

Pelatihan Penentuan Harga Jual UMKM Pabrik Tahu Tempe di Kabupaten Boalemo

Heldy Vanni Alam¹, Valentina Monoarfa², Zihan Putri Maharani Montu³, Nurara Rahim⁴, Muthiah Syahidah⁵

^{1,2,3,4,5}Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Gorontalo

E-mail : heldy.alam@ung.ac.id¹, valentina@ung.ac.id², zihan.montu.7@gmail.com³,
rahimrara653@gmail.com⁴, muthiahsyahidah2001@gmail.com⁵

Abstract

Selling price is the monetary amount charged by a business unit to buyers or customers for goods or services sold or delivered. The purpose of the selling price determination method compiled and presented by several tofu and tempeh factories in Gorontalo is to provide information on how to determine product selling price by using the concept of total cost, product cost concept and variable cost concept. The research method that the author uses is a descriptive approach. The results show that some Tofu and Tempe factories already understand determining the selling price of the product. However, the problem is with UMKM in the Tofu and Tempe Factory in Gorontalo and UMKM in Kab. Boalemo still uses a simple method. For this reason, we, the authors, seek this service activity so that the UMKM of the Tofu and Tempe Factory in Gorontalo and the UMKM in the District. Boalemo is able to determine the selling price of the product by using the concept of total cost, product cost concept and variable cost concept.

Keywords : *selling price, total cost, product cost, variable cost*

Abstrak

Harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan. Adapun tujuan metode penentuan harga jual yang disusun dan disajikan oleh beberapa pabrik tahu dan tempe di Gorontalo yaitu untuk memberikan informasi bagaimana cara menentukan harga jual produk dengan menggunakan konsep biaya total, konsep biaya produk dan konsep biaya variabel. Metode penelitian yang penulis gunakan adalah pendekatan deskriptif Hasil penelitian menunjukkan bahwa beberapa Pabrik Tahu Tempe sudah mengerti menentukan harga jual pada produk. Akan tetapi, yang menjadi permasalahannya pada UMKM Pabrik Tahu Tempe yang ada di Gorontalo dan UMKM Di Kab. Boalemo masih menggunakan cara yang sederhana saja. Untuk itu kami penulis mengupayakan kegiatan pengabdian ini guna agar UMKM Pabrik Tahu Tempe di Gorontalo dan UMKM di Kab. Boalemo mampu dalam menentukan harga jual produk dengan menggunakan konsep biaya total, konsep biaya produk dan konsep biaya variabel.

Kata kunci : *harga jual, biaya total, biaya produk, biaya variabel*

1. PENDAHULUAN

Penentuan harga jual merupakan hal yang sangat penting bagi suatu perusahaan. Dengan metode penentuan harga jual ini kita bisa mengetahui berapa biaya yang akan kita keluarkan serta berapa target yang harus kita capai. Dalam penetapan harga jual kita perlu ketelitian yang tinggi untuk memperoleh harga jual yang sesuai dengan tujuan perusahaan. Penentuan harga jual terdiri atas a) Konsep biaya total; b) Konsep biaya produk; dan c) Konsep biaya variabel. Adapun tujuan metode penentuan harga jual yang disusun dan disajikan oleh beberapa pabrik tahu dan tempe di Gorontalo yaitu untuk memberikan informasi bagaimana cara menentukan harga jual produk dengan menggunakan konsep biaya total, konsep biaya produk dan konsep biaya variabel. Tempat “Pabrik Tahu Tempe Sumber Sari”, “Pabrik Tahu Tempe Remaja Karya I”, “Pabrik Tahu Tempe Mbak Sri”, “Pabrik Tahu Tempe Berkat” dan “Pabrik Tahu Tempe Rina” merupakan lima perusahaan pabrik tahu tempe yang sudah berdiri mulai dari tahun 1997, tahun 2000, tahun 2002 dan tahun 2018 di Gorontalo.

