



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 5 Nomor 3 Tahun 2025 Page 5434-5450

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

## Analisis Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode Full Costing Pada Toko Budi Stiker

Rifki Hairul Amri<sup>1✉</sup>, Khairul Anwar<sup>2</sup>, Siti Laila Yusro<sup>3</sup>, Habim Wira Bimantara<sup>4</sup>

Universitas Pembangunan Pancabudi Medan

Email: [rifkykhairul8@gmail.com](mailto:rifkykhairul8@gmail.com)<sup>1✉</sup>

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penentuan harga pokok produksi stiker cutting menggunakan metode full costing pada Toko Budi Stiker yang berlokasi di Jl. Masjid No. 126 Medan Barat. Toko ini sudah beroperasi sejak tahun 2014, bergerak dalam bidang percetakan stiker cutting dan penjualan berbagai bahan stiker serta aksesoris motor. Selama ini, penetapan harga jual produk dilakukan dengan mengikuti harga pasar tanpa memperhitungkan biaya produksi yang sebenarnya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Data diperoleh melalui wawancara langsung dengan kepala toko dan observasi lapangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga pokok produksi per meter stiker cutting menggunakan metode full costing adalah Rp 276.800, sedangkan harga jual yang ditetapkan toko adalah Rp 300.000 per meter. Selisih antara kedua harga tersebut menghasilkan margin keuntungan sebesar Rp 23.200 atau 8,4%. Penelitian ini merekomendasikan agar Toko Budi Stiker menerapkan perhitungan harga pokok produksi yang tepat untuk meningkatkan efisiensi operasional dan profitabilitas usaha.

Kata Kunci: *Harga Pokok Produksi, Full Costing, Stiker Cutting, Percetakan, UMKM*

## Abstract

This study aims to analyze the determination of the production cost of cutting stickers using the full costing method at the Budi Stiker Store located at Jl. Mesjid No. 126 Medan Barat. This store has been operating since 2014, engaged in the printing of cutting stickers and the sale of various sticker materials and motorcycle accessories. So far, the determination of the selling price of the product is done by following the market price without taking into account the actual production costs. The method used in this study is descriptive analysis with a quantitative approach. Data were obtained through direct interviews with the shop manager and field observations. The results of the study showed that the production cost per meter of cutting stickers using the full costing method was IDR 276,800, while the selling price set by the store was IDR 300,000 per meter. The difference between the two prices resulted in a profit margin of IDR 23,200 or 8.4%. This study recommends that the Budi Stiker Store implement the right calculation of production costs to improve operational efficiency and business profitability.

*Keywords: Production Cost, Full Costing, Cutting Stickers, Printing, UMKM*

## PENDAHULUAN

Industri percetakan di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup signifikan seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan produk-produk grafis untuk berbagai keperluan. Salah satu segmen industri percetakan yang berkembang pesat adalah percetakan stiker cutting, yang banyak digunakan untuk keperluan branding, dekorasi kendaraan, dan promosi bisnis. Toko Budi Stiker merupakan salah satu usaha kecil menengah yang bergerak dalam bidang percetakan stiker cutting dan penjualan aksesoris motor yang berlokasi di Jl. Mesjid No. 126 Medan Barat.

Dalam menjalankan usahanya, Toko Budi Stiker menghadapi tantangan dalam penentuan harga jual produk yang kompetitif namun tetap menguntungkan. Selama ini, penetapan harga jual dilakukan dengan cara mengikuti harga pasar tanpa melakukan perhitungan yang detail terhadap biaya produksi yang sebenarnya. Pendekatan ini dapat menimbulkan risiko kerugian atau penetapan harga yang tidak optimal, sehingga berpotensi mengurangi daya saing dan profitabilitas usaha.

Harga pokok produksi merupakan komponen fundamental dalam penentuan harga jual produk. Tanpa perhitungan yang akurat terhadap seluruh biaya yang terlibat dalam proses produksi, perusahaan akan kesulitan dalam menentukan margin keuntungan yang wajar dan sustainable. Hal ini menjadi semakin penting mengingat persaingan yang ketat dalam industri percetakan, di mana efisiensi biaya menjadi kunci keberhasilan bisnis.

Metode full costing merupakan salah satu pendekatan yang dapat digunakan untuk menghitung harga pokok produksi secara komprehensif. Metode ini mempertimbangkan

semua komponen biaya yang terlibat dalam proses produksi, baik biaya langsung maupun biaya tidak langsung. Penerapan metode full costing diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih akurat mengenai biaya produksi sebenarnya, sehingga dapat mendukung pengambilan keputusan yang lebih baik dalam penetapan harga jual.

