

**Analisis Strategi Penjualan dan Penetapan Harga Jual Roti
pada UMKM Roti Cirasa Bakery Berdasarkan
Harga Pokok Produksi**

Ajeng Deswita¹, Syafa Mustika Handayani², Shelvy Anggraeni³
Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika
Email: ajengdeswita26@gmail.com¹, mustikasyafa9@gmail.com²,
shelvyanggraeni0@gmail.com³

Abstract

The purpose of this study is to conduct a comprehensive analysis on the process of determining the selling price applied to UMKM Roti Cirasa Bakery, and evaluate its conformance with the calculation of production costs and effective pricing principles. The background of this research arises from selling prices that have not yet been based on accurate cost calculations. These conditions have an impact on the uncertainty of profit levels as well as the decline in product competitiveness. Given that the competition between the bakery and food industries is getting tighter, the implementation of a proper price-fixing strategy is very important so that MSMEs can maintain business continuity, increase profitability, and attract consumer interest. The method established in this study is a descriptive method with a quantitative approach. Data collection techniques include direct observation of production processes, interviews with owners and employees, and documentation on cost components such as raw material costs, direct labor costs, and factory overhead costs. The analysis of the selling price is determined through the cost plus pricing method, where the price is determined based on the sum of the entire production cost plus the percentage of the desired profit. This method was chosen because it can provide a more objective price picture and match the real conditions of MSMEs. Research results show that the selling price accordance with the actual production cost calculation. Some products have a selling price below the proper price, so they have the potential to lower profits and even pose a risk of loss in the long term. On the other hand, there are also products that are set at higher prices than the calculation results so that they are less competitive and have the potential to reduce consumers' buying interest. The discrepancy shows that MSMEs have not used the method of systematic price determination and still rely on previous estimates or experiences without a structured basis of calculation. The conclusion of this study confirmed that the application of the method of determining the selling price is structured, consistent, and data-based is urgently needed by UMKM Roti Cirasa Bakery. By using the right price determination method, MSMEs can set prices that are not only able to cover all production costs, but also provide optimal profit margins while remaining competitive in the market. In addition, this research is expected to be a material to assess MSMEs in conducting regular reviews of selling price strategies to improve efficiency, strengthen market positions, and support business continuity.

Keywords: Cost of Goods Sold, Full Costing, Selling Price Determination, Sales Strategy, MSMEs

Abstrak

Article history

Received: Januari 2026
Reviewed: Januari 2026
Published: Januari 2026

Plagiarism checker no 80

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under
a [creative commons
attribution-noncommercial
4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

Tujuan dari studi ini adalah untuk melakukan analisis secara menyeluruh mengenai proses penetapan harga jual yang diterapkan pada UMKM Roti Cirasa Bakery, serta mengevaluasi kesesuaiannya dengan perhitungan biaya produksi dan prinsip-prinsip penetapan harga yang efektif. Latar belakang penelitian ini muncul dari permasalahan umum yang dihadapi UMKM, yaitu penentuan harga jual yang belum berbasis pada perhitungan biaya yang akurat. Kondisi tersebut berdampak pada ketidakpastian tingkat keuntungan serta menurunnya daya saing produk. Mengingat persaingan industri roti dan makanan semakin ketat, penerapan strategi penetapan harga yang tepat menjadi sangat penting agar UMKM dapat mempertahankan keberlangsungan usaha, meningkatkan profitabilitas, dan menarik minat konsumen. Metode yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data meliputi pengamatan langsung pada proses produksi, wawancara dengan pemilik serta karyawan, dan dokumentasi terkait komponen biaya seperti biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Analisis harga jual ditentukan melalui metode cost plus pricing, dimana harga ditetapkan berdasarkan jumlah seluruh biaya produksi ditambah persentase keuntungan yang diinginkan. Metode ini dipilih karena dapat memberikan gambaran harga yang lebih objektif dan sesuai dengan kondisi riil UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penetapan harga jual yang diterapkan Roti Cirasa Bakery belum sepenuhnya sesuai dengan perhitungan biaya produksi sebenarnya. Beberapa produk memiliki harga jual di bawah harga yang semestinya, sehingga berpotensi menurunkan laba bahkan menimbulkan risiko kerugian dalam jangka panjang. Sebaliknya, terdapat pula produk yang ditetapkan dengan harga lebih tinggi dari hasil perhitungan sehingga kurang kompetitif dan berpotensi mengurangi minat beli konsumen. Ketidaksesuaian tersebut menunjukkan bahwa UMKM belum menggunakan metode penetapan harga secara sistematis dan masih mengandalkan perkiraan atau pengalaman sebelumnya tanpa dasar perhitungan yang terstruktur. Kesimpulan penelitian ini menegaskan bahwa penerapan metode penentuan harga jual yang terstruktur, konsisten, dan berbasis data sangat dibutuhkan oleh UMKM Roti Cirasa Bakery. Dengan menggunakan metode penetapan harga yang tepat, UMKM dapat menetapkan harga yang tidak hanya mampu menutup seluruh biaya produksi, tetapi juga memberikan margin keuntungan optimal sekaligus tetap kompetitif di pasar. Selain itu, penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan untuk menilai bagi UMKM dalam melakukan tinjauan rutin terhadap strategi harga jual untuk meningkatkan efisiensi, memperkuat posisi pasar, dan mendukung kelangsungan usaha.

