

**ANALISA MAKE OR BUY DECISION UNTUK  
MEMPEROLEH LABA PADA PRODUK START-UP  
KYUBU**



**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana Manajemen

Oleh:  
**Billy Theja**  
2016120009

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM SARJANA MANAJEMEN  
Terakreditasi Berdasarkan Keputusan BAN-PT No. 2011/SK/BAN-  
PT/Akred/S/VII/2018  
BANDUNG  
2019**

**MAKE OR BUY DECISION ANALYSIS TO EARN PROFIT  
IN KYUBU START-UP PRODUCT**



*Handwritten signature of Billy Theja*

**UNDERGRADUATE THESIS**

Submitted to complete part of the requirements for Bachelor's Degree in  
Management

**By:  
Billy Theja  
2016120009**

**PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY  
FACULTY OF ECONOMICS  
MANAGEMENT DEPARTEMENT  
Accredited Based on the Decree of BAN-PT No.2011/SK/BAN-  
PT/Akred/S/VII/2018  
BANDUNG  
2019**


**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN**  
**FAKULTAS EKONOMI**  
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**



**PERSETUJUAN SKRIPSI**  
**ANALISA MAKE OR BUY DECISION UNTUK MEMPEROLEH**  
**LABA PADA PRODUK START-UP KYUBU**

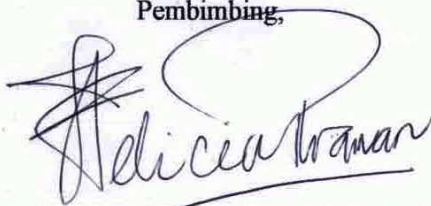
Oleh  
Billy Theja, The  
2016120009

Bandung, 18 Desember 2019  
Ketua Program Sarjana Manajemen,



Dr. Istiharini, CMA.

Pembimbing,



Dr. Judith Felicia Pattiwael, Dra., M.T.

# PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama : Billy Theja  
Tempat, tanggal lahir : Tasikmalaya, 15 September 1998  
NPM : 2016120009  
Program studi : Manajemen  
Jenis Naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

## **ANALISA MAKE OR BUY DECISION UNTUK MEMPEROLEH LABA PADA PRODUK START-UP KYUBU**

Dengan,  
Pembimbing : Dr. Judith Felicia Pattiwael, Dra., M.T.

### **MENYATAKAN**

Adalah benar-benar karya tulis saya sendiri.

1. Apapun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain), telah dengan selayaknya saya kutip, sadur, atau tafsir dan jelas telah saya ungkap dan tandai.
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta atau yang disebut plagiat (*plagiarism*) merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak keserjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksa oleh pihak mana pun.

Pasal 25 Ayat (2) UU No.20 Tahun 2003:  
Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya.  
Pasal 70 : Lulusan yang karya ilmiah yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana penjara paling lama dua tahun dan/atau denda paling banyak Rp 200 juta.

Bandung,  
Dinyatakan tanggal : 02 Desember 2019

Pembuat Pernyataan :



(Billy Theja)

## ABSTRAK

Dewasa ini, Penciptaan wirausaha muda diharapkan akan mendorong UMKM di Indonesia sebagai penyumbang besar dalam Produk Domestik Bruto Indonesia (PDB). Program Studi Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan menyambut baik program penciptaan wirausaha muda ini dengan memasukkan mata kuliah Praktik Bisnis dalam Kurikulumnya, Mata kuliah ini memberi tugas kepada para mahasiswanya untuk membuat suatu bisnis *start-up* yang nantinya akan diperlombakan pada acara *Menefesto* yang diselenggarakan oleh Unpar sendiri.

