

Penerapan metode *cost plus pricing* berbasis *full costing* dalam penentuan harga jual pada Pabrik Tahu Triple S

Manajemen Bisnis dan Keuangan Korporat

Riska Artika

Corresponding author: riskaartika064@student.unsrat.ac.id

Sam Ratulangi University - Indonesia

Stanly W. Alexander

Sam Ratulangi University - Indonesia

Lady Diana Latjandu

Sam Ratulangi University - Indonesia

DOI

10.58784/mbkk.296

Keywords

cost-plus pricing

full costing

selling price

production cost

JEL Classification

D22

M41

Received 16 February 2025

Revised 8 March 2025

Accepted 14 March 2025

Published 15 March 2025

ABSTRACT

Cost-plus pricing is a method for determining the selling price by adding the total production cost incurred during the manufacturing process and applying a markup percentage, which is calculated based on the company's return on investment. The selling price plays a crucial role in ensuring a company's sustainability. This study aims to analyze the determination of product selling prices using the cost-plus pricing method by calculating the cost of production through the full costing method at the Triple S Tofu Factory in Kleak, Manado Village. This research employs a qualitative approach. The findings indicate that the selling prices set by the company are higher than those calculated using the cost-plus pricing method. The company's selling price for small tofu is IDR 300 and for large tofu is IDR 400, whereas the selling price determined using the cost-plus pricing method is IDR 400 for small tofu and IDR 506 for large tofu.

©2025 Riska Artika, Stanly W. Alexander, Lady Diana Latjandu



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Pendahuluan

Perkembangan ekonomi di Indonesia dari tahun ke tahun terus mengalami peningkatan yang sangat signifikan, yang turut mempengaruhi intensitas persaingan dalam dunia usaha. Hal ini menjadi salah satu alasan utama terciptanya berbagai produk, fasilitas, layanan, serta strategi pemasaran yang dilakukan oleh para pelaku usaha untuk menarik minat konsumen agar memperoleh

hasil yang memuaskan sesuai dengan tujuan perusahaan.

Salah satu aspek penting dalam operasional suatu perusahaan adalah memastikan bahwa produk yang dihasilkan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat sehingga perusahaan dapat terus menjalankan usahanya. Dalam hal ini, penentuan harga jual memiliki peranan penting dalam pengambilan keputusan perusahaan. Penentuan harga jual berperan dalam mempertahankan keberlangsungan perusahaan, yang didasarkan pada harga pokok produksi. Harga pokok produksi merupakan komponen biaya yang berkaitan langsung dengan proses produksi. Penetapan harga pokok produksi memiliki peranan penting dalam keberlangsungan suatu usaha karena dari harga pokok produksi, perusahaan dapat menganalisis dan merencanakan penentuan harga jual, pemasaran, serta memperkirakan laba yang diharapkan. Oleh sebab itu, semua biaya yang dikeluarkan selama produksi harus dihitung dengan tepat, akurat, dan menyeluruh.

Harga pokok produksi dapat dihitung dengan Metode *Full Costing* atau *Variable Costing*. Sementara itu, penentuan harga jual dapat menggunakan metode harga jual normal (*Cost Plus Pricing*), yaitu dengan menambahkan laba yang diharapkan di atas biaya penuh masa mendatang untuk memproduksi dan memasarkan produk. Keuntungan dari metode harga jual normal (*Cost Plus Pricing*) adalah kesederhanaannya, sehingga mudah diterapkan dalam menentukan harga jual produk.

Harga jual atau nilai produk memiliki kaitan erat dengan kelangsungan hidup suatu perusahaan. Dalam praktiknya, harga jual ditentukan oleh penjual atau perusahaan serta konsumen atau pembeli. Kesalahan dalam penentuan harga jual dapat mengakibatkan harga jual terlalu tinggi atau terlalu rendah. Jika harga jual terlalu tinggi, permintaan terhadap produk dapat menurun, sehingga perusahaan sulit bersaing. Sebaliknya, jika harga jual terlalu rendah, perusahaan berisiko mengalami kerugian atau hanya mencapai titik impas, yang dapat berdampak buruk terhadap kelangsungan hidupnya. Menurut Sudarsono (2020:38), penentuan harga jual mencakup seluruh aspek kegiatan produksi perusahaan, termasuk harga bahan baku, biaya produksi, biaya pemasaran, peraturan pemerintah, serta harga produk sejenis yang dijual oleh pesaing. Faktor-faktor tersebut dapat mempengaruhi volume penjualan produk atau pendapatan perusahaan.

