



PERHITUNGAN HARGA POKOK PENJUALAN DAN PENENTUAN HARGA JUAL PRODUK LEMON SEREH PADA UMKM AJR

Elsa Imelda¹ dan Angella²

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara
Surel: elsai@fe.untar.ac.id

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara
Surel: angela.125190274@stu.untar.ac.id

ABSTRACT

During the Covid-19 pandemic, many SMEs were affected. The impact is generally in the form of a decrease in sales, causing MSMEs to be unable to survive. AJR is one of the MSMEs that has also been affected by Covid-19. Usually AJR sells fried chicken and other food for lunch for the employees who work in office buildings at AJR's front office. However, since WFH (Work From Home), almost no sales per day except from online orders. The owner of AJR then tried to make other products that could be sold during the pandemic. Currently, frozen pop chicken products, chili sauce and beverage products have been developed. One of the beverage products developed is Lemonade and Lemongrass drink. The Lemonade and Lemongrass drink product from AJR is one of the packaging product developments during the Covid-19 pandemic. The benefits of Lemonade and Lemongrass can increase endurance and many other benefits so that it is one of the mainstay products to be promoted which is very useful for preventing Covid-19. However, there is a problem with this MSME owner, namely determining the selling price in order to compete with other competitors. The determination of the selling price cannot be separated from how much the cost of goods sold is issued. The PKM Untar team helped find the best alternative among various alternative production cost calculations to calculate the cost of goods sold. In addition, the PKM Untar team also helps choose the right markup price method to determine the selling price so that it can still compete with similar products. The PKM team also provided a template in the form of Microsoft Excel to enter costs so as to facilitate the calculation of production costs. Finally, the PKM team also provides knowledge about the types of non-production costs if in the future there are more and more products produced by AJR so it is necessary to divide the non-production costs.

Keywords: Cost of Goods Sold, Sales Price, Lemonade and Lemongrass

ABSTRAK

Saat pandemi Covid-19, banyak UMKM yang terkena dampak. Dampak umumnya berupa penurunan penjualan sehingga menyebabkan UMKM tidak mampu bertahan. AJR merupakan salah satu UMKM yang juga terkena dampak Covid-19. Biasanya AJR menjual ayam goreng dan makanan lainnya untuk makan siang para karyawan yang bekerja di gedung perkantoran di dpn AJR. Namun sejak WFH (Work From Home), nyaris penjualan per harinya hampir tidak ada kecuali dari pesanan online. Pemilik AJR kemudian berusaha membuat produk lainnya yang dapat dijual saat pandemi. Saat ini telah dikembangkan produk ayam pop frozen, sambal dan produk minuman. Salah satu produk minuman yang dikembangkan adalah minuman Lemon Sereh. Produk minuman Lemon Sereh dari AJR merupakan salah satu pengembangan produk kemasan di kala pandemi Covid-19 merebak. Manfaat Lemon Sereh dapat meningkatkan daya tahan tubuh dan banyak manfaat lainnya sehingga merupakan salah satu produk andalan untuk dipromosikan sangat bermanfaat untuk mencegah Covid-19. Namun terdapat permasalahan pemilik UMKM ini, yaitu penentuan harga jual agar dapat bersaing dengan pesaing lainnya. Penentuan harga jual tidak terlepas dari berapa harga pokok penjualan yang dikeluarkan. Tim PKM Untar membantu mencari alternatif terbaik di antara berbagai alternatif perhitungan biaya produksi untuk menghitung harga pokok penjualan. Selain itu tim PKM Untar juga membantu memilih metode harga markup yang tepat untuk menentukan harga jual sehingga masih dapat bersaing dengan produk sejenis. Tim PKM juga memberikan template dalam bentuk Microsoft Excel untuk memasukkan biaya sehingga memudahkan perhitungan biaya produksi. Terakhir tim PKM juga memberikan pengetahuan mengenai jenis biaya non produksi jika kelak sudah makin banyak produk yang dihasilkan oleh AJR sehingga perlu membagi biaya non produksi tersebut.

