

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Teoritis

1. Akuntansi Biaya

a. Pengertian Akuntansi Biaya

Akuntansi merupakan suatu proses pencatatan keuangan dalam pembukuan. Akuntansi membantu dalam pencatatan dan pelaporan keuangan sesuai dengan pedoman yang berlaku agar ditulis dengan baik dan benar untuk digunakan sebagai pengambil keputusan. (Harmain et al., 2017) Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa kesalahan sekecil mungkin terjadi dalam perhitungan, dan bahwa informasi yang dihasilkan sebagai hasilnya akurat untuk semua pihak eksternal dan masyarakat yang berkepentingan. Dalam Surah Al-Baqarah ayat 282 disebutkan bahwa konsep pencatatan akuntansi dalam kaitannya dengan laporan keuangan telah diatur dalam Al-Qur'an sebagaimana dijelaskan dalam surah Al-Baqarah ayat 282 yang berbunyi :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ آجَلٍ مَّسْمًى فَآكْتُبُوهُ ۖ وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ ۚ وَلَا يَأْب كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ ۚ فَلْيَكْتُبْ وَلْيُمْلِلِ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا يَبْخَسْ مِنْهُ شَيْئًا ۚ فَإِنْ كَانَ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ سَفِيهًا أَوْ ضَعِيفًا أَوْ لَا يَسْتَطِيعُ أَنْ يُمِلَّ هُوَ فَلْيُمْلِلْ وَلِيُّهُ بِالْعَدْلِ ۚ وَاسْتَشْهِدُوا شَهِيدَيْنِ مِنْ رِجَالِكُمْ فَإِنْ لَمْ يَكُونَا رَجُلَيْنِ فَرَجُلٌ وَامْرَأَتْنِ مِمَّنْ تَرْضَوْنَ مِنَ الشُّهَدَاءِ أَنْ تَضِلَّ إِحْدَاهُمَا فَتُذَكَّرَ إِحْدَاهُمَا الْأُخْرَىٰ ۚ وَلَا يَأْبَ الشُّهَدَاءُ إِذَا مَا دُعُوا ۗ وَلَا تَسْمَعُوا أَنْ تَكْتُبُوهُ صَغِيرًا أَوْ كَبِيرًا إِلَىٰ آجَلِهِ ۚ ذَلِكُمْ أَقْسَطُ عِنْدَ اللَّهِ وَأَقْوَمُ لِلشَّهَادَةِ وَأَدْنَىٰ أَلَّا تَرْتَابُوا ۗ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً حَاضِرَةً تُدِيرُونَهَا بَيْنَكُمْ فَلَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَلَّا تَكْتُبُوهَا ۗ وَأَشْهَدُوا

إِذَا تَبَايَعْتُمْ وَلَا يُضَارَّ كَاتِبٌ وَلَا شَهِيدٌ ۗ وَإِنْ تَفَعَّلُوا فَإِنَّهُ فَسُوقٌ بِكُمْ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۗ
وَيَعْلَمُكُمْ اللَّهُ وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

Artinya : “Wahai orang-orang yang beriman! Apabila kamu melakukan utang piutang untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. Janganlah penulis menolak untuk menuliskannya sebagaimana Allah telah mengajarkan kepadanya, maka hendaklah dia menuliskan. Dan hendaklah orang yang berutang itu mendiktekan, dan hendaklah dia bertakwa kepada Allah, Tuhannya, dan janganlah dia mengurangi sedikit pun daripadanya. Jika yang berutang itu orang yang kurang akalnya atau lemah (keadaannya), atau tidak mampu mendiktekan sendiri, maka hendaklah walinya mendiktekannya dengan benar. Dan persaksikanlah dengan dua orang saksi laki-laki di antara kamu. Jika tidak ada (saksi) dua orang laki-laki, maka (boleh) seorang laki-laki dan dua orang perempuan di antara orang-orang yang kamu sukai dari para saksi (yang ada), agar jika yang seorang lupa, maka yang seorang lagi mengingatkannya. Dan janganlah saksi-saksi itu menolak apabila dipanggil. Dan janganlah kamu bosan menuliskannya, untuk batas waktunya baik (utang itu) kecil maupun besar. Yang demikian itu, lebih adil di sisi Allah, lebih dapat menguatkan kesaksian, dan lebih mendekatkan kamu kepada ketidakraguan, kecuali jika hal itu merupakan perdagangan tunai yang kamu jalankan di antara kamu, maka tidak ada dosa bagi kamu jika kamu tidak menuliskannya. Dan ambillah saksi apabila kamu berjual beli, dan janganlah penulis dipersulit dan begitu juga saksi. Jika kamu lakukan (yang demikian), maka sungguh, hal itu suatu kefasikan pada kamu. Dan bertakwalah kepada Allah, Allah memberikan pengajaran kepadamu, dan Allah Maha Mengetahui segala sesuatu. (Q.S. Al-Baqarah : 281).

Dalam surah Al-Baqarah ayat 282, sangat menekankan keadilan dalam setiap perbuatan, termasuk dalam bertransaksi. Ayat di atas

merupakan arahan sekaligus bukti bahwa Islam sangat mendorong untuk tertib administrasi dan transparansi.(Tarigan, 2017) Ayat diatas juga mengajarkan kepada umat Islam untuk mencatat setiap transaksi yang terjadi dalam pembukuan baik yang bersifat tunai maupun non tunai, baik yang berskala kecil maupun berskala besar. Hal ini dilakukan agar catatan-catatan tersebut dapat menjadi bukti tertulis saat transaksi.

Akuntansi dan biaya adalah dua komponen yang membentuk istilah "akuntansi biaya". Proses pencatatan, pengorganisasian, dan pengikhtisaran data keuangan untuk tujuan pelaporan dan interpretasi disebut sebagai akuntansi. Sementara biaya adalah pengorbanan yang dilakukan dalam pemrosesan produksi yang diukur dengan unit keuangan, biaya dapat dikurangi dengan mengurangi aset atau meningkatkan kewajiban. Jadi, akuntansi biaya adalah proses menemukan, mendokumentasikan, menghitung, meringkas, menganalisis, dan melaporkan biaya dasar suatu produk baik barang maupun jasa agar dapat mengambil keputusan yang efektif dan efisien.

