

## ANALISIS HARGA POKOK PRODUKSI UNTUK MENENTUKAN HARGA JUAL PADA BE LIMA PRINTING & ADVERTISING

Ani Maslina, Nevia Benita Putri Asmarani,  
Tri Budi Purnaningtyas, Halleina Putri Rejeki Hartono  
Jurusan Akutansi, Politeknik Negeri Madiun

Email: [annimaslina@gmail.com](mailto:annimaslina@gmail.com), [neviabenita@gmail.com](mailto:neviabenita@gmail.com),  
[tribudipurnaningtyas@gmail.com](mailto:tribudipurnaningtyas@gmail.com), [helleina@gmail.com](mailto:helleina@gmail.com)

### Abstract

*This research analyze the calculation of the cost of production by implementing the job order costing method at the MSME Be Lima Printing & Advertising located in Madiun. This MSME operates in the printing and advertising sector, with a production system based on orders. Currently, the calculation of the cost of production is carried out simply and does not follow applicable accounting standards, so the selling price of the product only follows market prices and industry estimates. The research approach used is descriptive quantitative, collecting primary data through interviews and secondary data from company documents. The analysis is carried out by calculating various components of production costs, such as raw materials, direct labor and factory overhead costs. The research results show that the production cost for a 2x1 size banner is IDR 33,050 per unit, and for a 2x3 size banner it is IDR 95,822 per unit. Based on the job order costing method, the appropriate selling price is IDR 39,660 for size 2x1 and IDR 114,986 for size 2x3, which is higher than the selling price currently applied by the company. This research concludes that the application of the job order costing method can provide more accurate calculations of production costs and selling prices, helping Be Lima Printing & Advertising MSMEs in setting more precise selling prices in accordance with the desired profit targets..*

**Keyword:** Basic Production, Job Order Costing, UMKM, Production Costs, Determining Selling Prices, Cost Analysis, Be Lima Printing & Advertising, Cost Accounting.

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perhitungan harga pokok produksi dengan menerapkan metode job order costing pada UMKM Be Lima Printing & Advertising yang berlokasi di Madiun. UMKM ini berfokus pada layanan percetakan dan periklanan, memproduksi barang berdasarkan pesanan. Saat ini, perhitungan harga pokok produksi dilakukan secara sederhana tanpa mengikuti standar akuntansi yang berlaku, sehingga harga jual hanya mengacu pada harga pasar dan perkiraan industri. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan pengumpulan data primer melalui wawancara serta data sekunder dari dokumen perusahaan. Proses analisis dilakukan dengan menghitung berbagai komponen biaya produksi, seperti bahan baku, tenaga kerja langsung, dan biaya overhead

### Article History

Received: Desember 2024  
Reviewed: Desember 2024  
Published: Desember 2024

Plagiarism Checker No 2279  
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/)

pabrik. Temuan penelitian menunjukkan bahwa biaya produksi untuk banner ukuran 2x1 adalah Rp33.050 per unit dan untuk ukuran 2x3 adalah Rp95.822 per unit. Berdasarkan metode job order costing, harga jual yang ideal adalah Rp39.660 untuk ukuran 2x1 dan Rp114.986 untuk ukuran 2x3, yang lebih tinggi dibandingkan harga jual yang saat ini diterapkan oleh perusahaan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa penerapan metode job order costing dapat menghasilkan perhitungan biaya produksi dan harga jual yang lebih tepat, sehingga dapat membantu UMKM Be Lima Printing & Advertising dalam menentukan harga jual yang sesuai dengan target laba yang diinginkan.

**Kata kunci:** Harga Pokok Produksi, Job Order Costing, UMKM, Biaya Produksi, Penentuan Harga Jual, Analisis Biaya, Be Lima Printing & Advertising, Akuntansi Biaya.

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Di tengah globalisasi dan kemajuan teknologi yang pesat saat ini, dunia bisnis semakin kompetitif dalam menciptakan dan memproduksi produk berkualitas tinggi yang banyak diminati masyarakat lokal. Dalam hal ini, berbagai perusahaan manufaktur bersaing untuk meraih posisi teratas. Tidak hanya perusahaan besar, tetapi juga perusahaan kecil dan menengah turut berkompetisi dalam memproduksi barang berkualitas tinggi yang diinginkan konsumen, dengan tujuan mencapai keuntungan maksimal yang bermanfaat baik dalam jangka pendek maupun panjang bagi perusahaan tersebut.

Menurut Kementerian Koperasi dan UMKM dalam Aufar (2014:8), Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah entitas usaha dengan kekayaan bersih maksimal Rp 200.000.000 (tanpa menghitung tanah dan bangunan tempat usaha) dan penjualan tahunan tidak lebih dari Rp 1.000.000.000 untuk Usaha Mikro dan Kecil. Sementara itu, Usaha Menengah adalah usaha yang memiliki kekayaan bersih antara Rp 200.000.000 hingga Rp 10.000.000.000, yang juga tidak termasuk tanah dan bangunan. UMKM dapat dipahami sebagai usaha yang dimiliki oleh individu atau badan usaha, yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan lain, dengan batasan modal tertentu.

Halim (2020:18) menjelaskan bahwa UMKM adalah usaha yang menghasilkan barang dan jasa dengan memanfaatkan bahan baku yang berasal dari sumber daya alam serta budaya dan keterampilan lokal. UMKM memiliki beberapa karakteristik, antara lain kemudahan dalam memperoleh bahan baku, penggunaan teknologi sederhana, keterampilan yang diturunkan secara turun-temurun, serta kemampuan untuk menyerap banyak tenaga kerja. Pasar utama mereka biasanya adalah pasar lokal, meskipun sebagian produk memiliki potensi untuk diekspor. Beberapa produk memiliki nilai tambah berupa karya seni budaya daerah, yang juga memberikan keuntungan ekonomi kepada masyarakat yang kurang mampu.

Ifana, N., dan Yuliarini, S. (2020) menyatakan bahwa banyak perusahaan bertujuan untuk memperoleh keuntungan maksimal dengan mengurangi biaya. Untuk usaha manufaktur, kebijakan yang tepat diperlukan agar tetap kompetitif dan dapat meraih keuntungan optimal. Salah satu kebijakan penting adalah penentuan harga pokok produksi (HPP) dan harga jual yang tepat.