Cost Plus Pricing adalah salah satu metode yang digunakan dalam penentuan harga jual suatu produk atau jasa. Metode ini menentukan harga jual dengan menambahkan laba yang diinginkan ke dalam biaya produksi dan pemasaran produk di masa mendatang, dengan pendekatan *Full Costing* atau *Variable Costing*.

Menurut Ramdhani et al. (2020:4), terdapat dua metode pengumpulan biaya, yaitu metode *Full Costing* dan Metode *Variable Costing*. *Full Costing* adalah metode penentuan harga pokok produksi yang memperhitungkan seluruh biaya produksi, baik biaya tetap maupun biaya variabel. Sementara itu, Metode *Variable Costing* hanya memperhitungkan biaya produksi yang bersifat variabel.

Pabrik Tahu Triple S merupakan sebuah pabrik yang memproduksi tahu dengan berbagai varian ukuran sesuai permintaan konsumen. Pabrik ini berlokasi di Jl. Santo Joseph, Kleak, dan telah beroperasi sejak tahun 1984 hingga saat ini. Perhitungan harga pokok produksi dan penentuan harga jual, Pabrik Tahu Triple S masih menggunakan metode yang sederhana, yaitu dengan memperkirakan biaya-biaya produksi seperti biaya bahan baku, tenaga kerja, dan biaya *overhead* pabrik. Namun, perhitungannya belum mencakup semua komponen biaya secara rinci, karena masih terdapat biaya *overhead* pabrik yang belum dimasukkan, seperti biaya listrik, air, dan pemeliharaan alat. Hal ini menyebabkan ketidaktepatan dalam penentuan harga jual produk, sehingga berdampak pada laba yang dihasilkan.

Tujuan penelitian ini adalah menentukan harga jual produk dengan menggunakan Metode *Cost Plus Pricing* berbasis *Full Costing*, sehingga Pabrik Tahu Triple S dapat menentukan harga jual produk dengan lebih akurat, berdasarkan seluruh biaya yang dikeluarkan selama proses produksi. Beberapa hasil penelitian empiris yang membandingkan perhitungan harga jual menggunakan metode tradisional dengan Metode *Cost Plus Pricing* menunjukkan bahwa harga jual yang ditetapkan dengan metode tradisional, lebih rendah dibandingkan dengan harga jual menggunakan Metode *Cost Plus Pricing* (Puspasari et al., 2020; Arif et al., 2021; Harjanti et al., 2021 Hasanah et al., 2023; Fikri et al. (2024).

Tinjauan pustaka

Akuntansi

Menurut Bahri (2020:1) akuntansi merupakan proses pengidentifikasian, mencatat, merangkum dan melaporkan transaksi secara sistematis berdasarkan standar yang berlaku umum sehingga pihak yang berkepentingan dapat mengetahui posisi keuangan suatu perusahaan yang diperlukan untuk mengambil keputusan ataupun memilih tindakan alternatif di bidang ekonomi. Tujuan utama akuntansi adalah menyediakan informasi keuangan benar yang dapat dipercaya oleh para pemangku kepentingan laporan keuangan, seperti manajemen, investor, kreditur, dan pihak lainnya untuk bisa mengambil keputusan yang tepat dan baik.

Akuntansi manajemen

Menurut Kholmi (2019:1) akuntansi manajemen adalah suatu bidang akuntansi yang bertujuan untuk memberi informasi kepada manajemen untuk mengelola suatu organisasi dan membantu dalam menyelesaikan masalah tertentu yang terjadi dalam suatu organisasi. Menurut Yanto et al. (2024:2) akuntansi manajemen merupakan bidang akuntansi yang berfokus pada pengumpulan, analisis, interpretasi dan penyajian informasi keuangan dan non keuangan kepada para pihak internal suatu perusahaan. Menurut Yanti & Ningsih (2023:2) akuntansi manajemen atau juga dikenal sistem informasi akuntansi manajemen adalah proses pengelompokan aktivitas yaitu pengumpulan, pengukuran, penyimpanan, analisis, pelaporan serta pengolahan informasi keuangan organisasi.

