

**PENENTUAN HARGA JUAL SAGU TUMBU
PADA *HOME INDUSTRY* IBU SAPHIA DI NEGERI MORELA
MALUKU TENGAH**

Jacomina Vonny Litamahuputty, Safani Manilet

vonnylita77@gmail.com

Manilet@gmail.com

Abstract

This study aims to determine the selling price of sago tumbu at Ibu Sapia's home industry. Research data comes from primary data obtained directly from the object of research and secondary data obtained from books and other references related to the problem under study. The analysis technique used is quantitative analysis by calculating the selling price of sago grown per fruit using the cost plus pricing method. The results of the study show that the selling price of sago tumbu set by Sapia's mother is lower by calculating the selling price based on the cost plus pricing method.

Keywords: Determination of selling prices, cost plus pricing method

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya harga jual sago tumbu pada *home industry* Ibu Sapia. Data penelitian bersumber dari data primer yang diperoleh langsung dari objek penelitian dan data sekunder yang diperoleh dari buku-buku maupun referensi lain yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti. Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis kuantitatif dengan cara menghitung harga jual sago tumbu per buah menggunakan metode *cost plus pricing*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, harga jual sago tumbu yang ditetapkan oleh ibu Sapia lebih rendah dengan perhitungan harga jual berdasarkan metode *cost plus pricing*.

Kata Kunci : Penentuan Harga Jual, *cost plus pricing Method*

PENDAHULUAN

Penentuan Harga jual merupakan unsur penting dalam pengambilan suatu keputusan untuk pertumbuhan perusahaan. Dengan berkembangnya dunia usaha, maka akan mendorong terjadinya persaingan usaha. Untuk menghadapi persaingan tersebut, perusahaan perlu suatu strategi pengendalian, yaitu mengenai rancangan biaya yang dikeluarkan agar biaya produksinya efektif dan efisien. Biaya produksi erat hubungannya dengan penentuan harga jual. Harga jual yang ditentukan harus dapat menutupi biaya produksi yang dikeluarkan perusahaan (tidak terlalu tinggi atau pun rendah) dan dapat mencapai atau menghasilkan laba yang diharapkan. Dengan sistem produksi yang secara rutin (harian), salah satu cara atau metode yang tepat digunakan dalam penentuan harga jual adalah metode *cost plus pricing*.

Dalam pembuatan Sagu Tumbu pada *Home Industry* ibu Sapia, proses produksinya dilakukan secara terus menerus sesuai dengan kapasitas produksi yang dimiliki. Setelah diproduksi, produk tersebut dijual secara langsung oleh ibu Sapia. Dalam sekali

produksi, ibu Sapia dapat menghasilkan produk sago tumbu sebanyak 100 buah yang dijual dengan harga Rp. 25.000 per bungkus mika. Harga jual yang ditetapkan oleh ibu Sapia adalah berdasarkan taksiran biaya-biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi. Harga jual yang ditetapkan tersebut belum menggunakan metode penetapan harga jual sesuai prinsip akuntansi. Hal ini dapat dilihat dari belum adanya pencatatan secara terperinci tentang biaya produksi yang meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya overhead pabrik. Kesalahan dalam menentukan harga jual pada suatu usaha, dapat mengakibatkan keadaan yang tidak menguntungkan bagi usaha tersebut. Jika harga jual yang ditetapkan terlalu tinggi maka produk akan sulit bersaing dengan produk sejenis yang ada di pasar. Sebaliknya jika harga jual produk terlalu rendah akan mengakibatkan laba yang diperoleh usaha rendah pula. Oleh karena itu, penetapan harga jual dengan menggunakan suatu metode yang tepat menjadi hal yang penting untuk dilakukan oleh ibu Sapia. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka yang menjadi masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana menentukan harga jual Sagu Tumbu pada *home industry* Ibu Sapia di Negeri

Morella Kecamatan Leihitu Kabupaten Maluku Tengah.

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pengertian Harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2018), harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Lebih jauh lagi, harga adalah sejumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk sejumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang atau jasa. Harga merupakan hal yang diperhatikan konsumen saat melakukan pembelian. Sebagian konsumen bahkan mengidentifikasi harga dengan nilai. Sedangkan Menurut Gitosudarmo (2019) harga ialah sejumlah uang yang digunakan untuk mendapatkan produk-produk tertentu berupa barang atau jasa. Harga tidak hanya diperuntukkan untuk pembelian yang dilakukan dipasar maupun supermarket saja, harga juga dapat diperuntukkan untuk proses jual beli secara online di marketplace maupun dimedia sosial.

Penentuan harga jual produk yang ditetapkan memiliki tujuan agar dapat memudahkan manajemen dalam mengambil keputusan. Adapun definisi menurut para ahli mengenai harga jual antara lain, yaitu: Hansen dan Mowen (2017) mendefinisikan "Harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan". Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa harga jual adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi suatu barang atau jasa ditambah dengan persentase laba yang diinginkan perusahaan, karena itu untuk mencapai laba yang diinginkan oleh perusahaan salah satu cara yang dilakukan untuk menarik minat konsumen adalah dengan cara menentukan harga yang tepat untuk produk yang terjual. Harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk suatu barang dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.

