

**ANALISIS PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUKSI
DAN STRATEGI PENETAPAN HARGA JUAL PADA
MARKETPLACE SHOPEE
(Studi Kasus Produk Penghilang Noda Pakaian
PT. Miss Clean Indonesia)**

SKRIPSI

Oleh
CLARIZZA AULIA ABDINA ZAKI
08040222100



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
TAHUN 2026**

PERNYATAAN

Saya, Clarizza Aulia Abdina Zaki, 08040222100, menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (plagiarism) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di UIN Sunan Ampel Surabaya, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Di Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 8 Juni 2026

A colorful 10,000 Rupiah Indonesian banknote is shown, featuring a signature in black ink over the central part of the note. The banknote has a serial number 'DAF 1AOX045633681' visible at the bottom.

Clarizza Aulia Abdina Zaki
NIM. 08040222100

LEMBAR PERSETUJUAN

Surabaya, 8 Juni 2026

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji

Dosen Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Binti' followed by a stylized flourish.

Dr. Binti Shofiatul Jannah, SE., M.S.A., CSRS., CSRA., CPIA

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUKSI DAN STRATEGI PENETAPAN HARGA JUAL PADA MARKETPLACE SHOPEE

Oleh
Clarizza Aulia Abdina Zaki
NIM: 08040222100

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada
tanggal 15 Juni 2026 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Susunan Dewan Penguji:

1. Dr. Binti Shofiatul Jannah, SE., M.S.A.,
CSRS., CSRA., CPIA
NIP. 199007292019032022
(Penguji 1)
2. Dwi Koerniawati, SE., M.Ak, Ak, CA
NIP. 198507122019032010
(Penguji 2)
3. Ratna Anggraini Aripriatiwi, SE., M.S.A., Ak, CA
NIP. 198905282019032014
(Penguji 3)
4. Bima Raffly Fachrezi, S.A., M.A
NIP. 199807242025051003
(Penguji 4)

Tanda Tangan:

Binti

Dwi

Ratna

Bima



Surabaya, 15 Juni 2026

Dekan

Muhammad Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I.
NIP. 197005142000031001

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax. 031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Clarizza Aulia Abdina Zaki
NIM : 08040222100
Fakultas/Jurusan : Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam / Akuntansi
E-mail address : clarizza3010@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Dan Strategi Penetapan Harga Jual Pada
Marketplace Shopee (Studi Kasus Produk Penghilang Noda Pakaian PT. Miss Clean Indonesia)

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 8 Juli 2026

Penulis

(Clarizza Aulia Abdina Zaki)

ABSTRAK

Transformasi digital telah mendorong pelaku usaha mikro beralih ke ekosistem *e-commerce*, namun perubahan ini memunculkan tantangan baru berupa kompleksitas biaya operasional digital yang sering kali menjadi biaya tersembunyi (*hidden cost*). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana PT. Miss Clean Indonesia mengidentifikasi dan menghitung Harga Pokok Produksi (HPP) dengan mengintegrasikan komponen biaya layanan dan biaya iklan di *marketplace* Shopee, serta merumuskan strategi penetapan harga jual yang tepat demi menjaga keuntungan dan keberlanjutan finansial perusahaan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data primer diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi bersama pemilik perusahaan, staf administrasi, staf pemasaran, serta staf produksi. Analisis data dilakukan dengan teknik reduksi data, pemberian kode (*coding*), kategorisasi, tematisasi dan triangulasi sumber data untuk menjamin keabsahan informasi. Selanjutnya, perhitungan HPP dianalisis menggunakan metode *full costing* dan dilakukan evaluasi penetapan harga jual yang menggunakan metode *mark-up pricing*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perhitungan Harga Pokok Produksi yang diterapkan PT. Miss Clean Indonesia masih sangat sederhana karena hanya berfokus pada biaya fisik yang terlihat (*visible cost*) dan belum mengintegrasikan komponen biaya operasional *platform* Shopee. Padahal, potongan otomatis dari Shopee mencapai hingga 23,39% untuk ukuran 100 ml dan 21,80 untuk ukuran 250 ml dari harga jual. Selain itu, biaya iklan berbayar (Shopee Ads) dengan sistem anggaran fleksibel berbasis ROAS (*Return on Ad Spend*) juga memengaruhi margin laba operasional. Meski begitu, PT. Miss Clean Indonesia berhasil mengamankan keuntungan dan menyerap beban potongan tersebut melalui strategi *mark-up pricing* secara agresif, dikombinasikan dengan strategi *branding* produk dan pemberian diskon 10%.