Terlepas dari kenyataan bahwa akuntansi biaya adalah bagian dari akuntansi manajemen, ada perbedaan yang harus dibuat antara keduanya. Akuntansi biaya, yang menekankan pada akumulasi biaya, nilai persediaan, dan perhitungan serta penentuan biaya produk, secara eksklusif menekankan sisi biaya. Sementara tujuan akuntansi manajemen berfokus pada pemanfaatan informasi akuntansi untuk membuat keputusan bisnis, akuntansi biaya berfokus pada kemampuan manajemen untuk melakukan pengendalian atas biaya tersebut.(Iryanie & Handayani, 2019)

Akuntansi biaya bertujuan untuk mempersiapkan hal-hal mengenai informasi biaya untuk setiap unit produksi dengan memanfaatkan berbagai metode yang tersedia saat ini, dengan tujuan akhir untuk mencapai akurasi yang lebih besar dalam informasi biaya yang disediakan. Akuntansi biaya memainkan peran yang sangat penting karena tujuan ini. Informasi yang

benar memainkan peran penting dalam menetapkan harga, yang pada akhirnya mempengaruhi laba yang dihasilkan perusahaan. (Setiawan, 2020)

Akuntansi biaya mempunyai beberapa fungsi, yaitu sebagai penentu harga pokok produksi serta perencanaan dan pengendalian biaya, yaitu berfungsi untuk mencatat, menggolongkan dan meringkas seluruh komponen biaya yang terlibat dalam proses produksi yang kemudian dari data inilah diperoleh harga pokok produksi. Sedangkan fungsi yang kedua yaitu sebagai perencanaan dan pengendalian biaya mulai dari laporan keuangan yang akan dilakukan pemantauan apakah ada penyimpangan biaya terhadap anggaran yang telah ditetapkan. (Putra, 2021)

b. Manfaat Informasi Akuntansi Biaya

Akuntansi biaya timbul atas sikap “sadar akan biaya”. Kemampuan dalam mengelola biaya yang baik maka akan semakin baik pula produk tersebut baik dari segi harga maupun kualitas. Ada 4 (empat) manfaat akuntansi biaya, yaitu :

- 1) Perencanaan : mengambil keputusan awal tentang tindakan yang akan dilakukan di masa depan.
- 2) Pengawasan : membandingkan dan mengevaluasi implementasi dan pemantauan dari waktu ke waktu untuk melihat seberapa baik pengelolaan bisnis telah dilakukan dalam menghasilkan hasil yang ditargetkan.
- 3) Pengukuran penghasilan (*income measurement*) : dalam menyiapkan laporan keuangan perusahaan diperlukan adanya akumulasi dan alokasi data biaya.
- 4) Pengambilan keputusan bisnis : pemilihan tindakan terbaik dari sejumlah pilihan yang tersedia. (Iryanie & Handayani, 2019)

2. Biaya

a. Pengertian Biaya

Dalam setiap kehidupan seseorang, pasti mempunyai biaya yang harus dikeluarkan. Hal tersebut bukan hanya tentang pengeluaran melainkan sesuatu yang harus dikelola dengan baik agar tercipta efisiensi dan efektivitas. Ada 2 pengertian yang berbeda mengenai konsep biaya, yaitu :

1) Biaya (*Cost*)

Biaya dalam artian *cost* adalah sesuatu yang diukur dalam satuan uang baik yang telah terjadi atau mungkin akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu.

2) Biaya (*Expense*)

Biaya adalah sesuatu yang telah memberikan manfaat dan massanya telah habis. Contohnya : beban penyusutan, beban bpemasaran, dan sebagainya.(Haryati & Yonata, 2021)

Pengertian biaya menurut Daljono adalah sesuatu yang diukur dalam satuan uang untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan akan memberikan keuntungan atau manfaat pada masa ini atau masa yang akan datang.(Bashori & Mahmud, 2019)

Menurut Mulyadi, biaya dalam arti luas adalah sesuatu yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu. Sedangkan dalam arti sempit, biaya merupakan sumber ekonomi untuk memperoleh harga pokok.(Ramdhani et al., 2020)

Dari beberapa defenisi yang telah dikemukakan diatas dapat disimpulkan bahwa biaya adalah sesuatu yang diukur dalam satuan uang untuk memperoleh suatu manfaat yaitu peningkatan laba di masa yang akan datang.

b. Objek Biaya

Penetapan harga produk, pengambilan keputusan, dan evaluasi kinerja adalah komponen yang membentuk definisi objek.(Kamilah et al.,

2018). Produk, produksi, departemen, divisi, batch unit serupa, lini produk, kontrak, pesanan pelanggan, proyek, proses, dan tujuan strategis adalah semua contoh elemen aktivitas yang dapat digunakan sebagai objek biaya. Dimungkinkan untuk melacak biaya menggunakan objek biaya ini, serta mengevaluasi keandalan biaya itu sendiri dan pentingnya ukuran biaya yang dihasilkan.(Hurriyaturohman et al., 2022)

c. Klasifikasi Biaya

Beban dan biaya tidak boleh disamakan satu sama lain. Penyerahan sumber daya untuk mencapai tujuan seseorang disebut sebagai biaya. Di sisi lain, biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan pendapatan disebut dengan pengeluaran. Sangat penting untuk mengklasifikasikan biaya untuk menciptakan gambaran data yang berarti. Klasifikasi biaya adalah proses mengklasifikasikan biaya berdasarkan fungsi yang mereka berikan. Karena "beda biaya beda tujuan" adalah gagasan yang diakui dalam akuntansi biaya, yang menunjukkan bahwa berbagai biaya akan dikeluarkan untuk berbagai tujuan, klasifikasi biaya diputuskan berdasarkan tujuan yang ingin dicapai oleh klasifikasi. Hal ini agar pengeluaran yang berbeda dapat dikeluarkan untuk berbagai tujuan. Berikut adalah pengelompokan klasifikasi biaya (Pramawati et al., 2021) :

1) Klasifikasi biaya menurut objek pengeluaran

Klasifikasi biaya merupakan dasar dari objek pengeluaran.

Contohnya seperti bahan bakar, maka biaya yang berkaitan dengan bahan bakar disebut "biaya bahan bakar".

1) Klasifikasi biaya menurut fungsi pokok dalam perusahaan

Fungsi produk, fungsi pemasaran, fungsi administrasi dan umum merupakan inti dari operasi perusahaan manufaktur. Maka, biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan manufaktur dapat dibagi menjadi tiga kategori berikut:

a) Biaya produksi

Biaya yang terkait dengan mengubah sumber daya mentah menjadi barang jadi yang siap dipasarkan disebut dengan biaya produksi. Biaya tenaga kerja langsung, biaya tenaga kerja tidak langsung, dan biaya overhead pabrik membentuk tiga kategori dari biaya produksi ini.

b) Biaya pemasaran

Menunjukkan pengeluaran yang dikeluarkan saat melakukan kegiatan yang berhubungan dengan pemasaran produk. Contohnya seperti periklanan, pemasaran, dan transportasi.

c) Biaya administrasi dan umum

Menunjukkan biaya yang dibayarkan dalam pemasaran produk. Pengeluaran seperti gaji staf dan fotokopi adalah dua contohnya.

2) Klasifikasi biaya menurut hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai

Ialah sesuatu yang dikeluarkan untuk tujuan tertentu. Mengenai sesuatu yang dibiayai, ada dua jenis pengeluaran yang dapat diperhitungkan :

a) Biaya Langsung (*Direct Cost*)

Biaya yang dikeluarkan secara langsung sebagai dampak dari pembiayaan apapun disebut biaya langsung.

b) Biaya Tidak Langsung

Yaitu biaya yang dikeluarkan yang tidak berkaitan langsung dengan objek yang dibiayai.

