

EVALUASI EFEKTIVITAS PENERAPAN COST PLUS PRICING TERHADAP HARGA JUAL DAN MARGIN BRUTO (Studi Kasus Pada PT. Bogor Persada Indonesia)

Luluk Adinda Safitri¹, Chintya Srirejeki Nababan², Putri Nabila Sulistiana³,
Laeliatius Sofia⁴, Ninuk Riesmiyantiningtias⁵

¹Bina Sarana Informatika, Indonesia

²Bina Sarana Informatika, Indonesia

³Bina Sarana Informatika, Indonesia

⁴Bina Sarana Informatika, Indonesia

⁵Bina Sarana Informatika, Indonesia

Abstrak

Dalam iklim bisnis yang kompetitif, penetapan harga yang efektif menjadi salah satu elemen penting untuk menentukan keberhasilan suatu perusahaan. Metode penetapan harga yang tepat tidak hanya memengaruhi pendapatan, tetapi juga berkontribusi pada profitabilitas. Metode yang lazim diterapkan dalam penentuan harga jual adalah Cost Plus Pricing, dimana harga jual ditentukan dengan menambahkan markup pada biaya produksi per unit. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana metode penetapan harga tersebut mampu menghasilkan margin bruto yang proporsional, serta memastikan keselarasan antara harga jual dengan kondisi pasar. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari sampel produk yaitu Cover HD 30x60 menghasilkan harga jual menggunakan metode Cost Plus Pricing sebesar Rp 62.409 dengan margin 33%, namun hasil tersebut jauh di bawah harga pasar Rp 109.500. Oleh karena itu, perusahaan menggunakan Cost Plus Pricing sebagai batas bawah harga penawaran dalam proses negosiasi dan harga pesaing dalam penetapan price list. Strategi ini terbukti mampu menjaga Margin Bruto rata-rata sebesar 58% selama tahun 2021–2023, nilai tersebut melebihi standar minimum industri manufaktur sebesar 30%. Capaian ini mengindikasikan bahwa perusahaan berada pada kondisi finansial yang sehat. Sehingga metode Cost Plus Pricing dinilai cukup efektif sebagai acuan dasar, namun perlu dikombinasikan dengan analisis pasar.

Kata kunci: Cost Plus Pricing, Harga Jual, Margin Bruto

PENDAHULUAN

Dalam lingkungan bisnis yang penuh persaingan, penetapan harga yang efektif menjadi salah satu elemen penting dalam menentukan keberhasilan suatu perusahaan. Metode penetapan harga yang tepat tidak hanya memengaruhi pendapatan, tetapi juga berkontribusi pada profitabilitas dan daya saing perusahaan. Salah satu metode yang umum digunakan dalam penetapan harga jual adalah *Cost Plus Pricing*, dimana harga jual ditentukan dengan menambahkan *markup* tertentu pada biaya produksi per unit. Dalam praktiknya metode ini

sederhana dan mudah diterapkan, namun efektivitasnya seringkali dipertanyakan. Tantangan signifikan muncul dalam penerapan metode *Cost Plus Pricing* terkait konsistensi ketepatan penetapan harga dalam memperoleh laba. Meskipun metode ini dirancang untuk memberikan struktur yang jelas dalam menentukan harga jual berdasarkan biaya produksi, tetapi hasil yang diperoleh seringkali bervariasi.

Terdapat situasi dimana harga yang ditetapkan sesuai dengan target laba yang diharapkan, namun di lain waktu hasilnya tidak mencerminkan hal tersebut. Berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penerapan metode *Cost Plus Pricing* untuk penetapan harga jual memperoleh hasil harga jual yang lebih rendah dibandingkan metode lain yang telah ditetapkan perusahaan (Rizki Eriyanto et al., 2024), sehingga apabila metode *Cost Plus Pricing* diterapkan akan menimbulkan kerugian, kemudian pada hasil penelitian lain menunjukkan penetapan harga jual menggunakan metode *Cost Plus Pricing* memperoleh hasil harga jual yang lebih tinggi dibandingkan dengan metode yang telah ditetapkan perusahaan (Noviasari & Alamsyah, 2020). *Inconsistency* hasil dalam penerapan metode *Cost Plus Pricing* menimbulkan pertanyaan mengenai bagaimana keefektifitasannya dalam mencapai *Margin Bruto* yang optimal.

Hal ini mengindikasikan potensi ketidaksesuaian antara penetapan harga jual dengan komponen biaya yang dikeluarkan, sehingga berisiko mengurangi kontribusi *Margin Bruto* secara keseluruhan. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada “Evaluasi Efektivitas Penerapan *Cost Plus Pricing* terhadap Harga Jual dan *Margin Bruto* (Studi Kasus Pada PT. Bogor Persada Indonesia)”. Sebab *Margin Bruto* terbentuk langsung dari pendekatan harga yang digunakan dalam metode *Cost Plus Pricing*, dimana hubungan ini bergantung pada ketepatan perhitungan biaya produksi, ketepatan penetapan *markup*, dan responsivitas terhadap dinamika pasar. Dengan demikian, diharapkan hasil penelitian ini dapat membantu perusahaan dalam merumuskan strategi bisnis yang lebih terarah untuk meningkatkan profitabilitas.

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan utama dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis penerapan metode *Cost Plus Pricing* dalam penetapan harga jual pada PT. Bogor Persada Indonesia.
2. Untuk mengevaluasi kemampuan metode *Cost Plus Pricing* dalam menghasilkan harga jual yang kompetitif serta memastikan *Margin Bruto* tetap optimal pada PT. Bogor Persada Indonesia.

