

HARGA POKOK PRODUKSI PADA INOVASI DESAIN KEMASAN PRODUK KULINER (Studi Kasus Home Industri Jenang Kenep Sukoharjo)

Aflit Nuryulia P¹
Nuri Amriyatul K²
Denilia Atsiska³
Anida Latifah⁴

**Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta^{1,3,4}*

**Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta²*

**Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta³*

**Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta⁴*

**anp122@ums.ac.id (korespondensi)*

Abstrak

Kesuksesan penjualan produk dapat dicapai ketika wirausaha tepat pada saat penentuan harga. Home industry kuliner di Kelurahan Kenep Sukoharjo saat ini sedang giat mengembangkan usahanya. Produk jenang yang dihasilkan sedang berencana untuk melakukan inovasi kemasan. Inovasi kemasan dilakukan agar dapat menarik lebih banyak konsumen dan memperluas jaringan pemasaran di toko oleh-oleh. Kemasan awal produk jenang berupa daun pisang dan kertas koran bekas. Inovasi kemasan yang direncanakan berupa mika plastic dengan stiker label kemasan dan kardus. Tujuan penelitian ini yaitu menghitung dan membandingkan harga pokok produksi (HPP) kemasan asli produk jenang dengan HPP dari produk dengan desain kemasan yang baru. Penentuan sample penelitian menggunakan metode purposive sampling yaitu home industry jenang yang sedang merencanakan inovasi kemasan. Metode pengumpulan data dari penelitian ini yaitu studi pustaka, observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian penghitungan HPP dari tiga inovasi desain kemasan memiliki berbagai perbedaan khususnya pada biaya overhead. Kemasan kardus memiliki HPP per unit tertinggi yaitu Rp12.700,00. Desain kemasan menggunakan mika persegi dengan label stiker HPP per unit mencapai Rp12.661,00 tidak jauh berbeda dengan penggunaan kardus. Desain pengemasan dengan menggunakan plastic mika kecil HPP per unit Rp9.008,00 dan HPP per unit terendah yaitu penggunaan kertas sebagai pembungkus yaitu Rp5.755,00. Penentuan HPP akan mempermudah pemilik home industry jenang untuk menetapkan harga yang sesuai dengan laba yang diinginkan. Penelitian selanjutnya dapat menentukan segmen pasar yang sesuai dengan inovasi desain kemasan.

Kata Kunci: *inovasi kemasan, harga pokok produksi, home industry*

1. PENDAHULUAN

Industri kuliner di Indonesia terlihat berkembang dengan sangat pesat. Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) Republik Indonesia menyatakan bahwa subsector kuliner memberikan kontribusi sebesar 41,4% dari total kontribusi perekonomian kreatif Rp922 triliun pada tahun

2016. Angka tersebut merupakan nilai tertinggi dibandingkan subsector lainnya. 8,2 juta unit industry kreatif, 68% bergerak dibidang kuliner. Saat ini kuliner menjadi salah satu wisata alternative. Pariwisata mengandung beberapa elemen budaya yang menjadi daya tarik wisatawan untuk berkunjung. Elemen budaya tersebut yaitu kerajinan, tradisi, sejarah, arsitektur, makanan tradisional/ kuliner khas daerah, seni musik, cara hidup masyarakat, agama, bahasa dan pakaian tradisional. Pengembangan produk makanan local berpotensi menjadi industry kreatif yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Margi dkk, 2013).

Kenep Sukoharjo merupakan desa yang sedang mengembangkan jasa pariwisata. Desa ini memiliki banyak industry kreatif seperti kerajinan batik, kerupuk karag dan makanan tradisional jenang. Home industry kuliner produk jenang di Kelurahan Kenep berjumlah 22 unit. Masing-masing home industry memproduksi secara turun menurun antar generasi. Salah satu home industri sudah memproduksi selama 57 tahun. Wisatawan dapat mengikuti proses pengolahan jenang dan menikmati makanan tradisional tersebut secara langsung. Hal ini menciptakan pengalaman dan sensasi yang menyenangkan bagi wisatawan. Kekayaan jenis makanan tradisional warisan leluhur dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan domestic ataupun asing (Primasari, 2012).

