

ANALISIS PERHITUNGAN HARGA POKOK PESANAN DENGAN PENDEKATAN *FULL COSTING* UNTUK MENENTUKAN HARGA JUAL PADA UD SYAFA ALUMINIUM

Puji Sri Lestari^{1*}, Ahmad Yani², Muhammad Alfa Niam³

Prodi Akuntansi, Universitas Islam Kediri

Jl. Sersan Suharmaji No. 38, Manisrenggo, Kec. Kota, Kota Kediri, Jawa Timur 64128

pujisrilestari0069@gmail.com, ahmadyani@uniska-kediri.ac.id, alfaniam@uniska-kediri.ac.id

Abstrack

This research was motivated by a problem at UD Syafa Aluminum, namely that the calculation of the cost of orders made by the company was not in accordance with theory. The company has not grouped production costs clearly and in detail so that billable costs are not included in the calculation of the cost of production, besides that the company does not allocate joint costs to the joint products produced. This results in inaccuracies in calculating the cost of production, where the cost of production does not reflect the cost of production and production costs that actually occur.

The aim of this research is to determine and analyze the calculation of the cost of orders using the approach full costing in order to get the right selling price at UD Syafa Aluminum. This research is quantitative research with a comparative descriptive approach. The data sources used are primary data and secondary data. Data collection techniques using interviews and documentation.

The research results provide an illustration that there are differences and discrepancies in the results of calculating the cost of orders between UD Syafa Aluminum and the approach method full costing in reporting the calculation of the cost of orders. The method believed by UD Syafa Aluminum in calculating the cost of orders is not in accordance with the approach method full costing because it doesn't take into account costs overhead which is fixed in nature and depreciation in calculating production costs, so that determining the selling price of the UD Syafa Aluminum company's products is said to not be effective in determining the selling price of its products.

Keywords: Order Price, Full Costing, Selling price

Abstrak

Penelitian ini dilatar belakangi adanya permasalahan di UD Syafa Aluminium yaitu tentang perhitungan harga pokok pesanan yang dilakukan perusahaan tidak sesuai dengan teori. Perusahaan belum mengelompokkan biaya produksi secara jelas dan rinci sehingga biaya yang dapat ditagih tidak dimasukkan dalam perhitungan harga pokok produksi, disamping itu perusahaan tidak melakukan alokasi biaya bersama pada produk bersama yang dihasilkan. Hal ini mengakibatkan ketidaktepatan dalam perhitungan harga pokok produksi, dimana harga pokok produksi tersebut tidak menggambarkan harga pokok produksi dan biaya produksi yang sesungguhnya terjadi.

Tujuan dari Penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis perhitungan harga pokok pesanan dengan pendekatan *full costing* agar mendapatkan harga jual yang tepat pada UD Syafa Aluminium. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif komparatif. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dengan cara wawancara dan dokumentasi.

Hasil Penelitian memberikan gambaran bahwa terdapat perbedaan dan ketidaksesuaian hasil perhitungan harga pokok pesanan antara UD Syafa Aluminium dengan metode pendekatan *full costing* pada pelaporan perhitungan harga pokok Pesanan Metode yang diyakini oleh UD Syafa Aluminium dalam perhitungan harga pokok pesanan tidak sesuai dengan metode pendekatan *full costing* karena belum memperhitungkan biaya *overhead* yang bersifat tetap dan penyusutannya dalam perhitungan biaya produksi, sehingga penentuan harga jual produk perusahaan UD Syafa Aluminium dikatakan belum efektif dalam penentuan harga jual produknya.

Kata Kunci : Harga Pokok Pesanan, Full Costing, Harga Jual

Article History

Received: Desember 2024

Reviewed: Desember 2024

Published: Desember 2024

Plagiarism Checker No 223

DOI : Prefix DOI :

10.8734/Musytari.v1i2.365

Copyright : Author

Publish by : Musytari



This work is licensed

under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

1. Pendahuluan

Perdagangan bebas akan membawa perubahan pada dunia usaha Indonesia. Salah satu dampaknya adalah semakin meningkatnya persaingan yang harus dihadapi. Pelaku bisnis harus selalu mengambil keputusan yang tepat untuk menjaga kelangsungan bisnisnya agar tetap bertahan. Perusahaan kini berorientasi pada peningkatan hasil yang optimal dengan tujuan mengembangkan usaha.

