

Perlakuan Biaya Pada Usaha Esteh Indonesia Cabang Tamalanrea Dalam Menetapkan Harga

Irmania Paewangan
Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kristen Indonesia Paulus, Makassar, Indonesia
paewanganirmania@gmail.com

Manuel A. Todingbua
Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kristen Indonesia Paulus, Makassar, Indonesia
manuel_august@ukipaulus.ac.id

Benyamin Mongan
Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kristen Indonesia Paulus, Makassar, Indonesia
bennymongan31@gmail.com

Article's History:

Received 4 March 2024; Received in revised form 15 March 2024; Accepted 28 March 2024; Published 1 April 2024. All rights reserved to the Lembaga Otonom Lembaga Informasi dan Riset Indonesia (KITA INFO dan RISET).

Suggested Citation:

Paewangan, I., Todingbua, M. A., & Mongan, B. (2024). Perlakuan Biaya Pada Usaha Esteh Indonesia Cabang Tamalanrea Dalam Menetapkan Harga. JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi). JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi), 10 (2). 912-925. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i2.2152>

Abstrak:

Dalam era bisnis yang penuh persaingan, kelangsungan bisnis memerlukan efisiensi dan efektivitas yang tinggi. Perusahaan harus dapat berkompetisi dengan baik di tengah persaingan yang sengit. Oleh karena itu, strategi penentuan harga yang tepat menjadi krusial untuk menjaga profitabilitas. Harga produk hendaknya mencakup seluruh pendanaan produksi dan menghasilkan kebermanfaatan memadai. Informasi tentang harga sangat berperan dalam menetapkan harga jual. Tujuan penelitian berikut untuk mengungkap bagaimana Esteh Indonesia cabang Tamalanrea mengelola biaya untuk menentukan harga jual. Analisis data dilakukan untuk memahami biaya variabel, biaya tetap, dan hubungannya dengan harga, volume, serta pendapatan. Data yang digunakan adalah data kuantitatif mengenai total biaya produksi dan biaya penjualan dari cabang tersebut.. Hasil atau kesimpulan yang dapat diperoleh bahwa perusahaan dapat memberikan tawaran harga yang lebih kompetitif yang dapat meningkatkan potensi penjualan serta, terdapat selisih harga antara harga jual perusahaan dengan harga jual hasil perhitungan. Inilah yang dapat diberikan sebagai discount sehingga dapat menarik pelanggan, terutama jika pelanggan membeli lebih dari 1 unit produk.

Kata Kunci : Biaya Produksi, Usaha, Harga, Volume

Pendahuluan

1. Latar Belakang Penelitian

Pelaksanaan bisnis berjalan dengan signifikan, bisnis harus beroperasi secara efisien dan efektif untuk bertahan dan berkembang. Melalui kompetisi yang meluas berikut hendaknya setiap instansi dapat menjadi lebih survive dengan dinamika yang ada. Apabila harga beli ditentukan secara tidak tepat, maka akan berdampak buruk terhadap keuangan perusahaan dan mempengaruhi kelangsungan usahanya. Kesalahan ini dapat menyebabkan masalah bagi bisnis Anda, termasuk kehilangan atau penumpukan produk secara terus-menerus di gudang Anda karena keterlambatan sampai ke pasar. Karena harga merupakan faktor terpenting dalam pendapatan dan laba suatu perusahaan, maka seluruh instansi hendaknya menyesuaikan harga penjualan yang selaras.

Penetapan harga pembelian sering kali merupakan langkah yang krusial bagi masa depan suatu bisnis. Meskipun harga jual suatu produk telah terdefinisi di pasar, informasi mengenai biaya produksi menjadi landasan penting untuk mengurangi ketidakpastian di masa mendatang. Biaya produksi merupakan komponen utama, mencakup biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, dan overhead pabrik. Mengelola biaya produksi serta meningkatkan efisiensi produksi adalah strategi yang penting untuk menekan biaya. Penurunan biaya produksi dapat meningkatkan penjualan tanpa mengorbankan kualitas produk. Penyusutan harga produk dapat memacu pertumbuhan penjualan perusahaan. Harga pokok produksi menjadi lindung nilai bagi perusahaan terhadap potensi kerugian. Mengatasi masalah biaya dapat mendorong pertumbuhan dan menjaga kelancaran operasional bisnis. Upaya memperoleh kecukupan penerimaan agar pendanaan produksi dapat tertutupi menjadi kunci untuk melindungi bisnis dari potensi kerugian. Oleh karena itu, penentuan harga jual yang tepat menjadi penting untuk menjaga stabilitas bisnis.

Dalam kondisi normal, harga jual produk harus mencakup semua biaya terkait dengan produksi serta produk yang diinginkan. Total biaya merupakan jumlah sumber daya yang dikorbankan untuk menghasilkan produk, sehingga pendapatan dari penjualan harus mencukupi untuk menutupi biaya tersebut. Selain itu, harga pembelian harus memberikan keuntungan yang sebanding dengan investasi yang telah dilakukan. Meskipun tidak menjadi satu-satunya faktor, informasi mengenai harga produk sangat penting dalam penentuan harga jual.

