

Analisis Komparatif Kebijakan Harga Jual Eksisting dengan Metode Cost-Plus Pricing Berbasis Product Cost Pada Fawwaz Pillow and Bolster

Miko Amiqul Hikam,^a Devira Anggraeni,^b Roro Nuril Muniroh,^c Yenie Eva Damayanti^d

Program Studi Manajemen, Universitas Islam Raden Rahmat Malang

e-mail: mikoamiqul87@gmail.com^a, deviraanggraeni12@gmail.com^b,
roronuril62@gmail.com^c, yevayanti2026@gmail.com^d

Submitted: 30 Mei 2026 - Last revised: 18 Juni 2026 - Accepted: 25 Juni 2026

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perbandingan kebijakan harga jual eksisting dengan menggunakan metode *cost plus pricing* berbasis *product cost* pada Fawwaz Pillow and Bolster, sebuah usaha produksi bantal dan guling berbahan silicon yang berlokasi di Kabupaten Malang. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif komparatif dengan metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui observasi langsung, wawancara dengan pemilik usaha, serta dokumentasi data biaya produksi dan harga jual produk. Analisis dilakukan dengan mengidentifikasi komponen biaya produksi yang terdiri atas biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* variabel, dan biaya *overhead* tetap, kemudian dilanjutkan dengan perhitungan harga jual menggunakan metode *cost-plus pricing* berbasis *product cost*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga jual eksisting yang diterapkan perusahaan sebesar Rp25.000 per unit lebih rendah dibandingkan harga jual berdasarkan metode *cost-plus pricing* sebesar Rp26.000 per unit. Dengan demikian, terdapat selisih harga sebesar Rp1.000 per unit atau sekitar 4% baik pada produk bantal maupun guling. Temuan ini mengindikasikan adanya kondisi *underpricing* akibat belum diperhitungkannya seluruh komponen biaya produksi secara menyeluruh. Secara praktis, hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan metode *cost-plus pricing* berbasis *product cost* dapat membantu UMKM menetapkan harga jual yang lebih akurat, meningkatkan pengendalian biaya, mengoptimalkan perencanaan laba, serta memperkuat daya saing usaha melalui pengambilan keputusan harga yang lebih rasional dan berbasis biaya aktual.

Kata Kunci: Harga Jual, *Cost Plus Pricing*, *Product Cost*, *Full Costing*, UMKM.

Abstract

This study aims to analyze the comparison between the existing selling price policy and the cost-plus pricing method based on product cost at Fawwaz Pillow and Bolster, a silicone pillow and bolster manufacturing business located in Malang Regency. The research employed a descriptive comparative approach using quantitative methods. Data were collected through direct observation, interviews with the business owner, and documentation related to production costs and selling prices. The analysis was conducted by identifying production costs of raw material costs, direct labor costs, variable overhead costs, and fixed overhead costs, followed by the calculation of selling prices using the cost-plus pricing method based on product cost. The results indicate that the company's existing selling price of Rp25,000 per unit is lower than the selling price calculated using the cost-plus pricing method, which amounts to Rp26,000 per unit. Therefore, a price difference of Rp1,000 per unit, or approximately 4%, was identified for both pillow and bolster products. These findings indicate the presence of underpricing due to the exclusion of several production cost components in the existing pricing policy. From a practical perspective, the study demonstrates that the implementation of cost-plus pricing based on product cost can assist SMEs in establishing more accurate selling prices, improving cost control, optimizing profit planning, and enhancing business competitiveness through more rational and cost-based pricing decisions.

Keywords: *Selling Price, Cost-plus pricing, Product Cost, Full Costing, SMEs.*

I. INTRODUCTION

Persaingan usaha pada era industri modern menuntut Perusahaan, termasuk usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), untuk mampu menerapkan strategi penetapan harga jual yang tepat agar dapat mempertahankan keberlanjutan usaha dan memperoleh laba yang optimal. Penentuan harga jual menjadi salah satu keputusan krusial karena berkaitan langsung dengan kemampuan Perusahaan dalam menutup biaya produksi, memperoleh keuntungan, serta menjaga daya saing produk dipasar. Kesalahan dalam menentukan harga jual dapat menyebabkan perusahaan mengalami kerugian akibat harga yang terlalu rendah atau kehilangan konsumen akibat harga yang terlalu tinggi (Taroreh et al., 2021).

Dalam praktiknya, masih banyak UMKM yang menentukan harga jual berdasarkan perkiraan, harga pasar, atau pengalaman pengusaha tanpa melakukan analisis perhitungan biaya produksi dengan rinci. Kondisi tersebut biasa terjadi pada UMKM dikarenakan sebagian pelaku usaha masih fokus pada keberlangsungan penjualan tanpa melakukan pencatatan biaya secara terstruktur, sehingga sebuah proses penentuan harga jual menjadi kurang akurat (Sri Harjanti & Murwanti, 2021). Kondisi tersebut menyebabkan informasi biaya yang dipakai dalam penetapan harga menjadi kurang akurat. Ketidakakuratan perhitungan biaya produksi dapat berdampak pada tidak sesuai harga jual dengan kondisi biaya riil Perusahaan sehingga profit yang diperoleh menjadi tidak optimal. Penelitian sebelumnya memaparkan bahwa pelaku usaha sering kali belum memasukkan seluruh unsur biaya produksi, seperti biaya overhead atau penyusutan asset, dalam perhitungan harga pokok produknya (Sri Harjanti & Murwanti, 2021b).

