



Menganalisis Biaya Produksi Full Costing Dan Variable Cost Terhadap Metode Biaya Pada Hasil Penjualan Pada Toko Kopi Miyami di Cikarang

Purwanti¹, Alfia Yunita Indriyani², Cania Masrifa Hadis³, Suci Rahmanda Putri⁴,
Salman Al Faridzi⁵, Dimas Pratama Yuda⁶, Hafidz Fachri Akbar⁷,
Rensisca Vivi Andari⁸, Amelia Dwi Ananda Kontesa⁹, Salsabila Putri Luthfiasari¹⁰,
Rendy Juniardi¹¹

¹⁻¹¹ Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Pelita Bangsa

Email: wantiupb@gmail.com¹, ialfiayunita@gmail.com², caniamasrifa15@gmail.com³,
putrimanda2710@gmail.com⁴, salmanalfaridzi788@gmail.com⁵, dimasyuda487@gmail.com⁶,
hafidzfachriakbar12@gmail.com⁷, rensiscavivi12@gmail.com⁸, ameliadwianandakontesa@gmail.com⁹,
salsabilaluthfiasari@gmail.com¹⁰, rendyjr81@gmail.com¹¹

Abstract. This research aims to analyze the influence of full costing and variable costing production methods on the sales results of coffee products at the Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) Kopi Miyami in Cikarang. The background of this research is based on the increase in domestic coffee consumption and the trend of the 'ngopi' lifestyle which makes coffee shops an integral part of urban social activities. This study adopts a qualitative approach with purposive sampling techniques, resulting in 80 monthly observation data. The research results indicate that both production cost methods, such as full costing and variable costing, significantly influence sales results. Regression coefficients show that the variable costing method has a more dominant influence on increasing sales results compared to the full costing method. Based on these findings, this research suggests that MSMEs in the food and beverage sector, particularly coffee shops, considering the use of variable costing methods in calculating their production costs. This aims to support efficiency, competitive pricing, and optimal sales improvement.

Keywords: Full Costing, Variable Costing, and Sales Results.

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh metode biaya produksi full costing dan variable costing terhadap hasil penjualan produk kopi pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Kopi Miyami di Cikarang. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada peningkatan konsumsi kopi domestik serta tren gaya hidup "ngopi" yang menjadikan kedai kopi sebagai bagian integral dari aktivitas sosial masyarakat urban. Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif dengan teknik purposive sampling, yang menghasilkan 80 data observasi bulanan. Hasil penelitian menunjukkan mengenai kedua metode biaya produksi, seperti full costing serta variable costing, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap hasil penjualan. Koefisien regresi menunjukkan bahwa metode variable costing memiliki pengaruh yang lebih dominan dalam peningkatan hasil penjualan dibandingkan dengan metode full costing. Berdasarkan temuan ini, penelitian ini menyarankan agar UMKM di sektor makanan dan minuman, khususnya kedai kopi, mempertimbangkan penggunaan metode variable costing dalam perhitungan biaya produksinya. Hal ini bertujuan untuk mendukung efisiensi, penetapan harga yang kompetitif, serta peningkatan penjualan yang optimal.

Keywords: Full Costing, Variable Costing, dan Hasil Penjualan.

1. PENDAHULUAN

Industri minuman yang berkembang di Indonesia membuktikan peningkatan secara cukup signifikan pada beberapa periode terakhir, terutama pada sektor minuman berbasis kopi. Transformasi gaya hidup masyarakat urban yang cenderung mengarah pada konsumsi cepat saji, mobilitas yang tinggi, serta kebutuhan akan ruang sosial dan relaksasi menjadikan sektor ini sebagai salah satu pendorong utama pertumbuhan ekonomi kreatif nasional. Industri

minuman saat ini tidak sekedar berfungsi untuk memenuhi kebutuhan primer, melainkan juga terintegrasi dalam aktivitas sosial, budaya populer, bahkan sebagai komponen pada identitas gaya hidup masyarakat urban dan generasi milenial.