2.2. Tujuan Penetapan Harga

Bagi produsen atau penjual, penetapan harga yang tepat pada produk akan berdampak pada besarnya keuntungan dan loyalitas konsumen. Mengacu pada pengertian harga di atas, Martina (2018) mengemukakan pendapat yang senada bahwa ada 7 (tujuh) faktor yang menentukan harga jual, yaitu:

1) Target konsumen

Perusahaan harus mengetahui tipe-tipe konsumen yang kelak akan menjadi pelanggan perusahaan itu sendiri. Yang terpenting adalah pembagian konsumen dari ekonomi kelas menengah ke bawah maupun ke atas. Diusahakan agar harga jual yang ditetapkan dapat dijangkau oleh konsumen dengan kelas ekonomi menengah ke bawah dan menengah ke atas agar terjadi keseimbangan. Jika konsumen lebih mementingkan kualitas produk maka perusahaan dapat lebih meningkatkan kualitas

produknya dengan menetapkan harga yang relatif lebih tinggi sehingga keuntungan yang diperoleh akan lebih besar. Namun, jika konsumen lebih mementingkan harga jual produk maka perusahaan dapat memilih kualitas bahan baku produk yang biasa sehingga harga produksi tidak terlalu mahal namun diproduksi dengan berbagai variasi yang berbeda, sesuai dengan trend zaman ini. Dengan begitu, harga jual produk akan relatif lebih murah.

2) Harga jual produk pesaing

Sebelum menetapkan harga jual produk, ada baiknya bagi sebuah perusahaan untuk melakukan riset lapangan terlebih dahulu untuk melihat harga-harga produk yang ditetapkan oleh pesaing-pesaing yang ada di pasaran. Setelah mengetahui harga jual rata-rata para pesaing tersebut, penjual bisa menentukan harga jual produk yang sama dengan para pesaing atau harga jual produk yang lebih tinggi sedikit namun mengandalkan kualitas bahan baku yang terbaik atau bisa juga harga jual produk yang lebih rendah sedikit namun dengan kualitas bahan baku yang biasa dan disertai dengan variasi yang ditampilkan dibanding pesaing-pesaing lain hingga menarik perhatian konsumen.

3) Biaya hasil produksi suatu produk

Biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dari awal pembuatan produk hingga akhir produk tersebut diperjual belikan, menjadi bagian terpenting dalam menentukan harga jual suatu produk. Jangan sampai perusahaan mengalami kerugian atas penetapan harga jual produknya.

4) Biaya produksi

Merupakan biaya yang dikeluarkan pada saat produk masih dalam tahap produksi. Biaya produksi meliputi biaya bahan baku produk, biaya tenaga kerja langsung, dan sebagainya.

5) Biaya pemasaran

Merupakan biaya yang dikeluarkan untuk memasarkan atau mempromosikan produk baru sebuah perusahaan.

6) Biaya operasional

Merupakan biaya yang dikeluarkan untuk membuat bisnis sebuah perusahaan tetap berjalan seperti biaya gaji karyawan, biaya listrik, biaya PAM, biaya telepon, iuran bulanan, iuran kebersihan, dan lain sebagainya.

7) Biaya pengiriman

Merupakan biaya yang dikeluarkan untuk pengiriman produk yang dijual oleh produsen kepada konsumen. Namun sekarang, kebanyakan dari produsen yang membebaskan biaya pengiriman kepada konsumen. Hal ini dapat dilihat dari transaksi jual beli online baik melalui web maupun aplikasi belanja.

2.3. Penetapan Harga Jual

Dalam menentukan harga jual, yang perlu diperhatikan adalah harga jual yang ditetapkan harus

mampu menutup semua unsur biaya yang ditimbulkan untuk menghasilkan sebuah laba. Dalam proses penetapan harga jual harus mampu menghasilkan pendapatan bagi perusahaan guna mempertahankan kelangsungan dan kehidupan bagi perusahaan untuk mengembangkan usahanya. Dalam penentuan harga tidak boleh asal dikarenakan akan sangat berpengaruh besar terhadap perkembangan perusahaan salah satunya jika penentuan harga jual yang lebih rendah dari pesaing akan mempunyai pengaruh cukup besar terhadap permintaan produk yang meningkat ataupun sebaliknya, sehingga hal tersebut akan sangat berpengaruh terhadap pendapatan perusahaan.

Menurut Musfar (2020) secara umum metode penetapan harga dari beberapa literatur terdiri dari pendekatan-pendekatan berikut:

1. Metode penetapan harga jual berdasarkan biaya

a. *Cost plus pricing method*

Penetapan harga jual dalam metode ini, harga jual per unit ditentukan dengan menghitung jumlah seluruh biaya per unit ditambah jumlah tertentu untuk menutupi laba yang dikehendaki pada unit tersebut (margin) (Musfar, 2020).