Salah satu peserta dalam mata kuliah serta perlombaan tersebut adalah *start-up* business bernama Kyubu. Kyubu dalam bahasa Jepang berarti kubus. Kyubu mempunyai produk berupa coklat yang berbentuk kubus dengan 5 macam rasa, yaitu: original, oreo, nutella, *green tea*, dan stroberi. Tim Kyubu beranggotakan 5 orang mahasiswa dengan tempat produksi dan pengepakannya di daerah Arcamanik Endah, Bandung. Awalnya Kyubu mempunyai pemasok produk yang memproduksi produk mereka. Namun, pada acara puncak dari perlombaan *Menefesto*, pemasok produk tersebut tidak menyanggupi pesanan dari Tim Kyubu. Jadi, walaupun mereka memutuskan untuk membuat produk mereka sendiri mereka tetap menggunakan perhitungan Harga Pokok Produk (HPP) dari pemasok produk. Dengan demikian, terdapat dua alternatif perhitungan HPP yaitu dari pemasok produk (*decision to buy*) dan ketika produksi sendiri (*decision to make*).

Metode penelitian yang digunakan adalah *applied research* dengan metode deskriptif dan *case study*. Teknik pengumpulan data dengan melihat dokumen Tim Kyubu serta melihat secara langsung proses produksi yang terjadi.

Setelah dilakukan perhitungan Harga Pokok Produk (HPP) pada kedua alternatif tersebut yaitu, menggunakan pemasok produk atau memproduksi sendiri. Maka, didapat bahwa HPP dari pemasok produk (*decision to buy*) sebesar Rp.3.804.600 menawarkan keuntungan lebih tinggi dibandingkan HPP ketika Kyubu membuat produk mereka sendiri (*decision to make*) sebesar Rp.5.506.757. Selain HPP, *operating loss* yang dihasilkan dari HPP pemasok (*decision to buy*) sebesar Rp. 2.080.600 lebih kecil dibandingkan dengan memproduksi sendiri (*decision to make*) sebesar Rp. 3.736.600. Untuk analisa titik impas, titik impas Kyubu berada pada penjualan 1184 unit yang terdiri dari 1110 unit Box kecil dan 74 unit Box Besar.

Kyubu lebih baik memproduksi produknya melalui pemasok produk dengan menggunakan strategi '*decision to buy*'. Karena *operating loss* yang dihasilkan lebih kecil dibandingkan dengan Kyubu membuat produk mereka sendiri (*decision to make*). Kyubu juga harus gencar dalam kegiatan pemasaran untuk meningkatkan penjualan produk mereka agar Tim Kyubu mencapai titik impas mereka sesegera mungkin.

Kata Kunci: Harga Pokok Produksi, Analisa Titik Impas, *Make or Buy Decision*.

## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas rahmat serta penyertaan-Nya sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan tepat waktu. Penulisan skripsi ini tentu tidak terlepas dari bantuan para rekan-rekan baik dalam hal semangat, bimbingan serta motivasi. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Orang Tua Penulis, Petra Theja dan Agnita Tirtana yang telah memberikan doa, semangat, motivasi, dan pengorbanan lainnya yang saya tidak dapat sebutkan satu persatu selama masa perkuliahan.
2. Serta untuk kedua saudara kandung saya Adrian Theja dan Nadia Annabell Theja atas dukungan dan doanya selama penulisan skripsi ini.
3. Nenek saya yang selalu memberikan nasihat kepada penulis dan memberikan nilai-nilai kehidupan serta pengalamannya.
4. Ibu Dr. Judith Felicia Pattiwael, Dra., M.T. selaku dosen pembimbing seminar sekaligus dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu dimanapun dan kapanpun, masukkan, saran, hingga perhatian dalam bentuk ilmu, moral, hingga cerita yang telah memberikan pemikiran dan perspektif baru bagi penulis sehingga skripsi ini terselesaikan tepat pada waktunya.
5. Ibu Dr. Istiharini, S.E., M.M. selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Katolik Parahyangan.
6. Bapak Agus Hasan Pura Anggawidjaja, Drs., M.Si. selaku dosen wali yang telah banyak membantu penulis selama masa perkuliahan.
7. Teman seperjuangan skripsi, Eldi, Bileam, Jessica, dan Thufail yang membantu dan menyemangati selama proses penulisan skripsi.
8. Teman-teman selama masa perkuliahan, Agathon, Roy, Rainer, Raymond, Ave, Jessie, Derris, Vania, Edwin yang telah berbagi suka duka, ilmu, semangat, pengalaman dan juga motivasi selama masa kuliah.
9. Sahabat sejak SMA, Michael, Bileam, Arvin atas dukungan materil dan non-materil selama masa perkuliahan.
10. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi yang sudah memberikan ilmu dan pengetahuan bagi penulis.