Akuntansi biaya

Menurut Purwanti (2024:15) akuntansi biaya merupakan suatu proses pencatatan, pengklasifikasian, pengikhtisaran dan pelaporan biaya dan kerugian yang dialami dari produksi barang/jasa hingga pada penjualan dan pendistribusian barang dan jasa serta pengambilan keputusan mengenai hasilnya. Rizal (2024:12) berpendapat akuntansi biaya adalah sistem informasi akuntansi untuk melakukan pengidentifikasian, analisis, serta melaporkan informasi keuangan dan nonkeuangan yang diperoleh dari biaya perolehan dan penggunaan sumber daya dari suatu perusahaan. Menurut Muliana et al. (2022:1) akuntansi biaya merupakan identifikasi, pencatatan, penghitungan, peringkasan, evaluasi serta pelaporan biaya pokok dari produk barang ataupun jasa melalui metode atau sistem tertentu yang diperlukan pihak manajemen dalam pengambilan keputusan bisnis yang efisien dan efektif.

Purwanti (2024:23) menyatakan biaya merupakan sumber daya ekonomi (kas atau setara kas) yang dikeluarkan untuk melaksanakan suatu kegiatan yang diharapkan dapat memberikan manfaat ekonomi (keuntungan) di masa yang akan datang. Sedangkan Aripin & Negara (2021:21) menyatakan bahwa biaya (*cost*) adalah pengeluaran sumber daya ekonomi untuk keberlangsungan jalannya suatu bisnis demi mendapatkan keuntungan yang bernilai ekonomis di masa yang akan datang.

Menurut Ramdhani et al. (2020:4) terdapat dua metode pengumpulan biaya yaitu Metode *Full Costing* dan Metode *Variable Costing*.

1. Metode *Full Costing*: *Full Costing* adalah metode penentuan harga pokok produksi yang memperhitungkan seluruh biaya produksi baik yang berperilaku tetap maupun variabel.
2. Metode *Variable Costing*: *Variable Costing* adalah metode penentuan harga pokok produksi dimana yang diperhitungkan

hanya biaya produksi yang berperilaku variabel.

Harga pokok produksi

Beban pokok produksi atau harga pokok produksi yaitu jumlah keseluruhan biaya yang dipergunakan suatu perusahaan dalam memproduksi barang atau layanan yang terdiri dari biaya bahan baku, tenaga kerja, dan biaya *overhead* pabrik yang berhubungan langsung dengan proses produksi yang dilakukan oleh suatu perusahaan atau organisasi (Purwanti 2023:26).

Penentuan harga jual

Menurut Sudarsono (2020:38) penentuan harga jual adalah seluruh aspek kegiatan produksi perusahaan yang ditinjau dari harga bahan baku, biaya produksi, biaya pemasaran, adanya peraturan pemerintah dan harga produk sejenis yang dijual oleh pesaing di mana dapat mempengaruhi volume penjualan produk atau pendapatan dari suatu perusahaan. Adapun tujuan penentuan harga jual produk yaitu sebagai berikut:

1. Mencapai target pengembalian investasi atau tingkat penjualan netto suatu perusahaan.
2. Memaksimalkan profit.
3. Alat persaingan terutama untuk perusahaan sejenis.
4. Menyeimbangkan harga itu sendiri.

Menurut Sudarsono (2020:39) beberapa metode yang digunakan dalam penentuan harga jual produk adalah sebagai berikut

1. Metode penentuan harga jual berbasis *Cost Plus Pricing*.
2. Metode penentuan harga jual *Cost Type Contract*.
3. Metode penentuan harga jual *Time Material Pricing*.
4. Penetapan harga BEP (*Break Even Point*).
5. Penentuan harga jual berdasarkan harga pesaing.

Metode riset

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Data diperoleh dari sumber primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data dengan cara wawancara, observasi dan dokumentasi tentang penerapan metode *Cost Plus Pricing* berbasis *Full Costing* sebagai dasar penentuan harga jual yang ada pada Pabrik Tahu *Triple S* di Kleak.