Rumus:

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

b. *Mark up pricing method*

Penetapan harga berdasarkan metode mark-up ini, harga jual per unit ditentukan dengan menghitung harga pokok pembelian per unit ditambah (mark-up) jumlah tertentu (Musfar, 2020).

Rumus:

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

c. Penetapan harga BEP (*break even point*)

Metode penetapan harga berdasarkan keseimbangan antara jumlah total biaya keseluruhan dengan jumlah total penerimaan keseluruhan (Musfar, 2020).

Rumus :

$$\text{BEP} = \text{Total Biaya} - \text{Total Penerimaan}$$

2. Metode penetapan harga jual berdasarkan harga pesaing atau competitor.

Penetapan harga dilakukan dengan menggunakan harga competitor sebagai referensi, dimana dalam pelaksanaannya lebih cocok untuk produk yang standar dengan kondisi pasar oligopoli. Untuk menarik dan meraih para konsumen dan pelanggan, perusahaan biasanya menggunakan strategi harga. Penerapan strategi harga jual juga bisa digunakan untuk mensiasati para pesaingnya, misalkan dengan cara menetapkan harga dibawah harga pasar dengan maksud untuk meraih mangsa pasar.

3. Penetapan harga berdasarkan permintaan.

Proses penetapan harga yang didasari persepsi konsumen terhadap value/nilai yang diterima (*price value*), sensitivitas harga dan *perceived quality*. Untuk mengetahui value dari harga terhadap kualitas, maka analisa *price sensitivity meter* (PSM) merupakan salah

satu bentuk yang dapat digunakan, pada analisa ini konsumen diminta untuk memberikan pernyataan dimana konsumen merasa harga murah, terlalu murah, terasa mahal dan terlalu mahal dan dikaitkan dengan kualitas yang diterima.

2.4. Metode Penentuan Harga Jual

Menurut Herman (2017) ada beberapa metode penetapan harga (*methods of price determination*) yang dapat dilakukan budgeter dalam perusahaan, yaitu:

a. Metode Taksiran (*Judgemental Method*)

Perusahaan yang baru saja berdiri biasanya memakai metode ini. Penetapan harga dilakukan dengan menggunakan insting saja walaupun market survey telah dilakukan. Biasanya metode ini digunakan oleh para pengusaha yang tidak terbiasa dengan data statistik. Penggunaan metode ini sangat murah karena perusahaan tidak memerlukan konsultan untuk surveyor. Akan tetapi tingkat kekuatan prediksi sangat rendah karena ditetapkan oleh instink.

b. Metode Berbasis Pasar (*Market-Based Pricing*)

1) Harga pasar saat ini (*current market price*)

Metode ini dipakai apabila perusahaan mengeluarkan produk baru, yaitu hasil modifikasi dari produk yang lama. Perusahaan akan menetapkan produk baru tersebut seharga dengan produk yang lama. Penggunaan metode ini murah dan cepat. Akan tetapi pangsa pasar yang didapat pada tahun pertama relatif kecil karena konsumen belum mengetahui profil produk baru perusahaan tersebut, seperti kualitas, rasa, dan sebagainya.

2) Harga pesaing (*competitor price*)

Metode ini hampir sama dengan metode harga pasar saat ini. Perbedaannya menetapkan harga produknya dengan mereplikasi langsung harga produk perusahaan saingannya untuk produk yang sama atau berkaitan. Dengan metode perusahaan berpotensi mengalami kehilangan pangsa pasar karena dianggap sebagai pemalsu. Ini dapat terjadi apabila produk perusahaan tidak mampu menyaingi produk pesaing dalam hal kualitas, ketahanan, rasa, dan sebagainya.

3) Harga pasar yang disesuaikan (*adjusted current market price*)

Penyesuaian dapat dilakukan berdasarkan pada faktor eksternal dan internal. Faktor eksternal tersebut dapat berupa antisipasi terhadap inflasi, nilai tukar mata uang, suku bunga perbankan, tingkat keuntungan yang diharapkan (*required rate of return*), tingkat pertumbuhan ekonomi nasional atau internasional, perubahan dalam *trend consumer spending*, siklus dalam trendi dan

model, perubahan cuaca, dan sebagainya. Faktor internalnya yaitu kemungkinan kenaikan gaji dan upah, peningkatan efisiensi produk atau operasi, peluncuran produk baru, penarikan produk lama dari pasar, dan sebagainya.

c. Metode Berbasis Biaya (*Cost-Based Pricing*)

1) Biaya penuh plus tambahan tertentu (*full cost plus mark-up*)

Dalam metode ini *budgeter* harus mengetahui berapa proyeksi *full cost* untuk produk tertentu. *Full cost* adalah seluruh biaya yang dikeluarkan dan atau dibebankan bahan baku mulai diproses sampai produk jadi siap untuk dijual. Hasil penjumlahan antara *full cost* dengan tingkat keuntungan yang diharapkan (*required profit margin*) yang ditentukan oleh direktur pemasaran atau personalia yang diberikan wewenang dalam penetapan harga, akan membentuk proyeksi harga untuk produk itu pada tahun anggaran mendatang. *Required profit margin* dapat juga ditetapkan dalam persentase. Untuk menetapkan *profit*, *budgeter* harus mengalikan *full cost* dengan *persentase required profit margin*. Penjumlahan antara *profit* dengan *full cost* akan menghasilkan proyeksi harga.

