BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Biaya dan Penentuan Harga Pokok

2.1.1. Pengertian Biaya

Hansen dan Mowen (2013) mendefinisikan biaya sebagai pengorbanan kas atau ekuivalen kas demi memperoleh komoditas maupun jasa yang diproyeksikan mampu mengonstruksi manfaat manajerial bagi organisasi, baik pada periode berjalan maupun masa mendatang. Dalam cakupan yang lebih komprehensif, Maghfirah dan BZ (2016) mengelaborasi biaya sebagai entitas bernilai ekonomis dinyatakan dalam satuan moneter yang telah didedikasikan demi merealisasikan target-target strategis yang telah ditetapkan sebelumnya. Perspektif ini beresonansi dengan argumentasi Mulyadi (2015), yang menyatakan bahwa biaya merupakan mobilisasi sumber daya ekonomi untuk intensi spesifik, diukur melalui unit uang, yang mencakup kejadian historis maupun estimasi masa depan. Sintesis dari berbagai teori tersebut menunjukkan bahwa biaya adalah representasi nominal dari sumber daya ekonomi yang dialokasikan perusahaan untuk mengejar profitabilitas melalui perolehan kemaslahatan strategis.

1) Taksonomi Biaya

Klasifikasi biaya merupakan mekanisme pengorganisasian elemen-elemen pengeluaran secara sistematis yang bertujuan menghasilkan informasi finansial holistik guna membantu manajemen dalam menjalankan fungsi operasional dan pelaporan. Merujuk pada Mulyadi (2015), kategorisasi biaya dapat dipilah berdasarkan lima parameter fundamental:

a) Atribut objek pengeluaran;
b) Relevansi terhadap fungsi-fungsi substansial dalam aktivitas korporasi;
c) Asosiasi biaya terhadap objek yang dibiayai;
d) Korelasi perilaku biaya terhadap fluktuasi volume aktivitas; serta
e) Durasi dan signifikansi kemanfaatannya.

2) Karakteristik Perilaku Biaya

Berdasarkan fluktuasi volume operasional, Mulyadi (2015) mengidentifikasi empat tipologi perilaku biaya sebagai berikut:

a) Biaya Tetap: Pengeluaran yang agregatnya bersifat konstan dan tidak terintervasi oleh dinamika volume aktivitas dalam batas kapasitas tertentu.
b) Biaya Semi-Tetap: Komponen biaya yang bertahan pada level tetap untuk rentang volume tertentu, namun mengalami penyesuaian pada ambang batas produksi spesifik.
c) Biaya Variabel: Beban yang fluktuasi totalnya bergerak linear dan proporsional terhadap perubahan volume kegiatan, sebagaimana terefleksi pada biaya bahan baku serta upah tenaga kerja langsung.
d) Biaya Semivariabel: Biaya yang mengalami perubahan namun tidak bersifat proporsional terhadap volume aktivitas, mengingat adanya perpaduan antara elemen biaya tetap dan variabel di dalamnya.

3) Diferensiasi Berdasarkan Identitas Objek

Secara tipologis, keterkaitan biaya dengan output dapat dikotomikan menjadi dua kategori utama:

a) Biaya Langsung: Beban yang secara eksplisit dapat diatribusikan pada produk akhir. Representasi utama dari kategori ini adalah komponen kompensasi karyawan, yang meliputi gaji pokok, premi lembur, serta berbagai tunjangan.

b) Biaya Tidak Langsung: Biaya yang keberadaannya esensial bagi proses produksi namun tidak memiliki keterkaitan identitas secara langsung dengan produk fisik. Cakupan biaya ini meliputi:
    1. Beban Administrasi dan Umum: Pengeluaran penunjang operasional, seperti pengadaan infrastruktur penyimpanan, aktivitas akuisisi aset, dan pemeliharaan rutin.
    2. Beban Depresiasi: Alokasi biaya atas konsumsi manfaat ekonomi aset tetap, termasuk bangunan, armada transportasi, dan inventaris kantor.
    3. Beban Penjualan atau Sewa: Biaya yang dikhususkan untuk memfasilitasi aktivitas komersialisasi atau penggunaan ruang/aset pihak ketiga.
    4. Beban Utilitas: Alokasi dana untuk konsumsi air dan daya listrik sebagai pendukung fungsionalitas kerja karyawan serta fasilitas penunjang lainnya.