Kata Kunci: *Harga Pokok Produksi, Full Costing, Penetapan Harga Jual, Strategi Penjualan, UMKM*

1. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peran penting dalam struktur perekonomian Indonesia. Keberadaan UMKM tidak hanya berperan dalam menciptakan lapangan pekerjaan, tetapi juga mendorong pertumbuhan ekonomi daerah serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Data dari Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia (2025) menunjukkan bahwa UMKM memberikan kontribusi lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan mampu menyerap lebih dari 97% tenaga kerja di Indonesia. Salah satu sektor UMKM yang terus menunjukkan potensi perkembangan adalah

industri makanan, seiring meningkatnya kebutuhan dan perubahan pola konsumsi masyarakat modern.

UMKM juga menjadi fondasi penting dalam penggerak ekonomi nasional karena berperan dalam pemerataan pendapatan dan peningkatan taraf hidup masyarakat. Selain sebagai sarana penghasilan bagi sebagian besar penduduk, UMKM membutuhkan perhatian khusus melalui pemberian dukungan, perlindungan, serta pengembangan yang optimal agar mampu bertahan dan berkembang secara berkelanjutan (Hastuti et al., 2020). Produk roti merupakan salah satu jenis pangan yang digemari oleh berbagai lapisan masyarakat dan telah menjadi bagian dari kebutuhan sehari-hari. UMKM Roti Cirasa Bakery, merupakan pelaku usaha di bidang kuliner yang telah beroperasi sejak tahun 1990. Usaha ini dikenal melalui produk unggulannya, yaitu roti keju, yang memiliki cita rasa khas serta mutu produk yang konsisten. Dalam proses produksinya, Roti Cirasa Bakery memanfaatkan tenaga kerja lokal dan menggunakan bahan baku berkualitas seperti tepung terigu, mentega, susu bubuk, ragi, dan keju. Tahapan produksi dilakukan secara terstruktur, mulai dari pengolahan adonan, penimbangan, pencetakan, pemanggangan, hingga proses pemolesan, guna menghasilkan roti dengan kualitas yang terjaga. Dalam menjalankan kegiatan usahanya, penetapan harga jual merupakan salah satu aspek penting yang perlu diperhatikan oleh pelaku UMKM. Harga jual memiliki pengaruh besar terhadap keberlanjutan usaha karena berkaitan langsung dengan tingkat penjualan, laba, serta kemampuan bersaing di pasar. Penetapan harga yang terlalu tinggi berpotensi menurunkan minat beli konsumen, sedangkan harga yang terlalu rendah dapat mengurangi keuntungan dan mengancam kelangsungan usaha. Oleh karena itu, diperlukan strategi penentuan harga yang tepat dengan mempertimbangkan biaya produksi, kondisi pasar, daya beli konsumen, serta strategi pesaing.

Strategi penjualan merupakan pendekatan yang dirancang untuk mencapai target pendapatan dengan memanfaatkan keunggulan dan potensi yang dimiliki oleh pelaku usaha. Sebagai UMKM yang telah lama beroperasi, Roti Cirasa Bakery perlu menerapkan strategi harga yang efektif agar mampu bertahan di tengah persaingan bisnis yang semakin kompetitif. Munculnya banyak pelaku usaha baru dengan produk sejenis dan harga yang bervariasi menuntut perusahaan untuk tidak hanya menjaga kualitas, tetapi juga menetapkan harga yang kompetitif dan menguntungkan. Oleh karena itu, analisis penetapan harga menjadi penting untuk mengetahui kesesuaian antara harga jual, biaya produksi, dan kondisi pasar. Strategi penetapan harga sendiri merupakan proses dalam menentukan nilai yang layak dibayarkan konsumen sekaligus menguntungkan bagi perusahaan.

