

PENGGUNAAN POLA PRODUKSI DALAM MENENTUKAN HARGA JUAL MELALUI PENERAPAN METODE MARK UP (Studi kasus pada UMKM Tepung Talas RUSMAN)

Mark Up Method

Diah.Wahyuningsih & David H.M.Hasibuan

174

Program Studi Akuntansi
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesatuan Bogor, Indonesia
Email : lemlit@stiekesatuan.ac.id

ABSTRACT

The main obstacle of the inability of MSMEs to manage and develop businesses is medium or large scale, one of which is efficient production management and the determination of selling prices that are profitable and sustainable in the face of competitors. One of them is the UMKM Tepung Talas Rusman which is a producer of complementary products with a narrow market share and high price competition, so the determination of the amount of production, calculation of production costs and the determination of the right selling price is very decisive. This study aims to determine the application of production patterns, calculation of production costs and determining the right selling price by analyzing the application of the appropriate markup method in order to be able to continue to provide benefits but still able to produce competitive prices. The results of this study show that the pattern of constant production is in accordance with the current condition of MSMEs. This study also shows the calculation of the correct production costs so that an analysis of the determination of the right selling price can be done. The right mark up method with the ability to cover all production costs creates profitability but remains competitive with the ROI Pricing method. Thus MSME TTR can guarantee the profitability and sustainability of its business.

Submitted:
MAY 2018

Accepted:
OCTOBER 2018

Keywords: Production Pattern, Cost of Goods Manufactured, Mark Up Method, Selling Price

PENDAHULUAN

Pertumbuhan jumlah UMKM yang selalu diikuti dengan peningkatan jumlah UMKM yang bangkrut selalu menarik untuk dibahas dalam banyak penelitian diberbagai negara. Hasil penelitian di banyak negara menunjukkan hanya sedikit sekali UMKM yang mampu bertahan dan mampu berkembang menjadi skala medium dan besar. Seperti di Uganda, lebih dari 50% SMEs yang baru berdiri berjuang keras untuk bertahan tetapi mengalami kegagalan ditahun kelima, dan kurang dari 4% saja dari usaha kecil yang mampu berkembang menjadi skala medium atau skala besar (Kazooba,2006; Keough,2002;Uwonda G, 2015). Di Indonesia seperti yang diungkapkan Kepala Dinas Koperasi dan UMKM kota Bogor, Annas.S.Rasmana, bahwa “kota Bogor memiliki sekitar 800 koperasi, tapi hanya 150 koperasi yang sehat, sisanya sakit, tidak berjalan dan hidup segan mati tak mau”.www.neraca.co.id/article/92744/kadiskop.

JIAKES

Jurnal Ilmiah Akuntansi
Kesatuan
Vol. 6 No. 2, Oktober 2018
pg. 174-186
STIE Kesatuan
ISSN 2337 - 7852

Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2016, menyatakan ada 8 alasan yang umum penyebab terjadinya kebangkrutan UMKM, yaitu : 1. Ketidakmampuan Manajemen, 2. Kurangnya Pengalaman, 3. Kendali Keuangan Yang Lemah, 4. Gagal Mengembangkan Perencanaan Strategis, 5. Pertumbuhan yang Tak Terkendali, 6. Lokasi Usaha Yang Tidak Strategis, 7. Tidak Mengikuti Cara Penjualan Digital, 8. Harga Jual Yang Kurang Bersaing (<https://www.bps.go.id>). Manajemen usaha yang baik jelas menjadi faktor utama dalam mempertahankan dan mengembangkan suatu usaha. Pengelolaan produksi yang tepat merupakan bagian dari pengelolaan usaha yang akan menghasilkan ketepatan dalam menentukan harga jual produk sehingga mampu menjamin profitabilitas dan sustainabilitas usaha melalui harga yang kompetitif. Penentuan harga jual yang salah sering berakibat fatal pada masalah keuangan perusahaan (Widyawati, 2013)

Sekitar 90 persen pelaku usaha di Bogor berada di kelas mikro yang modalnya rata-rata dari Rp 0 – Rp.50.000.000. Hampir seluruhnya menghadapi permasalahan seputar SDM, pasar, produk dan manajemen usaha <https://bogor.pojoksatu.id/baca/umkm>. Penelitian dilakukan pada UMKM Tepung Talas Rusman (TTR), yaitu produsen tepung yang terletak di Jl. Bantar Kemang no 26, Rt.05/07, Kelurahan Baranang Siang, Kecamatan Bogor Timur. UMKM TTR adalah *Home Industry* yang mengolah tepung talas dan tepung, ubi, pisang, singkong dan tepung lainnya, namun lebih dominan pada tepung talas. Produk ini merupakan produk komplementer bahan pembuat kue dengan tingkat persaingan tinggi dengan pangsa pasar yang sempit. Harga jual ditentukan dengan menerapkan tingkat keuntungan tertentu dari biaya produksi yang dihitung secara kasar, dan produksi dilakukan dalam jumlah konstan setiap bulan.