11. Anggota kelompok Kyubu yang telah memberikan izin bagi penulis untuk melakukan penelitian
12. Semua pihak yang telah membantu dalam proses penulisan skripsi ini yang tidak disebutkan satu per satu.

Saya menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran dari para penguji akan sangat membantu penulisan skripsi ini menjadi lebih baik, tidak lupa agar bermanfaat juga bagi pembaca dan peneliti selanjutnya.

Bandung, Desember 2019

Penulis,

Billy Theja

2016120009

# DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR .....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR .....	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Kegunaan Penelitian .....	4
1.5 Kerangka Pemikiran .....	5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA .....	9
2.1 Biaya .....	9
2.1.1 Pengertian Biaya Produksi .....	9
2.1.2 Unsur-unsur Pembentuk Biaya Produksi.....	10
2.2 Harga Pokok Produk.....	10
2.2.1 Pengertian Harga Pokok Produk .....	11
2.2.2 Manfaat Perhitungan Harga Pokok Produk.....	11
2.2.3 Value-Chain Analysis.....	11
2.3 <i>Cost-Volume Profit Analysis</i> .....	12
2.4 Harga Jual .....	14
2.5 <i>Make or Buy Decision</i> .....	15
2.6 Undang-undang Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2003 Tentang Ketenagakerjaan .....	16
BAB 3 METODE DAN OBJEK PENELITIAN .....	17
3.1 Metode Penelitian .....	17
3.1.1 Teknik Pengumpulan Data .....	17
3.1.2 Desain Penelitian .....	18
3.1.3 Teknik Analisa Data .....	19
3.2 Objek Penelitian.....	20
3.2.1 Profil Singkat Kyubu.....	20



3.2.2	VISI & MISI Kyubu .....	20
3.2.3	Struktur Organisasi .....	21
3.2.4	Proses Bisnis Kyubu .....	22
BAB 4	HASIL DAN PEMBAHASAN .....	24
4.1	Penentuan Desain Produk .....	24
4.2	Desain dan Harga Kemasan dari Pemasok Kemasan .....	26
4.3	Perhitungan <i>Fixed Cost</i> .....	27
4.4	Harga Pokok Produk dari Pemasok Produk .....	27
4.5	Perhitungan Harga Pokok Produk .....	29
4.6	Perhitungan <i>Variable Cost per Unit</i> .....	33
4.6	Perhitungan Breakeven Point dan Revenue .....	35
4.7	Analisa Perbandingan .....	37
BAB 5	KESIMPULAN DAN SARAN .....	40
5.1	Kesimpulan .....	40
5.2	Saran .....	41
DAFTAR	PUSTAKA .....	42

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Bagan Model Penelitian .....	8
Gambar 3. 1 Bagan Langkah-langkah Penelitian.....	18
Gambar 3. 2 Gambar Struktur Organisasi.....	21
Gambar 4. 1 <i>Rubik's Cube</i> karya Cedric Grolet .....	24
Gambar 4. 2 Rancangan Awal Produk Kyubu .....	245
Gambar 4. 3 Bentuk Kemasan Kyubu.....	246