2.1.2. Pengertian Biaya Produksi

Pengeluaran yang diinvestasikan oleh produsen selama siklus transformasi barang. Menurut Rumambi, Kaparang, Ropa, & Setiadie (2022), cakupan biaya ini melingkupi spektrum pengeluaran yang luas, mulai dari perolehan material mentah, alokasi tenaga kerja langsung, hingga beban overhead pabrik. Esensi dari klasifikasi ini mencakup beban-beban yang dapat diidentifikasi secara eksplisit (langsung) maupun yang bersifat komplementer (tidak langsung) dalam ekosistem manufaktur.

Sejalan dengan perspektif tersebut, Fauzi et al. (2023) menekankan bahwa biaya produksi merupakan bentuk komitmen finansial imperatif bagi entitas korporasi. Komitmen ini merepresentasikan akumulasi nilai ekonomi yang dikorbankan untuk mengolah bahan mentah, yang secara integral mencakup biaya tenaga kerja industri serta beban operasional tambahan (*overhead*).

Menyintesis argumen dari kedua otoritas di atas, dapat disimpulkan bahwa setiap pelaku usaha wajib mengalokasikan modal untuk menutup harga pokok produksi guna memfasilitasi konversi sumber daya mentah menjadi komoditas siap guna. Proses ini merupakan manifestasi akhir dari rantai produksi, di mana seluruh komponen biaya—termasuk kompensasi upah pekerja dan biaya insidental lainnya—diakumulasikan sebagai nilai investasi dalam mentransformasi input menjadi output yang siap didistribusikan ke pasar.

Metodologi Kalkulasi Biaya Produksi:

Total Biaya Produksi:
Biaya bahan baku yang digunakan + Biaya tenaga kerja langsung + Biaya overhead pabrik

1) Estimasi dan Alokasi Biaya Bahan Baku
   Berdasarkan parameter yang ditetapkan oleh Mulyadi (2015), biaya bahan baku langsung didefinisikan sebagai seluruh pengeluaran atas material yang menjadi substansi utama produk akhir dan atribusinya dapat diidentifikasi secara spesifik pada unit produksi tersebut. Sebagai ilustrasi, komoditas seperti kayu dalam manufaktur mebel atau tanah liat dalam produksi genteng diklasifikasikan ke dalam kategori ini. Tujuan mendasar dari pengelompokan komponen ini adalah untuk memfasilitasi pelacakan sistematis serta akurasi pemantauan selama fase transformasi material mentah menjadi produk jadi.

2) Justifikasi Biaya Tenaga Kerja Langsung

Merujuk pada studi Purwaji & Wibowo (2016), biaya tenaga kerja langsung merepresentasikan kompensasi finansial bagi sumber daya manusia yang terlibat secara aktif dan fisik dalam mengonversi bahan baku langsung menjadi output final. Cakupan biaya ini mencakup remunerasi atau upah personel pabrik yang pembebanannya dapat dikorelasikan secara eksklusif terhadap lini produk tertentu di dalam ekosistem produksi.

3) Klasifikasi dan Perilaku Biaya Overhead Pabrik

a) Supriyono (2020) mengonseptualisasikan biaya overhead pabrik (FOH) sebagai akumulasi dari seluruh pengeluaran manufaktur di luar komponen bahan baku primer dan upah tenaga kerja langsung. Dalam kerangka akuntansi biaya, klasifikasi ini didefinisikan sebagai beban produk tidak langsung yang mengintegrasikan berbagai elemen operasional, seperti kompensasi bagi personil pendukung, pemakaian bahan pelengkap, serta beragam biaya fungsional lainnya.
b) Dalam analisis akuntansi biaya, FOH dikategorikan berdasarkan perilakunya terhadap fluktuasi volume aktivitas:
c) Biaya Tetap: Pengeluaran yang nilainya bersifat statis atau konstan dalam rentang aktivitas tertentu, tanpa dipengaruhi oleh dinamika volume produksi.
d) Biaya Variabel: Beban yang fluktuasi totalnya berbanding lurus secara proporsional dengan perubahan skala atau volume kegiatan manufaktur.
e) Biaya Semi-Variabel: Komponen biaya yang menunjukkan perubahan nilai namun tidak memiliki korelasi linier atau proporsionalitas sempurna terhadap dinamika volume aktivitas yang terjadi.

2.1.3. Konseptualisasi Harga Pokok Produksi

Raiborn dan Kinney (2011) memposisikan Harga Pokok Produksi sebagai totalitas beban manufaktur yang melekat pada produk-produk yang telah menyelesaikan fase pemrosesan, yang kemudian dikapitalisasi ke dalam aset barang jadi pada periode akuntansi spesifik. Perspektif ini diperluas oleh Garrison, Noreen, dan Brewer (2019) yang mengonseptualisasikan terminologi tersebut sebagai manifestasi nilai moneter yang komprehensif, mencakup pengadaan bahan baku, proses konversi menjadi barang konsumsi, hingga proses penyampaian ke tangan pelanggan.

