

**ANALISIS PENETAPAN HARGA JUAL DALAM MENINGKATKAN LABA  
PADA RUMAH MAKAN BUBUR AYAM BANDUNG KOTA KEMBANG DI  
TEMBILAHAN KABUPATEN INDRAGIRI**

**NELVA SISKAWATI  
DHARMA SETIAWAN  
(Korespondensi)**

[nelvasiskawatimgt@gmail.com](mailto:nelvasiskawatimgt@gmail.com)

**ABSTRACT**

*The research objective was to know and analyze the determination of the selling price of selling price in increasing profit chicken Porridge Restaurant Bandung City. Flowers The data analysis method used in this research is the Cost Plus Pricing Method, which is the determination of the selling price by increasing the margin (profit) used for the costs that have been charged to goods. The selling price of food per unit (per portion) / pack is Rp. 10,000, while the realization of the food price per serving at RM Bubur Ayam Bandung, Kota Kembang was IDR 8,000.*

*Based on the cost of product data used as the basis for calculating sales results. The amount of profit earned by RM Bubur Ayam Bandung Kota Kembang every week, can be calculated to be divided between the sales proceeds with the price specifieds*

**Keywords: selling price, profit**

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui dan menganalisis penetapan harga jual dalam meningkatkan laba pada Rumah Makan Bubur Ayam Bandung Kota Kembang . Metode analisis data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah Metode Cost Plus Pricing, yaitu penetapan harga jual dengan menambah margin (keuntungan) yang digunakan pada biaya biaya yang telah dibebankan pada barang.

Harga jual makanan per unit (per porsi) / perbungkus sebesar Rp. 10.000, - sedangkan realisasi harga makanan per porsi pada RM Bubur Ayam Bandung Kota Kembang sebesar Rp 8.000,-. Berdasarkan data harga pokok produk yang dipakai sebagai dasar perhitungan hasil penjualan. Besarnya laba yang diperoleh RM Bubur Ayam Bandung Kota Kembang setiap minggunya, dapat dihitung diselisihkan antara hasil penjualan dengan harga yang ditentukan .

**Kata kunci : penetapan harga, laba**

## **A. PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang Masalah**

Ekonomi mikro menjelaskan bahwa bisnis merupakan penggerak sosial ekonomi secara keseluruhan. Semakin banyak kegiatan bisnis suatu daerah, semakin besar peluang daerah tersebut mengalami kemajuan di segala aspek kehidupan. Kegiatan bisnis menjadi penyedia lapangan kerja bagi masyarakat yang memiliki waktu dan keterampilan. Bisnis akan menghasilkan barang atau jasa guna memenuhi kebutuhan manusia yang tidak terbatas dan berlangsung terus menerus. Namun faktor-faktor dalam ekonomi menghasilkan barang atau jasa sangat terbatas. Oleh sebab itu pelaku bisnis termotivasi untuk beroperasi guna kebutuhan masyarakat semakin kompleks.

Setiap kegiatan bisnis yang dijalankan, tentulah memiliki tujuan yang ingin dicapai oleh pemilik dan manajemen agar tetap hidup (*survive*). Perusahaan menginginkan keuntungan yang optimal atas usaha yang dijalanannya karena pemilik perusahaan menginginkan modal yang telah ditanamkan dalam usahanya segera cepat kembali juga mengharapkan adanya hasil atas modal yang ditanamkannya sehingga mampu memberikan tambahan modal dan kemakmuran bagi pemilik dan seluruh karyawannya.

Bagi perusahaan, laba yang diperoleh merupakan pencapaian rencana (*target*) yang telah ditentukan sebelumnya. Pencapaian *target* laba sangat penting karena dengan memperoleh laba yang telah ditetapkan atau bahkan melebihi *target* yang diinginkan akan memberikan kepuasan tersendiri bagi pemilik perusahaan. Kondisi ini merupakan ukuran keberhasilan dan kesuksesan untuk menilai kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan. Demikian pula sebaliknya, apabila perusahaan gagal mencapai *target*, maka cermin ketidak-mampuan atau terjadi kegagalan manajemen dalam mengelola perusahaan.