Penentuan harga jual produk dapat dipengaruhi dengan beberapa factor. Salah satunya adalah biaya, penetapan harga jual yang berorientasi biaya adalah penetapan harga jual dengan menjadikan biaya masa datang sebagai dasar perhitungan dan dalam jangka panjang harga jual harus cukup untuk menutup biaya produksi dan non produksi. Laba kehendaki adanya balas jasa atas pengorbanan yang telah dikeluarkan. Perusahaan perlu mengetahui seberapa besar harga jual yang ditentukan dapat memberikan imbalan jasa atas usahanya, oleh karena itu semua biaya yang telah digunakan untuk memproduksi barang harus diketahui agar dapat ditentukan tingkat harga minimal yang harus ditentukan.

Penentuan harga jual produk merupakan salah satu jenis pengambilan keputusan manajemen yang penting. Bagi manajemen, penentuan harga jual produk atau jasa bukan hanya merupakan kebijaksanaan di bidang pemasaran atau bidang keuangan, melainkan kebijakan yang berkaitan dengan seluruh aspek kegiatan perusahaan. Harga jual produk selain mempengaruhi volume penjualan atau jumlah pembeli produk atau jasa tersebut, juga akan mempengaruhi jumlah pendapatan perusahaan.

Menurut Andi (2015:128) Harga menjadi faktor utama yang dapat mempengaruhi pilihan seorang pembeli, harga cukup berperan dalam menentukan pembelian konsumen, untuk itu sebelum menetapkan suatu harga, sebaiknya perusahaan melihat beberapa referensi harga suatu produk yang dinilai cukup tinggi dalam penjualan.

Wiwik Lestari dan Dhyka Bagus Permana (2017:158) mendefinisikan Harga Jual sebagai nilai atau angka yang telah menutupi biaya produksi secara utuh dan ditambahkan dengan laba atau keuntungan dalam jumlah yang wajar.

Menurut Slamet Sugiri S (2015:164) definisi harga jual adalah biaya atau cost ditambah dengan mark-up sebesar persentase tertentu dari biaya tersebut.

2. METODE

Metode penelitian yang penulis gunakan adalah pendekatan deskriptif dan kuantitatif. Prosedur penelitian deskriptif adalah yang dapat menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari informan penelitian dan perilaku obyek penelitian yang diamati. Data pendekatan kuantitatif yang dapat menghasilkan data dengan angka (numeric). Penelitian ini dilaksanakan pada UMKM “Pabrik Tahu Tempe Sumber Sari”, “Pabrik Tahu Tempe Remaja Karya 1”, “Pabrik Tahu Tempe Mbak Sri”, “Pabrik Tahu Tempe Berkat”, “Pabrik Tahu Tempe Rina” dan UMKM di Kab. Boalemo. Pengabdian ini berupa penyuluhan, diskusi dan tanya jawab. Dimana tim pengabdian mengawali kegiatan dengan memberi pengetahuan bagaimana menentukan harga jual menggunakan Konsep Biaya Total, Konsep Biaya Produk Dan Konsep Biaya Variabel.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian kepada masyarakat adalah usaha untuk menyebarluaskan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni kepada masyarakat. Kegiatan tersebut harus mampu memberikan suatu nilai tambah bagi masyarakat, baik dalam kegiatan ekonomi, kebijakan, dan perubahan perilaku (sosial). Uraikan bahwa kegiatan pengabdian telah mampu memberi perubahan bagi individu/masyarakat maupun institusi baik jangka pendek maupun jangka panjang.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini diawali dengan pengenalan dan maksud dari tujuan melakukan pengabdian kemudian memberikan pelatihan sebagai dasar untuk menentukan harga jual produk pada UMKM Pabrik Tahu Tempe yang ada di Gorontalo dan UMKM di Kab. Boalemo. Hasil evaluasi pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yaitu kegiatan yang telah berjalan dengan lancar dan banyak yang terlibat dengan kegiatan ini.