Penelitian ini penting dilakukan pada UMKM TTR, karena selama beberapa tahun terakhir penjualan mengalami penurunan yang disebabkan bermunculannya pesaing-pesaing baru dengan harga jual bersaing. Hal ini membuat penulis termotivasi untuk menganalisa apakah pengelolaan produksi mulai dari pola produksi, perhitungan HPP dan metode *mark up* telah dilakukan secara tepat sehingga dapat dihasilkan harga jual yang profitable dan kompetitif.

TINJAUAN PUSTAKA

1. *Production Pattern* (pola produksi)

Menurut Mulyadi (2012) pola produksi adalah penentuan bagaimana kebijakan perusahaan mengelola jumlah produk yang terdistribusi dalam periode tertentu atau waktu tertentu yaitu dalam caturwulan, triwulan, bulanan, atau mingguan untuk melayani penjualan serta memenuhi kebutuhan pasar. Faktor-faktor yang mempengaruhinya adalah :

- a. Pola penjualan
- b. Pola biaya ; biaya perputaran tenaga kerja, biaya simpan, biaya lembur dan biaya subkontrak
- c. Kapasitas maksimum fasilitas produksi.

Ada 3 macam Pola Produksi (Kusumo,2012 dalam Rusman.2017): Pola Produksi Konstan/Stabil, Pola Produksi bergelombang dan Pola Produksi Moderat

2. *Cost of Goods Manufactured* (harga pokok produksi)

Biaya produksi adalah biaya yang terjadi dalam fungsi produksi (Riwayadi, 2016). Menurut Mulyadi (2009:13-17) “Biaya produksi merupakan biaya-biaya

yang terjadi untuk mengelola bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual”. Harga pokok produksi (HPP) adalah sejumlah biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual (Mulyadi 2012: 14). Sehingga HPP merupakan total harga untuk membuat produk yang tersedia untuk dijual selama periode itu (Warren (2016: 915). HPP terdiri dari tiga komponen utama, yaitu : biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik.

Fungsi HPP menurut Mulyadi (2005,70) :

1. Harga Pokok Sebagai Penetapan Harga Jual.
2. Harga Pokok Sebagai Dasar Penetapan Laba.
3. Harga Pokok Sebagai Dasar Penilaian Efisiensi.
4. Harga Pokok Sebagai Dasar Pengambilan Berbagai Keputusan Manajemen, misalnya: a. Menetapkan perubahan harga penjualan, b. Menetapkan penyesuaian proses produksi, c. Menetapkan strategi persaingan di pasaran luas, d. Merencanakan ekspansi perusahaan dan e. Pengambilan keputusan-keputusan khusus manajemen.

3. Penentuan *Mark Up*

Dalam Peraturan Presiden No. 70 Tahun 2012 yang merupakan perubahan kedua dari Peraturan Presiden No. 54 Tahun 2010 menyebutkan bahwa 15% adalah batas maksimal pengambilan keuntungan yang wajar dalam menghitung *mark up*.

Menurut Widyawati (2013:197) “ *Mark up* dapat ditentukan dari biaya produksi dan harga jualnya. Jika dari biaya produksi maka persentase *mark up* tersebut harus dikalikan dengan biaya produksi, kemudian ditambahkan pada biaya produksi sehingga menghasilkan harga *mark up* dan apabila ditentukan dari harga jualnya, lebih kompleks karena tidak dikalikan dengan biayanya, tetapi harga jual ditentukan dari biaya dibagi dengan satu dikurangi persentase *mark up*. Salah satu alasan menggunakan *mark up* adalah karena kurangnya kepastian mengenai biaya dari pada permintaan”.

Menurut Ari Setiyaningrum, Jusuf Udaya, dan Effendi (2015; 141) dalam Renaldi Putra 2017, terdapat tiga perhitungan penentuan *mark up*, yaitu :

- a. *Customer Value-Based Pricing*:

$$\text{Harga} = \text{Harga Produk Alternatif} + \text{Nilai Diferensial Kinerja}$$

- b. *Cost Plus Pricing*:

$$\text{Harga} = \text{ATC} + m(\text{ATC})$$

Keterangan :

ATC = *Average Total Cost*

m = *Persentase Mark Up*

- c. *Return On Investment Pricing*:

$$\text{Harga} = \text{AVC} + \frac{\text{TFC}}{\text{PV}} + \frac{r(\text{INV})}{\text{PV}}$$

Keterangan :

AVC = *Average Variable Cost*

TFC = *Total Fixed Cost* (biaya tetap total)

PV = *Planning Volume* (rencana volume)