Selain memperoleh laba, perusahaan juga menginginkan agar kegiatan bisnis yang dijalankan tidak hanya untuk satu periode saja, tetapi pemilik perusahaan menginginkan memiliki umur panjang untuk beberapa periode kedepan. Bila perlu pemilik menginginkan usaha yang dijalankan hidup dan berkembang secara berkesinambungan.

Selain itu perusahaan juga ingin tetap mampu menghasilkan atau menyediakan berbagai jenis produk/jasa untuk kepentingan masyarakat umum. Ketersediaan produk/jasa yang mampu memberikan kemakmuran bagi masyarakat, maka pemilik perusahaan akan meningkatkan.

Kemakmuran pemegang saham dan manajemen serta karyawan perusahaan yang bersangkutan. Jika perusahaan bekerja secara optimal dan efisien, maka produk yang dihasilkan mampu bersaing dipasar yang mampu menguasai pasar, sehingga volume produksi akan ditambah sesuai pangsa pasar yang dikuasai. Dengan demikian perusahaan akan menambah tenaga kerja produktif dan memperoleh pendapatan. Bertambahnya pendapatan masyarakat akan mendorong daya beli. Semakin besar permintaan masyarakat terhadap produk, maka peluang untuk menambah investasi baru. Ditinjau dari aspek pemerataan, perusahaan kecil juga mempunyai peran yang sangat penting karena dapat menunjang program pemerataan kesempatan untuk berusaha, pemerataan dalam penyebaran lokasi bisnis di daerah dan pemerataan dalam peningkatan pendapatan atau kesejahteraan masyarakat melalui kesempatan kerja.

Semakin kompleksnya kegiatan suatu perusahaan atau industri disebabkan karena kegiatan perekonomian dan pembangunan di Indonesia semakin berkembang. Sebuah industri yang telah melaksanakan produksi barang dan jasa dalam jumlah besar dengan maksud untuk memenuhi permintaan konsumen di pasar. Terjadinya persaingan yang semakin serius akan menuntut banyak perusahaan sejenis berupaya untuk menguasai pasar sasaran. Untuk maksud tersebut, total biaya per unit suatu produk harus dihitung dengan cermat agar dapat menentukan harga jual yang tepat terhadap produk yang dihasilkan. Harga pokok produk menggambarkan biaya minimal yang harus diterima kembali oleh produsen.

Harga jual produk merupakan salah satu instrument bagi pemilik perusahaan untuk meningkatkan laba yang optimal guna menambah modal usaha. Dengan adanya penetapan harga jual sesuai biaya sesungguhnya, maka produk yang dihasilkan dapat bersaing di pasar, bahkan mampu memimpin pasar dan menguasai pasar sasaran. Penetapan harga jual disesuaikan dengan daya beli konsumen (masyarakat).

Penetapan harga jual yang tidak tepat, akan dapat berpengaruh negatif terhadap laba perusahaan. Setiap aktivitas bisnis selalu mengharapkan laba yang optimal pada waktu tertentu. Sedangkan kenyataannya selalu berbeda dengan harapan sesuai rencana yang ditetapkan, sehingga terjadi kesenjangan atau masalah yang harus diselesaikan.

### **Rumusan Masalah**

Dari uraian latar belakang tersebut diatas, dapatlah disimpulkan rumusan masalah pada penelitian ini yaitu :

Seberapa Besar Jumlah Penetapan Harga dan Laba dari usaha RM Bubur Ayam Bandung Kota Kembang ?

### **Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk Seberapa Besar Jumlah Penetapan Harga dan Laba dari usaha RM Bubur Ayam Bandung Kota Kembang .

## **B. TELAHAH PUSTAKA**

### **Harga**

Pengertian harga menurut Philip Kotler adalah salah-satu unsur bauran pemasaran yang menghasilkan keuntungan. Maka dengan demikian, harga berfungsi sebagai pengukur nilai suatu barang atau jasa.

Harga adalah perwujudan nilai suatu barang atau jasa dalam satuan uang. Harga bisa juga berarti kekuatan membeli untuk mencapai kepuasan dan manfaat. Semakin tinggi manfaat yang dirasakan seseorang dari barang atau jasa tertentu, semakin tinggi nilai tukar dari barang atau jasa tersebut.