### Konsep Harga Pokok Produksi

Harga pokok produksi merupakan totalitas biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan suatu produk dalam periode tertentu. Konsep ini menjadi dasar fundamental dalam akuntansi biaya dan manajemen keuangan perusahaan manufaktur. Mulyadi (2015) mendefinisikan harga pokok produksi sebagai pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang untuk memperoleh aktiva yang berguna bagi perusahaan di masa yang akan datang.

Pentingnya perhitungan harga pokok produksi yang akurat tidak dapat diabaikan dalam konteks pengelolaan bisnis modern. Harga pokok produksi berfungsi sebagai dasar penentuan harga jual, evaluasi efisiensi produksi, pengendalian biaya, dan pengambilan keputusan strategis lainnya. Tanpa informasi yang tepat mengenai harga pokok produksi, perusahaan akan menghadapi kesulitan dalam mempertahankan daya saing dan mencapai profitabilitas yang optimal.

Dalam industri percetakan, perhitungan harga pokok produksi memiliki kompleksitas tersendiri karena melibatkan berbagai jenis biaya yang bervariasi tergantung pada jenis produk, volume produksi, dan spesifikasi teknis yang diminta pelanggan. Karakteristik industri ini menuntut pendekatan yang sistematis dan komprehensif dalam mengidentifikasi dan mengalokasikan seluruh komponen biaya produksi.

### Komponen Harga Pokok Produksi

Harga pokok produksi terdiri dari tiga komponen utama yang secara tradisional dikenal dalam akuntansi biaya. Pemahaman yang mendalam terhadap ketiga komponen ini sangat penting untuk memastikan akurasi perhitungan dan kelengkapan informasi biaya.

### Biaya Bahan Baku

Biaya bahan baku merupakan biaya untuk memperoleh bahan-bahan yang akan diubah menjadi produk jadi dan pemakaiannya dapat diidentifikasi atau diikuti jejaknya pada produk tertentu. Dalam konteks percetakan stiker cutting, biaya bahan baku mencakup biaya stiker metalik, masking tape, dan bahan-bahan lain yang secara langsung digunakan dalam proses produksi.

Karakteristik utama biaya bahan baku adalah dapat diidentifikasi secara langsung dengan produk yang dihasilkan dan jumlahnya berubah secara proporsional dengan volume produksi. Pengendalian biaya bahan baku menjadi krusial karena seringkali merupakan komponen terbesar dalam struktur biaya produksi.

### Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja langsung adalah biaya tenaga kerja yang terlibat langsung dalam proses konversi bahan baku menjadi produk jadi dan dapat diidentifikasi secara langsung dengan produk tertentu. Dalam industri percetakan, biaya ini mencakup upah operator mesin cutting, desainer grafis, dan pekerja lain yang terlibat langsung dalam proses produksi.

Perhitungan biaya tenaga kerja langsung memerlukan analisis yang cermat terhadap jam kerja efektif, tingkat produktivitas, dan alokasi waktu untuk setiap jenis produk. Hal ini menjadi tantangan tersendiri dalam industri percetakan yang seringkali memproduksi berbagai jenis produk dengan kompleksitas yang berbeda-beda.

### Biaya Overhead Pabrik

Biaya overhead pabrik mencakup seluruh biaya produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Komponen ini meliputi biaya bahan penolong, biaya tenaga kerja tidak langsung, biaya penyusutan mesin dan peralatan, biaya listrik, biaya pemeliharaan, dan berbagai biaya tidak langsung lainnya yang mendukung proses produksi.

Kompleksitas biaya overhead terletak pada karakteristiknya yang tidak dapat diidentifikasi secara langsung dengan produk tertentu, sehingga memerlukan metode alokasi yang tepat. Pemilihan dasar alokasi yang sesuai menjadi kunci akurasi dalam perhitungan harga pokok produksi.

### Metode Full Costing

Metode full costing, yang juga dikenal sebagai absorption costing atau conventional costing, adalah sistem perhitungan harga pokok produksi yang memasukkan seluruh biaya produksi, baik yang bersifat tetap maupun variabel, ke dalam harga pokok produksi. Garrison et al. (2018) menjelaskan bahwa metode ini mengalokasikan semua biaya manufacturing overhead, termasuk yang bersifat tetap, ke dalam unit produk yang dihasilkan.

Filosofi dasar metode full costing adalah bahwa semua biaya yang terjadi dalam proses produksi, tanpa memandang perilaku biayanya, berkontribusi terhadap penciptaan produk dan karenanya harus dibebankan kepada produk tersebut. Pendekatan ini konsisten dengan prinsip akuntansi yang berlaku umum dan sering digunakan untuk pelaporan eksternal.

#### Keunggulan Metode Full Costing

Metode full costing memiliki beberapa keunggulan yang membuatnya banyak diadopsi dalam praktik bisnis. Pertama, metode ini memberikan gambaran yang komprehensif mengenai seluruh biaya yang terlibat dalam proses produksi, sehingga mendukung penetapan harga jual yang lebih akurat. Kedua, metode ini sesuai dengan standar akuntansi keuangan yang berlaku, sehingga memudahkan dalam penyusunan laporan keuangan.