Esteh Indonesia adalah perusahaan yang memproduksi minuman bubble tea. Berdiri sejak 2018, didirikan oleh Haidhar Hibatullah Wurjanto, Dihya Nur Rifqy, Aussie Andry, dan Edwin Widya. Awalnya, produk mereka hanya dijual melalui booth kecil di Kemang Village dan Blok M, dengan variasi minuman seperti Iced Tea Manis, Lemon Esthete, Rich Esthete, Milk Esthete, dan Tight Tea. Popularitas produk ini terus meningkat seiring waktu karena rasanya enak dan murah mampu menumbuhkan ketertarikan setiap pangsa pasar menjadi konsumen serta memiliki produk segar yang beragam, dan kepuasan terhadap keadaan saat ini. Berikut beberapa produk esteh indonesia cabang tamalanrea yang saya ambil untuk diteliti sebagai berikut:

Nama Produk	Ukuran	Harga
Esteh Leci	Medium	Rp. 11.000
Esteh Lemon	Medium	Rp. 11.000
Thai Tea	Medium	Rp. 8.000
Esteh Matcha Original	Medium	Rp. 15.000
Esteh Susu Nusantara	Medium	Rp. 9.000
Esteh Leci	Large	Rp. 15.000
Esteh Lemon	Large	Rp. 15.000
Thai Tea	Large	Rp. 14.000
Esteh Matcha Original	Large	Rp. 19.000
Esteh Susu Nusantara	Large	Rp. 15.000
Esteh Matcha Original	1 Liter	Rp. 72.000
Esteh Susu Nusantara	1 Liter	Rp. 66.000
Thai Tea	1 Liter	Rp. 66.000
Esteh Leci	1 Liter	Rp. 60.000
Esteh Lemon	1 Liter	Rp. 60.000
Tambahan Topping		
Cincau		Rp. 5.000

Krim sea Salt	Rp. 5.000
Coconut Jelly	Rp. 5.000
Krim Keju	Rp. 5.000
Pudding Susu	Rp. 5.000

Usaha esteh indonesia cabang tamalanrea menetapkan beberapa harga produk sesuai pada gambar tabel diatas, dalam hal ini saya melihat bahwa harga tersebut relatif terjangkau oleh konsumen. Namun demikian apakah harga tersebut dapat memberikan margin kontribusi yang baik, hal inilah yang menjadikan saya tertarik untuk melakukan penelitian dengan memilih **“PERLAKUAN BIAYA PADA USAHA ESTEH INDONESIA CABANG TAMALANREA DALAM MENETAPKAN HARGA”**.

2. Metodologi

2.1. Kerangka Teori

2.1.1 Pengertian Biaya

Biaya produksi mengacu pada total output yang diperlukan dalam proses produksi barang. Ini mencakup pendanaan untuk bahan baku, tenaga kerja, dan operasional. Pendanaan ini merupakan investasi yang diperlukan untuk memperoleh faktor-faktor produksi dan bahan yang dibutuhkan untuk menghasilkan produk.

Menurut Bastian Bustami dan Nurlela (2009:4), pembiayaan produksi yang merupakan bagian dari output pada sektor tersebut untuk dikembangkan mencakup bahan baku secara langsung, tenaga kerja, serta pembiayaan operasional pabrik. Sutriyono (2001:3) menjelaskan bahwa biaya produksi mencakup pengeluaran yang diperlukan agar bahan baku dapat diolah menjadi produk jadi.

Sedangkan penjelasan dari Mulyadi (2015:14) menyatakan bahwa biaya produksi mencakup semua pengeluaran yang diperlukan dalam proses transformasi agar produk tersebut dianggap layak untuk dijual sebagai barang jadi.

2.1.2 Unsur-Unsur Biaya Produksi

Biaya produksi, atau kadang disebut sebagai biaya produk, mencakup sejumlah output selama proses produksi. Ini meliputi dua komponen utama:

1. Biaya bahan baku langsung.

Dalam proses produksi, bahan merupakan elemen penting yang menentukan ketersediaan produk utuh dan dapat berasal dari berbagai sumber, baik lokal maupun impor. Bahan baku langsung merujuk pada bahan mentah yang langsung diubah menjadi produk jadi. Menurut Carter dan Usry (2008: 40), bahan baku langsung merupakan cakupan yang berkontribusi langsung pada proses produksi.

2. Biaya tenaga kerja langsung

Biaya tenaga kerja langsung merupakan aspek penting yang terkait dengan pendanaan dalam tahapan produksi. Ini meliputi upah dan pengeluaran untuk pembayaran pekerja yang berperan dalam menghasilkan suatu karya. Menurut Henry Simamora (2006:37), pekerja terlibat dalam proses transformasi bahan mentah menjadi barang jadi atau jasa yang disediakan oleh perusahaan.

3. Biaya Overhead Pabrik (*Factory Overhead Cost*)

Biaya produksi pabrik mencakup semua pengeluaran yang terjadi dalam tahapan produksi, kecuali biaya langsung untuk bahan baku dan tenaga kerja. Biaya-biaya ini

termasuk dalam kategori biaya produksi yang sulit diidentifikasi secara spesifik. Mulyadi (2009:194) menjelaskan bahwa pendanaan untuk kebutuhan pabrik dalam proses produksi meliputi berbagai jenis dana yang terjadi selama operasi pabrik tersebut berlangsung.