Penelitian ini merekomendasikan agar PT. Miss Clean Indonesia melakukan restrukturisasi pencatatan akuntansi biaya internal yang mengintegrasikan komponen biaya digital. Tujuannya penetapan harga tidak hanya kompetitif di pasar digital tetapi juga sehat secara finansial untuk jangka panjang.

Kata Kunci: Harga Pokok Produksi, Strategi Penetapan Harga Jual, *E-Commerce* Shopee, Biaya Tersembunyi (*Hidden Cost*).

DAFTAR ISI

PERNYATAAN.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah dan Batasan Masalah	10
1.2.1 Identifikasi Masalah	10
1.2.2 Batasan Masalah.....	10
1.3 Rumusan Masalah.....	10
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Manfaat Penelitian	11
BAB II LANDASAN TEORI	13
2.1 Kajian Teoritis.....	13
2.1.1 Akuntansi Biaya	13
2.1.2 Klasifikasi Biaya	15
2.1.3 Harga Pokok Produksi	18
2.1.4 Penetapan Harga Jual	21
2.1.5 Marketplace Shopee	25
2.2 Penelitian Terdahulu.....	34
2.3 Kerangka Berpikir	39
BAB III METODE PENELITIAN	41
3.1 Jenis Penelitian	41
3.2 Subjek dan Objek Penelitian.....	42
3.2.1 Subjek Penelitian.....	42
3.2.2 Objek Penelitian	43

3.3	Jenis dan Sumber Data	44
3.3.1	Sumber Data Primer	44
3.3.2	Sumber Data Sekunder	44
3.4	Teknik Pengumpulan Data	45
3.4.1	Observasi Kualitatif (Qualitative Observation)	45
3.4.2	Wawancara Kualitatif (Qualitative Interview)	46
3.5	Teknik Analisis Data	48
3.6	Teknik Keabsahan Data	51
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	53
4.1	Gambaran Umum Subjek dan Objek Penelitian	53
4.1.1	Profil Perusahaan	53
4.1.2	Struktur Organisasi PT. Miss Clean Indonesia	55
4.1.3	Jenis-Jenis Produk	56
4.1.4	Operasional Toko di <i>Marketplace</i> Shopee	57
4.2	Proses Hasil Penelitian	60
4.3	Hasil Penelitian	64
4.3.1	Proses Produksi Produk Penghilang Noda Pakaian	64
4.3.2	Identifikasi Biaya Produksi Produk Penghilang Noda Pakaian	74
4.3.3	Biaya <i>Marketplace</i> Shopee dan Biaya Iklan Produk Penghilang Noda Pakaian	83
4.3.4	Penetapan Harga Jual pada <i>Marketplace</i> Shopee	89
4.4	Pembahasan	92
4.4.1	Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Produk Penghilang Noda Pakaian dengan Integrasikan Komponen Biaya Layanan dan Biaya Iklan di <i>Marketplace</i> Shopee	93
4.4.2	Strategi Penetapan Harga Jual Produk Penghilang Noda Pakaian pada <i>Marketplace</i> Shopee	107
BAB V	PENUTUP	115
5.1	Kesimpulan	115
5.2	Keterbatasan Penelitian	117
5.3	Saran	118
DAFTAR PUSTAKA		120