Kata Kunci: Harga pokok penjualan, harga jual, Lemon Sereh

1. PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 memberikan dampak efek yang berdampak global, khususnya juga di bidang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Banyak UMKM yang sejak dulu menjadi penggerak ekonomi yang kemudian terkena dampak Covid-19 sehingga mengalami kemunduran. Utami (2021) menjelaskan adanya bukti penurunan kondisi buruk UMKM sebelum Covid sebanyak 1% menjadi 56,8% setelah Covid. Konsumsi atau daya beli terhadap produk UMKM yang menurun menyebabkan pemerintah, khususnya OJK, merasa sangat penting dalam melakukan penyelamatan UMKM. Walaupun semua lapisan masyarakat memang terkena dampak Covid-19, penyelamatan UMKM lebih diutamakan karena UMKM berkontribusi 57,24% terhadap total Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia. OJK kemudian mengeluarkan POJK no 11 dan 48 tentang Peraturan Stimulus Perekonomian Nasional Sebagai Kebijakan Countercyclical Dampak Penyebaran Covid-19.

Salah satu UMKM yang terletak di Jakarta Selatan, Ayam Jontor Bang Rudi (AJR) juga mengalami dampak dari pandemi Covid-19. Produk kuliner yang fresh dimasak menjadi andalan restoran kecil ini bagi sejumlah perkantoran yang terletak di depan AJR. Beberapa produk diantaranya ayam goreng, nasi goreng, ayam rica, dan lainnya. Namun saat gedung perkantoran sepi di kala PSBB dan PPKM yang diterapkan pemerintah, tempat makan ini pun sepi pengunjung. Masalah ini terjadi berbulan-bulan di hampir sepanjang tahun 2020 sehingga pemiliknya, Pak Rudy yang sering dipanggil Uda karena berasal dari Padang Sumatera Barat, mengalami kesulitan perputaran modal. Atas dasar masukan dari berbagai sumber, pemilik AJR mulai melakukan ekspansi ke berbagai produk kemasan. Salah satu produk kemasan yang diproduksi adalah minuman Lemon Sereh.

Gambar 1.

Logo Lemon Sereh





Lemon Sereh memiliki manfaat yang banyak, khususnya di saat pandemi Covid-19 ini. Beberapa manfaat minuman Lemon Sereh di antaranya adalah:

- a. meningkatkan daya tahan tubuh
- b. melancarkan pencernaan, menurunkan berat badan
- c. menurunkan kolesterol
- d. membantu menjaga tekanan darah yang stabil
- e. antioksidan tinggi
- f. mencegah anemia
- g. kesehatan tulang, gigi, kulit, dan lainnya.

Permintaan akan lemon sereh di saat pandemi Covid-19 pun semakin meningkat seiring dengan banyaknya manfaat lemon sereh dan meleknnya pengetahuan masyarakat akan kesehatan. Sultan et al (2021) melakukan penelitian dan membuktikan di Samarinda terdapat peningkatan signifikan penjualan Jamu Herbal selama pandemi Covid 19.

Lemon Sereh memiliki pangsa pasar yang luas, baik tua maupun muda, untuk berbagai lapisan masyarakat dan semua daerah. Namun di kala saingan makin meluas dan teknologi informasi yang berkembang pesat di mana pemasaran makin mudah, diperlukan strategi penentuan harga jual yang tepat agar mampu bersaing. Pak Rudy merasa kesulitan menentukan harga jual yang tepat karena di awal harga jual sempat ketinggian dan tidak mampu bersaing. Namun jika harga jual diturunkan, dirasa tidak mampu menutupi atau sama dengan harga pokok.