Melalui penggabungan berbagai kerangka teoretis tersebut, dapat disimpulkan bahwa setiap bentuk pengorbanan sumber daya ekonomi yang terutilisasi selama siklus produksi hingga barang siap diinventarisasi merupakan cakupan integral dari harga pokok produksi. Secara substansial, arsitektur biaya ini dipilar oleh tiga komponen utama yang tidak terpisahkan, yakni biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, serta biaya overhead pabrik.

2.1.4. Metodologi Penentuan Harga Pokok Produksi

Kalkulasi beban produksi dapat dilakukan melalui berbagai pendekatan metodologis. Namun, penelitian ini secara spesifik menitikberatkan pada satu skema utama, yaitu:

1) Metode *Full Costing*

Metode full costing merepresentasikan sebuah paradigma kalkulasi beban yang menginkorporasikan setiap elemen pengeluaran manufaktur secara menyeluruh ke dalam formulasi harga pokok produksi. Melalui pendekatan sistematis ini, seluruh biaya material, kompensasi tenaga kerja langsung, hingga beban overhead pabrik—mencakup

kategori variabel maupun tetap—diatribusikan secara totalitas ke dalam valuasi inventori. Sebagai implikasi logis dari penerapan kerangka kerja tersebut, susunan biaya dalam skema full costing mencakup komponen utama sebagai berikut:

Tabel 2. 1 Harga Pokok Produksi

Biaya Bahan Baku	Rp xxx
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp xxx
Biaya Overhead Pabrik Tetap	RP xxx
Biaya Overhead Pabrik Variable	Rp xxx +
Harga Pokok Produksi	**Rp xxx**

2.2. Penentuan Harga Jual Melalui Pendekatan *Cost Plus Pricing*

2.2.1. Tinjauan Konseptual Harga Jual

Penetapan harga jual yang akurat merupakan determinan krusial bagi keberhasilan strategi pemasaran perusahaan dalam mendistribusikan komoditas maupun jasa. Bahri (2019) mendefinisikan harga jual sebagai representasi nilai yang harus dikorbankan konsumen guna memperoleh utilitas dari kepemilikan atau penggunaan suatu produk pada periode tertentu. Dalam konteks ini, ketepatan formulasi harga menjadi prasyarat mutlak bagi daya saing organisasi di pasar.

Selaras dengan pandangan tersebut, Kotler & Keller (2014) menekankan bahwa harga jual seyogianya menjadi refleksi atas proposisi nilai yang diartikulasikan oleh produk atau layanan kepada konstituen pelanggan. Oleh karena itu, besaran harga harus dikonstruksi secara proporsional terhadap manfaat yang diterima, dengan mempertimbangkan variabel eksternal maupun internal seperti kualitas output, posisi strategis di pasar, serta intensitas kompetisi yang ada. Secara lebih mendasar, Sugawa et al. (2018) mengelaborasi harga (*price*) sebagai akumulasi nilai moneter yang dipertukarkan oleh konsumen demi meraih keuntungan ekonomi, baik dalam bentuk barang maupun jasa.

Mengacu pada sintesis dari berbagai literatur di atas, dapat disimpulkan bahwa harga jual merupakan bentuk kompensasi—baik berupa instrumen finansial maupun aset lainnya yang dipersyaratkan untuk mengakuisisi kombinasi tertentu dari barang atau jasa yang ditawarkan.

2.2.2. Metodologi Penetapan Harga Jual

Kategori beban lain-lain mencakup seluruh pengeluaran yang tidak memiliki korelasi langsung dengan operasional inti entitas bisnis, yang di antaranya meliputi beban administratif serta biaya jasa tambahan. Berdasarkan studi yang dilakukan oleh (Mulyadi 2001), terdapat beberapa pendekatan yang lazim diimplementasikan dalam mekanisme penentuan harga jual, yaitu:

1) *Cost Plus Pricing*: Dalam metodologi ini, estimasi biaya di masa mendatang digunakan sebagai basis yang kemudian diakumulasikan dengan persentase *markup* tertentu. Secara konseptual, harga ditetapkan melalui penambahan margin di atas totalitas biaya berdasarkan formulasi yang telah distandardisasi.
2) *Mark Up Pricing*: Strategi ini menitikberatkan pada penambahan margin laba yang diperlukan langsung terhadap nilai perolehan per unit. Perlu dicatat bahwa persentase profitabilitas dalam pendekatan ini bersifat variatif, bergantung pada karakteristik spesifik dari masing-masing komoditas.
3) *Break Even Point*: Instrumen penetapan harga ini berlandaskan pada titik ekuilibrium, di mana agregat biaya keseluruhan berinterseksi dengan totalitas volume permintaan pasar, sehingga menciptakan kondisi tanpa laba maupun rugi.