- 1) Biaya bahan penolong
mencakup barang-barang bukan cakupan melalui produk jadi tetapi memiliki nilai lebih rendah daripada harga pokok produksi.
- 2) Biaya reparasi dan pemeliharaan
melibatkan pengeluaran untuk suku cadang, peralatan pabrik, dan jasa dari pihak luar demi pembangunan dan memastikan aset tetap utuh.
- 3) Biaya tenaga kerja tidak langsung
terdiri dari biaya pegawai yang tidak secara langsung terkait dengan produksi, seperti gaji pekerja di bagian gudang.
- 4) Pengeluaran yang muncul dari penilaian aktiva tetap mencakup biaya depresiasi aktiva tetap yang terlibat dalam kegiatan operasional pabrik, seperti biaya depresiasi untuk peralatan mesin.
- 5) Biaya yang terkait dengan perjalanan waktu mencakup biaya asuransi serta pengeluaran lain yang terkait dengan pemeliharaan aset tetap.
- 6) Biaya overhead selainya yang mengharuskan output secara tunai meliputi biaya untuk perbaikan dan berbagai pengeluaran lainnya.

Membagi biaya merujuk terhadap objek bisa berlaku efektif dalam mengendalikan biaya operasional. Mengetahui bahwa biaya dapat dikaitkan langsung dengan item akan membantu manajemen memahami di mana letak biaya dan mempermudah pelacakan biaya ketika terjadi pemborosan.

2.1.3 Metode Penepatan Biaya

Pendekatan pertama, yang merupakan bagian dari variabel, mengindikasikan bahwa pendanaan produksi dihitung berdasarkan variabel yang berubah seiring dengan tingkat produksi. Sementara pendekatan kedua, yaitu metode ketetapan biaya, menganggap biaya produksi sebagai tetap tanpa memperhatikan seberapa banyak produk yang dihasilkan:

1. Full Costing

Dalam hal ini melibatkan penilaian segala tahapan produksi, termasuk biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik, baik yang bersifat variabel maupun tetap, dalam menentukan harga produk.

Biaya bahan baku	xxx
Biaya tenaga kerja langsung	xxx
Biaya overhead pabrik variabel	xxx
Biaya overhead pabrik tetap	xxx +
Biaya produksi.....	Rp. xxx

Melalui perhitungan total cost terhitung seluruh pembiayaan bagian produksi, termasuk bahan baku, pekerja, dan pendanaan mendukung akan diperhitungkan.

2. Variabel Costing

Dalam hal ini metode akan mempertimbangkan perhitungan hanya biaya variabel produksi sesuai cakupannya.

Biaya bahan baku	xxx
Biaya tenaga kerja langsung	xxx
Biaya overhead pabrik variabel	xxx +
Biaya produksi	Rp. xxx

Perhitungan pendanaan juga mencakup bagian pangsa marketing, administrasi, dll, sesuai dengan pendekatan berlaku.

2.1.4 Manfaat Informasi Harga Pokok Produk

Bagi instansi bergerak di bidang manufaktur custom, data pendanaan begitu bermanfaat dalam menetapkan penjualan yang harus dibayarkan terhadap konsumen. Biaya produksi dengan demikian, harga beli bagi seluruh konsumen akan berbeda-beda menyesuaikan produksi pengeluaran terhadap tahapan produksi pesanan tersebut. Dikirim agar ada pesannya yang dihasilkan.

Tidak hanya sekedar menetapkan harga yang diberlakukan, informasi biaya produksi juga penting dalam mengevaluasi pendapatan ataupun sebaliknya dari pesanan. Pada beberapa kondisi penetapan harga berlaku telah disesuaikan terhadap konsumen dengan demikian keputusan tetap berdasar pada manajemen terkait pesanan yang dimaksud. Dalam menghasilkan secara tepat, perlu mengetahui akumulasi penerimaan pendanaan yang didapat menjadi dasar menghindari kerugian. Tanpa informasi tentangnya, sulit bagi dalam menentukan kecocokan harga sesuai minat konsumen.

2.1.5 Pengertian Harga Jual

Harga beli merupakan kesepakatan antara penjual dan pembeli untuk pembayaran atas produk yang ditawarkan. Sementara harga jual mencerminkan nilai yang ditawarkan oleh penjual dan diharapkan dapat menutup biaya produksi, menghasilkan keuntungan, dan memenuhi permintaan pasar. Menurut Supriyono (2002:335), harga jual adalah jumlah aset yang terkumpul oleh suatu institusi melalui penjualan properti atau layanan jasa kepada pelanggan.

Harga jual juga merupakan pertukaran nilai produk yang ditanggung oleh konsumen kepada produsen atas barang yang dibeli (Sriyadi, 2001: 178). Harga jual juga berhubungan dengan pendanaan tahapan produksi dan distribusi sesuai dengan permintaan pasar (Aliminsyah dan Padi, 2003: 301). Oleh karena itu, harga jual dapat ditentukan sebagai biaya yang ditanggung atau direncanakan untuk produksi, atau sebaliknya, serta sebagai margin keuntungan di luar hasil yang diperlukan.

