

# JURNAL\_LAILATUN\_ILMIAHH\_- \_Copy.docx *by*

---

**Submission date:** 14-Jul-2023 11:26AM (UTC+0700)

**Submission ID:** 2130895298

**File name:** JURNAL\_LAILATUN\_ILMIAHH\_- Copy.docx (114.03K)

**Word count:** 4008

**Character count:** 24863

## Evaluation Of Determining The Selling Price In Increasing Profit In Monggo Moro Chicken Noodles MSME [Evaluasi Penetapan Harga Jual Dalam Meningkatkan Laba Pada Umkm Mi Ayam Monggo Moro]

Lailatun Nishfah Dyah Fatmawati <sup>1)</sup>, Sarwenda Biduri <sup>\*2)</sup>

<sup>1)</sup>Program Studi Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

<sup>2)</sup>Program Studi Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

\*Email Penulis Korespondensi: [sarwendabiduri@umsida.ac.id](mailto:sarwendabiduri@umsida.ac.id)

**Abstract.** *In this study, researchers conducted research at UMKM "Monggo Moro Chicken Noodles", This research uses qualitative. The data obtained are in the form of primary and secondary data. Primary data was obtained through interviews with research subjects, while secondary data was in the form of documents related to sales, purchases and all information about Monggo Moro Chicken Noodles UMKM. The Cost-Plus Pricing method is an accurate method for identifying the components of production costs and calculating product selling prices according to the expected profit so that product prices can compete in the market. Determination of the selling price determined by the "Monggo Moro" Chicken Noodle MSME still uses the traditional method or relative selling prices. The results of this study indicate that there are 3 menus that are suggested to increase the price, namely Normal Chicken Noodles to IDR 9,000, Chicken Bakso Noodles to IDR 12,000 and Chicken Ceker Noodles to IDR 15,000. So that with the number of sales in the last 3 months, the increase in profit can be realized up by 3% to 42%, amounting to IDR 5,921,350 compared to the previous profit of 39%, amounting to IDR 2,770,000*

**Keywords :** *Cost-Plus Pricing, Selling Price Determination, Profit Increase*

**Abstrak.** *Pada penelitian ini, peneliti melakukan penelitian di UMKM Mi Ayam "Monggo Moro", Penelitian ini menggunakan kualitatif. Data yang diperoleh adalah berupa data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan subyek penelitian, sedangkan data sekunder berupa dokumen-dokumen yang berhubungan dengan penjualan, pembelian dan seluruh informasi tentang UMKM Mi Ayam "Monggo Moro". Metode Cost-Plus Pricing merupakan metode akurat dalam mengidentifikasi komponen biaya produksi dan menghitung harga jual produk sesuai laba yang diharapkan sehingga harga produk dapat bersaing di pasaran. Penetapan harga jual yang ditentukan oleh UMKM Mi Ayam "Monggo Moro" masih menggunakan metode tradisional atau harga jual relatif. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat 3 menu yang disarankan untuk menaikkan harganya yaitu Mi Ayam Biasa menjadi Rp 9.000, Mi Ayam Bakso menjadi Rp 12.000 dan Mi Ayam Ceker menjadi Rp 15.000. Sehingga dengan jumlah penjualan 3 bulan terakhir kenaikan laba dapat terealisasi naik 3% menjadi 42% sebesar Rp 5.921.350 dibandingkan dengan laba sebelumnya 39% sebesar Rp 2.770.000*

**Kata Kunci :** *Cost-Plus Pricing, Penetapan Harga Jual, Peningkatan Laba*

### I. PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) saat ini sangat berperan untuk mengurangi angka kemiskinan dan membantu menyerap tenaga kerja di Indonesia. Menurut data yang diambil dari situs [bps.go.id](http://bps.go.id) berdasarkan hasil Sensus Ekonomi tahun 2018 jumlah Usaha Mikro Kecil (UMK) di Indonesia 64,2 juta atau 99,99% dari jumlah pelaku usaha di Indonesia. UMKM memiliki peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia, karena UMKM dapat membuka lapangan pekerjaan, meningkatkan pertumbuhan ekonomi, pendapatan negara serta kesejahteraan masyarakat melalui kemampuan UMKM dalam menciptakan pendapatannya sendiri. Populasi UMKM yang terus berkembang dan tersebar di berbagai sektor usaha dan dapat menyerap banyak tenaga kerja, memberikan peran UMKM yang cukup signifikan. Salah satu faktor pendukung agar UMKM dapat terus berkembang adalah harus memiliki perhitungan penetapan harga. Menurut [1] menjelaskan bahwa harga jual yang tepat sangat ditentukan oleh keberhasilan dalam menentukan biaya produk yang tepat. Sehingga diharapkan harga jual produk yang ditawarkan dapat menutupi semua biaya dan mampu menghasilkan laba. Disamping itu harga jual harus dapat menghasilkan laba yang memadai agar usaha mi ayam berjalan dengan optimal. [1] menjelaskan bahwa pengendalian biaya harus diberikan kepada personal yang bertanggung jawab dalam menyusun anggaran sebatas pada biaya yang dapat dikendalikan.