Akuntansi Manajemen

Akuntansi merupakan sebuah ilmu terapan, dimana dalam kegiatannya meliputi pencatatan, penggolongan, pengikhtisaran dari transaksi keuangan pada suatu organisasi, yang nantinya diakhir periode akan menghasilkan laporan keuangan. Berdasarkan fungsinya, akuntansi dikategorikan menjadi beberapa bidang ilmu, salah satunya yaitu akuntansi manajemen.

Akuntansi manajemen berperan dalam menyediakan informasi keuangan untuk pihak manajemen manajemen sebagai alat bantu dalam pengambilan keputusan dan pengelolaan internal perusahaan di waktu yang akan datang (Santoso et al., 2023). Dalam akuntansi

manajemen, akuntansi biaya menjadi salah satu komponen yang tidak terpisahkan, dimana akuntansi manajemen berfokus terhadap pengendalian atas biaya (Iryanie & Handayani, 2019).

Konsep Biaya

Biaya (*cost*) merupakan penggunaan sumber daya ekonomi yang melibatkan kas ataupun setara kas untuk melakukan suatu aktivitas yang diharapkan dapat memperoleh manfaat ekonomi seperti memperoleh barang dan jasa di masa depan (Raymond et al., 2024). Secara garis besar, biaya memperlihatkan besaran nominal yang dikeluarkan untuk menghasilkan suatu manfaat atau mencapai tujuan tertentu (Purwanti, 2023).

Klasifikasi Biaya

Biaya dapat dikelompokkan menjadi beberapa aspek. Menurut Purwanti (2023) merujuk pada fungsi operasional perusahaan, biaya dapat diklasifikasikan menjadi:

1. Biaya Produksi

Biaya produksi mencakup seluruh pengeluaran yang berkaitan dengan proses produksi, seperti biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik.

2. Biaya *Non* Produksi

Biaya *non* produksi mencakup biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan secara rutin serta tidak ada kaitannya dengan proses produksi, biaya ini mendukung perusahaan dalam memperoleh penghasilan. Biaya *non* produksi meliputi biaya pemasaran, biaya administrasi, dan lain-lain.

Harga Pokok Produksi

Harga pokok produk merupakan suatu hasil dari proses pembebanan biaya produksi ke produk yang diproduksi (Santoso et al., 2023). Harga pokok produksi adalah total biaya yang dikeluarkan selama proses produksi, yaitu dalam kegiatan mengolah bahan baku menjadi barang jadi, dimana biaya-biaya tersebut terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya biaya *overhead* pabrik (Muliati et al., 2024).

Penetapan harga pokok produksi bertujuan untuk menentukan harga pokok per unit produk yang akan dijual, sehingga perusahaan dapat mengetahui keuntungan atau kerugian yang akan diperoleh perusahaan setelah dipotong dengan biaya-biaya lainnya (Miradji & Kurniawan, 2023).

Metode Pengumpulan Harga Pokok Produksi

Terdapat dua cara dalam pengumpulan harga pokok produksi yaitu dapat berdasarkan harga pokok pesanan dan harga pokok proses.

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

Metode harga pokok pesanan merupakan mekanisme dalam akuntansi biaya yang mengumpulkan biaya-biaya berdasarkan tugas tertentu. Sistem ini diterapkan oleh perusahaan yang memproduksi sesuai dengan kustomisasi pelanggan (Pramita et al., 2023).

2. Metode Harga Pokok Proses (*Process Costing Method*)

Metode harga pokok proses merupakan metode pengumpulan biaya berbasis proses produksi. Metode harga pokok proses adalah pendekatan yang diterapkan oleh entitas yang bergerak dalam produksi barang berskala besar, dalam hal ini biaya-biaya produksi dikumpulkan untuk periode tertentu (Rakhamanita & Erica, 2021), dimana biaya bahan baku,

biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik dialokasikan ke dalam pusat biaya, yang umumnya pusat biaya merujuk pada departemen (Sahla, 2020).

Metode Penentuan Harga Pokok Produksi

Menurut Mulyadi (dalam Sahla, 2020) metode penentuan harga pokok produksi merupakan suatu cara memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam biaya produksi. Untuk melakukan penentuan harga pokok produksi terdapat dua pendekatan sebagai berikut:

1. Full Costing

Full Costing adalah cara untuk menentukan biaya produksi dengan mengkalkulasikan keseluruhan komponen biaya yang digunakan dalam produksi, dimana komponen tersebut terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik, baik yang berperilaku tetap maupun variabel.

2. Variabel Costing

Variabel costing adalah sebuah teknik untuk menentukan biaya produksi dengan mengkalkulasikan biaya yang bersifat variabel (berubah-ubah) ke dalam biaya produksi yang meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik.

Penentuan Harga Jual

Harga jual adalah nilai uang yang dibebankan oleh penjual kepada pembeli dalam rangka memperoleh suatu barang atau jasa. Penentuan harga jual merupakan sejumlah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam rangka untuk menghasilkan produk atau jasa, ditambah dengan persentase keuntungan yang diharapkan perusahaan, penentuan ini menjadi cara untuk menarik konsumen dengan mendapatkan harga yang tepat pada produk yang dijual, harga yang tepat adalah harga yang sebanding dengan kualitas produk serta dapat memuaskan konsumen (Santoso et al., 2023, p. 128).

Metode Penentuan Harga Jual

Dalam penentuan harga jual terdapat 3 metode yang dapat digunakan. Menurut Sujarweni (2019) metode-metode tersebut meliputi metode penetapan harga jual berdasarkan biaya (*cost based pricing*), harga jual pesaing, dan harga jual berdasarkan permintaan.