Ketiga, metode full costing memfasilitasi perbandingan profitabilitas antar produk dengan basis yang sama, karena semua produk dibebani dengan proporsi biaya overhead yang konsisten. Keempat, metode ini mendorong efisiensi dalam pemanfaatan kapasitas produksi karena biaya tetap akan terdistribusi ke lebih banyak unit jika volume produksi meningkat.

#### Keterbatasan Metode Full Costing

Meskipun memiliki keunggulan, metode full costing juga memiliki keterbatasan yang perlu dipahami. Keterbatasan utama adalah potensi distorsi dalam perhitungan harga pokok produksi akibat alokasi biaya tetap yang mungkin tidak mencerminkan konsumsi sumber daya yang sebenarnya oleh setiap produk.

Selain itu, metode ini dapat memberikan sinyal yang menyesatkan dalam pengambilan keputusan jangka pendek karena memperlakukan biaya tetap seolah-olah bersifat variabel. Hal ini dapat mengarah pada keputusan yang suboptimal dalam situasi di mana kapasitas produksi masih tersedia.

#### Penentuan Harga Jual

Penentuan harga jual merupakan salah satu keputusan strategis yang paling penting dalam manajemen bisnis. Harga jual tidak hanya menentukan tingkat profitabilitas perusahaan, tetapi juga mempengaruhi posisi kompetitif, pangsa pasar, dan keberlanjutan usaha jangka panjang. Kotler dan Armstrong (2020) menekankan bahwa penetapan harga

yang tepat memerlukan pemahaman yang mendalam terhadap biaya, permintaan pasar, persaingan, dan tujuan perusahaan.

#### Pendekatan Berbasis Biaya (Cost-Based Pricing)

Pendekatan berbasis biaya merupakan metode penetapan harga yang menggunakan informasi biaya sebagai fondasi utama. Dalam pendekatan ini, harga jual ditentukan dengan menambahkan margin keuntungan yang diinginkan ke atas harga pokok produksi atau total biaya produksi. Metode ini relatif sederhana dan memberikan jaminan bahwa seluruh biaya akan tertutupi serta margin keuntungan akan tercapai.

Keunggulan utama pendekatan berbasis biaya adalah kemudahan implementasi dan kepastian dalam pencapaian target profitabilitas. Namun, pendekatan ini juga memiliki kelemahan karena tidak mempertimbangkan faktor-faktor eksternal seperti kondisi pasar, elastisitas permintaan, dan strategi pesaing.

#### Pendekatan Berbasis Pasar (Market-Based Pricing)

Pendekatan berbasis pasar menentukan harga jual berdasarkan kondisi pasar, termasuk harga yang ditetapkan pesaing, persepsi nilai pelanggan, dan kekuatan permintaan dan penawaran. Metode ini lebih responsif terhadap dinamika pasar dan dapat menghasilkan penetapan harga yang lebih kompetitif.

Implementasi pendekatan berbasis pasar memerlukan riset pasar yang mendalam dan pemantauan yang berkelanjutan terhadap perubahan kondisi eksternal. Meskipun dapat menghasilkan harga yang lebih kompetitif, pendekatan ini juga mengandung risiko bahwa harga yang ditetapkan mungkin tidak mencukupi untuk menutupi seluruh biaya produksi.

#### Industri Percetakan dan Karakteristiknya

Industri percetakan memiliki karakteristik unik yang membedakannya dari industri manufaktur lainnya. Karakteristik ini berpengaruh signifikan terhadap perhitungan harga pokok produksi dan strategi penetapan harga jual. Pemahaman yang mendalam terhadap karakteristik industri percetakan menjadi prasyarat untuk implementasi sistem akuntansi biaya yang efektif.

#### Variabilitas Produk dan Customization

Industri percetakan dicirikan oleh tingkat variabilitas produk yang tinggi dan orientasi yang kuat terhadap customization. Setiap pesanan seringkali memiliki spesifikasi yang unik dalam hal desain, ukuran, bahan, dan finishing. Karakteristik ini menimbulkan tantangan dalam standarisasi proses produksi dan perhitungan biaya yang akurat.

Tingkat customization yang tinggi juga berarti bahwa economies of scale mungkin sulit dicapai untuk produk-produk tertentu. Hal ini mempengaruhi struktur biaya dan memerlukan pendekatan yang fleksibel dalam perhitungan harga pokok produksi.

#### Intensitas Teknologi dan Peralatan

Industri percetakan modern sangat bergantung pada teknologi dan peralatan yang canggih. Investasi dalam mesin cutting, printer digital, dan perangkat lunak desain memerlukan biaya yang substansial dan menciptakan struktur biaya tetap yang signifikan.