HPP adalah total biaya yang dikeluarkan untuk mengubah bahan baku menjadi barang jadi yang siap dijual (Mulyadi). HPP terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Memahami ketiga komponen ini penting untuk

menghitung HPP secara akurat, yang pada akhirnya membantu perusahaan dalam menetapkan harga jual yang kompetitif. Harga jual yang terlalu tinggi dapat mengurangi daya saing, sedangkan harga jual yang terlalu rendah dapat merugikan kelangsungan bisnis.

Menurut Mulyadi (2015:64), terdapat dua metode untuk menghitung HPP: *job order costing* dan *process costing*. Metode *process costing* digunakan oleh perusahaan yang memproduksi barang secara terus-menerus tanpa menunggu pesanan, sementara metode *job order costing* diterapkan pada perusahaan yang memproduksi barang berdasarkan pesanan.

UMKM Be Lima Printing & Advertising adalah perusahaan di bidang percetakan dan periklanan yang menggunakan metode *job order costing* karena produksinya dilakukan berdasarkan pesanan. Produk yang dihasilkan antara lain banner, baliho, stiker, dan lain-lain.

Namun, dalam menentukan harga jual, Be Lima Printing & Advertising masih menggunakan metode perhitungan yang sederhana, tanpa mengacu pada prinsip akuntansi yang lebih tepat, seperti *job order costing*. HPP hanya dihitung dengan memperhitungkan biaya bahan baku, tenaga kerja, dan overhead pabrik tanpa analisis yang lebih mendalam. Hal ini mengakibatkan informasi yang kurang akurat untuk penentuan harga jual.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menyusun perhitungan HPP yang sesuai dengan kebutuhan UMKM Be Lima Printing & Advertising, yang akan dibahas dalam penelitian berjudul "PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUKSI DENGAN METODE JOB ORDER COSTING PADA BE LIMA PRINTING & ADVERTISING".

## 1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana perhitungan harga pokok produksi untuk produk banner menggunakan metode harga pokok pesanan?

## 1.3. Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Metode yang digunakan pada analisis ini adalah *job order costing*
2. Berdasarkan data yang digunakan data produksi bulan November 2023
3. Keluaran dari laporan penelitian ini adalah kartu pesanan

## KAJIAN PUSTAKA

### 1.4. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

UMKM memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah jenis usaha yang berfokus pada perdagangan dan kegiatan wirausaha. UMKM dapat dikelola oleh individu atau badan usaha, yang termasuk dalam kategori usaha mikro atau kecil. Berdasarkan Peraturan Perundang-Undangan No. 7 Tahun 2021 Pasal 1, definisi UMKM adalah sebagai berikut:

1. Usaha Mikro adalah usaha produktif yang dimiliki oleh individu atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sesuai dengan ketentuan dalam undang-undang ini.
2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi yang berdiri sendiri, dilakukan oleh individu atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang dari usaha menengah atau besar, baik secara langsung maupun tidak langsung, serta memenuhi kriteria Usaha Kecil sesuai dengan ketentuan undang-undang ini.
3. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi yang berdiri sendiri, dilakukan oleh individu atau badan usaha yang bukan anak perusahaan atau cabang dari usaha kecil atau besar, baik langsung maupun tidak langsung, dengan jumlah kekayaan bersih atau penjualan tahunan yang diatur dalam undang-undang ini.

Kriteria UMKM menurut Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi serta UMKM (PP 7 Tahun 2021) adalah sebagai berikut:

1. Usaha Mikro memiliki modal usaha hingga Rp1 miliar, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
2. Usaha Kecil memiliki modal usaha lebih dari Rp1 miliar hingga Rp5 miliar, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
3. Usaha Menengah memiliki modal usaha lebih dari Rp5 miliar hingga Rp10 miliar, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha..

## 1.5. Akuntansi Biaya

### 1.5.1. Pengertian Akuntansi Biaya

Menurut Firdaus dkk. (2019:4), akuntansi biaya adalah cabang dari akuntansi manajemen yang fokus pada penentuan dan pengendalian biaya. Sementara itu, Mulyadi (2018:1) mengartikan akuntansi biaya sebagai proses pencatatan, penggolongan, peringkasan, dan penyajian biaya terkait dengan pembuatan serta penjualan produk atau jasa dengan metode tertentu, beserta interpretasi dari informasi tersebut.

### 1.5.2. Tujuan Akuntansi Biaya

Firdaus dkk. (2019:4) menyatakan bahwa dalam pengelolaan perusahaan, akuntansi biaya berperan penting sebagai bagian dari ilmu akuntansi yang telah berkembang menjadi alat manajemen (tools of management). Fungsinya adalah menyediakan informasi biaya yang dibutuhkan manajemen untuk menjalankan tugasnya secara efektif. Tujuan dari informasi biaya ini antara lain:

#### A. Penentuan Harga Pokok

Dalam penentuan harga pokok, biaya dibagi berdasarkan pekerjaan, departemen, atau pusat biaya, dan lebih lanjut diklasifikasikan sesuai produk atau jasa tertentu.

#### B. Perencanaan Biaya

Perencanaan biaya bertujuan untuk memberikan informasi yang membantu manajemen dalam pengambilan keputusan operasional jangka pendek, alokasi sumber daya jangka panjang, serta penyusunan strategi perusahaan.

#### C. Pengendalian Biaya

Pengendalian biaya dilakukan oleh manajemen dengan cara membandingkan hasil yang dicapai dengan rencana yang telah dibuat. Dengan membandingkan hasil aktual dengan anggaran, manajemen dapat meningkatkan efisiensi dan kemampuan untuk memperoleh laba. Jika ditemukan penyimpangan, tindakan perbaikan dapat dilakukan berdasarkan hasil perbandingan tersebut.