2) Biaya variabel plus tambahan tertentu (*variable cost plus mark-up*)

Dengan metode ini *budgeter* menggunakan basis *variable cost*. Proyeksi harga diperoleh dengan menambahkan *mark-up* laba yang diinginkan. *Mark-up* yang diinginkan pada metode ini lebih tinggi dari *mark-up* dengan basis *full cost*. Hal ini disebabkan biaya variabel selalu lebih rendah dari pada *full cost*.

Sedangkan menurut Mulyadi (2018) menjelaskan 4 (empat) metode harga jual yaitu sebagai berikut :

1. *Actual costing*.

Actual costing dalam penentuan Harga Pokok Produksi dengan cara *actual costing* biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik semua dihitung berdasarkan biaya aktual yang terjadi.

Dalam penelitian ini akan digunakan penentuan Harga Pokok Produksi dengan cara *normal costing* karena perhitungan biaya overhead pabrik lebih baik jika ditentukan dengan tarif di muka, alasannya adalah (Mulyadi, 2018):

a. Pembebanan biaya overhead pabrik atas dasar biaya yang sesungguhnya terjadi seringkali mengakibatkan berubah-ubahnya harga pokok per satuan produk yang dihasilkan dari bulan yang satu ke bulan yang lain.

b. Dalam perusahaan yang menghitung harga pokok produksinya dengan menggunakan metode harga pokok pesanan, manajemen memerlukan informasi harga pokok produksi per satuan pada saat pesanan selesai dikerjakan. Pada hal elemen biaya overhead pabrik yang baru dapat diketahui jumlahnya pada akhir setiap bulan atau akhir tahun.

2. *Normal costing*.

Normal costing dalam penentuan Harga Pokok Produksi dengan cara *normal costing* biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dihitung berdasarkan biaya aktual yang terjadi. Sedangkan biaya overhead pabrik dihitung berdasarkan tarif yang ditentukan di muka.

Langkah-langkah penentuan tarif biaya overhead pabrik (Mulyadi, 2018)

- a. Menyusun anggaran biaya overhead pabrik.
- b. Memilih dasar pembebanan biaya overhead pabrik kepada produk.
- c. Menghitung tarif biaya overhead pabrik.

3. Metode Harga Pokok Produksi Penuh/*Full Costing*

Dalam pendekatan harga pokok penuh dalam penentuan harga jual berdasarkan *cost-plus*, pengertian biaya dalam hal ini adalah biaya untuk memproduksi satu unit produk. Dalam pengertian biaya tersebut tidak termasuk biaya non produksi. Oleh karena itu, target harga jual dengan menggunakan pendekatan ini ditentukan sebesar biaya produksi ditambah dengan *mark-up* yang diinginkan sehingga pendekatan ini disebut pula dengan metode biaya penuh ditambah *mark-up*. *Mark-up* yang ditambahkan tersebut digunakan untuk menutup biaya nonproduksi dan untuk menghasilkan laba yang diinginkan. Rumus perhitungan yang digunakan dalam penentuan harga jual dengan metode harga pokok penuh ditambah markup adalah:

Biaya bahan baku	Rp xx
Biaya tenaga kerja langsung	Rp xx
Biaya overhead variabel	Rp xx
Biaya overhead tetap	<u>Rp xx</u>
Jumlah	Rp xx
<i>Mark-up</i> = ...% x Rp xx =	Rp xx
Harga jual per unit produk	Rp xx

4. Metode Harga Pokok Produksi Variabel/*Variable Costing*

Pendekatan harga pokok produksi penuh sebagai dasar penentuan harga jual menekankan penggolongan biaya berdasar fungsi, sedangkan pendekatan biaya variabel sebagai dasar penentuan harga jual menekankan penggolongan biaya berdasarkan perilakunya. Pendekatan biaya variabel disebut juga pendekatan laba kontribusi. Pada pendekatan biaya variabel, penentuan harga jual produk atau jasa ditentukan sebesar biaya variabel ditambah *mark-up* yang harus tersedia untuk menutup semua biaya tetap dan untuk

menghasilkan laba yang diinginkan. Metode ini disebut pula metode biaya variabel ditambah *mark-up*. Rumus perhitungan yang digunakan dalam penentuan harga jual dengan metode harga pokok variabel ditambah *mark-up* adalah:

Biaya bahan baku	Rp xx
Biaya tenaga kerja langsung	Rp xx
Biaya overhead variabel	Rp xx
	<u>Rp xx</u>
Biaya nonproduksi variabel per unit	Rp xx
Jumlah biaya variabel	Rp xx
<i>Mark-up</i> = ...% x Rp xx =	Rp xx
Harga jual per unit produk	Rp xx

2.5. Penentuan *Mark – Up*

Masalah penting dalam penerapan penentuan harga jual *cost-plus* adalah penentuan besarnya persentase *mark-up* yang ditambah pada biaya. Baik pada pendekatan harga pokok produksi penuh maupun pada harga pokok produksi variabel, elemen biaya tertentu tidak dimasukkan ke dalam pengertian biaya, harga pokok produksi penuh tidak memasukkan biaya nonproduksi sebagai elemen biaya dan harga pokok produksi variabel tidak memasukkan biaya tetap sebagai elemen biaya. Oleh karena itu, *mark-up* harus mampu menutup elemen biaya yang tidak dimasukkan ke dalam biaya dan harus dapat menghasilkan laba yang diinginkan. Pendekatan *retrun on investmen (ROI)* dapat digunakan untuk menentukan besarnya persen *mark-up* yang ditambahkan pada biaya. *Mark-up* yang dihitung dengan pendekatan *ROI* menggambarkan biaya yang harus ditutup *retrun* atas investasi yang diinginkan. Pendekatan ini digunakan untuk harga pokok penuh dan variabel. (Mulyadi,2018)

Rumus perhitungan *mark-up* dalam pendekatan harga pokok produksi penuh ditambah *mark up*:

$$\text{Persentase } \textit{markup} = \frac{\text{Laba yang diharapkan} + \text{Biaya non produksi}}{\text{Biaya Produksi}}$$

METODOLOGI PENELITIAN

Lokasi yang merupakan wilayah sekaligus objek dalam penelitian ini yaitu usaha di Negeri Morella Kecamatan Leihitu Kabupaten Maluku Tengah. Objek yang diteliti yaitu usaha sugu tumbu milik Ibu Sapia.

Data yang dipakai dalam penulisan ini adalah deskriptif menggunakan data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau bilangan sehingga dapat diolah secara numerik dengan akurat. Sehingga data yang penulis peroleh berupa data biaya pembuatan sugu tumbu dan harga jual sugu tumbu tersebut.

Langkah-langkah yang digunakan untuk menganalisa data dalam penelitian ini dapat diurutkan sebagai berikut :

- a. Data biaya produksi merupakan biaya - biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi barang jadi yang bisa dijual.
- b. Untuk menentukan besarnya harga jual sugu tumbu dengan menggunakan pendekatan harga pokok produksi penuh / *Full Costing* sebagai berikut:

• Biaya bahan baku	Rp xx
Biaya tenaga kerja langsung	Rp xx
Biaya overhead variabel	Rp xx
Biaya overhead tetap	<u>Rp xx</u> +
Jumlah biaya	Rp xx

 - Presentase *mark-up* diperoleh dengan rumus :

$$\frac{\text{Laba yang diharapkan} + \text{Biaya non produksi}}{\text{Biaya Produksi}}$$
 - Harga jual per unit

$$\text{Harga jual per unit} = \frac{\text{Jumlah biaya} + \textit{Mark up}}{\text{Volume produk}}$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Usaha Sagu Tumbu milik Ibu Sapia merupakan salah satu usaha home industry yang ada di Negeri Morella Kecamatan Leihitu Kabupaten Maluku Tengah pada tahun 2020. Awalnya usaha ini dikembangkan agar bisa mencukupi kehidupan sehari-hari saja. Namun seiring berjalannya waktu ternyata sugu tumbu ini banyak diminati oleh konsumen, sehingga beliau memutuskan untuk memperbesar usahanya tersebut dengan tujuan bisa mendapatkan laba atau keuntungan yang lebih baik.

Usaha sugu tumbu merupakan home industry, dimana Ibu Sapia sebagai pemilik sekaligus orang yang bekerja dalam pembuatan sugu tumbu tersebut. Memproduksi sugu tumbu tidak secara rutin setiap harinya, tetapi produksi sugu tumbu tergantung pada bahan baku dan kenari yang didapatkan secara tidak beraturan. Dalam sebulan bisa enam kali produksi, bisa juga dua kali produksi tergantung pada bahan baku yang tersedia.

Proses produksi sugu tumbu dimulai dari mencampurkan bahan baku yang terdiri dari sugu halus, kenari yang telah dikupas dan gula merah. Setelah dicampurkan secara merata maka dilanjutkan dengan proses penumbukkan dalam wadah yang disebut lasong sampai adonan menjadi halus dan menyatu. Adonan yang sudah tercampur secara merata akan mengeluarkan minyak. Agar lebih indah dan mudah dikonsumsi, sugu tumbu dibuat dalam bentuk bulat memanjang berukuran sekitar 10 cm dengan berat 150 gram. Kemudian dibungkus dengan kertas minyak agar minyak kenari tidak tembus keluar.