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 3. 1 Bahan Baku Kyubu .....	22
Tabel 4. 1 Komponen Fixed Cost Kyubu.....	27
Tabel 4. 2 Daftar Penjualan Kyubu .....	28
Tabel 4. 3 Biaya DM dan DML Pemasok Produk .....	28
Tabel 4. 4 Biaya Manufacturing Overhead (MOH) Kyubu .....	29
Tabel 4. 5 Harga Pokok Produk (HPP) Pemasok Produk .....	29
Tabel 4. 6 Rincian Produk Kyubu yang diproduksi .....	30
Tabel 4. 7 Biaya Direct Material (DM) per Produk .....	30
Tabel 4. 8 Total Biaya Direct Material (DM) .....	31
Tabel 4. 9 Upah per Jam Kerja.....	31
Tabel 4. 10 Total Biaya Direct Manufacturing Labor (DML) .....	32
Tabel 4. 11 Harga Pokok Produk (HPP) Kyubu .....	32
Tabel 4. 12 Biaya Direct Material (DM) Kyubu untuk Kemasan Isi 8 pcs .....	33
Tabel 4. 13 Biaya Direct Manufacturing Labor (DML) per Unit .....	33
Tabel 4. 14 Total Variable Cost untuk Kemasan Isi 8 pcs .....	34
Tabel 4. 15 Total Biaya Direct Material (DM) untuk Kemasan Isi 27 pcs.....	34
Tabel 4. 16 Total Variable Cost untuk Kemasan Isi 27 pcs .....	35
Tabel 4. 17 Contribution Margin Kyubu.....	36
Tabel 4. 18 Perhitungan Harga Pokok Produk (HPP).....	37
Tabel 4. 19 Target Breakeven Kyubu .....	37
Tabel 4. 20 Operating Loss Kyubu .....	38
Tabel 4. 21 Total Pendapatan Kyubu selama Menefesto .....	38
Tabel 4. 22 Perbandingan Operating Income dari Tiap Harga Pokok Produk.....	39

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Dewasa ini, Penciptaan wirausaha muda diharapkan akan mendorong UMKM di Indonesia sebagai penyumbang besar dalam Produk Domestik Bruto Indonesia (PDB), menurut Direktur Jendral Pajak (DJP) Robert Pakpahan ([www.ekonomi.kompas.com](http://www.ekonomi.kompas.com), 2018) :

"UMKM menjadi tulang punggung perekonomian. Ini karena UMKM merepresentasikan 98,8 persen unit usaha yang ada di ekonomi," kata Robert. Lebih dari itu, lanjut Robert, penyerapan tenaga kerja di UMKM juga terhitung tinggi, yakni sekitar 96,99 persen dari total tenaga kerja. Sektor ini juga menyumbang 60,3 persen terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Nasional.

Perkembangan wirausaha muda juga didukung penuh oleh pemerintah melalui berbagai program, yang dimulai dari mereka yang masih duduk di bangku SMA/SMK hingga yang sedang menempuh jenjang kuliah. Menurut Menteri Perindustrian Airlangga Hartanto ([www.beritasatu.com](http://www.beritasatu.com), 2018) :“Mereka (siswa dan mahasiswa) akan diajarkan cara-cara berwiraswasta sekaligus melahirkan budaya wiraswasta. Diharapkan dengan cara itu, tercipta jiwa wiraswasta sehingga setelah lulus bisa langsung membuka usaha sendiri.”

Karena diwajibkannya pendidikan kewirausahaan oleh pemerintah maka banyak diadakan lomba-lomba yang berkaitan dengan pembuatan *business plan*, baik yang diselenggarakan di Perguruan Tinggi, diantaranya adalah Petra *Business Competition* yang diselenggarakan oleh Universitas Petra, lomba *Business Plan* Fakultas Ekonomi dan Manajemen IPB, dan lomba *Business Plan Cooperative Week* yang diselenggarakan oleh Universitas Indonesia. Kelanjutannya, beberapa diantara kandidat-kandidat juara tersebut kemudian mewujudkan *business plan* yang telah dibuatnya itu menjadi kegiatan wirausaha.