### **Peranan Harga**

#### **1. Bagi Perekonomian**

Harga produk tentu juga mempengaruhi tingkat upah, sewa, bunga dan laba.

Hal ini karena Harga merupakan regulator dasar dalam sistem perekonomian, dan berpengaruh terhadap alokasi faktor-faktor produksi, yaitu seperti tenaga kerja, tanah dan kewirausahaan.

#### **2. Bagi Konsumen**

Mayoritas konsumen sedikit sensitif terhadap harga, tetapi juga mempertimbangkan faktor lain, yaitu seperti citra, merek, lokasi toko, layanan, nilai atau value dan kualitas. Selain itu, persepsi konsumen terhadap kualitas produk kerap kali dipengaruhi oleh harga. Dalam beberapa kasus, harga yang mahal akan dianggap mencerminkan kualitas yang tinggi, terutama dalam kategori specialty (spesial) products.

#### **3. Bagi Perusahaan**

Harga produk adalah determinan (Faktor) utama bagi permintaan atas produk yang bersangkutan. Harga juga mempengaruhi posisi bersaing dan pangsa pasar perusahaan dan dampaknya harga juga akan berpengaruh pada pendapatan dan laba bersih suatu perusahaan. Singkat kata perusahaan mendapatkan uang melalui harga yang dibebankan atas produk atau jasa yang dijualnya.

### **Metode Penetapan Harga**

#### **1. Penetapan Harga Berdasarkan Biaya**

Dalam metode penetapan harga ini memiliki faktor yang utama yaitu aspek penawaran (biaya). Dalam metode ini harga akan ditentukan berdasarkan dengan biaya produksi dan juga biaya pemasaran produk yang selanjutnya akan ditambah dengan jumlah-jumlah tertentu untuk dapat menutupi biaya-biaya langsung, biaya overhead, serta laba.

#### **2. Penetapan Harga Berdasarkan Harga Pesaing atau Kompetitor**

Dalam metode penetapan harga ini umumnya dalam pelaksanaannya akan menggunakan harga pesaing sebagai referensi, namun pendekatan ini cenderung cocok untuk produk yang standar di pasar oligopoli. Untuk menarik perhatian konsumen perusahaan akan menggunakan strategi harga yang telah dirancang.

#### **3. Penetapan Harga Berdasarkan Permintaan**

Dalam metode penetapan harga ini dilakukan berdasarkan dengan persepsi konsumen terhadap price value, price

sensitivity serta perceived quality.

Dalam mengetahui nilai dari harga atas kualitas suatu produk maka perlunya analisa Price Sensitivity Master (PSM), dalam menggunakan analisis ini umumnya konsumen diminta agar memberikan pernyataan mengenai harga apakah murah, mahal, atau pas selanjutnya dikaitkan dengan kualitas produk yang diterima.

#### Tujuan Penelitian

Tahap-tahap penjualan Dalam hal ini tahap-tahap yang perlu ditempuh oleh pihak penjual meliputi:

1. Persiapan sebelum penjualan Tahap pertama dalam penjualan tatap muka adalah mengadakan persiapan-persiapan sebelum melakukan penjualan. Di sini, kegiatan yang dilakukan adalah mempersiapkan tenaga penjualan dengan memberikan pengertian tentang barang yang dijualnya, pasar yang dituju dan teknik-teknik penjualan yang harus dilakukan. Selain itu, mereka juga lebih dulu harus mengetahui kemungkinan tentang motivasi dan perilaku dalam segmen pasar yang dituju.

2. Penentuan lokasi pembeli potensial Dengan menggunakan data pembeli yang lalu maupun sekarang, penjual dapat menentukan karakteristik calon pembeli atau pembeli potensialnya. Penentuan calon pembeli beserta karakteristiknya dapat dilakukan dengan segmentasi pasar. Oleh karena itu, pada tahap kedua ini ditentukan lokasi dari segmen pasar yang menjadi sasarannya. Dari lokasi ini dapatlah dibuat sebuah daftar tentang orang-orang atau perusahaan yang secara logis merupakan pembeli potensial dari produk yang ditawarkan. Dari konsumen yang ada dapat pula ditentukan konsumen manakah yang sudah menggunakan produk-produk saingan.