1. Metode penentuan harga jual berdasarkan biaya

Berikut beberapa macam perhitungan metode penentuan harga jual berdasarkan biaya (*cost based pricing*):

a. Cost Plus Pricing

Penentuan harga jual dengan *Cost Plus Pricing*, biaya menjadi dasar dalam perhitungan harga jual, dimana dapat ditentukan sesuai dengan pendekatan harga pokok produksi yang diterapkan oleh perusahaan. Dalam metode ini harga jual ditentukan dengan menambahkan persentase kenaikan (*markup*) pada biaya per unit. Oleh karena itu, rumus dalam *Cost Plus Pricing* sebagai berikut:

$$\text{Harga Jual} = \text{Biaya produksi per unit} + (\% \text{ Markup} \times \text{Biaya produksi per unit})$$

b. Markup Pricing

Metode ini banyak digunakan oleh para pedagang, dimana penentuan harga jualnya dengan cara menambahkan *markup* yang diinginkan pada harga beli persatuan, serta harga beli yang ditetapkan akan berbeda-beda di setiap jenis produk.

c. Penetapan Harga BEP (Break Even Point)

Metode penetapan harga jual berdasarkan titik impas (BEP) dilakukan dengan menghitung keseimbangan antara jumlah total biaya keseluruhan dengan jumlah total penerimaan keseluruhan.

2. Metode penetapan harga jual berdasarkan harga pesaing

Dalam metode ini, penetapan harga menggunakan harga pesaing sebagai referensi. Pada operasionalnya metode ini cocok digunakan untuk produk standar dengan kondisi pasar dimana penawaran satu jenis produk dikuasai oleh beberapa perusahaan. Demi meraih keunggulan yang kompetitif digunakan strategi harga yang dapat menguasai pangsa pasar.

3. Metode penetapan harga jual berdasarkan permintaan

Dalam metode penetapan harga jual berdasarkan permintaan, dilakukan dengan menganalisis konsumen, dimana konsumen diminta untuk memberikan pernyataan terkait harga yang telah ditetapkan perusahaan dengan kualitas produk yang diterima.

Margin Bruto (Gross Profit Margin)

Margin Bruto atau margin laba kotor merupakan nilai yang menunjukkan persentase dari laba kotor. Laba kotor diperoleh dari selisih antara pendapatan dan harga pokok penjualan. *Margin Bruto* dihasilkan dari perbandingan laba kotor dengan total penjualan (Subramanyam, 2014).

Untuk itu rumus dalam menghitung *Margin Bruto* sebagai berikut:

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Gross Profit}}{\text{Sales}} \times 100\%$$

Margin Bruto dapat diukur dengan memperhitungkan nilai, dimana semakin tinggi nilai *Margin Bruto* suatu perusahaan, maka semakin besar pula laba kotor yang diperoleh dari penjualan bersih, hal ini berarti bahwa perusahaan memiliki kondisi keuangan yang baik. Namun sebaliknya, apabila semakin rendah nilai *Margin Bruto* maka semakin kecil pula laba kotor yang dihasilkan dari penjualan bersihnya, situasi ini dapat terjadi akibat harga jual yang terlalu rendah atau biaya produksi yang tinggi. *Margin Bruto* yang rendah dapat menjadi indikator bahwa perusahaan tidak menjalankan operasionalnya secara efisien (Rejeki, 2023). Menurut Kasmir (dalam Saputri & Muniarty, 2024) adapun standar industri manufaktur rata-rata untuk *Margin Bruto* yaitu sebesar 30%.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Pada penelitian ini menerapkan pendekatan deskriptif kualitatif, dengan tujuan untuk menggambarkan dan memahami suatu fenomena secara mendalam berdasarkan data yang diperoleh, dalam pendekatan kualitatif, pengumpulan data umumnya dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi (Roosinda et al., 2021). Adapun dalam penelitian ini, data dikumpulkan melalui wawancara dan dokumentasi lapangan.

Sampel Penelitian

Dalam penelitian ini sampel yang digunakan adalah produk Cover U-Ditch tipe Heavy Duty (HD) dengan ukuran 30x60. Cover U-Ditch merupakan penutup saluran U-Ditch yang berfungsi untuk melindungi saluran U-Ditch dari kerusakan, mengurangi risiko jatuh ke

dalam saluran, memudahkan perawatan atau pembersihan, serta meningkatkan estetika dan keamanan.

Tempat dan Waktu Penelitian

Dalam rangka pengumpulan data penelitian, peneliti memilih PT. Bogor Persada Indonesia sebagai lokasi penelitian, yang beralamat di Kp. Parungdengdek, RT.002/RW.011, Wanaherang, Gunung Putri, Kab. Bogor, Jawa Barat. Pelaksanaan penelitian dimulai dari tahap persiapan yang berlangsung pada bulan Maret hingga April 2025, mencakup penyusunan instrumen penelitian, pengurusan perizinan, dan perencanaan teknis. Tahap ini dilanjutkan dengan pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi yang dilaksanakan pada bulan Mei 2025, dan diakhiri dengan tahap analisis serta penyusunan laporan penelitian yang selesai pada bulan Juni 2025.

Sumber dan Metode Pengumpulan Data

1. Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber utama, yaitu PT. Bogor Persada Indonesia, tanpa melalui proses pengolahan oleh pihak lain sebelumnya. Informasi yang dikumpulkan mencakup data kualitatif dan kuantitatif. Data kualitatif dalam penelitian ini meliputi sejarah berdirinya perusahaan serta visi dan misi perusahaan. Untuk data kuantitatif meliputi informasi biaya-biaya yang dikeluarkan untuk produksi di tahun 2023, harga jual produk yang telah ditetapkan perusahaan pada tahun 2023, dan laporan laba rugi tahun 2021-2023.

