

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Akuntansi Biaya

Akuntansi biaya adalah bidang ilmu akuntansi yang mempelajari bagaimana cara mencatat, mengukur dan pelaporan informasi biaya yang digunakan (Bastian bustami & Nurlela, 2013:4). Disamping itu akuntansi biaya juga membahas tentang penentuan harga pokok dari suatu produk yang diproduksi dan dijual kepada pemesan maupun untuk pasar, serta untuk persediaan produk yang akan dijual.

Akuntansi biaya adalah proses pencatatan, penggolongan, peringkasan dan penyajian biaya buatan dan penjual produk atau jasa, dengan cara-cara tertentu, serta penafsiran terhadapnya (Mulyadi, 2010:7).

Akuntansi biaya merupakan bagian dari akuntansi manajemen dimana adalah suatu bidang khusus akuntansi yang menekankan pada penentuan dan pengendalian biaya (Dunia & Wasilah, 2011:7)

Jadi dapat disimpulkan bahwa akuntansi biaya adalah bidang ilmu akuntansi yang mempelajari bagaimana cara mencatat, mengukur dan pelaporan informasi biaya yang untuk menyajikan berbagai informasi biaya dalam bentuk laporan biaya. Akuntansi biaya menghasilkan informasi untuk memenuhi berbagai macam tujuan yaitu untuk tujuan penentuan kos produksi, pengendalian biaya, tujuan

pengambilan keputusan khusus, dan untuk kepentingan internal perusahaan dan untuk membantu menjalankan kegiatan perencanaan dan pengendalian.

2.1.2 Biaya (*Cost*) dan Penggolongannya

a. Biaya

Biaya merupakan objek yang paling penting di dalam membahas harga pokok produksi, masalah biaya merupakan unsur yang paling penting. Hal ini dikarenakan apabila suatu perusahaan ingin menghasilkan laba sesuai dengan yang diinginkan maka perusahaan tersebut harus dapat mengalokasikan biaya yang dikeluarkan. Pengertian biaya sebagai suatu nilai tukar, pengeluaran, atau pengorbanan yang dilakukan untuk menjamin perolehan manfaat, William Carter (2009:30). Dalam akuntansi keuangan, pengeluaran, atau pengorbanan pada tanggal akuisisi dicerminkan oleh penyusutan atas kas atau aset lain yang terjadi pada saat ini atau dimasa yang akan datang.

Biaya didefinisikan sebagai sumber daya yang dikobarkan (*sacrificed*) atau dilepaskan (*forgone*) untuk mencapai tujuan tertentu (Horgren, 2006:31). Suatu biaya (seperti bahan langsung atau iklan) biasanya diukur dalam jumlah uang yang harus dibayarkan dalam rangka mendapatkan barang atau jasa. Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu (Mulyadi, 2012:8).

Biaya mengandung empat unsur pokok, antara lain sebagai berikut :

1. Biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi
2. Diukur dalam satuan uang
3. Yang telah terjadi atau secara potensial akan terjadi
4. Pengorbanan tersebut untuk tujuan tertentu

Jadi dapat disimpulkan bahwa biaya yang melekat pada suatu aktiva yang memberikan manfaat saat ini maupun akan datang. Sedangkan dalam arti sempit dapat diartikan sebagai pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh aktiva atau secara tidak langsung untuk memperoleh penghasilan, disebut dengan harga pokok

b. Penggolongan Biaya

Untuk mempermudah dalam penyajian data dan informasi biaya bagi perusahaan, maka perlu adanya pengklarifikasian atau penggolongan biaya ke dalam elemen-elemen tertentu. Klasifikasi biaya merupakan proses pengelompokan biaya atas seluruh unsur-unsur biaya secara sistematis ke dalam golongan-golongan tertentu yang lebih ringkas dengan tujuan menyediakan informasi biaya bagi kepentingan manajemen dalam mengelola dan menjalankan perusahaan khususnya dalam rangka pengambilan keputusan.