Ditulis dalam Tabloid Kontan (22/04/2019), Diva Velda memulai merintis perjalanan usahanya dari berjualan panekuk durian sambil menjalankan studinya di suatu Perguruan Tinggi di Kota Malang. Dari hasil penjualan usahanya itu, yang bersangkutan dapat menabung untuk membayar biaya kuliahnya. Tugas

kuliahnya yang kemudian mengantarkan Saudari Diva Velda pada bisnisnya yang sekarang ini, yang sudah menjadi salah satu oleh-oleh khas Kota Malang dengan omset miliaran rupiah. Diawali dari tugas pembuatan *business plan* yang dinilai menarik oleh dosennya sehingga dosennya pun mengirimkan *business plan* tersebut untuk diikutsertakan dalam lomba berskala nasional *Broadway Business Plan National Competition* yang diselenggarakan oleh Universitas Brawijaya. Pada perlombaan itu Saudari Diva Velda memperoleh investor yang bersedia memberikan modal sebesar Rp. 300.000.000 untuk mewujudkan *business plan* tersebut berupa makanan tradisional-yang dikenal dengan istilah gethuk.

Program Studi Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan (Unpar) menyambut baik program penciptaan wirausaha muda ini dengan memasukkan mata kuliah Praktik Bisnis dalam Kurikulumnya yang diselenggarakan pada setiap semester ganjil satu tahun sekali. Mata kuliah ini memberi tugas kepada para mahasiswanya untuk membuat suatu bisnis *start-up* yang nantinya akan diperlombakan pada acara *Menefesto* yang diselenggarakan oleh Unpar sendiri. Dalam ajang perlombaan tersebut banyak dihasilkan *start-up* bisnis yang unik dan juga variatif. Kelompok yang berhasil meraih juara 1 dalam kompetisi yang diadakan pada tahun 2018 adalah *start-up* bisnis bernama Kyubu. Kyubu beranggotakan lima mahasiswa, yaitu: Jovanka, Jessie, Yosua, Billy, dan William. *Start-up* Kyubu ini memproduksi produk camilan manis yang berbahan dasar coklat dengan isian krim keju didalamnya. Tim Kyubu mempunyai produk dengan 5 varian rasa, yaitu: original, oreo, nutella, *green tea*, dan stroberi.

Persaingan yang ketat dalam perlombaan tersebut dan juga penjualan langsung melalui media sosial *Instagram*, membuat para peserta lomba ditantang untuk dapat menawarkan produk yang dapat menarik perhatian konsumen. Selain mempunyai *competitive advantage* dan *uniqueness* untuk meningkatkan daya saing sebuah produk, sebuah usaha juga harus bisa menawarkan produk yang berkualitas dengan harga terjangkau.

Untuk kegiatan *start-up* ini Tim Kyubu memutuskan untuk mengumpulkan modal awal bagi usaha camilan manis tersebut sebesar Rp. 10.000.000.000. Dengan beranggotakan lima orang, maka modal awal diperoleh dari tiap anggota menyetorkan dana sebesar Rp. 2.000.000.

Pada awalnya Kyubu memutuskan untuk tidak membuat produk sendiri melainkan membeli dari pemasok produk (*decision to buy*). Namun karena pesanan yang terus bertambah, *supplier* tersebut pun tidak menyanggupi lagi untuk membuat produk untuk Kyubu. Jadi pada akhirnya, Tim Kyubu pun membuat sendiri produknya (*decision to make*).

Ketika produk dipasok dari pemasok produk (*decision to buy*), Tim Kyubu memperoleh harga beli dari pemasok produk yang kemudian menjadi harga pokok produk tersebut. Setelah memutuskan untuk membuat sendiri (*decision to make*), Tim Kyubu tidak melakukan perhitungan harga pokok produk dari hasil produksi sendiri (*decision to make*), melainkan menggunakan harga pokok produk yang sama seperti yang ditetapkan oleh pemasok produk.

Penentuan harga jual yang didasarkan pada perhitungan biaya dimana salah satu komponennya adalah harga pokok, menjadi salah satu faktor yang menentukan kelangsungan hidup dari sebuah bisnis. Menurut Datar dan, Rajan (2018:69), pengertian HPP adalah “*Product cost is the sum of the costs assigned to a product for a specific purpose.*” Disamping itu, perlu memahami terkait analisa titik impas.