Home industry jenang Kenep Sukoharjo sedang melakukan inovasi kemasan. Inovasi ini bertujuan untuk mengemas jenang sehingga menarik konsumen/ wisatawan yang berkunjung, meningkatkan penjualan dan memperluas pasar. Kemasan dan harga suatu produk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen (Resmi, 2015). Kemasan terdiri dari elemen bentuk, ukuran dan bahan/ material.

Inovasi kemasan ini mempengaruhi biaya yang dikeluarkan oleh pengusaha, sehingga perlu adanya perhitungan harga pokok produksi (HPP) sebelum menentukan harga jual. Penetapan harga jual perlu mempertimbangkan biaya produksi, biaya non produksi dan keuntungan yang ingin diperoleh (Anggraeni dkk, 2014). Perhitungan HPP perlu didukung dengan data atau catatan keuangan yang akurat sehingga laba yang diinginkan dapat tercapai (Anwar dkk, 2010). Metode perhitungan HPP dapat menggunakan metode full costing dengan tidak memasukkan biaya administrasi dan umum kedalam biaya overhead karena biaya tersebut masuk dalam laporan laba/rugi (Batubara, 2013). Pengusaha home industry jenang desa wisata kreatif Kenep Sukoharjo merencanakan untuk membuat 4 desain kemasan baru. Permasalahan penelitian ini adalah belum terhitungnya HPP sehingga pengusaha jenang belum dapat menentukan harga jual produk dengan kemasan terbaru. Tujuan dari penelitian ini adalah menghitung dan membandingkan harga pokok produksi dari inovasi desain kemasan.

2. KAJIAN PUSTAKA

Industry kreatif

Definisi industry kreatif berdasarkan *UK DCMS Task Force 1998*, “*creativities industries as those industries which have their origin in individual creativity, skill & talent, and which have a potential for wealth and job creation through the generation and exploitation of intellectual property and content*”. Kementerian Perdagangan Republik Indonesia (2008)

menyatakan bahwa industri kreatif adalah industry yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, ketrampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi dan daya cipta individu tersebut. Industri kreatif juga dapat dikatakan sebagai ekonomi kreatif. Dalam cetak biru Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2009-2015, ekonomi kreatif Indonesia didefinisikan sebagai “Era baru ekonomi setelah ekonomi pertanian, ekonomi industry, dan ekonomi informasi yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan pengetahuan dari sumber daya manusia sebagai factor produksi utama dalam kegiatan ekonominya.

Home Industry

“Secara harfiah, home berarti rumah, tempat tinggal, atau kampung halaman, sedangkan industry dapat diartikan sebagai kerajinan, usaha produk barang dan ataupun perusahaan” (Khumalasari,2011). Singkatnya, Home Industry adalah rumah usaha produk barang atau juga perusahaan kecil. Home industry juga disebut dengan industri rumah tangga karena termasuk dalam kategori usaha kecil yang dikelola keluarga. Berikut merupakan beberapa kriteria *home industry*.

- a. Proses produksi dilakukan disekitar rumah pemilik usaha.
- b. Teknologi yang digunakan masih sederhana dan manual menggunakan tenaga kerja manusia.
- c. Tenaga kerja berasal dari anggota keluarga atau kerabat.
- d. Lokasi biasanya berada di pedesaan.
- e. Kegiatan produksi berkaitan dengan hasil pertanian.

Sebagai usaha dalam skala kecil, home industry mempunyai manfaat dan peran diantaranya sebagai berikut:

- a. Home Industry sebagai Alternatif Penghasilan bagi Keluarga
Kegiatan ekonomi rumah tangga ini membantu meningkatkan pendapatan keluarga karena merupakan usaha sampingan yang tidak banyak menyita waktu.
- b. Home Industry Berpeluang untuk mengurangi Angka Kemiskinan.
Kegiatan ekonomi *home industry* secara tidak langsung membuka lapangan kerja bagi anggota keluarga ataupun tetangga yang berada disekitar tempat tinggal, oleh karena itu *home industry* dapat membantu mengurangi angka pengangguran dan kemiskinan.