3) Klasifikasi biaya menurut perilakunya dalam hubungannya dengan perubahan volume aktivitas.

a) Biaya *variable*

Jumlah total biaya variabel perusahaan bergeser dalam korelasi langsung dengan tingkat aktivitas yang dilakukan oleh bisnis. Ambil, misalnya, biaya tenaga kerja langsung dan bahan baku.

b) *Biaya semi variable*

Biaya dapat dibagi menjadi dua kategori: biaya variabel penuh dan biaya semi-variabel. Biaya variabel penuh berfluktuasi dalam proporsi langsung dengan perubahan tingkat aktivitas. Pengeluaran ini terdiri dari pengeluaran variabel dan pengeluaran tetap pada berbagai tingkat.

c) *Biaya semifixed*

Biaya yang bervariasi dengan jumlah yang ditetapkan pada volume produksi tertentu disebut sebagai biaya *semifixed* karena biaya tersebut tetap untuk tingkat volume aktivitas tertentu. Biaya ini dapat dilihat sebagai persilangan antara biaya tetap dan variabel.

d) *Biaya tetap*

Total uang yang dihabiskan untuk biaya tetap tidak berubah terlepas dari tingkat aktivitas yang dilakukan. Misalnya gaji direktur produksi.

4) *Klasifikasi biaya atas dasar jangka waktu manfaatnya*

a) *Pengeluaran modal (capital expenditures)*

Biaya yang memiliki manfaat yang melampaui satu periode akuntansi disebut sebagai pengeluaran modal. Sebagai gambaran, biaya yang terkait dengan perolehan aset tetap untuk promosi besar-besaran.

b) *Pengeluaran pendapatan (revenue expenditures)*

Biaya yang hanya menguntungkan periode akuntansi di mana pengeluaran tersebut dibelanjakan disebut pengeluaran pendapatan. Sebagai contoh, biaya tenaga kerja, iklan, dan layanan telepon. (Sahla, 2020)

3. Harga Pokok Produksi

a. Pengertian Harga Pokok Produksi

Harga pokok produksi merupakan unsur penting untuk dipertimbangkan ketika menilai tingkat profitabilitas perusahaan. Jika perusahaan tidak melakukan perhitungan yang akurat maka mereka akan kesulitan dalam menetapkan harga. Perusahaan membutuhkan data biaya yang terlibat dalam proses produksi untuk menghitung harga pokok produksi.

Biaya tenaga kerja langsung, biaya bahan baku, dan biaya *overhead* pabrik secara keseluruhan membentuk total biaya produksi. Biaya yang diperlukan untuk membuat komponen tersebut dalam jangka waktu tertentu terdiri dari semua biaya baik biaya langsung maupun tidak langsung.

b. Unsur-unsur Harga Pokok Produksi

1) Biaya Bahan Baku

Ada beberapa biaya yang terkait dengan mengubah bahan mentah menjadi produk jadi, beberapa di antaranya adalah dengan menggunakan produk itu sendiri. Istilah "biaya bahan baku" mengacu pada berbagai bahan baku yang digunakan dalam proses produksi suatu produk. Kategori bahan baku pertama disebut sebagai "bahan baku langsung", sedangkan kategori kedua disebut sebagai "bahan baku tidak langsung". misalnya, kayu atau papan dalam bisnis mebel.

2) Biaya Tenaga Kerja Langsung

Ada 2 komponen yang membentuk biaya terkait tenaga kerja yaitu biaya tenaga kerja langsung dan biaya tenaga kerja tidak langsung. Biaya tenaga kerja langsung adalah pembayaran yang diberikan kepada karyawan yang melakukan kerja dalam mengubah bahan mentah menjadi barang jadi. Biaya tenaga kerja tidak langsung, di sisi lain, berhubungan dengan gaji karyawan yang tidak terlibat

dalam proses produksi. Biaya tenaga kerja tidak langsung seringkali lebih besar daripada biaya tenaga kerja langsung.

3) Biaya *Overhead* Pabrik

Setiap biaya produksi yang dikeluarkan oleh pabrik yang tidak terkait langsung dengan harga bahan baku atau tenaga kerja langsung disebut sebagai biaya *overhead* pabrik. Ada 2 jenis biaya *overhead* pabrik yaitu biaya *overhead* pabrik tetap dan biaya *overhead* pabrik variabel. Adapun klasifikasi biaya *overhead* pabrik, yaitu:

a) Biaya bahan penolong

Biaya bahan penolong ialah biaya yang tidak terlibat langsung dalam proses produksi tetapi nilainya dapat diabaikan dibandingkan dengan barang itu sendiri. Contoh : lem, pewarna.

b) Biaya bahan reparasi dan pemeliharaan

Biaya ini termasuk dalam biaya perbaikan dan pemeliharaan alat-alat yang digunakan dalam proses produksi.

c) Biaya tenaga kerja tidak langsung

Biaya tenaga kerja tidak langsung adalah gaji karyawan yang gajinya tidak terlibat dalam pembuatan suatu produk. Mandor dan kepala departemen produksi adalah beberapa contohnya.

d) Biaya akibat penilaian terhadap aktiva tetap

Salah satu contoh biaya dalam kategori ini adalah harga penyusutan peralatan, dan peralatan lain yang digunakan dalam pabrik.

e) Biaya akibat berlalunya waktu

Bentuk-bentuk pengeluaran ini termasuk asuransi gedung, asuransi mesin, dan asuransi mobil, sebagai contohnya.

f) Biaya yang langsung memerlukan pengeluaran tunai

Yang termasuk dalam kategori biaya ini adalah biaya listrik dan biaya perbaikan peralatan.

c. Manfaat Informasi Harga Pokok Produksi

Menurut Mulyadi, beberapa keuntungan mempelajari lebih lanjut tentang harga pokok produksi secara umum antara lain, yaitu :

1) Menentukan harga jual produk.

Bersamaan dengan informasi biaya lainnya dan informasi yang tidak terkait dengan biaya, harga pokok produksi per unit adalah salah satu hal yang menjadi bahan pertimbangan untuk mencapai harga jual suatu produk.

2) Memantau realisasi biaya produksi.

Akuntansi biaya dipakai untuk menyusun informasi mengenai biaya produksi, dengan tujuan untuk menentukan biaya produksi secara keseluruhan seperti yang telah ditentukan sebelumnya.

3) Menghitung laba atau rugi periode.

Manajemen memerlukan informasi tentang pengeluaran yang telah dikeluarkan untuk memastikan apakah operasi produksi dan pemasaran perusahaan selama periode waktu tertentu dapat menghasilkan laba atau tidak.