2. Metode Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data melalui tanya jawab antara dua pihak untuk memperoleh informasi yang relevan dengan tujuan penelitian. Pada penelitian ini, wawancara dimanfaatkan untuk menggali informasi secara mendalam mengenai kondisi dan praktik yang berlangsung di PT. Bogor Persada Indonesia. Mengingat lokasi perusahaan yang cukup jauh dari domisili peneliti, pelaksanaan wawancara dilakukan secara online melalui platform komunikasi digital. Metode ini dipilih untuk menghemat waktu dan biaya tanpa mengurangi kualitas data yang diperoleh.

b. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan sebuah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui pengkajian dokumen-dokumen atau arsip yang relevan dengan objek penelitian. Dalam penelitian ini, dokumentasi diperoleh langsung dari pihak perusahaan dan dikirimkan dalam bentuk digital melalui komunikasi online, sejalan dengan pelaksanaan wawancara yang juga dilakukan secara online.

Metode dan Tahapan Analisis

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, yang bertujuan untuk menggambarkan kondisi subjek dan objek penelitian sesuai dengan data yang diperoleh di lapangan. Berikut tahapan analisis yang dilakukan dalam penelitian ini:

1. Tahap pertama, peneliti mengurus perizinan kepada pihak manajemen perusahaan untuk memperoleh persetujuan penelitian.

2. Tahap kedua, peneliti melakukan persiapan terhadap segala sesuatu yang dibutuhkan sebelum pelaksanaan penelitian.
3. Tahap ketiga, peneliti melakukan wawancara secara online dengan karyawan perusahaan sebagai perwakilan.
4. Tahap keempat, peneliti mengumpulkan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian.
5. Tahap kelima, peneliti mengolah data yang telah dikumpulkan dengan menggunakan metode *Cost Plus Pricing* sebagai dasar analisis.
6. Tahap keenam, peneliti menganalisis hasil data yang telah diolah untuk mengevaluasi efektivitas penerapan *Cost Plus Pricing* terhadap harga jual dan *Margin Bruto*. Serta melakukan penyusunan laporan hasil penelitian.

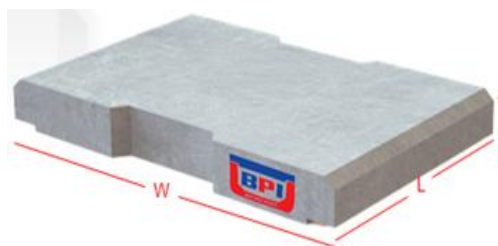
HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

PT. Bogor Persada Indonesia (BPI) merupakan perusahaan yang berawal dari CV. Maju Bersama, didirikan pada tahun 2008 dengan fokus utama pada kegiatan perdagangan yang berlokasi di Kp. Parungdengdek, wanaherang, Kecamatan Gunung Putri, Kabupaten Bogor, Jawa Barat

Seiring dengan meningkatnya permintaan akan beton pracetak dalam proyek-proyek infrastruktur, baik yang dikembangkan oleh pemerintah maupun pihak swasta, perusahaan melakukan ekspansi bisnis pada tahun 2016 dengan membangun unit usaha di bidang industri beton pracetak (precast). Pada bulan Agustus tahun yang sama, perusahaan secara resmi berganti nama menjadi PT. Bogor Persada Indonesia (BPI). Dengan dukungan tenaga ahli yang kompeten dan berpengalaman di bidang precast, PT. Bogor Persada Indonesia optimis mampu memberikan produk berkualitas tinggi dan pelayanan terbaik kepada para konsumennya.

Produk yang dihasilkan oleh PT. Bogor Persada Indonesia meliputi Box Culvert, U-Ditch, dan Cover U-Ditch. Dari beberapa produk tersebut, produk yang diproduksi tertinggi pada tahun 2023 adalah Cover U-Ditch dengan tipe Heavy Duty (HD) atau Cover HD ukuran 30x60. Cover U-Ditch tersedia dua tipe yaitu Light Duty (LD) dan Heavy Duty (HD) dengan berbagai ukuran. Oleh karena itu, penelitian ini akan menggunakan produk Cover HD 30x60 sebagai sampel, yang dimana akan dilakukan analisis perhitungan harga jual produk Cover U-Ditch tipe Heavy Duty (HD) dengan ukuran 30x60. Berikut merupakan gambar produk Cover U-Ditch:



Sumber: bpi-precast.com

Dalam penelitian ini, data yang digunakan untuk menghitung harga jual Cover HD 30x60 yaitu data produksi pada bulan November, dimana bulan tersebut memproduksi dengan

tingkat tertinggi di tahun 2023. Namun, sebelum membahas lebih lanjut, berikut merupakan data yang diperoleh berdasarkan metode dokumentasi meliputi biaya produksi dan biaya *non* produksi dari keseluruhan jenis produk yang diproduksi pada tahun 2023:

Biaya	Jumlah
Besi	Rp 1.363.322.811
Batu Split	Rp 697.855.856
Pasir	Rp 608.565.766
Semen	Rp 1.351.561.982
Total	Rp 4.021.306.414

Tabel 1. Biaya Bahan Baku Tahun 2023

Dalam pembuatan seluruh produk di tahun 2023, perusahaan memakai bahan baku seperti besi, batu split, pasir, dan semen dengan total sebesar Rp 4.021.306.414, jumlah ini diperoleh dari data primer (data penerimaan material tahun 2023) yang kemudian diidentifikasi dan dikelompokkan berdasarkan jenis biayanya.

