

PERHITUNGAN HARGA POKOK PENJUALAN PADA PERENCANAAN IKLAN PRODUK KAMPUNG BEAUTY YANG DIBINA OLEH PT. SATU VISI INDOCREATIVE B ONE CORPORATION

Intan Permatasari¹, Indra Cahya Kusuma²

¹Universitas Djuanda, c.2110503@unida.ac.id

²Universitas Djuanda, indra.cahya.k@unida.ac.id

ABSTRAK

Laporan ini membahas mengenai perhitungan harga pokok penjualan perencanaan iklan pada Kampung Beauty. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman mendalam mengenai proses perhitungan biaya penjualan yang tepat, yang meliputi biaya Tenaga Kerja Langsung (BTKL), Bahan Baku (BB), dan Biaya Overhead Pabrik (BOP). Akuntansi biaya mempunyai beberapa tujuan pokok, salah satunya dalam penentuan harga pokok penjualan (HPP) dalam perusahaan. Perusahaan yang sudah beroperasi ingin terus berkembang dan menjaga kelangsungan hidupnya. Untuk mencapai hal ini, manajemen perlu membuat kebijakan yang fokus pada efisiensi dan efektivitas kerja. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah *variable costing*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perhitungan harga pokok penjualan (HPP) dengan menggunakan metode *variable costing* membantu perusahaan dalam menentukan harga jual produk secara lebih tepat. Dalam penelitian ini bisa menjadi pengetahuan bagi industri maupun mahasiswa menjadi bahan dasar mengatur keuangan industri dalam melakukan perhitungan biaya penjualan yang lebih efektif.

Kata Kunci: *variable costing*, harga pokok penjualan, biaya iklan

PENDAHULUAN

Kuliah Kerja Lapangan (KKL) adalah program pendidikan yang biasanya dilakukan oleh mahasiswa di luar lingkungan kampus. Tujuan utama KKL adalah untuk memberikan pengalaman praktis kepada mahasiswa terkait dengan bidang studi masing-masing. Kuliah Kerja Lapangan (KKL) juga merupakan salah satu kegiatan akademik untuk menyelesaikan pembelajaran di perusahaan dalam meningkatkan kompetensi bagi seluruh mahasiswa. KKL juga kegiatan syarat untuk memperoleh gelar sarjana.

Akuntansi biaya memainkan peran penting dalam membantu perusahaan mencapai tujuan utamanya, terutama dalam penentuan HPP. Dengan menetapkan HPP yang akurat, perusahaan bisa menentukan harga jual yang tepat yang memungkinkan perusahaan untuk mendapatkan laba yang sesuai dan sekaligus tetap kompetitif di pasar. Manajemen perusahaan menggunakan informasi dari akuntansi biaya untuk membuat kebijakan yang mendukung efisiensi dan efektivitas operasional. Dengan kebijakan yang tepat, perusahaan dapat mengelola biaya produksi dengan lebih baik, yang pada akhirnya akan mempengaruhi keuntungan perusahaan. Melalui pemantauan dan analisis biaya yang teliti, perusahaan dapat mengidentifikasi area di mana efisiensi dapat ditingkatkan, sehingga menghasilkan keuntungan yang lebih besar dengan modal yang tersedia. Tujuan utama dari kebijakan ini adalah memastikan bahwa perusahaan tidak hanya bisa bertahan, tetapi juga berkembang, dengan terus mengoptimalkan laba dan daya saing di pasar

Dalam menjalankan usahanya, perusahaan yang termasuk dalam organisasi bisnis berusaha mencapai tujuan utamanya yaitu memperoleh laba. Untuk mencapai tujuannya, baik perusahaan yang bergerak dibidang jasa, dagang, dan manufaktur berusaha memperoleh pendapatan yang lebih besar dari biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan atau menghasilkan produk yang berupa barang maupun jasa. Salah satu penentu pendapatan perusahaan adalah jumlah atau volume penjualan. Dengan jumlah atau volume penjualan yang besar, perusahaan akan memperoleh pendapatan yang besar pula. Jumlah atau volume penjualan sangat dipengaruhi oleh harga jual suatu produk.