Laba perusahaan menjadi salah satu alat ukur kinerja perusahaan dan ada dua cara untuk meningkatkan laba suatu perusahaan yaitu dengan meningkatkan pendapatan atau menurunkan biaya. Kedua komponen tersebut menunjukkan besar kecilnya laba perusahaan, sehingga diperlukan teknik untuk memaksimalkannya. Peningkatan pendapatan dapat dicapai melalui inovasi produk, analisis pasar, dan peningkatan penjualan baik *online* maupun *offline*.

Bisnis dapat menggunakan beberapa pendekatan berbeda untuk menemukan pemasok yang dapat dinegoisasi, meningkatkan produktivitas karyawan serta pengendalian biaya *overhead* guna menghemat biaya produksi. Namun tidak dapat dipungkiri bahwa keuntungan itu sendiri tidak lepas dari pengaruh penjualan. Karena itu, harga jual sangat penting bagi kelangsungan hidup perusahaan. Harga jual tidak boleh terlalu rendah atau terlalu tinggi, jika terlalu rendah tidak akan mampu menutupi seluruh biaya yang dikeluarkan perusahaan dan menghasilkan keuntungan yang diinginkan, serta tidak boleh terlalu tinggi bagi perusahaan untuk bersaing dengan perusahaan lain, oleh karena itu perusahaan harus cermat dalam menghitung harga jual [1].

Harga jual merupakan total biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk produksi suatu barang atau jasa ditambah dengan persentase laba yang diinginkan oleh perusahaan [2]. Agar harga jual yang ditetapkan suatu perusahaan tepat dan produk tidak *overcosted* (dibebani biaya lebih dari seharusnya) maupun tidak *undercosted* (dibebani biaya kurang dari seharusnya), maka perusahaan harus bisa menghitung harga pokok produksi [3].

Harga pokok produksi merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk melakukan kegiatan produksi dengan cara menjumlahkan semua biaya yang digunakan dalam pengolahan bahan baku menjadi produk jadi [4]. Perhitungan harga pokok produksi yang menjadi salah satu penentu yang mempengaruhi nilai laba kotor maupun laba bersih penjualan (Alvianti et al., 2017). Dalam menentukan harga pokok mempunyai dua metode yang digunakan yaitu metode harga pokok proses dan metode harga pokok pesanan [6].

Harga pokok pesanan merupakan pengumpulan biaya produksi untuk menentukan harga pokok produk pada perusahaan yang membuat produk sesuai pesanan (Iryanie & Handayani, 2019). Penetapan biaya pesanan digunakan ketika produksi terjadi hanya pada saat perusahaan menerima pesanan dari pembeli dan memungut biaya produksi (Bhayangkara & Zifi 2016). Perhitungan biaya pesanan mengakumulasi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan *overhead* yang dibebankan kesetiap pesanan dan pada harga pokok pesanan terdapat dua pendekatan dalam menelusuri biayanya yaitu metode *variabel costing* dan metode *full costing* (Andriatama, et al., 2020).

Menurut Imron (2021) Metode *full costing* merupakan suatu metode penentuan biaya produksi dengan mempertimbangkan seluruh unsur biaya produksi, baik biaya tetap maupun biaya *variabel*, meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik, biaya non produksi (biaya pemasaran, biaya manajemen dan umum). Perhitungan harga pokok produksi berdasarkan metode *full costing* lebih tepat dan akurat (Fadli & Rizka, 2020). Dalam metode *full costing* biaya *overhead* pabrik bersifat *variabel* dan tetap dibebankan dalam perhitungan harga pokok produksi (Komara & Sudarma, 2016).

Pada perusahaan UD Syafa Aluminium merupakan salah satu perusahaan jasa dan manufaktur. Kegiatan dari usaha ini adalah untuk melayani pesanan dari konsumen baik instansi pemerintah, swasta, sekolah dan masyarakat umum. Berupa *rolling dor*, pagar, kanopi, lemari, rak piring, jemuran, dan lain-lain, perusahaan ini juga bergabung dengan perusahaan kontraktor sebagai *partner* kerja. Perusahaan ini hanya memproduksi produknya berdasarkan pesanan yang dipesan oleh konsumen.