Kuliner

Istilah kuliner bersumber dari bahasa latin, yakni *culinarius*. *Culinarius* memiliki arti materi yang berkaitan dengan proses masak. Kata kuliner berasal dari komoditas yang berkaitan dengan masak-memasak dan kegiatan mengonsumsi pangan. Kuliner bisa dimaknai sebagai pola pemakaian yang berdasarkan pada pangan atau hidangan. Wisata kuliner membuat makanan seperti subyek atau media. Makanan juga sebagai tujuan wisata dan instrumen bagi peningkatan pariwisata. Wisata kuliner diperlukan kerjasama semua panca indra seperti lidah, hidung, indra peraba serta mata (Virna, 2007)

Kemasan

Menurut Rundh (2005), pentingnya kemasan dan desain kemasan untuk memenuhi kriteria multi-fungsi yang berkaitan dengan logistic dan pemasaran dalam rantai pasokan yang diakhiri di tangan konsumen sehingga memunculkan fenomena perubahan pola konsumsi dan kebiasaan yang membutuhkan solusi kemasan yang inovatif di gerai ritel. Kemasan adalah semua kegiatan merancang dan memproduksi wadah untuk produk. (Kotler, 2009) Adapun unsur-unsur kemasan menurut Philip Kotler (2009) adalah ukuran, warna, bahan, bentuk, gambar, tanda merek dan label.

Banyak perusahaan yang sangat memperhatikan kemasan suatu produk sebab perusahaan menganggap bahwa fungsi kemasan tidak hanya sebagai pembungkus tetapi lebih luas dari pada itu. Pengemasan harus mengandung fungsi daya tarik dan daya lindung. Perubahan kemasan sering pula memunculkan kesan dari konsumen karena mereka beranggapan bahwa barang yang didalamnya juga ikut berubah. Oleh sebab itu, suatu kemasan harus dibuat semenarik dan seaman mungkin untuk memikat banyak konsumen untuk melakukan pembelian terhadap produk sehingga para konsumen bersedia membayar lebih tinggi hanya untuk mendapatkan kemasan khusus (Darmawan, 2008). Dengan demikian jelaslah bahwa dengan kemasan yang menarik setidaknya mempunyai daya tarik dalam pandangan konsumen. Dengan perkataan lain bahwa kemasan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Harga

Harga menurut Kotler (2009) adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Dengan demikian harga adalah sejumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk jumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang atau jasa. Pada saat seseorang melakukan evaluasi dan penilaian terhadap harga dari suatu produk maka sangat dipengaruhi oleh perilaku orang itu sendiri. (Voss dan Giroud 2000). Menurut Kotler (2009) hal tersebut dipengaruhi oleh empat aspek utama yaitu budaya, sosial, personal, (umur, pekerjaan, kondisi ekonomi) serta psikologi (motivasi, persepsi, percaya). Dengan demikian penilaian terhadap harga suatu produk dikatakan murah, mahal atau biasa saja, dari setiap individu tidaklah sama, karena tergantung persepsi individu. Pelanggan dalam menilai harga suatu produk, bukan hanya dari nilai nominal secara absolut tetapi melalui persepsi pada harga. Faktor lain yang mempengaruhi persepsi terhadap kewajaran suatu harga adalah referensi harga yang dimiliki oleh pelanggan yang didapat dari pengalaman sendiri dan informasi dari luar, misalnya iklan dan pengalaman orang lain (Darmawan, 2008). Menurut Stanton (1998), indikator harga adalah keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat.

Harga Pokok Produksi.

Harga Pokok Produksi menurut, Winwin dan Ilham (2008) harga pokok produksi yaitu biaya barang yang telah diselesaikan selama satu periode. Haryono (2005), menyatakan bahwa

harga pokok produksi adalah biaya untuk menghasilkan produk pada perusahaan manufaktur, Hansen dan Mowen (2005:288) menyatakan bahwa harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan. Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa harga pokok produksi adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dengan satuan uang untuk memperoleh penghasilan. Harga jual adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi suatu barang atau jasa ditambah dengan persentase laba yang diinginkan perusahaan, karena itu untuk mencapai laba yang diinginkan oleh perusahaan salah satu cara yang dilakukan untuk menarik minat konsumen adalah dengan cara menentukan harga yang tepat untuk produk yang terjual. Harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk suatu barang dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.