Banyak faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan tentang penentuan harga jual baik dari dalam manajemen seperti biaya produksi dan biaya-biaya lain yang relevan, laba yang diinginkan serta tujuan usaha. Sedangkan faktor-faktor dari luar yang mempengaruhi penentuan harga jual, diantaranya persaingan, luas pasar dan sifat produk. Jika melihat penjelasan diatas bahwa analisis harga jual produk sangat diperlukan untuk menilai seberapa maksimal dapat menutupi seluruh biaya dalam menghasilkan suatu produk. Untuk menentukan harga jual ada banyak metode yang dapat dilakukan salah satunya adalah metode *Cost-Plus Pricing* [2] menyatakan bahwa metode penentuan harga jual yang berdasarkan biaya dalam bentuk paling sederhana salah satunya dengan menggunakan metode *Cost-Plus Pricing* [3]. Penentuan harga jual *Cost-Plus Pricing* yaitu biaya yang digunakan sebagai dasar penentuan, dapat didefinisikan sesuai dengan metode penentuan harga pokok produk yang digunakan. Dalam menghitung metode *Cost-Plus Pricing*, digunakan nilai biaya total ditambah dengan nilai margin. Dari penjelasan metode *Cost-Plus Pricing* ini kita dapat mengetahui cara menentukan harga jual dengan tepat, disamping itu kita dapat menutupi biaya keseluruhan dan memberikan margin dari setiap produk. Sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh [1] dalam bukunya menjelaskan bahwa tujuan yang hendak dicapai oleh perusahaan dalam menjalankan bisnisnya antara lain adalah mendapatkan keuntungan yang diharapkan dan mempertahankan keuntungan yang berhasil dicapai dan berusaha meningkatkannya. Tujuan ini dapat dicapai apabila UMKM dapat melaksanakan penjualan seperti yang direncanakan. Disinilah akuntansi biaya memegang peranan penting kepada pelaku usaha dalam merencanakan dan mengawasi kegiatan usahanya, meningkatkan mutu produk dan efisiensi, serta dalam pengambilan keputusan. Pengumpulan, penyajian dan penganalisaan informasi biaya dapat berperan membantu manajemen dalam menyusun anggaran, pengendalian biaya, perhitungan laba dan pemilihan alternatif dalam pengambilan keputusan [4]. Saat ini UMKM didominasi oleh sektor kuliner. Salah satunya yaitu Mi Ayam. Mi ayam merupakan makanan yang berbahan dasar mi kemudian diberi taburan daging dan sayuran. Serta dapat ditambahkan dengan saus, kecap, dan sambal. Terdapat beberapa variasi mi ayam karang ini. Seperti mi ayam bakso, mi ayam ceker, mi ayam jamur, dan sebagainya. Mi Ayam "Monggo Moro" merupakan pendatang baru di dunia kuliner mi Kota Sidoarjo. Mi Ayam ini berdiri pada tanggal 10 Mei 2020. Mi Ayam "Monggo Moro" dilatarbelakangi oleh keinginan pemilik memiliki usaha sendiri. Karena pemilik telah berpengalaman dalam mengolah mi ayam, dikarenakan sebelumnya pernah bekerja di tempat pengolahan mi ayam. Mi Ayam "Monggo Moro" tidak jauh berbeda dengan mi ayam lainnya, hanya saja mi ayam monggo moro ini terdapat berbagai macam varian. Diantaranya mi ayam ori, mi ayam ceker, mi ayam bakso. Serta memiliki harga yang terjangkau dibandingkan dengan mi ayam lainnya. Jika dilihat dari komponen biaya produksi, tentunya perlu membutuhkan metode penentuan harga yang tepat agar dapat memaksimalkan laba yang dapat diperoleh oleh Mi Ayam "Monggo Moro". [5] harga pokok produksi merupakan penjumlahan seluruh pengorbanan sumber ekonomi perusahaan yang digunakan dalam proses pengolahan bahan baku menjadi produk jadi. Sementara [6] menyatakan bahwa harga pokok produksi adalah beban biaya yang mendukung tujuan manajemen yang ingin dicapai. [7] Harga pokok produksi terbentuk karena adanya proses pembuatan produk yang bertujuan mengubah aktiva (persediaan bahan baku) menjadi aktiva lain (persediaan produk jadi), atau adanya pengeluaran bahan baku yang dapat berupa biaya bahan baku akan membentuk harga pokok produksi. Penelitian tentang penetapan harga jual dalam meningkatkan laba yang sudah pernah dilakukan oleh [3] yang berjudul "Analisis Penetapan Harga Jual Dalam Meningkatkan Laba Pada Rumah Makan Ulu Bete Laut di Masamba Kabupaten Luwu Utara." Hasil dari penelitian tersebut harga pokok produk yang dipakai sebagai dasar perhitungan hasil penjualan. Besarnya laba yang diperoleh RM Ulu Bete Laut setiap bulan, dapat dihitung diselisihkan antara hasil penjualan dengan harga pokok. Harga pokok produk yang dipakai sebagai dasar perhitungan harga jual, diperoleh laba usaha sebesar 15,23% artinya bahwa setiap penjualan Rp 100,- mampu memberikan laba usaha sebesar Rp 15,23 per unit. Penelitian tentang penetapan harga jual dalam meningkatkan laba yang sudah pernah dilakukan oleh sberjudul [8] "Analisis Penetapan Harga Jual Dalam Meningkatkan Laba Pada Rumah Makan Bubur Ayam Bandung Kota Kembang Di Tembilahan Kabupaten Indagiri." Dari hasil penelitian tersebut bahwa berdasarkan harga pokok produk yang dipakai sebagai dasar perhitungan hasil penjualan. Besarnya laba yang diperoleh RM Bubur Ayam Bandung Kota Kembang, dapat dihitung diselisihkan antara hasil penjualan dengan harga pokok. Harga pokok produk yang dipakai sebagai dasar perhitungan harga jual, diperoleh laba usaha sebesar 50%, artinya bahwa setiap penjualan Rp 100,- mampu memberikan laba usaha sebesar Rp 14,00 per unit. Maka dari diatas disimpulkan bahwa usaha dagang tidak perlu biaya modal yang cukup besar. Penelitian tentang penetapan harga jual dalam meningkatkan laba yang sudah pernah dilakukan oleh [9] dengan judul "Penerapan Metode *Target Costing* Dalam Penetapan Harga Jual Untuk Mengoptimalkan Laba Perusahaan (Studi Kasus pada UKM Agronas Gizi Food Kota Batu Malang)" Dari hasil penelitian tersebut penentuan target harga jual baru melalui *target costing* dapat berjalan dengan baik karena peneliti harus melakukan operasi pasar terhadap 10 kompetitor produk keripik kentang yang lain. Selain itu juga dipengaruhi banyaknya permintaan dari pelanggan dan produk UKM Agronas Gizi Food berbeda dengan yang lain karena tidak mengandung bahan pengawet dan pewarna sehingga tingkat resiko yang diambil UKM pun cukup tinggi. Penelitian tentang penetapan harga jual dalam meningkatkan laba yang sudah pernah dilakukan oleh [10] dengan judul "Analisis Penetapan Harga Jual Produk Dalam Upaya Peningkatan Perolehan Laba Bersih Pada PT. Mestika Mandiri Medan." Dari hasil penelitian tersebut bahwa perhitungan harga