Salah satu metode yang dapat dipakai untuk menentukan harga jual secara lebih sistematis adalah metode *cost-plus pricing*. Metode ini menetapkan harga jual dengan menambahkan sejumlah laba yang diharapkan (markup) di atas total biaya produksi produk. Pendekatan tersebut dinilai mampu menghasilkan harga jual yang lebih rasional karena didasarkan pada biaya produksi aktual. Penerapan metode *cost-plus pricing* juga membantu Perusahaan dalam mengetahui Tingkat profit yang diperoleh secara lebih jelas dan terukur (Putri et al., 2022a).

Metode *cost-plus pricing* biasanya dikombinasikan dengan pendekatan *product cost* atau full costing, yaitu metode perhitungan harga pokok produk yang memasukkan seluruh unsur biaya produksi baik biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, maupun overhead pabrik. Melalui pendekatan ini, Perusahaan dapat memperoleh informasi biaya produksi yang lebih lengkap sehingga penetapan harga jual menjadi lebih akurat. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa terdapat perbedaan antara harga jual yang ditetapkan perusahaan dengan harga jual berdasarkan metode *cost-plus pricing* karena perusahaan belum melakukan pengalokasian biaya secara menyeluruh (Evi Noviasari & Richad Alamsyah, 2020).

Meskipun berbagai penelitian terdahulu telah membahas penerapan metode *cost-plus pricing* dan pendekatan full costing dalam penentuan harga jual pada berbagai jenis UMKM, sebagian besar penelitian tersebut hanya berfokus pada perhitungan harga jual berdasarkan metode tertentu saja, tanpa membandingkan secara langsung dengan kebijakan harga jual yang sedang diterapkan oleh perusahaan. Selain itu, objek penelitian yang digunakan juga didominasi oleh usaha pada sektor makanan, minuman, dan kerajinan, sehingga masih terbatas penelitian yang mengkaji industri manufaktur rumah tangga khususnya pada usaha produksi bantal dan guling berbahan silikon. Perbedaan karakteristik produk, struktur biaya, serta pola produksi memungkinkan munculnya hasil perhitungan harga jual yang berbeda pada setiap jenis usaha. Oleh karena itu, masih terdapat kesenjangan penelitian (research gap) terkait analisis komparatif antara harga jual eksisting perusahaan dengan harga jual berdasarkan metode *cost-plus pricing* berbasis *product cost* pada UMKM manufaktur skala kecil. Penelitian ini hadir untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan melakukan perbandingan secara langsung terhadap kebijakan harga jual yang diterapkan Fawwaz Pillow and Bolster dan hasil perhitungan menggunakan

metode *cost-plus pricing* berbasis *product cost* guna memperoleh gambaran tingkat keakuratan harga jual yang digunakan usaha.

Fawwaz Pillow and Bolster merupakan UMKM yang bergerak dibidang produksi bantal dan guling berbahan dasar silikon yang berlokasi di Kabupaten Malang dan telah berdiri sejak tahun 2014. Dalam menjalankan kegiatan usahanya, Fawwaz Pillow and Bolster memproduksi berbagai jenis produk dengan aktivitas produksi yang meliputi pembelian bahan baku, proses penjahitan, pengisian silikon, pengemasan, hingga distribusi produk. Banyaknya aktivitas produksi tersebut menyebabkan munculnya berbagai komponen biaya yang perlu diperhitungkan secara tepat dalam penetapan harga jual produk.

Namun, pada praktiknya penentuan harga jual pada UMKM sering kali masih memakai kebijakan harga yang berdasar pada kondisi pasar atau estimasi pemilik usaha tanpa didukung perhitungan biaya yang terstruktur. Apabila kondisi tersebut terjadi secara terus-menerus, maka Perusahaan berisiko mengalami ketidaktepatan dalam menentukan laba yang diinginkan dan dapat memengaruhi keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Oleh karena itu, dibutuhkan analisis komparatif antara kebijakan harga jual eksisting Perusahaan dengan metode *cost-plus pricing* berbasis *product cost* agar dapat diketahui tingkat keakuratan harga jual yang diterapkan usaha.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis perbandingan harga jual eksisting dengan metode *cost-plus pricing* berbasis *product cost* pada Fawwaz Pillow. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai perbedaan hasil penentuan harga jual, sekaligus menjadi bahan evaluasi bagi perusahaan dalam menerapkan metode penetapan harga yang lebih akurat dan efektif guna meningkatkan daya saing usaha.

II. LITERATUR REVIEW

II.A. Harga Pokok Produksi (*Product cost* / Full Costing)

Harga pokok produksi merupakan seluruh biaya yang dikeluarkan Perusahaan dalam proses menghasilkan suatu produk, mulai dari bahan baku, tenaga kerja langsung, hingga biaya overhead pabrik. Dalam pendekatan *full costing*, seluruh unsur biaya produksi baik yang bersifat tetap maupun variabel dibebankan ke dalam harga pokok produk secara keseluruhan. Menurut (Harahap, 2020) perhitungan harga pokok produksi yang tepat sangat penting karena dapat membantu perusahaan mengetahui biaya produksi secara akurat sehingga dapat digunakan sebagai dasar dalam menentukan harga jual produk.

Perhitungan harga pokok produksi memiliki peranan penting karena menjadi dasar dalam menentukan harga jual produk. Dengan perhitungan yang tepat, Perusahaan dapat mengetahui besarnya biaya yang benar-benar dikeluarkan selama proses produksi sehingga dapat menghindari kesalahan dalam penetapan harga. Selain itu, informasi mengenai harga pokok produksi juga dapat digunakan sebagai bahan evaluasi efisiensi biaya produksi perusahaan.