Strategi Penentuan Harga Jual

Menurut Sukirno (2006:226) harga yang ditentukan untuk sebuah produk akan mempengaruhi pendapatan perusahaan dan pada akhirnya tingkat laba. Perusahaan menentukan harga jual produknya dengan tiga dasar pertimbangan yaitu biaya produksi, suplai persediaan, dan harga persaingan.

1. Penentuan harga berdasarkan biaya produksi

Pada strategi ini, perusahaan menentukan harga untuk sebuah produk dengan mengestimasi biaya per unit untuk memproduksi produk tersebut dan menambahkan suatu kenaikan. Jika metode ini digunakan, perusahaan harus mencatat semua biaya yang melengkapi produksi sebuah produk dan diupayakan agar harga tersebut dapat menutupi semua biaya tersebut. Sebuah strategi harga harus menghitung skala ekonomis. Bagi produk atau jasa yang berada di dalam skala ekonomis, harga harus cukup rendah agar dapat mencapai volume tingkat penjualan yang tinggi sehingga biaya produksi mengalami penurunan.

2. Penentuan harga berdasarkan suplai persediaan

Pada umumnya perusahaan cenderung menurunkan harga jika mereka harus mengurangi persediaan.

3. Penentuan harga berdasarkan harga pesaing

Penentuan harga berdasarkan harga pesaing dibagi atas tiga yaitu:

- a) Penentuan harga *penetrasi*, dimana perusahaan menentukan harga yang lebih rendah dari harga pesaing agar dapat menembus pasar. Keberhasilan penentuan harga penetrasi tergantung pada seberapa besar tanggapan konsumen terhadap penurunan harga dan juga perusahaan tidak perlu menggunakan strategi ini bila produknya tidak elastis terhadap harga karena kebanyakan konsumen tidak akan beralih ke produk pesaing untuk mengambil keuntungan dari harga yang lebih rendah.
- b) Penentuan harga *defensive*, dimana perusahaan menurunkan harga produk untuk mempertahankan pangsa pasarnya. Selain itu beberapa perusahaan juga menurunkan harga untuk menyerang pesaing baru yang masuk ke dalam pasar, disebut dengan biaya predatori.
- c) Penentuan harga *prestise*, harga *prestise* ditentukan dengan

tujuan untuk memberikan kesan lini terbaik bagi produk perusahaan. Perusahaan yang memiliki diversifikasi bauran produk akan menggunakan strategi *penetrasi* harga pada beberapa produk dan penentuan harga *prestise* untuk produk lainnya.

Harga Jual dan Harga Pokok Produksi

Keputusan harga jual merupakan keputusan yang sulit, karena adanya faktor-faktor yang terlibat dalam pembuatan keputusan tersebut, baik faktor intern maupun ekstern, sehingga perlu pertimbangan mendalam dan teliti untuk memperoleh harga jual yang benar-benar sesuai keinginan dan tujuan perusahaan. Menurut Swastha dan Irawan (1990:349) Adapun faktor-faktor tersebut adalah:

1. Keadaan Perekonomian

Keadaan perekonomian sangat mempengaruhi tingkat harga yang berlaku, seperti periode resesi misalnya inflasi harga naik, deflasi harga akan turun. Dengan terjadinya nilai rupiah terhadap nilai dollar menyebabkan barang-barang mengalami kenaikan.

2. Penawaran dan Permintaan

Penawaran dan permintaan dimana dengan adanya permintaan yang besar terhadap suatu barang tertentu akan mengakibatkan harga barang tersebut meningkat, sedangkan apabila penawaran terhadap suatu produk meningkat maka harga akan naik.

3. Elastisitas Permintaan

Elastisitas permintaan dapat juga dikatakan sifat permintaan pasar, sifatnya tidak hanya berpengaruh pada penentuan harga tetapi mempengaruhi volume yang dijual apabila terjadi kenaikan harga maka penjualan akan turun dan sebaliknya.