Adapun beberapa hasil perhitungan penentuan harga jual dari beberapa pabrik tahu tempe yang ada di Gorontalo dengan menggunakan konsep biaya total, konsep biaya produk dan konsep biaya variabel.

1. Penentuan Harga Jual Pada Pabrik Tahu Tempe Sumber Sari

Jumlah x yang diproduksi atau dijual 45 unit

Biaya variabel :

Biaya bahan baku = Rp. 650.000

Biaya tenaga kerja = Rp. 101.000

Biaya overhead pabrik = Rp.52.000

Biaya pemasaran = Rp. 10.000

Biaya administrasi dan umum = Rp. 73.000

Biaya tetap :

Biaya overhead pabrik = Rp. 10.000.000

Penyelesaian :

A) KONSEP BIAYA TOTAL

Biaya produksi :

Biaya bahan baku 45 X 650.000 = Rp. 29.250.000

Biaya tenaga kerja 45 X 101.000 = Rp. 4.545.000

Biaya overhead pabrik (45 X 52.000) + 10.0000 = Rp. 12.340.000

= Rp. 46.135.000

Biaya total :

Biaya produksi = Rp. 46.135.000

Biaya pemasaran = Rp. 450.000

Biaya administrasi dan umum = Rp. 3.285.000

= Rp. 49.870.000

Biaya per unit = $\frac{49.870.000}{45}$ = **1.108.222**

Laba yang dikehendaki = 25% X Rp. 10.000.000 = **Rp. 2.500.000**

Presentase markup = $\frac{2.500.000}{49.870.000} \times 100\%$ = **5,01%**

Markup perunit = 5,01% x 1.108.222 = **55.521**

Harga jual perunit = 1.108.222 + 55.521 = **Rp. 1.163.743**

B) KONSEP BIAYA PRODUK

Presentase Markup = $\frac{2.500.000+450.000+3.285.000}{46.135.000} \times 100\%$

= $\frac{6.235.000}{46.135.000} \times 100\%$ = **13,5%**

Harga jual perunit :

Biaya produksi perunit	$= \frac{46.135.000}{45}$	= Rp.1.025.222
Markup perunit	$= 13,5\% \times 1.025.222$	= Rp. 138.404
Harga jual perunit	= Rp.1.025.222 + Rp. 138.404 = Rp. 1.163.626	

C) KONSEP BIAAYA VARIABEL

Total biaya variabel :

Biaya bahan baku	= Rp. 29.250.000
Biaya tenaga kerja	= Rp. 4.545.000
Biaya overhead pabrik	= Rp. 2.340.000
Biaya pemasaran	= Rp. 450.000
Biaya administrasi dan umum	= <u>Rp. 3. 285.000</u>
	= Rp. 39.870.000

Markup :

Laba yang dikehendaki	= Rp. 2.500.000
Biaya overhead pabrik tetap	= <u>Rp. 10.000.000</u>
	= Rp. 12.500.000

Presentase markup $= \frac{12.500.000}{39.870.000} \times 100\% = 31,3 \%$

Harga jual perunit :

Biaya variabel perunit	$= \frac{39.870.000}{45} = 886.000$
Markup perunit	$= 31,3\% \times 886.000 = \text{Rp. 277.318}$
Harga jual perunit	$= 886.000 + 277.318 = \text{Rp. 1.163.318}$

Berdasarkan hasil perhitungan penentuan harga jual pada pabrik tahu tempe sumber sari menunjukkan hasil harga jual perunit dengan menggunakan konsep biaya total adalah **Rp. 1.163**, konsep biaya produk adalah **Rp. 1.163** dan konsep biaya variabel adalah **Rp. 1.163**.