Pada UD Syafa Aluminium memiliki permasalahan yaitu dalam perhitungan yang dilakukan perusahaan tidak sesuai dengan teori. Perusahaan ini belum mengelompokkan biaya produksi secara jelas dan rinci sehingga biaya yang dapat ditagih tidak dimasukkan dalam perhitungan harga pokok produksi, disamping itu perusahaan tidak melakukan alokasi biaya bersama pada produk bersama yang dihasilkan. Hal ini mengakibatkan ketidaktepatan dalam perhitungan harga pokok produksi, dimana harga pokok produksi tersebut tidak menggambarkan harga pokok produksi dan biaya produksi yang sesungguhnya terjadi, maka untuk menentukan atau menetapkan harga pokok produksinya UD Syafa Aluminium dapat melakukan perhitungan menggunakan metode harga pokok pesanan dengan pendekatan *full costing*.

Dalam menggunakan perhitungan harga pokok pesanan dengan pendekatan *full costing* perusahaan dapat memperhitungkan semua unsur biaya produksi, termasuk biaya *overhead* pabrik, baik yang berperilaku *variabel* maupun tetap. Metode ini memengaruhi penetapan harga jual dengan memastikan bahwa semua biaya produksi termasuk dalam perhitungan, sehingga harga jual yang ditetapkan dapat mencakup semua biaya dan memberikan laba yang diinginkan. Sedangkan untuk menghitung harga jual menggunakan *Cost Plus Pricing Method* karena seringkali lebih mudah digunakan dalam menentukan harga jual untuk pesanan atau proyek tertentu sebab melibatkan perhitungan biaya produksi tambahan dari pesanan tersebut selain itu, *Cost Plus Pricing Method* juga memberikan keamanan margin karena perusahaan dapat menetapkan margin tertentu diatas harga pokok pesanan, sehingga memastikan bahwa pesanan tersebut memberikan keuntungan diberikan.

2. Tinjauan Pustaka

Harga Pokok Pesanan

Harga pokok pesanan merupakan suatu produk yang ditentukan dengan menerapkan biaya pada setiap pembelian, atau kontrak, atau pun perjanjian secara transparan. Hal ini memungkinkan setiap pembelian, kontrak,

atau perjanjian diidentifikasi secara unik. Titik harga produk akan mulai diproduksi segera setelah pelanggan atau klien memintanya [13].

Harga pokok pesanan adalah *output* yang diidentifikasi supaya memenuhi pesanan konsumen tertentu maupun untuk mengisi ulang suatu item persediaan. Harga pokok pesanan artinya pelanggan memesan terlebih dahulu kepada perusahaan sesuai dengan jumlah produk. Harga pokok pesanan diterapkan untuk perusahaan yang mempunyai karakteristik produk pesanan (Dewi, 2019).

Harga pokok pesanan adalah suatu metode yang mengumpulkan dan mencatat biaya produksi produk pesanan khusus beserta jumlah produknya [15]. Harga pokok pesanan biasanya digunakan oleh perusahaan yang membuat produk berdasarkan spesifikasi pemesan, seperti perusahaan percetakan, mebel, industri galangan kapal, industri pesawat terbang. Produk-produk semacam itu biasanya dibuat dalam bentuk *group* untuk setiap pesanan. Pada setiap pesanan dapat dimulai dengan diselesaikannya produk disetiap saat dalam suatu periode [16].

Dari beberapa pengertian harga pokok pesanan diatas dapat disimpulkan bahwa harga pokok pesanan merupakan suatu metode pengumpulan biaya produksi untuk menentukan biaya produksi pada perusahaan yang memproduksi produk sesuai pesanan. Harga pokok pesanan mencakup berbagai biaya yang diperlukan untuk menghasilkan barang atau layanan yang diminta oleh pelanggan. Biaya-biaya tersebut mencakup biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung (upah tenaga kerja yang secara langsung terlibat dalam proses produksi), dan biaya *overhead* pabrik yang dapat secara langsung distribusikan ke pesanan atau produk tersebut.