2.1.6 Faktor-Faktor Penentu Harga Jual

Harga merupakan faktor utama yang mempengaruhi profitabilitas dan persepsi pelanggan terhadap nilai produk. Untuk memastikan kesuksesan bisnis, sangat penting untuk menetapkan harga produk dengan tepat. Strategi penetapan harga yang baik melibatkan pemahaman mendalam tentang pemasaran dan harga yang sesuai dengan nilai produk, Anda dapat mengoptimalkan hasil dan kepuasan pelanggan. Berikut beberapa faktor penentu harga jual produk:

1. Kenali biaya produksi dan operasional
2. Pahami Pasar dan Pesaing
3. Pertimbangkan margin keuntungan yang diinginkan
4. Gunakan strategi penetapan harga yang sesuai
5. Hitung Harga Eksak dengan Akurasi
6. Uji harga pada pasar
7. Evaluasi dan sesuaikan secara berkala

2.1.7 Metode Penentuan Harga Jual

Menentukannya dianggap sebagai langkah kunci dalam membuat keputusan bisnis, seperti menerima atau menolak pesanan khusus, serta mengevaluasi kelangsungan usaha. Harga yang ditawarkan harus sesuai dengan nilai yang diinginkan oleh pelanggan.

1. Cost Plus Pricing

Dalam praktik sehari-hari, penggunaan metode yang senantiasa diberlakukan dikatakan cost-plus pricing, di mana ditentukan melalui penambahan margin ke biaya produksi. Cost plus pricing bertujuan untuk mencapai penerimaan yang diinginkan melampaui proses produksi serta hasil jual. Harga jual yang dihasilkan dari cost plus pricing dinilai melalui menambahkan margin ke total biaya produksi:

Harga jual = Perkiraan biaya total + keuntungan yang diharapkan

Biasanya, harga jual dapat dihitung dengan menggunakan rumus matematika yang sederhana:

Harga jual per unit = Biaya memiliki relevansi terhadap kuantitas + persentase mark-up (per unit)

2. Mark Up Pricing

Penambahan harga, yang disebut juga mark up pricing, adalah proses menaikkan harga produk dengan jumlah tertentu di atas biaya produksi. Metode ini dianggap sederhana dan umum dalam penetapan harga. Perhitungan persentase penambahan harga dilakukan dengan menggunakan rumus matematika:

Keuntungan + biaya tanpa pengharapan langsung dilatarbelakangi melalui ketersediaan produk

Persentase markup= -----

Biaya langsung didasarkan atas ketersediaan produk

3. Hubungan Biaya, Volume, dan Laba

Dalam proses pengambilan keputusan, informasi tentang biaya, volume, dan laba sangat penting. Manajemen memerlukan data untuk mengevaluasi berbagai alternatif keputusan dan merumuskan kebijakan masa depan. Biaya produksi memengaruhi penentuan harga jual produk, yang pada gilirannya berpengaruh bagi tingkat penjualan.

$$Q = \frac{FC + E\pi}{P - V}$$

2.1.8 Pengaruh Biaya Terhadap Harga Jual

Menurut Pinasih (2005:59), biaya produksi adalah biaya-biaya yang berkaitan dengan penciptaan suatu karya, yang serupa dengan pendapatan yang dihasilkan dari produk yang dijual. Biaya investasi menentukan harga suatu produk dan mempengaruhi besarnya keuntungan di masa depan. Dalam bukunya yang berjudul "Akuntansi Biaya", Mulyadi mengulas pentingnya faktor harga untuk memastikan harga penjualan yang berlaku. Dalam bukunya yang berjudul "Akuntansi Biaya", Namun, seiring dengan menurunnya biaya produksi suatu komoditas, maka harga jual komoditas tersebut juga menurun.

2.2. Studi Kasus**2.2.1 Data Produk dan Harga Jual**

Data tentang Produk dan harga jual yang saya peroleh adalah data sekunder, sebagai berikut:

TABEL 2.1
USAHA ESTEH INDONESIA CABANG TAMALANREA MAKASSAR
PRODUK DAN HARGA JUAL
TAHUN 2022

NO	NAMA PRODUK	UKURAN	HARGA
1	Esteh Leci	Medium	Rp. 11.000
2	Esteh Lemon	Medium	Rp. 11.000
3	Thai Tea	Medium	Rp. 8.000
4	Esteh Matcha Original	Medium	Rp. 15.000
5	Esteh Susu Nusantara	Medium	Rp. 9.000
6	Esteh Leci	Large	Rp. 15.000
7	Esteh Lemon	Large	Rp. 15.000
8	Thai Tea	Large	Rp. 14.000
9	Esteh Matcha Original	Large	Rp. 19.000
10	Esteh Susu Nusantara	Large	Rp. 15.000
11	Esteh Matcha Original	1 Liter	Rp. 72.000
12	Esteh Susu Nusantara	1 Liter	Rp. 66.000
13	Thai Tea	1 Liter	Rp. 66.000
14	Esteh Leci	1 Liter	Rp. 60.000
15	Esteh Lemon	1 Liter	Rp. 60.000
16	Cincau	Topping	Rp. 5.000
17	Krim sea salt	Topping	Rp. 5.000
18	Coconut jelly	Topping	Rp. 5.000
19	Krim keju	Topping	Rp. 5.000
20	Pudding susu	Topping	Rp. 5.000