4) Hitung biaya barang jadi dan persediaan barang dalam proses yang ditampilkan di neraca.

Manajemen berkewajiban untuk memasukkan baik harga pokok persediaan produk jadi maupun harga pokok produk yang masih berproduksi pada tanggal neraca pada saat penyusunan neraca. (Bashori & Mahmud, 2019)

d. Metode Pengumpulan Harga Pokok Produksi

Metode ini berfungsi untuk mengumpulkan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi untuk memperkirakan besarnya biaya suatu produk dalam menghitung harga pokok produksi. Oleh karena itu, sangat penting untuk melakukan perkiraan yang tepat dan menyeluruh dari biaya barang yang dibuat. Menurut Mulyadi, ada dua cara untuk menghitung biaya produksi, yaitu sebagai berikut:

1) Metode Harga Pokok Pesanan (*Job Order Costing*)

Metode ini mengumpulkan biaya secara individual untuk setiap pesanan, kontrak, atau layanan. Produksi barang dilakukan sesuai dengan standar atau kualitas yang telah dipilih dan sesuai dengan permintaan klien agar konsumen merasa puas.

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

Metode ini melibatkan akumulasi biaya untuk setiap unit waktu yang berbeda, seperti bulan atau tahun. Metode ini juga dikenal sebagai penetapan biaya berdasarkan aktivitas. (Bashori & Mahmud, 2019)

Tabel 2.1. Perbedaan Metode Harga Pokok Pesanan Dan Metode Harga Pokok Produksi

Segi Perbedaan	Metode Harga Pokok Pesanan	Metode Harga Pokok Proses
Dasar kegiatan produksi	Pesanan pelanggan	Budget produksi
Tujuan produksi	Untuk melayani pesanan	Untuk persediaan yang akan dijual
Bentuk produk	Tergantung spesifikasi pemesan dan dapat dipisahkan identitasnya	Homogen dan standar
Biaya produksi dikumpulkan	Dikumpulkan setiap pesanan	Setiap satuan waktu
Kapan biaya produksi dihitung	Pada saat suatu pesanan selesai	Pada akhir periode/satuan waktu
Menghitung harga pokok	Harga pokok pesanan tertentu jumlah produk pesanan yang bersangkutan	Harga pokok periode tertentu jumlah produk periode yang bersangkutan

e. Metode Penentuan Harga Pokok Produksi

Metode penentuan harga pokok produksi merupakan cara memperhitungkan komponen-komponen biaya dalam menentukan harga pokok produksi. Ada 2 pendekatan yang digunakan untuk perhitungan

harga pokok produksi yaitu metode *full costing* dan *metode variable costing*.

1) Metode *Full Costing*

Metode *full costing* (metode harga penuh) adalah metode harga pokok produksi yang membebankan seluruh biaya produksi baik yang berperilaku tetap maupun variable kepada produk. Perhitungan harga pokok produksi menurut metode *full costing* sebagai berikut :

Biaya Bahan Baku	xxx
Biaya Tenaga Kerja Langsung	xxx
Biaya Overhead Pabrik Tetap	xxx
Biaya Overhead Pabrik Variabel	xxx +
Harga Pokok Produksi	xxx

Dalam metode *full costing*, biaya *overhead* pabrik (BOP) baik yang berperilaku tetap maupun variabel dibebankan kepada produk yang diproduksi atas dasar tarif yang ditentukan dimuka pada kapasitas normal atau dasar BOP yang sesungguhnya. Oleh karena itu BOP tetap akan melekat pada harga pokok persediaan produk dalam proses dan persediaan produk jadi yang belum laku dijual dan baru dianggap sebagai biaya (unsur harga pokok penjualan) apabila produk tersebut telah terjual.

Penentuan harga pokok produksi dengan metode *full costing* ditujukan untuk memenuhi laporan keuangan pihak eksternal perusahaan. Adapun susunan laporan laba rugi dengan metode *full costing* adalah sebagai berikut :

Tabel 2.2. Susunan Laporan Laba-Rugi dengan Metode *Full Costing*

Susunan Laporan Laba-Rugi dengan Metode <i>Full Costing</i>		
Penjualan		Xxx
Harga Pokok Penjualan		<u>xxx</u>
Laba Kotor atas Penjualan		xxx
Biaya Komersial :		
Pemasaran	xxx	
Administrasi Umum	<u>xxx</u>	
Laba Bersih Usaha		<u>xxx</u>
Biaya Keuangan :		
Biaya Bunga		<u>xxx</u>
Laba Bersih		<u>xxx</u>

2) Metode *Variable Costing*

Metode *variable costing* adalah metode penentuan harga pokok produksi yang hanya membebankan biaya-biaya produksi variabel saja kedalam harga pokok produk. Harga pokok produksi menurut metode *variable costing* terdiri dari :

Biaya Bahan Baku	xxx
Biaya Tenaga Kerja Langsung	xxx
<u>Biaya Overhead Variable</u>	<u>xxx</u> +
Harga Pokok Produksi	xxx

Dalam metode *variable costing*, biaya *overhead* pabrik tetap diperlakukan sebagai period cost dan bukan sebagai unsur harga pokok produk sehingga biaya *overhead pabrik* tetap dibebankan sebagai biaya dalam periode terjadinya. Dengan demikian biaya *overhead* pabrik tetap didalam metode *variable costing* tidak melekat pada persediaan produk yang belum laku dijual, tetapi langsung dianggap sebagai biaya dalam periode terjadi.

Penentuan harga pokok produksi dengan metode *variable costing* ditujukan untuk memenuhi laporan keuangan pihak internal perusahaan. Adapun susunan laporan laba rugi dengan metode *variable costing* adalah sebagai berikut (Bashori & Mahmud, 2019) :

Tabel.2.3. Susunan Laporan Laba-Rugi dengan Metode *Variable Costing*

Susunan Laporan Laba-Rugi dengan Metode <i>Variable Costing</i>		
Penjualan		XXX
Harga Pokok Penjualan variabel		<u>XXX</u>
Batas Kontribusi Kotor		XXX
Biaya Komersial Variabel :		
Pemasaran Variabel	XXX	
Administrasi & Umum Variabel	<u>XXX</u>	
		<u>XXX</u>
Batas Kontribusi (bersih) :		XXX
Biaya Tetap :		
Overhead Pabrik Tetap	XXX	
Pemasaran Tetap	XXX	
Administrasi Umum Tetap	XXX	
Biaya Bunga*)	<u>XXX</u>	
		<u>XXX</u>
Laba Bersih		XXX
*) = biaya bunga umumnya biaya tetap		

4. Harga Jual

a. Pengertian Harga Jual

Menetapkan harga untuk produk atau layanan adalah salah satu tantangan yang lebih menantang yang harus dihadapi bisnis. Harga produk yang dijual memiliki dampak signifikan pada seberapa baik perusahaan dapat mencapai tujuannya. Tetapi menetapkan harga jual suatu produk bukanlah prosedur yang sederhana. Dalam menentukan harga jual perlu mempertimbangkan beberapa faktor, antara lain biaya produksi dan operasional, tujuan laba yang diinginkan perusahaan, daya beli masyarakat, harga jual perusahaan pesaing, dll.

