

Analisis Harga Pokok Produksi Terhadap Penetapan Harga Jual Produk di CV. ABC

Nusgiyanti ¹ Riny Jefri²

¹Universitas Terbuka

²Universitas Negeri Makassar

Abstrak

Penelitian ini bermaksud untuk menganalisis harga pokok produksi terhadap penetapan harga jual produk pada perusahaan manufaktur. Harga pokok produksi adalah salah satu elemen krusial dalam menetapkan harga jual karena berhubungan langsung dengan pengeluaran yang terjadi selama proses produksi. Dalam konteks perusahaan manufaktur, pemahaman yang baik mengenai komponen harga pokok produksi sangat krusial agar perusahaan dapat menentukan harga jual yang kompetitif dan tetap memperoleh laba. Penelitian ini menggunakan metode campuran (mixed methods) dengan menggunakan pendekatan Full Costing. Data kemudian dikumpulkan dari literatur – literatur terkait dengan cara mengkaji lebih dalam tentang harga pokok produksi, harga pokok penjualan dan perusahaan manufaktur, termasuk jurnal, dan buku. Hasil penelitian menunjukkan adanya peningkatan harga pokok produksi pada tahun 2024 dibandingkan pada tahun 2023, peristiwa ini dipengaruhi akibat dari peningkatan harga bahan baku dan upah karyawan. Sebagai akibatnya, harga jual produk mengalami kenaikan dari tahun 2023 hingga tahun 2024. Hal ini mengindikasikan bahwa harga pokok produksi memiliki dampak yang besar terhadap harga penjualan. Penelitian ini memberikan wawasan bahwa perubahan dalam harga pokok produksi harus diikuti dengan penyesuaian harga jual untuk mencapai target laba perusahaan.

Kata Kunci: *Harga Jual; Harga Pokok; Produksi*

Abstract

This study aims to analyze the cost of production against the determination of product selling prices in manufacturing companies. The cost of production is one of the crucial elements in determining the selling price because it is directly related to the expenses incurred during the production process. In the context of manufacturing companies, a good understanding of the components of the cost of production is crucial so that companies can determine competitive selling prices and still make a profit. This research uses a mixed method using the Full Costing approach. Data was then collected from related literature by studying more deeply the cost of production, cost of sales and manufacturing companies, including journals and books. The results of the study showed an increase in the cost of production in 2024 compared to 2023, this event was influenced by the increase in raw material prices and employee wages. As a result, the selling price of the product increased from 2023 to 2024. This indicates that the cost of production has a major impact on the selling price. This study provides insight that changes in the cost of production must be followed by adjustments to the selling price to achieve the company's profit target.

Keywords: *Selling Price; Cost of Goods; Production*

✉ Corresponding author :

Email Address : mayliya95@gmail.com

PENDAHULUAN

Di dalam dunia bisnis, Salah satu elemen krusial yang mempengaruhi kesuksesan perusahaan. adalah kemampuan dalam menentukan harga jual produk dengan akurat, penetapan harga yang tepat dapat mendukung daya saing produk di pasar, mempertahankan loyalitas pelanggan, dan meningkatkan profitabilitas perusahaan. Dalam konteks perusahaan manufaktur, harga jual produk sangat bergantung pada biaya produksi utama (HPP). Harga pokok produksi (HPP) menjadi acuan bagi perusahaan untuk menetapkan harga terendah yang diperlukan guna menutupi biaya produksi dan memperoleh laba yang diinginkan. HPP mencakup total biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan satu unit produk hingga siap dipasarkan. Elemen utama HPP dalam perusahaan manufaktur terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Setiap peningkatan dalam biaya-biaya tersebut akan berpengaruh langsung terhadap kenaikan HPP, yang pada gilirannya akan memengaruhi harga jual produk.