Biaya digolongkan dengan berbagai macam cara. Biaya dapat digolongkan menurut objek pengeluaran, fungsi pokok dalam perusahaan, hubungan biaya dengan suatu yang dibiayai, hubungannya dengan perubahan volume kegiatan dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan, dasar jangka waktu manfaatnya, Mulyadi (2010:7)

Biaya adalah suatu pengorbanan yang dapat mengurangi kas atau harta lainnya untuk mencapai tujuan, baik yang dapat dibebankan pada saat ini maupun saat yang akan datang, Mursyidi (2010:14). Juga dapat diklasifikasikan dalam hubungannya dengan operasi perusahaan, yaitu biaya operasional (biaya penjualan dan biaya administrasi umum) dan biaya non-operasional, artinya biaya yang telah

dikeluarkan dan diperhitungkan namun tidak mempunyai hubungan langsung dengan usaha pokok perusahaan contoh biaya bunga untuk perusahaan manufaktur. Selain itu ada juga pengklasifikasi biaya lain yang berdasarkan pada tercapainya tujuan atau kesepakatan, misalnya *opportunity cost* dan biaya diferensial

Pengertian yang lain di kemukakan oleh Supriyono (1999:18-36) menjelaskan bahwa ada beberapa cara dalam penggolongan biaya yang sering dilakukan, antara lain:

1. Penggolongan biaya sesuai dengan fungsi pokok dari kegiatan/aktivitas perusahaan.

Fungsi pokok dari kegiatan perusahaan terdiri atas fungsi produksi, fungsi pemasaran, fungsi administrasi dan umum dan fungsi keuangan (*financial*).

Atas dasar fungsi tersebut, biaya dapat dikelompokkan menjadi

- a. Biaya Produksi, yaitu semua biaya yang berhubungan dengan fungsi produksi atau kegiatan pengolahan bahan baku menjadi produk selesai. Biaya produksi digolongkan menjadi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik
- b. Biaya pemasaran, yaitu dalam rangka penjualan produk selesai sampai dengan pengumpulan piutang menjadi kas
- c. Biaya administrasi dan umum, yaitu biaya yang terjadi dalam rangka penentuan kebijakan, pengarahan, dan pengawasan kegiatan perusahaan secara keseluruhan

d. Biaya keuangan, adalah semua biaya yang terjadi dalam melaksanakan fungsi keuangan, misalnya biaya bunga

2. Penggolongan biaya sesuai dengan periode akuntansi dimana biaya akan dibebankan.

Penggolongan biaya berdasarkan pengeluaran (*expenditure*), dimana pengeluaran tersebut berhubungan dengan kapan pengeluaran tersebut akan menjadi biaya. Pengeluaran tersebut terdiri atas pengeluaran untuk pengeluaran modal (*Capital Expenditures*) dan pengeluaran penghasilan.

Umumnya pada saat terjadinya pengeluaran langsung diperlakukan kedalam biaya, atau tidak dikapitalisasi sebagai aktiva. Dalam praktek seringkali sulit menggolongkan apakah suatu pengeluaran masuk sebagai pengeluaran modal atau pengeluaran biaya, untuk mengatasi masalah tersebut dapat digunakan tiga kunci pemecahan yaitu :

a. Manfaat dari pengeluaran

b. Jumlah relatif

c. Keputusan manajemen

3. Penggolongan biaya sesuai dengan tendensi perubahannya terhadap aktivitas atau kegiatan atau volume.

Biaya menurut tendensi perubahannya terhadap aktivitas terutama untuk tujuan perencanaan dan pengendalian biaya serta pengambilan keputusan. Biaya ini terdiri atas biaya tetap, biaya variabel, dan biaya semi variabel.

- a. Biaya tetap (*fixed cost*), yaitu biaya yang jumlah totalnya tetap konstan tidak dipengaruhi oleh perubahan volume kegiatan atau aktivitas sampai dengan tingkatan tertentu.
 - b. Biaya variabel (*variable cost*), yaitu biaya yang jumlah totalnya akan berubah secara sebanding (*proposional*) dengan perubahan volume kegiatan, semakin besar volume kegiatan semakin tinggi jumlah total biaya variabel, semakin rendah volume kegiatan semakin rendah jumlah total biaya variabel.
 - c. Biaya semi variabel (*semi variable cost*), yaitu biaya yang jumlah totalnya akan berubah sesuai dengan perubahan volume kegiatan, akan tetapi sifat perubahannya tidak sebanding. Semakin tinggi volume kegiatan semakin rendah biaya satuan, semakin rendah volume kegiatan semakin tinggi biaya satuan.
4. Penggolongan biaya sesuai dengan objek atau pusat biaya yang dibiayai.