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Data Informan	47
Tabel 4. 1 Biaya Bahan Baku Perunit Produk Ukuran 100 ml	77
Tabel 4. 2 Biaya Bahan Baku Perunit Produk Ukuran 250 ml	78
Tabel 4. 3 Biaya Tenaga Kerja Langsung Perunit	79
<i>Tabel 4. 4 Biaya Gudang Online Perunit.....</i>	<i>80</i>
Tabel 4. 5 Biaya Perpesanan Perunit.....	80
Tabel 4. 6 Estimasi Biaya Tidak Terlihat Perunit Botol	81
Tabel 4. 7 Biaya Produksi Perunit Penghilang Noda Pakaian Ukuran 100 ml	82
Tabel 4. 8 Biaya Produksi Perunit Penghilang Noda Pakaian Ukuran 250 ml	82
Tabel 4. 9 Biaya Operasional Platform Produk Ukuran 100 ml	85
Tabel 4. 10 Biaya Operasional Platform Produk Ukuran 250 ml	85
Tabel 4. 11 Harga Pokok Produksi Produk Ukuran 100 ml.....	95
Tabel 4. 12 Harga Pokok Produksi Produk Ukuran 250 ml.....	96
Tabel 4. 13 Simulasi Perhitungan Anggaran Modal Iklan Rp25.000	102
Tabel 4. 14 Harga Pokok Produksi Berbasis Marketplace Shopee Produk 100 ml	105
Tabel 4. 15 Harga Pokok Produksi Berbasis Marketplace Shopee Produk 250 ml	105
Tabel 4. 16 Persentase Mark-Up Produk 100 ml Pada Harga Jual Setelah Diskon	109
Tabel 4. 17 Persentase Mark-Up Produk 250 ml Pada Harga Jual Setelah Diskon	110

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Usaha E-Commerce di Indonesia (juta), 2020-2024	1
Gambar 1. 2 Persentase Usaha E-Commerce Berdasarkan Kategori Pendapatan Usaha 2024	3
Gambar 1. 3 Platform E-commerce Terbesar di Indonesia Pada Tahun 2024 By Monthly Traffic	4
Gambar 2. 1 Rumus Persentase Mark Up	24
Gambar 2. 2 Rumus Metode Margin	24
Gambar 2. 3 Biaya Layanan Progam Operasional Gratis Ongkir XTRA	31
Gambar 2. 4 Rumus Biaya Proses Pesanan Per Produk	32
Gambar 2. 5 Rumus Biaya Layanan Produk Pre-Order	33
Gambar 2. 6 Kerangka Berpikir	39
Gambar 4. 1 Logo PT. Miss Clean Indonesia	53
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi PT. Miss Clean Indonesia	55
Gambar 4. 3 Akun Shopee PT. Miss Clean Indonesia	57
Gambar 4. 4 Diagram Alur Proses Produksi Penghilang Noda Pakaian	67
Gambar 4. 5 Tahap Pengadaan Bahan Baku	69
Gambar 4. 6 Tahap Pengisian Cairan	70
Gambar 4. 7 Tahap Pemasangn Tutup Botol	71
Gambar 4. 8 Tahap Pemasangan Label	72
Gambar 4. 9 Tahap Pemanasan Plastik	73
Gambar 4. 10 Identifikasi Biaya Produksi Perunit Produk Penghilang Noda Pakaian Ukuran 100 ml	75
Gambar 4. 11 Identifikasi Biaya Produksi Perunit Produk Penghilang Noda Pakaian Ukuran 250 ml	75
Gambar 4. 12 Transaksi Penjualan Produk Penghilang Noda Pakaian	84