Harga jual, menurut R.A. Supriyono, adalah sejumlah uang yang ditagihkan oleh unit bisnis kepada pelanggan atas barang atau jasa yang telah dijual. Anda dapat menganggap jumlah uang ini sebagai harga yang dibayar pelanggan untuk barang atau jasa. Tjiptono juga mengklaim bahwa satu unit uang atau bentuk pengukuran lain, seperti barang atau jasa, adalah apa yang ditukar dengan kepemilikan barang atau jasa. Ensiklopedia mengandung definisi yang mirip dengan ini.

Untuk mencapai laba yang diinginkan perusahaan, dapat disimpulkan bahwa harga jual terdiri dari sejumlah biaya yang dikeluarkan oleh usaha ketika memproduksi barang atau jasa, serta sebagian dari laba. Dari beberapa definisi di atas, dapat ditarik kesimpulan. Menetapkan harga yang sesuai untuk barang yang dijual merupakan salah satu strategi untuk menarik pelanggan. Suatu harga dianggap pantas jika sepadan dengan kualitas produk yang dijual dan jika dapat membuat pelanggan senang.

Harga adalah kesepakatan mengenai transaksi jual beli, dan kesepakatan tersebut harus diterima oleh kedua belah pihak agar menjadi sah. Jika penjual dipaksa untuk menerima harga yang tidak nyaman bagi mereka, maka praktik penetapan harga tidak dapat dirasionalkan berdasarkan keyakinan agama. Akan tetapi, jika penetapan harga itu menimbulkan keadilan bagi masyarakat secara keseluruhan, misalnya dengan melarang menjual suatu barang di atas harga resminya, maka praktek ini dibolehkan.

Kekuatan pasar penawaran dan permintaan adalah apa yang menentukan harga. Bagaimana pun tawaran itu disampaikan, selama tidak melanggar hak orang yang menerimanya, Islam tidak melarangnya. Oleh karena itu, harga ditentukan oleh permintaan di pasar dan penawaran di pasar, yang bersama-sama menciptakan titik keseimbangan antara pembeli dan vendor di mana kedua belah pihak puas dengan persyaratan kesepakatan bersama. Hal ini juga disebut sebagai firman Allah dalam ayat 29 surat An-Nisa Al-Qur'an, yang berbunyi sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya : “*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepadamu*” (QS. An-Nisa’ ayat 29)

Ayat berikut menjelaskan bahwa Allah SWT melarang umatnya memakan harta orang lain dengan cara yang batil yang tidak dibenarkan dalam syariat Islam seperti mencontek dan memanfaatkan harta orang lain. Hal ini dijelaskan oleh fakta bahwa Allah SWT melarang umatnya memakan harta orang lain. Selama kedua belah pihak puas satu sama lain dan memiliki sikap positif terhadap satu sama lain, maka dapat diterima untuk terlibat dalam urusan bisnis dengan individu lain.

b. Tujuan Penetapan Harga Jual

Penetapan harga di mana produk atau jasa ditawarkan untuk dijual memiliki dampak yang signifikan terhadap pertumbuhan perusahaan. Penetapan harga digunakan untuk mencapai tujuan perusahaan, memperoleh keuntungan dari penjualan, meningkatkan dan mengembangkan produksi produk, dan memperluas tujuan pemasaran. Dalam menentukan harga jual, ada beberapa tujuan yang perlu diperhatikan, antara lain sebagai berikut (Musfar, 2020) :

1) Mencapai Penghasilan atas Investasi

Dalam kebanyakan kasus, jumlah uang yang diperoleh dari investasi dinyatakan sebagai persentase, dan untuk merealisasikan keuntungan ini, perlu untuk menetapkan harga untuk produk yang dihasilkan dari investasi tersebut.

2) Kestabilan Harga

Hal ini dilakukan terutama dengan tujuan untuk menghindari pecahnya perang harga, yang sangat penting mengingat penurunan permintaan.

3) Mempertahankan atau Meningkatkan Bagian dalam Pasar

Jika perusahaan telah menangkap pangsa pasar yang signifikan, maka perusahaan harus berusaha untuk mempertahankan pangsa tersebut atau bahkan menumbuhkannya, selama hal itu tidak merugikan bisnis. Karena kapabilitas yang dimiliki oleh suatu organisasi akan membuatnya relatif lebih unggul dari para pesaingnya dalam memenuhi persyaratan yang ditetapkan oleh pelanggannya. (Indra & Elvina, n.d.)

4) Menghadapi atau Mencegah Persaingan

Sebuah perusahaan baru mungkin belum memiliki tujuan dalam pikiran ketika memilih harga percobaan jika mereka ingin mengetahui harga di mana mereka akan melakukan penjualan sebelum mencoba untuk bergabung dengan pasar.

5) Penetapan Harga untuk Memaksimalkan Laba

Tujuan ini berfungsi sebagai standar untuk mengukur keberhasilan perusahaan karena profitabilitas perusahaan sangat penting untuk kelangsungan hidupnya.

c. Penetapan Harga Jual dengan Metode *Cost Plus Pricing*

Penetapan harga mengacu pada proses penentuan harga jual suatu barang. Jika harga barang digelembungkan ke tingkat yang tidak wajar, maka akan berdampak negatif pada penjualan. Potensi keuntungan yang bisa diperoleh penjual dari kesepakatan akan berkurang jika harga ditetapkan terlalu rendah. Penentuan harga di masa lalu termasuk negosiasi antara pembeli dan penjual. Pembeli akan menempatkan tawaran di bawah apa yang mereka siap bayar, sementara penjual akan dibayar lebih dari yang mereka harapkan.

Salah satu teknik yang digunakan untuk menentukan harga jual adalah dengan pendekatan cost-plus pricing. Ketika menetapkan harga produk menggunakan pendekatan biaya plus, keuntungan yang diproyeksikan ditambahkan ke seluruh biaya produksi dan pemasaran produk di masa depan untuk menentukan harga jual. Dengan menggunakan strategi ini, produsen atau pengecer akan menetapkan harga di mana satu unit barang akan dijual, dan kemudian menambahkan jumlah yang cukup untuk memperhitungkan margin keuntungan yang diinginkan. Istilah "margin" mengacu pada jumlah keuntungan yang diinginkan dalam kaitannya dengan ide ini. Rumus berikut dapat digunakan untuk menghitung harga yang didasarkan pada biaya ditambah markup tambahan:

$$\text{Harga Jual} = \text{Biaya Total} + \text{Markup}$$

Harga yang telah ditentukan akan dapat menutupi semua biaya yang dikeluarkan selama proses produksi dan menghasilkan keuntungan sesuai dengan keinginan perusahaan jika harga jual dihitung dengan menggunakan metode ini. Ini akan memungkinkan harga ditentukan terlebih dahulu.