#### D. Dasar Untuk Pengambilan Keputusan Khusus

Akuntansi biaya memberikan informasi yang dapat dibandingkan dengan pendapatan serta berbagai alternatif tindakan yang bisa diambil manajemen. Berdasarkan informasi ini, manajemen dapat membuat keputusan khusus, seperti:

- Mengembangkan produk baru.
- Menghentikan atau melanjutkan produksi produk tertentu.
- Menerima atau menolak pesanan khusus.
- Membeli atau memproduksi barang sendiri.
- Menjual langsung atau memproses produk lebih lanjut..

## 1.6. Biaya

Menurut Mulyadi (2015), biaya merupakan pengorbanan sumber daya ekonomi yang diukur dalam bentuk uang, yang sudah terjadi atau diperkirakan akan terjadi untuk tujuan tertentu. Sementara itu, Hansen dan Mowen (2019) menyatakan bahwa biaya adalah kas atau nilai yang setara dengan kas yang dikeluarkan untuk memperoleh barang atau jasa yang diharapkan memberikan manfaat baik di masa kini maupun di masa depan. Biaya dianggap setara kas karena sumber daya non-kas bisa ditukar dengan barang atau jasa yang diinginkan. Objek biaya adalah hal yang menjadi fokus dalam pengukuran dan pembebanan biaya. Sebagai contoh, dalam proses pembuatan produk atau pemberian jasa, terdapat berbagai objek biaya (Mulyadi, 2007).

Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa biaya adalah pengorbanan sumber daya ekonomi yang dilakukan oleh perusahaan untuk meraih keuntungan maksimal di masa depan. Biaya sering kali menjadi elemen yang sangat penting bagi perusahaan dalam menentukan harga pokok produksi, karena perusahaan memerlukan alokasi biaya yang efisien dalam proses produksi untuk mencapai target keuntungan yang diinginkan.

## 1.7. Harga Pokok Produksi

Harga pokok produksi pada dasarnya digunakan untuk menghitung dengan tepat jumlah biaya yang dikeluarkan per unit produk jadi, sehingga perusahaan dapat mengetahui apakah ada laba atau rugi pada setiap periode. Menurut Mulyadi (2016), harga pokok produksi, atau yang sering disebut dengan harga pokok, adalah pengorbanan sumber daya ekonomi yang diukur dalam bentuk uang, baik yang telah terjadi maupun yang diperkirakan terjadi, untuk memperoleh keuntungan.

Bustami dan Nurlela (2010:49) menjelaskan bahwa harga pokok produksi adalah total biaya produksi yang terdiri dari biaya bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik, ditambah dengan persediaan produk dalam proses pada awal periode, dan dikurangi dengan persediaan produk dalam proses pada akhir periode. Harga pokok produksi berlaku untuk periode waktu tertentu dan akan sama dengan biaya produksi apabila tidak ada persediaan produk dalam proses pada awal dan akhir periode.

Raiborn dan Kinney (2011:56) mendefinisikan harga pokok produksi sebagai total biaya produksi dari barang-barang yang telah selesai diproduksi dan dipindahkan ke dalam persediaan barang jadi dalam suatu periode.

## 1.8. Metode Pengumpulan Harga Pokok Produksi (HPP)

Secara umum, ada dua metode yang digunakan untuk mengumpulkan biaya, yaitu metode harga pokok berdasarkan pesanan (*job order cost method*) dan metode harga pokok berdasarkan proses produksi (*process cost method*).

### Metode Harga Pokok Pesanan (*Job Order Cost Method*)

Menurut Mulyadi (2012:17), metode harga pokok pesanan adalah metode pengumpulan biaya produksi yang diterapkan pada pesanan tertentu, di mana harga pokok per unit produk dihitung dengan membagi total biaya produksi untuk pesanan tersebut dengan jumlah unit produk dalam pesanan itu.

Karakteristik metode harga pokok pesanan menurut Mulyadi (2012:38) adalah sebagai berikut:

- a. Perusahaan memproduksi berbagai jenis produk sesuai dengan spesifikasi yang diminta oleh pemesan, dan setiap jenis produk memerlukan perhitungan harga pokok produksi secara terpisah.
- b. Biaya produksi dikelompokkan menjadi dua jenis berdasarkan keterkaitannya dengan produk, yaitu biaya produksi langsung dan biaya produksi tidak langsung.

- c. Biaya produksi langsung meliputi biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung, sementara biaya produksi tidak langsung disebut biaya overhead pabrik.
- d. Biaya produksi langsung dihitung berdasarkan biaya yang benar-benar terjadi pada pesanan tersebut, sedangkan biaya overhead pabrik dihitung dengan menggunakan tarif yang telah ditentukan sebelumnya.
- e. Harga pokok produksi per unit dihitung setelah pesanan selesai diproduksi dengan cara membagi total biaya produksi pesanan tersebut dengan jumlah unit produk yang dihasilkan dalam pesanan tersebut.

### Metode Harga Pokok Proses (*Process Cost Method*)

Menurut Bustami & Nurlela (2010:91), metode harga pokok proses adalah metode di mana biaya bahan baku, tenaga kerja, dan overhead pabrik dibebankan pada pusat biaya atau departemen tertentu. Biaya yang dibebankan ke setiap unit produk dihitung dengan membagi total biaya yang dibebankan ke pusat biaya atau departemen tersebut dengan jumlah unit yang diproduksi di departemen tersebut. Karakteristik metode harga pokok proses menurut Bustami & Nurlela (2010:91) adalah sebagai berikut::

- a. Proses produksi dilakukan secara berkelanjutan.
- b. Produksi dilakukan dalam jumlah besar dengan tujuan untuk mengisi persediaan barang yang siap dijual.
- c. Produk yang dihasilkan di setiap departemen atau pusat biaya memiliki kesamaan (homogen).
- d. Biaya dibebankan pada setiap unit produk dengan cara membagi total biaya yang dibebankan pada pusat biaya dengan jumlah unit yang diproduksi.
- e. Pengumpulan biaya dilakukan berdasarkan periode tertentu.