Biaya	Jumlah Karyawan	Total Gaji (Per Tahun)
Operator Produksi	30	Rp 760.333.646
Operator Truck	11	Rp 219.619.917
Total		Rp 979.953.563

Tabel 2. Biaya Tenaga Kerja Langsung Tahun 2023

Biaya tenaga kerja langsung yang dikeluarkan untuk menggaji karyawan pada bagian operator produksi dan operator truck di tahun 2023 sebesar Rp 979.953.563, jumlah ini diperoleh dari data primer (rekapan gaji BPI Precast tahun 2023) yang kemudian diidentifikasi dan dikelompokkan berdasarkan jenis biaya tenaga kerjanya.

Biaya	Jumlah
Biaya <i>Overhead</i> Produksi	Rp 506.264.198
BOP Variabel	Rp 59.882.000
BOP Tetap	Rp 1.500.000
Total	Rp 567.646.198

Tabel 3. Biaya *Overhead* Pabrik Tahun 2023

Pemakaian biaya overhead pabrik pada tahun 2023 meliputi biaya *overhead* tetap dan biaya overhead variabel dengan total sebesar Rp 567.646.198, jumlah ini diperoleh dari data

primer (data penerimaan material tahun 2023) yang kemudian diidentifikasi dan dikelompokkan berdasarkan jenis biayanya.

Berdasarkan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik yang telah diuraikan, maka biaya produksi yang digunakan untuk memproduksi keseluruhan jenis produk pada tahun 2023 yaitu sebesar Rp 5.568.906.175.

Biaya	Jumlah
Gaji Karyawan (<i>Office</i>)	Rp 468.000.000
Administrasi & Umum	Rp 1.095.688.174
Total	Rp 1.563.688.174

Tabel 4. Biaya Non Produksi Tahun 2023

Biaya *non* produksi yang terpakai pada tahun 2023 meliputi gaji karyawan kantor serta bagian administrasi dan umum dengan total sebesar Rp 1.563.688.174, data ini diperoleh dari data primer (rekapan gaji BPI Precast tahun 2023) yang kemudian diidentifikasi dan dikelompokkan berdasarkan biaya yang tidak berhubungan langsung dengan produksi.

Perhitungan Harga Pokok Proses Satu Departemen

Berdasarkan biaya produksi dan biaya *non* produksi dalam memproduksi keseluruhan jenis produk yang sebelumnya telah diuraikan, berikut merupakan hasil analisis data berdasarkan metode wawancara dan metode dokumentasi berupa catatan-catatan yang diperoleh dari perusahaan, meliputi volume produksi dan biaya produksi yang terpakai dalam memproduksi Cover HD 30x60.

Total Produksi	Per Bulan (26 hari)
Cover HD 30x60	2.500 Unit

Tabel 5. Volume Produksi Cover HD 30x60 (Bulan November Tahun 2023)

Pada tabel 5 merupakan total volume produksi dan penjualan tertinggi di tahun 2023, dengan memproduksi produk Cover HD 30x60 sebanyak 2.500 unit, data ini diperoleh dari data primer. Total produksi dihasilkan berdasarkan perhitungan hari kerja efektif yaitu 26 hari per bulan.

Biaya	Tingkat Penyelesaian	Total Biaya (a)	Unit Ekuivalen (b)	Biaya Produksi/Unit (a):(b)=(c)
Biaya Bahan Baku	100%	Rp 73.266.000	2.500	Rp 29.306
Tenaga Kerja Langsung	50%	Rp 15.840.000	2.400	Rp 6.600
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	50%	Rp 13.681.000	2.400	Rp 5.700
Total		Rp 102.787.000		Rp 41.606

Tabel 6. Total Biaya Produksi Per Unit (Bulan November Tahun 2023)

Berdasarkan tabel 5 dan 6 di atas, berikut merupakan detail perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode pengumpulan harga pokok proses satu departemen, dengan memproduksi produk Cover HD 30x60 pada bulan November sebanyak 2.500 dimana produk jadi yang ditransfer ke gudang sebanyak 2.300 dan produk atau barang dalam proses (BDP) akhir sebanyak 200. Maka langkah perhitungan yang dilakukan sebagai berikut:

1. Menghitung Unit Ekuivalensi

Dalam menghitung unit ekuivalensi dapat menggunakan rumus berikut ini:

Unit Ekuivalensi = Produk Jadi + (BDP Akhir x Tingkat Penyelesaian)

a. Unit Ekuivalensi BBB = $2.300 + (200 \times 100\%) = 2.500$

b. Unit Ekuivalensi BTK = $2.300 + (200 \times 50\%) = 2.400$

c. Unit Ekuivalensi BOP = $2.300 + (200 \times 50\%) = 2.400$

2. Menghitung Biaya Produksi Per Unit

Untuk menghitung biaya produksi per unit dapat menggunakan rumus berikut:

$$\text{Biaya Produksi Per Unit} = \frac{\text{Total Biaya}}{\text{Unit Ekuivalensi Masing-Masing Elemen}}$$

Biaya Bahan Baku = $\frac{\text{Rp } 73.266.000}{2.500} = \text{Rp } 29.306$

Biaya Tenaga Kerja = $\frac{\text{Rp } 15.840.000}{2.400} = \text{Rp } 6.600$

Biaya *Overhead* Pabrik = $\frac{\text{Rp } 13.681.000}{2.400} = \text{Rp } 5.700$