B. Penelitian Terdahulu

Selama melakukan penelitian, penulis tidak diragukan lagi telah menemukan penelitian-penelitian sebelumnya yang telah menjadi bahan referensi atau sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian yang masih akan dilakukan. Berikut ini adalah daftar beberapa referensi yang dijadikan referensi:

Tabel.2.4. Penelitian Terdahulu

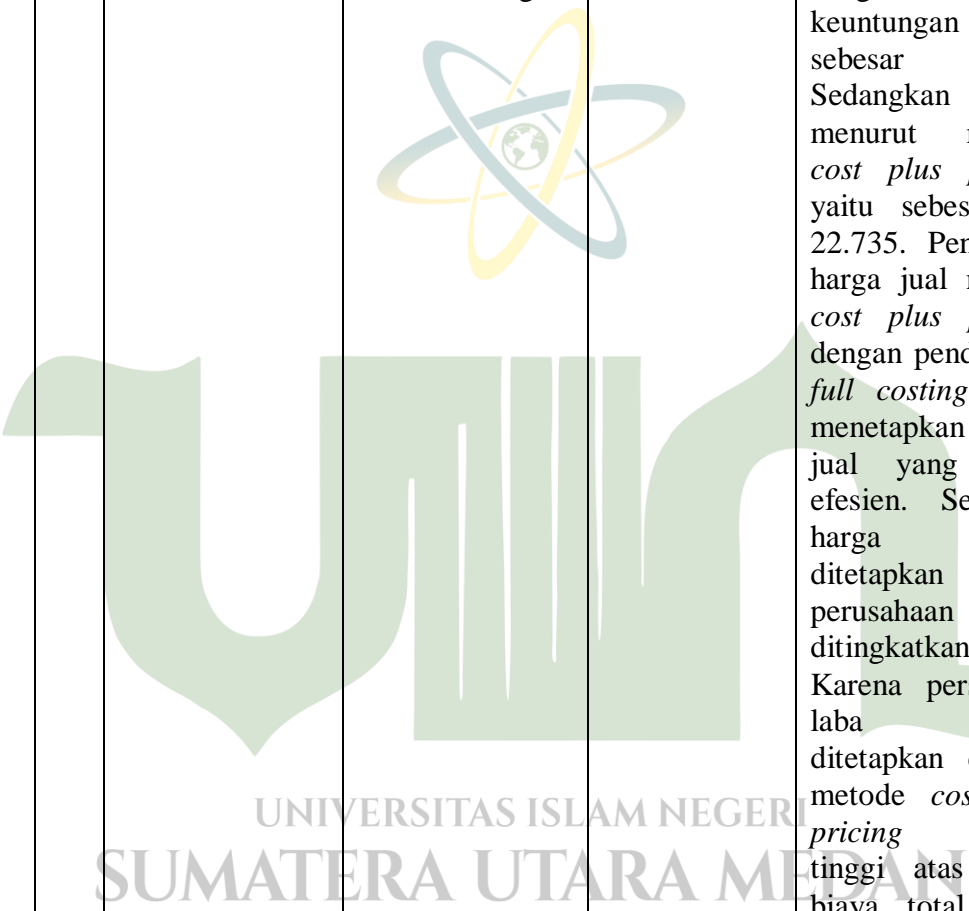
No	Nama Peneliti (Tahun)	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Shepti Cahya Luvita (2021)	Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode <i>Full Costing</i> Sebagai Dasar Dalam Menentukan Harga Jual Dengan Metode <i>Cost Plus Pricing</i> (Di Pt Tapani Makmur Abadi)	Kuantitatif Deskriptif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode <i>full costing</i> memiliki keunggulan dibandingkan dengan metode yang ditetapkan oleh perusahaan. Sehingga perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode <i>full costing</i> akan mempengaruhi dalam penetapan harga jual. Pada penetapan harga jual perusahaan masih belum memiliki metode dalam menentukan harga jual produknya. Oleh karena itu, penetapan harga jual menggunakan metode <i>cost plus pricing</i> melalui pendekatan metode <i>full costing</i> memiliki keunggulan, karena harga jual yang ditetapkan dengan metode <i>cost plus pricing</i>


				lebih menguntungkan dibandingkan dengan metode perusahaan.
2.	Riyan Hidayatullah (2019)	Penentuan Harga Pokok Produksi Dengan Menggunakan Metode <i>Full Costing</i> Pada UD Sumber Rejeki Kepanjen	Kuantitatif Deskriptif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam penghitungan UD Sumber Rejeki, biaya produksi antara tahu putih dan tahu kuning tidak dipisah, sedangkan seharusnya pada tahu kuning terdapat penambahan biaya dalam pemrosesannya seperti. Kemudian dalam penghitungan HPP, UD. Sumber Rejeki belum memasukkan unsur BOP tetap yang berupa penyusutan gedung dan mesin.
3.	Dian Purnama (2017)	Perhitungan Harga Pokok Produksi Dalam Menentukan Harga Jual Melalui Metode <i>Cost Plus Pricing</i> Dengan Pendekatan <i>Full Costing</i> (Studi Pada Pt. Prima Istiqamah Sejahtera Di Makassar)	Kuantitatif Deskriptif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penentuan harga jual metode <i>cost plus pricing</i> dengan pendekatan <i>full costing</i> dapat menetapkan harga jual yang lebih efisien. Sehingga harga yang ditetapkan perusahaan dapat diturunkan, Karena persentase laba

				yang ditetapkan dengan metode <i>cost plus pricing</i> cukup tinggi atas dasar biaya total (total harga pokok produksi) per unit produk yang dihasilkan perusahaan
4.	Yunita Sari (2018)	Analisis Penentuan Harga Jual Dengan Metode <i>Cost Plus Pricing</i> Dan Pengaruhnya Terhadap Laba Yang Dihasilkan Pada UD Maju	Kuantitatif Deskriptif	Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa penetapan harga jual yang selama ini dilakukan oleh UD Maju belum tepat. Harga jual yang ditetapkan UD Maju untuk produk kursi betawi sebesar Rp. 850.000,-/set sedangkan berdasarkan perhitungan yang penulis lakukan menggunakan metode <i>cost plus pricing</i> dengan pendekatan <i>full costing</i> sebesar Rp. 884.020,-/set. Laba bersih yang diperoleh UD Maju dengan metode perusahaan sebesar Rp. 5.565.624,- sedangkan dengan menggunakan metode <i>cost plus pricing</i> dengan pendekatan <i>full costing</i> sebesar Rp.