2. Penentuan Harga Jual Pada Pabrik Tahu Tempe Remaja Karya 1

Jumlah x yang diproduksi atau dijual 45 unit

Biaya variabel :

Biaya bahan baku = Rp. 600.000

Biaya tenaga kerja = Rp. 150.000

Biaya overhead pabrik = Rp.250.000

Biaya pemasaran = Rp. 50.000

Biaya administrasi dan umum = Rp. 15.000

Biaya tetap :

Biaya overhead pabrik = Rp. 3.000.000

Penyelesaian :

A) KONSEP BIAYA TOTAL

Biaya produksi :

Biaya bahan baku 45 X 600.000 = Rp. 27.000.000

Biaya tenaga kerja 45 X 101.000 = Rp. 6.750.000

Biaya overhead pabrik (45 X 250.000) + 3.000.000 = Rp. 14.250.000

= Rp. 48.000.000

Biaya total :

Biaya produksi = Rp. 48.000.000

Biaya pemasaran = Rp. 2.250.000

Biaya administrasi dan umum = Rp. 675.000

= Rp. 50.925.000

Biaya per unit = $\frac{50.925.000}{45} = 1.131.666$

Laba yang dikehendaki = 20% X Rp. 5.000.000 = **Rp. 1.000.000**

Presentase markup = $\frac{1.000.000}{50.925.000} \times 100\% = 1,9\%$

Markup perunit = 1,9 % x 1.131.666 = **21.501**

Harga jual perunit = 1.131.666 + 21.501 = **Rp. 1.153.167**

B) KONSEP BIAYA PRODUK

$$\begin{aligned}\text{Presentase Markup} &= \frac{1.000.000+2.250.000+675.000}{48.000.000} \times 100\% \\ &= \frac{3.935.000}{48.000.000} \times 100\% = 8,17\%\end{aligned}$$

Harga jual perunit :

$$\begin{aligned}\text{Biaya produksi perunit} &= \frac{48.000.000}{45} = \text{Rp.1.066.666} \\ \text{Markup perunit} &= 8,17\% \times \text{Rp.1.066.666} = \text{Rp. 87.146} \\ \text{Harga jual perunit} &= \text{Rp.1.066.666} + \text{Rp. 87.146} = \text{Rp. 1.153.812}\end{aligned}$$

C) KONSEP BIAYA VARIABEL

Total biaya variabel :

$$\begin{aligned}\text{Biaya bahan baku} &= \text{Rp. 27.000.000} \\ \text{Biaya tenaga kerja} &= \text{Rp. 6.750.000} \\ \text{Biaya overhead pabrik} &= \text{Rp. 11.250.000} \\ \text{Biaya pemasaran} &= \text{Rp. 2.250.000} \\ \text{Biaya administrasi dan umum} &= \text{Rp. 675.000} \\ &= \text{Rp. 47.925.000}\end{aligned}$$

Markup :

$$\begin{aligned}\text{Laba yang dikehendaki} &= \text{Rp. 1.000.000} \\ \text{Biaya overhead pabrik tetap} &= \text{Rp. 3.000.000} \\ &= \text{Rp. 4.000.000}\end{aligned}$$

$$\text{Presentase markup} = \frac{4.000.000}{47.925.000} \times 100\% = 8,34 \%$$

Harga jual perunit :

$$\text{Biaya variabel perunit} = \frac{47.925.000}{45} = 1.065.000$$

Markup perunit = $8,34\% \times 1.065.000 = \text{Rp. } 88.821$

Harga jual perunit = $1.065.000 + 88.821 = \text{Rp. } 1.153.821$

Berdasarkan hasil perhitungan penentuan harga jual pada pabrik tahu tempe remaja karya 1 menunjukkan hasil harga jual perunit dengan menggunakan konsep biaya total adalah **Rp. 1.153**, konsep biaya produk adalah **Rp. 1.153** dan konsep biaya variabel adalah **Rp. 1.153**.