Menurut teori biaya produksi, harga pokok produksi menjadi dasar dalam perhitungan harga jual produk. Jika HPP terlalu tinggi, harga jual produk juga akan tinggi, sehingga berpotensi mengurangi daya saing produk di pasar. Sebaliknya, jika HPP dapat dikelola secara efisien, perusahaan dapat menetapkan harga jual yang lebih bersaing tanpa mengorbankan margin keuntungan. Hal ini sejalan dengan pendapat Gina dan Afif at al, (2024), yang menyatakan bahwa HPP memiliki hubungan langsung dengan harga jual, karena menjadi faktor dasar dalam perhitungan harga. Teori markup pricing, sebagaimana dijelaskan oleh Guilding dalam firmansyah dan Mulyadi at al,(2023), menyatakan bahwa perusahaan manufaktur sering kali menambahkan persentase markup yang sesuai dengan mempertimbangkan ukuran perusahaan, jenis produk yang ditawarkan, kondisi persaingan, dan kemampuan daya beli konsumen terhadap HPP untuk mencapai target keuntungan. Ini menunjukkan bahwa semakin besar HPP, semakin besar pula markup yang perlu diterapkan untuk mencapai margin keuntungan yang diharapkan. Dengan demikian, pengelolaan HPP menjadi sangat penting bagi perusahaan manufaktur dalam menetapkan harga jual yang mampu bersaing di pasar.

Selain faktor biaya, perusahaan manufaktur juga harus memperhatikan kondisi pasar dan tingkat persaingan dalam menetapkan harga jual. Dalam pandangan Utami (2019), Perusahaan diharuskan untuk memproduksi barang dan jasa yang memiliki nilai dan kualitas tinggi. Tujuannya adalah untuk menghadapi kompetisi antar perusahaan yang memproduksi produk serupa. Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi perusahaan manufaktur untuk menentukan harga jual yang ideal untuk memperkuat keunggulan kompetitif suatu perusahaan.

Dasar dari penelitian ini berakar pada fakta bahwa perusahaan manufaktur harus menghadapi tantangan biaya produksi yang terus meningkat. Untuk menghadapi persaingan yang semakin sengit, perusahaan perlu mengoptimalkan efisiensi biaya produksi agar dapat menentukan harga jual yang kompetitif namun tetap menguntungkan. Penelitian ini juga berangkat dari kebutuhan perusahaan untuk mengoptimalkan proses penetapan harga jual produk, sehingga dapat meningkatkan profitabilitas dan mempertahankan keberlangsungan usaha. Dalam menghadapi kenaikan biaya bahan baku marmer dan ketidakpastian ekonomi, CV. ABC perlu memastikan bahwa harga jual produknya tidak hanya mencakup biaya produksi, tetapi juga cukup kompetitif agar dapat menarik konsumen. Oleh karena itu, penelitian mengenai analisis HPP terhadap harga jual produk ini dianggap relevan untuk memberikan wawasan bagi perusahaan dalam menyusun strategi harga yang efektif.

harga jual produk ini dianggap relevan untuk memberikan wawasan bagi perusahaan dalam menyusun strategi harga yang efektif.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Harga Pokok Produksi (HPP) terhadap harga jual produk di CV. ABC. Pendekatan yang digunakan adalah full costing, di mana penentuan harga pokok produksi memperhitungkan seluruh biaya produksi, termasuk biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perusahaan manufaktur dalam memahami pentingnya pengelolaan biaya produksi serta dampaknya terhadap harga jual produk. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan panduan dalam merumuskan strategi penetapan harga yang lebih kompetitif.

METODOLOGI

Penelitian ini mengadopsi metode campuran (mixed methods) dengan pendekatan full costing. Metode campuran mengintegrasikan pendekatan kuantitatif dan kualitatif untuk memperoleh data yang lebih lengkap, akurat, dapat dipertanggungjawabkan, dan obyektif. Pendekatan kuantitatif dipilih untuk mengukur pengaruh harga pokok produksi terhadap penentuan harga jual produk pada perusahaan manufaktur. Teknik analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan data terkait harga pokok produksi dan harga jual produk.