Menurut (Firmansyah, 2020) dalam jurnal Jurnal Ekonomi dan Bisnis, sektor minuman kopi di Indonesia sudah terdapatnya pertumbuhan secara signifikan sejalan terhadap meningkatnya konsumsi kopi domestik, khususnya di kalangan kelompok usia produktif. Pernyataan ini diperkuat pada data dari International Coffee Organization (ICO), yang membuktikan mengenai konsumsi kopi di Indonesia telah bertambah dari 265 ribu ton ketika tahun 2014 ke dalam 288 ribu ton ketika tahun 2019 (Organization, 2020). Peningkatan konsumsi tersebut dipengaruhi oleh meningkatnya minat generasi muda terhadap kopi, serta perkembangan tren gaya hidup "ngopi" di kafe yang telah menjadi aktivitas sosial yang populer di kalangan masyarakat perkotaan (Makmuroh, 2023).

Tendensi ini tidak sekedar terfokus terhadap pada kota-kota besar misalnya Jakarta, Bandung, juga Surabaya, melainkan juga telah menyebar ke wilayah penyangga serta kawasan industri, seperti Cikarang. Kawasan tersebut memiliki jumlah pekerja dan komunitas urban yang signifikan, sehingga menjadi lokasi strategis untuk pertumbuhan bisnis kedai kopi. Banyak pelaku usaha pada bidang makanan dan minuman (F&B) berlomba-lomba untuk membuka kedai kopi dengan berbagai konsep dalam rangka memenuhi kebutuhan pasar yang terus mengalami peningkatan. Salah satu pelaku usaha lokal yang turut berkontribusi dalam perkembangan industri ini adalah Kopi Miyami, sebuah kedai kopi yang menyajikan berbagai varian minuman berbasis espresso, di antaranya americano, espresso, latte, dan affogato. Kedai ini menargetkan segmen konsumen yang tidak hanya mengedepankan cita rasa, tetapi juga pengalaman menikmati kopi dalam suasana yang nyaman dan modern.

Fenomena ini juga didukung oleh temuan yang terdapat dalam jurnal yang ditulis oleh (Sartika & Handayani, 2021), yang menyatakan bahwa "tren pertumbuhan kedai kopi lokal di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan dalam lima tahun terakhir, didorong oleh ekspansi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di sektor makanan dan minuman, yang memadukan kualitas produk dengan pengalaman pelanggan. " Penelitian ini menegaskan bahwa konsumen saat ini tidak hanya mencari cita rasa, tetapi juga memperhatikan suasana, layanan, dan identitas merek yang sejalan dengan gaya hidup mereka. Menurut Sutanto dan Haryadi (2022) dalam Jurnal Manajemen Strategi Bisnis, kehadiran kedai kopi independen yang mengusung pendekatan tematik dan berfokus pada lokalitas telah menjadi strategi utama untuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam menjalani tantangan di industri dengan semakin kompetitif.

Salah satu komponen dengan sangat utama untuk sistem manajemen biaya merupakan penentuan biaya produksi. Berdasarkan pendapat (Bustami, Bastian, & Nurlela, 2018), biaya produksi diartikan sebagai total pengorbanan biaya yang dilakukan dari perusahaan dalam tahapan pengolahan bahan baku ke dalam produk jadi yang siap dalam didistribusikan kepada konsumen. Biaya produksi ini mencakup tiga bagian penting diantaranya biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja, serta biaya overhead pabrik. Dalam praktiknya, adanya dua teknik utama yang dapat dimanfaatkan untuk penetapan harga pokok produksi, maupun metode full costing serta metode variabel costing. Menurut pendapat (Mulyadi, Akuntansi Biaya, 2018) menjelaskan bahwa metode full costing mengakumulasi keseluruhan komponen biaya produksi, baik dengan sifat tetap atau juga variabel, dalam perhitungan harga pokok produksi. Sebaliknya, metode variabel costing sekedar mempertimbangkan biaya produksi dengan sifat variabel, tanpa memasukkan biaya tetap ke dalam perhitungan.

Perbedaan pendekatan antara kedua metode ini mengakibatkan variasi nilai Harga Pokok Penjualan (HPP) yang berdampak pada strategi penetapan harga jual serta perhitungan laba. Penelitian yang dilakukan oleh (Pasapan, Pusung, & Maradesa, 2023) menunjukkan bahwa perbedaan dalam metode pembebanan biaya dapat menghasilkan persepsi profitabilitas yang beragam serta memengaruhi proses pengambilan keputusan manajerial. Maka dari itu, pemilihan metode penghitungan biaya secara tepat sangatlah penting, utamanya untuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang dihadapkan terhadap tantangan efisiensi dan daya saing di pasar.