3. Pendekatan pendahuluan Sebelum melakukan penjualan, penjual harus mempelajari semua masalah tentang individu atau perusahaan yang dapat diharapkan sebagai pembelinya. Selain itu, perlu juga mengetahui tentang produk atau merk apa yang sedang mereka gunakan dan bagaimana reaksinya.

Berbagai macam informasi perlu dikumpulkan untuk mendukung penawaran produknya kepada pembeli, misalnya tentang kebiasaan pembeli, kesukaan dan sebagainya. Semua kegiatan ini dilakukan sebagai pendekatan pendahuluan terhadap pasarnya.

4. Pelaksanaan penjualan Penjualan yang dilakukan bermula dari suatu usaha untuk memikat perhatian calon konsumen, kemudian diusahakan untuk mengetahui daya tarik atau minat mereka. Jika minat mereka dapat diikuti dengan munculnya keinginan untuk membeli, maka penjual tinggal merealisasikan penjualan produknya. Pada saat ini penjualan dilakukan.

5. Pelayanan purna jual Sebenarnya kegiatan penjualan tidak berakhir pada saat pesanan dari pembeli telah dipenuhi, tetapi masih perlu dilanjutkan dengan memberikan pelayanan atau servis kepada mereka. Biasanya kegiatan dilakukan untuk penjualan barang-barang industri. Dalam tahap terakhir ini penjual harus berusaha mengatasi berbagai macam keluhan atau tanggapan yang kurang baik dari pembeli. Pelayanan lain yang juga perlu diberikan sesudah penjualan adalah memberikan jaminan kepada pembeli bahwa keputusan yang diambilnya tepat, barang yang dibelinya betul-betul bermanfaat dan hasil kerja produk tersebut memuaskan.

Variabel penetapan harga memiliki pengaruh terhadap volume penjualan. Yang mana harga suatu produk ditetapkan terlalu tinggi, maka bisa jadi produk tersebut tidak dibeli oleh konsumen. Situasi tersebut dapat menyebabkan menurunnya volume penjualan dalam perusahaan, meskipun laba yang diperoleh tergolong tinggi. Demikian sebaliknya apabila harga terlalu rendah, maka perusahaan tersebut akan mengalami kesulitan untuk menutup biaya yang telah dikeluarkan oleh perusahaan. Maka dari itu, harga harus ditetapkan secara bijaksana.

Pada umumnya perusahaan dalam mengadakan penetapan harga mempunyai beberapa tujuan. Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong: tujuan penetapan harga yaitu: mencakup bertahan hidup, memaksimalkan keuntungan saat ini, kepemimpinan pangsa pasar, atau mempertahankan pelanggan yang membangun hubungan.

Maka dari itu sebuah perusahaan harus mampu menganalisis tujuan sejak awal untuk menentukan harga yang akan ditetapkan karena akan berimbang pada kelangsungan perusahaan tersebut

### C. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini diperlukan data yang relevan dengan objek yang diteliti dalam rangka pengumpulan data, maka penulis mengadakan penelitian pada rumah makan Bubur ayam bandung Kota kembang di Tembilahan Kabupaten Indragiri. Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif dan data kuantitatif yang bersumber dari data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, promosi, dan dokumentasi.

#### Metode Analisis Data

Dalam menganalisis data, metode yang digunakan dalam penetapan harga jual adalah Metode cost plus pricing, yaitu penetapan harga jual dengan menambah margin (keuntungan) yang digunakan pada biaya-biaya yang telah dibebankan pada barang, dengan rumus :

$$\begin{aligned} \text{TTTTCCTT} \text{ (TTCC)} &= \text{VVCC} + \text{FFCC} \\ \text{PPPPPTTMM} &= (\text{TTCC} \times \dots \% \text{ LTTT}) \\ \text{HHTTMM} \text{ (HH)} &= \text{TTCC} + \text{PPPTT} \\ \text{MMTTPMM} \text{ FFCC} &= \text{BBPTT} \\ \text{TTTTTTT} & \end{aligned}$$

Keterangan :