Kehidupan manusia tidak akan lepas dari kegiatan ekonomi yang merupakan upaya untuk memenuhi kebutuhan hidupnya melalui beberapa aktivitas dasar yaitu produksi, distribusi dan konsumsi. Manusia melakukan berbagai cara agar tujuan tersebut dapat tercapai. Jika kebutuhan dari manusia untuk hidup terpenuhi maka semakin berkembang dan besar populasinya. Kondisi ini bisa menjadi kekuatan juga ancaman tergantung pada cara kita untuk menyikapi dan mengatasinya. Perusahaan memerlukan sumber daya untuk menghasilkan produk. Bagi perusahaan produksi,

biaya sangat penting karena harus sesuai dengan proses yang didanai. Biaya dihitung berdasarkan nilai sekarang dari sumber daya yang digunakan. Penggunaan sumber daya ini mengurangi aset atau menambah hutang perusahaan saat barang atau jasa diperoleh.

Make-up sudah menjadi kebutuhan penting bagi pekerja perempuan di Indonesia yang peduli dengan penampilan. Meski perempuan masih menjadi pengguna utama, penjualan kosmetik untuk pria juga meningkat. Generasi muda juga semakin sering menggunakan produk kosmetik dan perawatan kulit. Tren belanja online semakin populer di berbagai kalangan masyarakat. Cara belanja ini lebih praktis dan biasanya menawarkan harga lebih murah dibandingkan dengan di toko offline langsung, sehingga banyak orang lebih memilih belanja online.

Selain produk kosmetik lokal, produk luar negeri juga mulai populer dan banyak dicari oleh masyarakat Indonesia. Namun, produk mancanegara seringkali sulit ditemukan di toko *offline* langsung dijual dengan harga yang lebih mahal di toko resmi langsung di Indonesia. Oleh karena itu, pelanggan biasanya mencari produk tersebut melalui situs jual - beli di *online*, aplikasi *online* atau situs seperti *Facebook*, *Line*, atau *Instagram*. Mereka bisa mendapatkan produk yang tersedia *ready stock*, *preorder*, atau melalui jasa titip dengan harga yang lebih rendah dibandingkan di toko langsung.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan metode *variable costing* sebagai pendekatan. Penelitian menunjukkan bahwa penggunaan studi perpustakaan, wawancara dan observasi.

Oleh karena itu, penulis melakukan penelitian dalam pengumpulan data menggunakan:

1. Studi Pustaka

Melakukan kajian Pustaka terhadap teori akuntansi biaya, dan penelitian terdahulu yang relevan untuk membangun kerangka konseptual.

2. Wawancara

Melakukan wawancara mendalam untuk menggali informasi mengenai penerapan akuntansi biaya dan faktor - faktor yang mempengaruhi kinerja keuangan.

3. Observasi

Melakukan observasi langsung dilapangan untuk melihat secara langsung proses penerapan akuntansi biaya dan pengamatan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perhitungan Harga Pokok Penjualan Menggunakan Metode *Variable Costing*

1. Biaya non produksi beban pemasaran

Biaya beban pengadaan Iklan Kampung Beauty yaitu komponen yang ditunjukkan oleh tabel berikut:

Tabel 1

Biaya Beban Pengadaan Iklan Kampung Beauty

Jenis Biaya	Keterangan	Jumlah
Biaya Iklan	Rp. 20.000/hari	Rp. 600.000
Total		Rp. 600.000

Sumber : Data Diolah, 2024

2. Biaya Tenaga Kerja Langsung (BTKL)

Biaya tenaga kerja langsung (BTKL) yang perlu dikeluarkan dalam pembuatan iklan terdiri dari jasa pembuatan iklan. Untuk jasa pembuatan iklan berkisar Rp. 900.000 dengan estimasi iklan sebulan. Jadi total BTKL untuk satu bulan adalah Rp. 900.000.