2. Tinjauan Pustaka

Akuntansi Biaya

Akuntansi Biaya adalah salah satu bagian yang sangat penting dalam akuntansi manajemen yang berorientasi pada identifikasi dan pengawasan biaya. Akuntansi biaya berguna untuk memberikan informasi tentang biaya kepada manajemen sehingga mereka dapat menjalankan tanggung jawab mereka dengan efektif (Dunia et al., 2024).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pondasi pertumbuhan ekonomi suatu negara yang berperan penting dalam distribusi yang lebih adil serta peningkatan pendapatan masyarakat. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) juga berperan sebagai sumber pendapatan bagi banyak individu dalam upaya meningkatkan kesejahteraan. Oleh karena itu, UMKM perlu memperoleh kesempatan yang signifikan, dukungan, perlindungan, dan pengembangan yang optimal sebagai wujud perhatian terhadap perekonomian masyarakat (Hastuti et al., 2020).

Penentuan Harga Jual

Strategi penetapan harga adalah cara-cara untuk menentukan jumlah yang adil yang harus dibayar oleh konsumen untuk memperoleh produk atau layanan tertentu. (Chopra et al., 2021) menjelaskan bahwa pentingnya strategi penetapan harga yang sesuai merupakan langkah bisnis di tengah kondisi pandemi. Penetapan harga jual juga perlu mempertimbangkan beberapa faktor penting, seperti biaya produksi, kondisi pasar, kemampuan beli masyarakat, dan strategi yang digunakan oleh para pesaing. Biaya produksi adalah komponen krusial yang harus dihitung dengan cermat karena berkaitan erat dengan pengeluaran untuk bahan mentah, gaji tenaga kerja, dan biaya operasional pabrik. Selain itu, para pelaku usaha harus memperhatikan harga yang ditawarkan oleh kompetitor untuk dapat menentukan posisi produk mereka di pasar dengan cara yang strategis. Ada berbagai cara yang biasanya digunakan oleh pelaku bisnis untuk menentukan harga jual. Menurut (Agustin & Rohman, 2022), terdapat dua pendekatan untuk menetapkan harga, yaitu pendekatan yang menitikberatkan pada biaya dan pendekatan yang menitikberatkan pada pasar.

1. Metode yang Menekankan pada Biaya

a. Metode Penetapan Harga Berdasarkan Biaya Tambahan (*Cost-Plus Pricing Method*)

Metode ini melibatkan penjual atau pembuat yang menentukan harga jual setiap unit barang dengan cara menambahkan biaya per unit dan sejumlah nilai tertentu untuk mencapai margin keuntungan yang diinginkan.

b. Metode Penetapan Harga Tambahan (*Markup Pricing Method*)

Metode kedua adalah *markup*, yang umumnya lebih sering dipakai oleh para pedagang. Seorang penjual menentukan harga jual dengan menambahkan sejumlah tertentu pada harga pembelian barangnya sesuai dengan markup yang telah ditetapkan. *Markup* adalah biaya tambahan yang diterapkan pada harga beli suatu produk. Cara ini sering diterapkan oleh para penjual yang membeli produk dan menentukan harga jual dengan cara menambahkan harga beli dengan jumlah tertentu.

c. Penetapan Harga Mengacu pada Sasaran Pengembalian (*Target Return Pricing*)

Dalam pendekatan ini, perusahaan menentukan harga untuk produk yang akan dipasarkan dengan mempertimbangkan laba yang ingin diraih.

2. Penetapan Yang Berbasis pada Pasar

a. Penetapan Tarif Berdasarkan Nilai (*Value Pricing*)

Metode ini adalah suatu cara untuk menentukan harga yang menekankan pada reaksi pelanggan terhadap produk yang akan dijual.

b. Penetapan Harga Berdasarkan Persepsi Nilai (*Perceived-Value Pricing*)

Pada metode ini, harga ditentukan dengan mempertimbangkan faktor-faktor yang dapat berpengaruh, dan perusahaan harus memperhatikan faktor-faktor yang dapat berpengaruh, dan perusahaan harus memperhatikan elemen-elemen yang dapat membentuk pandangan konsumen, seperti kualitas produk, iklan, dan lain-lain.

c. Tarif yang Berlaku Sebagai Dasar Penetapan Harga (*Going-Rate Pricing*)

Dalam cara ini, perusahaan memperhatikan tarif yang ditetapkan oleh kompetitor untuk menghindari kekalahan dari perusahaan lain dan juga untuk menarik minat konsumen.

d. Penetapan Harga Untuk Tipe Lelang (*Auction Type Pricing*)

Pada zaman teknologi saat ini, banyak bisnis yang sering menggunakan cara ini. Metode ini untuk menentukan harga terkini biasanya dapat ditemukan di situs web seperti Shopee dan Tokopedia.

e. Menetapkan Harga yang Berbeda (*Differential Pricing*)

Metode ini digunakan ketika harga yang telah ditentukan sebelumnya tidak sama. Harga dapat berbeda-beda tergantung pada lokasi atau jenis barang.