INV = *Investment* (investasi)

r = *Target ROI*

d. Penentuan Harga Jual

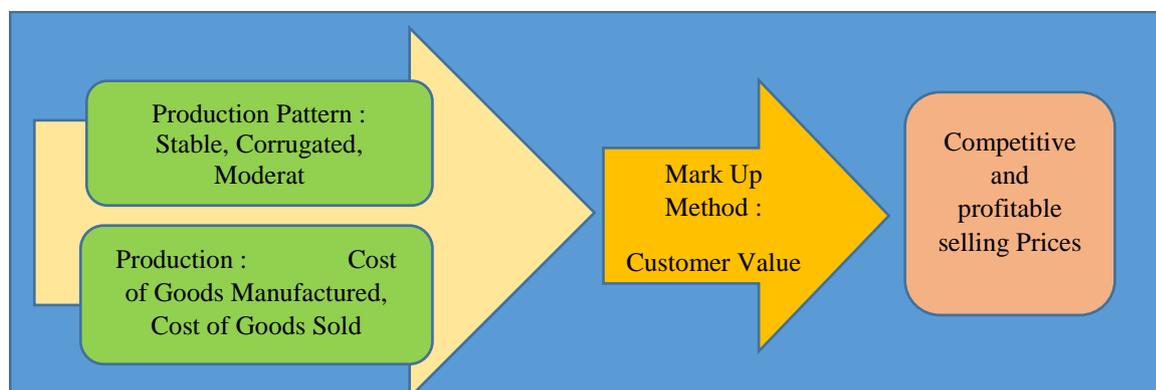
Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya (Murti, Soeprihanto.2007;281). Harga ditetapkan berdasarkan perhitungan besarnya biaya yang dibutuhkan (biaya bahan baku, harga pokok produksi, biaya promosi) ditambah dengan persentase keuntungan yang diinginkan (Dimas W,dkk ; 2015).

Harga jual adalah sejumlah nilai yang dipertukarkan untuk memperoleh suatu produk (Simamora,2001,31). Hansen dan Mowen (2001,633) mendefinisikan sebagai jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan. Harga jual adalah harga yang meliputi biaya yang dikeluarkan untuk produksi dan distribusi, ditambah dengan jumlah laba yang diinginkan (Alimisyah, Padji,2003). Pada prinsipnya harga jual harus dapat menutupi biaya penuh ditambah dengan laba yang wajar. Beberapa faktor yang harus diperhatikan dalam menentukan harga jual (Mulyadi,2005,5) yaitu:

1. Faktor biaya, merupakan dasar dalam menentukan harga jual produk atau jasa.
2. Faktor bukan biaya, merupakan faktor yang berasal dari luar perusahaan.

Menurut Basu Swastha (2009;150) tahap-tahap dalam penentuan harga jual antara lain : mengestimasi permintaan untuk barang, mengetahui lebih dulu reaksi dalam persaingan dan menentukan market share yang dapat diharapkan.

Krismiaji dan Aryani (2011; 325) menyatakan bahwa “pendekatan umum dalam penetapan harga jual adalah menambahkan angka perkiraan laba (*Mark up*) pada harga pokok”. Mulyadi (2012; 78) menyatakan bahwa “pada prinsip penetapan harga jual harus menutupi biaya penuh ditambah dengan laba yang wajar”. Menurut Mulyadi (2001; 347) penentuan harga jual berhubungan dengan : kebijakan penentuan harga jual dan keputusan penentuan harga jual.



Gambar 1
Rerangka pemikiran

METODE PENELITIAN

Objek dalam penelitian ini adalah UMKM Tepung Talas Rusman (TTR), yang memproduksi dilokasi kp. Domba, Kelurahan Juhut, Kabupaten Pandeglang. Produksi dilakukan secara tradisional sesuai jumlah pesanan. Perhitungan Harga Pokok Produksi dilakukan secara garis besar dan belum mencakup keseluruhan perhitungan biaya produksi yang terkait. Harga jual ditentukan dengan

menyesuaikan dengan kewajaran harga pasar dan biaya produksi. Lokasi pemasaran produk ini bertempat di Jl. Bantar Kemang no 26, Rt.05/07, Kelurahan Baranang Siang, Kecamatan Bogor Timur, Kota Bogor. Tempat pemasaran produk ini meliputi pasar swalayan, toko bahan kue, industry rumahan dan lain-lain. Setiap bulan rata-rata produksi tepung talas sebanyak 1500 kg.

Penetapan harga jual sampai saat ini masih sederhana yaitu total biaya produksi ditambah margin atau keuntungan yang dihapkan. Pemasaran prodak mencakup wilayah Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi), wilayah terbanyak konsumen pengguna tepung talas adalah area Bogor kota dan Kabupaten serta Kota Depok dan Jakarta. Produk yang di produksi masih menggunakan peralatan manual dan tradisional. Kemasan produk terdiri dari kemasan 500 Gr, 5 Kg, dan 25 Kg.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif, yang bertujuan mendeskripsikan kondisi yang terjadi untuk kemudian dituangkan secara tepat kedalam peta permasalahan atas kondisi yang sedang dihadapi. Pola produksi, perhitungan Harga Pokok Produksi serta penentuan harga jual diamati dan dideskripsikan oleh penulis dalam suatu gambaran yang menunjukkan kondisi serta permasalahan yang dihadapi oleh objek penelitian.

Penelitian dilakukan dengan pendekatan studi kasus. Sumber data yang digunakan adalah data primer, dimana teknik pengumpulan data dilakukan secara langsung dengan melakukan pengamatan, wawancara, pengumpulan dan perhitungan data yang kemudian dianalisa oleh peneliti untuk diinterprestasikan secara jelas tentang kondisi yang dihadapi UMKM. Data yang dikumpulkan adalah data tahun 2016.