jual produk perusahaan dengan presentase markup sebesar 10% yang meliputi biaya operasi dan besarnya laba yang diinginkan serta penentuan markup yang tinggi ternyata tidak memberikan perolehan laba yang tinggi bagi perusahaan. Penelitian tentang penetapan harga jual dalam meningkatkan laba yang sudah pernah dilakukan oleh [11] dengan judul “Evaluasi Penetapan Harga Berbasis Biaya Dengan Metode *Cost Plus Pricing* Dalam Meningkatkan Laba (Studi pada Teras Seduh *Coffe Shop* Kota Malang)” Dari hasil penelitian tersebut bahwa penetapan metode *Cost-Plus Pricing* memiliki keunggulan dapat mengidentifikasi jumlah biaya per produk yang menjadi dasar pada penetapan harga jual dengan akurat. Dengan hasil perhitungan akurat yang telah dilakukan peneliti bahwa menunjukkan pada perbandingan harga jual yang direkomendasikan dengan harga jual sebelumnya terdapat 2 menu yang dinaikkan harganya yaitu kopi susu tubruk menjadi Rp 12.000 dan *Coffee Latte* menjadi Rp 19.000. Sehingga dengan jumlah permintaan atau penjualan yang sama selama 3 bulan terakhir laba bersih mengalami kenaikan menjadi Rp 11.245.380 dibandingkan sebelumnya sebesar Rp 10.898.380, hal tersebut sesuai dengan laba yang diharapkan naik 2% yaitu menjadi 40%. Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Penetapan Harga Jual Dalam Meningkatkan Laba Pada Umkm Mi Ayam “Monggo Moro”.