Harga Pokok Produksi (HPP)

Harga Pokok Produksi mencakup semua bahan utama, tenaga kerja yang terlibat langsung, serta biaya tambahan pabrik yang diperlukan untuk menghasilkan barang atau layanan. (Bastian et al., 2019) mengungkapkan bahwa harga pokok produksi (HPP) adalah jumlah semua pengeluaran yang terjadi selama proses pembuatan, yang terdiri dari komponen utama seperti bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Penghitungan ini juga mencakup penambahan nilai dari persediaan awal produk selama proses dan penurunan nilai dari stok akhir produk yang masih dalam proses. HPP bisa dihitung dengan dua rumus berikut:

$$\text{HPP} = \text{Persediaan Barang} - \text{Persediaan Akhir}$$

Atau

$$\text{HPP} = (\text{Pembelian Bersih} + \text{Persediaan Awal}) - \text{Persediaan Akhir}$$

Biaya Bahan Baku

Menurut (Anggraeni et al., 2020), biaya untuk bahan baku adalah elemen penting yang termasuk dalam produk akhir, sehingga bisa dengan mudah dihubungkan dengan produk akhir tersebut dan memiliki nilai yang cukup signifikan. Saat mendapatkan bahan baku, umumnya perusahaan tidak hanya mengeluarkan uang untuk membeli bahan baku itu saja, tetapi ada juga biaya lain agar bahan baku tersebut bisa tiba di penyimpanan perusahaan. Cara menghitung biaya bahan baku adalah:

$$\text{Biaya Bahan Baku} = \text{Saldo Awal Bahan Baku} - \text{Saldo Akhir Bahan}$$

Tenaga Kerja

Tenaga kerja merujuk pada kemampuan fisik dan mental yang dimiliki oleh sumber daya manusia (karyawan) untuk menciptakan barang atau layanan tertentu. Biaya tenaga kerja mencakup semua bentuk imbalan yang diberikan akibat pemanfaatan sumber daya manusia (karyawan) tersebut. Secara umum, biaya tenaga kerja digolongkan ke dalam gaji dan upah (Agus et al., 2023). (Nursanti & Ayu Setyorini, 2021) menyimpulkan bahwa biaya tenaga kerja langsung merupakan bagian dari gaji yang dapat dihubungkan secara khusus dan terus-menerus dikaitkan atau berhubungan dengan proses pembuatan barang atau penawaran layanan. Terdapat juga cara untuk menghitung biaya tenaga kerja langsung sebagai berikut:

$$\text{Biaya Tenaga Kerja Langsung (BTKL)} = \text{Jumlah Produksi} \times \text{Tarif TKL}$$

Biaya Overhead Pabrik

Biaya yang tidak langsung dalam pabrik sering kali diabaikan dan dipandang tidak berpengaruh penting terhadap jumlah pendapatan dari omset perusahaan. Namun sebenarnya, biaya overhead pabrik sangat perlu diperhitungkan dan ditetapkan agar terhindar dari kerugian

karena kesalahan dalam menghitung biaya pembuatan sebuah barang (Nainggolan & Patimah, 2020). Menurut (Harnanto, 2017), Biaya Overhead Pabrik adalah komponen pengeluaran dalam proses produksi yang bukan untuk bahan baku utama dan gaji pekerja langsung. Ini mencakup berbagai jenis pengeluaran yang tidak bisa langsung dilihat atau dihubungkan dengan produk atau kegiatan lain yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperoleh pendapatan. Rumus dasar untuk menghitung tarif BOP per unit adalah:

$$\text{Tarif BOP Per Unit} = \text{Total Biaya Overhead Pabrik} : \text{Total Jumlah Produk}$$

3. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menerapkan metode deskriptif kuantitatif, yaitu pendekatan penelitian yang dirancang untuk menguraikan fakta atau ciri-ciri dari objek penelitian dengan menggunakan data berupa angka. Menurut Sugiono (2019), metode deskriptif kuantitatif digunakan untuk menggambarkan fenomena yang terjadi secara objektif berdasarkan hasil pengukuran numerik yang kemudian dianalisis secara statistik atau matematis. Pendekatan ini dipilih karena penelitian ini menganalisis perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) dan harga jual produk roti pada UMKM Roti Cirasa Bakery berdasarkan metode *full costing*.