Ketepatan dalam menghitung harga pokok produksi akan membantu perusahaan menetapkan harga jual yang kompetitif. Sebaliknya, kesalahan dalam perhitungan biaya produksi dapat menyebabkan harga jual terlalu tinggi ataupun terlalu rendah sehingga memengaruhi laba perusahaan dan daya saing produk di pasar.

II.B. Harga Jual

Harga jual adalah sejumlah nilai yang ditetapkan perusahaan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Penetapan harga jual menjadi salah satu keputusan penting dalam kegiatan usaha karena berkaitan langsung dengan tingkat keuntungan, volume penjualan, dan keberlangsungan perusahaan. (Titania Nurul Haliza et al., 2023a) menyatakan bahwa penetapan harga jual yang tepat pada UMKM memerlukan perhitungan HPP yang akurat menggunakan *full costing* agar seluruh biaya tercermin dalam harga jual.

Dalam menentukan harga jual, Perusahaan perlu mempertimbangkan beberapa faktor, seperti biaya produksi, kondisi pasar, tingkat persaingan, dan laba yang ingin diperoleh. Harga yang terlalu tinggi dapat mengurangi minat beli konsumen, sedangkan harga yang terlalu rendah dapat menyebabkan keuntungan perusahaan menurun (Octavia & Ervina, 2023)

(Hansen, D. R., & Mowen, 2015) menjelaskan bahwa penetapan harga jual merupakan bagian penting dalam strategi perusahaan karena berkaitan langsung dengan profitabilitas dan daya saing usaha. Perusahaan perlu mempertimbangkan biaya produksi, kondisi pasar, dan target laba dalam menentukan harga jual produk.

Oleh karena itu, penentuan harga jual harus dilakukan secara tepat agar perusahaan mampu memperoleh keuntungan sekaligus tetap bersaing di pasar.

II.C. Metode Cost Plus Pricing

Metode *cost plus pricing* merupakan metode penentuan harga jual yang dilakukan dengan menambahkan tingkat keuntungan tertentu ke dalam total biaya produksi. Metode *cost plus pricing* dinilai mampu dalam membantu pelaku usaha dalam menentukan harga jual yang dapat menutup seluruh biaya produksi sekaligus dapat menghasilkan laba yang sesuai dengan target perusahaan (Putri et al., 2022b) Metode ini sering digunakan oleh perusahaan karena proses perhitungannya relatif sederhana dan mudah diterapkan. (Sari et al., 2023a) mengemukakan bahwa penerapan *cost plus pricing* dapat membantu UMKM menentukan harga jual yang lebih terukur dan mampu memaksimalkan laba.

Dalam penerapannya, Perusahaan terlebih dahulu menghitung seluruh biaya produksi menggunakan pendekatan tertentu, seperti metode *full costing*. Setelah total biaya diketahui, perusahaan menentukan persentase laba yang diharapkan, kemudian menambahkannya ke dalam biaya produksi untuk memperoleh harga jual produk.

$$\text{Harga Jual} = \text{Total Biaya Produksi} + (\text{Persentase Laba} \times \text{Total Biaya Produksi})$$

(Hansen, D. R., & Mowen, 2015) menyatakan bahwa metode *cost plus pricing* merupakan metode penentuan harga jual dengan cara menambahkan sejumlah laba yang diharapkan ke dalam total biaya produksi. Metode ini dinilai mampu membantu Perusahaan dalam menentukan harga jual yang lebih terukur karena seluruh biaya produksi telah diperhitungkan sebelumnya. Namun, Perusahaan juga perlu mempertimbangkan kondisi pasar dan harga pesaing agar harga jual yang ditetapkan tetap sesuai dengan kemampuan konsumen. Penerapan metode *cost plus pricing* berbasis *full costing* terbukti dapat membantu perusahaan menghasilkan harga jual yang lebih akurat dibandingkan metode tradisional yang hanya berdasarkan perkiraan atau harga pasar (Artika et al., 2025).

II.D. Kebijakan Harga Jual Eksisting

Kebijakan harga jual eksisting merupakan kebijakan penentuan harga yang selama ini diterapkan perusahaan sebelum dilakukan evaluasi atau perbaikan system penetapan harga. Pada umumnya, kebijakan tersebut ditentukan berdasarkan pengalaman pemilik usaha, kondisi pasar, atau mengikuti harga pesaing. (Hofifah Subhan et al., 2024) menunjukkan bahwa kebijakan harga tanpa perhitungan biaya terstruktur sering menghasilkan harga tidak optimal, baik terlalu tinggi sehingga kalah bersaing maupun terlalu rendah sehingga tidak mampu menutup seluruh biaya produksi. Menurut (Kotler & Keller, 2016), kebijakan harga merupakan salah satu strategi penting

Perusahaan dalam menghadapi persaingan pasar. Penetapan harga yang kurang tepat dapat memengaruhi tingkat penjualan, keuntungan, serta keberlangsungan usaha dalam jangka panjang.

Pada praktiknya, banyak usaha kecil dan menengah masih menentukan harga jual secara sederhana tanpa melakukan perhitungan biaya produksi secara rinci. Harga jual sering kali hanya didasarkan pada perkiraan biaya bahan baku dan tingkat keuntungan yang diinginkan. Kondisi tersebut dapat menyebabkan harga jual yang ditetapkan belum mencerminkan seluruh biaya produksi yang sebenarnya.