## II. METODE

### A. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Menurut [12] menjelaskan bahwa tujuan dari penelitian kualitatif deskriptif merupakan penelitian untuk membuat gambaran secara sistematis factual dan akurat mengenai fakta atau sifat hubungan fenomena yang sedang diteliti. Alasan peneliti menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif adalah peneliti ingin menggambarkan secara sistematis dan spesifik terkait objek yang sedang diteliti..

### B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini terdapat di Desa Gelang RT 06 RW 01, Kecamatan Tulangan, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur. Objek dari penelitian ini adalah daftar harga menu di Mi Ayam “Monggo Moro”. Mi Ayam “Monggo Moro” dipilih menjadi objek karena usia usaha yang masih terhitung muda berdiri sekitar 1 tahun dan belum adanya metode penentuan harga jual produk..

### C. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif yaitu data yang diperoleh langsung dari sumber yang bersangkutan dengan permasalahan yang diteliti [13]. Sedangkan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini ada dua yaitu sebagai berikut:

- a. Data primer.  
Data Primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data menurut [14]. Sumber data primer didapatkan melalui kegiatan wawancara dengan subjek penelitian dan dengan observasi atau pengamatan langsung di lapangan. Dalam penelitian ini data primer berupa catatan hasil wawancara dan hasil pengamatan di lapangan yang diperoleh melalui wawancara dengan informannya langsung
- b. Data sekunder.  
Data Sekunder merupakan data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data menurut [14]. Sumber data sekunder digunakan untuk mendukung informasi yang didapatkan dari sumber data primer yaitu dari referensi buku, jurnal, penelitian terdahulu serta media social internet dan sebagainya.

### D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini penulis memilih metode pengumpulan data sebagai berikut :

- a. Wawancara  
Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide dengan maksud tertentu melalui tanya jawab, yang dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan yang telah diberikan [15].
- b. Observasi  
Observasi adalah suatu metode atau cara untuk menganalisis dan melakukan pencatatan yang dilakukan secara sistematis, tidak hanya terbatas dari orang, tetapi juga objek-objek alam yang lain menurut [15].
- c. Dokumentasi  
Dokumentasi menurut [15] adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang akan didapat dalam penelitian..

### E. Teknik Analisis

Agar dapat dipahami oleh diri sendiri atau orang lain menurut [15] Aktivitas dalam analisis data yaitu :

1. Reduksi data, pada penelitian ini data yang diperoleh dari lapangan berupa wawancara, observasi atau dokumentasi yang banyak maka perlu dipilah sesuai fokus dan tujuan pada penelitian. Pemilihan dilakukan sesuai pernyataan dalam wawancara, hasil observasi atau point penting dalam dokumentasi yang ada kaitanya dengan masalah yang diteliti.
2. Penyajian data, dari hasil reduksi yang sudah dilakukan sebelumnya maka penyajian dalam penelitian ini berupa teks atau cerita yang bersifat naratif agar dapat menarik kesimpulan.
3. Memaparkan harga jual produk sebagai landasan mengevaluasi penentuan harga jual produk.
4. Menentukan harga jual dengan metode *Cost-Plus Pricing*.

Peneliti akan melakukan penerapan metode *Cost-Plus Pricing*. Tahapannya sebagai berikut :

- a. Peneliti terlebih dahulu akan mengidentifikasi jumlah produksi Mi Ayam "Monggo Moro" untuk melihat daya beli konsumen terhadap produk dan harga pasar
- b. Kemudian peneliti akan mengelompokkan unsur biaya dengan menghitung biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *Overhead* pabrik.
- c. Kemudian peneliti menghitung besarnya Harga Pokok Produksi.
- d. Setelah itu, peneliti menentukan besaran laba yang diinginkan oleh perusahaan.
- e. Dalam teorinya [16], metode penentuan dalam kondisi normal *pricing* disebut juga *Cost-Plus Pricing*, karena harga jual ditentukan dengan menambah biaya masa yang akan datang dengan suatu presentase *Markup* (tambahan jumlah biaya) yang dihitung normal.

$$\text{Harga Jual} = \frac{\text{Taksiran biaya penuh} + \text{laba yang diharapkan}}{\text{Total Produksi}}$$