Sumber: Usaha Esteh Indonesia, Cabang Tamalanrea Makassar

2.2.2 Data Tentang Biaya

Data tentang Biaya yang diperoleh adalah data primer, sebagai berikut:

TABEL 2.2
USAHA ESTEH INDONESIA CABANG TAMALANREA MAKASSAR
BIAYA-BIAYA YANG DILAKUKAN
TAHUN 2023

NO	URAIAN	RINCIAN JUMLAH	
		PER TAHUN/PER BULAN	
1	Franchise	Rp 40.584.500	PER TAHUN
2	Gaji	Rp 7.800.000	PER BULAN
3	Sewa Tempat	Rp 8.400.000	PER BULAN
4	Deposit	Rp 20.000.000	PER TAHUN
5	Biaya Renovasi	Rp 150.000.000	PER 3 TAHUN
6	Internet	Rp 400.000	PER BULAN
7	Moka Pos	Rp 225.000	PER BULAN
8	Cup	Rp 40.632.500	PER TAHUN
9	Bahan Dasar	Rp 3.990.000	PER BULAN
10	Gula Cair/susu kental manis	Rp 1.937.000	PER BULAN
11	Listrik & AiR	Rp 2.000.000	PER BULAN
12	Biaya Pengiriman	Rp 8.300.000	PER BULAN
13	Biaya Lainnya	Rp 1.000.000	PER BULAN

Sumber: Usaha Esteh Indonesia, Cabang Tamalanrea Makassar

2.2.3 Data Penjualan

Data tentang penjualan, adalah data primer, dan saya fomulasikan sebagai berikut:

TABEL 2.3
USAHA ESTEH INDONESIA CABANG TAMALANRE MAKASSAR
PENJUALAN PRODUK
TAHUN 2023

NO	JENIS PRODUK	PENJUALAN	HARGA	PENDAPATAN
1	Krim sea salt	3.640	Rp 5.000	Rp 18.200.000
2	Krim keju	3.630	Rp 5.000	Rp 18.150.000
3	Puding susu	3.610	Rp 5.000	Rp 18.050.000
4	Cincau	3.620	Rp 5.000	Rp 18.100.000
5	Coconut jelly	3.600	Rp 5.000	Rp 18.000.000
6	Thai The	2.100	Rp 8.000	Rp 16.800.000
7	Esteh Susu Nusantara	1.700	Rp 9.000	Rp 15.300.000
8	Esteh Leci	1.360	Rp 11.000	Rp 14.960.000
9	Esteh Lemon	1.350	Rp 11.000	Rp 14.850.000
10	Thai Tea	980	Rp 14.000	Rp 13.720.000
11	Esteh Matcha Original	840	Rp 15.000	Rp 12.600.000
12	Esteh Leci	850	Rp 15.000	Rp 12.750.000

13	Esteh Lemon	860	Rp 15.000	Rp 12.900.000
14	Esteh Susu Nusantara	860	Rp 15.000	Rp 12.900.000
15	Esteh Matcha Original	580	Rp 19.000	Rp 11.020.000
16	Esteh Leci	140	Rp 60.000	Rp 8.400.000
17	Esteh Lemon	140	Rp 60.000	Rp 8.400.000
18	Thai Tea	130	Rp 66.000	Rp 8.580.000
19	Esteh Susu Nusantara	120	Rp 66.000	Rp 7.920.000
20	Esteh Matcha Original	90	Rp 72.000	Rp 6.480.000
JUMLAH				Rp 268.080.000

Sumber: Usaha Esteh Indonesia, Cabang Tamaalanrea Makassar (data sudah diolah)

2.2.4 Analisis Perlakuan Biaya

Sesuai dengan topik yang dibahas bahwa perlakuan biaya untuk menetapkan harga jual, maka pengelompokan biaya yang dilakukan adalah berdasarkan sifat biaya dengan volume kegiatan. Dengan demikian maka biaya dikelompokkan. Adapun pengelompokkannya yakni:

1. Kelompok Biaya Tetap

TABEL 2.4
USAHA ESTEH INDONESIA CABANG TAMALANRE MAKASSAR
BIAYA TETAP
TAHUN 2023

URAIAN	RINCIAN JUMLAH		BLN/THN	BIAYA PER TAHUN		
	PER TAHUN/PER BULAN					
Franchise	Rp	40.584.500	PER TAHUN	1	Rp	40.584.500
Gaji	Rp	7.800.000	PER BULAN	12	Rp	93.600.000
Sewa Tempat	Rp	8.400.000	PER BULAN	12	Rp	100.800.000
Deposit	Rp	20.000.000	PER TAHUN	1	Rp	20.000.000
Biaya Renovasi	Rp	150.000.000	PER 3 TAHUN	3	Rp	50.000.000
Internet	Rp	400.000	PER BULAN	12	Rp	4.800.000
Moka Pos	Rp	225.000	PER BULAN	12	Rp	2.700.000
JUMLAH					Rp	312.484.500