Pendekatan kuantitatif dipilih agar peneliti dapat mengukur seberapa besar pengaruh biaya produksi terhadap penentuan harga pokok produksi yang kemudian menjadi dasar penentuan harga jual produk. Penelitian ini memanfaatkan dua macam data, yaitu :

1. Data Primer, yaitu data yang didapat langsung dari lapangan melalui wawancara dan observasi terhadap pemilik UMKM Roti Cirasa Bakery. Data primer mencakup biaya produksi yang digunakan dalam proses produksi.
2. Data Sekunder, yaitu data pendukung yang diperoleh dari dokumen-dokumen internal perusahaan seperti catatan pembelian bahan baku, daftar gaji karyawan, catatan biaya produksi, serta laporan pengeluaran selama satu bulan produksi.

Teknik pengumpulan data dikumpulkan melalui :

1. Observasi, peneliti melakukan pengamat langsung terhadap proses produksi mulai dari pengolahan bahan baku, pencetakan, pemanggangan, hingga pengemasan roti.
2. Wawancara, dilakukan secara langsung dengan pemilik usaha untuk memperoleh informasi mengenai struktur biaya produksi, metode penetapan harga yang digunakan, serta strategi bisnis yang diterapkan dalam menghadapi persaingan, dan tentang rincian biaya dan perhitungan laba.
3. Dokumentasi, teknik ini dilakukan dengan pengumpulan dokumen yang diperlukan seperti laporan keuangan, catatan pembelian bahan baku, daftar tenaga kerja, serta bukti pengeluaran rutin selama satu bulan produksi. Data ini mendukung observasi dan wawancara.

Data analisis dengan metode *full costing*, yang menghitung harga pokok produksi berdasarkan dari biaya produksi. Menurut Mulyadi (2016), metode *full costing* digunakan untuk menghitung harga pokok produksi dihitung dari biaya tetap maupun variabel, yang mencakup seluruh biaya produksi utama Metode ini digunakan agar perhitungan harga pokok produksi menjadi lebih akurat. Sedangkan menurut Hansen & Mowen (2017), metode *absorption costing* adalah pendekatan yang memasukkan keseluruhan biaya produksi ke dalam perhitungan harga pokok produk, sehingga memberikan dasar yang akurat untuk menentukan harga jual yang

rasional. Melalui metode ini, dalam penentuan HPP per unit serta menganalisis margin laba yang dihasilkan.

Dengan metode *full costing*, peneliti bisa melihat secara tepat total seluruh pengeluaran selama kegiatan produksi dan menentukan biaya per unit produk sehingga diperoleh dasar penentuan harga jual yang rasional dan menguntungkan bagi pelaku UMKM.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Hasil Penelitian

Produksi roti keju UMKM Roti Cirasa Bakery mengolah produknya selama satu bulan melalui satu departemen produksi. Perusahaan memproduksi roti keju setiap bulannya sebanyak 9.000 roti.

Biaya Bahan Baku

Terdapat beberapa bahan baku memproduksi 9.000 roti selama satu bulan, berikut data yang digunakan:

Tabel 1. Biaya Bahan Baku

Bahan Baku	Kuantitas	Harga	Total
Tepung Terigu	16	Rp 180.000/karung	Rp 2.880.000
Gula Pasir	200	Rp 14.000/kg	Rp 2.800.000
Mentega	120	Rp 11.666,66/kg	Rp 1.399.999
Garam	4	Rp 7.000/kg	Rp 28.000
Susu Bubuk	20	Rp 30.000/kg	Rp 600.000
Ragi	2	Rp 30.000/kg	Rp 60.000
Keju	48	Rp 60.000/kg	Rp 2.880.000
Total Biaya Bahan Baku			Rp 10.647.999

Sumber : Data diolah peneliti, 2025

Biaya Tenaga Kerja

Dalam memproduksi, biasanya Roti Cirasa Bakery menggunakan beberapa tenaga kerja diantaranya yaitu, bagian pencetakan, bagian pemanggangan, bagian pengadonan, dan bagian pengolesan roti. Masing-masing karyawan mendapatkan upah per bulannya berbeda-beda sesuai dengan bagiannya. Berikut data upah per bulan yang kami peroleh dan telah kami olah:

Tabel 2. Biaya Tenaga Kerja

Karyawan Bagian	Jumlah	Upah/Bln
Pencetakan	2	Rp 4.800.000
Pemanggangan	1	Rp 2.400.000
Pengadonan	1	Rp 1.920.000
Poles	1	Rp 1.920.000
Jumlah	5	Rp 11.040.000

Sumber : Data diolah peneliti, 2025

Biaya Overhead Pabrik

Roti Cirasa Bakery mengeluarkan biaya overhead dalam satu bulan dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 3. Biaya Overhead Pabrik