Data primer adalah data yang didapatkan langsung dari subjek penelitian yaitu dengan menggunakan alat pengambilan data. Adapun pada penelitian ini data primer yang digunakan yaitu data yang didapatkan langsung dengan melakukan wawancara kepada pemilik, observasi dan dokumensi pada usaha Pabrik Tahu *Triple S*, seperti gambaran umum perusahaan, informasi bahan baku produk, biaya *overhead* dan tenaga kerja langsung yang digunakan selama proses/tahapan produksi. Sedangkan data sekunder adalah data

yang dapat diperoleh tanpa melakukan wawancara secara langsung ke objek, data sekunder seperti struktur organisasi perusahaan dan data pendukung lainnya yang berkaitan dengan biaya produksi dan penentuan harga jual produk yang digunakan perusahaan.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara:

1. Wawancara
Merupakan teknik pengumpulan data dengan melakukan secara langsung tanya jawab dengan pemilik usaha dan karyawan mengenai data berdasarkan dengan masalah yang akan dibahas.
2. Observasi
Peneliti melakukan pengamatan langsung pada Pabrik Tahu *Triple S* untuk mengumpulkan data atau informasi yang diperlukan dalam penelitian.
3. Dokumentasi
Yaitu teknik pengumpulan data melalui dokumen yang berisi laporan biaya perusahaan, biaya produksi dan laporan lainnya yang berkaitan dengan penelitian.

Hasil dan pembahasan

Hasil

Perhitungan harga pokok produksinya belum memiliki pencatatan yang jelas, berdasarkan hasil wawancara diperoleh informasi bahwa untuk perhitungan harga pokok produksi belum menggunakan metode apapun, hanya mencatat biaya-biaya apa saja yang dikeluarkan setiap harinya. Sedangkan dalam menentukan harga jual Pabrik Tahu *Triple S* belum menggunakan metode apapun hanya berdasarkan dengan harga pasaran dimana untuk harga jual tahu kecil sebesar Rp300 perpotong dan tahu besar sebesar Rp400 per potong. Harga jual ini sama dengan harga jual para pesaing yang juga memproduksi dan menjual tahu.

Biaya bahan baku

Bahan baku yang digunakan dalam memproduksi tahu hanya kedelai saja namun jumlah kedelai yang digunakan berbeda setiap jenis ukuran tahu dimana untuk memproduksi tahu kecil bahan baku kedelai yang dibutuhkan sebanyak 80 kg dan untuk tahu ukuran besar membutuh bahan baku kedelai sebanyak 80 kilogram. Berikut adalah data biaya bahan baku yang digunakan oleh perusahaan dalam satu kali produksi.

Tabel 1. Biaya bahan baku tahu kecil

Bahan Baku	Kuantitas (Per hari)	Harga (Per kg)	Total Harga (Per hari)	Total Harga (Per bulan)	Total harga (Per tahun)
Kedelai	80 kg	Rp11.000	Rp880.000	Rp22.880.000	Rp274.560.000

Sumber: Pabrik Tahu *Triple S*, 2025

Tabel 2. Biaya bahan baku tahu besar

Bahan Baku	Kuantitas (Per hari)	Harga (Per kg)	Total Harga (Per hari)	Total Harga (Per bulan)	Total harga (Per tahun)
Kedelai	80 kg	Rp 11.000	Rp 880.000	Rp 22.880.000	Rp 274.560.000

Sumber: Pabrik Tahu Triple S, 2025

Biaya tenaga kerja langsung

Pabrik Tahu *Triple S* memiliki 3 orang tenaga kerja yang terlibat dalam proses produksi tahu. Biaya yang dikeluarkan untuk mengaji karyawan per orang dalam satu minggu adalah Rp750.000. Maka gaji perminggu tenaga kerja yang dikeluarkan adalah $Rp750.000 \times 3 = Rp2.250.000$ /minggu. Biaya gaji tenaga kerja pada Pabrik Tahu *Triple S* adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Tenaga kerja langsung Pabrik Tahu Triple S