Evaluasi terhadap kebijakan harga jual eksisting perlu dilakukan agar Perusahaan dapat mengetahui apakah harga yang diterapkan sudah sesuai dengan biaya produksi dan target laba yang diharapkan. Dengan adanya evaluasi tersebut, Perusahaan dapat menerapkan metode penentuan harga yang lebih tepat, seperti metode *cost plus pricing* berbasis *full costing*, sehingga harga jual yang dihasilkan menjadi lebih akurat dan mampu meningkatkan keuntungan perusahaan.

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif komparatif menggunakan metode kuantitatif. Pendekatan deskriptif bertujuan untuk menggambarkan kondisi penentuan harga jual yang diterapkan pada Fawwaz Pillow, sedangkan pendekatan komparatif bertujuan untuk membandingkan kebijakan harga jual eksisting perusahaan dengan metode *cost plus pricing* yang berbasis *product cost*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan dari hasil penentuan harga jual serta tingkat keakuratan harga jual yang telah diterapkan oleh perusahaan.

Objek dalam penelitian adalah Fawwaz Pillow, merupakan sebuah usaha yang bergerak dalam bidang produksi bantal dan guling yang berbahan dasar silikon dan berlokasi di Kabupaten Malang yang telah beroperasi sejak tahun 2014. Fokus penelitian diarahkan pada sebuah proses perhitungan biaya produksi dan penentuan harga jual produk yang telah diterapkan perusahaan.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan data primer dan data sekunder. Data primer tersebut didapatkan secara langsung melalui wawancara dan observasi di lokasi usaha. Wawancara dilakukan secara langsung dengan pemilik (*owner*) dari Fawwaz Pillow yang bertujuan untuk memperoleh informasi mengenai proses produksi, kebijakan penentuan harga jual, biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya overhead pabrik, volume produksi, serta laba yang diharapkan oleh perusahaan. Selain itu, observasi yang dilakukan dengan mengamati secara langsung aktivitas produksi yang bertujuan untuk memperoleh gambaran nyata tentang proses operasional usaha dan penggunaan sumber daya produksi. Sementara itu, data sekunder yang didapatkan dari dokumen usaha, catatan biaya produksi, literatur, jurnal ilmiah, dan referensi lain yang relevan dengan penelitian.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini melalui tiga tahap, yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan secara semi terstruktur agar peneliti dapat menggali sebuah informasi secara lebih mendalam terkait kebijakan harga jual dan komponen biaya produksi. Observasi tersebut dilakukan dengan mengamati langsung proses produksi di lokasi usaha untuk mengidentifikasi aktivitas produksi dan penggunaan biaya yang terjadi. Dokumentasi yang dilakukan dengan mengumpulkan data berupa catatan biaya produksi, data penjualan, foto kegiatan produksi, serta dokumen lain yang mendukung penelitian.

Metode analisis data dalam penelitian ini dilakukan dalam beberapa tahapan. Tahapan pertama adalah dengan mengidentifikasi seluruh komponen biaya produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Tahap kedua adalah dengan menghitung harga pokok produksi menggunakan pendekatan *product cost* atau *full costing*. Tahap ketiga yaitu dengan menentukan harga jual menggunakan metode *cost plus pricing* dengan

menambahkan sebuah presentase laba yang diharapkan oleh Perusahaan ke dalam total biaya produksi. Tahap terakhir yaitu melakukan analisis komparatif antara harga jual eksisting perusahaan dengan hasil dari perhitungan metode *cost plus pricing* untuk dapat mengetahui perbedaan nilai harga jual dan tingkat keakuratan dari penentuan harga jual yang telah diterapkan Fawwaz Pillow. Untuk menjaga ke validan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dan triangulasi metode. Triangulasi sumber dilakukan dengan cara membandingkan informasi hasil wawancara dengan data dokumen dari Perusahaan, sedangkan triangulasi metode dilakukan dengan cara membandingkan hasil dari wawancara dan observasi lapangan yang telah dilakukan. Dengan demikian, data yang telah diperoleh diharapkan dapat memiliki tingkat keakuratan dan kredibilitas yang tinggi sehingga mampu mendukung hasil penelitian secara objektif.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Fawwaz Pillow and Bolster merupakan usaha mikro yang bergerak di bidang produksi bantal dan guling berbahan dasar silikon yang berlokasi di Kabupaten Malang, tepatnya di Desa Sidorahayu Kecamatan Wagir. Usaha milik Ibu Husnul Khotimah ini berdiri sejak tahun 2014 dan memproduksi berbagai jenis bantal dan guling untuk kebutuhan rumah tangga maupun industri pasar lokal. Usaha ini telah menjangkau area pemasaran hingga keluar kota. tidak hanya Malang saja tetapi juga kota-kota sekitar seperti Blitar, Nganjuk dan Kediri. Sasaran pasar usaha ini yaitu toko aneka gerabah dan juga meubel, dengan harga yang terjangkau dimana fokusnya sebagai distributor reseller.

Fawwaz Pillow and Bolster dapat memproduksi hingga 500 pcs bantal dalam sehari. Dalam menjalankan aktivitas produksinya, usaha ini melakukan beberapa tahapan proses produksi, mulai dari pembelian bahan baku, penjahitan kain, pengisian silikon, proses vakum, hingga pengemasan produk. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi langsung kepada pemilik usaha, diketahui bahwa penentuan harga jual yang diterapkan selama ini masih menggunakan pendekatan sederhana, yaitu berdasarkan estimasi biaya utama dan kondisi harga pasar. Usaha ini belum melakukan perhitungan biaya produksi secara menyeluruh, khususnya pada komponen biaya overhead tetap dan biaya penjualan tetap. Kondisi tersebut berpotensi menyebabkan harga jual yang ditetapkan belum sepenuhnya mencerminkan biaya produksi aktual.