Nama Biaya	Jumlah
Biaya Listrik	Rp 1.500.000
Biaya Air	Rp 500.000
Biaya Gas elpigi 3kg (204 tabung gas x Rp 16.000/tabung)	Rp 3.264.000
Total BOP	Rp 5.264.000

Sumber : Data diolah peneliti, 2025

Setelah melakukan perhitungan dan juga penyesuaian total yang didapatkan untuk satu bulan sebagai berikut:

Tabel 4. Biaya produksi Roti Cirasa Bakery

Keterangan	Jumlah
Biaya Bahan Baku	Rp 10.647.999
Biaya Tenaga Kerja	Rp 11.040.000
Biaya Overhead Pabrik	Rp 5.264.000
Total Biaya Produksi	Rp 26.951.999

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2025

Roti Cirasa Bakery berhasil memproduksi 9.000 unit roti keju dalam kurun waktu sebulan. Tentunya beberapa produksi tersebut membutuhkan biaya-biaya yang harus dikeluarkan setiap harinya. Sesuai dengan total biaya produksi yang telah kita hitung, Roti Cirasa Bakery memperoleh total biaya produksi sebesar Rp 26.951.999.

Untuk mengetahui harga yang akan ditetapkan dalam menjual satu buah roti, tentunya kita harus menghitung biaya harga pokok produksi per unit selama satu bulan:

a. Biaya Dibebankan selama satu bulan

Tabel 5. Biaya dibebankan

Biaya Produksi	Total Biaya	Unit Ekuivalen	HP/unit
BBB	Rp 10.647.999	9.000	Rp 1.183
BTK	Rp 11.040.000	9.000	Rp 1.277
BOP	Rp 5.264.000	9.000	Rp 585
Jumlah	Rp 26.951.999		Rp 2.995

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

b. Perhitungan Harga Pokok Produksi per Unit

HPP per unit = Rp 26.951.999 / 9.000 unit = Rp 2.995/roti.

Perhitungan ini diambil dari total keseluruhan biaya yang kemudian dibagi dengan unit ekuivalen. Ini menghasilkan biaya pokok sebesar Rp 2.995 untuk per unit roti.

c. Perhitungan Harga Jual Produk

Harga jual = Rp 2.995 (50% x Rp 2.995) = Rp 4.492,5

Dalam perhitungan untuk menentukan harga jual, kita perlu menghitung Kembali nilai harga pokok per unit dikalikan persentase margin keuntungan yang diharapkan yang dikalikan dengan harga pokok per unit. Perhitungan ini menghasilkan nilai harga jual sebesar Rp 4.492,5 per unit dibulatkan menjadi Rp 4.500 per unit roti keju.

4.2 Pembahasan

Dari hasil perhitungan yang dilakukan untuk menentukan harga jual pada UMKM Roti Cirasa Bakery, total biaya produksi yang diperoleh adalah Rp 26.951.999 untuk 9.000 unit roti keju. Biaya tersebut terdiri dari atas tiga komponen utama, yaitu biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Hasil dari kalkulasi tersebut, dapat disimpulkan bahwa Harga Pokok Produksi (HPP) per unitnya Rp 2.995. Angka tersebut menunjukkan besarnya biaya yang ditanggung untuk memproduksi satu unit produk sebelum memperoleh keuntungan. Jika harga penjualan ditetapkan sebesar Rp 4.500 per unit, maka UMKM memperoleh margin laba sekitar 50% dari harga pokok produksi. Dengan produksi 9.000 roti per bulan, laba kotor yang diperoleh mencapai Rp 13.545.000. Margin ini dapat dikategorikan cukup ideal bagi usaha berskala kecil, karena mampu menutup biaya operasional tambahan seperti ada potensi kenaikan harga bahan baku di masa mendatang.

Hasil ini memperlihatkan bahwa penerapatan metode *full costing* sangat membantu UMKM dalam memperoleh gambaran komprehensif mengenai struktur biaya produksi. Dalam kasus Roti Cirasa Bakery, metode ini terbukti efektif karena mampu menggambarkan proporsi biaya bahan baku (sekitar 39,5% dari total biaya), biaya tenaga kerja (40,9%), dan biaya overhead (19,5%). Struktur tersebut menunjukkan bahwa perusahaan memiliki efisiensi produksi yang cukup baik dengan distribusi biaya yang seimbang.

Dari segi bahan baku, komponen terbesar berasal dari penggunaan tepung terigu dan keju yang mencapai hampir setengah dari total biaya bahan baku. Hal ini wajar mengingat keduanya merupakan bahan utama yang menentukan kualitas rasa produk. Pengendalian harga bahan baku menjadi hal penting karena kenaikan harga komoditas seperti tepung dan susu berdampak langsung terhadap peningkatan biaya produksi. Oleh karena itu, pemilik usaha perlu menjalin kerja sama dengan pemasok tetap agar mendapatkan harga yang stabil dan kualitas bahan yang konsisten.