Penyusutan peralatan dan biaya pemeliharaan menjadi komponen penting dalam biaya overhead pabrik. Pemanfaatan kapasitas produksi yang optimal menjadi krusial untuk mengoptimalkan alokasi biaya tetap ini.

## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan penerapan metode full costing pada Toko Budi Stiker secara mendalam. Studi kasus dipilih sebagai strategi penelitian karena penelitian ini fokus pada satu unit analisis spesifik, yaitu Toko Budi Stiker, dengan tujuan memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai praktik penentuan harga pokok produksi yang diterapkan.

### Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah Toko Budi Stiker yang berlokasi di Jl. Mesjid No. 126 Medan Barat. Toko ini merupakan usaha percetakan stiker cutting yang juga menjual berbagai bahan stiker dan aksesoris motor. Pemilihan Toko Budi Stiker sebagai objek penelitian didasarkan pada beberapa pertimbangan, yaitu toko ini telah beroperasi dalam bidang percetakan stiker cutting, memiliki proses produksi yang jelas, dan bersedia memberikan data yang diperlukan untuk kepentingan penelitian.

### Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui wawancara langsung dengan kepala Toko Budi Stiker. Wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai proses produksi, struktur biaya, volume produksi, dan kebijakan penetapan harga jual yang diterapkan selama ini. Data yang dikumpulkan mencakup data primer berupa

informasi langsung dari narasumber dan data sekunder berupa dokumen pendukung yang tersedia.

Wawancara dilakukan dengan menggunakan pedoman wawancara yang telah disiapkan sebelumnya untuk memastikan informasi yang diperoleh sesuai dengan kebutuhan penelitian. Selain itu, observasi langsung juga dilakukan untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai proses produksi dan aktivitas operasional yang dilakukan di Toko Budi Stiker.

#### Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode full costing untuk menghitung harga pokok produksi stiker cutting. Langkah-langkah analisis yang dilakukan meliputi identifikasi dan klasifikasi biaya produksi, perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode full costing, dan perbandingan antara harga jual yang ditetapkan toko dengan harga yang dihitung berdasarkan metode full costing.

Proses analisis dimulai dengan mengidentifikasi seluruh komponen biaya yang terlibat dalam proses produksi stiker cutting. Biaya-biaya tersebut kemudian diklasifikasikan sesuai dengan kategori dalam metode full costing. Setelah itu, dilakukan perhitungan harga pokok produksi per meter dengan mempertimbangkan volume produksi yang diasumsikan sebesar 200 meter per bulan.

#### Tahap 1: Perhitungan Harga Pokok Produksi per Unit

Perhitungan dilakukan dengan formula:

$$\text{HPP per Unit} = (\text{Biaya Bahan Baku per Unit}) + (\text{Biaya Tenaga Kerja Langsung per Unit}) + (\text{Biaya Overhead Pabrik per Unit})$$

#### Tahap 2: Analisis Perbandingan

Perbandingan dilakukan antara:

- Harga pokok produksi hasil perhitungan metode full costing
- Harga jual yang ditetapkan toko saat ini Margin keuntungan yang diperoleh

#### Tahap 3: Interpretasi dan Rekomendasi

Hasil analisis diinterpretasikan untuk memberikan rekomendasi perbaikan dalam penetapan harga jual dan pengendalian biaya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Gambaran Umum Toko Budi Stiker

Toko Budi Stiker merupakan usaha keluarga yang telah beroperasi selama lebih dari 5 tahun di Medan Barat. Toko ini berlokasi strategis di Jl. Masjid No. 126, yang merupakan area dengan akses mudah bagi pelanggan dari berbagai wilayah di Medan. Lokasi ini dipilih karena dekat dengan pusat perdagangan dan memiliki visibilitas yang baik dari jalan utama.

Bisnis utama toko ini adalah layanan percetakan stiker cutting untuk berbagai keperluan, mulai dari stiker nama, logo perusahaan, hiasan kendaraan, hingga stiker promosi. Selain jasa percetakan, toko ini juga menjual berbagai bahan stiker dan aksesoris motor sebagai diversifikasi produk untuk meningkatkan revenue stream.

Toko Budi Stiker mengoperasikan satu unit mesin cutting plotter yang dapat menangani berbagai jenis bahan stiker dengan ketebalan dan karakteristik yang berbeda. Kapasitas produksi harian rata-rata mencapai 15-20 meter stiker, tergantung pada kompleksitas desain dan jenis bahan yang digunakan.

### Struktur Organisasi dan Tenaga Kerja

Toko ini dikelola dengan struktur organisasi yang sederhana namun efektif. Kepala toko bertanggung jawab atas manajemen operasional, hubungan pelanggan, dan pengambilan keputusan strategis. Satu orang karyawan tetap menangani operasi mesin cutting, finishing, dan quality control produk.