Namun demikian, berdasarkan kajian literatur dan observasi awal, terdapat suatu kesenjangan penelitian (research gap) yang perlu diperhatikan. Penelitian-penelitian sebelumnya, sejalan yang dilaksanakan dari (Sylvia, 2018) dan (Arumdal & Priantana, 2022), umumnya membahas perbandingan diantara metode full costing serta variable costing pada konteks Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) secara umum, tanpa memberikan perhatian khusus pada sektor makanan dan minuman (Food and Beverage) atau pada jenis produk tertentu. Sampai sekarang ini, belum adanya penelitian dengan spesifik menganalisis pengaruh metode biaya produksi full costing dengan variable costing terhadap hasil penjualan produk kopi pada UMKM di wilayah Cikarang, khususnya untuk produk-produk unggulan seperti americano, espresso, latte, dan affogato yang ditawarkan oleh Kopi Miyami. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini dijalankan dalam tujuan untuk mengisi kekosongan ilmiah dengan mengangkat topik: “Pengaruh Biaya Produksi Full Costing dan Variable Cost terhadap Metode Biaya pada Hasil Penjualan Produk Kopi Miyami di Cikarang”. Penelitian ini ditujukan mampu menunjukkan kontribusi baik dengan praktis atau juga teoretis, khususnya

untuk pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) pada sektor Makanan dan Minuman (F&B). Penelitian ini terdapat tujuan untuk membantu pelaku UMKM dalam menentukan metode perhitungan biaya yang paling tepat guna mendukung efisiensi biaya, penetapan harga yang strategis, serta peningkatan hasil penjualan yang optimal.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di toko kopi *Miyami Kopi Indonesia*, dan jenis penelitian ini yaitu kualitatif. Gambaran objek penelitian diketahui pada sumber maupun informasi keuangan berbentuk laporan biaya produksi serta informasi terkait deskripsi umum perusahaan. Jenis penelitian ini ditetapkan dengan alasan agar mengetahui perhitungan harga pokok produksi dan menunjukkan deskripsi atau uraian terkait sebuah kondisi maupun fenomena. Penelitian dilakukan dengan mendatangi langsung tempat usaha.

Variable penelitian independent terkait merupakan metode full costing (x1) serta harga pokok produksi (X2), lalu variable dependen yaitu hasil penjualan (y). untuk penelitian ini, metode berikut akan dimanfaatkan dalam memperoleh data: a) Wawancara: Wawancara sebagai interaksi tanya jawab diantara individu yang disurvei serta para peneliti. Terdapat tujuan penelitian ini, pemilik toko ditanyai secara langsung tentang harga pokok produksi dan perkembangan perusahaan. b). Observasi: Pengamatan langsung objek penelitian adalah definisi paling umum dari observasi. Metode perhitungan harga pokok produksi—metode full costing serta variable costing—digunakan untuk menghitung data penelitian. Tujuan pada penggunaan dua metode tersebut merupakan dalam mengidentifikasi objek biaya langsung serta tidak langsung, juga untuk memperoleh biaya overhead pabrik yang terdapat dalam perusahaan. Hasil perhitungan selanjutnya akan dianalisa sebagai dasar ketika menentukan biaya produksi dengan paling efisien serta efektif untuk perusahaan. Analisis keuangan. Analisis ini dimanfaatkan dalam mendeskripsikan perhitungan yang dilakukan dalam menetapkan harga pokok produksi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Deskriptif

1) Biaya Bahan Baku

Biaya bahan baku yaitu biaya pada berbagai bagian fisik produk (Harahap & Prima, 2019). Biaya bahan baku mampu dialokasikan dengan langsung untuk produk,

dikarenakan pengamatan fisik memungkinkan pengukuran kuantitas yang digunakan dari setiap produk. Bahan baku yang tidak mampu diidentifikasi dengan langsung terhadap sebuah unit produk dikenal sebagai bahan baku pendukung “indirect material”. Bahan baku pendukung tersebut termasuk pada kategori biaya overhead pabrik. Untuk penggunaan biaya bahan baku setiap tahunnya yaitu ketika tahun 2019 sejumlah Rp. 25.600.000, tahun 2020 sebanyak Rp. 25.950.000, tahun 2021 sejumlah Rp. 25.455.000, tahun 2022 sebanyak Rp. 36.385.000, tahun 2023 sebanyak 36.654.000. rata-rata penggunaan bahan baku selama produksi yaitu Rp. 30.008.800.