Total biaya produksi per unit = $\text{Rp } 41.606$

3. Harga Pokok Produk Jadi dan Produk Dalam Proses Akhir

Harga Pokok Produk Jadi $2.300 \times \text{Rp } 41.606 = \text{Rp } 95.695.678$

Harga Pokok BDP Akhir:

BBB = $100\% \times 200 \times \text{Rp } 29.306 = \text{Rp } 5.861.280$

BTK = $50\% \times 200 \times \text{Rp } 6.600 = \text{Rp } 660.000$

BOP = $50\% \times 200 \times \text{Rp } 5.700 = \text{Rp } 570.042 = \text{Rp } 7.091.322 +$

Jumlah biaya produksi $\text{Rp } 102.787.000$

Penetapan Harga Jual

1. Penentuan Markup

Selanjutnya dalam penetapan harga jual produk, perusahaan telah menentukan dan menetapkan kebijakan besaran *markup* selama tahun 2023 untuk keseluruhan jenis produk sebagai berikut:

Keterangan	Persentase (%)
Laba yang diharapkan	50%

Tabel 7. Persentase Markup

2. Perhitungan Harga Jual Berdasarkan Metode *Cost Plus Pricing*

Berdasarkan data sebelumnya, berikut perhitungan harga jual produk Cover HD 30x60 menggunakan metode *Cost Plus Pricing*. Untuk menghitung harga jual menggunakan metode tersebut dapat menggunakan rumus:

$$\text{Harga Jual} = \text{Biaya produksi per unit} + (\% \text{ Markup} \times \text{Biaya produksi per unit})$$

$$\begin{aligned} \text{Harga Jual} &= \text{Rp } 41.606 + (50\% \times \text{Rp } 41.606) \\ &= \text{Rp } 62.409 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan tersebut harga jual Cover HD 30x60 yang dihasilkan melalui metode *Cost Plus Pricing* yaitu sebesar Rp 62.409. Oleh karena itu, berikut merupakan ikhtisar harga pokok produksi, harga jual berdasarkan metode *Cost Plus Pricing*, dan kontribusi margin dari produk Cover U-Ditch dengan berbagai tipe dan ukuran:

Jenis Produk	HPP (a)	Harga Jual ((a) + (50% x a)) = (b)	Laba Per Unit Produk (b) – (a) = (c)	Total Kontribusi Margin ((c) : (b) x 100%) = (d)
Cover LD 30x60	Rp 31.204	Rp 46.807	Rp 15.602	33%
Cover HD 30x60	Rp 41.606	Rp 62.409	Rp 20.803	33%
Cover LD 40x60	Rp 40.219	Rp 60.328	Rp 20.109	33%
Cover HD 40x60	Rp 52.007	Rp 78.011	Rp 26.004	33%
Cover LD 50x60	Rp 49.927	Rp 74.890	Rp 24.963	33%
Cover HD 50x60	Rp 76.277	Rp 114.416	Rp 38.139	33%
Cover LD 60x60	Rp 72.810	Rp 109.215	Rp 36.405	33%
Cover HD 60x60	Rp 104.015	Rp 156.022	Rp 52.007	33%
Cover LD 80x60	Rp 93.613	Rp 140.420	Rp 46.807	33%
Cover HD 80x60	Rp 142.153	Rp 213.230	Rp 71.077	33%
Cover LD 100x60	Rp 142.153	Rp 213.230	Rp 71.077	33%
Cover HD 100x60	Rp 181.679	Rp 272.518	Rp 90.839	33%
Cover LD 120x60	Rp 166.423	Rp 249.635	Rp 83.212	33%
CoverHD 120x60	Rp 235.766	Rp 353.649	Rp 117.883	33%

Tabel 8. Ikhtisar HPP, Harga Jual, dan Laba Per Unit

Tabel 8 menunjukkan bahwa kontribusi margin yang dihasilkan dari perhitungan harga jual menggunakan metode *Cost Plus Pricing* untuk produk Cover U-Ditch dengan berbagai tipe dan ukuran yaitu sebesar 33%.

Perhitungan *Margin Bruto*

Keterangan	2021	2022	2023
Penjualan	Rp 16.184.652.158	Rp 20.989.785.558	Rp 12.548.427.383
HPP	Rp 6.727.791.500	Rp 8.601.273.810	Rp 5.568.906.175
Laba Bruto	Rp 9.456.860.658	Rp 12.388.511.748	Rp 6.979.521.208

Tabel 9. Ikhtisar Laporan Laba Rugi Tahun 2021-2023

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan besaran laba bruto yang diperoleh perusahaan pada tahun 2021, 2022, dan 2023. Sehingga untuk menghitung *Margin Bruto* dapat menggunakan rumus berikut ini:

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Gross Profit}}{\text{Sales}} \times 100\%$$

1. Tahun 2021

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Rp } 9.456.860.658}{\text{Rp } 16.184.652.158} \times 100\% = 58\%$$

2. Tahun 2022

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Rp } 12.388.511.748}{\text{Rp } 20.989.785.558} \times 100\% = 59\%$$

3. Tahun 2023

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Rp } 6.979.521.208}{\text{Rp } 12.548.427.383} \times 100\% = 56\%$$

Pembahasan

Penetapan harga jual yang efektif merupakan salah satu komponen strategis yang berperan penting dalam menentukan tingkat keberhasilan perusahaan. Pemilihan metode penetapan harga jual yang tepat tidak hanya berdampak terhadap peningkatan pendapatan, tetapi juga turut memengaruhi profitabilitas serta daya saing perusahaan di pasar. Salah satu metode yang umum diterapkan dalam penetapan harga jual adalah *Cost Plus Pricing*, yang dimana cara paling sederhana dalam menilai profitabilitas yang dihasilkan dari penetapan harga tersebut dapat diukur melalui *Margin Bruto*.