### 1.9. Metode Penentuan Harga Pokok Produksi

Perhitungan harga pokok berdasarkan pesanan memerlukan pemahaman yang baik dalam akuntansi, terutama dalam proses pencatatan, pengelompokan, atau pengklasifikasian biaya yang diperlukan untuk memproses pesanan produk atau jasa. Kesalahan dalam menetapkan harga pesanan dapat merugikan perusahaan, seperti menyebabkan kerugian akibat harga yang tidak sesuai dengan nilai pesanan tersebut.

Perhitungan harga pokok produksi berfungsi sebagai dasar untuk menetapkan harga jual dan untuk mengetahui laba yang ingin dicapai oleh perusahaan, sebagaimana dinyatakan oleh Wiratna (2016:97).

#### 1. *Full Costing*

*Full Costing adalah metode penentuan harga pokok produksi yang mencakup semua elemen biaya produksi, baik yang bersifat variabel maupun tetap, dalam perhitungan harga pokok produksi. Biaya-biaya tersebut termasuk biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Unsur biaya dalam full costing meliputi:*

Biaya bahan baku :	xx
Biaya tenaga kerja langsung :	xx
Variabel biaya overhead pabrik :	xx
Biaya overhead pabrik tetap :	xx
Kos (biaya) produksi :	xx

#### 2. **Variabel Costing**

Variabel Costing adalah metode penentuan harga pokok produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang bersifat variabel dalam perhitungan harga pokok produk. Unsur biaya dalam variabel costing meliputi:

Biaya bahan baku :	xx
Variabel biaya tenaga kerja :	xx
Variabel biaya overhead pabrik :	xx
Harga pokok produk :	xx

## 1.10. Advertising

Periklanan adalah suatu bentuk layanan yang digunakan untuk mempromosikan dan memperkenalkan produk baru yang dijual oleh perusahaan melalui media percetakan, dengan desain dan warna yang menarik untuk menarik perhatian konsumen atau pelanggan (PARAMITHA, 2018). Periklanan adalah sebuah bidang usaha yang berfokus pada iklan, yang tidak terlepas dari elemen ide dan kreativitas (Dewa, 2010). Selain itu, industri periklanan juga menawarkan layanan pembuatan konsep, percetakan, dan penempatan iklan. Hal ini bergantung pada jenis usaha yang dijalankan. Seiring dengan pertumbuhan dunia bisnis, periklanan menjadi salah satu alternatif yang penting bagi perusahaan, karena hampir semua perusahaan yang ingin memasarkan produk atau jasa membutuhkan layanan periklanan.

## 1.11. Harga Jual

### 1.11.1. Harga Jual Produk

Harga adalah sejumlah uang yang diperlukan untuk memperoleh kombinasi barang dan layanan tertentu (Murti dan Soepribanto, 2007:281). Menurut Tjiptong (2010:151), harga adalah nilai yang dibutuhkan untuk memperoleh produk tertentu oleh konsumen, dengan manfaat yang diperoleh dari kepemilikan atau penggunaan produk tersebut dalam jangka waktu tertentu. Setiap perusahaan harus menentukan harga jual produk dengan tepat agar dapat berhasil memasarkan barang atau jasa tersebut.

### 1.11.2. Penentuan Harga Jual Produk

Keputusan mengenai penetapan harga merupakan keputusan manajemen mengenai biaya yang harus dibebankan pada produk atau jasa (Hongren et al., 2008:494). Keputusan ini akan mempengaruhi jumlah produk yang diproduksi dan dijual, yang pada akhirnya akan berdampak pada pendapatan perusahaan serta biaya yang harus dikeluarkan.

### 1.11.3. Tujuan Penetapan Harga Jual Produk

Tujuan perusahaan dalam menetapkan harga jual produk dapat bervariasi. Semakin jelas tujuan yang dimiliki perusahaan, semakin mudah bagi perusahaan untuk menetapkan harga jual produk. Menurut Kotler (2007:84), beberapa tujuan yang ingin dicapai perusahaan dalam menetapkan harga jual adalah sebagai berikut:

1. Memastikan kelangsungan operasional perusahaan.
2. Memaksimalkan laba.
3. Mencapai posisi kepemimpinan produk di pasar.
4. Meningkatkan volume penjualan.
5. Mempertahankan dan memperluas pangsa pasar.
6. Menjaga stabilitas harga.
7. Stabilkan harga.

## 1.12. Metode Penentuan Harga Jual

Terdapat beberapa cara untuk menghitung harga jual suatu produk yaitu:

### a. Harga Biaya Plus (*Cost Plus Pricing*)

Harga Pokok Produksi dengan metode *Cost Plus Pricing* dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

Mark Up = Laba yang diharapkan x Total biaya produksi

$$\text{Harga Jual} = \frac{(\text{Total Biaya Produksi} + \text{Mark up})}{\text{Volume produksi}}$$

## b. Harga *Mark-Up*

Usaha perdagangan membeli barang dari pemasok dan kemudian menjualnya kembali dengan menambahkan mark-up pada harga. Keuntungan yang diperoleh dari mark-up ini berasal dari sebagian mark-up tersebut. Sebagian lainnya digunakan untuk menutupi biaya operasional yang telah dikeluarkan oleh pedagang. Berikut adalah rumus yang digunakan dalam metode mark-up.

$$\text{Mark Up} = \frac{\text{Laba diharapkan} + \text{Biaya operasional}}{\text{Biaya Produksi} (x 100)}$$

$$\text{Harga Jual} = \text{Harga produksi} + \text{Mark Up}$$

## c. Penetapan Harga Berdasarkan Harga Kompetitor

Strategi penentuan harga jual ini dilakukan dengan mengacu pada harga yang ditetapkan oleh pesaing sebagai referensi. Harga jual kemudian ditentukan dengan tujuan untuk mengalahkan pesaing, yaitu dengan cara menetapkan harga yang lebih rendah daripada harga pesaing, dengan harapan dapat menarik sebanyak mungkin konsumen.

## OBJEK DAN METODE ANALISIS

### 1.13. Objek Penelitian

Objek penelitian Merujuk pada sasaran atau tempat yang akan digunakan untuk melaksanakan penelitian. Penulis melakukan penelitian ini untuk memperoleh data dan mengenai Harga Pokok Produksi Berdasarkan Pesanan di Be Lima Printing & Advertising, sebuah perusahaan yang bergerak di bidang Periklanan. UMKM ini berlokasi di Jl. Kapten Saputra No.88, Taman, Kec. Taman, Kota Madiun, Jawa Timur 63131.