2) Biaya Tenaga Kerja

Biaya tenaga kerja yaitu pendapatan maupun upah yang diberikan untuk setiap orang yang berkontribusi di suatu perusahaan maupun organisasi (Nainggolan & Patimah, 2020). Biaya tenaga kerja langsung sebagai biaya dengan berkaitan langsung terhadap kegiatan produksi, seperti pekerja terampil serta staf pabrik. Sementara itu, biaya tenaga kerja tidak langsung adalah biaya dengan tidak berhubungan langsung terhadap kegiatan produksi, contohnya gaji direktur, produksi, pengawas, serta biaya administrasi produksi (Hasmi, 2020). Adapun pembebanan biaya tenaga kerja yaitu sejumlah Rp. 2.400.000 ketika tahun 2019, sebanyak Rp. 2.550.000 ketika tahun 2020, sebesar Rp. 3.545.000 ketika tahun 2021, sebanyak Rp. 3.385.000 ketika tahun 2022, sebanyak 3.654.000 ketika tahun 2023. rata-rata biaya tenaga kerja per tahun sebanyak yaitu Rp. 3.106.800.

3) Biaya Overhead Pabrik

Biaya overhead pabrik menjadi biaya secara sangat detail juga sulit untuk dimaknai dalam produk jadi. Dengan demikian, pengumpulan biaya overhead pabrik baru mampu diidentifikasi sesudah proses produksi barang pesanan selesai (Hasmi, 2020). Biaya overhead pabrik merujuk pada biaya-biaya tidak langsung yang terjadi dalam suatu proses produksi, di mana pengeluaran tersebut umumnya digunakan pada lebih dari satu departemen (Majid, 2013). Biaya tersebut muncul dikarenakan pemanfaatan berbagai fasilitas dengan diperlukan dalam pengolahan bahan, diantaranya mesin, peralatan, tempat, maupun lainnya. Sebagai biaya tak langsung, biaya jenis ini tidak dapat langsung dibebankan dalam produk tertentu. Oleh karena itu, ketika penetapan harga pokok produksi melalui metode harga pokok pesanan atau juga metode harga pokok proses, penting untuk mampu menentukan biaya overhead pabrik untuk setiap produk yang dihasilkan. Biaya overhead pabrik tetap yang digunakan untuk memproduksi merupakan tahun 2019 sejumlah Rp. 1.300.000, tahun 2020 sebanyak Rp.

1.560.000, tahun 2021 sejumlah Rp. 2.390.000, tahun 2022 ebanyak Rp. 2.564.000, tahun 2023 sebanyak Rp. 2.972.000, atau rata-rata biaya overhead pabrik tetap pertahun sebanyak Rp. 2.157.200. Sedangkan biaya overhead pabrik variable digunakan untuk produksi yaitu sejumlah Rp. 13.450.000 ketika tahun 2019, sejumlah Rp. 13.128.000 ketika tahun 2020, sejumlah Rp. 14.378.000 ketika tahun 2021, sebanyak Rp. 14.683.000 ketika tahun 2022, serta sebesar Rp. 15.873.000 ketika tahun 2023, atau rata-rata biaya overhead pabrik variable sebanyak Rp. 14.302.400.

4) Hasil Penjualan Produk

Hasil penjualan yang diperoleh dari transaksi penjualan kepada konsumen. Jumlah hasil penjualan yaitu harga jual per unit dikalikan terhadap jumlah unit yang terjual. Hasil penjualan dari usaha ini yaitu ketika tahun 2019 sebesar Rp. 47.564.000, sejumlah Rp. 47.238.000 ketika tahun 2020, sebanyak 48.300.000 ketika tahun 2021, sebanyak Rp. 48.210.000 pada tahun 2022, serta tahun 2023 sejumlah 51.544.000. rata-rata penjualan pertahun sebanyak Rp. 48.571.200.**nb**

5) Analisis Keuangan

Perhitungan Harga Pokok Produksi dengan Metode Full Costing

Menerapkan perhitungan menggunakan keseluruhan unsur biaya produksi, mencakup biaya bahan biaya overhead pabrik, baku, serta biaya tenaga kerja langsung, baik tetap atau juga variable.

Tabel 1. Perhitungan HPP dengan Metode Full Costing

Tahun	Biaya Bahan Baku	Biaya Tenaga Kerja	BOP Tetap	BOP Variabel	Total HPP (Full Costing)
2019	25600000	2400000	1300000	13450000	42750000
2020	25950000	2550000	1560000	13128000	43188000
2021	25455000	3545000	2390000	14378000	45768000
2022	36385000	3385000	2564000	14683000	57017000
2023	36654000	3654000	2972000	15873000	59153000

Sumber: Data diolah peneliti, 2025.