3) Penentuan Harga Jual Pada Pabrik Tahu Tempe Mbak Sri

Jumlah x yang diproduksi atau dijual 30 unit

Biaya variabel :

Biaya bahan baku = Rp. 600.000

Biaya tenaga kerja = Rp. 75.000

Biaya overhead pabrik = Rp. 400.000

Biaya pemasaran = Rp. 20.000

Biaya administrasi dan umum = Rp. 35.000

Biaya tetap :

Biaya overhead pabrik = Rp. 8.000.000

Penyelesaian :

A) KONSEP BIAYA TOTAL

Biaya produksi :

Biaya bahan baku 30×600.000 = Rp. 18.000.000

Biaya tenaga kerja 30×75.000 = Rp. 2.250.000

Biaya overhead pabrik $(30 \times 400.000) + 8.000.000$ = Rp. 20.000.000

= Rp. 40.250.000

Biaya total :

Biaya produksi = Rp. 40.250.000

Biaya pemasaran = Rp. 600.000

Biaya administrasi dan umum = Rp. 1.050.000

= Rp. 41.900.000

$$\begin{aligned}\text{Biaya per unit} &= \frac{41.900.000}{30} = \mathbf{1.396.666} \\ \text{Laba yang dikehendaki} &= 15\% \times \text{Rp. } 10.000.000 = \mathbf{\text{Rp. } 1.500.000} \\ \text{Presentase markup} &= \frac{1.500.000}{41.900.000} \times 100\% = \mathbf{3,57\%} \\ \text{Markup perunit} &= 3,57\% \times 1.396.666 = \mathbf{49.860} \\ \text{Harga jual perunit} &= 1.396.666 + 49.860 = \mathbf{\text{Rp. } 1.446.526}\end{aligned}$$

B) KONSEP BIAYA PRODUK

$$\begin{aligned}\text{Presentase Markup} &= \frac{1.500.000 + 600.000 + 1.050.000}{40.250.000} \times 100\% \\ &= \frac{3.150.000}{40.250.000} \times 100\% = \mathbf{7,8\%}\end{aligned}$$

Harga jual perunit :

$$\begin{aligned}\text{Biaya produksi perunit} &= \frac{40.250.000}{30} = \mathbf{\text{Rp. } 1.341.666} \\ \text{Markup perunit} &= 7,8\% \times \text{Rp. } 1.341.666 = \mathbf{\text{Rp. } 104.649} \\ \text{Harga jual perunit} &= \mathbf{\text{Rp. } 1.341.666 + \text{Rp. } 104.649 = \text{Rp. } 1.446.315}\end{aligned}$$

C) KONSEP BIAYA VARIABEL

Total biaya variabel :

$$\begin{aligned}\text{Biaya bahan baku} &= \text{Rp. } 18.000.000 \\ \text{Biaya tenaga kerja} &= \text{Rp. } 2.250.000 \\ \text{Biaya overhead pabrik} &= \text{Rp. } 12.000.000 \\ \text{Biaya pemasaran} &= \text{Rp. } 600.000 \\ \text{Biaya administrasi dan umum} &= \text{Rp. } 1.050.000 \\ &= \mathbf{\text{Rp. } 33.900.000}\end{aligned}$$

Markup :

$$\text{Laba yang dikehendaki} = \text{Rp. } 1.500.000$$

Biaya overhead pabrik tetap = Rp. 8.000.000
= **Rp. 9.500.000**

Presentase markup = $\frac{9.500.000}{33.900.000} \times 100\% = 28\%$

Harga jual perunit :

Biaya variabel perunit = $\frac{33.900.000}{30} = 1.130.000$

Markup perunit = $28\% \times 1.130.000 = \text{Rp. } 316.400$

Harga jual perunit = $1.130.000 + 316.400 = \text{Rp. } 1.446.400$

Berdasarkan hasil perhitungan penentuan harga jual pada Pabrik Tahu Tempe Mbak Sri menunjukkan hasil harga jual perunit dengan menggunakan konsep biaya total adalah **Rp. 1.446**, konsep biaya produk adalah **Rp. 1.446** dan konsep biaya variabel adalah **Rp. 1.446**.