Data kuantitatif diperoleh melalui dokumentasi dan pengamatan terhadap proses produksi serta laporan keuangan perusahaan. Di sisi lain, pendekatan kualitatif diterapkan untuk menggali faktor-faktor yang memengaruhi keputusan harga jual melalui wawancara. Analisis kuantitatif dilakukan dengan menghitung harga pokok produksi dan membandingkannya dengan harga jual untuk menilai margin keuntungan, sedangkan analisis kualitatif dilakukan dengan menganalisis wawancara untuk mengidentifikasi aspek-aspek strategis yang mempengaruhi penetapan harga.

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan yang lebih dalam tentang hubungan antara harga pokok produksi dan harga jual serta memberikan rekomendasi yang berguna bagi perusahaan dalam menetapkan harga produk yang optimal. Sampel penelitian ini mencakup data laporan keuangan CV. ABC untuk periode 2023-2024, yang terutama berfokus pada informasi harga pokok produksi dan harga jual produk. Objek penelitian ini adalah CV. ABC, perusahaan yang bergerak di bidang produksi barang jadi, terutama dalam pembuatan paket meja dan kitchen set, di mana penetapan harga jual sangat dipengaruhi oleh harga pokok produksi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

CV. ABC merupakan sebuah perusahaan manufaktur yang berfokus pada produksi berbagai jenis produk. berbahan dasar marmer, berlokasi di Jawa Tengah. Perusahaan ini berfokus pada produksi meja dan set kitchen yang mengutamakan kualitas tinggi, keindahan, dan daya tahan. Menggunakan bahan baku marmer terbaik yang diperoleh dari sumber terpercaya, CV. ABC berkomitmen untuk menghasilkan produk yang memenuhi standar estetika dan fungsionalitas bagi pelanggan. Perusahaan ini melayani berbagai segmen pasar, mulai dari kebutuhan rumah tangga hingga proyek interior untuk perkantoran, restoran, dan hotel. Setiap produk

yang dihasilkan dirancang secara eksklusif dan dikerjakan oleh tenaga profesional yang memiliki keahlian dan pengalaman di bidangnya. Dengan mengedepankan pendekatan customer-centric, CV. ABC juga menawarkan layanan custom design untuk menyesuaikan produk dengan kebutuhan dan preferensi pelanggan.

CV. ABC tidak hanya memproduksi meja dan set kitchen berkualitas, tetapi juga menerapkan proses produksi yang efisien dengan memperhatikan dampak lingkungan. Perusahaan terus berinovasi dalam teknologi dan desain untuk menciptakan produk yang unggul dan memberikan nilai tambah bagi para pelanggan. Misi perusahaan adalah menjadi pilihan utama dalam industri marmer dengan menyediakan produk premium yang menggabungkan keindahan alami marmer dengan fungsionalitas modern. Visi CV. ABC adalah berkontribusi dalam memperkaya estetika ruang hidup dan kerja masyarakat melalui karya seni berbasis marmer.



Gambar 1. Meja dan Set Kitchen

Perusahaan manufaktur adalah jenis perusahaan yang melakukan aktivitas pengolahan bahan baku menjadi barang jadi untuk kemudian dijual. Proses ini dikenal sebagai produksi, dan pengelolaan terkait kegiatan produksi biasanya diatur dalam akuntansi biaya. Akuntansi biaya adalah cabang khusus dalam ilmu akuntansi yang berfokus pada perencanaan, perhitungan, dan pengendalian biaya dalam suatu perusahaan. Bidang ini sering dihubungkan dengan perusahaan manufaktur dikarenakan fokus pembahasan dalam akuntansi biaya berkaitan dengan penghitungan biaya-biaya produksi yang dianggap hanya dapat diterapkan dalam perusahaan manufaktur. Dalam menggunakan informasi biaya dapat menjalankan strategi-strategi perusahaan yaitu Menentukan Harga Pokok Produk yang Dihasilkan, merencanakan, mengendalikan harga, Sebagai pertimbangan dalam mengambil keputusan khusus. Dalam proses manufaktur, terdapat biaya manufaktur yang juga dikenal sebagai biaya pabrikasi, biaya pabrik, atau biaya produksi. Biaya ini mencakup total dari tiga komponen utama, yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Komponen biaya bahan baku langsung serta tenaga kerja langsung disebut sebagai biaya utama (prime cost). Sementara itu, tenaga kerja langsung bersama overhead pabrik disebut sebagai biaya konversi (conversion cost).