2.2.3. Analisis Mekanisme *Cost Plus Pricing*

Strategi penentuan harga berbasis biaya, atau yang lazim dikenal sebagai Cost Plus Pricing, beroperasi dengan cara menginkorporasikan ekspektasi laba secara langsung ke dalam seluruh agregat pengeluaran yang terjadi sejak proses produksi dimulai hingga barang mencapai pasar. Keuntungan kompetitif dari skema ini terletak pada mekanisme penyusunan nilai jualnya yang bersifat integratif; harga tidak ditentukan secara arbitrer, melainkan melalui konsolidasi menyeluruh antara beban manufaktur baik yang bersifat tetap maupun variabel dengan pengeluaran operasional di luar produksi, termasuk biaya logistik, promosi, dan manajemen administratif. Seluruh akumulasi modal tersebut kemudian disintesis dengan proyeksi margin keuntungan yang telah ditetapkan oleh entitas bisnis guna merumuskan harga jual final. Terdapat serangkaian prosedur metodis yang menjadi landasan operasional dalam mengimplementasikan kerangka Cost Plus Pricing, yang penjelasannya dipaparkan di bawah ini:

1) Kalkulasi Biaya Produksi: Tahap ini melibatkan identifikasi komprehensif terhadap seluruh beban yang terafiliasi dengan proses manufaktur. Komponen ini terbagi menjadi biaya tetap, yakni pengeluaran yang bersifat statis terhadap fluktuasi volume produksi (misalnya, beban sewa fasilitas atau kompensasi manajerial), serta biaya variabel, yang nilainya berfluktuasi secara proporsional dengan *output* produksi (seperti konsumsi bahan baku dan upah tenaga kerja langsung).
2) Identifikasi Biaya Non-Produksi: Proses ini mencakup pelaporan beban yang tidak bersinggungan langsung dengan lini produksi, namun esensial dalam operasional bisnis, termasuk biaya logistik, strategi promosi, dan beban umum administratif.
3) Determinasi *Markup* (Margin Keuntungan): Pada fase ini, manajemen menetapkan besaran persentase ekspektasi laba yang ingin diraih dari setiap unit produk yang dipasarkan.
4) Formulasi Harga Jual Akhir: Setelah seluruh variabel biaya teridentifikasi secara presisi, harga jual dikonstruksi dengan mengagregasikan margin keuntungan yang telah ditentukan ke dalam totalitas beban produksi dan non-produksi.

Dalam menentukan nilai komersial suatu produk, formulasi penetapan harga jual menggunakan metodologi ini dapat dinyatakan melalui persamaan berikut:

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

Anotasi terhadap variabel-variabel di atas dijelaskan sebagai berikut:

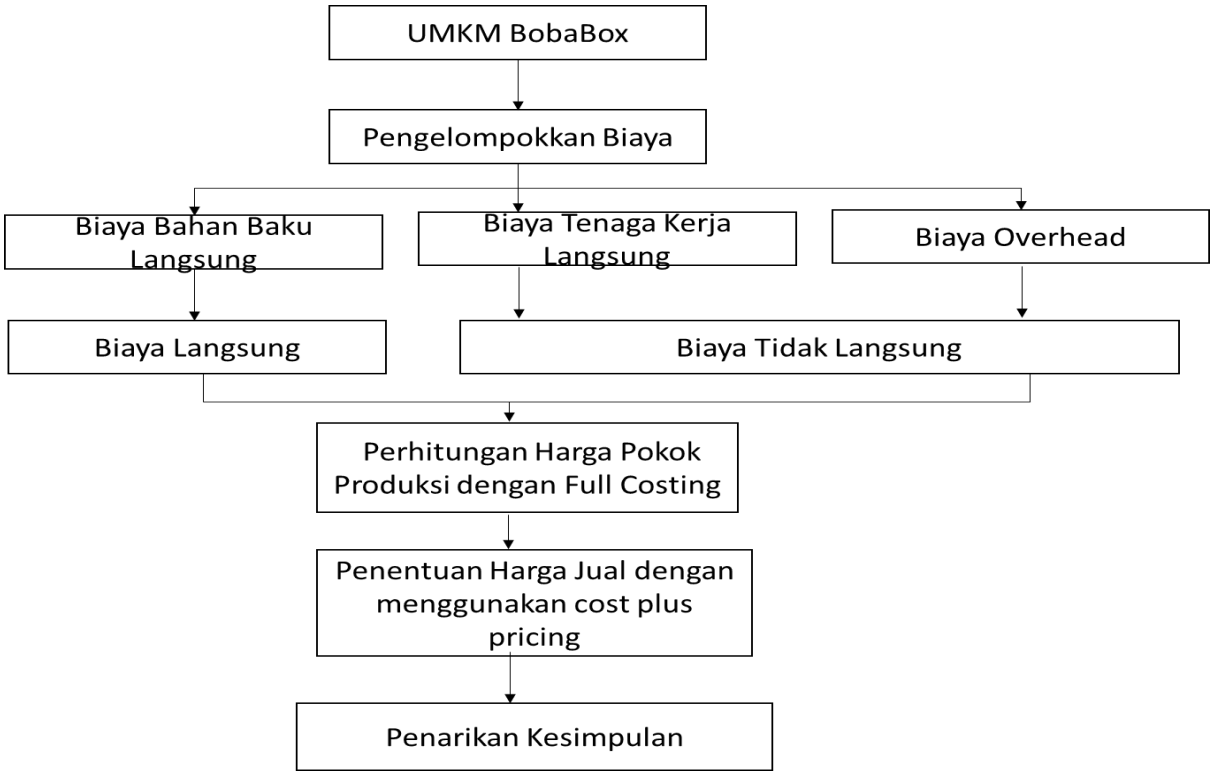
1) Total Biaya Produksi: akumulasi agregat yang mengintegrasikan biaya tetap per unit dengan biaya variabel per unit.
2) Markup: Merepresentasikan margin profitabilitas yang diproyeksikan, diartikulasikan dalam format notasi desimal.

2.3. Kerangka Berpikir

Dalam upaya mempertahankan daya saing pasar sekaligus mencapai profitabilitas maksimal, BobaBox sebuah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang sedang bertumbuh menghadapi urgensi dalam memformulasikan strategi penetapan harga. Mengingat posisinya dalam sektor kuliner, akurasi kalkulasi biaya menjadi fondasi krusial bagi entitas ini. Hal tersebut bertujuan agar harga yang dipasarkan mampu melampaui total pengeluaran produksi sembari menjamin perolehan margin laba yang telah diproyeksikan.

Investigasi ini bermula dengan melakukan kategorisasi serta identifikasi yang sistematis terhadap setiap komponen biaya manufaktur. Penentuan klasifikasi beban finansial tersebut dipisahkan menjadi tiga pilar utama, yakni biaya bahan baku langsung, beban tenaga kerja langsung, beserta biaya overhead pabrik. Selain itu, guna menjamin akurasi dalam perhitungan numerik, proses pengelompokan biaya ini juga melibatkan pemisahan tegas antara pengeluaran langsung dan pengeluaran tidak langsung. Langkah berikutnya dalam analisis ini adalah estimasi Harga Pokok Produksi (HPP) yang dieksekusi menggunakan teknik full costing. Melalui metodologi tersebut, seluruh variabel biaya yang mencakup elemen langsung maupun tidak langsung disatukan secara menyeluruh ke dalam formulasi perhitungan. Nilai HPP yang diperoleh kemudian diposisikan sebagai fondasi utama dalam menetapkan harga jual produk. Hal ini dicapai melalui skema cost plus pricing, yakni sebuah prosedur yang mengagregasikan persentase margin laba tertentu ke dalam total biaya produksi yang telah dihitung sebelumnya.

Sebagai penutup, penelitian ini mensintesis hasil perhitungan dan analisis ke dalam kesimpulan yang komprehensif. Output dari studi ini diproyeksikan mampu menyajikan kerangka kerja yang presisi dan aplikatif bagi BobaBox dalam menetapkan harga produk secara strategis, yang pada akhirnya berperan vital dalam menjaga keberlanjutan operasional serta akselerasi bisnis di masa depan.