4) Penentuan Harga Jual Pada Pabrik Tahu Tempe Berkat

Jumlah x yang diproduksi atau dijual 30 unit

Biaya variabel :

Biaya bahan baku = Rp. 600.000

Biaya tenaga kerja = Rp. 75.000

Biaya overhead pabrik = Rp. 73.000

Biaya pemasaran = Rp. 10.000

Biaya administrasi dan umum = Rp. 63.000

Biaya tetap :

Biaya overhead pabrik = Rp. 10.000.000

Penyelesaian :

A) KONSEP BIAYA TOTAL

Biaya produksi :

Biaya bahan baku 30 X 600.000 = Rp. 18.000.000

Biaya tenaga kerja 30 X 75.000 = Rp. 2.250.000

$$\begin{aligned} \text{Biaya overhead pabrik } (30 \times 73.000) + 10.000.000 &= \underline{\text{Rp. 12.190.000}} \\ &= \text{Rp. 32.440.000} \end{aligned}$$

Biaya total :

Biaya produksi = Rp. 32.440.000

Biaya pemasaran = Rp. 300.000

Biaya administrasi dan umum = Rp. 1.890.000

= Rp. 34.630.000

Biaya per unit = $\frac{34.630.000}{30} = 1.154.333$

Laba yang dikehendaki = 20% X Rp. 60.000.000 = **Rp. 12.000.000**

Presentase markup = $\frac{12.000.000}{34.630.000} \times 100\% = 34,6 \%$

Markup perunit = 34,6 % x 1.154.333 = **399.399**

Harga jual perunit = 1.154.333 + 399.399 = **Rp. 1.553.732**

B) KONSEP BIAVA PRODUK

Presentase Markup = $\frac{12.000.000 + 300.000 + 1.890.000}{32.440.000} \times 100\%$
= $\frac{14.190.000}{32.440.000} \times 100\% = 43,7 \%$

Harga jual perunit :

Biaya produksi perunit = $\frac{32.440.000}{30} = \text{Rp.1.081.333}$

Markup perunit = 43,7 % x Rp.1.081.333 = **Rp. 472.542**

Harga jual perunit = Rp.1.081.333 + Rp. 472.542 = **Rp. 1.553,875**

C) KONSEP BIAVA VARIABEL

Total biaya variabel :

Biaya bahan baku = Rp. 18.000.000

Biaya tenaga kerja	= Rp. 2.250.000
Biaya overhead pabrik	= Rp. 2.190.000
Biaya pemasaran	= Rp. 300.000
Biaya administrasi dan umum	= <u>Rp. 1.890.000</u>
	= Rp. 24.630.000

Markup :

Laba yang dikehendaki	= Rp. 12.000.000
Biaya overhead pabrik tetap	= <u>Rp. 10.000.000</u>
	= Rp. 22.000.000

$$\text{Presentase markup} = \frac{22.000.000}{24.630.000} \times 100\% = 89,3 \%$$

Harga jual perunit :

$$\text{Biaya variabel perunit} = \frac{24.630.000}{30} = 821.000$$

$$\text{Markup perunit} = 89,3 \% \times 821.000 = \text{Rp. 733.153}$$

$$\text{Harga jual perunit} = 821.000 + 733.153 = \text{Rp. 1.554.153}$$

Berdasarkan hasil perhitungan penentuan harga jual pada Pabrik Tahu Tempe Berkat menunjukkan hasil harga jual perunit dengan menggunakan konsep biaya total adalah **Rp. 1.553**, konsep biaya produk adalah **Rp. 1.553** dan konsep biaya variabel adalah **Rp. 1.554**.