Metode Harga Pokok Pesanan

Metode harga pokok pesanan dipergunakan oleh perusahaan yang sekaligus mengerjakan beberapa pekerjaan yang berbeda-beda masing-masing dibuat sesuai dengan keinginan pelanggan. Dalam metode ini, biaya setiap pekerjaan harus dipisahkan secara jelas agar dapat ditentukan harga yang tepat untuk setiap produk.

Dalam metode ini biaya-biaya produksi dikumpulkan untuk pesanan tertentu dan harga pokok produksi per satuan dihitung dengan cara membagi total biaya produksi untuk pesanan tersebut dengan jumlah satuan produk dalam pesanan yang bersangkutan [15].

Menurut Aulia et al. (2021) bahwa metode penentuan biaya produksi dalam metode harga pokok pesanan dapat menggunakan dua pendekatan yaitu pendekatan *full costing* dan pendekatan *variabel costing*. Menurut Iryanie & Handayani (2019) menjelaskan bahwa *Full costing* merupakan metode penentuan harga pokok produk dengan memasukkan seluruh komponen biaya produksi sebagai unsur harga pokok, yang meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik variabel dan biaya *overhead* pabrik tetap.

Dalam metode *full costing*, biaya *overhead* pabrik variabel dan tetap dibebankan pada produk yang ditentukan pada pemanfaatan kapasitas normal atau biaya *overhead* pabrik aktual, Oleh karena itu, biaya *overhead* tetap pabrik dibebankan pada biaya penyimpanan barang jadi yang belum terjual dan dianggap sebagai biaya (komponen harga pokok penjualan) hanya jika barang jadi tersebut tidak terjual.

Harga Jual

Penetapan harga merupakan salah satu aspek penting dalam upaya pemasaran. Memperhatikan harga sangatlah penting karena harga menentukan apakah suatu produk atau jasa benar-benar laku atau tidak. Kesalahan dalam penetapan harga dapat berdampak buruk pada produk yang ditawarkan selanjutnya [18].

Harga jual adalah sejumlah imbalan (uang atau barang) yang diperlukan untuk memperoleh suatu kombinasi barang dan jasa. Pelaku usaha selalu memberi harga pada produknya dengan harapan akan terjual dengan baik dan memperoleh keuntungan sebesar-besarnya. Oleh karena itu, penetapan harga jual sangat penting karena merupakan keputusan atau strategi perusahaan untuk menarik perhatian konsumen dan mempertahankan loyalitas pelanggan [19].

Harga jual adalah besarnya biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk menghasilkan suatu barang atau jasa ditambah persentase keuntungan yang dicari perusahaan. Salah satu cara perusahaan untuk menarik perhatian konsumen agar dapat mencapai keuntungan yang diinginkan adalah dengan menetapkan harga produknya secara tepat terjual. Harga yang wajar adalah harga yang dapat dipuaskan konsumen berdasarkan kualitas produk [20].

Harga jual merupakan nilai akhir barang yang penjumlahannya dari biaya-biaya produksi dan biaya lain untuk memproduksi suatu barang ditambah dengan jumlah keuntungan yang diinginkan. Menetapkan harga suatu produk atau jasa merupakan fungsi manajemen yang penting. Kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang bergantung pada keputusan penetapan harga ini. Harga jual yang ditetapkan harus dapat menentukan seluruh biaya yang menghasilkan keuntungan dalam jangka panjang untuk dapat menciptakan keuntungan yang wajar bagi pemilik usaha serta mempertahankan dan mengembangkan usahanya [21].

Penetapan harga tidak hanya sekedar perkiraan saja, selain itu harus dengan perhitungan yang cermat dan teliti yang harus terselesaikan dengan sasaran yang dituju oleh perusahaan. Harga adalah nilai pengganti suatu barang, maka dari itu harga harus disesuaikan dengan penggunaan barang tersebut untuk konsumen. Besarnya biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk menghasilkan suatu barang atau jasa ditambah persentase keuntungan yang dicari perusahaan [22].

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa harga jual ada beberapa biaya dikeluarkan oleh perusahaan produksi produk atau jasa tersebut ditambah dengan tingkat keuntungan yang diinginkan perusahaan, maka salah satu cara untuk mencapai keuntungan yang diinginkan perusahaan adalah dengan menetapkan harga yang tepat atas produk yang akan dijual agar dapat menarik minat konsumen. Harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk, dan harga tersebut dapat mendatangkan kepuasan bagi konsumen.