Berikut komparasi harga jual yang dihitung dengan menggunakan metode *Cost Plus Pricing*, dan *price list* yang ditetapkan perusahaan, serta harga jual produk sejenis di pasaran:

Jenis Produk	Harga Jual Menurut Metode <i>Cost Plus Pricing</i>	Harga Jual Menurut Metode Harga Pesaing (<i>Price List</i>)	Harga Jual Pasaran Produk Cover U-Ditch
Cover LD 30x60	Rp 46.807	Rp 85.690	Rp 93.390
Cover HD 30x60	Rp 62.409	Rp 114.254	Rp 109.500
Cover LD 40x60	Rp 60.328	Rp 110.445	Rp 135.850
Cover HD 40x60	Rp 78.011	Rp 142.817	Rp 139.500
Cover LD 50x60	Rp 74.890	Rp 137.105	Rp 181.280
Cover HD 50x60	Rp 114.416	Rp 209.466	Rp 300.190
Cover LD 60x60	Rp 109.215	Rp 199.944	Rp 230.000
Cover HD 60x60	Rp 156.022	Rp 285.635	Rp 249.900
Cover LD 80x60	Rp 140.420	Rp 257.071	Rp 305.470
Cover HD 80x60	Rp 213.230	Rp 390.368	Rp 521.950
Cover LD 100x60	Rp 213.230	Rp 390.368	Rp 409.750
Cover HD 100x60	Rp 272.518	Rp 498.909	Rp 691.240
Cover LD 120x60	Rp 249.635	Rp 457.016	Rp 544.170
Cover HD 120x60	Rp 353.649	Rp 647.439	Rp 836.440

Tabel 10. Komparasi Harga Jual Cover U-Ditch

Berdasarkan tabel komparasi harga jual produk Cover U-Ditch di atas, dapat diketahui bahwa harga jual yang dihasilkan menggunakan metode *Cost Plus Pricing*, jauh berbeda dari harga pasaran produk sejenis. Namun dalam menjual produknya perusahaan juga menetapkan *price list* di setiap produknya, dimana *price list* ini dapat dikategorikan ke dalam penentuan harga jual berdasarkan harga pesaing, karena jika hanya berdasarkan metode *Cost Plus Pricing* perusahaan tetap memperoleh keuntungan namun tidak mencerminkan harga jual yang kompetitif.

Sehingga perusahaan dalam menetapkan harga jual produknya mengombinasikan dua metode yaitu metode *Cost Plus Pricing* digunakan sebagai batas bawah harga penawaran dalam proses negosiasi dan metode berdasarkan harga pesaing sebagai *price list*, hal tersebut dilakukan agar perusahaan tetap kompetitif dan mampu memberikan keuntungan yang optimal serta sesuai dengan target perusahaan. Oleh karena itu, dalam penerapannya metode *Cost Plus Pricing* telah efektif tetapi kurang tepat dalam penentuan harga jual produk pada PT. Bogor Persada Indonesia.

Selanjutnya dalam penelitian ini akan menilai profitabilitas, yang dihasilkan dari penetapan harga jual menggunakan metode *Cost Plus Pricing* dan *price list*. Penilaian ini diukur melalui *Margin Bruto* yang diperoleh perusahaan dari penjualan seluruh produk di tahun 2021 hingga 2023. Berikut merupakan analisis *Margin Bruto* yang diperoleh perusahaan di tahun 2021-2023:

Periode	Standar Industri Manufaktur (GPM)	Margin Bruto (%)	Keterangan
2021	30%	58%	Baik
2022		59%	Baik
2023		56%	Baik

Tabel 11. Analisis Margin Bruto pada PT. Bogor Persada Indonesia tahun 2021-2023

Berdasarkan tabel 11 di atas, dapat diketahui bahwa *Margin Bruto* yang diperoleh perusahaan selama tiga tahun berturut-turut (2021-2023) menempati nilai rata-rata 58%. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan memiliki kondisi finansial yang baik dan sehat, sebab nilai *Margin Bruto* berada di atas tingkat minimum standar industri manufaktur yaitu sebesar 30%. Namun jika dilihat berdasarkan perolehan *Margin Bruto* di setiap tahun, pada tahun 2023 mengalami penurunan sebesar 3%. Penurunan tersebut disebabkan beralihnya sejumlah pelanggan ke perusahaan lain yang baru berdiri, dimana sebelumnya memiliki hubungan dengan kegiatan pemasaran PT. Bogor Persada Indonesia, sehingga perpindahan tersebut berdampak pada menurunnya pendapatan perusahaan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan terhadap satu jenis produk *precast* sebagai sampel yaitu Cover HD 30x60 dengan volume produksi dan penjualan tertinggi, diperoleh harga jual menggunakan metode *Cost Plus Pricing* sebesar Rp 62.409 dimana keuntungan yang dihasilkan per unit produk sebesar Rp 20.803 dengan kontribusi margin 33%.

Sedangkan harga pasar untuk produk sejenis adalah Rp 109.500, sehingga perusahaan menetapkan *price list* sebesar Rp 114.254. Dari perbandingan tersebut, dapat disimpulkan bahwa metode *Cost Plus Pricing* cukup efektif dalam menghitung harga jual berdasarkan biaya karena perusahaan tetap memperoleh keuntungan. Oleh karena itu, perusahaan mengombinasikan dua pendekatan, yaitu metode *Cost Plus Pricing* sebagai batas bawah harga penawaran dalam proses negosiasi dan metode berdasarkan harga pesaing untuk menetapkan *price list*.