- f. Peneliti akan membandingkan laba sebelum dan sesudah menggunakan metode *Cost-Plus Pricing*.
- g. Kemudian akan menarik kesimpulan yang berguna sebagai dasar pertimbangan oleh pemilik untuk mengevaluasi dan menetapkan harga jual dalam upaya meningkatkan laba.
5. Menyajikan hasil penelitian dan penarikan kesimpulan

Dalam tahapan terakhir untuk menganalisis data kualitatif adalah penyajian dari hasil penelitian serta penarikan kesimpulan. Kesimpulan awal akan bersifat sementara, tetapi jika dengan bukti-bukti kuat dan valid maka dapat dikatakan bahwa kesimpulan bersifat terpercaya.

Pada tahapan ini penelitian akan disimpulkan dengan didukung bukti kuat sehingga memberikan masukan bagi pemilik Mi Ayam "Monggo Moro" dalam penetapan harga jual.

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Hasil Analisis

#### Rincian Biaya Bahan Baku Langsung

Berdasarkan dari data yang diperoleh dari pengamatan peneliti tanggal 20 Januari 2022 bahan baku yang dibutuhkan selama 3 bulan terakhir yakni Oktober, November, dan Desember untuk memproduksi sebanyak 1.125 mangkok mi ayam membutuhkan yaitu 56 ball mi bakso cap burung dara, 7kg dada ayam, 3kg ceker, 300 bakso, 5kg rempah-rempah, 36 ikat sawi, 2kg gula merah, 1,5kg kerupuk pangsit, 500gr bawang merah dan bawang putih goreng, 500gr garam, 5kg cabai, 4 botol saus sambal, 2 botol kecap, dan 199 liter air isi ulang. Total biaya dari 3 bulan tersebut sebesar Rp. 3.100.000 dan jumlah produksi dari 3 bulan tersebut biaya bahan baku langsung sebagai berikut:

**Tabel 1** Jumlah Biaya Bahan Baku Langsung  
Oktober s/d Desember 2021

Biaya Bahan Baku Langsung	Jumlah
Oktober	692.000
November	674.000
Desember	717.000
Total	2.083.000

Sumber : Data Diolah Peneliti, 2023

#### Rincian Biaya Tenaga Kerja Langsung

Berikut biaya tenaga kerja langsung yang dikeluarkan Mi Ayam Monggo Moro.

**Tabel 2** Jumlah Biaya Tenaga Kerja Langsung  
Oktober s/d Desember 2021

Biaya Tenaga Kerja Langsung	Jumlah
Oktober	1.100.000
November	1.100.000
Desember	1.100.000
Total	3.300.000

Sumber : Data Diolah Peneliti, 2023

**Rincian Biaya Overhead Pabrik**

Biaya *Overhead* yang dikeluarkan oleh Mi Ayam Monggo Moro dalam operasionalnya adalah sebagai berikut:

**Tabel 3** Daftar Total Biaya Overhead Pabrik  
Bulan Oktober s/d Desember

Jenis Biaya	Total Biaya
Biaya Kemasan	39.000
Biaya Listrik	300.000
Biaya Gas	180.000
Total	519.000

Sumber : Data Diolah Peneliti, 2023

**B. Pembahasan**

**Evaluasi Penetapan Harga Jual Produk Dengan Metode *Cost-Plus Pricing***

Evaluasi harga jual produk dengan metode perhitungan *Cost-Plus Pricing* dihitung dengan presentase laba 42% dan perusahaan menganggap dengan kenaikan keuntungan menjadi 42% merupakan sebuah pencapaian yang bagus dan akan diterapkan kedepannya.

**Tabel 4** Biaya Produksi Mi Ayam Ceker  
Oktober s/d Desember 2021

Bahan Baku Langsung		652.550
Biaya Tenaga Kerja Langsung	3.300.000/3	1.100.000
Biaya Overhead Pabrik	519.000/3	173.000
Total		1.925.550

Sumber : Data Diolah Peneliti, 2023

$$\begin{aligned} \text{Harga pokok produk} &= \frac{\text{Total biaya produksi}}{\text{Total produksi}} \\ &= \frac{1.925.550}{180} \\ &= 10.698 \end{aligned}$$

Harga jual target laba 40% :

$$\begin{aligned} \text{Harga Jual Produk} &= \frac{\text{Total biaya produksi}}{\text{Total produksi}} \\ &= \frac{1.925.550 + (42\% \times 1.925.550)}{180} \\ &= \frac{2.734.281}{180} \\ &= 15.190 \end{aligned}$$