5) Penentuan Harga Jual Pada Pabrik Tahu Tempe Rina

Jumlah x yang diproduksi atau dijual 40 unit

Biaya variabel :

Biaya bahan baku	= Rp. 600.000
Biaya tenaga kerja	= Rp. 300.000
Biaya overhead pabrik	= Rp. 56.000
Biaya pemasaran	= Rp. 20.000
Biaya administrasi dan umum	= Rp. 6.000

Biaya tetap :

Biaya overhead pabrik = Rp. 1.000.000

Penyelesaian :

A) KONSEP BIAYA TOTAL

Biaya produksi :

Biaya bahan baku 40 X 600.000 = Rp. 24.000.000

Biaya tenaga kerja 40 X 75.000 = Rp. 12.000.000

Biaya overhead pabrik (40 X 73.000) + 10.000.000 = Rp. 3.240.000

= Rp. 39.240.000

Biaya total :

Biaya produksi = Rp. 39.240.000

Biaya pemasaran = Rp. 800.000

Biaya administrasi dan umum = Rp. 240.000

= Rp. 40.280.000

Biaya per unit = $\frac{40.280.000}{40} = 1.007.000$

Laba yang dikehendaki = 25% X Rp. 20.000.000 = **Rp. 5.000.000**

Presentase markup = $\frac{5.000.000}{40.280.000} \times 100\% = 12,4 \%$

Markup perunit = 12,4 % x 1.007.000 = **124.868**

Harga jual perunit = 124.868+ 1.007.000= **Rp. 1.131.868**

B) KONSEP BIAYA PRODUK

Presentase Markup = $\frac{5.000.000+800.000+240.000}{39.240.000} \times 100\%$

= $\frac{6.640.000}{39.240.000} \times 100\% = 15,3 \%$

Harga jual perunit :

$$\begin{aligned}\text{Biaya produksi perunit} &= \frac{39.240.000}{40} = \text{Rp. 981.000} \\ \text{Markup perunit} &= 15,3 \% \times \text{Rp. 981.000} = \text{Rp. 150.093} \\ \text{Harga jual perunit} &= \text{Rp. 150.093} + \text{Rp. 981.000} = \text{Rp. 1.131.093}\end{aligned}$$

C) KONSEP BIAYA VARIABEL

Total biaya variabel :

$$\begin{aligned}\text{Biaya bahan baku} &= \text{Rp. 24.000.000} \\ \text{Biaya tenaga kerja} &= \text{Rp. 12.000.000} \\ \text{Biaya overhead pabrik} &= \text{Rp. 2.240.000} \\ \\ \text{Biaya pemasaran} &= \text{Rp. 800.000} \\ \text{Biaya administrasi dan umum} &= \text{Rp. 240.000} \\ &= \text{Rp. 39.280.000}\end{aligned}$$

Markup :

$$\begin{aligned}\text{Laba yang dikehendaki} &= \text{Rp. 5.000.000} \\ \text{Biaya overhead pabrik tetap} &= \text{Rp. 1.000.000} \\ &= \text{Rp. 6.000.000}\end{aligned}$$

$$\text{Presentase markup} = \frac{6.000.000}{39.280.000} \times 100\% = 15,2 \%$$

Harga jual perunit :

$$\begin{aligned}\text{Biaya variabel perunit} &= \frac{39.280.000}{40} = \text{Rp. 982.000} \\ \text{Markup perunit} &= 15,2 \% \times \text{Rp. 982.000} = \text{Rp. 149.264} \\ \text{Harga jual perunit} &= \text{Rp. 149.264} + \text{Rp. 982.000} = \text{Rp. 1.131.624}\end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan penentuan harga jual pada Pabrik Tahu Tempe Rina menunjukkan hasil harga jual perunit dengan menggunakan konsep biaya total adalah = **Rp. 1.131**, konsep biaya produk adalah = **Rp. 1.131** dan konsep biaya variabel adalah = **Rp. 1.131**