4. Persaingan

Persaingan dimana harga jual suatu barang juga dipengaruhi oleh keadaan yang persaingan yang ada antara lain persaingan murni, pada persaingan murni banyak penjual dan pembeli dalam pasar persaingan tidak sempurna yaitu ada barang sejenis dalam pasar dengan merk yang berbeda-beda.

5. Biaya

Biaya merupakan dasar penentuan harga dalam penentuan harga. Sebab suatu tingkat harga yang tidak dapat menutup biaya akan mengakibatkan kerugian, apabila suatu tingkat harga melebihi semua biaya akan menghasilkan keuntungan.

6. Tujuan dan Perusahaan

Tujuan perusahaan, setiap penentuan harga selalu dikaitkan dengan tujuan perusahaan yang hendak dicapai antara lain: laba maksimum, volume penjualan, penguasaan pasar, kembalinya modal yang tertanam dalam jangka waktu tertentu.

7. Pengawasan Pemerintah

Pengawasan pemerintah, pengawasan ini dapat berupa penentuan harga maksimum dan minimum, deskriminasi harga, serta praktek-praktek lain yang mendorong atau mencegah usaha-usaha ke arah monopoli.

3. METODE PENELITIAN

Dalam menyusun penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian kualitatif. Menurut Lexy J. Moloeng (2004:6) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll. Secara holistik, dan dengan cara penelitian dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan penggalan data melalui observasi lokasi penelitian yaitu potensi-potensi desa wisata yang ada di Desa Kedunggudel serta melakukan wawancara kepada para informan yang terdiri dari berbagai macam lapisan masyarakat. Dengan pertimbangan agar data yang didapatkan akan lebih dapat mewakili populasi dalam penelitian ini.

Lokasi penelitian ini adalah di Desa Kedunggudel Kelurahan Kenep. Alasan dari pemilihan tempat penelitian karena Desa Kedunggudel memiliki potensi yang sangat banyak salah satunya home industry jenang. Selain itu tingkat kesadaran masyarakat tentang inovasi desain kemasan produk dirasa masih kurang, jadi peneliti mengambil tempat penelitian di Desa Kedunggudel tersebut untuk mengetahui sejauh mana sejauh mana pengetahuan masyarakat mengenai desain kemasan produk jenang.

Populasi dan Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik *Purposive Sampling*, memilih informan (masyarakat Desa Kedunggudel) yang mengetahui informasi secara mendalam untuk menjadi sumber data sehingga kemungkinan pilihan informan dapat berkembang sesuai dengan kebutuhan. Informan ditetapkan dengan maksimum *variation sampling* (berdasarkan keterlibatan dalam pelatihan)

Adapun populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah:

a. Populasi

Populasi adalah keseluruhan komponen atau unit-unit analisis yang memiliki spesifikasi atau ciri-ciri tertentu. Dalam penelitian ini populasi sampel yang diambil peneliti adalah seluruh pengusaha *home industry* jenang Kenep yaitu sejumlah 22 pengusaha *home industry* jenang Kenep.

b. Sampel

Dari sekian banyak pengusaha home industry jenang Kenep, peneliti mengambil 2 pengusaha home industry jenang yaitu

1. Pengusaha home industry Ibu Sri Rejeki & Bapak Suparno
2. Pengusaha home industry Alm Ibu yati & Bapak Maman

Hal tersebut dipilih karena dari informan-informan tersebut mewakili pengusaha home industry jenang Kenep.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan hal sangat penting bagi orang yang sedang mengadakan penelitian karena menyangkut bagaimana memperoleh data baik dengan wawancara mendalam maupun observasi.

a. Observasi

Peneliti melakukan pengamatan ke lokasi penelitian untuk melihat potensi-potensi Desa Kedunggudel Kelurahan Kenep sehingga dapat dijadikan desa wisata oleh pemerintah Kabupaten Sukoharjo. Adapun yang menjadi obyek observasi ini adalah potensi/obyek wisata kuliner jenang yang ada di Desa Kedunggudel, Kelurahan Kenep, Kabupaten Sukoharjo.

b. Wawancara

Teknik wawancara ini dimaksudkan agar terbina suasana yang tidak kaku melainkan santai, sehingga tidak ada jarak yang cukup jauh antara peneliti dengan informan. Wawancara dilakukan dengan pedoman panduan wawancara mendalam terhadap 2 pengusaha home industry jenang kenep yang berisi hal-hal pokok yang berkaitan dengan apa yang ingin digalilebih dalam dari narasumber. Dalam pelaksanaannya metode ini dilakukan dengan mewawancarai pihak-pihak yang terkait dengan masalah penelitian.