Sumber: Usaha Esteh Indonesia, Cabang Tamalanrea Makassar (data sudah diolah)

2. Kelompok Biaya Variabel

TABEL 2.5
USAHA ESTEH INDONESIA CABANG TAMALANRE MAKASSAR
BIAYA VARIABEL
TAHUN 2023

URAIAN	RINCIAN JUMLAH			BIAYA PER TAHUN
	PER TAHUN/PER BULAN		BLN/THN	
Cup	Rp 40.632.500	PER TAHUN	1	Rp 40.632.500
Bahan Dasar	Rp 3.990.000	PER BULAN	12	Rp 47.880.000
Gula Cair/susu	Rp 1.937.000	PER BULAN	12	Rp 23.244.000

kental manis						
Listrik & Aie	Rp	2.000.000	PER BULAN	12	Rp	24.000.000
Biaya Pengiriman	Rp	8.300.000	PER BULAN	12	Rp	99.600.000
Biaya Lainnya	Rp	1.000.000	PER BULAN	12	Rp	12.000.000
JUMLAH					Rp	247.356.500

Sumber: Usaha Esteh Indonesia, Cabang Tamalanrea Makassar (data sudah diolah dari tabel 2.1)

3. Alokasi Biaya Terhadap Setiap Jenis Produk

Oleh karena Usaha ini memproduksi produk dalam bentuk produk bersama (lebih dari satu produk), maka biaya-biaya dialokasikan terhadap setiap jenis produk. Adapun metode yang dilakukan untuk mengalokasikan biaya, adalah berdasarkan nilai jual, oleh karena dalam kenyataannya produk berbeda secara signifikan dalam hal harga jual dan volume (Cup atau Kemasan). Adapun Pengalokasiannya, adalah sebagai berikut:

TABEL 2.6
USAHA ESTEH INDONESIA CABANG TAMALANRE MAKASSAR
ALOKASI BIAYA TERHADAP JENIS PRODUK
TAHUN 2023

NO	JENIS PRDUK	PENDAPATAN	% ALOKASI	BIAYA TETAP	BIAYA VARIABEL
1	Krim sea salt	18.200.000	2,98%	Rp 9.320.252	Rp 7.377.726
2	Krim keju	18.150.000	2,97%	Rp 9.294.647	Rp 7.357.457
3	Pudding susu	18.050.000	2,96%	Rp 9.243.437	Rp 7.316.920
4	Cincau	18.100.000	2,97%	Rp 9.269.042	Rp 7.337.189
5	Coconut jelly	18.000.000	2,95%	Rp 9.217.832	Rp 7.296.652
6	Thai The	16.800.000	2,75%	Rp 8.603.310	Rp 6.810.208
7	Esteh Susu Nusantara	15.300.000	2,51%	Rp 7.835.157	Rp 6.202.154
8	Esteh Leci	14.960.000	2,45%	Rp 7.661.042	Rp 6.064.328
9	Esteh Lemon	14.850.000	2,43%	Rp 7.604.711	Rp 6.019.738
10	Thai Tea	13.720.000	2,25%	Rp 7.026.036	Rp 5.561.670
11	Esteh Matcha Original	12.600.000	2,06%	Rp 6.452.482	Rp 5.107.656
12	Esteh Leci	12.750.000	2,09%	Rp 6.529.298	Rp 5.168.462
13	Esteh Lemon	12.900.000	2,11%	Rp 6.606.113	Rp 5.229.267
14	Esteh Susu Nusantara	12.900.000	2,11%	Rp 6.606.113	Rp 5.229.267
15	Esteh Matcha Original	11.020.000	1,81%	Rp 5.643.362	Rp 4.467.172
16	Esteh Leci	8.400.000	1,38%	Rp 4.301.655	Rp 3.405.104
17	Esteh Lemon	8.400.000	1,38%	Rp 4.301.655	Rp 3.405.104
18	Thai Tea	8.580.000	1,41%	Rp 4.393.833	Rp 3.478.071
19	Esteh Susu Nusantara	7.920.000	1,30%	Rp 4.055.846	Rp 3.210.527
20	Esteh Matcha Original	6.480.000	1,06%	Rp 3.318.419	Rp 2.626.795
JUMLAH		268.080.000	100,00%	Rp 137.284.242	Rp 108.671.467

Sumber: Usaha Esteh Indonesia, Cabang Tamalanrea Makassar (data sudah diolah dari tabel 2.1. dan 2.2)

4. Penetapan Harga Jual

Sekalipun Harga Jual sudah ditetapkan dari pusat, namun setiap cabang dapat mengurangi menurunkan harga jual dalam bentuk discount, demi menarik pembeli. Oleh karena itu maka penetapan harga jual ini

sssdmaksudkan untuk memberikan gambaran besarnya harga jual atau discount yang dapat diberikan, dengan tujuan untuk menarik pelanggan dan tetap bisa mencapai target laba yang diinginkan Cabang Tamalanrea Makassar. Adapun metode ang dipergunakan yakni Break Event atau metode hubungan biaya, volume dan laba, dengan rumus:

$$Q = \frac{FC + E\pi}{P - V}$$

Keterangan :