**Tabel 5** Perbandingan Harga Jual Produk Perusahaan  
Dengan Metode *Cost-Plus Pricing*

Jenis Produk	Perusahaan	<i>Cost Plus Pricing</i> Laba 40%
Mi Ayam Biasa	Rp 8.000	Rp 8.569
Mi Ayam Bakso	Rp 10.000	Rp 11.291

Jenis Produk	Perusahaan	Cost Plus Pricing Laba 40%
Mi Ayam Ceker	Rp 10.000	Rp 15.190

Sumber : Data Diolah Peneliti, 2023

Jadi, menurut penelitian diatas bahwa nilai harga jual masing-masing produk yang telah dihitung menggunakan metode *Cost-Plus Pricing* dengan laba yang diharapkan 42% akan direkayasa agar harga jual menjadi efektif yakni sebagai berikut.

**Tabel 6** Rekomendasi Harga Jual Produk  
Setelah *Cost-Plus Pricing*

Jenis Produk	Perusahaan	Cost-Plus Pricing Laba 40%
Mi Ayam Biasa	Rp 8.000	Rp 9.000
Mi Ayam Bakso	Rp 10.000	Rp 12.000
Mi Ayam Ceker	Rp 10.000	Rp 15.000

Sumber : Data Diolah Peneliti, 2023

**Tabel 7** Perbandingan Harga Jual Produk

Perusahaan dan Kompetitor Sesudah *Cost-Plus Pricing*

Jenis Produk	Monggo Moro	Oke	Wonogiri
Mi Ayam Biasa	Rp. 9.000	Rp 10.000	Rp 12.000
Mi Ayam Bakso	Rp. 12.000	Rp. 12.000	Rp. 14.000
Mi Ayam Ceker	Rp. 15.000	Rp. 14.000	Rp. 16.000

Sumber : Data Diolah Peneliti, 2023

Dari perbandingan diatas harga jual produk dari Mi Ayam *Monggo Moro*, meskipun telah menerapkan metode *Cost-Plus Pricing* dengan laba yang diharapkan *Monggo Moro* naik sebesar 42% harga jual produk masih dapat bersaing dengan dua kompetitornya.

Kemudian dari hasil rekayasa nilai harga jual setelah dihitung menggunakan metode *Cost-Plus Pricing* peneliti membuat perhitungan untuk mengetahui laba bersih berdasarkan jumlah penjualan di bulan Oktober sampai Desember 2021. Hal tersebut dilakukan evaluasi penetapan harga jual Mi Ayam *Monggo Moro* yakni sebagai berikut.

**Tabel 8** Jumlah Penjualan Mi Ayam *Monggo Moro* Sesudah  
Metode *Cost-Plus Pricing* Bulan Oktober 2021

Penjualan Bulan Oktober				
No	Produk	Jumlah	Harga	Total
1	Mi Ayam Biasa	100	9.000	900.000
2	Mi Ayam Bakso	100	12.000	1.200.000
3	Mi Ayam Ceker	120	15.000	1.800.000
	Total Produksi	320		3.900.000

Sumber : Data Diolah Peneliti, 2023

**Tabel 9** Jumlah Penjualan Mi Ayam *Monggo Moro* Sesudah  
Metode *Cost-Plus Pricing* Bulan November 2021

Penjualan Bulan November				
No	Produk	Jumlah	Harga	Total
1	Mi Ayam Biasa	120	9.000	1.080.000
2	Mi Ayam Bakso	100	14.000	1.400.000
3	Mi Ayam Ceker	100	15.000	1.500.000
	Total Produksi	230		3.980.000

Sumber : Data Diolah Peneliti, 2023

**Tabel 10** Jumlah Penjualan Mi Ayam *Monggo Moro* Sesudah  
Metode *Cost-Plus Pricing* Bulan Desember 2021

Penjualan Bulan Desember				
No	Produk	Jumlah	Harga	Total
1	Mi Ayam Biasa	80	9.000	720.000
2	Mi Ayam Bakso	100	12.000	1.200.000
3	Mi Ayam Ceker	120	15.000	1.800.000

Total Produksi	230	3.720.000
----------------	-----	-----------

Sumber : Data Diolah Peneliti, 2023

**Tabel 8** Jumlah Penjualan Dengan Metode *Cost-Plus Pricing*  
Oktober s/d Desember 2021

Bulan	Jumlah
Oktober	3.900.000
November	3.980.000
Desember	3.720.000
Total	11.600.000

Sumber : Data Diolah Peneliti, 2023

**Tabel 9** Biaya Produksi Mi Ayam *Monggo Moro* dengan  
Menggunakan *Cost-Plus Pricing* Bulan Oktober s/d Desember 2021