Sumber dan informasi dalam pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dengan cara sebagai berikut : studi kepustakaan, studi lapangan dan pengumpulan data Melalui Media Internet (*Browsing*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Komponen dan Perhitungan Biaya Produksi pada UMKM Tepung Talas Rusman

Proses produksi pada UMKM TTR dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu : pencucian dan pemotongan, perendaman, pengeringan, pengemasan dan distribusi.

Harga pokok produksi ditentukan dengan menghitung biaya bahan baku langsung (*Direct Material Cost*), biaya tenaga kerja langsung (*Direct Labour Cost*), dan biaya overhead pabrik (*Factory Overhead Cost*).

Harga pokok produksi dihitung dengan cara sederhana, yaitu hanya dengan menambahkan semua biaya yang terjadi melalui pengeluaran kas. Tidak ada perhitungan atas penyusutan mesin pengepakan dan gudang penyimpanan yang digunakan, serta tidak adanya perhitungan persediaan awal atas produk jadi setiap periodenya.

2. Perhitungan Harga Pokok Produksi dan Harga Pokok Penjualan dengan penerapan pola produksi pada UMKM Tepung Talas Rusman

Komponen perhitungan harga pokok produksi dan harga pokok penjualan harus dihitung secara tepat dan lengkap yang meliputi semua pembebanan biaya selama proses produksi. Komponen biaya borduksi pada UMKM Rusman seperti bahan baku langsung, tenaga kerja langsung sudah dijelaskan pada uraian sebelumnya. Karena pembebanan biaya overhead yang belum tepat, maka tabel 1

akan menjelaskan pembebanan overhead yang seharusnya dihitung dalam proses produksi.

Tabel 1
Pembelian Overhead pabrik per Kilogram tahun 2016

No	Bulan	Indirect Materials (Rp)	Biaya Transportasi (Rp)	Biaya Penyusutan Gudang (Rp)	Biaya Penyusutan Mesin Pengepakan (Rp)	Total pembebanan (Rp)	Biaya overhead/Kg Produk (RP)
1	Januari	300,000	900,000	625,000	250,000	2,075,000	1,383
2	Februari	300,000	900,000	625,000	250,000	2,075,000	1,383
3	Maret	300,000	900,000	625,000	250,000	2,075,000	1,383
4	April	300,000	900,000	625,000	250,000	2,075,000	1,383
5	Mei	375,000	900,000	625,000	250,000	2,150,000	1,433
6	Juni	375,000	900,000	625,000	250,000	2,150,000	1,433
7	Juli	375,000	1,200,000	625,000	250,000	2,450,000	1,633
8	Agustus	450,000	1,200,000	625,000	250,000	2,525,000	1,683
9	September	450,000	1,200,000	625,000	250,000	2,525,000	1,683
10	Oktober	450,000	1,200,000	625,000	250,000	2,525,000	1,683
11	Nopember	450,000	1,200,000	625,000	250,000	2,525,000	1,683
12	Desember	450,000	1,200,000	625,000	250,000	2,525,000	1,683
	Jumlah	4,575,000	12,600,000	7,500,000	3,000,000	27,675,000	

Sumber Data : UMKM Rusman

UMKM Rusman memproduksi tepung talas secara konstan per bulan sebanyak 1.500 Kg. Dari jumlah yang diproduksi setiap bulan tidak semua laku terjual. Sisa akhir tepung talas yang tidak terjual, akan menjadi persediaan awal bagi periode berikutnya. Perhitungan persediaan awal akan berpengaruh dalam perhitungan harga pokok penjualan. Tabel 2 menunjukkan jumlah produksi dan sisa produk setiap bulan

Tabel 2
Data Produksi dan Realisasi pada Tahun 2016

Bulan	Jumlah Produksi (Kg)	Realisasi Penjualan (Kg)	Sisa Barang (Kg)
Januari	1,500	1,450	50
Februari	1,500	1,390	160
Maret	1,500	1,550	110
April	1,500	1,200	410
Mei	1,500	1,500	410
Juni	1,500	1,400	510
Juli	1,500	1,600	410
Agustus	1,500	1,300	610
September	1,500	1,700	410
Oktober	1,500	1,450	460
Nopember	1,500	1,550	410
Desember	1,500	1,500	410
Jumlah	18,000	17,590	

Sumber : Data UMKM Rusman

3. Pola Produksi Konstan

Kuantitas produk adalah konstan sebanyak 1.500 Kg setiap bulan, maka berdasarkan penerapan rumus perhitungan harga pokok produksi (*Cost Of Goods Manufactured*) dan harga pokok penjualan (*Cost Of Goods Sold*) dapat diperoleh data sebagai berikut :

Tabel 3
Perhitungan COGM dan COGS Pada Penerapan Pola Produksi Konstan
Untuk 1.500 Tepung Talas Tahun 2016