Jumlah Tenaga Kerja	Total Gaji (Per Minggu)	Total Gaji (Per Bulan)	Total Gaji (Per Tahun)
3orang	Rp 2.250.000	Rp 9.000.000	Rp 108.000.000
Jumlah	Rp 2.250.000	Rp 9.000.000	Rp 108.000.000

Sumber: Pabrik Tahu Triple S, 2025

Biaya overhead pabrik

a. Biaya tidak langsung variabel

Tabel 4. Biaya tidak langsung variabel

Biaya Overhead Pabrik	Kuantitas	Harga	Total (Per Bulan)	Total (Per Tahun)
Listrik / Air		Rp 25.000/hari	Rp750.000	Rp9.000.000
Solar	1 liter	Rp 10.000/hari	Rp260.000	Rp3.120.000
Kayu Bakar	2 karung	Rp 120.000/hari	Rp3.120.000	Rp37.440.000
Jumlah		Rp155.000	Rp4.130.000	Rp49.560.000

Sumber: Pabrik Tahu Triple S, 2025

b. Biaya tidak langsung tetap

Biaya depresiasi aset dan peralatan

Tabel 5. Biaya depresiasi aset dan peralatan

Nama	Biaya Depresiasi (a)	Kuantitas (b)	Total (Per Tahun) (a) x (b)
Bangunan	Rp5.247.000	1	Rp5.247.000
Mesin Masak	Rp1.106.000	2	Rp2.212.000
Mesin Giling	Rp1.312.000	1	Rp1.312.000
Motor	Rp2.640.000	1	Rp2.640.000
Drum Tahu	Rp25.600	5	Rp128.000
Kuali	Rp80.000	2	Rp160.000
Cetakan Tahu	Rp56.000	4	Rp224.000
Saringan Tahu	Rp23.750	2	Rp47.500
Ember	Rp10.000	20	Rp200.000
Jumlah			Rp12.170.500

Sumber: Pabrik Tahu Triple S, 2025

Biaya non produksi

Biaya non produksi adalah biaya yang dikeluarkan secara tidak langsung, namun biaya tersebut menunjang jalannya operasional perusahaan. Biaya non produksi Pabrik Tahu *Triple S* berupa biaya transportasi yang digunakan untuk mengantar tahu setiap hari, Rincian biaya non produksi Pabrik Tahu *Triple S* sebagai berikut:

Tabel 5. Biaya non produksi

Biaya Non Produksi	Biaya (Per Hari)	Biaya (Per Bulan)	Biaya (Per Tahun)
Biaya Transportasi	Rp20.000	Rp520.000	Rp6.240.000
Jumlah			Rp6.240.000

Sumber: Pabrik Tahu Triple S, 2025

Total produksi

Tabel 6. Total produksi Pabrik Tahu Triple S

Nama	Per Hari	Total Produksi	
		Per Bulan (26 hari kerja)	Per Tahun 312 hari kerja)
Tahu Kecil	2.500 potong	65.000 potong	780.000 potong
Tahu Besar	1.920 potong	49.920 potong	599.040 potong
Jumlah	4.420 potong	114.920 potong	1.379.040 potong

Sumber: Pabrik Tahu Triple, 2025

Pembahasan

Perhitungan harga pokok produksi menurut Full Costing

Total harga pokok produksi dapat dihitung menggunakan rumus dengan metode *Full Costing*. Menurut Ramdhani et al. (2020:4) *Full Costing* adalah metode penentuan harga pokok produksi yang memperhitungkan seluruh biaya produksi baik yang berperilaku tetap maupun variabel.

Tabel 7. Perhitungan harga pokok produksi menurut Full Costing

Biaya Bahan Baku Tahu Kecil	Rp 274.560.000	
Biaya Bahan Baku Tahu Besar	<u>Rp 274.560.000</u>	
Total Bahan Baku		Rp 549.120.000
Total Biaya Tenaga Kerja Langsung		<u>Rp 108.000.000</u>
Biaya Tidak Langsung Variabel	Rp 49.560.000	
Biaya Tidak Langsung Tetap	<u>Rp 12.170.500</u>	
Total Biaya Overhead Pabrik		<u>Rp 61.730.500</u>
Harga Pokok Produksi		Rp 718.850.500

Sumber: Data olahan, 2025

Menghitung total biaya produksi tahu

Untuk menghitung total biaya tahu yaitu dengan mengalikan biaya- biaya yang digunakan selama produksi dengan jumlah produksi per produk yang dihasilkan yang kemudian dibagi dengan total produksi.