Biaya tenaga kerja juga berkontribusi cukup besar terhadap total biaya produksi dalam konteks UMKM, efisiensi tenaga kerja dapat ditingkatkan melalui pelatihan rutin untuk mempercepat proses produksi dan mengurangi kesalahan produksi. Sementara itu, ongkos overhead pabrik menunjukkan bahwa faktor energi memiliki peran yang signifikan dalam kegiatan produksi. UMKM dapat meningkatkan efisiensi dengan mengatur jadwal pemanggang, menggunakan peralatan hemat energi atau melakukan pemeliharaan rutin untuk menghindari pemborosan.

Berdasarkan hasil kalkulasi, bahwa penetapan harga jual sebesar Rp 4.500 per unit sudah cukup rasional dan kompetitif. Harga tersebut masih berada dalam rentang daya beli Masyarakat menengah ke bawah yang menjadi segmen pasar utama Roti Cirasa Bakery. Namun, dalam jangka Panjang Perusahaan perlu mempertimbangkan faktor eksternal seperti inflansi, kenaikan harga bahan baku, serta muncul pesaing baru. Oleh karena itu, strategi penetapan harga sebaiknya dievaluasi secara berkala.

Dari sisi strategi penjualan, hasil analisis menunjukkan bahwa dengan margin keuntungan yang cukup, Perusahaan dapat melakukan strategi promosi seperti paket *bundling*, potongan harga (*discount*) atau program loyalitas pelanggan tanpa mengurangi laba secara signifikan. Selain itu, dengan tren digitalisasi UMKM strategi pemasaran dan penjualan tidak lagi terbatas pada metode konvensional. Bagi usaha di sektor kuliner seperti Roti Cirasa Bakery, penjualan

daring melalui layanan pengiriman makanan seperti GrabFood dan GoFood menjadi alternatif strategis dalam memperluas jangkauan pasar. Pemanfaatan platform ini memungkinkan produk roti dapat diakses langsung oleh konsumen tanpa harus datang ke lokasi, itu menjadi salah satu alternatif perluasan pasar.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa krusialnya penggunaan metode *full costing* untuk membantu UMKM menganalisis biaya produksi dan menetapkan harga jual yang tepat. Dengan memahami struktur biaya secara menyeluruh, Roti Cirasa Bakery mampu menetapkan harga yang tidak hanya menguntungkan tetapi juga kompetitif dan berkelanjutan. Ke depannya, usaha ini diharapkan dapat melakukan evaluasi berkala terhadap komponen biaya dan strategi harga agar tetap mampu bersaing di Tengah dinamika pasar dan perubahan ekonomi nasional.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai analisis penetapan harga jual pada UMKM Roti Cirasa Bakery, dapat disimpulkan bahwa mekanisme penentuan harga yang selama ini belum sepenuhnya menggunakan perhitungan biaya yang terstruktur dan sistematis. Penentuan harga lebih banyak mengacu pada harga pasar dan perkiraan subjektif pemilik usaha, sehingga menimbulkan tidak pastian dalam mengetahui besaran keuntungan yang sesungguhnya diperoleh oleh usaha tersebut. Penelitian ini juga menyatakan bahwa penerapan metode *full costing* dalam perhitungan biaya produksi dapat memberikan gambaran yang lebih akurat dan menyeluruh mengenai total biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi. Seluruh variable biaya, baik biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, maupun biaya overhead pabrik terbukti memiliki dampak signifikan terhadap nilai HPP. Oleh karena itu, ketidaktepatan dalam pencatatan salah satu komponen biaya dapat menyebabkan perhitungan harga pokok dan harga jual menjadi tidak akurat. Melalui perhitungan yang dilakukan, HPP per unit produk diketahui sebesar Rp 2.995. Dengan harga jual perunit ditetapkan sebesar Rp 4.500, UMKM Roti Cirasa Bakery dinyatakan telah menerapkan harga yang wajar serta mampu memberikan margin keuntungan sekitar 50%. Margin ini tidak hanya menunjukkan bahwa harga jual tersebut sehat dan kompetitif, tetapi juga sesuai dengan kondisi pasar serta daya beli konsumen.