IV.A. Perhitungan Harga Pokok Produksi dengan Pendekatan *Product cost*

Berdasarkan data hasil observasi dan dokumentasi usaha, diketahui bahwa komponen biaya produksi pada Fawwaz Pillow and Bolster terdiri atas biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead variabel, biaya overhead tetap, biaya umum variabel serta biaya penjualan tetap. Untuk bahan baku variabel dan upah tenaga kerja variabel antara kedua jenis produk yaitu bantal dan juga guling adalah sama. Perhitungan dilakukan untuk mengetahui harga jual produk bantal dan guling dengan metode *cost-plus product cost*.

Perhitungan ini dilakukan dengan mengambil data penjualan produk dan biaya produksi dalam jangka waktu caturwulan, tepatnya mulai bulan Januari 2026 hingga April 2026. Perlu diketahui bahwa dalam 4 bulan mulai Januari hingga April telah terjual sebanyak 12.800 pcs produk dengan proporsi 8.800 pcs (68,75%) untuk bantal dan 4000 pcs (31,25%) untuk guling sehingga untuk perhitungan biaya overhead *fixed* di bagi sesuai proporsi produk terjual masing-masing produk. Berikut ini merupakan data total biaya overhead *fixed* per caturwulan Fawwaz Pillow and Bolster yang sudah diolah.

Nama Biaya	Jumlah
------------	--------

Perawatan mesin jahit	Rp. 266.664
Oli mesin jahit	Rp. 200.000
Penyusutan mesin penyegel plastik	Rp. 63.332
Penyusutan alat vakum	Rp. 86.664
Penyusutan mesin jahit	Rp. 166.664
Penyusutan mobil pick up	Rp. 1.500.000
Penyusutan rumah produksi	Rp. 2.000.000
Total BOP fixed	Rp. 4.283.324

Tabel 1. Komponen biaya overhead tetap. Sumber: data primer, 2026

Berdasarkan data tersebut, total biaya overhead tetap diperoleh sebesar Rp. 4.283.324. Sehingga diperoleh data keseluruhan biaya produksi sebagai berikut.

Nama Biaya	Jumlah
Biaya bahan baku	Rp. 15.000/pcs
Upah langsung	Rp. 1.500/pcs
BOP variabel	Rp 910/pcs
Biaya umum variabel	Rp. 6000/pcs
BOP fixed	Rp. 4.283.324 (Bantal Rp. 2.944.785, Guling Rp. 1.338.539)
Biaya penjualan fixed	Rp. 6.000.000

Tabel 2. Biaya produksi Fawwaz Pillow Sumber: data primer, 2026

Setelah semua komponen biaya diketahui, usaha menargetkan target laba sebesar 10% dari biaya produksi, laba yang diambil terhitung kecil karena usaha ini menargetkan penjualan terbanyak kepada reseller seperti meubel dari pada kepada konsumen secara langsung. Untuk BOP *fixed* diperoleh sebesar Rp. 4.283.324 yang kemudian dialokasikan ke masing-masing produk berdasarkan proporsi volume produksi. Produk bantal memperoleh alokasi sebesar Rp. 2.944.785 (68,75%), sedangkan produk guling memperoleh alokasi sebesar Rp. 1.338.539 (31,25%).

IV.B. Perhitungan Harga Jual *Cost-plus pricing* Method Produk Bantal

Dalam menghitung harga jual dengan metode *cost-plus pricing* perlu dilakukan perhitungan dengan 5 tahapan, diantaranya adalah menghitung jumlah biaya produksi yang kemudian digunakan untuk menentukan mark-up. Selanjutnya tarif biaya produksi per satuan produk dihitung, dilanjutkan dengan menghitung mark-up harga berdasarkan tarif sebelumnya dan langkah terakhir yaitu menambahkan mark-up kedalam tarif biaya produksi per satuan unit produk. Berikut ini adalah perhitungan harga jual untuk produk bantal Fawwaz Pillow and Bolster.

1. Biaya Produksi

- Biaya bahan baku 8.800 pcs x Rp 15.000	Rp. 132.000.000
- Upah langsung 8.800 pcs x Rp 1.500	Rp. 13.200.000
- BOP Variabel 8.800 pcs x Rp 910	Rp. 8.008.000
- <i>Fixed</i>	<u>Rp. 2.944.785</u>

Jumlah biaya produksi	Rp. 156.152.785
2. Mark up	
- Laba 10% x Rp. 156.152.785	Rp. 15.615.279
- Biaya umum (variabel 8.800 x 6000)	Rp. 52.800.000
- Biaya penjualan <i>fixed</i>	<u>Rp. 4.125.000</u>
Jumlah	Rp. 72.540.279
Presentase mark-up = $\frac{\text{Rp. 72.540.279}}{\text{Rp. 156.152.785}} \times 100\%$	= 46,45%
3. Tarif biaya produksi/pcs = $\frac{\text{Rp. 156.152.785}}{8.800}$	=Rp. 17.745,-
4. Mark up = 46,45% x Rp. 17.745,-	= <u>Rp. 8.243,-</u>
5. Harga jual	= Rp. 25.988,-

Hasil perhitungan menunjukkan biaya produksi per unit produk bantal sebesar Rp 17.745. Harga jual produk diperoleh dengan menambahkan mark-up ke dalam biaya produksi per unit sehingga diperoleh harga jual sebesar Rp. 26.000 (setelah pembulatan).