### 1.14. Metode Analisis

Metode analisis yang diterapkan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, yang melibatkan perhitungan harga pokok produksi yang seharusnya. Metode ini disajikan dalam bentuk angka. Penelitian ini mengandalkan data kuantitatif yang mencakup biaya produksi seperti biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik, serta perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode job order costing.

### 1.15. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber utama atau subjek penelitian. Data ini mencakup wawancara dengan manajer produksi terkait sistem penentuan harga pokok produksi, proses produksi yang dijalankan perusahaan, serta data persediaan bahan baku yang tercatat dalam dokumen terkait bahan yang digunakan untuk membuat produk banner. Selain itu, juga termasuk data pendukung lainnya seperti sejarah perusahaan, gambaran umum, dan Surat Izin Usaha Perdagangan. Sementara itu, data sekunder adalah

data yang diperoleh dari sumber kedua, seperti laporan produksi perusahaan dan teori-teori relevan yang diambil dari berbagai buku.

## 1.16. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara yang digunakan oleh penulis untuk mengumpulkan data dan informasi yang tepat dan akurat guna mendukung penelitian. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

### 1. Wawancara

Wawancara dilakukan oleh peneliti untuk mendapatkan informasi lisan melalui tanya jawab langsung dengan pihak yang dapat memberikan keterangan relevan. Wawancara ini bersifat terbuka dan bertujuan untuk memperoleh data tentang sistem pengawasan internal dan keputusan-keputusan yang diambil perusahaan dalam memproduksi barang sesuai pesanan. Narasumber dalam wawancara ini adalah manajer bagian produksi dan staf bagian pengendalian biaya.

### 2. Dokumentasi

Dokumentasi digunakan untuk memperoleh data melalui dokumen dan arsip perusahaan, seperti laporan persediaan bahan baku, laporan biaya tenaga kerja, serta laporan biaya overhead pabrik yang ada di Be Lima Printing & Advertising.

## HASIL ANALISIS

### 1. Rincian Biaya Harga Pokok Produksi

#### a. Biaya Bahan Baku

Tabel 1. 1 Biaya Bahan Baku Per Meter

Keterangan	Kuantitas Penggunaan	Harga / m	Jumlah Biaya
Tinta	30	Rp 150	Rp 4.500
Bahan banner (flexi)	1	Rp 10.500	Rp 10.500
Total Biaya Bahan Baku			Rp 15.000

Sumber: diolah oleh penulis 2024

Berdasarkan tabel biaya bahan baku Belima Printing & Advertising yaitu tinta dan bahan banner (flexi). Untuk bahan baku tinta 1 unit banner membutuhkan 30ml dengan harga per meter Rp. 150 sehingga jumlah biaya tinta senilai Rp. 4.500. Untuk bahan banner (flexi) membutuhkan 1pcs dengan harga per pcs Rp. 10.500 sehingga jumlah biaya bahan banner (flexi) senilai Rp. 10.500, maka total biaya bahan baku sebesar Rp. 15.000.

#### b. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Tabel 1. 2 Biaya tenaga Kerja Langsung Per Jam

Keterangan	Jumlah TKL	Upah/Jam	Jam/Pesanan	Upah/Pesanan
Produksi	1 Orang	Rp3.159	6 Jam	Rp18.952
Desainer	1 Orang	Rp4.738	6 Jam	Rp28.428
Total Biaya Tenaga Kerja Langsung				Rp47.380

Sumber: diolah oleh penulis 2024

Berdasarkan tabel diatas biaya tenaga kerja langsung pada Belima Printing & Advertising yaitu upah 1 bagian produksi dan 1 desainer Sistem penggajian berdasarkan sistem upah tetap per bulan. Dikarenakan dalam memproduksi banner membutuhkan waktu yang berbeda-beda

sesuai kuantitas pesanan, maka untuk perhitungan biaya tenaga kerja langsung perlu memperhitungkan jumlah jam kerja dan hasil produksi. Upah bagian produksi per bulan sebesar Rp. 2.274.277 dan upah per jam sebesar Rp. 3.159/jam. Untuk upah bagian desainer sebesar Rp. 3.411.416 dan upah per jam sebesar Rp. 4.738. Maka total biaya Tenaga Kerja Langsung per jam sebesar Rp. Rp7.897

### c. Biaya Overhead Pabrik

Tabel 1. 3 Biaya Bahan Penolong

Keterangan	Kuantitas	Harga Satuan	Total Harga
Mata ayam	4	Rp 100	Rp 400
Tissue printhead	1	Rp 1.000	Rp 1.000
<b>Total Biaya Bahan Penolong</b>			<b>Rp 1.400</b>

Sumber: diolah oleh penulis 2024

Berdasarkan tabel diatas biaya bahan penolong pada Belima Printing & Advertising yaitu mata ayam dan tissue Printhead. Untuk bahan penolong mata ayam 1 unit banner membutuhkan 4 buah dengan harga per satuan Rp. 100 sehingga jumlah biaya tinta senilai Rp. 400. Untuk tissue printhead membutuhkan 1pcs dengan harga per pcs Rp. 1.000 sehingga jumlah biaya tissue printhead senilai Rp. 1.000, maka total biaya bahan penolong sebesar Rp. 1.400.

Tabel 1. 4 Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung

Keterangan	Jumlah	Upah/Jam	Jam/Pesanan	Upah/Pesanan
Manager	1 Orang	Rp 6.317	6 Jam	Rp 37.905
Admin	1 Orang	Rp 3.159	6 Jam	Rp 18.952
<b>Total Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung</b>				<b>Rp 56.857</b>

Sumber:  
diolah oleh  
penulis 2024

Berdasarkan  
tabel biaya tenaga  
kerja tidak  
langsung Belima

Printing & Advertising yaitu upah 1 manager dan 1 admin. Sistem penggajian berdasarkan sistem upah tetap per bulan. Dikarenakan dalam memproduksi banner membutuhkan waktu yang berbeda-beda sesuai kuantitas pesanan, maka untuk perhitungan biaya tenaga kerja tidak langsung perlu memperhitungkan jumlah jam kerja dan hasil produksi. Upah manager per bulan sebesar Rp. 4.548.554 dan upah per jam sebesar Rp. 6.317/jam. Untuk upah admin sebesar 2.274.27 dan upah per jam sebesar Rp. 3.159. Maka total biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung per jam sebesar Rp. 9.476.