3. Biaya Overhead Pabrik (BOP)

Biaya Overhead diantaranya listrik, kuota internet, penyusutan aset (laptop) dan biaya lain-lain.

Tabel 2

Biaya Overhead

Jenis Biaya	Jumlah
Biaya Listrik (1 bulan)	Rp. 25.000
Kuota Internet (1 bulan)	Rp. 100.000
Penyusutan aset (Laptop)	Rp. 125.000
Biaya lain	Rp. 100.000
Total	Rp. 350.000

Sumber : Data diolah, 2024

Berdasarkan data biaya non-produksi seperti beban pemasaran, TKL, dan BOP, harga pokok penjualan untuk pembuatan iklan Kampung Beauty selama satu bulan dapat dihitung menggunakan metode "**Variable Costing**" sebagai berikut:

Tabel 3

Laporan Harga Pokok Produksi

Biaya non produksi beban pemasaran	Rp. 600.000	
Beban yang digunakan		Rp. 600.000
Biaya Tenaga Kerja Langsung:		
jasa pembuatan iklan	Rp. 900.000	
Jumlah Biaya Tenaga Kerja Langsung (BTKL)		Rp. 900.000
Biaya overhead:		
Biaya Listrik (1 bulan)	Rp. 25.000	
Kuota Internet (1 bulan)	Rp. 100.000	
Penyusutan asset (Laptop)	Rp. 125.000	
Biaya Lain-lain	Rp. 100.000	
Jumlah biaya overhead		Rp. 350.000
Total keseluruhan biaya		Rp. 1.850.000

Harga Pokok Penjualan
pengadaan Iklan Kampung
Beauty

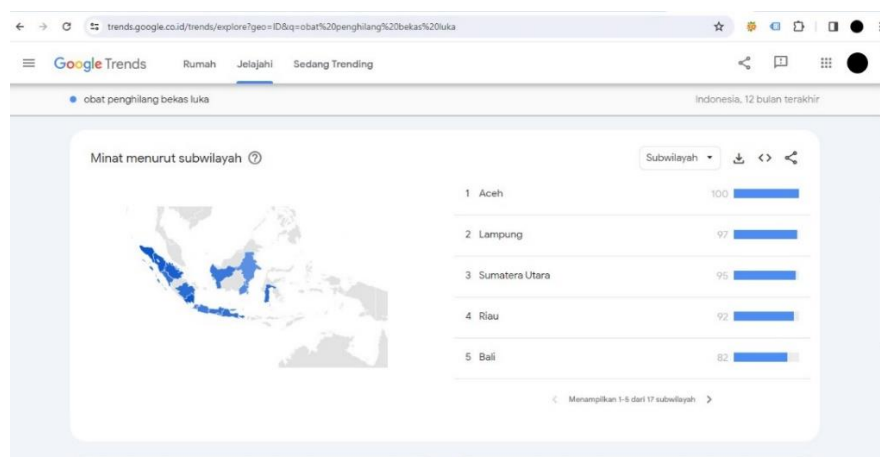
Rp. 1.850.000

Sumber : Data diolah, 2024

Platform yang dipilih dalam proyek akhir ini adalah meta ads. Meta ads dipilih sebagai platform digital ads karena dilatarbelakangi oleh jumlah pengikut yang sudah ada sebelumnya pada sosial media instagram dan facebook, serta memiliki kesesuaian antara produk yang dipasarkan dengan target audiens.