3. Metodologi Penelitian

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017) metode penelitian deskriptif kuantitatif bertujuan untuk mendeskripsikan suatu fenomena, peristiwa, gejala dan kejadian yang terjadi secara factual, sistematis serta akurat. Fenomena dapat berupa bentuk, aktivitas, hubungan, karakteristik serta persamaan maupun perbedaan antar fenomena. Jadi pada penelitian ini defkriptif kuantitatif yaitu suatu analisis yang menguraikan atau menggambarkan bagaimana menetapkan harga produk dengan menggunakan pendekatan *full costing*.

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang dituju yaitu UD Syafa Aluminium yang beralokasi di Jalan Delima Raya, Dusun Santren Lor, Desa Cerme, Kecamatan Grogol, Kabupaten Kediri, Jawa Timur.

Teknik Analisis

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif yaitu bagian dari statistika yang mempelajari teknik, atau prosedur yang digunakan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan kumpulan data atau hasil pengamatan yang telah dilakukan. Setelah data yang diperoleh terkumpul dari hasil pengamatan data, maka diadakan suatu analisis data untuk mengolah data yang ada. Langkah-langkah analisis dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut:

- 1) Identifikasi dan menggolongkan semua biaya tetap dan biaya variabel yang ada di UD Syafa Aluminium terkait dengan pesanan atau produk tertentu dan memisahkan biaya-biaya tersebut. Ini termasuk biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik (seperti biaya listrik, biaya penyusutan mesin, biaya perawatan fasilitas), dan lain-lain sesuai dengan metode *full costing*.
- 2) Menghitung total biaya bahan baku yang digunakan dalam pesanan. Ini termasuk harga pembelian bahan baku.
- 3) Total biaya tenaga kerja langsung (upah langsung yang terkait dengan produksi pesanan tertentu) per unit.
- 4) Menghitung biaya *overhead* pabrik ke setiap pesanan dan melakukan alokasi biaya kepada biaya *overhead* pabrik.
- 5) Menghitung harga pokok pesanan dengan menjumlahkan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik yang telah dialokasikan ke pesanan tersebut untuk mengetahui total biaya pesanan.
- 6) Menghitung harga jual dengan metode *Cost Plus Pricing Method*, rumus sebagai berikut:

$$\text{Harga Jual} = \text{Biaya Total} + \text{Margin}$$
- 7) Membandingkan perhitungan harga pokok pesanan di perusahaan dengan perhitungan harga pokok pesanan dengan pendekatan *full costing*.
- 8) Membandingkan Harga jual di perusahaan dengan perhitungan harga jual dengan pendekatan *full costing*.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Hasil Penelitian

- 1) Perbandingan Perhitungan Harga Pokok Pesanan Berdasarkan Metode Perusahaan Dengan Perhitungan Harga Pokok Pesanan Pendekatan *Full Coting* Di UD Syafa Aluminium

Tabel 1. Perbandingan Perhitungan Harga Pokok Pesanan Berdasarkan Metode Perusahaan Dengan Perhitungan Harga Pokok Pesanan Pendekatan *Full Costing*

Jenis Produk	Per Item		Jumlah Harga Pokok Pesanan	
	Perusahaan (Rp)	Full Costing (Rp)	Perusahaan (Rp)	Full Costing (Rp)
Etalase 1 M	1.069.500	1.080.873	26.737.500	27.021.818
Etalase 1,5 M	1.577.250	1.592.122	31.545.000	31.842.440
Etalase 2M	2.127.500	2.146.746	31.912.500	32.201.192
Rak Sepatu 2 pintu 2 susun	1.603.850	1.621.346	24.057.750	24.320.197
Rak Sepatu 120x40x130	1.217.900	1.066.886	15.832.700	16.003.291
Jemuran 1,5 m	421.700	427.386	5.060.400	5.128.636
Jemuran 2 m + 175 cm	648.000	654.999	7.776.000	7.859.983
Lemari 1 pintu	914.200	924.698	13.713.000	13.870.468
Lemari 2 Pintu 3 mm	1.330.275	1.356.147	18.623.850	18.986.058
Lemari 3 Pintu 5 mm	2.228.625	2.258.369	26.743.500	27.100.428
Jumlah	13.138.800	13.334.708	204.960.510	220.337.802