No	Bulan	Jumlah Produksi (Kg)	Bahan Baku langsung (Rp)	Tenaga Kerja Langsung (Rp)	Biaya Overhead Pabrik (Rp)	COGM (Rp)	COGS (Rp)
1	Januari	1.500	13.500.000	3.750.000	2.075.000	19.325.000	18.680.833
2	Februari	1.500	13.500.000	3.750.000	2.075.000	19.325.000	17.907.833
3	Maret	1.500	13.500.000	3.750.000	2.075.000	19.325.000	19.969.167
4	April	1.500	13.500.000	3.750.000	2.075.000	19.325.000	15.460.000
5	Mei	1.500	13.500.000	3.750.000	2.150.000	19.400.000	24.035.500
6	Juni	1.500	13.500.000	3.750.000	2.150.000	19.400.000	13.450.667
7	Juli	1.500	13.500.000	4.500.000	2.450.000	20.450.000	21.456.333
8	Agustus	1.500	13.500.000	4.500.000	2.525.000	20.525.000	17.767.833
9	September	1.500	13.500.000	4.500.000	2.525.000	20.525.000	23.261.667
10	Oktober	1.500	13.500.000	5.250.000	2.525.000	21.275.000	20.360.833
11	Nopember	1.500	13.500.000	5.250.000	2.525.000	21.275.000	21.984.167
12	Desember	1.500	13.500.000	5.250.000	2.525.000	21.275.000	21.275.000
Jumlah			162.000.000	51.750.000	27.675.000	241.425.000	235.609.833

Sumber: Data UMKM Putra Bogor

4. Pola Produksi Bergelombang

Jika pola produksi bergelombang yang diterapkan, maka jumlah produksi akan sesuai dengan jumlah produk yang terjual setiap bulannya.

Tabel 4
Data Produksi Sesuai kuantitas Penjualan
tahun 2016

No	Bulan	Jumlah Produksi (kg)	Realisasi (kg)	Sisa Barang Jadi (kg)
1	Januari	1450	1450	0
2	Februari	1390	1390	0
3	Maret	1550	1550	0
4	April	1200	1200	0
5	Mei	1500	1500	0
6	Juni	1400	1400	0
7	Juli	1600	1600	0
8	Agustus	1300	1300	0
9	September	1700	1700	0
10	Oktober	1450	1450	0
11	Nopember	1550	1550	0
12	Desember	1500	1500	0
Jumlah		17590	17590	

Sumber: Data UMKM Putra Bogor

Jika produksi dilakukan sesuai dengan kuantitas produk yang terjual, maka harga pokok produksi (COGM) dan harga pokok penjualan (COGS) yang dihasilkan, dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 5
Perhitungan COGM Dan COGS Pada Penerapan Pola Produksi
Bergelombang
Tepung Talas Tahun 2016

No	Bulan	Jumlah Produksi (Kg)	Bahan Baku langsung (Rp)	Tenaga Kerja Langsung (Rp)	Biaya Overhead Pabrik (Rp)	COGM (Rp)	COGS (Rp)
1	Januari	1450	13.050.000	3.625.000	2.005.350	18.680.350	18.680.350
2	Februari	1390	12.510.000	3.475.000	1.922.370	17.907.370	17.907.370
3	Maret	1550	13.950.000	4.650.000	2.143.650	20.743.650	20.743.650
4	April	1200	10.800.000	3.000.000	1.659.600	15.459.600	15.459.600
5	Mei	1500	13.500.000	3.750.000	2.149.500	19.399.500	19.399.500
6	Juni	1400	12.600.000	3.500.000	2.006.200	18.106.200	18.106.200
7	Juli	1600	14.400.000	4.800.000	2.612.800	21.812.800	21.812.800
8	Agustus	1300	11.700.000	3.900.000	2.187.900	17.787.900	17.787.900
9	September	1700	15.300.000	5.100.000	2.861.100	23.261.100	23.261.100
10	Oktober	1450	13.050.000	5.075.000	2.440.350	20.565.350	20.565.350
11	Nopember	1550	13.950.000	5.425.000	2.608.650	21.983.650	21.983.650
12	Desember	1500	13.500.000	5.250.000	2.524.500	21.274.500	21.274.500
Jumlah		17590	158.310.000	51.550.000	27.121.970	236.981.970	236.981.970

Sumber: Data UMKM Putra Bogor

5. Pola Produksi Moderat

Perhitungan COGM dan COGS apabila menggunakan Pola Moderat dimana kuantitas produksi berubah-ubah tapi tidak berubah secara tajam, jadi merupakan cara tengah antara pola konstan dan bergelombang. Dalam penerapan pola produksi ini jumlah produksi setiap bulan diambil dari rata-rata jumlah produksi setiap bulan dengan menggunakan kedua metode sebelumnya.