Margin = Laba yang diinginkan

Total Cost = Total biaya per

Variabel Cost = Biaya variabel

Tabel 1

Jenis Biaya Variabel pada Rumah Makan Bubur Ayam Bandung Kota Kembang

No	Jenis Biaya Variabel	Hari (Rp)	Per - Minggu	Total Biaya
1	Bahan Baku Makanan	11.900.000	11.900.000	11.900.000
2	Tenaga Kerja langsung	-	-	-
3	Gas elpiji ( tabung gas )	420.000	420.000	420.000
Total Biaya Variabel				12.320.000

Sumber: Data Rumah Makan Bubur Ayam Bandung Kota Kembang . Tembilahan, April 2021

Total biaya variabel yang dikeluarkan oleh Rumah Makan Bubur Ayam Bandung Kota Kembang per minggu sebesar Rp .000,-. Biaya variabel tersebut terdiri atas, biaya makanan , biaya tabung gas elpiji (biaya overhead), dan biaya lainnya.

Tabel 2

Jenis Biaya Tetap pada Rumah Makan Bubur Ayam Bandung Kota Kembang

No.	Biaya Tetap	Harga
1.	Biaya listrik	-
2.	Sewa	RP. 500.000,-
3.	Biaya PDAM	-

Gedung rumah maka Bubur Ayam Bandung Kota Kembang didirikan pada 6 bulan dengan total dana pribadi Rp. 2.500.000, - juta. Peralatan untuk masak terdiri atas belangan/panci besar, kuili besar, piring, mangkok, sendok, gelas, dan berbagai macam peralatan lainnya.

#### 1. Penetapan harga pokok

Perhitungan harga pokok produk berdasarkan total biaya variabel ditambah total biaya tetap dibagi jumlah unit produk yang dihasilkan selama satu periode tertentu (satu bulan).

Diketahui total biaya bahan baku setiap 2 minggu, yaitu belanja bahan baku 2 minggu sebesar Rp 850.000 x 14 hari = Rp 1.900.000,-per minggu.

## 2. Rasio Laba

Berdasarkan hasil perhitungan biaya variabel dan biaya tetap tersebut di atas, untuk menghasilkan menu makanan dan minuman segar, maka dapat diketahui besarnya Harga Pokok Produk (HPP) dan Harga Jual dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

Harga Jual (HJ) = HPP + (% Profit x HPP).  
Diketahui biaya variabel masing-masing produk, sebagai berikut:

Bahan baku makanan = Rp. 11.900.000, -  
Tenaga kerja secara langsung = Rp. -  
Gas elpiji (tabung gas) = Rp. 420.000, -  
Total biaya variabel (VC.....) = Rp. 12.320.000, -

Harga pokok bahan dan tenaga kerja langsung menjadi dasar perhitungan laba operasi. Sedangkan laba bersih diperoleh setelah harga jual dikurangi dengan total biaya tetap dan biaya bunga serta pajak penghasilan.

Berdasarkan perhitungan total biaya tetap dapat dihitung sebagai berikut:

Biaya listrik per 2 minggu = Rp -  
Biaya sewa = Rp.500.000,- + Biaya PDAM = Rp. -

Total biaya tetap (FC)..... = Rp 500.000, 00  
Harga pokok produk (HPP) diperoleh melalui penjumlahan biaya variabel (VC) dan biaya tetap (FC). Dengan demikian, maka harga jual dapat dihitung sebagai berikut:

Total Cost (TC) = VC + FC  
= Rp . 12.320.000 + Rp 500.000, 00  
= Rp .12.820.000 / per 2 minggu  
Profit Margin (PM) = (TC x % Laba)  
= (Rp .12.320.000 x 50%)  
= Rp .6.160.000,- / per 2/minggu  
Harga Jual (HJ) = TC + Profit Margin  
= Rp .12.320.000 + Rp 6.160.000  
= Rp 18.480.000,- / per 14 hari

Dari hasil penjualan tersebut terdapat biaya variabel, biaya tetap, dan tambahan laba yang diharapkan sebesar 50 persen. Jika pemilik Rumah Makan (RM) Bubur Ayam Bandung Kota Kembang. Berdasarkan di atas, maka dipastikan akan mengurangi jumlah laba usaha, dan bahkan dapat menderita kerugian.