GAMBAR





DISKUSI

Dalam mengelola dan mencatat transaksi yang berlangsung pada pabrik tahu tempe maka sangat diperlukan penggunaan ilmu akuntansi. Akuntansi sebagai salah satu bagian dalam pengelolaan keuangan suatu entitas memiliki peran yang sangat penting dan krusial. Akuntansi digunakan untuk menyajikan informasi keuangan yang bermanfaat dan bisa dijadikan sebagai input dalam pengambilan keputusan bisnis. Khususnya dalam hal pengambilan keputusan dalam penentuan harga jual produk. Setiap perusahaan pasti membutuhkan aspek keuangan untuk menentukan aspek-aspek yang diperlukan dalam pengambilan keputusan. Apalagi dalam menentukan harga jual dari suatu produk yang dapat meningkatkan volume penjualan serta mempertahankan dan mengembangkan pangsa pasar.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan oleh tim dari Jurusan Manajemen guna untuk mencapai target kepada masyarakat pelaku usaha tentunya pada perusahaan Pabrik Tahu Tempe agar dapat memahami bagaimana cara menentukan harga jual dengan menggunakan tiga konsep biaya. Jadi dari beberapa UMKM pabrik tahu tempe yang kami kunjungi yaitu Pabrik Tahu Tempe Sumber Sari, Pabrik Tahu Tempe Remaja Karya I, Pabrik Tahu Tempe Berkat, Pabrik Tahu Tempe Mbak Sri dan Pabrik Tahu Tempe Erina dan UMKM Di Kab Boalemo semuanya masih menggunakan cara penentuan harga jual yang sederhana. Dengan adanya pelatihan pengabdian ini, pelaku usaha di beberapa UMKM pabrik tahu tempe yang ada di Gorontalo dan UMKM Di Kab. Boalemo sudah mulai paham dan mengerti bagaimana cara menentukan penentuan harga jual dengan menggunakan tiga konsep biaya yaitu konsep biaya total, konsep biaya produk dan konsep biaya variabel.

5. DAFTAR PUSTAKA

Jurnal :

- Ni Made Evarina Ariesta¹, Anjuman Zukhri¹, Luh Indrayani², Tahun: 2014, "*Analisis Penetapan Harga Jual Jasa Service dan Suku Cadang Pada Bengkel Bali Surya Motor dengan Menggunakan Metode Time and Material Pricing Tahun 2013*", Vol: 4 Nomor: 1
- Yeni triyaswati,2009, "Penentuan Harga Jual Produk", Fakultas Ekonomi, Jurusan Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Sri Handayani Langgeng, Hidayat Rahmat, (Juli 2022), Pengaruh kualitas Produk, Harga, dan Digital Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk MS Glow Beauty, Jurnal IKRAITH-EKONOMIKA No 2 Vol 5
- Soebandi, (2001), informasi akuntansi untuk menentukan harga jual, ekuitas, vol. 5 no. 1
- Natalia Soei Christanti, Sabijono Harijanto, Runtu Treesje ,(2014), penentuan harga jual produk dengan menggunakan metode cost plus pricing pada ud. Sinar sakti, Jurnal EMBA, Vol.2 No.3
- Moray, Saerang, Runtu. 2014. Penetapan Harga Jual dengan Cost Plus Pricing Menggunakan Full Costing pada UD Gladys Bakery. Vol (2). Hlm. 1272-1283. Manado (ID): Universitas Sam Ratulangi. Manado
- Fitriyah, priminingtyas dina novia, retnoningsih dwi, (2020), penerapan target costing dalam upaya efisiensi biaya produksi keripik apel di UD. Ramayana agro mandiri kota batu berdasarkan sistem penjualan online dan offline, vol. 4, no. 1

Buku :

- Prof. Dr. Halim Abdul M.B.A, Drs. Supomo Bambang M.Si, Kusufi Syam Muhammad, S.E, 2017. *Akuntansi Manajemen Edisi Kedua*,;Yogyakarta, BPFE.
- Slamet Sugiri Sodiki, B.A. (2015). *Akuntansi Pengantar 1. Yogyakarta : UPP STIM YKPN.*
- Lestari Permana Wiwik , Permana Bagus Dhyka, (2017), Akuntansi biaya dalam perspektif manajerial, Depok, Rajawali Pers