Tabel 6
Data kuantitas produksi pola moderat

No	Bulan	Jumlah Produksi (kg)	Realisasi (kg)	Sisa Barang Jadi (Kg)
1	Januari	1,475	1,450	25
2	Februari	1,445	1,390	80
3	Maret	1,525	1,550	55
4	April	1,350	1,200	205
5	Mei	1,500	1,500	205
6	Juni	1,450	1,400	255
7	Juli	1,550	1,600	205
8	Agustus	1,400	1,300	305
9	September	1,600	1,700	205
10	Oktober	1,475	1,450	230
11	Nopember	1,525	1,550	205
12	Desember	1,500	1,500	205
Jumlah		17,795	17,590	

Dari data jumlah produksi pada tabel diatas, maka dapat dihitung harga pokok produksi dan harga pokok penjualan selama tahun 2016, seperti dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 7
Perhitungan COGM Dan COGS Pada Penerapan Pola Produksi Moderat Tahun
2016

No	Bulan	Jumlah Produksi (Kg)	Bahan Baku langsung (Rp)	Tenaga Kerja Langsung (Rp)	Biaya Overhead Pabrik (Rp)	COGM (Rp)	COGS (Rp)
1	Januari	1.475	13.275.000	3.687.500	2.039.925	19.002.425	18.680.350
2	Februari	1.445	13.005.000	3.612.500	1.998.435	18.615.935	17.907.370
3	Maret	1.525	13.725.000	3.812.500	2.109.075	19.646.575	19.968.650
4	April	1.350	12.150.000	3.375.000	1.867.050	17.392.050	15.459.600
5	Mei	1.500	13.500.000	3.750.000	2.149.500	19.399.500	19.389.250
6	Juni	1.450	13.050.000	3.625.000	2.077.850	18.752.850	18.106.200
7	Juli	1.550	13.950.000	4.650.000	2.531.150	21.131.150	21.634.300
8	Agustus	1.400	12.600.000	4.200.000	2.356.200	19.156.200	17.777.650
9	September	1.600	14.400.000	4.800.000	2.692.800	21.892.800	23.261.100
10	Oktober	1.475	13.275.000	5.162.500	2.482.425	20.919.925	23.261.100
11	Nopember	1.525	13.725.000	5.337.500	2.566.575	21.629.075	20.462.850
12	Desember	1.500	13.500.000	5.250.000	2.524.500	21.274.500	21.274.500
Jumlah		17.795	160.155.000	51.262.500	27.395.485	238.812.985	237.182.920

Sumber: Data UMKM Putra Bogor

Dari penerapan ketiga pola produksi, dihasilkan perhitungan harga pokok produksi yang berbeda-beda, tentu hal ini akan berdampak pada berbedanya pula perhitungan harga pokok penjualan. Pada pola produksi konstan, harga pokok produksi sebesar Rp.241.425.000 sedangkan pada pola bergelombang Rp. 236.981.970 dan Rp.238.8122.985 untuk pola moderat. Harga pokok penjualan dengan pola produksi konstan menghassilkan biaya yang lebih rendah yaitu sebesar Rp. 235.609.833 dibandingkan dengan pola bergelombang dan moderat yaitu sebesar 236.981.970 dan 237.182.920. Tabel 8 akan menggambarkan secara jelas pengaruh penerapan pola produksi terhadap perhitungan laba kotor usaha.

Tabel 8
Tabel Pengaruh Penerapan Pola Produksi terhadap Laba Kotor Tahun 2016

	Pola Produksi Konstan	Pola Produksi Bergelombang	Pola Produksi Moderat
	18.000 Kg	17.590 Kg	17.795 Kg
Sales	351.800.000	351.800.000	351.800.000
Cost Of Goods Shold	235.609.833	236.981.970	237.182.920
Gross Profit	116.190.167	114.818.030	114.617.080

Dengan penjualan selama tahun 2016 sebesar Rp. 351.800.000 akan menghasilkan laba kotor Rp. 116.190.167 pada penerapan pola produksi konstan dan paling tinggi dibandingkan dengan pola produksi lainnya. Ini diakrenakan harga pokoknya lebih rendah dibandingkan dengan pola produksi yang lain. Pola produksi moderat akan menghasilkan laba kotor paling kecil dibandingkan dengan pola produksi lainnya yaitu sebesar Rp. 114.617.080. Hal ini dikarenakan harga pokok produksi moderat lebih tinggi dibandingkan yang lain yaitu sebesar Rp. 237.182.920

Penggunaan pola produksi dan penerapan metode *Mark Up* yang sesuai dalam menghasilkan harga jual yang *profitable*

Dalam perbandingan pola produksi yang diterapkan pada UMKM Rusman, harga pokok yang paling rendah adalah pola produksi konstan. Pola produksi konstan menghasilkan harga pokok produksi sebesar Rp. 241.425.000 untuk

jumlah produksi 1.500 Kg per bulan atau sebanyak 18.000 Kg per tahun. Dengan demikian harga pokok produksi per kilogram adalah Rp. 13.413. Pada pemilihan metode Mark Up, analisa akan didasarkan pada harga pokok produksi yang dihasilkan oleh pola produksi konstan yaitu sebesar Rp. 13.413 per Kg tepung talas.