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Dokumentasi Foto Produk Penghilang Noda Pakaian PT. Miss Clean Indonesia Ukuran 100 ml	123
Lampiran 2 Dokumentasi Foto Produk Penghilang Noda Pakaian PT. Miss Clean Indonesia Ukuran 250 ml	126
Lampiran 3 Lembar Kerja Wawancara Pemilik.....	129
Lampiran 4 Lembar Kerja Wawancara Staf Administrasi	134
Lampiran 5 Lembar Kerja Wawancara Staf Pemasaran	135
Lampiran 6 Lembar Kerja Wawancara Staf Produksi	136
Lampiran 7 Transkrip Wawancara Pemilik	137
Lampiran 8 Transkrip Wawancara Staff Administrasi	142
Lampiran 9 Transkrip Wawancara Staf Administrasi.....	153
Lampiran 10 Transkrip Wawancara Staf Pemasaran	156
Lampiran 11 Transkrip Wawancara Staf Produksi	160
Lampiran 12 Reduksi Data Wawancara Pemilik	164
Lampiran 13 Reduksi Data Wawancara Staf Administrasi.....	175
Lampiran 14 Reduksi Data Wawancara Staf Pemasaran	177
Lampiran 15 Reduksi Data Wawancara Staf Produksi	179
Lampiran 16 Catatan Lapangan Penelitian	181
Lampiran 17 Catatan Lapangan Penelitian (Lanjutan)	182
Lampiran 18 Kategorisasi dan Tematisasi Data Lapangan.....	183
Lampiran 19 Hasil Pengelompokkan Tema Penelitian.....	192
Lampiran 20 Triangulasi Data Hasil Wawancara	194
Lampiran 21 Dokumentasi Penelitian Lapangan	196

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Asih, E. M. (2024). *Analisis pada Shopee sebagai E-Commerce Terpopuler di Indonesia*. Jurnal Ekonomi Bisnis Antartika. 2, 73–79. <https://doi.org/10.70052/jeba.v2i1.299>
- Badan Pusat Statistik. (2025). Statistik E-Commerce 2024 Volume 7, 2025. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Creswell, John W. (2021). *Research Design Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Gabriel, J., Boente, P., Mauro, J., Bianchi, B., Pereira, A. N., Miranda, R., & Boente, P. (2025). Digital Entrepreneurship: A Digital Marketing Strategy with E-Commerce and Dropshipping. *Dropshipping, C. O. N. E. Y.* 1–19. 10.56238/ERR01v10n2-047
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2025). *Kinerja Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (Pmse) Indonesia Tahun 2025*. Jakarta: Kementerian Perdagangan Republik Indonesia.
- Lusiana, Hendra, J., & Wiraswati, M. O. (2025). *Peran Pengaruh Biaya Produksi , Biaya Pemasaran dan Volume Penjualan Terhadap Laba Usaha*. 7(2). <https://doi.org/10.32877/ef.v7i2.2315>
- Made, I., Ali, S., & Subgja, G. (2022). *Mempertahankan Keberlangsungan Bisnis Grosir Pada Masa Pandemi Covid-19*. Jurnal Perspektif Bisnis, 5. <https://doi.org/10.23960/jpb.v5i1.132>
- Mei, I., Aris, H., & Sarwono, E. (2024). *Dampak Kebijakan Pendapatan dan Laba Terhadap Biaya Admin : Survei pada Seller Shopee*. Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi. 23, 179–186. <https://doi.org/10.22225/we.23.2.2024.179-186>
- Mowen, Maryanne M., Hansen, Don R. , Heitger, Dan R. (2017). *Dasar-Dasar Akuntansi Manajerial Edisi 5*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mkansi, M. (2022). E - business adoption costs and strategies for retail micro businesses. In *Electronic Commerce Research* (Vol. 22, Issue 4). Springer US. <https://doi.org/10.1007/s10660-020-09448-7>
- Myrodia. (2021). *Identifying Variety-Induced Complexity Cost Factors in*