Pengertian titik impas (*break-even point*) menurut Datar dan Rajan. (2018:93) “*That quantity of output sold at which total revenues equal total costs that is, the quantity of output sold that results in \$0 of operating income.*” Pada akhir penyelenggaraan kegiatan Matakuliah Praktik Bisnis tersebut, Tim Kyubu hanya berhasil menjual produk mereka sebanyak 142 box kecil dan 10 box besar. Sehingga, Tim Kyubu mengalami kerugian (*operating loss*) sebesar Rp.3.376.600. Berdasar permasalahan yang telah diidentifikasi, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Penghitungan Harga Pokok dan Analisis Titik Impas Produk Camilan *Start-Up* Kyubu.**”

## 1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang yang mendasari masalah dalam penelitian ini, rumusan masalah penelitiannya adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Penentuan Desain Produk *Start-Up Business* Kyubu?
2. Bagaimana Perhitungan Harga Pokok Produk dan *Operating Income* produk *Start-Up Business* Kyubu?
3. Berapa Titik Impas Produk *Start-Up Business* Kyubu?
4. Bagaimana Strategi Tim Kyubu, apakah membuat sendiri (*decision to make*) atau membeli produknya dari pemasok produk (*decision to buy*)?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah penelitian, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai dirumuskan sebagai berikut:

1. Mengetahui Bagaimana Penentuan Desain Produk *Start-Up Business* Kyubu.
2. Mengetahui Bagaimana Perhitungan Harga Pokok Produk dan *Operating Income* produk *Start-Up Business* Kyubu.
3. Mengetahui Berapa Titik Impas Produk Camilan *Start-Up Business* Kyubu.
4. Mengetahui Bagaimana Penentuan strategi Kyubu untuk membuat sendiri (*decision to make*) atau membeli produknya dari pemasok produk (*decision to buy*) setelah Melakukan Perbandingan Perhitungan Harga Pokok Produk.

## 1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian yang dilakukan diharapkan memberikan manfaat bagi Tim Kyubu agar mengetahui cara menghitung HPP, cara menghitung titik impas sehingga mengetahui kapan usahanya akan mencapai target minimum (Break-even Point) yang akan berdampak pada proses pengambilan keputusan. Juga bagi Mahasiswa peserta Mata Kuliah Praktik Bisnis baik yang diselenggarakan di Unpar, maupun di Perguruan Tinggi lainnya.

## 1.5 Kerangka Pemikiran

Pengertian Biaya menurut Datar dan Rajan (2018:49) adalah *“Cost is a resource sacrificed to or forgone to achieve a specific objective. A cost (such as direct material or advertising) is usually measured as monetary amount that must be paid to acquire goods or services.”* Ada beberapa jenis biaya dan salah satu jenis biaya tersebut adalah biaya produksi, definisi biaya produksi menurut Braun dan Tietz (2018:57) *“Product costs are the costs incurred by manufacturers to produce their products or incurred by merchandisers to purchase their products. Notice how these costs relate to obtaining inventory, either through manufacturing the products or purchasing them. Thus, these costs are incurred in the production or purchases function of the value chain.”*

Menurut Datar dan Rajan (2018:59), biaya produksi dibentuk berdasarkan tiga unsur, yaitu: *“Three terms commonly used when describing manufacturing costs are direct materials costs, direct labour costs, and indirect manufacturing costs.”*

Biaya produksi juga diperlukan dalam melakukan perhitungan Harga Pokok Produk (HPP). Menurut Datar & Rajan (2018:68) pengertian harga pokok produk adalah *“Product cost is the sum of the costs assigned to a product for specific purpose. Different purposes can result in different measures of product cost, as the brackets on the value chain.”*

Adapun manfaat dari perhitungan HPP menurut Datar dan Rajan (2018, 68-69) sebagai berikut:

1. *Pricing and production mix decision. For the purposes of making decisions about pricing and promoting products that generate the most profits, managers are interested in the overall (total) profitability of different products and, consequently, assign costs incurred in all business functions of the value chain to the different products.*
2. *Reimbursement under government contracts. Government contracts often reimburse contractors on the basis of the “cost of a product” plus a prespecified margin of profit. A contract such as this is referred to as a “cost-plus” agreement.*