Di dalam perusahaan objek atau pusat biaya dapat dihubungkan dengan produk yang dihasilkan, departemen-departemen yang ada dalam pabrik, daerah pemasaran, bagian-bagian dalam organisasi yang lain atau bahkan individu. Biaya-biaya ini terdiri atas biaya langsung (*direct cost*) dan biaya tidak langsung (*indirect cost*). Biaya langsung adalah biaya yang terjadi atau manfaatnya dapat diidentifikasi kepada objek atau pusat biaya tertentu. Dalam hubungannya dengan produk biaya ini terdiri atas biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Sedangkan biaya tidak langsung merupakan biaya yang terjadi atau manfaatnya tidak dapat diidentifikasi pada objek atau pusat biaya tertentu. Contoh biaya tidak langsung yaitu biaya *overhead* pabrik.

5. Penggolongan biaya untuk tujuan pengendalian biaya

Untuk pengendalian biaya informasi biaya yang ditujukan kepada manajemen dikelompokkan dalam biaya terkendalikan (*controllable cost*), yaitu biaya yang secara langsung dapat dipengaruhi oleh seorang pimpinan tertentu dalam jangka waktu tertentu. Dan biaya tidak terkendalikan (*uncontrollable cost*), yaitu biaya yang tidak dapat dipengaruhi oleh seorang pimpinan dalam jangka waktu tertentu.

6. Penggolongan biaya sesuai dengan tujuan pengambilan keputusan.

Biaya untuk tujuan pengambilan keputusan oleh manajemen terdiri atas biaya relevan (*relevant cost*) dan biaya tidak relevan (*irrelevant cost*). Biaya relevan yaitu biaya yang akan mempengaruhi pengambilan keputusan perusahaan. Pengambilan keputusan dapat berupa pemilihan dua alternatif atau pemilihan lebih dari dua alternatif. Sedangkan biaya tidak relevan yaitu biaya yang tidak mempengaruhi pengambilan keputusan perusahaan.

Jadi menurut beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa biaya merupakan kas atau nilai ekuivalen kas yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan guna untuk memberikan suatu manfaat yaitu peningkatan laba dimasa mendatang

2.1.3 Harga Pokok Produksi

a. Pengertian Harga Pokok Produksi

Kumpulan biaya produksi yang terdiri dari bahan baku langsung, tenaga kerja langsung dan biaya *Overhead* pabrik ditambah persediaan produk dalam proses awal dan dikurangi persediaan produk dalam proses akhir (Atep Adya Barata, 2013:134).

Harga pokok produksi adalah biaya yang telah terjadi (*expired cost*) yang belum dibebankan dan dikurangkan dari penghasilan (Mursyidi, 2008:14). Biaya produksi adalah biaya yang terjadi sehubungan dengan kegiatan manufaktur, Ahmad Firdaus & Abdullah, (2012:24). Biaya produksi dibagi menjadi tiga kategori, yaitu bahan langsung (*direct material*), tenaga kerja langsung (*direct labour*) dan biaya *overhead* pabrik (*manufacturing overhead*).

Dengan demikian, harga pokok produksi adalah biaya-biaya yang digunakan selama memproduksi dimana biaya tersebut terdiri dari biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *Overhead* pabrik.

b. Unsur-Unsur Harga Pokok Produksi

Unsur-unsur yang harus diperhitungkan dalam penentuan harga pokok produk ada tiga. Yaitu, biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung dan yang terakhir adalah biaya overhead pabrik atau perusahaan. Ini dia penjelasan tentang ketiganya:

Harga pokok produksi merupakan salah satu perhitungan utama untuk menentukan total harga pokok penjualan untuk perusahaan. Menurut Hamli Syaifullah(2016:1-4) unsur-unsur biaya produksi utama yang terdiri tiga unsur biaya yaitu :

1. Biaya Bahan Baku Langsung

Biaya bahan baku langsung merupakan bahan baku yang dapat dipisahkan dari produk selesai dan dapat ditelusuri langsung ke produk selesai. Contoh : Tepung dalam pembuatan kue, Kertas dalam pembuatan bahu dan kain dalam pembuatan pakaian

2. Tenaga Kerja Langsung

Tenaga kerja langsung merupakan tenaga kerja yang digunakan dalam mengubah bahan baku menjadi produk selesai, dan dapat ditelusuri secara langsung kepada produk selesai. Contoh : Operator mesin jahit baju, perakitan onderdil sepeda motor dan tukang bangunan

3. Biaya Overhead Pabrik

Biaya overhead merupakan biaya selain bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung, akan tetapi biaya yang mampu membantu mengubah bahan menjadi produk selesai. Biaya overhead dapat dikelompokkan menjadi :

a. Bahan Tidak Langsung (Bahan Membantu atau Menolong)