				14.860.344,-.
5.	Nur Aftahira (2019)	Analisis Penentuan harga Pokok Produksi Dan Harga Jual Pada PT.Kemilau Bintang Timur Kabupaten Lawu	Kualitatif Deskriptif	Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa dalam proses produksi, perusahaan sudah menggunakan metode <i>full costing</i> . Namun, dalam menghitung biaya <i>overhead</i> masih kurang tepat karena belum memasukkan beberapa unsur kedalam perhitungan seperti biaya penyusutan mesin dan sebagainya. Dalam penentuan harga jual, perusahaan hanya melihat harga pasaran yang berlaku sehingga terjadi tawar menawar antara perusahaan dan induk market.
6.	Anggun Citra Oktaviani (2019)	Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Dengan Metode <i>Full Costing</i> (Studi Kasus Pada Cv. Lestari Albasia Mandiri)	Kualitatif Deskriptif	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penentuan harga pokok produksi pada CV. Lestari Albasia Mandiri masih kurang tepat dalam melakukan penggolongan biaya ke dalam komponen biaya produksi, sehingga menyebabkan

				<p>pembebanan biaya yang kurang tepat. Yaitu biaya yang seharusnya dikelompokkan ke dalam biaya produksi, tetapi oleh perusahaan dikelompokkan ke dalam biaya non produksi. Sehingga hasil perhitungan harga pokok produksi dengan metode <i>full costing</i> lebih tinggi dibanding perhitungan menurut perusahaan. Selisih perhitungan harga pokok produksi yaitu sebesar Rp 675.162.000.</p>
7.	Sumawati (2020)	<p>Analisis Harga Pokok Produksi Dalam Menentukan Harga Jual Produk Keripik Singkong Melalui Metode <i>Cost Plus Pricing</i> (Studi Kasus UKM Qobidh Kota Tarakan)</p>	Kuantitatif Deskriptif	<p>Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Keuntungan yang diperoleh dari selisih Harga Pokok Produksi (HPP) dengan Harga Jual (HJ) produk kripik singkong di UKM Qobidh sebesar Rp. 14.197 per kilo atau Rp. 3.550 per bungkus (250 gram). Hal ini berarti $HJ > HPP$ yang artinya usaha produksi produk keripik singkong di UKM Qobidh untung.</p>

8.	Imam Ardiansyah (2019)	<p>Penghitungan Harga Pokok Produksi Dalam Menentukan Harga Jual Melalui Metode <i>Cost Plus Pricing</i> Di Rumah Makan Ayam Geprek Istimewa Bogor</p> 	Kuantitatif Deskriptif	<p>Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Harga jual untuk ayam geprek perpersi berdasarkan hasil perhitungan manajemen yaitu sebesar Rp 18.900 dengan tingkat keuntungan sebesar 40%. Sedangkan menurut metode <i>cost plus pricing</i> yaitu sebesar Rp 22.735. Penentuan harga jual metode <i>cost plus pricing</i> dengan pendekatan <i>full costing</i> dapat menetapkan harga jual yang lebih efisien. Sehingga harga yang ditetapkan perusahaan dapat ditingkatkan, Karena persentase laba yang ditetapkan dengan metode <i>cost plus pricing</i> cukup tinggi atas dasar biaya total (total harga pokok produksi) per unit produk yang dihasilkan manajemen.</p>
9.	Desliane Wauran (2016)	<p>Analisis Penentuan Harga Pokok Produk Dan</p>	Kualitatif deskriptif	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga pokok produksi</p>

		<p>Penerapan Cost Plus Pricing Method Dalam Rangka Penetapan Harga Jual Pada Rumah Makan Soto Rusuk Ko' Petrus Cabang Megamas</p> 		<p>dengan metode <i>full costing</i> lebih tinggi daripada <i>variable costing</i>. Dan untuk harga jual yang ditetapkan oleh pemilik saat ini bukanlah harga yang menguntungkan jika dibandingkan dengan metode <i>cost plus pricing</i> maka itu harga jual akan lebih tepat jika si pemilik usaha memakai metode <i>cost plus pricing</i>.</p>
10.	Novi Mardian Nikmawati (2019)	<p>Perhitungan Harga Pokok Produksi Dalam Menentukan Harga Jual Melalui Metode <i>Cost Plus Pricing</i> Dengan Pendekatan <i>Full Costing</i> Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Lumintu Lestari Kediri</p>	Kualitatif Deskriptif	<p>Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa Metode penentuan harga jual <i>cost plus pricing</i> dengan pendekatan <i>full costing</i> memberikan hasil perhitungan yang lebih akurat dibandingkan perhitungan yang dilakukan perusahaan. Namun untuk dapat bersaing dengan produk sejenis yang memiliki harga jual yang lebih rendah, perusahaan harus mengambil kebijakan efisiensi biaya atau pengurangan</p>

				margin sehingga harga jual yang terbentuk tidak terlalu tinggi.
--	--	--	--	---

Dilihat dari uraian diatas, terdapat persamaan dan perbedaan antara penelitian yang ingin penulis teliti dengan penelitian sebelumnya. Pada penelitian yang dilakukan oleh Cahya Luvita (2021), persamaannya adalah sama-sama menghitung harga pokok produksi dengan metode *full costing* dan menentukan harga jual dengan metode *cost plus pricing*. Sedangkan perbedaannya adalah pada penelitian sebelumnya menggunakan metode kuantitatif sedangkan pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif. (Luvita, 2021)

Pada penelitian yang dilakukan oleh Riyan Hidayatullah (2019), persamaannya adalah sama-sama menghitung harga pokok produksi dengan metode *full costing*. Sedangkan perbedaannya adalah pada penelitian sebelumnya menggunakan metode kuantitatif sedangkan pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan pada penelitian ini menghitung harga jualnya dengan menggunakan metode *cost plus pricing*.(Hidayatullah, 2019)

Pada penelitian yang dilakukan oleh Dian Purnama (2017), persamaannya adalah sama-sama menghitung harga pokok produksi dengan metode *full costing* dan menentukan harga jual dengan metode *cost plus pricing*. Sedangkan perbedaannya adalah pada penelitian sebelumnya menggunakan metode kuantitatif sedangkan pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif.(Purnama, 2017)

Pada penelitian yang dilakukan oleh Yunita Sari (2018), persamaannya adalah sama-sama menghitung harga pokok produksi dengan metode *full costing* dan menentukan harga jual dengan metode *cost plus pricing*. Sedangkan perbedaannya adalah pada penelitian sebelumnya menggunakan metode kuantitatif sedangkan pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif.(Y. Sari, 2018)

Pada penelitian yang dilakukan oleh Nur Aftahira (2019), persamaannya adalah sama-sama menghitung harga pokok produksi dengan metode *full costing*. Sedangkan perbedaannya adalah pada penelitian sebelumnya menggunakan metode kuantitatif sedangkan pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan pada penelitian ini menghitung harga jualnya dengan menggunakan metode *cost plus pricing*.(Aftahira, 2019)