Harga jual per unit dapat diketahui dengan cara membagi total harga jual per bulan dengan jumlah porsi makanan dan minuman yang terjual.

Berdasarkan data pada tabel 03 menunjukkan jumlah porsi makanan lengkap yang terjual per hari sebanyak porsi atau porsi per 14 hari.

Berdasarkan data dan perhitungan diatas, maka jumlah biaya makanan dapat di lihat dalam table 3 berikut:

Tabel 3  
Jenis Biaya Variabel pada Rumah Makan Bubur Ayam Bandung Kota Kembang

No.	Jenis Biaya Variabel	Makanan
1.	Bahan Makanan	11.900.000
2.	Gas Elpiji	420.000
3.	Upah tenaga kerja	-
<b>Total Biaya Variabel</b>		<b>12.820.000</b>

Sumber: Data Rumah Makan Bubur Ayam Bandung Kota Kembang Tembilahan, Jan 2021

Berdasarkan data tersebut di atas, maka dapat di analisis harga pokok dan harga jual per unit (per porsi untuk makanan , sebagai berikut:

1. Harga Pokok produk (HPP) :

HPP makanan/porsi =  
harga/porsi\*totalporsi/hari =  
Rp.8000,-\*140 = Rp.1120.000,-

2. Harga Jual = Rp.8000,-

Hasil analisis harga pokok produk menunjukkan nilai yang rendah di tambah laba yang diharapkan oleh pemilik RM Bubur Ayam Bandung Kota Kembang setiap perminggu sebesar 50% per porsi untuk makanan per porsi .

Harga jual makanan per unit (per porsi) / perbungkus sebesar Rp10.000, - sedangkan realisasi harga makanan per porsi pada RM Bubur ayam Bandung kota kembang sebesar Rp 8.000,-.

Perhitungan Laba Rugi per Bulan pada Rumah Makan Bubur Ayam Bandung Kota Kembang di Tembilahan Berdasarkan Rincian Pendapatan sebagai berikut :

Penjualan per 14 hari : Rp. 112.000, -  
 Biaya Variabel : Rp. 12.320.000, -  
 Kontribusi Margin : Rp. 12.208.000, -  
 Biaya Tetap : Rp. 500.000, -  
 Laba Usaha : Rp. 12.207.500 -

Berdasarkan rincian perhitungan pendapatan RM Bubur Ayam Bandung Kota Kembang dikurangi biaya variabel dan biaya tetap, maka diperoleh laba usaha setiap 14 hari yang peluang diperoleh sebesar Rp 1.844.000,-. Sedangkan perhitungan penjualan berdasarkan harga diharapkan sebesar 50%, maka besarnya laba usaha yang dapat diperoleh setiap 2 minggu sebesar Rp 1.844.00,-.

Perhitungan Laba Rugi per Bulan pada Rumah Makan Bubur Ayam Bandung Kota Kembang Berdasarkan Harga Pokok Penjualan per 14 hari :Rp.140. 000, -  
 Biaya Variabel : Rp. 12.320.000, -  
 Kontribusi Margin : Rp. 12.180.000, -  
 Biaya Tetap : Rp. 500.000, ;  
 Laba usaha : Rp. 11.680.000, -

Berdasarkan data di atas, maka dapat dianalisis dengan menggunakan pendekatan rasio profitabilitas sebagai berikut:

$$\text{Profitabilitas} = \frac{\text{Laba Usaha}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

$$\frac{11.680.000}{140.000} \times 100\% = 83,43\%$$

Hasil analisis profitabilitas pertama berdasarkan data rincian pendapatan, maka diperoleh rasio profitabilitas sebesar 11, 20% per 14 hari, artinya bahwa setiap penjualan Rp 100,- mampu memberikan laba usaha sebesar Rp per porsi Sedangkan hasil analisis profitabilitas ke dua dengan menggunakan data harga pokok produk yang diperhitungkan, maka dapat dihitung, sebagai berikut:

$$\text{Profitabilitas} = \frac{11.680.000}{140.000} \times 100\% = 83,43\%$$

Berdasarkan data harga pokok produk yang dipakai sebagai dasar perhitungan laba usaha, maka di peroleh sebesar 14, 00 %, artinya bahwa setiap penjualan Rp 100,- mampu memberikan laba usaha sebesar Rp. 14, 00 per porsi.