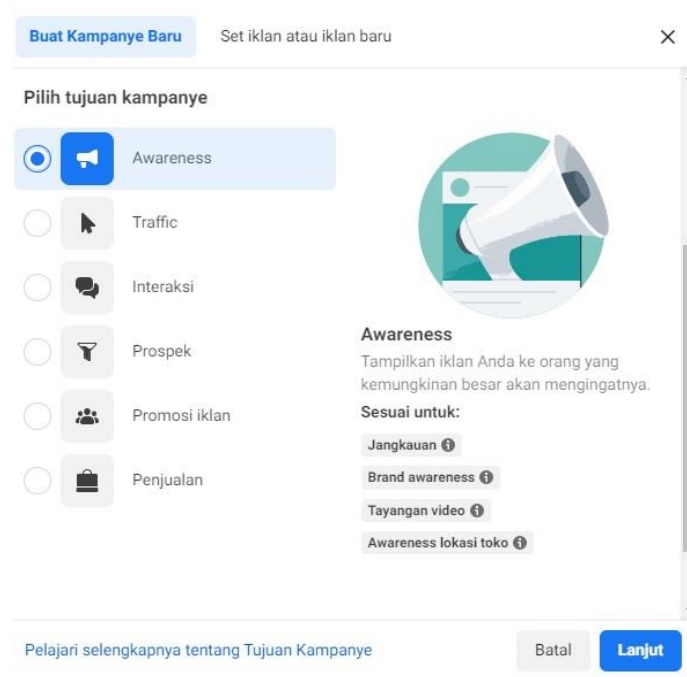
1. Relevansi dan Akurasi Target Iklan

- a. Target Audiens, berdasarkan database dari toko online yang sudah berjalan diketahui bahwa pembeli dan pengikutnya adalah perempuan dengan range usia 21 - 45 tahun. sehingga hal ini menjadi dasar dalam menentukan target audience pada iklan yang akan ditayangkan.
- b. Wilayah, Pengaturan wilayah iklan didasarkan pada hasil research melalui google trend.



Sumber: Google trends, 2024

c. Pengaturan iklan



Sumber: Google trends, 2024

Iklan diatur dengan tujuan awareness dikarenakan sebagai langkah awal untuk memperkenalkan produk kepada audiens secara lebih luas terlebih dahulu.

2. Tingkat Konversi dari Iklan yang Ditempatkan

Nonaktif / Aktif	Iklan	Peringkat Kualitas	Peringkat Nilai Interaksi	Peringkat Nilai Konversi	Jumlah yang dibelanjakan	Berakhir	Klik (Semua)
<input type="checkbox"/>	Iklan Awareness Vita Oil	Rata-rata	—	—	Rp 125.832	18 Des 2023	72
Hasil dari 1 iklan					Rp 125.832		72
					Total Pembelanjaan		Total

Sumber: Facebook adsmanager, 2024

3. Efisiensi Biaya dan Return on Investmen (ROI)

a. Efisiensi Biaya

Tabel 4
Efisiensi Biaya

	Anggaran Harian	Anggaran 7 Hari
Iklan Awareness	20.000	140.000
Total Anggaran		140.000

Jumlah biaya yang dianggarkan untuk per hari nya adalah Rp. 20.000 sebagaimana anggaran minimum untuk menerbitkan iklan di meta ads. Anggaran tersebut dianggap paling efisien karena iklan tidak dijalankan hanya satu hari, namun dijalankan selama tujuh hari. Tujuan iklan ditayangkan selama tujuh hari adalah untuk memaksimalkan jangkauan iklan itu sendiri. Karena sesuai tujuan awal iklan yaitu memberikan awareness kepada calon konsumen. Sehingga total dari seluruh biaya yang dianggarkan untuk iklan tersebut adalah Rp. 140.000.