Q = Volume penjualan/kuantitas produk

FC = Biaya tetap

E π = Laba yang diharapkan

P = Harga jual

V = Biaya variabel per unit

Atau

$$Q = \frac{BT + L}{H - V}$$

Keterangan :

Q = Volume penjualan/kuantitas produk

T = Biaya tetap

L = Laba yang diharapkan

H = Harga jual

V = Biaya variabel per unit

Secara matematika, maka rumus di atas, dapat diformulasikan ulang, sehingga bisa langsung digunakan. Adapun formulasinya, adalah sebagai berikut:

$$Q = \frac{BT + L}{H - V}$$

$$(H - V) Q = BT + L$$

$$QH = BT + L + VQ$$

$$H = \frac{BT + L + VQ}{Q}$$

Oleh karena produk yang dikelola usaha ini sangat banyak yaitu 48 jenis, maka untuk memudahkan perhitungan harga dilakukann dengann menggunakan excel (tdk dilakukan secara manual satu persatu), dengan menggunakan formula (rumus)

$$H = \frac{BT + L + VQ}{Q}$$

Adapun hasil perhitungannya dengan menggunakan Excel, adalah sebagai berikut:

TABEL 2.7
USAHA ESTEH INDONESIA CABANG TAMALANRE MAKASSAR
PERHITUNGAN HARGA JUAL
TAHUN 2023

NO	JENIS PRODUK	FC	L	V	Q	QV	FC + L + QV	H = (FC+L+QV)/Q
		1	2	3	4	5 = 3 x 4	6 = 1 + 2 + 5	7 = 6 / 4
1	Krim sea salt	Rp 9.320.252	Rp 500.000	Rp 2.000	3.640	Rp 7.280.000	Rp 17.100.252	Rp 4.698
2	Krim keju	Rp 9.294.647	Rp 500.000	Rp 2.000	3.630	Rp 7.260.000	Rp 17.054.647	Rp 4.698
3	Pudding susu	Rp 9.243.437	Rp 500.000	Rp 2.000	3.610	Rp 7.220.000	Rp 16.963.437	Rp 4.699

4	Cincau	Rp 9.269.042	Rp 500.000	Rp 2.000	3.620	Rp 7.240.000	Rp 17.009.042	Rp 4.699
5	Coconut jelly	Rp 9.217.832	Rp 500.000	Rp 2.000	3.600	Rp 7.200.000	Rp 16.917.832	Rp 4.699
6	Thai The	Rp 8.603.310	Rp 500.000	Rp 3.250	2.100	Rp 6.825.000	Rp 15.928.310	Rp 7.585
7	Esteh Susu Nusantara	Rp 7.835.157	Rp 500.000	Rp 3.500	1.700	Rp 5.950.000	Rp 14.285.157	Rp 8.403
8	Esteh Leci	Rp 7.661.042	Rp 450.000	Rp 4.500	1.360	Rp 6.120.000	Rp 14.231.042	Rp 10.464
9	Esteh Lemon	Rp 7.604.711	Rp 450.000	Rp 4.500	1.350	Rp 6.075.000	Rp 14.129.711	Rp 10.466
10	Thai Tea	Rp 7.026.036	Rp 400.000	Rp 5.500	980	Rp 5.390.000	Rp 12.816.036	Rp 13.078
11	Esteh Matcha Original	Rp 6.452.482	Rp 400.000	Rp 6.000	840	Rp 5.040.000	Rp 11.892.482	Rp 14.158
12	Esteh Leci	Rp 6.529.298	Rp 400.000	Rp 6.000	850	Rp 5.100.000	Rp 12.029.298	Rp 14.152
13	Esteh Lemon	Rp 6.606.113	Rp 400.000	Rp 6.000	860	Rp 5.160.000	Rp 12.166.113	Rp 14.147
14	Esteh Susu Nusantara	Rp 6.606.113	Rp 400.000	Rp 6.000	860	Rp 5.160.000	Rp 12.166.113	Rp 14.147
15	Esteh Matcha Original	Rp 5.643.362	Rp 350.000	Rp 8.000	580	Rp 4.640.000	Rp 10.633.362	Rp 18.333
16	Esteh Leci	Rp 4.301.655	Rp 250.000	Rp 25.000	140	Rp 3.500.000	Rp 8.051.655	Rp 57.512
17	Esteh Lemon	Rp 4.301.655	Rp 250.000	Rp 25.000	140	Rp 3.500.000	Rp 8.051.655	Rp 57.512
18	Thai Tea	Rp 4.393.833	Rp 250.000	Rp 27.000	130	Rp 3.510.000	Rp 8.153.833	Rp 62.722
19	Esteh Susu Nusantara	Rp 4.055.846	Rp 250.000	Rp 27.000	120	Rp 3.240.000	Rp 7.545.846	Rp 62.882
20	Esteh Matcha Original	Rp 3.318.419	Rp 200.000	Rp 32.000	90	Rp 2.880.000	Rp 6.398.419	Rp 71.094

Sumber: Usaha Esteh Indonesia, Cabang Tamalanrea Makassar (data sudah diolah)

Dengan demikian, maka harga jual yang dapat diberlakukan untuk setiap jenis produk, untuk menarik pelanggan dan sekaligus mencapai laba minimal yang diharapkan dari setiap jenis produk, dapat dilihat secara rinci pada kolom 9 pada tabel 2.7

5. Perbandingan Harga Menurut Perusahaan Dengan Hasil Perhitungan

Berikut ini akan disajikan perbandingan harga oleh Perusahaan dengan harga hasil perhitungan.