Penelitian yang dilakukan oleh Fitri dalam Gina dan Afif et al, (2024) di perusahaan Meubel "Sekawan" Barabai menunjukkan bahwa penggolongan biaya di

perusahaan tersebut belum dilakukan dengan benar. Contohnya, biaya bahan penolong masih digabungkan dalam biaya bahan baku, sedangkan biaya overhead pabrik, seperti penyusutan aset tetap, belum diperhitungkan. Selain itu, perhitungan biaya produksi belum sepenuhnya sesuai dengan prinsip akuntansi biaya karena hanya meliputi biaya bahan baku dan tenaga kerja. Penelitian lain oleh Noviasari dalam Gina dan Afif at al, (2024) di UMKM Sepatu Heriyanto menemukan bahwa penerapan metode Full Costing untuk menghitung harga pokok produksi dan metode Cost Plus Pricing untuk menentukan harga jual menghasilkan nilai yang lebih tinggi dibandingkan dengan metode yang digunakan oleh perusahaan. Hal ini disebabkan oleh ketidakmasukan rincian biaya overhead pabrik, seperti biaya gas, listrik, pemeliharaan mesin dan kendaraan pabrik, serta penyusutan aset tetap dalam perhitungan perusahaan.

Berdasarkan kedua penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa perhitungan harga produksi yang hanya mempertimbangkan harga bahan baku atau pekerja tidak sesuai dengan konsep akuntansi biaya. Untuk memperoleh hasil yang akurat terkait biaya produksi dan menetapkan harga jual secara tepat, perusahaan perlu menghitung biaya produksi secara detail. Menurut temuan yang penulis peroleh dari penelitian di CV. ABC, perubahan harga pokok produksi yang mencakup biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik menunjukkan fluktuasi yang cenderung meningkat. Kontribusi terbesar berasal dari biaya bahan baku, yang dipengaruhi oleh nilai tukar rupiah serta harga kain yang diperoleh dari distributor. Untuk memperoleh informasi lebih detail mengenai perkembangan harga pokok produksi pada periode 2023-2024, dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1: Harga Pokok Produksi Marmer Periode Tahun 2023-2024

Tahun	Biaya Bahan Baku (Rp)	Biaya Tenaga Kerja Langsung (Rp)	Biaya Overhead Pabrik (Rp)	Harga Pokok Produksi (Rp)
2023	102.724.000	129.000.000	60.000.000	291.724.000
2024	124.200.000	162.000.000	80.000.000	366.200.000

Sumber: Hasil penelitian (2024)

Mengacu data pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa harga pokok produksi untuk produk Marmer pada tahun 2023 sebesar Rp 291.724.000 dengan hasil 50 paket meja dan kitchen set. Pada tahun 2024, harga pokok produksi meningkat menjadi Rp 366.200.000 dibandingkan tahun sebelumnya, meskipun jumlah produk yang dihasilkan tetap 50 paket meja dan kitchen set. Kenaikan hal ini disebabkan oleh kenaikan harga bahan baku yang dipakai dalam proses produksi serta kenaikan upah pegawai. Kenaikan upah ini dipengaruhi oleh tingginya permintaan konsumen terhadap produk Meja dan Kitchen Set di CV. ABC. Kenaikan upah bertujuan untuk menjaga kualitas produk yang dihasilkan, sehingga dapat memproduksi marmer dalam jumlah yang lebih banyak, meningkatkan permintaan, dan pada akhirnya meningkatkan laba perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan pada CV. ABC, perusahaan menetapkan harga jual produknya dengan menggunakan pendekatan full costing, yang mencakup biaya produksi, biaya non-

produksi, dan laba yang diinginkan. Perusahaan telah memutuskan untuk menetapkan target laba sebesar 25%. Seiring waktu, perkembangan harga jual menunjukkan fluktuasi yang cenderung meningkat.