Penelitian ini juga menegaskan bahwa faktor biaya menjadi salah satu variabel utama yang memengaruhi keputusan penetapan harga jual. Hal tersebut terlihat dari komposisi biaya yang terbagi menjadi 39,5% untuk biaya bahan baku, 40,9% untuk biaya tenaga kerja langsung, dan 19,5% untuk biaya overhead pabrik. Fluktuasi pada harga bahan baku, khususnya tepung dan keju, merupakan faktor yang harus terus dipantau karena memiliki dampak langsung terhadap peningkatan atau penurunan biaya produksi. Selanjutnya, penelitian ini menyatakan bahwa penerapan metode *full costing* dan pendekatan *cost-plus pricing* merupakan strategi yang paling tepat diterapkan pada UMKM Roti Cirasa Bakery. Penerapan metode tersebut memungkinkan UMKM untuk memahami struktur biaya secara menyeluruh, menetapkan harga jual berdasarkan kondisi biaya riil, merencanakan pengendalian biaya secara berkala, serta mengevaluasi profitabilitas usaha secara lebih objektif dan terukur. Selain faktor biaya, penetapan harga jual juga harus mempertimbangkan berbagai aspek lain, seperti kondisi pasar, daya beli konsumen, serta harga yang ditetapkan oleh para pesaing. Kombinasi antara perhitungan biaya yang akurat dan analisis pasar yang tepat menjadi kunci penting bagi UMKM untuk mempertahankan daya saing dan menarik minat konsumen dalam industri roti yang memiliki tingkat persaingan yang tinggi.

Secara keseluruhan, penelitian ini menyatakan bahwa penentuan harga jual yang tepat dan efektif hanya dapat dicapai apabila UMKM melakukan pencatatan biaya secara lengkap, akurat, dan konsisten. Dengan menerapkan metode *full costing*, UMKM Roti Cirasa Bakery dapat mengetahui tingkat keuntungan sebenarnya, mengendalikan biaya produksi secara lebih efisien,

serta merancang strategi penetapan harga yang mampu mendukung keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Agus, P., Wibowo, Sabarudin, M., & Catur, S. (2023). *Akuntansi Biaya* (3rd Ed.). Salemba Empat.
- [2] Agustin, S., & Rohman, D. A. (2022). Strategi Pt. Aruna Jaya Nuswantara Masalembu Kabupaten Sumenep Dalam Menentukan Harga Guna Meningkatkan Pendapatan Nelayan Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Kaffa*, 1(2).
- [3] Anggraeni, I., Priatna, H., & Madaniah, D. (2020). *Pengaruh Biaya Bahan Baku Dan Biaya Tenaga Kerja Terhadap Volume Produksi Pada Cv Ismaya Citra Utama*.
- [4] Bastian, Bustami, & Nurlela. (2019). *Akuntansi Biaya, Teori Dan Aplikasi* (4th Ed.). Graha Ilmiah.
- [5] Chopra, L., Verma, R. S., & Mandal, P. C. (2021). Pricing Strategies For Companies During The Covid-19 Pandemic. *International Journal Of Business Strategy And Automation*, 2(4), 1-19. <https://doi.org/10.4018/Ijbsa.287111>
- [6] Hansen, D. R., & Mowen, M. M. (2017). *Akuntansi Manajerial*. Salemba Empat.
- [7] Dunia, F. A., Abdullah, W., & Sasongko, C. (2024). *Akuntansi Biaya* (6th Ed.). Penerbit Salemba Empat. <http://www.penerbitsalemba.com>
- [8] Harnanto. (2017). *Akuntansi Biaya, Konsep Dan Metodologi Penggolongan Biaya Elemen Biaya Produksi Perhitungan Harga Pokok Produk* (1st Ed.). Andi Dan Bpfe.
- [9] Hastuti, P., Nurofik, A., Purnomo, A., Hasibuan, A., Aribowo, H., Ilmi Faried, A., Tasnim, Sudarso, A., Kurniawan Soetijono, I., Hadi Saputra, D., & Simarmata, J. (2020). *Kewirausahaan Dan Umkm* (A. Rikki, Ed.; 1st Ed.). Yayasan Kita Menulis.
- [10] Nainggolan, H., & Patimah, S. (2020). *Pengaruh Biaya Bahan Baku, Biaya Tenaga Kerja Dan Biaya Overhead Pabrik Terhadap Omset Penjualan Pabrik Roti Gembung Kota Raja Km. 3 Balikpapan Kalimantan Timur*. 4.
- [11] Nursanti, W., & Ayu Setyorini, R. D. (2021). Pengaruh Biaya Bahan Baku Langsung Dan Biaya Tenaga Kerja Langsung Terhadap Laba Usaha Pada Pt. Mustika Ratu, Tbk. *Jurnal Akuntansi Fe-Ub*, 15(1), 1-17. www.idx.co.id
- [12] Sugiono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.