Selain secara terus-menerus dalam pelaksanaannya peneliti juga bias mengajukan pertanyaan secara berulang-ulang guna mendapatkan penjelasan yang lebih lanjut tentang keterangan informanyang dianggap penting oleh peneliti.

c. Studi Pustaka

Untuk melengkapi data dan penelitian dilakukan dengan cara mencari informasi tambahan dari buku-buku dan laporan lainnya yang terdapat pada website dan perpustakaan.

d. Dokumen

Studi dokumen yang dipergunakan dalam penulisan penelitian ini adalah sumber-sumber tertulis yang sesuai dengan permasalahan yang dibahas yaitu dengan melakukan pencatatan, pengambilan gambar, dan penggadaan dokumen yang dianggap perlu yang mempunyai hubungan dengan topic penulisan (Sugiyono, 2012:82). Dokumen dan arsip merupakan sumber data yang sering memiliki posisi penting dalam penelitian kuantitatif, terutama jika sasaran kajian mengarah pada latar belakang atau berbagai peristiwa masa kini yang sedang diteliti.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Perhitungan harga pokok produksi pengrajin jenang Kenep Sukoharjo yaitu sebagai berikut:

A. Biaya Bahan Baku

Tabel 1. Biaya Bahan Baku

No	Keterangan	Jumlah	Satuan	Biaya/Unit	Total
1	Beras	8	Kg	8000	64000
2	Ketan	2	Kg	15000	30000

3	Gula Merah	19	Kg	15000	285000
4	Kelapa	30	Biji	3000	90000
5	Vanili	1	pack	5000	5000
Total Biaya Bahan Baku					474000

Sumber: Data diolah 2018

Biaya bahan baku jenang dalam satu kali pengeolahan atau satu krenceng terdiri dari biaya pembelian beras 8 kg Rp8.000,00/kg, ketan 2 kg Rp15.000,00/kg, gula merah 19 kg Rp15.000,00/kg, kelapa 30 butir Rp 3000,00/butir dan vanilli 1 pack Rp5.000,00. Total biaya bahan baku satu krenceng jenang sebesar Rp474.000,00.

B. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Tabel 2. Biaya Tenaga Kerja Langsung

No	Keterangan	Jumlah	Biaya/hari	Total
1	Peracik	1	20000	20000
2	Pengaduk	1	80000	80000
3	Pencetak	1	20000	20000
Total Biaya Tenaga Kerja Langsung				120000

Sumber: Data Diolah Tahun 2018

Komponen biaya tenaga kerja langsung dari pengrajin jenang Kenep Sukoharjo yaitu tenaga peracik Rp20.000,00 setiap hari, tenaga pengaduk Rp80.000,00 setiap hari dan tenaga pencetak Rp20.000,00 setiap hari. Setelah dihitung maka total biaya yang dikeluarkan pemilik untuk membayar upah tenaga kerja setiap harinya mencapai Rp120.000,00.

C. Perbandingan Biaya Overhead Penggunaan Desain Kemasan Asli, Desain I, Desain II dan Desain III

- a. Desain Kemasan I menggunakan daun dan kertas polos.

Pengrajin jenang pada awalnya mengemas produk dengan menggunakan daun pisang dan kertas polos. Biaya overhead yang dikeluarkan oleh pemilik yaitu sebagai berikut:



Gambar:Kemasan Asli

Tabel 3. Biaya Overhead Pengrajin Jenang Kemasan Asli

No	Keterangan	Jumlah	Biaya	Total
1	Sewa Krenceng	1	200000	200000
2	Sewa tempat cetak	10	5000	50000
3	Kayu Bakar	5	6000	30000
4	Daun	4	5000	20000
5	Arang	1	5000	5000
6	Plastik	1	14000	14000
7	ATK	1	15000	15000
8	Kertas kemasan	180	100	18000
9	Bensin	3	10000	30000
10	Kuota Internet	1	60000	60000
Total Biaya Overhead				442000