Gambar 2.1. Kerangka Berpikir
Sumber: Diolah Penulis

2.4. Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 2. Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Metodologi	Hasil Penelitian
1	Michael Saor P Lumban Gaol, (2024)	Penerapan Cost Volume Profit Sebagai Alat bantu Perencanaan Laba Pada UMKM Bobabox	Deskriptif Kuantitatif	Berdasarkan hasil penelitian penerapan cost volume profit pada UMKM Bobabox Untuk periode berikutnya diharapkan UMKM Bobabox melakukan pencatatan yang lebih rinci dan detail terkait biaya-biaya yang dikeluarkan dan mengklasifikasikannya menjadi biaya variabel dan biaya tetap untuk mengetahui pendapatan laba bersihnya secara rinci dan detail setiap bulan dan periodenya. UMKM Bobabox dapat melakukan pencatatan dan perhitungan *cost volume profit* dengan menggunakan kertas kerja yang telah dibuat oleh peneliti pada periode berikutnya untuk mendapatkan hasil analisis tekait biaya, volume dan laba yang akan diharapkan UMKM Bobabox harus meningkatkan kuantitas penjualan untuk mencapai laba yang diharapkan yaitu 25% dari penjualan yang telah didapatkan pada periode Juni – Agustus 2024 sebesar 847 cup minuman atau senilai Rp. 8,895.000. UMKM Bobabox harus memperhatikan jumlah penjualan agar jika mengalami penurunan penjualan tidak melebihi 61% batas keamanan agar tidak mengalami kerugian dan tetap memantau kinerja karyawan dalam pencatatan penjualan harian sebagai data perhitungan. Untuk mempercepat mencapai titik impas, Bobabox dapat melakukan pengurangan atas biaya overhead atau dengan menaikkan

No	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Metodologi	Hasil Penelitian
				harga penjualan sehingga setelah titik impas tercapai/terlampaui maka lebih cepat dan efisien mencapai profitabilitas.
2	NilamKemalaOdang1* dan Gaby Ruminsah Arnita Sidabutar2, Maret 2024	Maksimalisasi Profit UMKM Berdasarkan Perspektif Pricing Strategy	Deskriptif Kualitatif	Pemilik usaha perlu menetapkan laba yang berbeda antara barang produksi dan dagang agar dapat mencapai laba yang optimal. Namun demikian, terdapat beberapa skenario tambahan agar UMKM tetap dapat melakukan perencanaan laba yang lebih baik
3	Nabila Choerotunnisa, Juli 2023	Determinasi Nilai Jual Melalui Formulasi Harga Pokok Produksi: Implementasi Prosedur *Cost Plus Pricing* Berbasis *Full Costing* pada UMKM Tahu Ceria Sari	Deskriptif Eksploratif	Analisis terhadap praktik akuntansi UMKM Tahu Ceria Sari menunjukkan adanya diskrepansi dalam pengalokasian beban, di mana entitas tersebut hanya mengonstitusikan biaya pengeluaran langsung tanpa mengintegrasikan biaya *overhead* pabrik secara mendetail ke dalam struktur biaya produksi. Data empiris menunjukkan bahwa kalkulasi internal UMKM menghasilkan total biaya produksi sebesar Rp 261.350.000, yang mengonversi biaya per cetak menjadi Rp 120.995. Dengan basis perhitungan tersebut, perusahaan menetapkan harga jual sebesar Rp 125.000 per unit. Namun, reevaluasi menggunakan metode *full costing* memunculkan angka yang lebih komprehensif, yakni sebesar Rp 264.539.166, dengan nilai per cetak mencapai Rp 122.472. Perbandingan kedua pendekatan ini mengonfirmasi bahwa penerapan *full costing* menghasilkan estimasi biaya yang lebih tinggi, dengan margin selisih sebesar Rp 1.476

No	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Metodologi	Hasil Penelitian
				dibandingkan kalkulasi konvensional UMKM (Rp 120.995 vs Rp 122.472). Implikasi dari perbedaan kalkulasi ini meluas pada penentuan harga pasar. Saat ini, harga jual yang dipatok oleh UMKM Tahu Ceria Sari (Rp 125.000) secara signifikan lebih rendah dibandingkan proyeksi harga yang dihasilkan melalui pendekatan *cost plus pricing*, yang menyentuh angka Rp 131.950. Terdapat deviasi sebesar Rp 6.950 antara kebijakan harga aktual perusahaan dengan standar harga berbasis metode *cost plus pricing*, yang mengindikasikan adanya potensi *undervaluation* dalam penetapan harga produk.
4	Intan Purnama Putri, Sigit Puji Winarko, Puji Astuti (2022)	Evaluasi Formulasi Harga Pokok Penjualan Melalui Pendekatan *Full Costing* Serta Penentuan Nilai Jual Menggunakan Strategi *Cost Plus Pricing* pada UD Arpuma Nganjuk	Kuantitatif Deskriptif	Mengacu pada tujuan penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, analisis data internal perusahaan mengidentifikasi bahwa Harga Pokok Penjualan (HPP) untuk *krecek uyel* berada pada angka Rp 11.000 dan *krecek lempeng* sebesar Rp 10.500. Sejalan dengan itu, harga jual yang ditetapkan secara eksisting adalah Rp 14.000 untuk varian *uyel* dan Rp 12.500 untuk varian *lempeng*. Sebaliknya, pengaplikasian metode *full costing* dalam penentuan HPP serta strategi *cost-plus pricing* untuk penetapan harga jual menghasilkan deviasi angka yang signifikan. Melalui metodologi tersebut, HPP terhitung sebesar Rp 9.975 (*krecek uyel*) dan Rp 10.375 (*krecek lempeng*), dengan proyeksi harga jual masing-masing senilai Rp 12.401 dan Rp 12.890.