Bahan tidak langsung merupakan bahan yang digunakan dalam penyelesaian produk, tetapi pemakaiannya relatif lebih kecil dan biaya ini tidak dapat ditelusuri secara langsung kepada produk selesai. Contoh Asesoris pakaian, Steples dan kantong plastik

b. Tenaga Kerja Tidak Langsung

Tenaga kerja tidak langsung merupakan tenaga kerja yang membantu dalam pengolahan produk selesai, tetapi tidak dapat ditelusuri langsung kepada produk selesai. Contoh : Gaji pegawai telepon pabrik, pekerja bagian pemeliharaan dan gaji pengawas pabrik

c. Biaya Tidak Langsung Lainnya

Biaya tidak langsung lainnya merupakan biaya selain bahan tidak langsung dan tenaga kerja tidak langsung yang membantu dalam pengolahan produk

selesai, tetapi tidak dapat ditelusuri langsung kepada produk selesai. Contoh :
Sewa pabrik, peralatan pabrik dan pemeliharaan mesin dan pabrik

c. Manfaat Harga Pokok Produksi

Manfaat harga pokok produksi menurut (Mulyadi, (1999:71) adalah sebagai berikut :

1. Menentukan harga jual produk
2. Memantau realisasi biaya produksi
3. Menghitung laba atau rugi periode tertentu
4. Menentukan harga pokok persediaan produk jadi dan produk dalam yang disajikan dalam neraca

d. Metode Harga Pokok Produksi

Harga pokok produk didasarkan pada jumlah pekerjaan dalam proses yang diselesaikan. Pekerjaan dalam proses ini termasuk biaya bahan langsung yang dimasukkan ke dalam produksi, ditambah tenaga kerja langsung dan overhead.

Untuk menentukan pekerjaan dalam proses, Anda memasukkan jumlah unit atau biaya ke dalam formula keluaran yang sama yang Anda gunakan untuk menghitung bahan langsung yang dimasukkan ke dalam produksi.

Menurut Bustami(2010:40) dalam menghitung Biaya produksi terdapat dua bagian yaitu :

1. Perhitungan Biaya Pesanan (*Job order costing*)

Merupakan salah satu metode atau cara mengakumulasi biaya, yang dapat diterapkan pada perusahaan yang menggunakan produksi terputus-putus

2. Perhitungan Biaya Proses (*process coast*)

Merupakan metode dimana beban bahan baku, tenaga kerja dan *overhead* pabrik dibebankan ke pusat biaya atau departemen.

Sedangkan menurut Ahmad Firdaus & Abdullah (2012:24) dua metode akumulasi biaya yang utama dalam akuntansi biaya yaitu :

1. Metode Harga Pokok Pesanan

Suatu sistem biaya akuntansi perpetual yang menghimpun biaya-biaya menurut pekerjaan (*jobs*) tertentu

2. Metode Harga Pokok Proses

Proses akumulasi biaya terfokus pada pekerjaan atau proyek, yang pada akhirnya menentukan harga pokok atau biaya per unit

Menurut Baldric Siregar, (2014:37) metode biaya produk terbagi dua macam:

1. Penentuan biaya pesanan

Dalam metode ini biaya diakumulasikan per satu pesanan. Metode biaya pesanan cocok digunakan bila produk yang dibuat dalam satu departemen atau pusat biaya sifatnya heterogen dan perusahaan dapat mengidentifikasi hubungan antara biaya produk.

2. Penentuan Biaya proses

Penentuan biaya dengan cara mengumpulkan biaya berdasarkan proses produksi atau proses departemen. Metode ini tepat digunakan oleh perusahaan yang bekerja berdasarkan proses.

Metode *full Costing* adalah metode harga pokok produksi yang membebankan seluruh biaya produksi baik yang berperilaku tetap maupun variabel kepada

produk, Rodes (2008). Harga pokok produksi menurut metode *Full Costing* terdiri dari unsur-unsur biaya produksi sebagai berikut:

1. Metode *Full Costing*

Biaya bahan baku	XXX
Biaya tenaga kerja langsung	XXX
Biaya overhead pabrik variabel	XXX
Biaya overhead pabrik tetap	<u>XXX</u> +
Harga pokok produksi	XXX

2. Metode *Variabel Costing*

Biaya bahan baku	XXX
Biaya tenaga kerja langsung	XXX
Biaya overhead pabrik variabel	<u>XXX</u> +
Harga Pokok Produksi	XXX

Berikut rumus harga pokok produksi menurut Hamli Syaifullah (2016 :154) :