Sumber: Data Diolah Tahun 2018

Biaya overhead yang dikeluarkan pengrajin jenang yaitu sewa krenceng (alat untuk memasak jenang) sebesar Rp200.000,00/unit, sewa 10 tempat cetak berbahan kayu Rp5.000,00/unit, kayu sebagai bahan bakar sebanyak 5 ikat sebesar Rp6.000,00/ikat, daun pisang pembungkus 4 ikat seharga Rp20.000,00, arang Rp5.000,00, plastic 1 pack Rp14.000,00, ATK Rp 15.000,00, kertas kemasan polos Rp18.000,00, bensin Rp30.000,00 dan kuota internet Rp60.000,00. Sehingga total biaya overhead untuk kemasan asli pengrajin jenang sebesar Rp442.000,00.

b. Biaya Overhead Produk Jenang Desain Kemasan Inovasi I



Gambar: Kemasan Inovasi I

Inovasi desain kemasan produk jenang I yaitu menggunakan mika kemasan mika kecil dilengkapi dengan label stiker. Biaya yang mengalami perubahan antara lain:

1. Biaya pembelian mika kecil Rp150,00 x 90 bungkus =Rp13.500,00.
2. Biaya pembuatan label stiker Rp550,00 x 90 bungkus =Rp49.500,00

Sehingga total biaya overhead produk jenang desain kemasan inovasi I yaitu Rp487.000,00

c. Biaya Overhead Produk Jenang Desain Kemasan Inovasi II

Desain kemasan inovasi II yaitu penggunaan mika persegi Rp500,00/bungkus dan label stiker Rp850/unit untuk 90 bungkus produk jenang. Sehingga biaya overhead produk jenang dengan menggunakan desain kemasan inovasi II antara lain:

1. Biaya pembelian mika persegi Rp500,00 x 90 bungkus = Rp45.000,00
2. Biaya pemesanan label stiker Rp850,00 x 90 bungkus = Rp76.500,00

Total biaya overhead jenang desain kemasan inovasi II setelah mengalami perubahan yaitu sebesar Rp545.500,00

d. Biaya Overhead Produk Jenang Desain Kemasan Inovasi III

Inovasi desain kemasan yang ketiga yaitu penggunaan kardus dengan desain khusus. Biaya pembuatan kardus sebesar Rp1.500,00/unit. Sehingga untuk memproduksi 90 bungkus jenang dengan menggunakan kardus, biaya overhead yang dibutuhkan sebesar Rp549.000,00.

D. Perbandingan Harga Pokok Produksi Inovasi Desain Kemasan Jenang Kenep Sukoharjo

Perhitungan HPP dari beberapa variasi inovasi desain kemasan produk jenang Kelurahan Kenep Sukoharjo dipengaruhi oleh biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead. Rincian perhitungan adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Perbandingan Harga Pokok Produksi Inovasi Desain Kemasan Jenang

Komponen HPP	Kemasan Asli	Desain Kemasan I	Desain Kemasan II	Desain Kemasan III
Biaya Bahan Baku	Rp474.000,00	Rp474.000,00	Rp474.000,00	Rp474.000,00
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp120.000,00	Rp120.000,00	Rp120.000,00	Rp120.000,00
Biaya Overhead	Rp442.000,00	Rp487.000,00	Rp545.500,00	Rp549.000,00
Harga Pokok Produksi	Rp1.036.000,00	Rp1.081.000,00	Rp1.139.500,00	Rp1.143.000,00
Jumlah Unit Produksi	180	120	90	90
HPP/Unit	Rp5.755,00	Rp9.008,00	Rp12.661,00	Rp12.700,00

Sumber: Data Diolah Tahun 2018

Inovasi desain kemasan akan mempengaruhi biaya overhead yang dikeluarkan oleh pengusaha. Penghitungan HPP menjadi sangat penting karena akan berpengaruh pada penetapan harga jual. HPP ditambah dengan marjin keuntungan yang diinginkan akan terbentuk harga jual. Penelitian ini hanya sampai pada perbandingan HPP per unit untuk setiap desain kemasan, belum meneliti tentang segmen yang cocok untuk setiap inovasi desain kemasan.