IV.C. Perhitungan Harga Jual *Cost-plus pricing* Method Produk Guling

Selain memproduksi bantal, Fawwaz Pillow and Bolster juga memproduksi guling sebagai variasi produknya. Dibawah ini merupakan perhitungan harga jual metode *cost-plus pricing product cost* untuk produk guling.

1. Biaya produksi	
- Biaya bahan baku 4000 pcs x Rp. 15.000	Rp. 60.000.000
- Upah langsung 4000 pcs x Rp. 1.500	Rp. 6.000.000
- BOP Variabel 4000 pcs x Rp. 910	Rp. 3.640.000
- <i>fixed</i>	<u>Rp. 1.338.539</u>
Jumlah biaya produksi	Rp. 70.978.539
2. Mark up	
- Laba 10% x Rp. 70.978.539	Rp. 7.097.854
- Biaya umum (variabel 4000 x 6000)	Rp. 24.000.000
- Biaya penjualan <i>fixed</i>	<u>Rp. 1.875.000</u>
Jumlah	Rp. 32.972.854
Presentase mark-up = $\frac{\text{Rp. 32.972.854}}{\text{Rp. 70.978.539}} \times 100\%$	= 46,45%
3. Tarif biaya produksi/pcs = $\frac{\text{Rp. 70.978.539}}{4000}$	= Rp. 17.745,-
4. Mark up = 46,45% x Rp. 17.745,-	= <u>Rp. 8.243,-</u>
5. Harga jual	= Rp. 25.988,-

Hasil perhitungan menunjukkan persentase mark-up sebesar 46,45% dengan tarif biaya produksi per unit sebesar Rp. 17.745. Setelah ditambahkan mark-up, harga jual produk guling berdasarkan metode *cost-plus pricing* diperoleh sebesar Rp. 25.988 per unit atau dibulatkan menjadi Rp. 26.000 per unit produk.

IV.D. Analisis Komparatif Harga Jual Eksisting dan Metode *Cost-plus pricing*

Penelitian ini melakukan analisis komparatif antara harga jual eksisting yang selama ini diterapkan oleh Fawwaz Pillow and Bolster dengan harga jual berdasarkan metode *cost-plus pricing* berbasis *product cost*.

Produk	Harga Eksisting	Harga <i>Cost-plus pricing</i>	Selisih
Bantal	Rp. 25.000	Rp. 26.000	Rp. 1.000
Guling	Rp. 25.000	Rp. 26.000	Rp. 1.000

Tabel 3. Perbandingan harga jual

Berdasarkan tabel tersebut, diketahui bahwa harga jual yang selama ini diterapkan Fawwaz Pillow lebih rendah dibandingkan harga jual berdasarkan metode *cost-plus pricing*. Selisih harga pada produk bantal dan guling diperoleh nominal yang sama yaitu sebesar Rp. 1.000 per unit. Meskipun perbedaan selisih harga tersebut apabila dilihat sangat kecil, akan tetapi apabila diakumulasikan dalam jumlah produksi dan penjualan yang besar secara terus-menerus, maka selisih tersebut dapat memengaruhi tingkat keuntungan perusahaan secara signifikan. Penelitian (Ramadhan Noor & Ningtias, 2023) juga menunjukkan bahwa penggunaan pendekatan *full costing* menghasilkan nilai harga pokok produksi dengan nilai yang lebih tinggi dibanding dengan metode sederhana yang digunakan UMKM dikarenakan seluruh unsur biaya produksi diperhitungkan secara menyeluruh.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa kebijakan harga jual eksisting perusahaan mengalami *underpricing*. Fenomena *underpricing* pada UMKM pada umumnya terjadi dikarenakan perusahaan belum memasukkan biaya *overhead* secara menyeluruh dalam perhitungan harga pokok produksi, sehingga harga jual ditetapkan oleh perusahaan belum mampu menggambarkan biaya actual perusahaan (Titania Nurul Haliza et al., 2023). Kondisi ini terjadi karena usaha belum memasukkan seluruh komponen biaya produksi secara menyeluruh dalam proses penetapan harga jual, khususnya biaya *overhead* tetap dan biaya penjualan tetap. Akibatnya, laba yang diperoleh perusahaan menjadi kurang optimal dan berisiko memengaruhi keberlangsungan usaha dalam jangka panjang.

Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Gustiansyarifudin & Listari, 2022) yang menyatakan bahwa penerapan metode *cost-plus pricing* membantu UMKM dalam menghasilkan penetapan harga jual yang lebih terstruktur dan mampu meningkatkan ketepatan pengendalian biaya usaha. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa penentuan harga jual yang dilakukan secara sistematis dapat memberikan keuntungan yang lebih optimal dibandingkan metode penetapan harga berdasarkan perkiraan semata.

Selain itu, hasil penelitian ini juga didukung oleh studi yang dilakukan oleh (Choerotunnisa, 2023) yang menemukan bahwa perhitungan harga pokok produksi menggunakan pendekatan *full costing* menghasilkan nilai biaya produksi yang lebih besar dibandingkan metode yang digunakan UMKM karena seluruh biaya *overhead* produksi diperhitungkan secara menyeluruh. Kondisi tersebut memengaruhi penentuan harga jual menggunakan metode *cost-plus pricing* sehingga harga jual yang dihasilkan menjadi lebih realistis dan menguntungkan bagi perusahaan.