1. Persediaan Awal

Bahan Baku	XXX (1)
Pembelian	XXX (2)
Bahan Baku tersedia	XXX (3) = (1)+(2)

2. Persediaan Akhir

Bahan Baku	XXX (4)
Bahan baku yang dipakai	XXX (5) = (3) - (4)
Biaya produksi langsung	XXX (6)
Biaya produksi tidak langsung	<u>XXX (7)</u> +

Total biaya produksi $XXX (8) = (5) + (6) + (7)$

3. Persediaan Awal Barang

Dalam proses $XXX (9)$

4. Persediaan Barang Akhir

Dalam proses $XXX (10) +$

Harga pokok produksi $XXX (11) = (8) + (9) - (10)$

Pada penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa harga pokok produksi adalah kumpulan dari biaya-biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh dan mengelola bahan baku menjadi produk jadi yang siap dipasarkan.

2.1.4 Harga Jual

a. Definisi Harga Jual

Harga jual adalah besarnya harga yang akan dibebankan kepada konsumen yang diperoleh atau dihitung dari biaya produk ditambah biaya non produksi dan laba yang diharapkan, mulyadi, (2013:145)

Harga jual (*Selling Price*) adalah harga jual yang meliputi biaya yang dikeluarkan untuk produksi dan distribusi, ditambah dengan jumlah laba yang diinginkan, diinginkan Aliminsyah & Padji, 2003:301)

Harga jual adalah nilai tukar suatu barang atau jasa, yaitu jumlah uang yang pembeli sanggup membayar kepada penjual untuk suatu barang tertentu Sriyandi, (2001:178)

Maka dapat disimpulkan bahwa harga jual adalah harga yang ditetapkan oleh suatu perusahaan dalam menawarkan produknya ke konsumen setelah memperhitungkan seluruh biaya di kelurkan.

b. Faktor-Faktor Memengaruhi Harga Jual

Banyak yang saling berinteraksi dan berpengaruh terhadap harga jual sehingga perlu dipertimbangkan di dalam penentuan harga jual Supriyono (2001:314-315) faktor-faktor tersebut antara lain :

1. Tujuan perusahaan, khususnya laba dan *retrun on investment* (ROI) yang diharapkan.
2. Biaya, khususnya biaya masa depan.
3. Pendapatan yang diharapkan.
4. Jenis produk atau jasa yang dijual.
5. Jenis industri.
6. Citra atau kesan masyarakat.
7. Pengaruh pemerintah, khususnya undang-undang keputusan, peraturan, dan kebijakan pemerintah.
8. Tindakan atau reaksi pesaing
9. Tipe pasar yang dihadapi
10. Tren Ekonomi
11. Gaya manajemen
12. Tujuan non laba
13. Tanggung jawab sosial perusahaan

Dua hal yang perlu diperhatikan dalam mempelajari pengaruh faktor-faktor tersebut adalah :

1. Dalam menentukan harga jual, setiap pembuat keputusan mungkin lebih menenkankan pertimbangannya pada faktor-faktor tertentu

2. Cara-cara penentuan harga jual juga dipengaruhi oleh pasar yang dihadapi oleh perusahaan

c. Sasaran Penetapan Harga Jual

Para pelaku industri berusaha untuk mencapai sasaran tertentu melalui komponen-komponen penetapan harga. Beberapa perusahaan mencoba untuk meningkatkan keuntungan dengan menetapkan harga rendah untuk menarik bisnis baru. Menurut Louis boone & David kurtz (2002:70), ada empat kategori dasar atau sasaran penetapan harga, yaitu :

1. Sasaran profitabilitas.

Sebagian besar perusahaan mengejar sejumlah sasaran probabilitas dalam strategi penetapan harganya. Para pemasar mengerti bahwa laba diperoleh dari selisih pendapatan dan bebas

2. Sasaran Volume

Pendekatan yang lain dalam strategi penetapan harga disebut maksimalkan penjualan (*Sales Maximization*), para manajer menetapkan tingkat minimum probabilitas yang dapat diterima dan kemudian menetapkan harga yang akan menghasilkan volume penjualan tertinggi tanpa menyebabkan laba turun di bawah level itu

3. Tingkat Kompetisi

Sasaran penetapan harga ini hanyalah untuk menyamakan harga dengan pesaing.

d. Penentuan Harga Jual

Penentuan harga jual adalah suatu cara yang menentukan keputusan untuk membuat membeli, menerima atau menolak suatu pesanan khusus, menutup atau meneruskan suatu usaha. Bambang Hariadi, (2003:31)

Penentuan harga jual bukan sekedar kegiatan pemasaran atau aspek keuangan melainkan tulang punggung keberlangsungan perusahaan. Hal ini disebabkan karena harga jual akan mempengaruhi volume penjualan atau jumlah pembeli, selain itu juga akan mempengaruhi jumlah pendapatan perusahaan.