Bahan Baku Langsung	1.859.650
Tenaga Kerja Langsung	3.300.000
Overhead Pabrik	519.000
Total	5.678.650

Sumber : Data Diolah Peneliti, 2023

Setelah dilakukan perhitungan laba rugi sesudah *Cost-Plus Pricing* maka perusahaan menghasilkan laba bersih sebesar Rp 5.921.350 dan dari hasil laba bersih tersebut maka perusahaan dapat merealisasikan laba penjualan dari 3 varian menu Mi Ayam sebesar 42% dengan perhitungan sebagai berikut :

**Tabel 10** Perbedaan Laba Rugi Mi Ayam "Monggo Moro"  
Sebelum dan Sesudah Menggunakan *Cost-Plus Pricing*

Keterangan	Mi Ayam "Monggo Moro" Laporan Laba Rugi Periode 1 Oktober s/d 31 Desember 2021	
	Sesudah Evaluasi Biaya Bahan Baku Langsung	Sesudah Metode <i>Cost-Plus Pricing</i>
<b>Pendapatan Penjualan</b>		
Pendapatan Penjualan Bersih	8.360.000	8.360.000
Pendapatan Lain-Lain	0	0
Dikurangi : Diskon	0	0
Pendapatan Penjualan Bersih	8.360.000	8.360.000
<b>Harga Pokok Penjualan</b>		
<b>Persediaan Awal</b>	2.083.000	1.771.000
Pembelian	0	0
Beban Angkut	2.083.000	1.771.000
Barang Tersedia Dijual		
Dikurangi :	0	0
Persediaan Akhir	2.083.000	1.771.000
Harga Pokok Penjualan		
Laba Kotor	6.277.000	6.589.000
<b>Beban Usaha</b>		
<b>Beban Penjualan :</b>	39.000	39.000
Beban Kemasan		
Beban Gaji Karyawan	3.300.000	3.300.000
<b>Beban Umum :</b>	300.000	300.000
Beban Listrik		
Beban Gas	180.000	180.000
Jumlah Beban Usaha	3.819.000	3.819.000
<b>Laba Bersih</b>	2.770.000	5.921.350

Prsentase Laba	39%	42%
----------------	-----	-----

Sumber : Data Diolah Peneliti, 2023

Berdasarkan tabel 10 diketahui jika perusahaan mengaplikasikan metode *Cost-Plus Pricing*, pengelola usaha dapat menetapkan harga jual berdasarkan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk produksi dan menambah suatu presentase sebagai labanya, dimana sebelum menggunakan metode *Cost-Plus Pricing* perusahaan tersebut mendapatkan laba sebesar 39% dan setelah menggunakan metode *Cost-Plus Pricing* perusahaan dapat memperoleh laba sebesar 42% yang mengalami kenaikan 3% sesuai dengan harapan pengelola usaha. Hal tersebut dapat dilakukan apabila perusahaan menghitung seluruh biaya produksi ditambah jumlah tertentu sebagai laba yang dikehendaki sehingga dengan metode *Cost-Plus Pricing* perusahaan dapat lebih mudah mencapai laba yang ditargetkan yaitu sebesar 42% dari setiap penjualan produk Mi Ayam *Monggo Moro*.

#### IV. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa penetapan harga jual yang ditetapkan oleh Mi Ayam "Monggo Moro" msdih menggunakan metode harga jual yang mengikuti harga pasaran yang telah ditetapkan oleh usaha-usaha dagang sejenisnya. Manajemen perusahaan tidak memperhitungkan setiap komponen biaya-biya produksi sehingga harga jual produk yang dihitung berdasarkan metode *Cost-Plus Pricing*. Penerapan metode *Cost-Plus Pricing* memiliki keunggulan dapat mengidentifikasi jumlah biaya per produk yang menjadi dasar pada penetapan harga jual dengan akurat. Dengan hasil perhitungan akurat yang telah dilakukan peneliti bahwa menunjukkan pada perbndingan harga jual yang direkomendasikan dengan harga jual sebelumnya. Terdapat 3 menu yang dinaikkan harganya yaitu Mi Ayam Biasa menjadi Rp 9.000, Mi Ayam Bakso menjadi Rp 12.000 dan Mi Ayam Ceker menjadi 15.000. Sehingga dengan jumlah permintaan/penjualan yang sama selama 3 bulan terakhir laba bersih mengalami kenaikan Rp 5.921.350 dibandingkan sebelumnya sebesar 2.770.000 hal tersebut sesuai dengan laba yang diharapkan naik 3% yaitu menjadi sebesar 42%.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan terselesaikan penelitian ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Puji syukur ke hadirat Tuhan YME karena dengan ini penulis diberikan kelancaran rezeki, kesehatan hingga fikiran sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.
2. Kepada kedua orang tua yang telah banyak memberikan dukungan baik berupa materi dan moral yang tak hentinya terus mendoakan penulis supaya penelitian ini terlaksana dengan baik agar gelar sarjana akuntansi segera ditempuh.
3. Kepada seluruh pihak Universitas tempat peneliti menempuh pendidikan yaitu di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo terutama untuk dosen wali jurusan akuntansi serta dosen-dosen lainnya yang senantiasa selalu memberikan saran dan kritiknya agar penelitian ini dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun empirik di dunia akademisi.
4. Kepada teman seangkatan tahun 2016 yang tiada hentinya terus memberikan semangat dan motivasi agar penelitian ini segera terselesaikan, semoga dapat terselesaikan bersama sama bagi teman-teman dan segera mendapat gelar baru yang ditempuh.