6. Penerapan metode *Customer Value-Based Pricing* sebagai penentu harga jual

Harga jual tepung talas adalah Rp 20.000,00/Kg. Home Industri Tepung Talas Rusman tidak menetapkan metode *customer value-based pricing* karena terdapat beberapa alasan untuk tidak menggunakan metode ini. Dalam hal produk, yang dijual oleh Home Industri Tepung Talas Rusman adalah tepung talas yang merupakan bahan baku dari produksi kue dan makanan lain yang berbahan dasar tepung talas. Dari segi persaingan, untuk penggunaan metode ini harus terdapat produk pesaing yang membuat konsumen memiliki pilihan untuk membeli produk lain atau tepung talas dari Home Industri Tepung Talas Rusman. Jadi dalam penilaian *customer* terhadap harga produk yang dihasilkan oleh Home Industri Tepung Talas Rusman tidak terdapat selisih lebih atau selisih kurang.

7. *Cost Plus Pricing* sebagai penentu harga jual

Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 70 Tahun 2012, batas maksimum prosentase mark up adalah 15% maka dapat diketahui COGM dan COGS sbb:

Tabel 9
Penentuan Harga Jual menggunakan Metode *Mark Up Cost Plus Pricing*
Untuk Produksi 1500 Kg Tepung Talas/Bulan

Harga = ATC + m(ATC)				
Bulan	Average Total Cost (Rp)	Persentase Mark up (%)	Harga Mark Up (Rp)	Harga Jual Per Kilo Gram (Rp)
Januari	12.883	15	1.933	14.816
Februari	12.883	15	1.933	14.816
Maret	12.883	15	1.933	14.816
April	12.883	15	1.933	14.816
Mei	12.933	15	1.940	14.873
Juni	12.933	15	1.940	14.873
Juli	13.633	15	2.045	15.678
Agustus	13.683	15	2.053	15.736
September	13.683	15	2.053	15.736
Oktober	14.183	15	2.128	16.311
November	14.183	15	2.128	16.311
Desember	14.183	15	2.128	16.311

8. *Return On Investment Pricing* sebagai penentu harga jual

Pada metode *mark up* ini perlu diketahui beberapa unsur penghitungan untuk menentukan harga mark up yang tepat dari *return on investment pricing* seperti biaya variabel, biaya tetap, perencanaan volume, investasi, dan target roi. Mark Up dengan metode *return on investment pricing* dapat dihitung sbb:

$$\begin{aligned}
 \text{Harga} &= \text{Rp } 12.130 + \frac{\text{Rp } 23.100.000}{18.000} + \frac{25\%(180.000.000)}{18.000} \\
 \text{Harga} &= \text{Rp } 12.130 + \text{Rp } 1.283 + \text{Rp } 2.500 = 5.913
 \end{aligned}$$

Dari perhitungan diketahui harga per produk sebesar Rp 15.913,00 atau sekitar 16 ribu per kilo gram dengan keuntungan 18,6% dari harga pokok

produksi. Dengan menerapkan perhitungan *mark up* melalui metode yang berbeda, dapat dilihat hasil sebagai berikut :

Tabel 10
Perbandingan Harga Jual Per Kilo Gram Tepung Talas

	Penerapan Harga Awal	Metode <i>Mark Up</i>		
		<i>Customer Value-Based Pricing</i>	<i>Cost Plus Pricing</i>	<i>Return On Investment Pricing</i>
Harga Pokok Produksi (Rp)	13.413	13.413	13.413	13.413
<i>Mark Up</i> (Rp)	6.587	-	2.012	2.500
Harga Jual (Rp)	20.000	-	15.424	15.913

Keterangan :

A = *Customer Value-Based Pricing*

B = *Cost Plus Pricing*

C = *Return On Investment Pricing*

Penggunaan metode *Cost Plus Pricing* menghasilkan harga jual sebesar Rp. 15.424 dan Rp. 15.913 untuk metode *Return On Investment Pricing*. Pengaruh penerapan metode *Mark Up* pada pola produksi konstan dapat terlihat pada table 4.12. Dengan jumlah produksi sebanyak 1.500 Kg per bulan atau 18.000 Kg tepung talas setahun dapat menghasilkan laba kotor yang berbeda. Dengan pemilihan metode *Mark Up* yang sesuai akan diketahui harga jual yang bersaing dipasaran namun dengan tetap menghasilkan keuntungan yang memadai.

Tabel 11
Penerapan metode *Mark Up* pada pola produksi konstan

	Perhitungan UMKM Rusman	Penerapan pola produksi konstan 18.000 Kg setahun		
		Penerapan metode <i>Mark Up</i>		
		<i>Customer Value Based Pricing</i>	<i>Cost Plus Pricing</i>	<i>Return On Investment Pricing</i>
Harga per Kg	20,000	-	15,424	15,913
Penjualan	360,000,000	-	277,632,000	286,434,000
Harga Pokok Penjualan	230,925,000	-	235,609,833	235,609,833
Laba Kotor	129,075,000	-	42,022,167	50,824,167

Dengan penetapan harga jual sebesar Rp.15.424 yaitu dibawah harga yang ditetapkan semula, perusahaan masih mendapatkan laba kotor sebesar Rp. 42.022.167. Sedangkan dengan harga jual Rp.15.913 perusahaan masih mendapatkan laba kotor sebesar Rp. 50.824.167. Perusahaan dapat mempertimbangkan harga yang ideal yang akan dilempar kepasar dengan memperhatikan kompetitor dan konsumen, namun masih mendapatkan keuntungan.