Penentuan harga jual adalah metode penentuan biaya produk dan jasa berdasarkan harga atau harga target dimana pelanggan bersedia membayarnya Hansen, (2012:52)

Penentuan harga jual berdasarkan pendekatan biaya dalam bentuk yang paling sederhana terdiri dari tiga metode yaitu *cost plus pricing method*, *mark up pricing method* dan harga oleh produsen, Swastha Basu (2010:154)

Supriyono, (1999:28) bahwa Pada biaya tetap, biaya satuan (unit cost) akan berubah berbanding terbalik dengan perubahan volume kegiatan, semakin tinggi volume kegiatan semakin rendah biaya satuan, semakin rendah volume kegiatan semakin tinggi biaya satuan. Secara normal *Cost Plus Pricing* adalah penentuan harga jual dengan cara menambahkan laba yang diharapkan diatas biaya penuh masa yang akan datang untuk memproduksi dan memasarkan produk, karena harga jual ditentukan dengan menambah biaya masa yang akan datang dengan suatu presentase *Mark up* (tambahan diatas jumlah biaya) yang dihitung dengan formula tertentu. Harga jual produk dan jasa dalam keadaan normal ditentukan dengan formula sebagai berikut

$$\text{Harga Jual} = \text{Taksiran Biaya Penuh} + \text{Laba yang Diharapkan}$$

Mulyadi, (2001:348)

Dengan demikian ada dua unsur yang diperhitungkan dalam penentuan harga jual ini yaitu taksiran biaya penuh dan laba yang diharapkan. Taksiran biaya penuh dapat dihitung dengan dua pendekatan yaitu *full costing* dan *variabel costing*.

Rumus Harga Jual menurut Hamli Syaifullah, (2016:155) :

Persediaan Awal

Barang Jadi XXX (12)

Persediaan Akhir

Barang Jadi XXX (13)

Harga pokok penjualan XXX (14) =(11) + (12) + - (13)

Penentuan Pendapatan

Menurut (Khusaini, 2013) Pendapatan dihitung dengan mengurangi total penerimaan dengan total biaya, dengan rumus sebagai berikut

$$I = TR - TC$$

Keterangan:

I : Income

TR : Total Revenue (Total Pendapatan)

TC : Total Cost (Total Biaya)

Dimana TR = Jumlah output dikalikan dengan harga output per unit

TC = penjumlahan antara biaya tetap dengan biaya variabel

Jika total pendapatan lebih kecil dari penerimaan, maka akan lahir konsep laba dan jika biaya lebih besar dari penerimaan, maka akan lahir konsep rugi.