Ke dua bentuk formulasi perhitungan harga jual sama-sama memberikan kontribusi laba, namun dapat perbedaan pada jumlah persentase labanya pada RM Bubur Ayam bandug kota kembang tetap memperoleh laba usaha.

#### D. KESIMPULAN

1. Hasil analisis harga pokok produk menunjukkan nilai yang rendah di tambah laba yang diharapkan oleh pemilik RM Bubur Ayam bandung kota kembang setiap bulan sebesar 50% per porsi untuk makanan per porsi .
2. Harga jual makanan per unit (per porsi) / perbungkus sebesar Rp 10.000 sedangkan realisasi harga makanan per porsi pada RM bubur ayam bandung Kota kembang sebesar Rp 8.000,-.
3. Berdasarkan data harga pokok produk yang dipakai sebagai dasar perhitungan hasil penjualan. Besarnya laba yang diperoleh RM Bubur ayam Bandung kota kembang , dapat dihitung diselisihkan antara hasil penjualan dengan harga pokok. Harga pokok produk yang dipakai sebagai dasar perhitungan harga jual, di peroleh laba usaha sebesar 50%, artinya bahwa setiap penjualan Rp 100,- mampu memberikan laba usaha sebesar Rp 14, 00 per unit. Maka dari data diatas disimpulkan , bahwa usaha dagang tidak perlu biaya modal yang cukup besar.

### DAFTAR PUSTAKA

- Anim Budi Lestari. 2010. Evaluasi Penetapan Harga Pokok Produk Roti Pada UKM Roti Saudara Di Banyumanik. *Jurnal Ekonomi Keuangan*.
- Bellinda Macpal Dkk. 2014. Analisis Perhitungan Harga Pokok Penjualan Barang Produksi Pada Jepara Meubel Di Kota Blitung. *Jurnal Emba. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Jurusan Akuntansi. Universitas Sam Ratulangi. Manado*
- Desember 2020 - januari 2021. Catatan Pengeluaran dan pemasukan Bubur Ayam Bandung Kota Kembang Di Tembilahan
- Desember 2020 - Januari 2021. Laporan Keuangan Bubur Ayam Bandung Kota Kembang
- Galih Riskiana, 2017. Analisis Harga Pokok Produksi Dalam Menentukan HargaJual (Studi Penerapan Metode Full Costing Pada Usaha Kecil Konfeksi Wazha67).
- Fitri Anggar Sari 2017 "Full Costing dan Variabel Costing, Apa itu?" dalam <https://zahiraccounting.com/id/blog/full-costing-dan-variabel-costing>
- Falucky, Yonna Iffa. 2017. Skripsi: "Menakisme Penetapan Harga Jual \_\_\_\_\_Kerajinan Marmer Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi \_\_\_\_\_Kkasus UD Tukul Jaya Tulungagung)", Tulungagung: Institut Agama \_\_\_\_\_Islam Negeri Tulungagung.
- Laporan Keuangan Bubur Ayam Bandung Kota Kembang Dari Bulan Desember 2020 - Januari 2021
- Rozalinda, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), 154.
- Utcik Anita, 2005. "Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Sebagai Dasar Penetapan Harga Jual Produksi Furniture"*Jurnal Ekonomi Keuangan*.
- Wuriani, Indari dan Yana, Enceng. 2017. " Pengaruh Perhitungan Harga Pokok Produksi dengan Metode Full Costing Terhadap Harga Jual pada PT. Totum Diba Ciwaringin Cirebon.
- Yeni Ardianti, 2014. "Presentase Biaya Bahan Baku, Biaya Tenaga Kerja, Biaya Overhead Pabrik Terhadap Harga Pokok Produksi Pada PT. INDOHAMAFISH" *Jurnal Ekonomi Keuangan*.
- Yuri Rahayu, 2015. "Analisis Pembebanan Biaya Overhead Pabrik Terhadap Harga Jual Produk Pada UKM Di Wilayah Sukabumi" *Jurnal Ekonomi Keuangan*.

<http://www.ilmu-ekonomi-id.com/>