Strategi penentuan harga jual seharusnya diawali dengan perhitungan harga pokok yang benar. Harga pokok yang ditekan sedemikian rupa dapat membantu produksi yang berkesinambungan. Masalah yang dialami Pak Rudy adalah bagaimana memadukan jumlah pesanan bahan baku agar mendapatkan harga produksi terendah. Misalnya untuk mencetak stiker, ada harga beragam di mana jika mencetak jumlah sekian, harga pokok akan menjadi lebih mahal. Namun jika mencetak terlalu banyak akan menyebabkan perputaran arus kas yang macet. Tim PKM Untar berusaha mencari solusi atas permasalahan ini dan mencarikan alternatif terbaik di antara berbagai alternatif biaya produksi.

2. METODE PELAKSANAAN PKM

Dengan berkembangnya perusahaan yang seringkali berada di berbagai lokasi yang berbeda dan meningkatnya persaingan dunia usaha yang bersifat global saat ini, khususnya di *bidang manufaktur*, menuntut manajer untuk menyiapkan rencana, mengevaluasi kinerja, dan membuat berbagai keputusan rumit. Manajemen tidak hanya membutuhkan membutuhkan informasi historis yang berasal dari laporan keuangan saja, tetapi informasi-informasi yang akan datang agar dapat meningkatkan efisiensi biaya di berbagai tahapan proses, mulai dari biaya riset, pengembangan, desain produk, pemasaran, pendistribusian, sampai kepada layanan pelanggan.

Menurut Carter (2015) dalam membuat keputusan mengenai harga produk, para manajer perlu memperhitungkan dengan tepat berapa biaya produksi yang telah dikeluarkan. Biaya produksi dalam perusahaan manufaktur meliputi: biaya penggunaan bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya pabrikasi lainnya (*Factory Overhead*). Penentuan biaya produksi yang tepat akan menghasilkan perhitungan harga pokok penjualan yang tepat dan pada akhirnya dapat meningkatkan mutu pelaporan laporan keuangan perusahaan. IAI (2018) membuat Standar Akuntansi Keuangan untuk Entitas Mikro Kecil dan Menengah memasukkan bab 9 mengenai persediaan yang di dalamnya terkandung nilai persediaan dari harga pokok produksi.

Berdasarkan dari contoh perhitungan biaya produksi di tabel 1, tim PKM Untar melakukan wawancara mengenai biaya yang tertera di atas. Biaya bahan baku langsung terdiri dari:

- a. lemon
- b. sereh
- c. selasih
- d. air
- e. gula.

Biaya tenaga kerja terdiri dari upah harian tenaga kerja. Biaya overhead terdiri dari:

- a. biaya penyusutan peralatan
- b. biaya gas
- c. biaya botol
- d. biaya stiker.

Barang dalam proses tidak ada dikarenakan pembelian bahan baku selalu sesuai resep yang sudah diciptakan per sekali masak. Sehingga tidak ada sisa barang dalam proses baik di awal maupun di akhir periode.

Berikut adalah contoh pelaporan perhitungan biaya produksi

Tabel 1.

Perhitungan Biaya Produksi

Bahan baku langsung:	
Bahan baku awal periode	xxx
Pembelian bahan baku selama periode	xxx
	(xxx
Bahan baku akhir periode) _____
Biaya bahan baku langsung	xxx
Biaya tenaga kerja	xxx
Biaya overhead	xxx
Total biaya produksi	xxx
Barang dalam proses awal periode	xxx
	xxx
	(xxx
Barang dalam proses akhir periode) _____
Harga pokok produksi	xxx

Perhitungan biaya produksi ini per sekali produksi lemon sereh dan menghasilkan sejumlah botol lemon sereh. Sehingga untuk menghitung harga pokok penjualan per botol lemon sereh, cukup membagi harga pokok produksi yang telah dihitung ini ke jumlah botol yang dihasilkan.