Tabel 8. Total biaya bahan baku tahu

Produk	Biaya Bahan Baku (a)	Biaya Tenaga Kerja (b)	Biaya Overhead Pabrik (c)	Total Biaya Per Produk (a)+(b)+(c)
Tahu Kecil	Rp 155.294.117	Rp 61.085.972	Rp 34.915.441	Rp 256.321.442
Tahu Besar	Rp 119.265.882	Rp 46.914.027	Rp 26.815.058	Rp 187.969.057

Sumber: Data olahan, 2025

Perhitungan Mark-Up

Tabel 9. Mark-Up per unit

Nama Produk	Mark-Up
Tahu Kecil	13,64 %
Tahu Besar	10,47 %

Sumber: data olahan, 2025

Perhitungan harga jual dengan Metode Cost Plus Pricing

Perhitungan harga jual dengan menggunakan Metode *Cost Plus Pricing* digunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Harga Jual} = \frac{\text{Biaya Produksi Per Produk} + (\text{Mark-Up} \times \text{Biaya Produksi Per Produk})}{\text{Total Produksi Per Produk Per Tahun}}$$

1. Tahu Kecil

$$\text{Harga Jual} = \frac{\text{Rp } 274.560.000 + (13,64\% \times \text{Rp } 274.560.000)}{780.000}$$

$$\text{Harga Jual} = \text{Rp } 400$$

2. Tahu Besar

$$\text{Harga Jual} = \frac{\text{Rp } 274.560.000 + (10,47\% \times \text{Rp } 274.560.000)}{599.040}$$

$$\text{Harga Jual} = \text{Rp } 506$$

Tabel 10. Harga jual menurut Metode Cost Plus Pricing

Nama Produk	Harga Jual Menurut Metode Cost Plus Pricing
Tahu Kecil	Rp400
Tahu Besar	Rp506

Sumber: Data olahan, 2025

Tabel 10 menunjukkan bahwa harga jual dengan menggunakan metode cost plus pricing untuk produk tahu kecil sebesar Rp400, sedangkan untuk produk tahu besar sebesar Rp506. Penerapan Metode *Cost Plus Pricing* memungkinkan perusahaan mengetahui penentuan harga jual yang menghitung biaya penuh selama produksi dan perusahaan dapat membuat tafsiran laba yang diharapkan.

Perbandingan harga jual produk menurut perusahaan dengan menurut Metode Cost Plus Pricing

Tabel 11. Perbandingan harga jual produk menurut perusahaan dengan menurut Metode Cost Plus Pricing

Produk	Harga Jual Menurut Perusahaan	Harga Jual Menurut Metode Cost Plus Pricing	Selisih	Persentase
	(a)	(b)	(c) = (a)-(b)	(c) : (a)
Tahu Kecil	Rp300	Rp400	Rp100	33,33%
Tahu Besar	Rp400	Rp506	Rp106	26,5%

Sumber: Data olahan, 2024

Tabel 11 menunjukkan bahwa terdapat perbedaan antara harga jual produk menurut perusahaan dengan harga jual menurut Metode *Cost Plus Pricing*. Dimana harga jual menurut perusahaan lebih rendah dibandingkan dengan harga jual menurut metode *cost plus pricing*, untuk harga jual tahu kecil menurut perusahaan sebesar Rp300 per unit (produk), sedangkan menurut Metode *Cost Plus Pricing* sebesar R 400 sehingga terdapat selisih sebesar Rp100 (33,33%). Kemudian untuk tahu besar harga jual menurut perusahaan sebesar Rp400 dan menurut Metode *Cost Plus Pricing* sebesar Rp506, terdapat selisih harga jual sebesar Rp106 (26,5%).