Pembagian tugas yang jelas antara kepala toko dan karyawan memungkinkan efisiensi operasional yang optimal. Kepala toko fokus pada aspek bisnis dan pelayanan pelanggan, sementara karyawan berkonsentrasi pada aspek teknis produksi untuk memastikan kualitas output yang konsisten.

### Identifikasi Komponen Biaya Produksi

Berdasarkan wawancara dan observasi lapangan, komponen biaya produksi Toko Budi Stiker dapat diidentifikasi dan diklasifikasikan sebagai berikut:

#### Biaya Bahan Baku Langsung

Biaya bahan baku langsung merupakan komponen terbesar dalam struktur biaya produksi. Komponen ini terdiri dari:

1. Stiker Cutting Metalik
  - Harga: Rp 1.600.000 per rol
  - Ukuran: 60 cm x 5.000 cm per rol

- Yield: 50 meter per rol (ukuran 60x100 cm)
- Biaya per meter:  $\text{Rp } 1.600.000 \div 50 = \text{Rp } 32.000$

## 2. Masking Tape

- Harga: Rp 550.000 per rol
- Ukuran: 60 cm x 5.000 cm per rol
- Yield: 50 meter per rol (ukuran 60x100 cm)
- Biaya per meter:  $\text{Rp } 550.000 \div 50 = \text{Rp } 11.000$

Total biaya bahan baku langsung per meter =  $\text{Rp } 32.000 + \text{Rp } 11.000 = \text{Rp } 43.000$  Biaya  
Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja langsung dihitung berdasarkan gaji karyawan yang terlibat langsung dalam proses produksi:

- Gaji karyawan per bulan: Rp 3.800.000 • Hari kerja per bulan: 26 hari
- Jam kerja per hari: 8 jam
- Total jam kerja per bulan:  $26 \times 8 = 208$  jam
- Tarif per jam:  $\text{Rp } 3.800.000 \div 208 = \text{Rp } 18.269$

Berdasarkan observasi lapangan, waktu yang dibutuhkan untuk memproduksi 1 meter stiker cutting (termasuk persiapan, cutting, dan finishing) adalah sekitar 0,5 jam.

Biaya tenaga kerja langsung per meter =  $0,5 \text{ jam} \times \text{Rp } 18.269 = \text{Rp } 9.135$  Biaya Overhead  
Pabrik

Biaya overhead pabrik mencakup seluruh biaya tidak langsung yang mendukung proses produksi:

### 1. Biaya Listrik

- Biaya per bulan: Rp 800.000
- Estimasi konsumsi untuk produksi: 70% dari total
- Biaya listrik produksi per bulan:  $\text{Rp } 800.000 \times 70\% = \text{Rp } 560.000$

### 2. Biaya Air

- Biaya per bulan: Rp 500.000
- Estimasi konsumsi untuk produksi: 30% dari total
- Biaya air produksi per bulan:  $\text{Rp } 500.000 \times 30\% = \text{Rp } 150.000$

### 3. Biaya Internet

- Biaya per bulan: Rp 300.000
- Digunakan untuk download desain dan komunikasi dengan pelanggan • Alokasi untuk produksi: 80% dari total

- Biaya internet produksi per bulan:  $\text{Rp } 300.000 \times 80\% = \text{Rp } 240.000$

#### 4. Biaya Penyusutan Peralatan

- Nilai mesin cutting:  $\text{Rp } 25.000.000$  (estimasi) • Umur ekonomis: 5 tahun
- Penyusutan per tahun:  $\text{Rp } 25.000.000 \div 5 = \text{Rp } 5.000.000$  • Penyusutan per bulan:  $\text{Rp } 5.000.000 \div 12 = \text{Rp } 416.667$

Total biaya overhead pabrik per bulan =  $\text{Rp } 560.000 + \text{Rp } 150.000 + \text{Rp } 240.000 + \text{Rp } 416.667 = \text{Rp } 1.366.667$

Kapasitas produksi rata-rata per bulan berdasarkan informasi dari kepala toko adalah 400 meter stiker. Biaya overhead pabrik per meter =  $\text{Rp } 1.366.667 \div 400 = \text{Rp } 3.417$

#### Perhitungan Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode Full Costing

Berdasarkan identifikasi dan perhitungan komponen biaya di atas, harga pokok produksi per meter stiker cutting menggunakan metode full costing dapat dihitung sebagai berikut:

##### Perhitungan Detail per Meter Stiker (60x100 cm):

Komponen Biaya	Perhitungan	Jumlah (Rp)
Biaya Bahan Baku Langsung:		
• Stiker Metalik	$\text{Rp } 1.600.000 \div 50 \text{ meter}$	32.000
• Masking Tape	$\text{Rp } 550.000 \div 50 \text{ meter}$	11.000
Subtotal Bahan Baku		43.000
Biaya Tenaga Kerja Langsung:		
• Upah Karyawan	$0,5 \text{ jam} \times \text{Rp } 18.269/\text{jam}$	9.135
Subtotal Tenaga Kerja		9.135
Biaya Overhead Pabrik:		
• Listrik	$\text{Rp } 560.000 \div 400 \text{ meter}$	1.400
• Air	$\text{Rp } 150.000 \div 400 \text{ meter}$	375
• Internet	$\text{Rp } 240.000 \div 400 \text{ meter}$	600
• Penyusutan Mesin	$\text{Rp } 416.667 \div 400 \text{ meter}$	1.042
Subtotal Overhead		3.417
<b>TOTAL HARGA POKOK PRODUKSI</b>		<b>55.552</b>

Penyesuaian untuk Faktor Risiko dan Inefisiensi:

Dalam praktiknya, terdapat berbagai faktor yang dapat mempengaruhi biaya produksi actual, sehingga perlu dilakukan penyesuaian terhadap perhitungan teoritis di atas:

1. Waste Material (5%):  $\text{Rp } 55.552 \times 5\% = \text{Rp } 2.778$
2. Biaya Pemeliharaan dan Perbaikan:  $\text{Rp } 5.000$  per meter
3. Biaya Administrasi yang Terkait Produksi:  $\text{Rp } 3.000$  per meter
4. Buffer Fluktuasi Harga:  $\text{Rp } 55.552 \times 3\% = \text{Rp } 1.667$

Total Penyesuaian =  $\text{Rp } 2.778 + \text{Rp } 5.000 + \text{Rp } 3.000 + \text{Rp } 1.667 = \text{Rp } 12.445$

Harga Pokok Produksi yang Disesuaikan:  $\text{Rp } 55.552 + \text{Rp } 12.445 = \text{Rp } 67.997$  (dibulatkan menjadi  $\text{Rp } 68.000$  per meter)

Perhitungan Harga Pokok Produksi untuk Volume Besar (200 Meter)

Untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif, berikut dilakukan perhitungan harga pokok produksi untuk produksi dalam volume besar yaitu 200 meter dengan ukuran  $60 \times 20.000$  cm:

Analisis Kebutuhan Bahan:

- Total panjang yang dibutuhkan: 200 meter
- Ukuran per rol stiker metalik:  $60 \text{ cm} \times 5.000 \text{ cm}$  (50 meter) • Jumlah rol stiker metalik yang dibutuhkan:  $200 \div 50 = 4$  rol
- Jumlah rol masking yang dibutuhkan:  $200 \div 50 = 4$  rol

Perhitungan Biaya untuk 200 Meter:

Komponen Biaya	Perhitungan	Jumlah (Rp)
Biaya Bahan Baku Langsung:		
• Stiker Metalik	$4 \text{ rol} \times \text{Rp } 1.600.000$	6.400.000
• Masking Tape	$4 \text{ rol} \times \text{Rp } 550.000$	2.200.000
Subtotal Bahan Baku		8.600.000
Biaya Tenaga Kerja Langsung:		
• Waktu produksi total	$200 \text{ meter} \times 0,5 \text{ jam}$	100 jam
• Biaya tenaga kerja	$100 \text{ jam} \times \text{Rp } 18.269$	1.826.900
Subtotal Tenaga Kerja		1.826.900
Biaya Overhead Pabrik:		
• Listrik	$200 \text{ meter} \times \text{Rp } 1.400$	280.000
• Air	$200 \text{ meter} \times \text{Rp } 375$	75.000

• Internet	200 meter × Rp 600	120.000
• Penyusutan Mesin	200 meter × Rp 1.042	208.400
Subtotal Overhead		683.400
Subtotal		11.110.300
Penyesuaian:		
• Waste Material (5%)		555.515
• Pemeliharaan	200 × Rp 5.000	1.000.000
• Administrasi	200 × Rp 3.000	600.000
• Buffer (3%)		333.309
Subtotal Penyesuaian		2.488.824
TOTAL HARGA POKOK PRODUKSI		13.599.124
HARGA POKOK PER METER		67.996

#### Efisiensi Produksi Volume Besar:

Perhitungan di atas menunjukkan bahwa produksi dalam volume besar (200 meter) menghasilkan harga pokok produksi per meter yang hampir sama dengan produksi satuan, yaitu sekitar Rp 68.000 per meter. Hal ini menunjukkan bahwa:

1. Economies of Scale Terbatas: Struktur biaya yang didominasi oleh biaya variabel (bahan baku) membuat efisiensi skala tidak terlalu signifikan
2. Konsistensi Biaya: Metode full costing memberikan konsistensi perhitungan biaya untuk berbagai volume produksi
3. Predictable Costing: Perusahaan dapat dengan mudah memperkirakan total biaya produksi untuk pesanan dalam volume besar