Sumber : Data Diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa jumlah dari beberapa produk mengenai harga pokok pesanan dengan pendekatan *full costing* berbeda dengan jumlah keseluruhan harga pokok pesanan sebesar Rp220.337.802, sedangkan harga pokok pesanan dengan perusahaan sebesar Rp204.960.510, hal tersebut dikarenakan perusahaan tidak melakukan pengalokasian biaya serta, beberapa biaya overhead pabrik yang seharusnya dimasukkan namun tidak dibebankan.

- 2) Perbandingan Harga Jual Perusahaan Dengan Harga Jual Sesuai Perhitungan Pendekatan *Full Costing*

Tabel 2. Perbandingan Harga Jual Perusahaan dengan Harga Jual Sesuai Perhitungan Pendekatan *Full Costing*

Jenis Barang	Harga Jual <i>Full Costing</i>	Harga Jual Perusahaan	Selisih Harga Jual
Etalase 1 M	Rp 1.405.135	Rp 1.300.000	Rp 105.135
Etalase 1,5 M	Rp 2.069.759	Rp 1.700.000	Rp 369.759
Etalase 2M	Rp 2.790.770	Rp 2.200.000	Rp 590.770
Rak Sepatu 2 pintu 2 susun	Rp 2.120.750	Rp 2.000.000	Rp 120.750
Rak Sepatu 120x40x130	Rp 1.597.079	Rp 1.500.000	Rp 97.079
Jemuran 1,5 m	Rp 555.602	Rp 800.000	-Rp 244.398
Jemuran 2 m + 175 cm	Rp 851.498	Rp 650.000	Rp 201.498
Lemari 1 pintu	Rp 1.202.107	Rp 1.200.000	Rp 2.107
Lemari 2 Pintu	Rp 1.748.691	Rp 1.700.000	Rp 48.691
Lemari 3 Pintu	Rp 2.935.880	Rp 3.400.000	-Rp 464.120
Jumlah	Rp 17.277.271	Rp 16.450.000	Rp 827.271

Sumber : Data Diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa ada perbedaan harga jual perusahaan dengan perhitungan harga jual *cost plus pricing method*. Pada perhitungan beberapa produk diatas total harga jual perusahaan sebesar Rp 16.450.000 sedangkan total harga jual menggunakan *cost plus pricing method* sebesar Rp 17.277.271 maka, selisih perhitungan antara kedua harga jual sebesar Rp 827.271.

4.2 Pembahasan Hasil Penelitian

Adapun tujuan penelitian tersebut untuk mengetahui dan menganalisis perhitungan harga pokok pesanan dengan pendekatan *full costing* agar mendapatkan harga jual yang baik pada UD Syafa Aluminium. Berdasarkan hasil penelitian yang telah disajikan, bahwa perusahaan menggunakan sistem pesanan pada penentuan total produksi. Namun, perusahaan memiliki perhitungan tersendiri dalam melakukan perhitungannya. Kemudian selisih yang terjadi disebabkan oleh perusahaan tidak melakukan alokasi biaya dan besaran biaya *overhead* pabrik antara perhitungan perusahaan dan perhitungan menggunakan *full costing*.

Setelah melakukan perhitungan harga pokok pesanan yang diterapkan perusahaan maka dapat dilihat bahwa pada perusahaan tidak melakukan pengalokasian biaya serta, beberapa biaya *overhead* pabrik yang seharusnya dimasukkan namun tidak dibebankan. Perusahaan hanya menghitung *overhead* pabrik yaitu menghitung biaya penolong sementara menurut perhitungan harga pokok pesanan dengan pendekatan *full costing* seluruh biaya *overhead* dilibatkan seperti biaya penolong, biaya listrik, biaya penyusutan, biaya pemeliharaan, maka dari itu jumlah harga pokok pesanan dengan pendekatan *full costing* lebih besar dibandingkan jumlah harga pokok pesanan perusahaan.