2.2 Penelitian Terdahulu

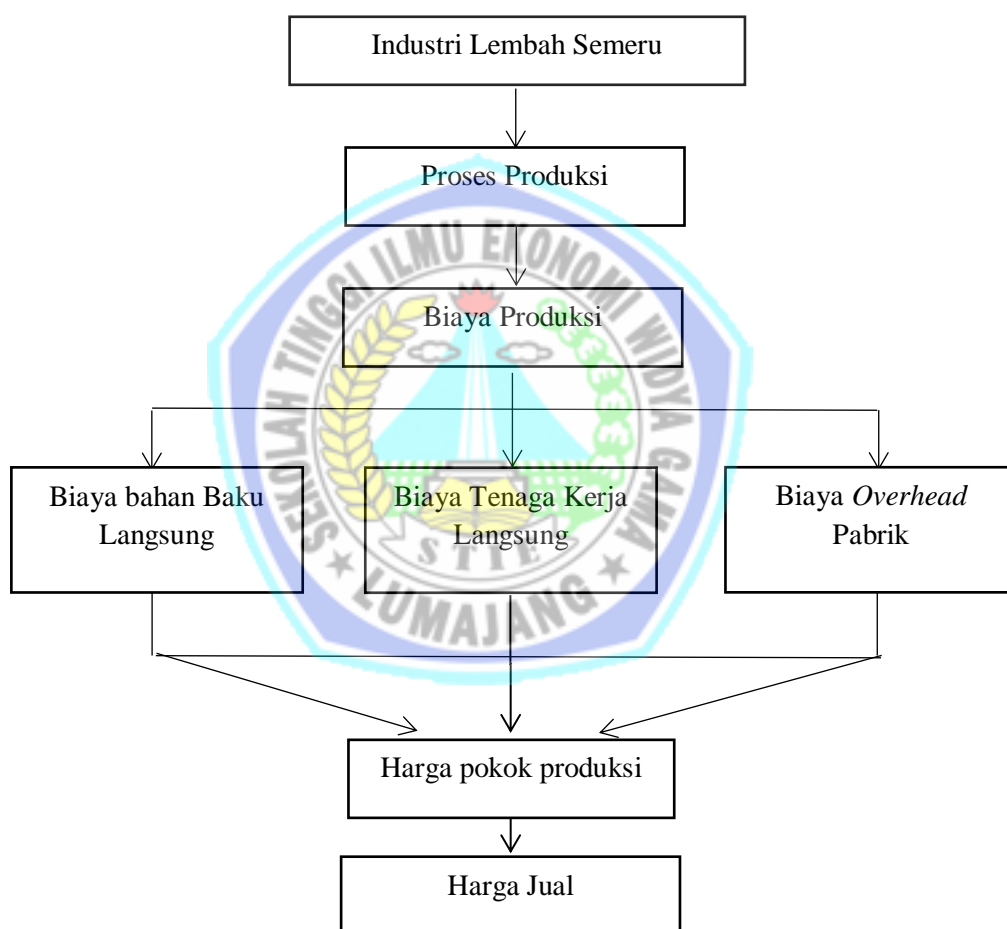
Tabel 2.1
 Penelitian Terdahulu
 Sumber : Hasil olah data 2021

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Variabel Penelitian
Dian Purnama	Perhitungan Harga Pokok Produksi Dalam Menentukan Harga Jual Melalui Metode Pendekatan <i>Full Costing</i> (Studi pada PT PRIMA ISTIQAMAH SEJAHTERA di Makasar)	Terdapat perbedaan perhitungan harga pokok produksi menurut metode perusahaan dengan metode <i>full costing</i> , hal ini terjadi karena adanya perbedaan beban biaya sejak awal. Metode perusahaan tidak memperhitungkan BOP tetap sebagai biaya produksi. Sedangkan metode <i>full costing</i> akan mebebankan semua BOP baik yang bersifat tetap maupun yang bersifat variabel	Variabel Independen : Harga pokok produksi Variabel Dependen : Harga Jual melalui metode <i>Cost Plus Pricing</i> Dengan Pendekatan <i>Full Costing</i>
Desi Mahmudah	Penentuan Harga Pokok Produksi Kopi Guna Penetapan Harga Jual Kopi Pada Omah Kopi Mandir di Kecamatan Sendang	Petani kopi Omah Kopi Mandiri di Kecamatan Sendang, Kabupaten Tulunagung belum melakukan perhitungan terhadap harga pokok produksi kopi	Variabel Independen : Harga Pokok Produksi Variabel

	Kabupaten Tulungagung	sesuai dengan pernyataan SAK Metode yang digunakan dalam harga pokok produksi dengan metode <i>variabel caosting</i> dapat membantu para petani dalam melakukan analisis biaya, serta memudahkan para petani kopi dalam mengendalikan kondisi operasional yang sedang berjalan	Dependen : Harga jual
Tamriani	Analisis Biaya Produksi Dalam Penetapan Harga Jual Kopi Bubuk Manipi Pada Koperasi Kopi Minipi	Berdasarkan perhitungan penetapan harga jual kopi berdasarkan perhitungan dalam menetapkan harga jual yang sama penetapan harga tersebut hanya berdasarkan pada perhitungan harga pokok produksi per kilo gram. Atas dasar harga Rp 93.500/kg kopi perusahaan menetapkan harga kopi untuk setiap kemasan gram pada produknya. Sedangk an harga jual yang	Variabel Independen : Biaya Produksi Variabel Dependen : Harga jual