Sagu tumbu yang telah diproduksi, dipasarkan sendiri oleh Ibu Sapia pada took-toko kecil yang ada di Morella dan juga dipasarkan di pasar Kota Ambon. Selain itu pembeli juga dapat membeli secara langsung pada Usaha Ibu Sapia untuk dijadikan oleh-oleh.

Biaya Bahan Penolong				
Plastik kemasan	3 meter	Rp. 8.000	Rp. 24.000	
Kertas bening	2 meter	Rp. 5.000	Rp. 10.000	
Mika	16 pak	Rp. 2.500	Rp. 40.000	

Sumber: *Usaha Home Industri Ibu Sapia, 2022*

Peralatan yang digunakan haruslah dihitung depresiasinya dengan menggunakan metode garis lurus sebagai berikut :

- a. Lasong diperoleh dengan harga Rp 100.000 dan diperkirakan akan dapat digunakan selama 10 tahun.
Perhitungan depresiasi adalah sebagai berikut :

$$\text{Depresiasi/Tahun} = (100.000)/10 \text{ tahun} = \text{Rp } 10.000/\text{tahun.}$$

$$\text{Depresiasi per bulan} = 10.000/12 \text{ bulan} = 833,33.$$
- b. Baskom plastik diperoleh dengan harga Rp 25.000 dan diperkirakan akan dapat digunakan selama 1 tahun.
Perhitungan depresiasi adalah sebagai berikut :

$$\text{Depresiasi/Tahun} = 25.000/1 \text{ tahun} = \text{Rp.}25.000/\text{tahun.}$$

$$\text{Depresiasi per bulan} = 25.000/12 \text{ bulan} = \text{Rp. } 2.083$$
- c. Gunting diperoleh dengan harga Rp 8.000 dan diperkirakan akan dapat digunakan selama 1 tahun.
Perhitungan depresiasi adalah sebagai berikut :

$$\text{Depresiasi/Tahun} = 8.000/1 \text{ tahun} = \text{Rp.}8.000/\text{tahun.}$$

$$\text{Depresiasi per bulan} = 8.000/12 \text{ bulan} = \text{Rp. } 667$$
- d. Hekter diperoleh dengan harga Rp 25.000 dan diperkirakan akan dapat digunakan selama 2 tahun.
Perhitungan depresiasi adalah sebagai berikut :

$$\text{Depresiasi/Tahun} = 25.000/2 \text{ tahun} = \text{Rp.}12.500/\text{tahun.}$$

$$\text{Depresiasi per bulan} = 10.000/12 \text{ bulan} = \text{Rp. } 1.042$$

4.2. Data dan Hasil Penelitian

Untuk menentukan harga jual produk sagu tumbu, maka perlu diidentifikasi biaya-biaya yang timbul dalam proses produksi yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya overhead pabrik.

1. Biaya bahan baku

Biaya bahan baku merupakan bahan yang membentuk bagian menyeluruh dari produk jadi dan dapat dibebankan atau diperhitungkan secara langsung kepada harga pokok produk. Biaya bahan baku terjadi karena adanya pemakaian bahan baku. Semua proses atau siklus yang terjadi dalam memperoleh bahan baku untuk proses produksi disebut kesatuan bahan baku. Dalam proses produksi sagu tumbu, bahan baku yang digunakan di Bulan Juni 2022 dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.1 Biaya Bahan Baku

Jenis Bahan Baku	Volume	Harga Satuan	Jumlah
Sagu Halus	11 bungkus	Rp. 10.000	Rp. 110.000
Isi Kenari	15 bungkus	Rp. 11.000	Rp. 165.000
Gula Merah	12 bungkus	Rp. 20.000	Rp. 240.000
Jumlah			Rp. 515.000

Sumber: *Usaha Home Industri Ibu Sapia, 2022*

2. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja langsung adalah kompensasi yang dibayarkan kepada karyawan atau upah tenaga kerja yang secara langsung bekerja, atau terlibat dalam proses produksi pengolahan bahan baku menjadi produk jadi. Dalam memproduksi sagu tumbu ini, Ibu Saphia bekerja sendiri, maka biaya tenaga kerja yang dibebankan dalam bulan Juni 2022 adalah sebesar Rp. 200.000.

3. Biaya overhead Pabrik

Selama proses pembuatan sagu tumbu maka biaya yang berhubungan dengan overhead hanya bersumber dari biaya listrik, air, peralatan dan biaya penolong lainnya yang mendukung proses produksi.