5. SIMPULAN

Hasil penelitian penghitungan HPP dari tiga inovasi desain kemasan memiliki berbagai perbedaan khususnya pada biaya overhead. Kemasan kardus memiliki HPP per unit tertinggi yaitu Rp12.700,00. Desain kemasan menggunakan mika persegi dengan label stiker HPP per unit mencapai Rp12.661,00 tidak jauh berbeda dengan penggunaan kardus. Desain pengemasan dengan menggunakan plastic mika kecil HPP per unit Rp9.008,00 dan HPP per unit terendah yaitu penggunaan kertas sebagai pembungkus yaitu Rp5.755,00. Penentuan HPP akan mempermudah pemilik home industry jenang untuk menetapkan harga yang sesuai dengan laba yang diinginkan. Penelitian selanjutnya dapat menentukan segmen pasar yang sesuai dengan inovasi desain kemasan.

6. REFERENSI

- [1] Margi, I Ketut, R P Ariani, N M A Widiastini, N M Suriani, 2013. Identifikasi Potensi Kuliner Berbasis Bahan Baku Lokal Di Kabupaten Buleleng Bali. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*. Vol. 2 No. 2. ISSN. 2303-2898.. Hal. 257-264

- [2] Anwar C, L F Ashari, Indrayenti, Harga Pokok Produksi Dalam Kaitannya Dengan Penentuan Harga Jual Untuk Pencapaian Target Laba Analisis (Studi Kasus Pada PT. Indra Brother's di Bandar Lampung) *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Vol. 1 No. 1. 2010. Hal. 79-94.
- [3] Batubara, Helmina, 2013. Penentuan Harga Pokok Produksi Berdasarkan Metode Full Costing Pada Pembuatan Etalase Kaca dan Alumunium di UD. Istana Alumunium Manado. *Jurnal EMBA*. Vol. 1 No. 3. ISSN 2303-1174. Hal 217-224.
- [4] Resmi N, Tri Wismiarsi, 2015. Pengaruh Harga dan Kemasan Pada Keputusan Pembelian Minuman Isotonik. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*. Vol 13. No.1 hal 1-20
- [5] Silvita Agmasari. Industri Kuliner, Penopang Tertinggi Perekonomian Kreatif di Indonesia. <https://travel.kompas.com/read/2018/02/06/185000027/industri-kuliner-penopang-tertinggi-perekonomian-kreatif-di-indonesia> Diakses pada 23 Mei 2018 pada jam 10.00 WIB
- [6] Primasari, Asti, Tirto Siswojo. Promosi Kuliner Lokal Sebagai Daya Jual Pariwisata Indonesia Untuk Backpacker Asing. *Jurnal Tingkat Sarjana Bidang Seni Rupa dan Desain*. <http://jurnal-s1.fsr.ditb.ac.id/index.php/viscom/article/download/15/12> diakses pada 24 Mei 2018 pada jam 05.23 WIB
- [7] Khumalasari, 2011. "Home Industri", <https://arumdyankhumalasari.wordpress.com/2011/04/16/home-industri/> diakses pada tanggal 3 Februari 2015 pada jam 22.00
- [8] Anggraeni, Faradila. Analisis Harga Pokok Produksi Dalam Penetapan Harga Jual Konsentrat. (Studi Kasus di Unit Pengolahan Pakan (UPP) Koperasi Peternakan Bandung Selatan (KBPS) Pengalengan Jawa Barat. <http://jurnal.unpad.ac.id/ejournal/article/view/4946> diakses pada 23 Mei 2018 pada jam 10.00 WIB
- [9] Virna, E. 2007. Wisata Kuliner, Bukan Sekedar Wisata Pemuas Perut. *Warta Pariwisata*. Vol. 9, No.1.
- [10] Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Erlangga, Jakarta
- [11] Stanton, William J. 1998. *Prinsip Pemasaran* Edisi Ketujuh Jilid 1 . Erlangga, Jakarta
- [12] Haryono. 2005. *Dasar-dasar Akuntansi*. Penerbit STIE YKPN. Yogyakarta.