-bentuk lainnya, disertai dengan upaya pembinaan dan pengembangan Usaha Kecil. Usaha kecil yang merupakan bagian integral dari dunia usaha secara umum di Indonesia, mempunyai kedudukan, potensi, dan

peranan yang sangat penting dan strategis dalam mewujudkan tujuan pembangunan nasional pada umumnya dan pembangunan ekonomi pada khususnya.

Menurut Bastian (2008:40) penentuan harga pokok adalah bagaimana memperhitungkan biaya kepada suatu produk atau pesanan atau jasa, yang dapat dilakukan dengan cara memasukkan seluruh biaya produk atau hanya memasukkan unsur biaya produksi variabel saja, Bastian Bustami dan Nurlela (2010:49) harga pokok produksi adalah kumpulan biaya produksi dalam proses awal dan dikurangi persediaan produk dalam proses akhir. Harga pokok produksi terikat pada periode waktu tertentu, harga pokok produksi akan sama dengan biaya produksi, apabila tidak ada persediaan produk dalam proses awal dan akhir.

Hansen dan Mowen (2000) mendefinisikan harga pokok produk sebagai total biaya yang dikaitkan pada setiap unit produk dimana biaya yang melekat pada setiap produk merupakan biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi/membuat suatu produk untuk kepentingan manajemen guna membantu mereka didalam mengelola perusahaan.

Menurut rayburn (1999) harga pokok produksi meliputi keseluruhan bahan langsung, tenaga kerja langsung dan overhead pabrik yang dikeluarkan untuk memproduksi barang atau jasa.

Menurut Horngren (2008) harga pokok produksi adalah biaya barang yang dibeli untuk diproses sampai selesai, baik sebelum maupun selama periode akuntansi berjalan

Wijaksono (2006:10) mendefinisikan harga pokok produksi adalah sejumlah nilai aktiva, tetapi apabila tahun berjalan aktiva tersebut dimanfaatkan untuk membantu memperoleh penghasilan. Ari berbagai pendapat para ahli dapat disimpulkan bahwa harga pokok produksi adalah semua pengorbanan yang dilakukan perusahaan untuk produksi

suatu produk.

Menurut Mulyadi (2007:10) merupakan pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau kemungkinan terjadi untuk memperoleh penghasilan.

a. Gaji dan upah

Yaitu jumlah gaji dan upah bruto dikurangi dengan potongan-potongan seperti pajak penghasilan karyawan dan biaya asuransi hari tua. Cara perhitungan upah karyawan dalam perusahaan dengan mengalihkan tarif upah dengan jam karyawan. Dengan demikian untuk menentukan upah seseorang karyawan perlu dikumpulkan data jumlah jam kerjanya selama periode waktu tertentu

b. Premi lembur

Perlakuan terhadap premi lembur tergantung atas alasan-alasan terjadinya lembur tersebut. Premi lembur dapat ditambahkan pada upah tenaga kerja langsung dan dibebankan pada pekerjaan atau departemen tempat terjadinya lembur tersebut. Perlakuan ini dapat dibenarkan bila pabrik telah bekerja pada kapasitas penuh dan pelanggan/pemesan mau menerima beban tambahan karena lembur tersebut.

c. Biaya yang berhubungan dengan kerja Setup Time, sebuah pabrik memerlukan waktu dan sejumlah biaya untuk memulai produksi. Biaya-biaya yang dikeluarkan untuk memulai produksi disebut biaya pemula produksi (set up costs). Biaya pemula produksi meliputi pengeluaran-pengeluaran untuk membuat rancang bangun dan peralatan, latihan bagi karyawan dan kerugian-kerugian yang timbul akibat adanya pengalaman. Waktu menganggur (idle time) dalam mengolah produk, seringkali terjadi hambatan-hambatan, kerusakan mesin atau kekurangan pekerjaan. Hal ini mengakibatkan waktu menganggur bagi karyawan. Biaya-biaya yang dikeluarkan selama waktu menganggur ini diperlakukan sebagai unsur biaya overhead pabrik.

Biaya overhead pabrik adalah biaya selain bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung tetapi membantu dalam mengubah bahan menjadi produk selesai, penentuan harga pokok produk adalah pembebanan unsur biaya produksi terhadap produk yang dihasilkan dari suatu proses produksi, artinya penentuan biaya yang melekat pada produk jadi dan persediaan barang dalam proses, penentuan biaya produksi adalah cara menghitung unsur-unsur biaya ke dalam biaya produksi. Dalam memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam biaya produksi, terdapat dua pendekatan yaitu full costing dan variabel costing.