dihasilkan dari metode *variabel costing* jauh lebih tinggi yaitu Rp. 103.133

2.3 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran

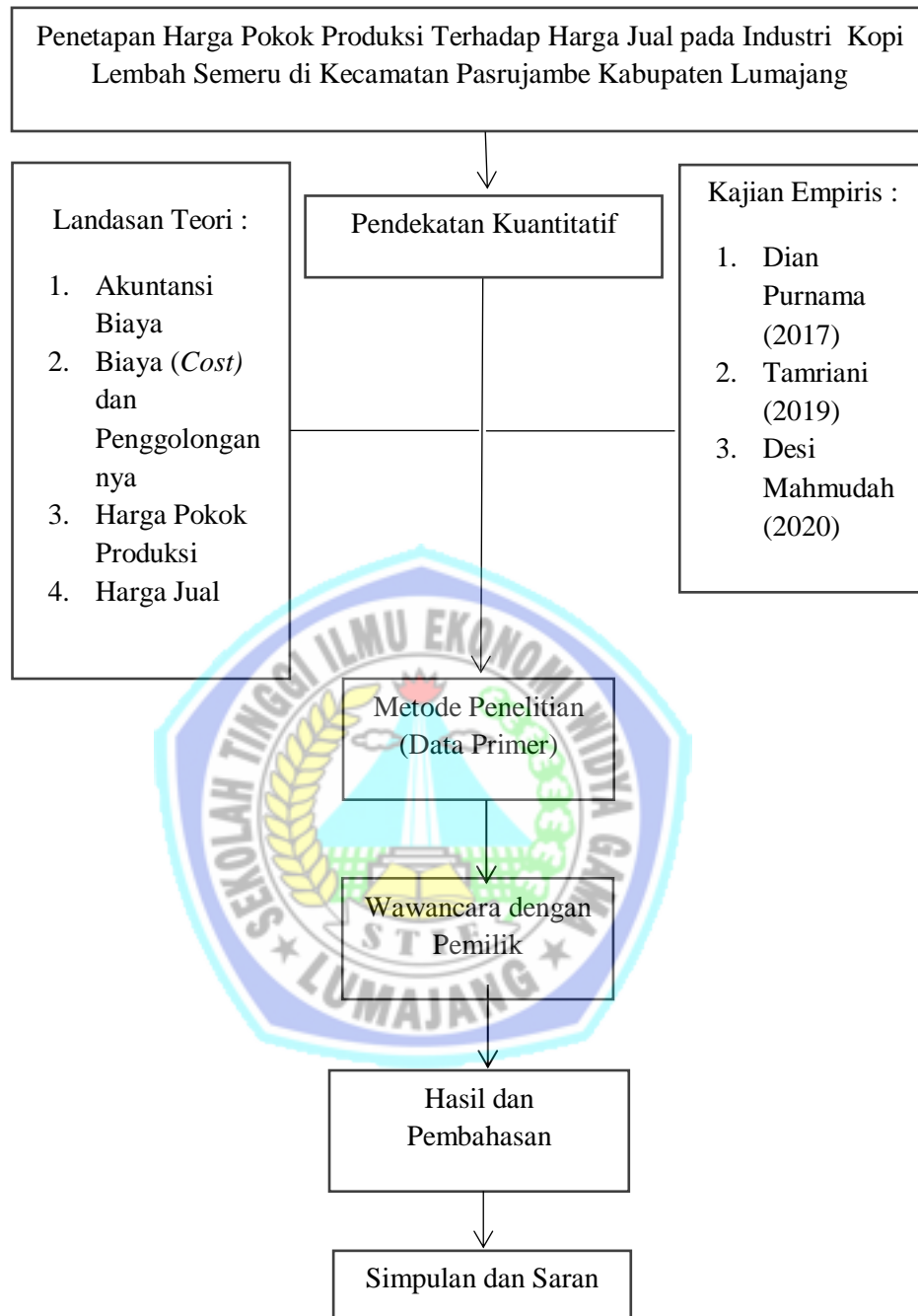
Sumber : Hasil olah data 2021

Industri Kopi Limbah Semeru adalah industri yang bergerak di bidang produksi kopi. Dalam menjalankan industrinya, Kopi Limbah Semeru

melandaskan tujuan untuk menjamin kelangsungan kehidupan hidup perusahaan. Konsep yang mendasari penentuan harga jual adalah harga jual dapat mencapai tujuan jangka pendek dan sasaran jangka panjang perusahaan. Dalam menetapkan harga jual sangat dipengaruhi oleh besarnya biaya produksinya yang dikeluarkan oleh perusahaan, Karena semakin besar biaya produksi yang dikeluarkan maka akan berpengaruh pada harga produksi yang dihasilkan sehingga harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan akan mengikuti juga untuk bisa bersaing dengan kompetitor yang lain.

2.4 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan hubungan logis dari landasan teori dan kajian empiris. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan Sugiyono (2016:12). Kerangka konseptual dalam penelitian ini disajikan pada gambar 2.2 sebagai berikut :



Gambar 2.2

Kerangka Konseptual

Sumber : Hasil olah data 2021