Kemudian harga jual yang dihasilkan melalui kombinasi kedua metode tersebut telah mampu mencapai *Margin Bruto* yang optimal, hal ini tercermin dari nilai rata-rata *Margin Bruto* yang diperoleh perusahaan selama tiga tahun berturut-turut (2021-2023) sebesar 58%, nilai tersebut berada jauh di atas standar minimum industri manufaktur sebesar 30%. Capaian ini mengindikasikan bahwa perusahaan berada dalam kondisi finansial yang baik dan sehat. Meskipun pada tahun 2023 terjadi penurunan *Margin Bruto* sebesar 3%, disebabkan oleh beralihnya sejumlah pelanggan ke perusahaan lain yang baru berdiri. Dengan demikian, penerapan metode *Cost Plus Pricing* pada PT. Bogor Persada Indonesia dapat dikatakan cukup efektif karena mempertimbangkan biaya dan keuntungan, namun metode ini kurang tepat jika digunakan sebagai satu-satunya acuan dalam penetapan harga jual produk, karena belum memperhitungkan kondisi pasar.

Mengingat penurunan *Margin Bruto* pada tahun 2023 akibat persaingan baru, perusahaan dapat mempertimbangkan untuk menyiapkan metode harga alternatif dalam merespons perubahan pasar, seperti *Bundle Pricing*. *Bundle Pricing* adalah strategi dimana perusahaan menawarkan beberapa produk sekaligus dengan harga yang lebih kompetitif daripada membeli produk secara terpisah. Dengan menawarkan paket yang ekonomis, strategi ini dapat memaksimalkan volume penjualan produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Iryanie, E., & Handayani, M. (2019). *Akuntansi Biaya* (A. Pratomo, Ed.; 1st ed.). Poliban Press.
- Miradji, A. M., & Kurniawan, W. O. (2023). *Akuntansi Biaya*. UD. Alfasyam Jaya Mandiri.
- Muliati, N. K., Zuhroh, D., Ningrum, W. W., Utami, E. S., Desmayani, N. M. M. R., Ghozali, Z., Savitrah, R. M., Sesa, P. V. S., & Astuti, T. D. (2024). *Buku Ajar Akuntansi Biaya* (Efitra, Ed.; 1st ed.). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Noviasari, E., & Alamsyah, R. (2020). Peranan Perhitungan Harga Pokok Produksi Pendekatan Full Costing Dalam Menentukan Harga Jual Dengan Metode Cost Plus Pricing Studi Kasus pada UMKM Sepatu Heriyanto. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 8, 17–26. <https://doi.org/https://doi.org/10.37641/jiakes.v8i1.287>
- Pramita, O., Suaidah, Y. M., & Sandy, W. T. (2023). *Akuntansi Biaya* (M. Fajar & D. Ari, Eds.; 1st ed.). Empatdua Media.
- Purwanti, A. (2023). *Akuntansi Manajemen* (G. Sartika, Ed.). Salemba Empat.
- Rakhamanita, A., & Erica, D. (2021). *Akuntansi Biaya* (1st ed.). Expert.
- Raymond, Masnila, N., Hwihanus, Fahmi, M., Maelani, P., Siregar, D. L., Ningsih, N. H., Kusumawaty, M., Hari, K. K., Helencia, K., Parju, Kumala, V., & Istiono, W. (2024). *Buku Akuntansi Manajemen* (R. Desiyanti, Ed.; Januari 2024). CV. Gita Lentera.

- Rejeki, D. (2023). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Margin Laba Kotor dan Perputaran Persediaan terhadap pemilihan metode Akuntansi Persediaan pada Perusahaan Food & Beverage yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2019. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis Krisnadwipayana* , 10, 1077–1089.
- Rizki Eriyanto, S., Jufriyanto, M., & Dhartika Sari, E. (2024). Penentuan Harga Jual Batu Split Pada CV. XYZ dengan Metode Cost Plus Pricing. *SITEKIN: Journal of Science, Technology, and Industry*, X, No. Y, 1–4.
- Roosinda, F. W., Lestari, N. S., Utama, A. A. G. S., Siahaan, A. L. S., Islamiati, S. H. D., Astiti, K. A., Hikmah, N., & Fasa, M. I. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif* (D. U. Sutiksno, Ratnadewi, & I. Aziz, Eds.; 1st ed.). Zahir Publishing.
- Sahla, W. A. (2020). *Akuntansi Biaya Panduan Perhitungan Harga Pokok Produk* (A. Pratomo, Ed.; 1st ed.). Poliban Press.
- Santoso, A., Ayu Kemala, P., Pratiwi, L., Purwanti, A., Ervina, N., Damayanti, & Betriana, M. (2023). *Akuntansi Manajemen* (Fachrurazi, Ed.). CV. Eureka Media Aksara.
- Saputri, I., & Muniarty, P. (2024). Pengaruh Gross Profit Margin (GPM) Terhadap Laba Bersih pada PT.Akasha Wira International Tbk. *Indonesian Journal Of Accountitng & Business*, 5(2), 1–10. <https://doi.org/https://doi.org/10.33019/ijab.v5i2.96>
- Subramanyam, K. R. . (2014). *Financial Statement Analysis* (G. Korosa, Ed.; 11th ed.). McGraw Hill Education.
- Sujarweni, V. W. (2019). *Akuntansi Manajemen* (Mona, Ed.). Pustaka Baru Press.