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari perhitungan harga pokok produksi dan penentuan harga jual produk pada Pabrik Tahu *Triple S* dengan menggunakan Metode *Cost Plus Pricing* berbasis *Full Costing*, maka diperoleh Kesimpulan sebagai berikut:

1. Perhitungan harga jual dengan menggunakan Metode *Cost Plus Pricing* berbasis *Full Costing* untuk produk tahu kecil sebesar Rp400 sedangkan untuk produk tahu besar menurut metode sebesar Rp506. Perbedaan harga jual ini dikarenakan jumlah yang diproduksi berbeda dimana untuk tahu ukuran kecil lebih banyak dibandingkan dengan tahu ukuran besar.
2. Menurut Metode *Cost Plus Pricing* berbasis *Full Costing* pada Pabrik Tahu *Triple S* harga jual lebih tinggi dibandingkan dengan harga jual menurut perusahaan. Harga jual tahu kecil menurut metode sebesar Rp 400 sedangkan menurut perusahaan sebesar Rp300 terdapat selisih Rp100 (33,33%). Sedangkan harga jual tahu besar menurut metode sebesar Rp506 sedangkan menurut perusahaan sebesar Rp400 terdapat selisih Rp106 (26,5%). Harga jual dengan Metode *Cost Plus Pricing* berbasis *Full Costing* lebih tinggi karena memasukkan biaya secara keseluruhan.

Daftar pustaka

Arif, S., Soenartoto., Darno., Kusumaningtiyas, R., Afifah, S., N., & Afiyah, K. (2021). Metode penetapan harga jual produk sepatu

berdasarkan cost plus pricing method pada CV. Tritunggal Sidoarjo. *NERACA: Jurnal Akuntansi Terapan*.

<https://doi.org/10.31334/neraca.v2i2.1487>.

- Aripin, Z., & Negara, P. R. (2021). *Akuntansi manajemen*. Deepublish.
- Bahri, S. (2020). *Pengantar akuntansi berdasarkan SAK ETAP dan IFRS*. CV Andi Offset.
- Fikri, A. L. H., Andhika, M., Sulung, R. W. G., & Minto. (2024). Analisis perhitungan harga pokok produksi metode full costing dan menentukan harga jual metode cost plus pricing pada Tahu JB. *INVANTARI: Jurnal Penelitian Inovasi dan Pengelolaan Industri Jurusan Teknik Industri*, 3(2), 63-74.
<https://doi.org/10.33752/invantri.v3i2.5605>.
- Harjanti, R. S., Hetika., Mawanti, S. (2021). Analisis harga produksi dan harga jual dengan metode cost plus pricing (Studi kasus pada UKM Wedang Uwuh 3Gen Tegal). *BENEFIT: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 6(1), 84-97.
<https://journals.ums.ac.id/benefit/article/view/14042>.
- Hasanah, J, Suharsono, J., & Koeshardjono, R. H. (2023). Analisis penetapan harga jual dengan menggunakan metode cost plus pricing untuk pesanan khusus pada Luluk Bakery Kota Probolinggo. *JUMAD: Journal Management, Accounting & Digital Business*, 1(6), 771-780.
<https://doi.org/10.51747/jumad.v1i6.1492>.
- Kholmi, M. (2019). *Akuntansi manajemen*. UMMPress.
- Muliana, Kacaribu, A, A., Satria, F., & Andoko. (2022). *Akuntansi biaya*. Pena Persada.
- Purwanti, A. (2023). *Akuntansi manajemen*. Salemba Empat.
- Purwanti, A. (2024). *Akuntansi biaya*. CV Penerbit Qiara Media.
- Puspasari, R., Nurdiwaty, D., & Puspita, E. (2020). Penerapan metode cost plus pricing dalam menentukan harga jual dan pengaruhnya terhadap laba bersih (Studi kasus pada Pandai Besi Adi Baja Tembus Nganjuk). *SENMEA: Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi*, 6(1), 1074-1081.
<https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/view/924/>.
- Ramdhani, D., Merida., Hendrani, A., & Suheri. (2020). *Akuntansi biaya*. CV Markuni.
- Rizal, M, D. (2024). *Pengantar akuntansi biaya*. Anak Hebat Indonesia.
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen pemasaran*. CV Pustaka Abadi.
- Yanti, D., & Ningsih, N, H. (2023). *Akuntansi manajemen*. CV Gita Lentara.
- Yanto, H., Baroroh, N., Sastrawan, R., Adriana, N. & Faudi, R. (2024). *Buku ajar akuntansi manajemen*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.