Berikut perhitungan biaya produksi dengan pendekatan full costing pada tahun 2023:

$$\begin{aligned}
 \text{Biaya per unit} &= \frac{\text{Harga pokok produksi}}{\text{Jumlah unit}} \\
 &= \frac{\text{Rp.291.724.000}}{50} \\
 &= 5.834.480 \\
 \text{Harga jual} &= \text{HPP} + (25\% \times \text{HPP}) \\
 &= 291.724.000 + (25\% \times 291.724.000) \\
 &= 364.655.000 \\
 \text{Harga jual per unit} &= \frac{\text{Harga Jual}}{\text{Jumlah Unit}} \\
 &= \frac{72.931.000}{50} \\
 &= 1.458.620
 \end{aligned}$$

Biaya produksi pada tahun 2024 yaitu:

$$\begin{aligned}
 \text{Biaya per unit} &= \frac{\text{Harga Pokok Produksi}}{\text{jumlah unit}} \\
 &= \frac{366.200.000}{50} \\
 &= 7.324.000 \\
 \text{Harga jual} &= \text{HPP} + (25\% \times \text{HPP}) \\
 &= 366.200.000 + (25\% \times 366.200.000) \\
 &= 457.750.000 \\
 \text{Harga jual per unit} &= \frac{\text{Harga jual}}{\text{jumlah unit}} \\
 &= \frac{457.750.000}{50} \\
 &= 9.155.000
 \end{aligned}$$

Tabel 2: Harga Jual Marmer Periode Tahun 2023-2024

	Harga Jual Per Unit(Rp)	Total Penjualan 50 paket
2023	5.834.480	364.655.000
2024	7.324.000	457.750.000

Tabel 2. di atas menunjukkan perkembangan harga jual marmer pada CV. ABC dari tahun 2023 ke tahun 2024. Terdapat peningkatan harga jual per unit dari Rp 5.834.480 pada tahun 2023 menjadi Rp 7.324.000 pada tahun 2024, yang mencerminkan perusahaan mengalami peningkatan harga jual per unit marmer, disebabkan oleh kenaikan biaya produksi dan kebijakan penetapan harga untuk mencapai target laba sebesar 25%. Kenaikan ini diikuti oleh peningkatan dalam total penjualan, menunjukkan adanya pertumbuhan dalam pendapatan meskipun harga per unit mengalami kenaikan .

Pembahasan

1. Perkembangan Harga Pokok Produksi (HPP)

Harga pokok produksi pada CV. ABC mengalami kenaikan antara tahun 2023 dan 2024. Pada tahun 2023, total biaya produksi adalah Rp 291.724.000 untuk menghasilkan 50 paket meja dan set kitchen, yang berarti biaya pokok produksi per item adalah sekitar Rp 5.834.480. Sementara itu, pada tahun 2024, biaya produksi meningkat menjadi Rp 366.200.000 untuk jumlah unit yang sama, sehingga harga pokok produksi per unit menjadi Rp 7.324.000.

Penyebab utama dari kenaikan harga pokok produksi ini adalah:

1. Kenaikan harga bahan baku: Harga bahan baku marmer yang digunakan dalam proses produksi diakibatkan oleh perubahan nilai tukar rupiah terhadap mata uang asing serta harga bahan baku dari distributor. Marmer merupakan bahan yang memiliki harga yang cukup sensitif terhadap perubahan nilai tukar, sehingga ketika nilai tukar melemah, biaya bahan baku akan mengalami kenaikan.
2. Kenaikan biaya tenaga kerja: CV. ABC melakukan penyesuaian upah pegawai untuk mempertahankan kualitas produk dan untuk memenuhi permintaan yang terus meningkat. Upah tenaga kerja yang lebih tinggi ini merupakan langkah strategis perusahaan untuk menjaga standar kualitas produksi serta produktivitas.