Harga pokok produksi dapat dijadikan pedoman utama bagi perusahaan dalam pengambilan keputusan untuk penentuan harga jual yang akan ditetapkan (Riwayadi, 2016). Penentuan harga jual yang paling sering diadopsi adalah dengan metode markup dari harga pokok produksi. Namun jika harga pokok non produksi juga merupakan biaya yang signifikan bagi perusahaan, biaya non produksi juga perlu dipertimbangkan dalam menentukan harga jual (Samryn, 2012). Usaha UMKM dengan modal individu seringkali salah dalam menentukan harga jual sehingga banyak yang mengalami masalah perputaran modal karena perhitungan harga pokok produksi dan non produksi yang tidak tepat.

Metode penentuan harga jual yang paling umum dipakai adalah metode markup. Markup adalah selisih antara harga jual suatu produk dengan harga pokoknya (Samryn, 2012). Ada 5 metode penentuan markup:

- Markup dari harga pokok produk
- Markup dari beban pemakaian bahan
- Markup dari beban pemakaian bahan dan waktu
- Markup dari modal terpakai dengan memasukkan biaya pemasaran
- Markup dari harga pokok variabel

Berdasarkan dengan teori yang diungkapkan ini, tim PKM Untar membantu perhitungan biaya produksi, serta menelusuri adanya kemungkinan biaya non-produksi. Dari biaya ini akan ditentukan markup yang diinginkan dan dapat menentukan harga jual. Metode markup yang dipakai adalah markup dari harga pokok produk. Harga jual yang diperoleh dari perhitungan markup ini diharapkan tetap mampu bersaing serta tidak menyebabkan pemilik mengalami kesulitan perputaran modal atau bangkrut. Harga jual yang dihitung nanti akan dibagi menjadi 2 jenis, yaitu harga jual untuk reseller dan harga jual retailer. Sehingga biaya pemasaran akan tidak menjadi beban langsung bagi AJR dan reseller langsung mendapatkan laba dari selisih harga jual retail dengan harga jual reseller.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan PKM dilakukan pada bulan Maret 2022 sebanyak 4x secara offline datang ke tempat dan sisanya via online dengan media komunikasi whatsapp, semuanya berbentuk wawancara dan pertanyaan. Saat berada di sana, tim PKM Untar juga ikut membantu foto produk agar lebih layak dikonsumsi publik dan menarik bagi calon konsumen. Berikut adalah foto produk lemon sereh:

Gambar 2.

Produk Lemon Sereh



Tim PKM Untar juga memberikan rekomendasi beberapa tempat reseller yang menjadi tempat penjualan Lemon Sereh ini. Beberapa tempat yang telah menyediakan penjualan Lemon Sereh adalah bank dan kantor di beberapa gedung perkantoran. Mereka menyediakan kulkas showcase

berbarengan dengan produk lainnya. Selain itu, pemilik juga memiliki jasa pemasaran sendiri yang telah melakukan penitipan penjualan Lemon Sereh di beberapa rumah makan, showroom mobil dan kantin universitas. Penjualan lewat media sosial baru akan dimulai lewat Instagram Sambalsiuda. AJR juga telah melakukan bazar di berbagai tempat termasuk ke gedung SMESCO bersama kementerian BUMN. Saat ini juga sedang menjajaki untuk mendapatkan dana peningkatan modal dari Kemenpora.

Saat kegiatan wawancara, tim PKM mengidentifikasi harga pokok produksi per sekali produksi sebanyak 150 botol Lemon Sereh. Untuk sekali produksi, dibutuhkan bahan baku:

- 7 kilogram lemon
- 2 kilogram sereh
- 5 kilogram gula
- 40 liter air
- 1 botol selasih

Biaya tenaga kerja langsung tidak dihitung karena dikerjakan oleh pemilik beserta 1 karyawan yang upahnya telah menjadi bagian dari produk lain. Biaya overhead yang dapat dialokasikan ke Lemon Sereh adalah:

- Biaya penyusutan peralatan khusus untuk Lemon Sereh
- Biaya cetak label stiker
- Biaya botol
- Biaya gas

Biaya produksi ini akan menjadi harga pokok penjualan dan setelah dihitung menjadi Rp 2.700 per botol. Markup sekitar 85% dari harga pokok. Harga jual untuk reseller menjadi Rp 5.000 per botol dengan minimal pembelian sebanyak 20 botol per kali transaksi. Reseller dapat mengambil markup lagi 40% sehingga harga jual menjadi Rp 7.000 per botol.