- Manufacturing Companies and Their Impact on Product Profitability.*
<https://doi.org/10.1016/j.jmsy.2021.04.017>
- Novietta, L., Nurmadi, R., & Minan, K. (2022). Analisis Pentingnya Perhitungan Harga Pokok Produksi dan Harga Pokok Penjualan untuk Optimalisasi Harga Jual Produk UMKM. *Jurnal Akuntansi*, 2.
- Nugraha, A. D., Mercu, U., Yogyakarta, B., Santosa, A., Mercu, U., & Yogyakarta, B. (2025). *Pengaruh Online Customer Review , Free Shipping dan Discount Terhadap Purchase Decision Generasi Z Pada Marketplace Shopee*. 13(2), 151–165. <https://doi.org/10.26486/jpsb.v13i2.4719>
- Oktia, S., Soesanto, S., Purwanto, H., & Rochendy, T. (2024). *Pengaruh harga, kualitas dan jenis produk terhadap pendapatan toko online p.t. clothme jakarta di aplikasi shopee*. 05, 71–82. <https://doi.org/10.56486/remittance.vol5no2.647>
- Okky, S., Leonita, T., & Masrunik, E. (2024). *Perhitungan harga pokok produksi (hpp) sebagai dasar penentuan harga jual mie dwr*. 54–67. <https://doi.org/10.24034/jiaku.v5i1.7579>
- Purwaji, A., Wibowo, Muslim, S. (2018). *Akuntansi Biaya Edisi 2 Cetakan Kelima*. Jakarta: Salemba Empat.
- Restu, P., Harefa, A., Zebua, S., & Bawamenewi, A. (2022). *Analisis Biaya Produksi Dengan Menggunakan Metode Full Costing Dalam Perhitungan Harga Pokok Produksi*. *Akuntansi, J., Ekonomi, M. D. A. N.*, 1(2), 218–223. <https://doi.org/10.56248/jamane.v1i2.36>
- Roffia, P., Mar, M., & Augustin, B. (2024). *Cost Accounting Practices in SMEs : Liability of Age and Other Factors that Hinder or Burst its Implementation in Turbulent Years*. *International Entrepreneurship and Management Journal*. 115–139. <https://doi.org/10.1007/s11365-023-00938-2>
- Rozita, P., Saiful, E. & Syafrudin (2025). Analisis Strategi Pemasaran pada UMKM di Era Digital: Studi Kasus Pada Platform Shopee. *Economics and Digital Business Review*. 7(1), 365–373.
- Shopee, “Berjualan di Aplikasi dan Seller Centre Shopee”, dalam <https://seller.shopee.co.id/edu/article/6970>, diakses pada 17 Mei 2026.

- Shopee, “Biaya Layanan Penjual pada Progam Opsional Promo XTRA, Promo XTRA+, dan Gratis Ongkir XTRA”, dalam <https://seller.shopee.co.id/edu/article/7216>, diakses pada 17 Mei 2026.
- Shopee, “Biaya Layanan Produk Pre-Order”, dalam <https://seller.shopee.co.id/edu/article/26517>, diakses pada 17 Mei 2026.
- Shopee, “Jenis Biaya untuk Berjualan di Shopee”, dalam <https://seller.shopee.co.id/edu/article/16055>, diakses pada 17 Mei 2026.
- Shopee, “Strategi Penetapan Harga”, dalam <https://seller.shopee.co.id/edu/article/17484>, diakses pada 17 Mei 2026.
- Shopee, “Tentang Iklan Shopee”, dalam <https://iklan.shopee.co.id/learn/faq/555>, diakses pada 17 Mei 2026.
- Susanti, E. & Hakim, L. (2024). *Pengaruh Harga Jual dan Potongan Harga Terhadap Laba Penjualan Pada Pt . Giordano*. Jurnal Manajemen, Akuntansi, dan Ilmu Ekonomi. 1, 54–64.
- Tobing, W. L., Huda, M., Pangestu, R., Akuntansi, P. S., Bangsa, U. P., Barat, P. J., & Tobing, W. L. (2025). *Perhitungan Harga Pokok Produksi dan Harga Pokok Penjualan Terhadap Laba Penjualan pada Toko Roti*. Journal of Humanities Education Management Accounting and Transportation. 2(1), 722–728.
- Wulansari, F. & Andarini, S. (2025). *Implementasi Strategi Marketing Melalui Iklan Di Apotik Suryabioofficial*. Jurnal Ekonomi Pembangunan. 11(1), 209–230.