Tabel 1. 5 Biaya Listrik

Keterangan	Biaya Per Hari	Biaya Per Jam	Biaya Per Pesanan
Biaya listrik	Rp 50.000	Rp 2.083	Rp 12.500
<b>Total Biaya Listrik</b>			<b>Rp 12.500</b>

Sumber: diolah oleh penulis 2024

Berdasarkan tabel biaya listrik Belima Printing & Advertising membutuhkan biaya per bulan sebesar Rp. 1.500.000, biaya per hari sebesar Rp. 50.000, dan biaya per jam sebesar Rp. 2.083.

Tabel 1. 6 Biaya Penyusutan

Keterangan	Harga Perolehan	Masa Manfaat	Penyusutan	Penyusutan Per Jam
------------	-----------------	--------------	------------	--------------------

Mesin Banner	Rp 127.500.000	8	Rp 15.937.500	Rp1.845
Mesin Sheaming Banner	Rp 12.500.000	8	Rp 1.562.500	Rp181
Komputer	Rp 15.000.000	4	Rp 3.750.000	Rp434
<b>Total Biaya Penyusutan</b>			<b>Rp 21.250.000</b>	<b>Rp2.459</b>

Sumber: diolah oleh penulis 2024

Berdasarkan tabel biaya peralatan Belima Printing & Advertising untuk mesin banner dengan harga perolehan Rp 127.500.000 dan masa manfaat 8 tahun terjadi penyusutan per tahun sebesar Rp 15.937.500, per jam sebesar Rp1.845. Untuk mesin Sheaming Banner dengan harga perolehan Rp 12.500.000 dan masa manfaat 8 tahun terjadi penyusutan per tahun sebesar Rp 1.562.500, per jam sebesar Rp181. Untuk Komputer dengan harga perolehan Rp 15.000.000 dan masa manfaat 4 tahun terjadi penyusutan per tahun sebesar Rp 3.750.000, per jam sebesar Rp434. Sehingga total biaya penyusutan per tahun sebesar Rp 21.250.000 dan penyusutan per jam sebesar Rp2.459.

**Tabel 1. 7 Biaya Pemeliharaan**

<b>Keterangan</b>	<b>Biaya Pemeliharaan Per Tahun</b>	<b>Biaya Pemeliharaan Per Jam</b>
Mesin banner	Rp5.000.000,00	Rp 579
Mesin sheaming banner	Rp2.500.000,00	Rp 289
Komputer	Rp1.000.000,00	Rp 116
<b>Jumlah Biaya Pemeliharaan</b>		<b>Rp 984</b>

Sumber: diolah oleh penulis 2024

Berdasarkan tabel biaya listrik Belima Printing & Advertising membutuhkan biaya pemeliharaan untuk mesin banner per tahunnya sebesar Rp. 5.000.000, per jam sebesar Rp. 579. Untuk mesin sheaming banner per tahunnya sebesar Rp. 2.500.000, per jam sebesar Rp. 289. Dan untuk komputer per tahunnya sebesar Rp. 1.000.000, per jam sebesar Rp. 116. Maka jumlah untuk biaya pemeliharaan per jam senilai Rp. 984.

## 2. Perhitungan Harga Pokok Produksi

Be Lima Printing & Advertising Jl. Kapten Saputra No. 88 87754468211							
nama pesanan	-				no pesanan		1848
jenis pesanan	banner bring bring				tanggal dipesan		23-10-24
spesifikasi	flexi (2 x1)				tanggal dimulai		25-10-24
jumlah pesanan	100				tanggal selesai		26-10-24
Kartu Pesanan							
Bahan Baku Langsung							
keterangan	harga / m	harga satuan	jumlah biaya	harga	jumlah pesanan	total biaya	
tinta	Rp 60	Rp 150	Rp 9,000	Rp	900,000		
bahan banner (flexi)	Rp 2	Rp 10,500	Rp 21,000	Rp	2,100,000	<b>Rp 3,000,000</b>	
Tenaga Kerja Langsung							
Keterangan	Upah/Jam	Jam/Pesanan	Upah/Pesanan	total biaya			
Produksi	Rp 3,159	8 Jam	Rp 25,272				
Desainer	Rp 4,738	1 Jam	Rp 4,738	<b>Rp 30,010</b>			
Tenaga Kerja Langsung							
keterangan	jumlah biaya	jam/pesanan	total/pesanan	harga	jumlah pesanan	total biaya	
biaya bahan penolong	Rp 1,400	-	Rp 1,400	Rp	140,000		
biaya tenaga kerja tidak langsung	Rp 9,476	9 jam	Rp 85,285				
biaya listrik	Rp 2,083	9 jam	Rp 18,750				
biaya penyusutan	Rp 2,459	9 jam	Rp 22,135				
biaya pemeliharaan	Rp 984	9 jam	Rp 8,854	<b>Rp 275,025</b>			
biaya produksi :							
biaya bahan baku lang	Rp 3,000,000						
biaya tenaga kerja lang	Rp 30,010						
biaya overhead pabrik	Rp 275,025						
<b>total biaya produksi :</b>	<b>Rp 3,305,035</b>						
			<b>harga jual :</b>			<b>Rp 3,400,000</b>	
			<b>total produksi :</b>			<b>Rp 3,305,035</b>	
			<b>laba/rugi kotor :</b>			<b>Rp 94,965</b>	

Dari kartu pesanan diatas, jenis pesanan yaitu banner bring bring dengan ukuran 2 x 1 untuk jumlah pesanan 100 unit. Untuk bahan baku langsung menggunakan tinta dan bahan banner, dengan ukuran banner 2 x 1 membutuhkan tinta sebanyak 60ml dengan harga per ml sebesar Rp. 150 maka jumlah biaya per unit Rp. 9.000. jumlah biaya per unit tinta dikalikan dengan jumlah pesanan yaitu 100 unit yang menghasilkan jumlah biaya per pesanan Rp. 900.000. untuk bahan banner membutuhkan 2 meter dengan harga per meter sebesar Rp. 10.500 maka jumlah biaya per unit senilai Rp. 21.000. jumlah biaya bahan banner dikalikan dengan banyaknya pesanan yaitu 100 unit yang menghasilkan jumlah biaya per pesanan yaitu Rp. 2.100.000. total biaya bahan baku langsung sebesar Rp. 3.000.000.