SIMPULAN DAN SARAN

SIMPULAN

1. Komponen biaya yang dibebankan dalam produksi meliputi bahan baku langsung berupa umbi talas, biaya tenaga kerja langsung yaitu buruh

- pengolah dan biaya overhead yang meliputi biaya bahan baku tidak langsung dan transportasi.
2. Perhitungan harga pokok produksi yang benar akan menghasilkan harga pokok penjualan yang benar pula.
 3. Pola produksi konstan merupakan pola yang sesuai dengan kondisi usaha UMKM Rusman dalam menghitung biaya produksi dan penerapan metode *Mark Up Cost Plus Pricing*.

SARAN

1. Dalam penelitian selanjutnya diharapkan dilakukan pada jenis usaha dengan komponen biaya yang lebih kompleks sehingga penghitungan biaya produksi dapat lebih jelas terlihat perbedaannya dengan penerapan ketiga pola produksi yang sesuai.
2. Dari hasil penelitian ini, diharapkan UMKM TTR dapat melakukan perhitungan biaya produksi yang benar dan dapat menganalisa pola produksi dan metode *mark up* yang sesuai untuk menentukan harga jual yang kompetitif dan profitable.

BATASAN PENELITIAN

Dalam penelitian ini terdapat kelemahan terkait dengan kelengkapan komponen data yang akan diolah seperti komponen biaya overhead yang terbatas hanya pada mesin pengemasan dan gudang penyimpanan produk jadi. Untuk perubahan harga baik *direct material* maupun *direct labor* cenderung stabil. Produk tepung talas merupakan jenis produk komplementer dengan pengetahuan masyarakat yang masih rendah sehingga minat konsumen juga masih terbatas. Hasil penelitian menjadi kurang representative dikarenakan kurangnya minat konsumen atas produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Hansen dan Mowen.2006. Akuntansi Biaya. Salemba Empat. Jakarta
- Henri, A.Simamora. 2013.*Analisis Harga Pokok Produk Dengan Metode Full Costing Dan Penentuan Harga Jual*. Manado.
- Kotler, P and G.Amstrong.2004. *Dasar-dasar Pemasaran*, Edisi Kesembilan. Jakarta. Penerbit Indeks
- Krismiaji, Y Anni Aryani.2011.Akuntansi Manajemen.Edisi 2.UPP STIM YKPN, Yogyakarta
- Maulana Rusmansyah, 2017, Analisa Penggunaan Pola Produksi dalam Menentukan Harga Pokok Produksi pada Usaha Tepung Talas.
- Mulyadi. 2012. *Akuntansi Biaya*. Edisi 5. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN.
- Murti, Sumarni, Soeprihanto, John. 2007. *Pengantar Bisnis*. Edisi kedua. STIE YKPN. Yogyakarta.
- Putra perdana Renaldi, 2017. Analisis Perhitungan Harga Pokok Prduksi dan Penetapan Metode Mark Up terhadap Penetapan Harga Jual (studi kasus pada home industri tepung talas Rusman)
- Riwayadi. 2016. *Akuntansi Biaya*. Edisi 2. Jakarta : Salemba Empat
- Setiyaningrum, A., Udaya, J., Efendi. 2015. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Andi Offset.

- Sukiman, Denmas. 2011. *Pengaruh Perhitungan Harga Pokok Produksi Terhadap Penetapan Harga Jual Produk*. Skripsi. Universitas Pamulang. Tangerang
- Swasta, B. 2009. *Manajemen Penjualan*. Edisi 3. BPFE, Yogyakarta.
- Uwonda.G, et.all. 2015. *CFM and Sustainability of Small Medium Enterprises (SMEs) in Northern Uganda*. International Journal of Social Science and Economics Invention (IJSSEI) Vol.//01//ISSUE//03//September 2015
- Warren, C.S., Reeve, J.M., Duchac, J.E., Suhardianto, N., Sulisty, D.K. Abadi, A.J., Djakman, C.D. 2016. *Pengantar Akuntansi*. Edisi 25. Jakarta : Salemba Empat.
- Wibowo.H Dimas, Arifin Z, Sunarti. 2015. Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (studi pada Batik Diajeng Solo). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol.29.No.1 Desember 2015. Admnistrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id
- Widyawati. 2013. *Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi dan Penerapan Metode Mark Up Dalam Penentuan Harga Jual Produk Pada Usaha Amplang Di Samarinda*. Samarinda.
- <http://www.neraca.co.id/article/92744/kadiskop-ada-23-ribu-ukm-di-kota-bogor>.
Harian ekonomi NERACA.Santu, 13 Oktober 2018.Diunduh 13 Oktober 2018
- <https://www.bps.go.id>.
- <https://bogor.pojoksatu.id/baca/umkm-di-kabupaten-bogor-belum-mampu-bersaing.UMKM-di-Bogor-belum-mampu-bersaing>. Diunduh 13 okt 2018
- www.bambanghariyanto.com. PengertianThe Law of Diminishing Return. Diunduh 19 Oktober 2018