Penentuan harga pokok pesanan termasuk pada perhitungan dengan pendekatan *full costing* seluruh biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya *overhead* pabrik harus dibebankan kemudian dirincikan secara lengkap dan jelas agar dapat mempermudah dalam penentuan harga jual dan dijadikan bahan rujukan dan evaluasi harga pokok produksi selanjutnya. Penentuan biaya *overhead* perusahaan hanya menghitung biaya penolong dan tidak memasukkan seluruh biaya *overhead* pabrik serta tidak merincikan biaya-biaya *overhead* pabrik sebagai semestinya, sehingga pihak perusahaan menyatakan bahwa seringkali memperoleh keuntungan yang kurang maksimal bahkan pernah mengalami kerugian. Perhitungan harga pokok pesanan sudah benar dan sesuai dengan teori yang ada di akuntansi maka akan memudahkan mendapatkan harga jual yang sesuai, karena proses tersebut mencakup analisis yang komprehensif dan sistematis dari semua biaya yang terkait dengan produksi.

Pada hasil analisis perhitungan harga jual menggunakan metode *cost plus pricing method*, metode *cost plus pricing method* adalah metode penentuan harga jual dengan cara menambahkan margin keuntungan yang diinginkan ke harga pokok produksi (HPP) atau total biaya produksi. Total harga jual yang didapat pada tahun 2023 dengan menggunakan metode *cost plus pricing method* sebesar Rp 17.277.271, Sedangkan pada perhitungan perusahaan total harga jual yang didapat pada tahun 2023 sebesar Rp 16.450.000 selisih diantar keduanya sebesar Rp 827.271. maka dari perhitungan tersebut *cost plus pricing method* memiliki harga jual lebih besar dari perhitungan perusahaan.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa jika suatu usaha yang bersistem sesuai pesanan, dan usaha tersebut menggunakan perhitungan harga pokok pesanan dengan pendekatan *full costing* sebagai penentuan biaya produksi hendaknya dapat mengklasifikasikan biaya-biaya produksi secara rinci dan jelas untuk menentukan biaya produksinya dan harga jual yang maksimal termasuk pada biaya *overhead* pabrik yang masih memiliki sifat biaya yang berbeda pula serta adanya perhitungan harga jual menggunakan *cost plus pricing method* akan memberikan keuntungan yang sudah diperkirakan serta memastikan semua biaya tercover, perusahaan dapat menjaga kesehatan keuangan jangka panjang.

5. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian baik melalui wawancara dan observasi secara langsung tentang harga pokok pesanan perusahaan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa perusahaan belum melakukan perhitungan harga pokok pesanan secara benar serta belum maksimal, seperti biaya *overhead* pabrik perusahaan hanya menghitung

biaya penolong seharusnya melakukan perhitungan biaya *overhead* lainnya yaitu biaya listrik, biaya penyusutan dan biaya pemeliharaan mesin dan perusahaan belum melakukan pengalokasikan biaya *overhead*, maka akan menimbulkan ketidak akuratan dalam penetapan harga jual.

Berdasarkan Analisis hasil Perhitungan harga pokok pesanan yang diterapkan perusahaan berbeda dengan hasil perhitungan harga pokok pesanan dengan pendekatan *full costing*. Hal ini menunjukkan bahwa perhitungan harga pokok pesanan dengan pendekatan *full costing* lebih besar dibandingkan dengan perhitungan harga pokok pesanan perusahaan karena adanya beberapa biaya *overhead* pabrik yang tidak dimasukkan, maka akan mempengaruhi perhitungan harga jual yang mengakibatkan harga jual kurang besar.