Biaya tenaga kerja langsung terdiri dari upah 1 karyawan bagian produksi dan bagian desainer. Untuk 100 pesanan banner dengan ukuran 2x1 m membutuhkan waktu pengerjaan 8 jam dengan upah kerja per jam sebesar Rp. 3.159 untuk 1 karyawan bagian produksi, sehingga biaya untuk per pesanan sebesar Rp. 25. 272. Untuk 1 karyawan bagian desainer membutuhkan waktu pengerjaan 1 jam dengan upah kerja per jam sebesar Rp. 4.738, sehingga biaya untuk per pesanan sebesar Rp. 4.738. Maka total biaya tenaga kerja langsung sebesar Rp. 30.010.

Biaya overhead pabrik mencakup biaya bahan penolong, biaya tenaga kerja tidak langsung, biaya listrik, biaya penyusutan, dan biaya pemeliharaan. Untuk setiap unit banner, biaya bahan penolong yang diperlukan adalah sebesar Rp. 1.400. Dengan jumlah pesanan sebanyak 100 unit, maka total biaya bahan penolong untuk pesanan tersebut menjadi Rp. 140.000. biaya tenaga kerja tidak langsung untuk pesanan banner 2 x 1 jumlah pesanan 100 unit membutuhkan biaya sebesar Rp. 9.476 dengan jam kerja 9 jam maka total per pesanan senilai Rp. 85.285. biaya listrik untuk pesanan 100 unit banner membutuhkan biaya Rp. 2.083 dengan jam pengerjaan 9 jam maka jumlah biaya Listrik per pesanan sebesar Rp. 18.750. biaya penyusutan setiap 9 jam pengerjaan membutuhkan biaya sebesar Rp. 2.459 maka jumlah biaya penyusutan sebesar Rp. 22.135. biaya pemeliharaan untuk pengerjaan 100 unit banner membutuhkan biaya sebesar Rp. 984 dengan

pengerjaan 9 jam banner membutuhkan biaya sebesar Rp. 8.854. dari perhitungan diatas maka untuk biaya overhead pabrik membutuhkan sebesar Rp. 275.025.

Be Lima Printing & Advertising Jl. Kapten Saputra No. 88 87754468211						
nama pesanan :	-			no pesanan	1936	
jenis pesanan	banner kampanye			tanggal dipesan	28-10-24	
spesifikasi	flexi (2 x3)			tanggal dimulai	30-10-24	
jumlah pesanan	25			tanggal selesai	30-10-24	
<b>Kartu Pesanan</b>						
<b>Bahan Baku Langsung</b>						
keterangan	harga / m	harga satuan	jumlah biaya	harga jumlah pesanan	total biaya	
tinta	180	Rp	150 Rp	27,000 Rp	675,000	
bahan banner (flexi)	6	Rp	11 Rp	63,000 Rp	1,575,000	Rp 2,250,000
<b>Tenaga Kerja Langsung</b>						
Keterangan	Upah/Jam	Jam/Pesanan	Upah/Pesanan	total biaya		
Produksi	Rp 3,159	5 Jam	Rp 15,795			
Desainer	Rp 4,738	1 Jam	Rp 4,738			Rp 20,533
<b>Tenaga Kerja Langsung</b>						
keterangan	jumlah biaya	jam/pesanan	total/pesanan	harga jumlah pesanan	total biaya	
biaya bahan penolong	Rp 1,400	-	Rp 1,400	Rp 35,000		
biaya tenaga kerja tidak langsung	Rp 9,476	6 Jam	Rp 56,857			
biaya listrik	Rp 2,083	6 Jam	Rp 12,500			
biaya penyusutan	Rp 2,459	6 Jam	Rp 14,757			
biaya pemeliharaan	Rp 984	6 Jam	Rp 5,903			Rp 125,017
biaya produksi :						
biaya bahan baku langsung	Rp 2,250,000					
biaya tenaga kerja langsung	Rp 20,533					
biaya overhead pabrik	Rp 125,017					
total biaya produksi :	Rp 2,395,550			harga jual :		Rp 2,550,000
				total produksi :	Rp 2,395,550	Rp 154,450
				laba/rugi kotor :		

Dari kartu pesanan di atas, jenis pesanan yaitu banner bring bring dengan ukuran 2 x 3 untuk jumlah pesanan 25 unit. Untuk bahan baku langsung menggunakan tinta dan bahan banner, dengan ukuran banner 2 x 3 membutuhkan tinta sebanyak 180 ml dengan harga per ml sebesar Rp. 150 maka jumlah biaya per unit Rp. 27.000. jumlah biaya per unit tinta dikalikan dengan jumlah pesanan yaitu 25 unit yang menghasilkan jumlah biaya per pesanan Rp. 675.000. untuk bahan banner membutuhkan 6 meter dengan harga per meter sebesar Rp. 10.500 maka jumlah biaya per unit senilai Rp. 63.000. jumlah biaya bahan banner dikalikan dengan banyaknya pesanan yaitu 25 unit yang menghasilkan jumlah biaya per pesanan yaitu Rp. 1.575.000. Maka total biaya bahan baku langsung sebesar Rp. 2.250.000.