#### **Perhitungan harga pokok produksi metode variabel costing**

Merupakan metode penentuan kos produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang berlaku variabel ke dalam kos produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik variabel.

#### **Perhitungan harga pokok produksi metode full costing**

Merupakan metode penentuan biaya produksi 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 variabel maupun tetap.

#### **Fungsi harga pokok produksi**

Dalam perusahaan yang memproduksi, informasi harga pokok produksi yang dihitung untuk jangka waktu tertentu dan bermanfaat untuk :

1. Menentukan harga jual produk  
Perusahaan yang memproduksi, proses produksinya untuk menentukan persediaan digudang, dengan demikian biaya produksi dihitung dalam jangka waktu tertentu untuk menghasilkan informasi biaya produksi per satuan produk. Dalam penentuan harga jual produksi, 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 didalam perencanaan produksi mengumpulkan informasi biaya produksi mengkonsumsi total biaya produksi sesuai dengan yang diperhitungkan sebelumnya.
3. Fungsi akuntansi biaya  
Fungsi ini bertanggung jawab untuk mencatat pemakaian biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik yang digunakan dalam proses produksi dan juga bertanggung jawab dalam membuat perhitungan mengenai harga pokok produksi.
4. 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 periodik diperlukan untuk mengetahui kontribusi produk dalam menutup biaya non produksi dan menghasilkan laba atau rugi.
5. Menentukan harga pokok persediaan produk jadi dan produk dalam proses yang disajikan dalam neraca  
Pada saat manajemen dituntut untuk membuat pertanggungjawaban keuangan periodik, 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
6. Fungsi gudang  
Fungsi gudang bertanggung jawab atas layanan permintaan bahan baku, bahan penolong dan barang lain yang digudangkan, fungsi ini juga bertanggung jawab untuk menerima

produk jadi yang diserahkan oleh fungsi produksi.

7. Fungsi perencanaan dan pengawasan produk

## METODOLOGI PENELITIAN

### 3.1 Pemilihan Subjek Penelitian

#### A. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh UMKM Tahu agan yang berlokasi di Desa Cilecut Timur

#### B. Sampel dan Teknik Sampling.

Pengambilan sampel menggunakan metode sampling jenuh yaitu teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi dijadikan sebagai sampel. Banyaknya sampel dalam penelitian ini

#### C. Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat 2 variabel, yaitu:

##### 1. Variabel Bebas (X)

Variabel bebas dalam penelitian ini, adalah pengaruh penetapan harga pokok produksi

##### 2. Variabel terikat (Y)

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah dampak persaingan dalam strategi pemasaran tahu Agan di Desa Cilebut Timur kabupaten Bogor..

### 3.2. Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang dipakai, adalah:

#### 1. Metode angket (kuesioner)

Dalam penelitian ini, angket digunakan untuk mengetahui dampak dalam menghitung harga pokok produksi dan strategi pemasaran

#### 2. Metode dokumentasi

Metode dokumentasi digunakan untuk mengetahui jenis kegiatan

### 3.3. Analisis Data

Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara variabel X dan variabel Y, digunakan teknik analisis regresi linear satu variabel, dengan

Fungsi ini merupakan fungsi staf yang membantu fungsi produksi dalam merencanakan dan mengawasi kegiatan produksi

persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Y : Variabel terikat (bimbel konvensional dan bimbel online)

a : konstanta

b : koefisien regresi variabel X

X : variabel bebas (gaji guru bimbel)

### 1.4 Hasil Analisis

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, catatan lapangan dan studi dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke sintesis, menyusun kedalam pola dan memilih mana yang penting dan mana yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan, analisis data penelitian ini akan menyajikan perhitungan harga pokok produksi dengan 3 metode dan dari hasil penelitian ini bisa dijadikan acuan terhadap pemilihan yang tepat untuk diterapkan pada UMKM tahu Agan dalam menentukan harga pokok produksi. Tahap-tahap analisis data

1. Mengidentifikasi biaya produksi
2. Menghitung harga pokok produksi berdasarkan perhitungan UMKM dengan menggunakan metode variabel costing dan metode full costing
3. Menganalisis perbedaan hasil perhitungan HPP
4. Memberikan kesimpulan dan saran maupun rekomendasi terhadap hasil analisis harga pokok produksi

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Tabel 1 Harga Pokok Produksi (versi Perusahaan) Bulan Oktober 2021

No	Keterangan	Kebutuhan per	Harga	Total
----	------------	---------------	-------	-------