No	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Metodologi	Hasil Penelitian
				Kesenjangan kalkulasi ini bersumber dari kebijakan internal perusahaan yang selama ini mengandalkan estimasi subjektif alih-alih mengadopsi standar akuntansi biaya yang sistematis. Meskipun integrasi rumus *cost-plus pricing* menghasilkan nominal yang lebih kompetitif dibandingkan harga eksisting perusahaan, terlihat adanya ketidakteraturan dalam distribusi margin antar kedua produk tersebut. Selain itu, jika dikomparasikan dengan fluktuasi harga pasar, formulasi *full costing* dan *cost-plus pricing* terbukti tetap menjaga posisi harga di bawah rata-rata pasar, sehingga tetap mempertahankan keunggulan kompetitif. Berdasarkan temuan tersebut, sangat direkomendasikan bagi pihak manajemen untuk mengimplementasikan kerangka *full costing* dan *cost-plus pricing* demi menjamin akurasi serta ketepatan penentuan nilai jual. Secara teoretis, studi ini memberikan kontribusi bagi peneliti dalam memvalidasi disparitas antara praktik lapangan dengan landasan teori akuntansi biaya di lingkungan industri lokal. Namun demikian, guna mengatasi keterbatasan dalam penelitian ini, disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk memperluas cakupan subjek produk serta mengintegrasikan pembaruan inovatif terkait determinasi HPP agar relevansi hasil tetap adaptif terhadap dinamika problematika industri terkini.

No	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Metodologi	Hasil Penelitian
5	Heriyanto, Evi Noviasari dan 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.	Deskriptif Kuantitatif	Analisis komparatif dalam studi ini mengungkapkan adanya diskrepansi nilai yang signifikan antara penetapan harga jual yang diterapkan oleh UMKM dengan perhitungan berbasis metode *full costing*. Secara spesifik, kalkulasi melalui pendekatan *cost plus pricing* memproyeksikan nominal harga jual yang melampaui standar harga internal yang ditetapkan oleh entitas perusahaan saat ini. Meskipun demikian, adopsi metode *cost plus pricing* dinilai mampu menghasilkan estimasi harga yang lebih akurat, mengingat seluruh komponen beban biaya diintegrasikan secara komprehensif ke dalam kalkulasi. Strategi ini tidak hanya menjamin ketepatan penghitungan biaya, tetapi juga memposisikan harga jual pada level yang kompetitif di tengah persaingan dengan perusahaan sejenis.
6	Sri Harjanti, Hetika, Sri Murwanti, 2021	Evaluasi Penentuan Harga Pokok Produksi dan Margin Laba Melalui Pendekatan *Cost-Plus Pricing*: Studi Empiris pada UKM Wedang Uwuh 3gen Tegal	Deskriptif Komparatif	Temuan penelitian ini mengindikasikan adanya diskrepansi nominal dalam kalkulasi Harga Pokok Produksi (HPP) per unit, di mana metode yang diterapkan UKM menghasilkan nilai sebesar Rp 63.222,-, sementara pendekatan Full Costing memproyeksikan angka yang lebih tinggi, yakni Rp 64.565,-. Variansi perhitungan tersebut secara fundamental berakar pada eksklusi biaya pemeliharaan mesin dan peralatan dalam pembukuan internal UKM. Secara kumulatif, Total Biaya yang diidentifikasi melalui perspektif UKM tercatat senilai Rp 111.384,-, yang secara