Melalui penerapan metode *cost-plus pricing*, Fawwaz Pillow and Bolster dapat mengetahui biaya produksi aktual secara lebih rinci dan menetapkan harga jual yang mampu menutup seluruh biaya produksi sekaligus memberikan laba sesuai target Perusahaan. Penerapan metode *full costing* juga dinilai dapat membantu perusahaan dalam melakukan pengendalian biaya dan penetapan laba yang lebih terukur karena seluruh komponen dalam biaya produksi telah dihitung secara sistematis (Nurdiwati & Widiawati, 2024). Selain dapat meningkatkan akurasi harga jual, penerapan

metode *cost plus pricing* juga dapat membantu usaha dalam melakukan sebuah pengendalian dalam biaya dan perencanaan laba secara lebih efektif (Sari et al., 2023).

IV.E. Rekomendasi Strategis

Berdasarkan hasil analisis komparatif, Fawwaz Pillow and Bolster disarankan untuk mulai menerapkan metode *cost-plus pricing* berbasis *product cost* dalam menentukan harga jual produk. Penerapan metode tersebut dapat membantu usaha dalam menghindari terjadinya *undpricing* yang berpotensi mengurangi laba usaha dalam jangka panjang.

Selain itu, usaha ini juga perlu melakukan pencatatan biaya produksi secara lebih sistematis, khususnya pada biaya overhead tetap dan biaya penjualan, agar informasi biaya yang digunakan dalam penentuan harga jual menjadi lebih akurat. Dengan demikian, usaha dapat menetapkan harga jual yang lebih rasional, meningkatkan profitabilitas usaha, serta memperkuat daya saing produk di pasar.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kebijakan harga jual eksisting yang telah diterapkan oleh Fawwaz Pillow and Bolster masih menggunakan pendekatan sederhana berdasarkan estimasi biaya utama dan kondisi harga pasar, sehingga belum memperhitungkan seluruh komponen biaya produksi secara menyeluruh. Hasil penelitian ini diperkuat oleh temuan (Romadhon et al., 2025). sebelumnya, bahwa penentuan harga jual yang berbasis perhitungan biaya produksi yang akurat dapat meningkatkan efektivitas dalam pengambilan keputusan manajerial pada UMKM. Kondisi tersebut dapat menyebabkan harga jual yang telah diterapkan oleh perusahaan lebih rendah dibandingkan hasil perhitungan menggunakan metode *cost plus pricing* berbasis *product cost*.

Hasil dari perhitungan menunjukkan bahwa harga jual produk bantal berdasarkan metode *cost plus pricing* sebesar Rp. 26.000 per unit, sedangkan harga jual eksisting perusahaan sebesar Rp. 25.000 per unit dengan selisih Rp. 1.100 per unit. Sedangkan pada produk guling juga mendapatkan nominal yang sama dengan bantal, harga jual berdasarkan metode *cost plus pricing* sebesar Rp. 26.000 per unit, sedangkan harga jual eksisting sebesar Rp. 25.000 per unit dengan selisih Rp. 1.000 per unit. Meskipun selisih tersebut terlihat kecil, namun apabila diakumulasikan dalam jumlah produksi dan penjualan dalam jumlah yang besar secara terus-menerus, maka dapat memengaruhi tingkat keuntungan perusahaan secara signifikan.

Penelitian ini menunjukkan bahwa dalam penerapan metode *cost plus pricing* berbasis *product cost* mampu menghasilkan penentuan harga jual yang lebih akurat dikarenakan seluruh komponen biaya penjualan telah diperhitungkan secara sistematis. Dengan demikian, metode tersebut dinilai dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan ketetapan pengendalian biaya, perencanaan laba, serta efektivitas pengambilan keputusan manajerial.

Implikasi manajerial dari penelitian ini menunjukkan bahwa Fawwaz Pillow and Bolster perlu melakukan perbaikan sistem penentuan harga jual dengan menerapkan metode *cost-plus pricing* berbasis *product cost* secara konsisten dalam setiap periode evaluasi biaya produksi. Usaha juga perlu menyusun pencatatan biaya yang lebih terstruktur, khususnya terhadap biaya overhead tetap dan biaya penjualan yang selama ini belum diperhitungkan secara optimal. Selain meningkatkan akurasi harga jual, penerapan sistem tersebut dapat menjadi dasar dalam penyusunan strategi peningkatan daya saing usaha melalui pengendalian biaya produksi, penetapan target laba yang lebih realistis, serta pengambilan keputusan harga yang lebih responsif terhadap perubahan biaya dan kondisi pasar. Dengan informasi biaya yang lebih akurat, usaha dapat menjaga keseimbangan antara harga

yang kompetitif dan tingkat keuntungan yang diharapkan, sehingga mampu memperkuat posisi usaha dalam menghadapi persaingan serta mendukung keberlanjutan bisnis kedepannya.

Secara singkatnya, hasil dari penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi bagi Fawwaz Pillow and Bolster dalam perbaikan sistem penentuan harga jual agar lebih terstruktur dan sesuai dengan biaya produksi aktual. Selain itu, penelitian ini juga memberikan kontribusi bagi UMKM lain sebagai referensi dalam menerapkan metode penentuan harga jual yang lebih rasional untuk meningkatkan profitabilitas dan daya saing usaha.