		Hari/satuan	Bulan	(Rp) / satuan	n
<b>Bahan Baku Langsung</b>					
1	Kacang kedelai	338 kg	8.112 kg	7.500*	60.840.000
<b>Biaya Tenaga Kerja Langsung</b>					
1	Tenaga kerja masak 3 orang	26 masakan	624	12.000	7.488.000
2	Tenaga kerja rebus	9 rebusan	216		1.400.000
<b>Biaya Overhead Pabrik</b>					
1	Bunga pekak	1,3 Kg	31,2 kg	55.000	1.716.000
2	Cuka Tahu (botol)	26	624	1.000	624.000
3	Pewarna makanan	6,5 kg	15,6 kg	90.000	1.404.000
4	Garam	8,6 kg	206,4 kg	2.400	495.360
5	Biaya listrik				700.000
6	Kayu	390 kg	9.360 kg	1.000,00	9.360.000
Total Biaya					84.027.360
Jumlah produksi (potong)					124.800
HPP per potong					<b>673,30</b>

Sumber : Data Primer Diolah

\*harga kedelai fluktuasi, diasumsikan harga Rp. 7.500,00/kgProduksi 1 bulan 24 hari, minggu libur produksi

Tabel 2 Perhitungan Harga Pokok Produksi UMKM Pabrik Tahu “AGAN CILEBUT” menurut perusahaan.menggunakan Metode *Full Costing*

No	Keterangan	Total biaya (Rp)
1	Biaya bahan baku langsung	65.079.360
2	Biaya tenaga kerja langsung	8.888.000
3	Biaya overhead pabrik tetap	1.482.672
4	Biaya overhead pabrik variabel	9.616.000
Jumlah total (per April 2017)		85.066.032
Jumlah Produksi		124.800
Biaya per potong tahu kuning		<b>681,62</b>

Sumber : Data Primer Diolah

Perhitungan Harga Pokok Penjualan pada UMKM Pabrik Tahu “AGAN CILEBUT” menurut perusahaan.

UMKM Pabrik Tahu “AGAN CILEBUT” menentukan harga jual per biji tahu sebesar Rp. 1.000,00 penentuan harga tersebut berdasarkan perkiraan saja dengan kata lain menganggap dengan harga Rp. 1.000,00 sudah memperoleh laba.

**Harga Pokok Penjualan untuk menentukan harga jual**



Tabel 3 Perhitungan harga pokok penjualan menggunakan metode *full costing* :

No	Keterangan	Total Biaya (Rp)
1	Harga Pokok Produksi	85.066.032
2	Biaya Pemasaran (non produksi)	4.697.240
3	Biaya Administrasi (non produksi)	500.000
4	Total	100.263.272
5	Jumlah Produksi (biji)	124.800
6	Biaya per biji	803,39

Sumber : Data Primer Diolah

Dari tabel diatas diketahui bahwa harga pokok penjualan per biji tahu adalah Rp. 803,39 yang diperoleh dari biaya produksi ditambah biaya non produksi (biaya pemasaran dan administrasi) dibagi dengan jumlah produksi tahu dalam 1 bulan yaitu 124.800 biji tahu. Harga tersebut menjadi dasar untuk menjual tahu per biji agar tidak menjual tahu dibawah harga tersebut. Laba yang diharapkan oleh perusahaan dari produksi tahu adalah sebesar 30% dari harga pokok penjualan. Berdasarkan perhitungan diatas, untuk menentukan harga jual dapat ditentukan

sebagai berikut :

Harga jual/unit = Harga pokok penjualan + Persentase laba yang diinginkan

$$= \text{Rp. } 803,39 + (\text{Rp. } 803,39 \times 30\%)$$

$$= \text{Rp. } 803,39 + \text{Rp. } 241,02$$

$$= \text{Rp. } 1.044,41$$

$$= \text{Rp. } 1.050,00 \text{ (pembulatan)}$$

Tabel 4 Perbandingan Harga Pokok Produksi dan Harga Jual menurut Perusahaan dan metode *full costing*

No	Keterangan	Harga Pokok Produksi	Harga Jual
1	Menurut Perusahaan	Rp. 673,30	Rp. 1.000,00
2	Metode <i>Full Costing</i>	Rp. 681,62	Rp. 1.050,00
	Selisih	Rp. 8,32	Rp. 50,00

Sumber : Data Primer Diolah, April 2017

Dari data diatas dapat diketahui adanya perbedaan harga pokok produksi antara perhitungan yang dilakukan antara perusahaan dan metode *full costing*. Selisih biaya produksi sebesar Rp. 8,32/potong tahu. Pada perhitungan harga pokok produksi yang menggunakan metode *full costing* lebih tinggi karena semua biaya dirinci secara detil mulai dari perhitungan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung maupun overhead pabrik baik tetap maupun variabel, sedangkan perusahaan hanya menghitung biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, listrik dan kayu bakar, untuk biaya overhead pabrik lainnya seperti perawatan mesin dan peralatan juga biaya penyusutan mesin dan peralatan tidak dibebankan kepada perhitungan harga pokok produksinya. Sehingga perhitungan harga pokok produksinya lebih kecil dibanding dengan metode *full costing*.