2. Penetapan Harga Jual dengan Pendekatan Full Costing

Perusahaan menerapkan metode full costing dalam menetapkan harga jual produknya. Dalam pendekatan ini, perusahaan Menghitung biaya produksi. (HPP), menambahkan harga non-produksi, serta menetapkan margin laba yang diinginkan. Pada tahun 2023, setelah menghitung biaya produksi per itemnya, perusahaan menetapkan harga jual senilai Rp 1.458.620 per item (dengan total harga jual Rp 364.655.000 untuk 50 paket). Sementara itu, pada periode tahun 2024, harga jual per unit mengalami kenaikan menjadi Rp 9.155.000, dengan total penjualan sebesar Rp 457.750.000 untuk 50 paket. Kenaikan harga jual ini menggambarkan bahwa perusahaan telah memasukkan biaya produksi yang lebih tinggi serta laba yang diinginkan sebesar 25%.

Perkembangan harga jual yang meningkat sejalan dengan peningkatan biaya produksi menunjukkan bahwa perusahaan memerlukan penyesuaian harga untuk memastikan keuntungan yang optimal. Penetapan harga jual yang lebih tinggi juga dapat dianggap sebagai respon terhadap permintaan pasar yang lebih tinggi, meskipun harga bahan baku dan tenaga kerja meningkat. Ini mengindikasikan bahwa perusahaan memanfaatkan kebijakan biaya yang strategis untuk meningkatkan pendapatan dan mengkompensasi peningkatan biaya.

3. Dampak Kenaikan Harga Pokok Produksi terhadap Penjualan dan Laba

Peningkatan harga produksi dan harga jual ini berpotensi mempengaruhi daya beli konsumen, terutama bagi segmen pasar yang sensitif terhadap harga. Namun, perusahaan nampaknya telah melakukan analisis yang matang terhadap permintaan pasar dan mampu menaikkan harga jual tanpa mengalami penurunan signifikan dalam penjualan. Pertumbuhan dalam total penjualan pada tahun 2024 menunjukkan bahwa meskipun harga per unit lebih tinggi, permintaan terhadap produk masih stabil atau bahkan meningkat. Beberapa faktor kemungkinan menjadi penyebab hal ini

1. Kualitas produk yang tetap terjaga: Dengan kualitas produk yang tinggi, pelanggan mungkin lebih siap membayar harga lebih tinggi untuk produk yang lebih berkualitas dan tahan lama dan estetik.
2. Pendekatan customer-centric: Layanan seperti desain custom dan perhatian terhadap preferensi pelanggan berpotensi meningkatkan loyalitas konsumen dan menarik pasar baru, meskipun harga jual lebih tinggi.
3. Peningkatan reputasi perusahaan: Seiring dengan meningkatnya kualitas dan volume produksi, perusahaan dapat memperluas pasar mereka, termasuk ke proyek interior perkantoran, restoran, dan hotel yang memerlukan produk premium seperti meja dan set kitchen berbahan marmer.

4. Analisis Pengendalian Biaya dan Profitabilitas

Meskipun terdapat kenaikan biaya, perusahaan telah berhasil mengendalikan elemen-elemen lain dalam proses pembuatan. Dengan menerapkan metode full costing, perusahaan tidak hanya menghitung biaya material utama dan pekerja langsung, tetapi juga memperhitungkan biaya overhead pabrik seperti biaya energi listrik, pemeliharaan mesin, dan penyusutan aset tetap. Ini krusial untuk memastikan bahwa semua biaya yang berkaitan dengan produksi diperhitungkan dalam perhitungan biaya produksi.

Tetapi pengendalian harga tetap menjadi tantangan, terutama karena harga bahan baku yang dipengaruhi oleh kondisi ekonomi global dan fluktuasi nilai tukar rupiah. Oleh karena itu, perusahaan perlu mempertimbangkan strategi untuk meminimalkan dampak dari fluktuasi biaya bahan baku, seperti mencari sumber bahan baku alternatif atau meningkatkan efisiensi dalam proses produksi.