3. *Preparing financial statements for external reporting under Generally Accepted Accounting Principles (GAAP).*

Dengan melakukan perhitungan HPP diharapkan dapat meningkatkan daya saingnya, terutama dalam hal penetapan harga jual yang lebih rendah maupun margin yang lebih besar daripada pesaing. Selain meningkatkan daya saing, perhitungan HPP juga dapat membantu usaha untuk membandingkan HPP tersebut dengan harga jual yang ditawarkan oleh pemasok produk sebelumnya.

Menurut Datar dan Rajan (2018:454) *make-or-buy decision* adalah “*Decisions about whether a producer of goods or services will insource (produce goods or services within the firm) or outsource (purchase them from outside vendors).*”

Menurut Datar dan Rajan (2018:454) *make-or-buy decision* adalah “*Decisions about whether a producer of goods or services will insource (produce goods or services within the firm) or outsource (purchase them from outside vendors).*”

Menurut Datar dan Rajan (2018:87) kegunaan *cost-volume profit analysis* adalah “*to study the behavior of and relationship among these elements as changes occur in the number of units sold, the selling price, the variable cost per unit, or the fixed costs of a product.*” Sedangkan pengertian *breakeven point* menurut Datar dan Rajan (2018:93) “*That quantity of output sold at which total revenues equal total costs that is, the quantity of output sold that results in \$0 of operating income.*”

*Break-Even Point* (BEP) untuk 1 (satu) produk dapat dihitung dengan cara dibawah ini:

$$\text{BEP} = [(\text{SP} \times \text{Qs}) - (\text{VC} \times \text{Qs})] - \text{FC} = \text{OI} \quad (2.1)$$

Menghitung break-even point dengan menggunakan metode Contribution Margin berikut ini:

$$Q_{\text{BEP}} = \frac{\text{FC}}{\text{CM}} \quad (2.1)$$

$$Q_{BEP} = \frac{FC}{P - VC/unit}$$

$$Q_{BEP} = \frac{FC + TOI}{P + VC/unit}$$

$$Q_{BEP} = \frac{FC + \frac{TNI}{1-t}}{P + VC/unit}$$

Keterangan:

P = Selling Price

Qs = Quantity of units sold

VC = Variable Cost

TOI = Target Operating Income

TNI = Target Net Income

CM = Contribution Margin

FC = Fixed Cost

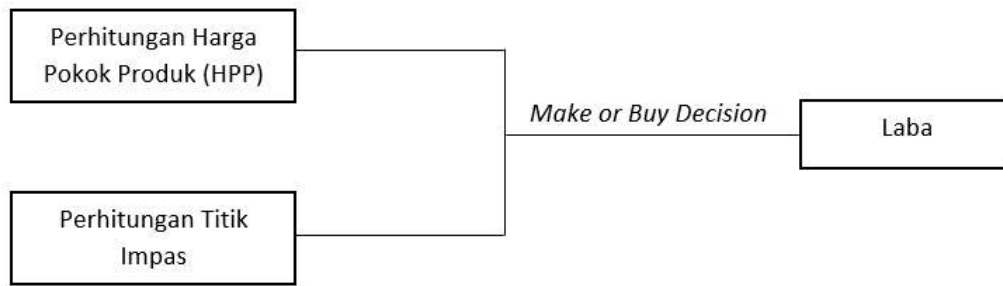
OI = Operating Income

*Break-Even Point* (BEP) dalam bundel (lebih dari 1 produk) dapat dihitung dengan cara dibawah ini:

$$\text{BEP dalam bundel} = \frac{FC}{CM / \text{bundel}} \quad (2.2)$$

*Break-Even Revenue* (BER) dapat dihitung dengan cara dibawah ini:

$$\text{BER} = \text{Break-even number of units} \times P \quad (2.3)$$



Gambar 1. 1 Bagan Model Penelitian