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa penentuan harga jual per biji tahu menurut perusahaan lebih rendah Rp. 50,00 dari perhitungan harga jual dengan menggunakan metode *full costing*. Karena dalam metode ini perhitungan semua unsur biaya dimasukkan dalam perhitungan harga pokok penjualan baik biaya produksi maupun non produksi.

## SIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian yang dilakukan peneliti pada UMKM pabrik tahu “AGAN CILEBUT”, dapat diambil kesimpulan bahwa :

1. Dalam menentukan harga pokok produksi, perusahaan masih menggunakan taksiran belum memasukkan semua unsur biaya khususnya biaya overhead pabrik baik biaya overhead pabrik tetap maupun variabel, biaya pemeliharaan mesin dan peralatan maupun biaya penyusutanya.
2. Pengumpulan biaya produksi dilakukan dengan menggunakan

metode harga pokok proses karena ada atau tidak suatu pesanan perusahaan selalu memproduksi tahu.

3. Penentuan harga jual produk berdasarkan harga pokok penjualan per biji tahu ditambah dengan laba yang diinginkan perusahaan sebesar 30% dengan tujuan dapat menutup biaya produksi yang sudah dikeluarkan.
4. Hasil perhitungan harga pokok produksi menurut perusahaan lebih rendah Rp. 8,32 dibanding dengan menggunakan metode *full costing*.
5. Hasil perhitungan harga jual menurut perusahaan lebih rendah Rp. 50,00 dibanding dengan menggunakan metode *full costing*

## SARAN

Untuk perbaikan ke depan, peneliti memberikan saran sebagai masukan sbb :

1. Untuk menghasilkan harga pokok produksi maupun menentukan harga jual sebaiknya perusahaan lebih detil dalam menggolongkan biaya-biaya produksi baik tetap maupun variabel. Metode *full costing* sebaiknya digunakan karena metode ini lebih akurat dibanding dengan perhitungan perusahaan
2. Penelitian ini diharapkan memberi wawasan dan pemahaman kepada perusahaan mengenai perhitungan yang benar dengan menggunakan metode *full costing*.
3. Sebaiknya mulai saat ini UMKM pabrik tahu “AGAN CILEBUT” menerapkan pencatatan akuntansi baik keuangan maupun biaya meskipun dengan cara sederhana sehingga bisa terkontrol dan dapat memberikan informasi perkembangan perusahaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdulsyani, 1994. Sosiologi Skematika, Teori dan Terapan. Jakarta: Bumi Aksara.
- Agraristanti dara kartika 2015 Perhitungan Harga Pokok Produksi UKM Kue Risky. Skripsi Mahasiswa IPB.
- Irfania y dan Diyani LA 2016, Perbandingan Full Costing, Variable Costing Terhadap HPP Serta Perhitunga Titik Impas UKM Tempapan Mas, Jurnal mahasiswa Bina Insani 1(1) : 103 -118
- Karana, haikal Rahim, Abdul Safri, Muhammad 2014 Analisa Struktur Biaya dan Tingkat Pendapatan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah(studi kasus di Kotamadya Tanjung Balai) simposium Nasional RAPI XIII-2014 FT YMS ISSN 1412-9612
- Lambajang Amelia A.A 2013 Analisis Perhitungan Baiay Produksi Menggunakan Metode Variabel Costing pada PT. Tropica Cocoprime. Jurnal EMBA Vol 1 No, 3 Juni 2013, hal 673-683 Universitas Sam Ratulangi manado ISSN 2303-174.
- Lestari Arum, evaluasi Penetapan harga Pokok Produksi Roti pada UKM Roti Saudara di Banyumanik. Universitas Dian Nuswantoro Semarang.
- Sudjarwo .S, 2004.Buku Pintar Kependudukan. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Tantan suharten,2013. Statistik Sosial dan Kependudukan siswa smpn 2 sukahening. Hasil Susenas. Tasikmalaya : PS.