TABEL 2.8

**USAHA ESTEH INDONESIA CABANG TAMALANREA MAKASSAR
PERBANDINGAN HARGA PERUSAHAAN DENGAN PERHITUNGAN
TAHUN 2023**

NO	NAMA PRODUK	HARGA PERUSAHAAN	HARGA HASIL PERHITUNGAN	SELISIH DISCOUNT
1	Krim sea salt	Rp 5.000	Rp 4.698	Rp 316
2	Krim keju	Rp 5.000	Rp 4.698	Rp 302
3	Pudding susu	Rp 5.000	Rp 4.699	Rp 301
4	Cincau	Rp 5.000	Rp 4.699	Rp 301
5	Coconut jelly	Rp 5.000	Rp 4.699	Rp 301
6	Thai Tea	Rp 8.000	Rp 7.585	Rp 415
7	Esteh Susu Nusantara	Rp 9.000	Rp 8.403	Rp 597
8	Esteh Leci	Rp 11.000	Rp 10.464	Rp 536
9	Esteh Lemon	Rp 11.000	Rp 10.466	Rp 534

10	Thai Tea	Rp	14.000	Rp	13.078	Rp	922
11	Esteh Matcha Original	Rp	15.000	Rp	14.158	Rp	842
12	Esteh Leci	Rp	15.000	Rp	14.152	Rp	848
13	Esteh Lemon	Rp	15.000	Rp	14.147	Rp	853
14	Esteh Susu Nusantara	Rp	15.000	Rp	14.147	Rp	853
15	Esteh Matcha Original	Rp	19.000	Rp	18.333	Rp	667
16	Esteh Leci	Rp	60.000	Rp	57.512	Rp	2.488
17	Esteh Lemon	Rp	60.000	Rp	57.512	Rp	2.488
18	Thai Tea	Rp	66.000	Rp	62.722	Rp	3.278
19	Esteh Susu Nusantara	Rp	66.000	Rp	62.882	Rp	3.118
20	Esteh Matcha Original	Rp	72.000	Rp	71.094	Rp	906

Dari tabel 2.8 dapat dilihat bahwa terdapat selisih harga antara harga Perusahaan dengan harga hasil perhitungan pada kolom 5. Selisih harga inilah yang dapat diberikan sebagai discount sehingga dapat menarik pelanggan, terutama jika pelanggan membeli lebih dari 1 unit produk.

Kesimpulan

Hasil penelitian dan pembahasan tentang “perlakuan biaya pada usaha esteh indonesia cabang tamalanrea dalam menetapkan harga” maka penulis menarik kesimpulan bahwa perusahaan dapat memberikan tawaran harga yang lebih kompetitif yang dapat meningkatkan potensi penjualan serta, terdapat selisih harga antara harga jual perusahaan dengan harga jual hasil perhitungan. Inilah yang dapat diberikan sebagai discount sehingga dapat menarik pelanggan, terutama jika pelanggan membeli lebih dari 1 unit produk.

Daftar Pustaka

- Aliminsyah dan Padji. (2003). Kamus Istilah Akuntansi, Bandung Yrama Widya
- Bustami, Bastian dan Nurlela. 2009. Akuntansi Biaya, edisi I, Mitra Wacana, Media, Jakarta.
- Bambang, Hariadi (2003). Strategi Manajemen Artikel Cendekiawan. Bayumedia Publishing
- Dian Eka Sari Simbolong. (2019). Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Penentuan Harga Jual Pada Ud Martabe Kacang Sihobuk Di Kecamatan Sipoholon Kabupaten Tapanuli Utara. Skripsi Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area, Medan
- Happy Chandra Wardhana, Jawoto Nuswantoro, Gustin Padwa Sari, (2022). Analisis Break Even Point Sebagai Dasar Perencanaan Laba Pada Rumah Makan Ayam Bakar Aa' Bangunrejo Lampung Tengah. Universitas Muhammadiyah Metro, Expensive Jurnal Akuntansi dan Keuangan, Volume 1 Number 3 Page 328-347
- Lundu Bontor Shite, Sudarmo (2012). Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Pada Perusahaan Garam Beryodium (Studi Kasus Pada Ud. Empat Mutiara). Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro. Diponegoro Journal Of Accounting, Volume 1, Nomor 2, Tahun 2012, Halaman 1-15
- Laura Retno Zulfiati. (2021). Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Harga Jual Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019”. Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area, Medan

Suwarni, Kaulan, Sahridi Yanopi. (2019). Analisis Biaya Produksi Dalam Penetapan Harga Jual Digital Printing Pada Cv. Fortunnaadvertising Kota Bengkulu. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Dehasen Bengkulu.