Hasil penelitian ini diperkuat oleh (Romadhon et al., 2025) yang menyatakan bahwa dalam penentuan harga jual berbasis perhitungan biaya produksi yang akurat dapat meningkatkan efektivitas pengambilan keputusan manajerial pada UMKM. Adapun sebuah keterbatasan dalam penelitian ini yang hanya dilakukan pada satu UMKM sehingga hasil penelitian masih belum dapat digeneralisasikan secara luas. Karena itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan perbandingan pada beberapa UMKM dengan jenis usaha berbeda agar dapat diperoleh hasil penelitian yang lebih komperhensif.

VI. DAFTAR PUSTAKA

- Artika, R., Alexander, S. W., & Latjandu, L. D. (2025). Penerapan metode cost plus pricing berbasis full costing dalam penentuan harga jual pada Pabrik Tahu Triple S. *Manajemen Bisnis Dan Keuangan Korporat*, 3(1). <https://doi.org/10.58784/mbkk.296>
- Choerotunnisa, N. (2023). Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Dalam Menentukan Harga Jual Melalui Metode Cost Plus Pricing Dengan Pendekatan Full costing Pada Ukm Tahu
- Ceria Sari. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1).
- Evi Noviasari, & Richad Alamsyah. (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*, 8(1).
- Gustiansyarifudin, M. R., & Listari, S. (2022). Tinjauan Atas Penerapan Harga Jual Dengan Cost Plus Pricing pada UMKM Desira. *Jurnal Aplikasi Bisnis Kesatuan*, 2(2). <https://doi.org/10.37641/jabkes.v2i2.1475>
- Hansen, D. R., & Mowen, M. M. (2015). Cornerstones of Managerial Accounting (5th ed.). *SouthWestern Cengage Learning*.
- Harahap, L. (2020). Modul Akuntansi Biaya. *Trilogi.Ac.Id*, (Akuntansi Biaya).
- Hofifah Subhan, I., Suyanto, S., & Padwa Sari, G. (2024). Analisis Penentuan Harga Jual Produk Dengan Menggunakan Metode Cost Plus Pricing pada UMKM Tahu Maju Lancar. *Expensive: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 3(1). <https://doi.org/10.24127/exclusive.v3i1.5581>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). Pearson Education. - References - Scientific Research Publishing. In *Open Journal of Business and Management*.
- Nurdiwaty, D., & Widiawati, H. S. (2024). SELLING PRICE ANALYSIS USING THE COST PLUS PRICING METHOD WITH A FULL COSTING APPROACH. *JAE (Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi)*, (Vol. 9 No. 2 (2024): JAE (Jurnal Akuntansi dan Ekonomi)).
- Octavia, D. M., & Ervina, D. (2023). Analisis Penentuan Harga Jual dengan Metode Cost Plus Pricing. *JFAS: Journal of Finance and Accounting Studies*, 5(3). <https://doi.org/10.33752/jfas.v5i3.5249>
- Putri, A. U., Meiriasari, V., & Djuita, P. (2022a). Penerapan Metode Cost Plus Pricing Dalam Keputusan Penentuan Harga Jual (Survey Lambemu Kota Bengkulu). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 13(2). <https://doi.org/10.36982/jiegm.v13i2.2684>

- Putri, A. U., Meiriasari, V., & Djuita, P. (2022b). Penerapan Metode Cost Plus Pricing Dalam Keputusan Penentuan Harga Jual (Survey Lambemu Kota Bengkulu). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 13(2). <https://doi.org/10.36982/jiegm.v13i2.2684>
- Ramadhan Noor, S., & Ningtias, F. (2023). Analisis Perbandingan Penentuan Harga Pokok Produksi dengan Metode Full Costing dan Variabel Costing sebagai Dasar Penetapan Harga Jual pada UMKM Cendol Radja. *Jurnal Akuntansi*, 18(02). <https://doi.org/10.58457/akuntansi.v18i02.3451>
- Romadhon, F., Ira Sophita Anjarwati, & Anin Dyah Luthfiani. (2025). Menembus Kompetisi Pasar:
Analisis Keakuratan Penentuan Harga Jual Berbasis Harga Pokok Produksi UMKM. *Jurnal Riset Akuntansi*. <https://doi.org/10.29313/jra.v5i2.8507>
- Sari, N. N., Agustin, B. H., & Anggraini, N. (2023a). PENERAPAN METODE COST PLUS PRICING DALAM MENENTUKAN HARGA JUAL UNTUK MEMAKSIMALKAN LABA. *Jurnal Ilmiah Cendekia Akuntansi*, 8(3). <https://doi.org/10.32503/cendekiaakuntansi.v8i3.3752>
- Sri Harjanti, R., & Murwanti, S. (2021a). Analisis Harga Pokok Produksi Dan Harga Jual Dengan Metode Cost Plus Pricing (Studi Kasus Pada Ukm Wedang Uwuh 3Gen Tegal). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 6(1).
- Taroreh, B. F. W., Pangemanan, S. S., & Suwetja, I. G. (2021). Analisis Penentuan Harga Jual Menggunakan Metode Cost Plus Pricing dengan Pendekatan Full Costing pada CV. Verel Tri Putra Mandiri. *Jurnal EMBA*, 9(3).
- Titania Nurul Haliza, Erma Yani, Fitri Setya Ningrum, & Ratih Kusumastuti. (2023a). Analisis Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode Full Costing Dalam Penetapan Harga Produksi (Studi Kasus Pada UMKM Es The Nusantara Cabang Kota Jambi). *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 3(2). <https://doi.org/10.55606/jebaku.v3i2.1880>