Gambar 3.

Foto Kegiatan Wawancara



Setelah melakukan perhitungan biaya produksi dan menentukan harga jual yang tepat, tim PKM juga memberikan template perhitungan dengan rumus yang telah disediakan dengan Excel. Pak Rudy dapat menghitung dengan menggunakan Microsoft Excel ini dibantu dengan anaknya. Tim PKM telah melakukan workshop pelatihan Excel ini saat kedatangan ke-4 kalinya ke AJR.



Peserta pelatihan adalah anak pak Rudy dan pak Rudy. Template ini dapat dipakai untuk produk lain, untuk perhitungan jika terjadi perubahan biaya atau resep, dan lainnya. Berikut contoh template yang telah diberikan:

Tabel 2.

Perhitungan Harga Pokok Produksi Lemon Sereh

Jenis biaya	Satuan	Belanja	Harga per satuan	Total belanja
Lemon	Kilogram			
Sereh	Kilogram			
Selasih	Botol			
Gula	Kilogram			
Air	Liter			
Sticker	Pcs			
Botol	Pcs			
Gas	Tabung			
			Total biaya produksi	_____
			Dihasilkan (botol)	_____
			Biaya produksi/botol	_____

4. KESIMPULAN

Kegiatan PKM dari tim Untar sangat dirasakan manfaatnya oleh pemilik AJR. Selama ini beliau selalu menghitung secara kasar untuk biaya produksi dari produk yang dihasilkan. Kesalahan lainnya adalah tidak memasukkan biaya non produksi lainnya. Beberapa biaya non produksi yang nantinya harus dipertimbangkan sebagai bagian untuk menghitung harga jual adalah:

- a. Beban sewa tempat makan AJR
- b. Biaya gaji pegawai umum
- c. Biaya penyusutan aset tetap yang dimiliki AJR
- d. Biaya utilitas seperti listrik, air, pulsa gadget, dan lainnya

Biaya non produksi ini biasanya dibebankan pada produk inti AJR yaitu tempat makan. Namun di saat pandemi Covid-19 seperti ini yang menyebabkan penurunan produk utama AJR, biaya non produksi ini harus dialokasikan bersama dengan produk kemasan lainnya.

Saat ini produk kemasan lainnya yang dijual adalah Ayam Pop Frozen, Ayam Bakar Frozen, Sambal si Uda dengan berbagai rasa dan minuman Lemon Sereh. Metode ABC costing akan dapat diterapkan untuk alokasi biaya produksi dan akan menjadi saran untuk kegiatan PKM berikutnya.

REFERENSI

- Carter. William K., Jin Fa Hwang, and Sheng Te Chou. (2015). Cost Accounting. An Asia Edition, Cengage Learning, Singapore
- Ikatan Akuntan Indonesia (2018), Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro Kecil Menengah
- Riwayadi (2016) Akuntansi Biaya: Pendekatan Tradisional dan Kontemporer. PT Salemba Empat, Jakarta

- Samryn (2012) Akuntansi Manajemen: Informasi Biaya untuk Pengendalian Aktivitas Operasi dan Informasi. PT Fajar Interma Mandiri, Jakarta
- Sultan, Muhammad, Ilham Abu dan Emil Reza putra (2021) Usaha Herbal dan Jamu Sehat Basamo Samarinda di Tengah Badai Pandemi Covid-19. *Berkala Akuntansi dan Keuangan Indonesia, Edisi Special 2021:34-53*
- Utami, Betty Silvia Ayu (2021). Dampak Pandemi Covid 19 Terhadap Sektor UMKM di Indonesia. *Economie, Vol 3 no.1, Juni 2021*