No	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Metodologi	Hasil Penelitian
				signifikan lebih rendah dibandingkan perolehan metode Full Costing sebesar Rp 113.155,-. Implikasi dari perbedaan basis biaya ini turut memengaruhi strategi komersial perusahaan; dengan mengaplikasikan margin keuntungan tetap sebesar 7,5%, Harga Jual yang ditetapkan berdasarkan perhitungan UKM bertitik di angka Rp 119.738,-. Sebaliknya, penggunaan metodologi Cost Plus Pricing menghasilkan nilai jual yang lebih kompetitif dan akurat secara akuntansi sebesar Rp 121.641,-.
7	Lita Aseng, Herman Karamoy, Heince Wokas (2019),	Evaluasi Strategi Penetapan Nilai Sewa Unit Rawat Inap Melalui Implementasi Metodologi *Cost Plus Pricing*: Studi Kasus pada Rumah Sakit Siloam Sonder	Deskriptif Kualitatif	Analisis data penelitian ini menghasilkan dua temuan fundamental. Pertama, dalam mengimplementasikan metode *Cost Plus Pricing*, manajemen rumah sakit secara sepihak telah menetapkan margin laba pada angka 10%. Kedua, berdasarkan formulasi tersebut, terdapat eskalasi nominal tarif sebesar Rp103.500 untuk periode 2019, dibandingkan dengan basis biaya tahun 2018 yang bernilai Rp1.035.000. Terkait kebijakan penetapan harga, institusi medis dituntut untuk merumuskan struktur tarif yang selaras dengan daya beli konstituen atau masyarakat luas. Urgensi sinkronisasi antara nilai layanan dan kapasitas finansial konsumen ini bertujuan untuk memitigasi hambatan ekonomi (biaya) yang memberatkan pasien, sehingga aksesibilitas terhadap pelayanan kesehatan tetap terjaga tanpa mengabaikan keberlanjutan operasional rumah sakit.

No	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Metodologi	Hasil Penelitian
8	Sutri Handayani, Abdul Ghofur (2019),	Analisis Penentuan Harga Jual melalui Implementasi Strategi Cost-Plus Pricing Berbasis Metode Full Costing pada UD. Lyly Bakery Lamongan	Deskriptif Kuantitatif	Analisis komparatif dalam studi ini mengungkapkan bahwa implementasi metode *Cost Plus Pricing* melalui pendekatan *full costing* pada periode 2013 hingga 2015 menghasilkan nilai nominal yang secara konsisten berada di bawah ketetapan harga jual UD. Lyly Bakery Lamongan. Meskipun tren disparitas tersebut dominan, observasi spesifik pada data tahun 2015 menunjukkan fenomena konvergensi harga; terdapat dua varian produk, yakni lini roti dan donat, yang mencatatkan angka jual dengan selisih marginal terhadap standar harga yang diberlakukan oleh perusahaan.
9	Dewi Yolanda (2021)	Evaluasi Penentuan Nilai Jual Melalui Formulasi Harga Pokok Produksi: Implementasi Pendekatan *Full Costing* pada CV Karya Mulia Kencana Medan	Deskriptif Kualitatif	Temuan dalam penelitian ini mengindikasikan adanya diskrepansi nilai yang signifikan antara implementasi metode full costing dengan kalkulasi internal yang diterapkan oleh entitas perusahaan. Secara spesifik, agregasi biaya melalui pendekatan full costing menghasilkan angka sebesar Rp 42.258.889 untuk pemrosesan 1000 pcs kaos serta Rp 52.568.889 untuk 500 pcs jaket. Angka-angka tersebut menunjukkan nilai yang lebih komprehensif dibandingkan estimasi konvensional perusahaan, yang masing-masing hanya mencatat biaya produksi sebesar Rp 39.670.000 untuk unit kaos dan Rp 49.210.000 untuk unit jaket dalam kuantitas yang sama. Perbedaan ini menegaskan bahwa metode full costing memberikan pembebanan biaya yang

No	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Metodologi	Hasil Penelitian
				lebih tinggi dan menyeluruh dibandingkan dengan prosedur akuntansi yang saat ini dijalankan oleh organisasi.
10	Shepti Cahya Luvita (2021	Evaluasi Komprehensif Kalkulasi Harga Pokok Produksi Melalui Pendekatan *Full Costing* sebagai Fondasi Strategis Penetapan Harga Jual Berbasis *Cost-Plus Pricing* pada PT Tapani Makmur Abadi	Deskriptif	Analisis komparatif menunjukkan bahwa kalkulasi harga pokok produksi (HPP) melalui mekanisme *full costing* menyajikan akurasi yang melampaui standar prosedur internal perusahaan saat ini. Signifikansi perbedaan hasil perhitungan ini membawa implikasi langsung terhadap formulasi strategi harga jual yang lebih kompetitif. Secara khusus, integrasi metode *Cost Plus Pricing* yang berbasis pada pendekatan *full costing* mampu mengoptimalkan margin profitabilitas, sehingga menawarkan keunggulan finansial yang lebih substansial dibandingkan dengan metodologi konvensional yang diterapkan organisasi.

Sumber: Diolah Penulis