Tabel 4.2 Data Biaya Overhead Pabrik

Jenis Biaya	Satuan	Harga Satuan	Jumlah	Masa Manfaat
Biaya Listrik		Rp. 25.000	Rp. 25.000	
Biaya Air		Rp. 5.000	Rp. 5.000	
Biaya peralatan :				
Penggilingan (lasong)	1 buah	Rp. 100.000	Rp. 100.000	10 Tahun
Baskom plastic	1 buah	Rp. 25.000	Rp. 25.000	1 Tahun
Gunting	1 buah	Rp. 8.000	Rp. 8.000	1 Tahun
Hekter	1 buah	Rp. 25.000	Rp. 25.000	2 Tahun

Tabel 4.3 Biaya Depresiasi Peralatan

Jenis Bahan Baku	Depresiasi per bulan
Lasong	Rp. 833,33
Baskom Plastik	Rp. 2.083
Gunting	Rp. 667
Hekter	Rp. 1.042
Jumlah	Rp. 4.625,33

Sumber : *Usaha Home Industri Ibu Sapia, 2022*

Dengan demikian biaya overhead pabrik selama produksi bulan Juni 2022 dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.4. Biaya Overhead Pabrik

Nama Biaya	Jumlah
Biaya listrik	Rp. 25.000
Biaya air	Rp. 5.000
Biaya depresiasi peralatan	Rp. 4.625,33
Biaya bahan penolong	Rp. 74.000
Jumlah	Rp. 108.625,33

Sumber : *Data diolah, 2022*

Berdasarkan perhitungan biaya produksi tersebut diatas, maka dapat dibuat tabel biaya produksi

sagu tumbu untuk bulan Juni 2022, dapat dilihat pada tabel 4.3 di bawah ini.

Tabel 4.5. Biaya Produksi Sagu Tumbu

Nama Biaya	Jumlah
Biaya Bahan Baku	Rp. 515.000
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp. 200.000
Biaya Overhead Pabrik	Rp. 108.625,33
Jumlah	Rp. 823.625,33

Sumber : Data diolah, 2022

Dalam periode produksi usaha ini dapat menghasilkan 400 buah sagu tumbu. Dari hasil ini dihitung harga pokok produksi per unit yaitu :

$$\begin{aligned} \text{Harga Pokok Produk per unit} &= \frac{\text{Total biaya produk}}{\text{Jumlah Produk}} \\ &= \frac{\text{Rp } 823.625,33}{400 \text{ buah}} \\ &= \text{Rp } 2.059,06 \end{aligned}$$

Dari perhitungan diatas dapat diketahui total biaya produksi adalah sebesar Rp 823.625,33 dan biaya pokok produk per unit yaitu Rp 2.059,06 .

Penentuan harga jual produk pada perusahaan sangatlah penting karena metode penentuan harga jual sangat menentukan laba yang akan diperoleh perusahaan. Perolehan laba yang maksimal merupakan target perusahaan. Dimana antara biaya produksi dan harga jual memiliki hubungan signifikan dalam menentukan laba yang diinginkan atau diharapkan perusahaan. Penentuan harga jual *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*, merupakan metode penentuan harga jual dimana biaya yang digunakan sebagai dasar dalam menentukan harga jual adalah semua biaya yang terjadi ditambah biaya administrasi umum dan biaya penjualan. Penentuan harga jual *cost plus pricing* meliputi beberapa tahapan sebagai berikut:

A. Perhitungan Total Biaya

Total biaya yang dimaksudkan disini adalah semua unsur biaya baik itu biaya produksi dan biaya non produksi. Untuk selengkapnya dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.1 Perhitungan Total Biaya

Jenis Biaya	Jumlah
Biaya Produksi	Rp. 823.625,33
Biaya Non Produksi:	
Biaya Penjualan	Rp. 25.000
Total Biaya	Rp. 848.625,33

Sumber: Data Olahan, 2022

Informasi pada tabel di atas menunjukkan total biaya untuk periode bulan Juni 2022 adalah sebesar Rp. 848.625,33.

B. Perhitungan Persentasi Mark Up

Pendekatan *retrun on investemnet* (ROI) dapat digunakan untuk menentukan besarnya persen markup yang ditambahkan pada biaya. *Mark-up* yang dihitung dengan pendekatan ROI menggambarkan biaya yang harus ditutup dan retrun atas investasi yang diinginkan. Pendekatan ini dapat digunakan untuk harga pokok

produksi dan biaya variabel. Rumus presntase *mark-up* adalah sebagai berikut (Mulyadi, 2018):

$$\text{Presentase mark-up} = \frac{\text{Laba yang diharapkan} + \text{Biaya non produksi}}{\text{Biaya Produksi}} \times 100\%$$