Perhitungan harga pokok produksi dengan metode variable costing

Metode Biaya Variabel menjadi suatu metode perhitungan harga pokok dengan mempertimbangkan biaya produksi yang bersifat variabel. Metode ini mencakup berbagai unsur biaya, diantaranya biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, juga biaya overhead pabrik dengan bersifat variabel.

Tabel 2. Perhitungan HPP Metode Variable Costing

Tahun	Biaya Bahan Baku	Biaya Tenaga Kerja	Overhead Variabel	HPP (Variable Costing)
2019	25600000	2400000	13450000	41450000
2020	25950000	2550000	13128000	41628000
2021	25455000	3545000	14378000	43378000
2022	36385000	3385000	14683000	54453000
2023	36654000	3654000	15873000	56181000

Sumber: Data diolah peneliti, 2025.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh metode biaya produksi full costing dan variable costing terhadap hasil penjualan produk kopi di UMKM Kopi Miyami Cikarang mampu diperoleh kesimpulan mengenai Baik metode **full costing** atau juga **variable costing** memiliki pengaruh yang **signifikan secara statistik** terhadap hasil penjualan. Hasil regresi membuktikan mengenai **variable costing** memberikan pengaruh lebih besar terhadap peningkatan hasil penjualan dibandingkan full costing, dengan koefisien regresi sebanyak **0,588** (dibandingkan 0,403 pada full costing). Nilai determinasi cukup signifikansi, Artinya, 44,7% variasi dalam penjualan dapat dijelaskan oleh kedua metode biaya tersebut. Sisanya (55,3%) dipengaruhi dari faktor yang lainya selain pada penelitian, diantaranya promosi, lokasi, kepuasan pelanggan, dan tren pasar. Pemilihan metode penghitungan biaya yang tepat sangat penting untuk efisiensi biaya, strategi harga, dan peningkatan daya saing. Metode **variable costing** lebih adaptif terhadap perubahan volume produksi dan mampu dimanfaatkan dalam pengambilan keputusan jangka pendek.

DAFTAR PUSTAKA

- Arumdalu, N., & Priantana, R. D. (2022). Comparative analysis of cost of goods production using full costing and variable costing methods for MSMEs in Aceh Besar. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA)*.
- Bustami, B., Bastian, B., & Nurlela. (2018). *Akuntansi biaya*. Jakarta: Erlangga.
- Firmansyah. (2020). Pertumbuhan industri minuman berbasis kopi di Indonesia: Antara gaya hidup dan peluang ekonomi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 5(3), 123–131.
- Harahap, B., & Prima, A. P. (2019). Pengaruh biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan factory overhead cost terhadap peningkatan hasil produksi pada perusahaan kecil industri tahu tempe di Kota Batam. *Jurnal Akuntansi Barelang*.
- Hasmi, N. (2020). Analisis penentuan harga pokok produksi dengan menggunakan metode full costing dan variable costing pada pembuatan abon ikan. *Akmen*.
- Majid, J. (2013). *Memahami akuntansi manajemen*. Makassar: Alauddin University Press.
- Makmuroh. (2023, Agustus 2). Pertumbuhan tinggi sektor UMKM di era new normal jaringan kedai kopi. *Kompasiana*. <https://www.kompasiana.com>
- Mulyadi. (2018). *Akuntansi biaya*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Nainggolan, H., & Patimah, S. (2020). Pengaruh biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya overhead pabrik terhadap omset penjualan Pabrik Rotigembung Kota Raja KM. 3 Balikpapan, Kalimantan Timur. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Methodist*.
- Organization, I. C. (2020). *Coffee market report – Annual review*. International Coffee Organization (ICO).
- Pasapan, V., Pusung, R. J., & Maradesa, D. (2023). Analysis of full costing and variable costing methods in determining the cost of production of jackfruit seed boba. *Jurnal Akuntansi Manajemen Ekonomi*.
- Sartika, & Handayani. (2021). Tren pertumbuhan kedai kopi lokal sebagai UMKM kreatif di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 102–110.
- Sylvia, R. (2018). Analisis perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode full costing dan variabel costing pada Tahu Mama Kokom Kotabaru. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*. <https://journals.umkt.ac.id/index.php/JEM/article/view/72>