#### Perbandingan Harga Jual dengan Harga Pokok Produksi

##### Analisis Perbandingan:

Keterangan	Jumlah (Rp)
Harga Jual Toko Budi Stiker	300.000
Harga Pokok Produksi (Full Costing)	68.000
Margin Keuntungan Kotor	232.000
Persentase Margin	77,3%

Hasil analisis menunjukkan bahwa Toko Budi Stiker memperoleh margin keuntungan kotor yang cukup tinggi sebesar Rp 232.000 per meter atau 77,3% dari harga jual. Margin yang tinggi ini mengindikasikan bahwa:

1. Posisi Kompetitif yang Kuat: Toko mampu menetapkan harga premium karena kualitas produk dan layanan yang baik
2. Efisiensi Operasional: Biaya produksi yang relatif rendah menunjukkan efisiensi dalam pengelolaan sumber daya
3. Potensi Strategi Harga: Ada ruang untuk penyesuaian harga jika diperlukan untuk meningkatkan daya saing

#### Analisis Sensitivitas Harga:

Untuk memberikan perspektif yang lebih komprehensif, dilakukan analisis sensitivitas terhadap berbagai skenario harga jual:

Harga Jual (Rp)	Margin (Rp)	Margin (%)	Interpretasi
250.000	182.000	72,8%	Sangat Menguntungkan
200.000	132.000	66,0%	Menguntungkan
150.000	82.000	54,7%	Cukup Menguntungkan
100.000	32.000	32,0%	Margin Minimal
80.000	12.000	15,0%	Risiko Tinggi

#### Evaluasi Metode Penetapan Harga Saat Ini

##### Kelebihan Pendekatan Saat Ini:

1. Simplicity: Metode mengikuti harga pasar sangat sederhana dan tidak memerlukan perhitungan yang kompleks
2. Market Responsiveness: Harga dapat dengan cepat disesuaikan dengan kondisi pasar
3. Competitive Positioning: Memudahkan positioning harga relative terhadap pesaing

##### Kelemahan Pendekatan Saat Ini:

1. Ketidakpastian Profitabilitas: Tanpa mengetahui harga pokok produksi yang akurat, sulit memastikan tingkat keuntungan yang diperoleh
2. Risiko Underpricing: Kemungkinan menetapkan harga di bawah biaya produksi saat kondisi pasar menurun
3. Keterbatasan Strategic Planning: Sulit melakukan perencanaan strategis jangka panjang tanpa informasi biaya yang akurat

4. Inefficiency Detection: Tidak dapat mengidentifikasi area-area yang memerlukan perbaikan efisiensi

#### Implikasi Manajerial

##### Untuk Pengendalian Biaya:

Hasil analisis menunjukkan bahwa biaya bahan baku merupakan komponen terbesar (63,2%) dalam struktur biaya produksi. Hal ini mengimplikasikan bahwa:

1. Fokus Pengendalian: Manajemen perlu memberikan perhatian khusus pada pengendalian biaya bahan baku
2. Supplier Management: Perlu menjalin hubungan yang baik dengan supplier untuk mendapatkan harga yang kompetitif
3. Inventory Management: Optimalisasi persediaan bahan baku untuk menghindari kerusakan dan pemborosan

##### Untuk Penetapan Harga:

1. Pricing Floor: Harga pokok produksi Rp 68.000 dapat dijadikan sebagai batas minimum penetapan harga jual
2. Competitive Advantage: Margin yang tinggi memberikan fleksibilitas untuk strategi penetrasi pasar atau promosi
3. Value-Based Pricing: Potensi untuk menerapkan pricing berdasarkan nilai yang diberikan kepada pelanggan

##### Untuk Pengembangan Bisnis:

1. Ekspansi Produk: Margin yang sehat memungkinkan investasi untuk pengembangan variasi produk
2. Market Development: Ada ruang untuk strategi penetrasi pasar melalui penyesuaian harga
3. Quality Investment: Keuntungan yang memadai dapat dialokasikan untuk peningkatan kualitas produk dan layanan.

## SIMPULAN

Analisis penerapan metode full costing pada Toko Budi Stiker menghasilkan temuan yang signifikan terkait struktur biaya dan profitabilitas usaha percetakan stiker cutting. Perhitungan komprehensif menunjukkan bahwa harga pokok produksi per meter stiker cutting berukuran 60x100 cm adalah Rp 68.000, yang terdiri dari biaya bahan baku langsung

sebesar Rp 43.000 (63,2%), biaya tenaga kerja langsung Rp 9.135 (13,4%), biaya overhead pabrik Rp 3.417 (5,0%), dan penyesuaian untuk berbagai faktor risiko sebesar Rp 12.445 (18,3%).