Tabel 5
Target Penjualan Bulanan

Jenis Barang	Terjual	Jumlah
Spirulina Mask @ Rp. 100.000	80 produk	Rp. 8.000.000
Vitabir @ Rp. 80.000	70 produk	Rp. 5.600.000
Vita Oil @ Rp. 80.000	70 produk	Rp. 5.600.000
Total		Rp. 19.200.000

Sumber : Data diolah, 2024

Perhitungan rasio Laba Kontribusi dari *Operating Leverage*

Penjualan	Rp. 19.200.000
Biaya Variabel	<u>Rp. 17.820.000</u>
Laba Kontribusi	Rp. 1.920.000

Biaya tetap Rp. 350.000

Laba Rp. 1.570.000

Hasil ini didapat dengan hasil pertimbangan sistem penjualan yang terjadi di Kampung Beauty. Sehingga akan ada laba dari setiap penjualan produk. Berikut perhitungan biayanya:

Tabel 6

Laba Produk Kampung Beauty

Jenis Barang	Produk	Jumlah Penjualan	Uang yang dibayar ke produsen	Laba (15%)
Spirulina Mask	80	Rp. 8.000.000	Rp. 6.800.000	Rp. 1.200.000
Vitabir	70	Rp. 5.600.000	Rp. 4.760.000	Rp. 840.000
Vita Oil	70	Rp. 5.600.000	Rp. 4.760.000	Rp. 840.000
TOTAL		Rp. 19.200.000	Rp. 16.320.000	Rp. 2.880.000

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) yang dilaksanakan di PT. Satu Visi Indocreative B One Corporation Batch 5, penulis menyimpulkan bahwa:

1. Penentuan harga pokok penjualan dalam perencanaan pengadaan iklan produk Kampung Beauty yang terdiri dari biaya pengadaan iklan Rp. 600.000 dengan estimasi sebulan. Biaya tenaga kerja langsung untuk pembayaran jasa pengelolaan iklan Rp. 900.000 selama satu bulan. Biaya overhead pabrik Rp. 350.000. Dengan total keseluruhan biaya Rp 1.850.000.

2. Penentuan harga jual dari produk kampung beauty spirulina mask Rp. 100.000, vitabir Rp. 80.000, vita oil Rp. 80.000. Dari produk kampung beauty target penjualan bulanan dengan

80 produk spriluna mask, 70 produk vitabir dan 70 produk vita oil. Perhitungan rasio laba kontribusi dengan penjualan sebesar Rp.19.200.000.

3. Adapun perhitungan harga jual pada produk kampung beauty, produksi dengan mengambil laba penjualan produk sebesar 15% dari setiap produk yang berhasil terjual.

Saran

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah diuraikan pada laporan KKL ini, penulis ingin memberikan saran sebagai berikut :

1. Untuk memperbanyak item produk yang bisa dijual dalam iklan yang sudah dikelola atau mengambil produk langsung dari produsen (tangan pertama) agar keuntungan yang bisa dihasilkan lebih besar.
2. Pengelolaan iklan baiknya selama masa merintis untuk pengelola juga berfungsi sebagai yang membuat dan merawat iklan berguna untuk menekan biaya tenaga kerja langsung

REFERENSI

- Amelia, Mita. 2022. Laporan KKL, "Penentuan Biaya Produksi Pada PT. Super Wahan Tehno". Universitas Djuanda.
- Bustami, Bastian & Nurlela. 2013. Akuntansi Biaya, Edisi Empat. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Carter, K. William. 2009. Akuntansi Biaya, Jakarta: Salemba Empat.
- Ikatan Akuntan Indonesia. 2022. SAK Standar Akuntansi Keuangan. Jakarta: Ikatan Akuntan Indonesia
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015. Akuntansi Biaya, Yogyakarta: Pustaka Baru Press
- Weygandt. Jerry J. Donald E. Kieso, & Paul D. Kimmel. 2011. Pengantar Akuntansi, Edisi 7, Buku 2. Jakarta: Salemba Empat.
- (Gina et al., 2024)Gina, I. N., Afif, M. N., & Kusuma, I. C. (2024). Analisa Perhitungan Harga Pokok Produksi Dalam Menentukan Harga Jual Pada Perusahaan Berkah Foldinggate. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 3(11), 3207–3220.