Menurut Ibu Sapia, dalam berusaha hanya mengharapkan retrun sebesar 20%. Sehingga besarnya *mark-up* adalah sebesar:

$$= \frac{(20\% \times \text{Rp. } 823.625,33) + \text{Rp. } 25.000}{\text{Rp. } 823.625,33} \times 100\%$$

$$= \frac{\text{Rp. } 164.725,066 + 25.000}{\text{Rp. } 793.625,33} \times 100\%$$

$$= \frac{\text{Rp. } 189.725,066}{\text{Rp. } 823.625,33} \times 100\%$$

$$= 0,2304 \times 100 = 23,04\%$$

Perhitungan di atas menunjukkan persetasi mark up yang diperoleh adalah sebesar 23,04%, selanjutnya dipakai sebagai dasar perhitungan harga jual sebagai berikut :

$$\text{Harga jual produk per unit} = \frac{\text{Total biaya} + \text{mark up}}{\text{volume produksi}}$$

$$\begin{aligned} \text{Harga jual per produk per unit} \\ &= \frac{\text{Rp. } 848.625 + (23,04\% \times 848.625)}{400 \text{ buah}} \end{aligned}$$

$$= \frac{\text{Rp. } 848.625 + 195.523,2}{400 \text{ buah}}$$

$$= \frac{\text{Rp. } 1.044.148,2}{400 \text{ buah}}$$

$$= \text{Rp. } 2.610,37$$

Hasil perhitungan di atas menunjukkan harga jual per unit yang di tetapkan ke produk sagu tumbu sebesar Rp. 2.610,37 atau dibulatkan Rp. 2.600. Jika dibandingkan dengan harga yang ditetapkan oleh Ibu Sapia sebesar Rp. 25.000 per mika dimana isinya sebanyak 10 buah maka harga perbuah sebesar Rp. 2.500. Dengan demikian dapat di simpulkan bahwa harga sagu tumbu yang ditetapkan oleh Ibu Sapia lebih rendah dari harga jual berdasarkan metode *cost plus pricing*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui besarnya harga jual per unit sagu tumbu pada usaha *Home Industry* Ibu Sapia. Dari hasil penelitian yang dilakukan, berikut ini ada beberapa kesimpulan penelitian antara lain biaya bahan baku dalam pembuatan sagu tumbu pada bulan Juni 2022 di *Home Industry* Ibu Sapia sebesar Rp. 515.000, biaya tenaga kerja sebesar Rp. 200.000, biaya overhead pabrik sebesar Rp. 108.625,33. Sehingga total harga produksi adalah sebesar Rp. 823.625,33. Sedangkan harga jual per buah sebesar Rp. 2.610,37. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa, harga sagu tumbu yang ditetapkan oleh ibu Sapia lebih rendah dari harga jual berdasarkan metode *cost plus pricing*.

Berdasarkan kesimpulan tersebut diatas, maka Ibu Sapia diharapkan dapat membuat pencatatan dan mengelompokan biaya-biaya yang telah dikeluarkan selama proses produksi sagu tumbu, agar dapat menentukan harga jual dengan tepat.

DAFTAR PUSTAKA

- 1) Gitosudarmo (2017), *Manajemen Pemasaran*, Edisi ke 2 , Universitas Gajah Mada BPFE, Yogyakarta
- 2) Hasen dan Mowen (2011), *Manajemen Biaya*, Buku II, Terjemahan Benyamin Molan, Selemba Empat, Jakarta.
- 3) Herman (2016), *Marketing Strategy*, Edisi 1, Yogyakarta, Andi Offset
- 4) Indriyo Gitosudarmo (2010), *Manajemen Pemasaran*, Balai Penerbit Fakultas Ekonomi. Yogyakarta.
- 5) Indrayati. 2017. *Akuntansi Manajemen*. Media Nusa Creative: Malang
- 6) Kasmir. 2017. *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi satu. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- 7) Kolter P dan Armstrong (2018), *Prinsip-prinsip Marketing*, Edisi 7, Penerbit Selemba Empat, Jakarta
- 8) Martina, 03 Agustus 2018, *Faktor-Faktor yang Menentukan Harga Jual Suatu Produk Hasil Produksi*;
- 9) Mulyadi (2018), *Akuntansi Biaya* , Edisi 5, Universitas Gaja Mada, Yogyakarta. Nurpitasari. (2017). *Pendekatan Cost Plus Pricing Dalam Penentuan Harga Jual Roti Pada UD Ganysha Kediri*. Artikel *Skripsi*, Simki-Economic Vol. 01 No. 02 Tahun 2017. Universitas Nusantara PGRI. Kediri.
- 10) Septiano. (2018). *Penentuan Harga Jual Produk Dengan Menggunakan Metode Cost Plus Pricing (Studi Kasus Di UD. Berkah Agung Kapuk Super)*. *Skripsi*. Universitas Sanata Dharma. Yogyakarta.
- 11) Tengku Ferli Musfar (2020), *Baruan Pemasaran Sebagai Materi Pokok dalam Manjaemen Pemasaran*, Media sains, Bandung
- 12) Yulinda. (2019). *Analisis Penentuan Harga Jual Produk Dalam Upaya Peningkatan Perolehan Laba Bersih Pada PT. Mestika Mandiri Medan*. *Skripsi*. Univeritas Muhammadiyah Sumatera Utara. Medan.