Perbandingan antara harga jual yang ditetapkan toko sebesar Rp 300.000 per meter dengan harga pokok produksi hasil perhitungan menunjukkan margin keuntungan kotor yang sangat baik sebesar Rp 232.000 atau 77,3%. Margin yang tinggi ini mengindikasikan bahwa Toko Budi Stiker memiliki posisi kompetitif yang kuat dan efisiensi operasional yang baik, meskipun penetapan harga selama ini dilakukan dengan mengikuti harga pasar tanpa perhitungan biaya yang detail.

Struktur biaya produksi didominasi oleh biaya bahan baku yang mencapai lebih dari 60% dari total biaya produksi. Hal ini menunjukkan bahwa pengendalian biaya bahan baku menjadi faktor krusial dalam menjaga profitabilitas dan daya saing usaha. Analisis untuk produksi volume besar (200 meter) menunjukkan konsistensi harga pokok produksi per unit, yang mengindikasikan bahwa efisiensi skala dalam bisnis ini relatif terbatas karena dominasi biaya variabel.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Blocher, E. J., Stout, D. E., & Cokins, G. (2019). *Cost Management: A Strategic Emphasis* (8th ed.). McGraw- Hill Education.
- Carter, W. K., & Usry, M. F. (2018). *Cost Accounting* (15th ed.). South-Western Cengage Learning.
- Drury, C. (2018). *Management and Cost Accounting* (10th ed.). Cengage Learning EMEA.
- Garrison, R. H., Noreen, E. W., & Brewer, P. C. (2018). *Managerial Accounting* (16th ed.). McGraw-Hill Education.
- Hansen, D. R., & Mowen, M. M. (2017). *Cornerstones of Cost Management* (4th ed.). Cengage Learning.
- Hilton, R. W., & Platt, D. E. (2017). *Managerial Accounting: Creating Value in a Dynamic Business Environment* (11th ed.). McGraw-Hill Education.
- Horngren, C. T., Datar, S. M., & Rajan, M. V. (2015). *Cost Accounting: A Managerial Emphasis* (15th ed.). Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson. Mulyadi. (2015). *Akuntansi Biaya* (Edisi 5). UPP STIM YKPN.
- Nagle, T. T., Hogan, J., & Zale, J. (2016). *The Strategy and Tactics of Pricing: A Guide to Growing More*

Profitably (6th ed.). Routledge.

Raiborn, C. A., & Kinney, M. R. (2013). *Cost Accounting: Foundations and Evolutions* (9th ed.). Cengage Learning.

Supriyono, R. A. (2018). *Akuntansi Biaya: Pengumpulan Biaya dan Penentuan Harga Pokok* (Edisi 2). BPF. Vanderbeck, E. J. (2016). *Principles of Cost Accounting* (17th ed.). Cengage Learning.

Warren, C. S., Reeve, J. M., & Duchac, J. (2018). *Managerial Accounting* (14th ed.). Cengage Learning. Zimmerman, J. L. (2017). *Accounting for Decision Making and Control* (9th ed.). McGraw-Hill Education.

Drury, C. (2018). *Management and Cost Accounting* (10th ed.). Cengage Learning EMEA.

Garrison, R. H., Noreen, E. W., & Brewer, P. C. (2018). *Managerial Accounting* (16th ed.). McGraw-Hill Education.

Hansen, D. R., & Mowen, M. M. (2017). *Cornerstones of Cost Management* (4th ed.). Cengage Learning.

Hilton, R. W., & Platt, D. E. (2017). *Managerial Accounting: Creating Value in a Dynamic Business Environment* (11th ed.). McGraw-Hill Education.

Horngren, C. T., Datar, S. M., & Rajan, M. V. (2015). *Cost Accounting: A Managerial Emphasis* (15th ed.). Prentice Hall.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson. Mulyadi. (2015). *Akuntansi Biaya* (Edisi 5). UPP STIM YKPN.

Nagle, T. T., Hogan, J., & Zale, J. (2016). *The Strategy and Tactics of Pricing: A Guide to Growing More Profitably* (6th ed.). Routledge.

Raiborn, C. A., & Kinney, M. R. (2013). *Cost Accounting: Foundations and Evolutions* (9th ed.). Cengage Learning.

Supriyono, R. A. (2018). *Akuntansi Biaya: Pengumpulan Biaya dan Penentuan Harga Pokok* (Edisi 2). BPF. Vanderbeck, E. J. (2016). *Principles of Cost Accounting* (17th ed.). Cengage Learning.

Warren, C. S., Reeve, J. M., & Duchac, J. (2018). *Managerial Accounting* (14th ed.). Cengage Learning. Zimmerman, J. L. (2017). *Accounting for Decision Making and Control* (9th ed.). McGraw-Hill Education.