Daftar Referensi

- [1] Srikalimah, P. Z. Dinnana, and D. W. Antasari, "Analisis Penetapan Harga Jual Dan Volume Penjualan Dalam Upaya Meningkatkan Laba Pada CV Wecono Asri," *J. Ilm. Cendekia Akunt.*, pp. 106–117, 2023.
- [2] Mahardika, A. Naruli, and Rike Selviasari, "Analisis Biaya Produksi Dalam Menentukan Harga Jual Bagi Usaha Meubel," *J. Ilmu Cendekia Akunt.*, vol. 8 (4), pp. 1–13, 2023, doi: <https://doi.org/10.32503/cendekiaakuntansi.v8i4.4246>.
- [3] Y. Dinasari, A. Naruli, and P. Awalina, "Analisis Perhitungan Harga Pokok produksi Sebagai dasar penentuan harga jual produk Pada perusahaan kecap Murni Jaya Kediri," *J. Ilm. Cendekia Akunt.*, vol. 6(1), 2022.
- [4] A. E. Terang, N. Anggraini, and P. Noermaning, "Analisis Perlakuan Akuntansi Produk Rusak Dan Produk Cacat Dalam Perhitungan Harga Pokok Produksi Untuk Mengoptimalkan Laba Produk (Study Kasus Pada CV Memory Nganjuk)," *J. Cendekia Akunt.*, vol. 4(1), pp. 25–39, 2023.
- [5] S. . Alvianti, H. Bone, and M. Subhan, "Analisis metode harga pokok pesanan," *Ilmu Akunt.*, vol. 1, pp. 43–50, 2017.
- [6] R. . Supriyono, *Akuntansi Biaya: Pengumpulan Biaya dan Penentuan Harga pokok*. Yogyakarta: BPFE, 2013.
- [7] E. Iryanie and M. Handayani, *Akuntansi Biaya*, 1st ed. Banjarmasin: POLIBAN PRESS, 2019.
- [8] A. Bhayangkara and M. . Zifi, "Perhitungan harga pokok pesanan untuk menentukan harga jual (studi kasus pada usaha riau aluminium)," *Akunt. Keuang. dan bisnis*, pp. 28–37, 2016.
- [9] M. . Andriatama, A. . Yulanda, V. . Ramadhan, and L. . Suriyanti, "perhitungan harga pokok pesanan pada CV Karya lestari yang mempengaruhi biaya produksi," *Pendidik. Tambusai*, vol. 4, no. 1, pp. 861–868, 2020.
- [10] M. A. Imron, *Pengantar Bisnis Modern*, 1st ed. Banten: Desanta Muliavisitama, 2021.
- [11] I. Fadli and R. Rizka, "Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi berdasarkan Metode full costing (study kasus pada UKM Digital Prabu)," *Akunt. Kaji. Ilm. Akunt.*, vol. 7, no. 2, pp. 148–161, 2020.
- [12] B. Komara and A. Sudarma, "Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi dengan Metode Full Costing Sebagai Dasar Penetapan Harga Jual pada CV Salwa Meubel.," *Ilmia Ilmu Ekon.*, vol. 5(9), pp. 18–29., 2016.
- [13] Ancharina pertiwi, *Kewirausahaan UMKM*, 1st ed. Banjarmasin: Unisri Press, 2022.
- [14] S. . . Dewi, *Akuntansi Biaya*, 1st ed. Jawa Timur: UMSIDA Press, 2019.
- [15] Mulyadi, *Akuntansi Biaya*, 5th ed. Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2018.
- [16] S. Riyadi, *Akuntansi Manajemen*, 1st ed. Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2017.
- [17] T. Z. Aulia et al., *Konsep Dan Implementasi Akuntansi Comprehensive*, 1st ed. Cirebon: INSANIA, 2021.
- [18] Kasmir, *Pemasaran Bank*, 5th ed. Jakarta: Kencana, 2018.
- [19] A. N. Hasibuan and R. Anam, *Akuntansi Manajemen (teori dan praktik)*, 1st ed. Medan: CV Merdeka Kreasi, 2021.
- [20] Yulinda, "Analisis Penentuan Harga Jual Produk Dalam Upaya Peningkatan Perolehan Laba Bersih Pada PT. Mestika Mandiri Medan," *UMSU*, 2019.
- [21] N. novita Sari, B. H. Agustin, and N. Anggraini, "Penerapan Metode Cost Plus Pricing Dalam Menentukan Harga Jual Untuk Memaksimalkan Laba," *J. Ilm. Cendekia Akunt.*, vol. 8(3), pp. 37–53, 2023.
- [22] R. M. Setyorini, *Buku saku Prakarya (Kerajinan) untuk SMA kelas x*, 1st ed. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2019.
- [23] Sugiyono, *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Bandung: Alfabeta, 2017.