#### REFERENSI

- [1] K. R. Salman, *Akuntansi biaya : pendekatan product costing*, Cet.1. Jakarta: Akademia Permata, 2013.
- [2] B. Swastha, *Manajemen Pemasaran : Analisa dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: UGM, 2010.
- [3] I. K. Patra and A. Salim, "Analisis Penetapan Harga Jual Dalam Meningkatkan Laba Pada Rumah Makan Ulu Bete Laut Di Masamba Kabupaten Luwu Utara," *J. Ekon. Pembang.*, vol. 1, no. 2, pp. 17–27, 2014, doi: ISSN 2339-1529.
- [4] F. Ahmad and W. Abdullah, *Akuntansi Biaya (ketiga)*. Jakarta: Salemba Empat, 2013.
- [5] I. Firmansyah, *Akuntansi Biaya Gampang*. Bandung: Dunia Cerdas, 2013.
- [6] Hansen and Mowen, *Akuntansi Manajerial*, 8th ed. Jakarta: Salemba Empat, 2013.
- [7] F. Akbar, "Penghitungan harga pokok produksi dengan metode full costing sebagai dasar penentuan harga jual: Studi kasus UKM Rengginang Sari Ikan di Sumenep," Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2015.
- [8] N. Siskawati And D. Setiawan, "Analisis Penetapan Harga Jual Dalam Meningkatkan Laba Pada Rumah Makan Bubur Ayam Bandung Kota Kembang Di Tembilahan Kabupaten Indragiri," vol. 7, no. 1, 2021, doi: ISSN: 2598-7364.

- [9] Y. N. Rohmah, "Penerapan Metode Target Costing Dalam Penetapan Harga Jual Untuk Mengoptimalkan Laba Perusahaan (Studi Kasus pada UKM Agronas Gizi Food Kota Batu Malang)," Universitas Islam negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2016.
- [10] Yulinda, "Analisis Penentuan Harga Jual Produk Dalam Upaya Peningkatan Perolehan Laba Bersih Pada PT. Mestika Mandiri Medan," *Akunt. Manaj.*, vol. 1, no. 38, pp. 1–4., 2019.
- [11] Arfahtuddin, "Evaluasi Penetapan Harga Berbasis Biaya Dengan Metode Cost-Plus Pricing Dalam Meningkatkan Laba (Studi Pada Teras Seduh Coffee Shop Kota Malang).," *J. Thesis*, vol. 2, no. 1, p. 107, 2020.
- [12] M. Nazir, *Metode Penelitian*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2011.
- [13] Y. Sutopo and A. Slamet, *Statistik Inferensial*. Yogyakarta: Andi, 2017.
- [14] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi (MixedMethods)*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- [15] Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta, 2018.
- [16] Mulyadi, *Sistem Perencanaan dan Pengendalian Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat, 2019.

**Conflict of Interest Statement:**

*The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.*

# JURNAL\_LAILATUN\_ILMIAHH\_-\_Copy.docx

---

## ORIGINALITY REPORT

---

**20%**

SIMILARITY INDEX

**22%**

INTERNET SOURCES

**2%**

PUBLICATIONS

**7%**

STUDENT PAPERS

---

## PRIMARY SOURCES

---

**1**

**etheses.uin-malang.ac.id**

Internet Source

**16%**

---

**2**

**acopen.umsida.ac.id**

Internet Source

**2%**

---

**3**

**text-id.123dok.com**

Internet Source

**2%**

---

Exclude quotes  On

Exclude matches  < 2%

Exclude bibliography  On