SIMPULAN

Berdasarkan temuan yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan pada CV. ABC, dapat disimpulkan bahwa perusahaan mengalami kenaikan biaya utama produksi yang signifikan dari tahun 2023 ke 2024, terutama diakibatkan oleh naiknya biaya bahan baku dan upah tenaga kerja, yang berimbas pada kenaikan harga jual produk. Meskipun terjadi kenaikan harga, perusahaan berhasil mencatatkan peningkatan dalam total penjualan, mencerminkan strategi penetapan harga yang tepat dengan pendekatan full costing dan target laba sebesar 25%.

SARAN

Adapun saran, perusahaan sebaiknya terus berupaya meningkatkan efisiensi biaya produksi, diversifikasi pemasok bahan baku, dan mempertimbangkan peningkatan kapasitas produksi untuk memenuhi kebutuhan yang terus bertambah. Selain itu, kebijakan harga yang lebih fleksibel dan inovasi produk dapat memperkuat daya saing di pasar. Dengan langkah-langkah ini, diharapkan perusahaan dapat mempertahankan kualitas produk, memenuhi permintaan pasar, dan terus mencatatkan pertumbuhan yang berkelanjutan.

Referensi :

- Anwar, C., & Widayati, A. (2023). Analisis perhitungan harga pokok produksi untuk menentukan harga jual CV. Vio Indonesia dalam meningkatkan profitabilitas usaha. *Jurnal Ilmu Sosial*, 2(1), 14–18.
- Budiman, A. I., Tjandrakirana D. P, R., & Ermadiani, H. (2021). *Pengantar akuntansi 2*. CV. Amanah.
- Diana, D., Sagala, N. D., & Djokri, S. A. M. (2020). Pengaruh biaya operasional, biaya produksi, dan penjualan terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur sektor dasar industri dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019. *Jurnal Ilmu Manajemen METHONOMIX*, 3(2), 71–80.
- Dewi, S. R. (2019). *Buku ajar akuntansi biaya*. UMSIDA Press.
- Firmansyah, D., Mulyadi, H., & Priyo Susetyo, D. (2023). Penentuan harga jual: Harga pokok produksi dan ekspektasi laba. *JKBM Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen*, 9(2), 202–215.
- Gina, I. N., Afif, M. N., & Kusuma, I. C. (2024). Analisis perhitungan harga pokok produksi dalam menentukan harga jual pada perusahaan Berkah Foldinggate. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 3(11)
- Iriyadi, & Efrianti, D. (2020). *Akuntansi biaya*. Kesatuan Press.
- Khaerunnisa, A., & Pardede, R. P. (2021). Analisis harga pokok produksi untuk menentukan harga jual tahu. *JIAKES: Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 9(3), 631–640.
- Magdalena, O., Dwitrayani, M. C., & Darmita, M. Y. (2022). Pengaruh biaya produksi dan biaya pemasaran terhadap hasil penjualan pada rumah makan di Kecamatan Kuta Selatan. *Journal Research of Accounting (JARAC)*, 4(1), 35–48.
- Prastyantngtyas, E. W. (2019). *Sistem akuntansi*. CV. Azizah Publishing.
- Putri, D. P. S., Supono, I., & Bakti, P. (n.d.). Pelatihan harga pokok produksi untuk meningkatkan pengelolaan usaha. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 178–182.

- Simanjuntak, F. A., Daslim, F., Harahap, S., & Harahap, E. (2019). Pengaruh biaya produksi dan biaya pemasaran terhadap laba pada PT. Sumatera Hakarindo Medan. *Jurnal Bisnis Kolega*, 5(2), 70–83.
- Szahro, Y., & Purwanto, T. (2021). Analisis penentuan harga pokok produksi dalam penetapan harga jual produk pada UKM Keripik Pedas Morang-Moreng di Sidoarjo. *Journal of Sustainability Business Research*, 2(2), 419–425.
- Styaningrum, F. (2022). *Akuntansi biaya: Teori dan praktik pada perusahaan manufaktur*. UNIPMA Press Universitas PGRI Madiun.
- Utami, A., & Nurayuni, S. (2022). Alokasi biaya berdasarkan produksi dan perannya dalam tujuan bisnis (literature review akuntansi biaya). *SENAKOTA – Seminar Nasional Ekonomi dan Akuntansi*.