Pada penelitian yang dilakukan oleh Anggun Citra Oktaviani (2019), persamaannya adalah sama-sama menghitung harga pokok produksi dengan metode *full costing*. Sedangkan perbedaannya adalah pada penelitian sebelumnya menggunakan metode kuantitatif sedangkan pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan pada penelitian ini menghitung harga jualnya dengan menggunakan metode *cost plus pricing*.(Oktaviani, 2019)

Pada penelitian yang dilakukan oleh Sumawati (2020), persamaannya adalah sama-sama menghitung harga pokok produksi dengan metode *full costing* dan menentukan harga jual dengan metode *cost plus pricing*. Sedangkan perbedaannya adalah pada penelitian sebelumnya menggunakan metode kuantitatif sedangkan pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif.(Sumawati, 2020)

Pada penelitian yang dilakukan oleh Imam Ardansyah (2019), persamaannya adalah sama-sama menghitung harga pokok produksi dengan metode *full costing* dan menentukan harga jual dengan metode *cost plus pricing*. Sedangkan perbedaannya adalah pada penelitian sebelumnya menggunakan metode kuantitatif sedangkan pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif.(Ardiansyah, 2019)

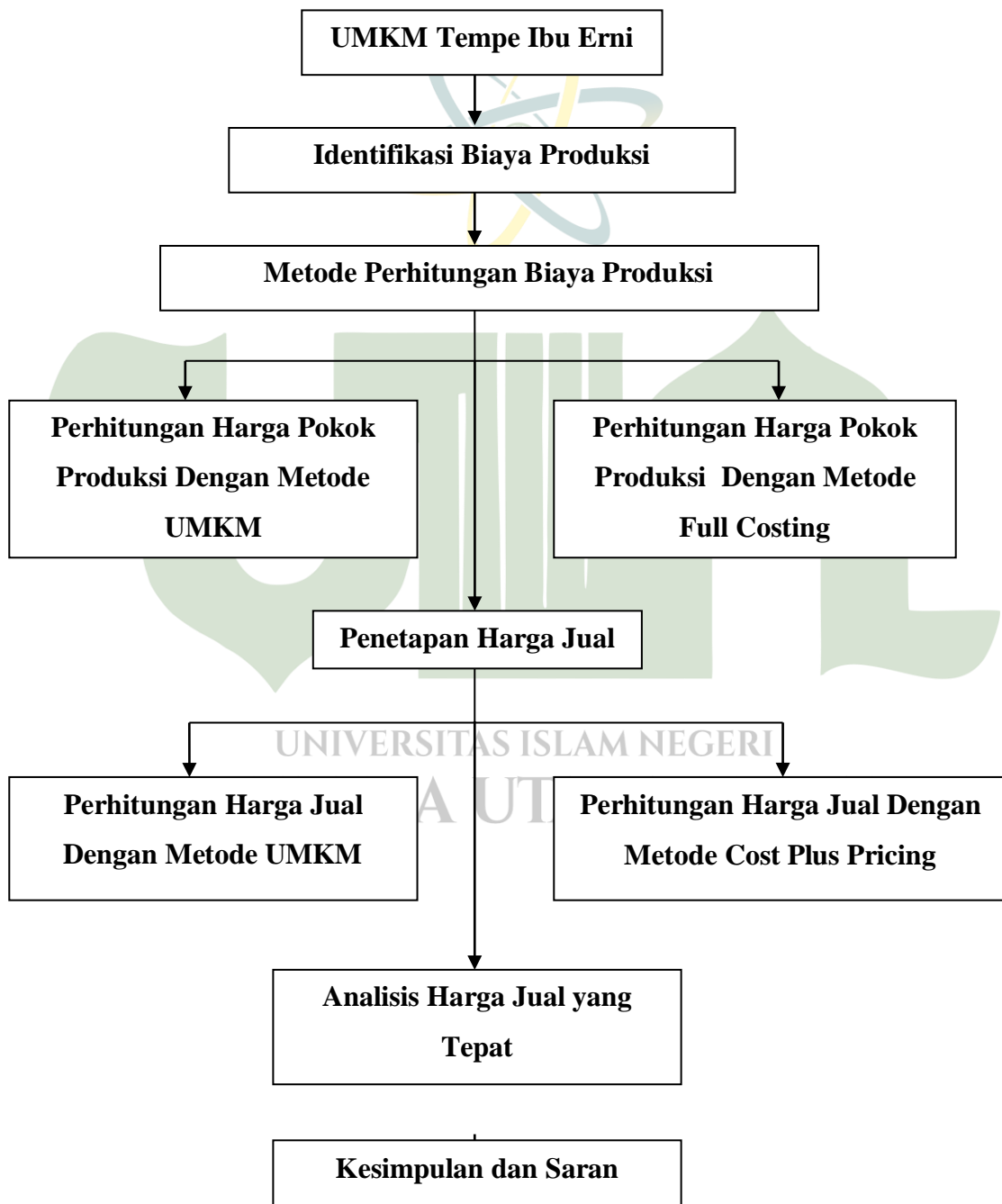
Pada penelitian yang dilakukan oleh Desliane Wauran (2016), persamaannya adalah sama-sama menghitung harga pokok produksi dengan metode *full costing* dan menentukan harga jual dengan metode *cost plus pricing* serta menggunakan metode kualitatif. Sedangkan perbedaannya adalah terletak pada tempat penelitannya.(Wauran, 2016)

Pada penelitian yang dilakukan oleh Novi Mardian Nikmawati (2019), persamaannya adalah sama-sama menghitung harga pokok produksi dengan

metode *full costing*. Sedangkan perbedaannya adalah pada penelitian sebelumnya menggunakan metode kuantitatif sedangkan pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan pada penelitian ini menghitung harga jualnya dengan menggunakan metode *cost plus pricing*.(Nikmawati, 2019)

C. Kerangka Konseptual

Adapun kerangka konseptual disusun sebagai berikut :



Gambar.2.1 Kerangka Konsep

Dari gambar kerangka konseptual diatas, penelitian ini akan dilakukan pada UMKM Tempe Ibu Erni di Kabupaten Langkat, dimana UMKM ini mengolah barang mentah menjadi barang jadi yaitu mengolah kacang kedelai menjadi tempe yang siap dijual dan dipasarkan. Dalam penelitian ini, penulis akan mengidentifikasi seluruh biaya baik itu biaya produksi maupun non produksi yang meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik baik yang tetap maupun variabel. Setelah itu, peneliti akan menghitung harga pokok produksi dengan metode *full costing* dari seluruh biaya yang telah diidentifikasi sebelumnya lalu menghitung penetapan harga jual dengan metode *cost plus pricing* ditambah dengan laba yang diharapkan oleh pelaku UMKM untuk menetapkan harga jual suatu produk. Kemudian, penulis akan memberikan pandangan apakah metode *cost plus pricing* lebih tepat digunakan dalam menentukan harga jual tempe tersebut atau tidak. Setelah itu penulis menarik kesimpulan dan saran mengenai hasil dari penelitian ini.