Biaya tenaga kerja langsung terdiri dari upah 1 karyawan bagian produksi dan bagian desainer. Untuk 25 pesanan banner dengan ukuran 2x3 m membutuhkan waktu pengerjaan 5 jam dengan upah kerja per jam sebesar Rp. 3.159 untuk 1 karyawan bagian produksi, sehingga biaya untuk per pesanan sebesar Rp. 15. 795. Untuk 1 karyawan bagian desainer membutuhkan waktu pengerjaan 1 jam dengan upah kerja per jam sebesar Rp. 4.738, sehingga biaya untuk per pesanan sebesar Rp. 4.738. Maka total biaya tenaga kerja langsung sebesar Rp. 20.535.

Biaya overhead pabrik terdiri dari biaya bahan penolong, biaya tenaga kerja tidak langsung, biaya Listrik, biaya penyusutan, biaya pemeliharaan. Biaya bahan penolong untuk 1 unit banner membutuhkan biaya sebesar Rp. 1.400 dikalikan dengan jumlah pesanan yaitu 25 maka menghasilkan jumlah biaya per pesanan sebesar Rp. 35.000. biaya tenaga kerja tidak langsung untuk pesanan banner 2 x 3 jumlah pesanan 25 unit banner membutuhkan biaya sebesar Rp. 9.476 dengan jam kerja 6 jam maka total per pesanan senilai Rp. 56.857. biaya listrik untuk pesanan 25 unit banner membutuhkan biaya Rp. 2.083 dengan jam pengerjaan 6 jam maka jumlah biaya Listrik per pesanan sebesar Rp. 12.500. biaya penyusutan setiap 6 jam pengerjaan membutuhkan biaya sebesar Rp. 2.459 maka jumlah biaya penyusutan sebesar Rp. 14.757. biaya pemeliharaan

untuk pengerjaan 25 unit banner membutuhkan biaya Rp. 984 dengan pengerjaan 6 jam banner membutuhkan biaya sebesar Rp. 5.903.

### 3. Penentuan Harga Jual

**Tabel 1. 8 Tabel Perhitungan Mark Up**

Pesanan	Laba yang diharapkan	Total biaya produksi	Mark Up
Banner 2x1	20%	Rp 3,305,035	Rp 661,007
Banner 2x3	20%	Rp 2,395,550	Rp 479,110

**Tabel 1. 9 Tabel Perhitungan Harga Jual per Unit**

Pesanan	Total biaya produksi	Mark Up	Harga jual per unit
Banner 2x1	Rp 3,305,035	Rp 661,007	Rp 39,660
Banner 2x3	Rp 2,395,550	Rp 479,110	Rp 114,986

**Tabel 1. 10 Tabel Perbedaan Harga Jual**

Pesanan	Mark Up	Harga jual per unit	Harga jual UMKM	Perbedaan
Banner 2x1	Rp 661,007	Rp 39,660	Rp 34,000	Rp 5,660
Banner 2x3	Rp 479,110	Rp 114,986	Rp 102,000	Rp 12,986

Harga jual untuk banner yang berukuran 2 x 1 yang ditetapkan oleh Belima Printing & Advertising adalah Rp. 34.000 per unit. Berdasarkan analisis peneliti menggunakan metode job order costing, harga jual yang ideal seharusnya Rp. 39.660 per unit. Terdapat selisih sebesar Rp. 5.660 antara harga jual Belima Printing & Advertising dan harga yang dianalisis oleh peneliti.

Harga jual untuk banner yang berukuran 2 x 3 yang ditetapkan oleh Belima Printing & Advertising adalah Rp.102.000 per unit. Berdasarkan analisis peneliti menggunakan metode job order costing, harga jual yang ideal seharusnya Rp. 114.986 per unit. Terdapat selisih sebesar Rp. 12.986 antara harga jual Belima Printing & Advertising dan harga yang dianalisis oleh peneliti.

Dari perbedaan di atas mungkin Belima Printing & Advertising menetapkan harga berdasarkan insting pasar atau mencoba menarik pelanggan dengan harga murah, tanpa mempertimbangkan semua biaya seperti margin keuntungan yang ideal, biaya overhead, atau nilai tambah produk. Perbedaan fokus Belima Printing & Advertising dan peneliti yaitu peneliti menghitung harga berdasarkan pendekatan akademik atau teoritis yang memperhitungkan semua aspek biaya (misalnya biaya bahan baku, tenaga kerja, overhead, dan margin keuntungan tertentu), sedangkan Belima Printing & Advertising mungkin lebih fleksibel atau berorientasi pada daya beli pelanggan lokal.

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan oleh penulis, dapat disimpulkan bahwa UMKM Belima Printing & Advertising Madiun selama ini belum menghitung harga pokok produksi sesuai dengan standar akuntansi yang berlaku, melainkan hanya menggunakan metode perhitungan dan pencatatan yang sederhana. Akibatnya, harga jual produk yang ditetapkan oleh UMKM Belima Printing & Advertising Madiun hanya mengikuti harga pasar dan menggunakan estimasi atau perkiraan dari industri. Metode perhitungan harga pokok produksi yang tepat untuk produk banner adalah dengan menggunakan metode Job Order Costing.

Hasil analisis perhitungan menggunakan metode job order costing pada UMKM Belima

Printing & Advertising Madiun menunjukkan bahwa biaya produksi untuk banner berukuran 2x1 adalah Rp 33.050 per unit, sementara untuk banner berukuran 2x3 adalah Rp 95.822 per unit. Saat ini, UMKM Belima Printing & Advertising menetapkan harga jual sebesar Rp 34.000 untuk banner ukuran 2x1 dan Rp 102.000 untuk banner ukuran 2x3. Meskipun harga jual tersebut lebih tinggi daripada harga pokok produksi, namun nilai tersebut belum sepenuhnya mencerminkan biaya produksi yang sesungguhnya dan margin keuntungan yang diinginkan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk memperoleh perhitungan biaya produksi yang lebih akurat, yang dapat digunakan sebagai dasar dalam menetapkan harga jual yang sesuai dengan target laba yang diharapkan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Sari, D. I. (2018). *Perhitungan Harga Pokok Produksi Dengan Metode Harga Pokok Pesanan Pada PT. Tobeco*.
- Sayuti, A., Aryani, R. A., & Septian, D. (2022). *Perhitungan Harga Pokok Pesanan dengan Pendekatan Metode Full Costing*. Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis.