

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Tinjauan Pustaka**

##### **2.1.1 Landasan Teori**

###### **2.1.1.1 Pengertian Akuntansi Biaya**

Akuntansi biaya adalah proses mengidentifikasi, mendefinisikan, mengukur, melaporkan dan menganalisis berbagai elemen biaya langsung maupun biaya tak langsung yang berhubungan dengan pembuatan dan pemasaran produk dan jasa (Susilawati:2009).

Akuntansi biaya adalah salah satu cabang akuntansi yang merupakan alat manajemen dalam memonitor dan merekam transaksi biaya secara sistematis, serta menyajikan informasi biaya dalam bentuk laporan biaya (Supriyono:2013).

Akuntansi biaya adalah proses pencatatan, penggolongan, peringkasan dan penyajian biaya, pembuatan dan penjualan produk atau jasa, dengan cara-cara tertentu, serta penafsiran terhadapnya. Obyek kegiatan akuntansi biaya adalah biaya. Menurut Mulyadi (2005:5),

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa akuntansi biaya adalah proses pencatatan, penggolongan, peringkasan dan penyajian biaya pembuatan dan penjualan produk atau jasa dengan cara tertentu serta penafsiran terhadapnya. Tanpa adanya informasi biaya, manajemen akan mengalami kesulitan untuk mengelola perusahaan dengan baik.

### 2.1.1.2 Tujuan akuntansi biaya

Akuntansi biaya mempunyai 3 tujuan pokok antara lain:

#### 1. Penentuan kos produk

Untuk memenuhi tujuan penentuan kos produk, akuntansi biaya mencatat, menggolongkan, dan meringkas biaya – biaya pembuatan produk atau penyerahan jasa. Biaya yang dikumpulkan dan disajikan adalah biaya yang telah terjadi di masa yang lalu atau biaya historis. Umumnya akuntansi biaya untuk penentuan kos produk ini ditujukan untuk memenuhi kebutuhan pihak luar. Oleh karena itu, untuk melayani kebutuhan pihak luar tersebut akuntansi biaya untuk penentuan kos produk tunduk pada prinsip – prinsip yang lazim. Disamping itu, penentuan kos produk juga ditujukan untuk memenuhi kebutuhan manajemen tetapi tidak selalu terikat dengan prinsip akuntansi yang lazim.

#### 2. Pengendalian biaya

Pengendalian biaya harus didahului dengan penentuan biaya yang seharusnya dikeluarkan untuk memproduksi satu satuan produk. Jika biaya yang seharusnya ini telah ditetapkan, akuntansi biaya bertugas untuk memantau apakah pengeluaran biaya yang sesungguhnya sesuai dengan biaya yang seharusnya tersebut. Akuntansi biaya kemudian melakukan analisis terhadap penyimpangan biaya sesungguhnya dengan biaya seharusnya dan menyajikan informasi mengenai penyebab terjadinya selisih tersebut sehingga

manajemen akan dapat mempertimbangkan tindakan koreksi, jika hal ini perlu dilakukan.

### 3. Pengambilan keputusan

Pengambilan keputusan khusus menyangkut masa yang akan datang. Oleh karena itu, informasi yang relevan dengan pengambilan keputusan khusus selalu berhubungan dengan informasi masa yang akan datang. Akuntansi biaya untuk pengambilan keputusan khusus menyajikan biaya masa yang akan datang. Informasi biaya ini tidak dicatat dalam catatan akuntansi biaya, melainkan hasil dari suatu proses peramalan. Menurut Mulyadi (2005:5)

## 2.3 Biaya

### 2.3.1 Pengertian biaya

Menurut Daljono (2011) Biaya adalah suatu pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang, untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan akan memberikan keuntungan/manfaat pada saat ini atau masa yang akan datang.

Horngren (2011) Mendefinisikan biaya (*cost*) sebagai sumber daya yang dikorbankan atau dilepaskan untuk mencapai tujuan tertentu. Suatu biaya biasanya diukur dalam jumlah uang yang harus dibayarkan dalam rangka mendapatkan barang atau jasa.

Dalam arti luas, biaya adalah jumlah uang yang dinyatakan dari sumber-sumber (ekonomi) yang dikorbankan (terjadi dan akan terjadi) untuk

mendapatkan sesuatu atau mencapai tujuan tertentu. Sebagai harga pokok biaya dapat diukur atau merupakan harga pertukaran dari sumber yang di korbakan atau diserahkan untuk mendapatkan suatu barang, jasa atau aktiva. Tetapi kadang – kadang juga diukur berdasar harga pasar dari aktiva yang didapat. Sedang biaya dalam arti sempit disebut sebagai beban adalah apabila pengorbanan yang di perlukan itu terjadi dalam rangka merealisasikan pendapatan. Untuk mudahnya, pengertian biaya sebagai harga pokok dan sebagai beban itu selanjutnya di sebut pengertian biaya dalam arti sempit. Menurut Mulyadi (2005:5)

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa biaya adalah pengorbanan ekonomi yang dibuat untuk memperoleh barang atau jasa. Biaya adalah aliran keluar pemakaian lain aktiva atau timbulnya utang (atau kombinasi keduanya) selama satu periode yang berasal dari penyerahan atau pembuatan barang, penyerahan jasa atau pelaksanaan kegiatan lain yang merupakan kegiatan utama badan usaha.

### **2.3.2 Penggolongan biaya**

Menurut Mulyadi (2005:5), Menjelaskan bahwa ada beberapa cara dalam penggolongan biaya yang sering dilakukan, antara lain:

1. Penggolongan biaya menurut objek pengeluaran

Dalam cara penggolongan ini, nama objek pengeluaran merupakan dasar penggolongan biaya.

2. Penggolongan biaya menurut fungsi pokok dalam perusahaan

Dalam perusahaan manufaktur ada tiga fungsi pokok antara lain :

- a. Biaya produksi. Merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual.
- b. Biaya pemasaran. Merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk.
- c. Biaya administrasi dan umum. Merupakan biaya-biaya yang mengkoordinasikan kegiatan produksi dan pemasaran produk.

3. Pengolongan biaya menurut hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai

Sesuatu yang dibiayai dapat berupa produk atau departemen. Dalam hubungannya dengan sesuatu yang dibiayai, biaya dapat dikelompokkan menjadi dua golongan, yaitu :

- a. Biaya langsung adalah biaya yang terjadi, yang penyebab satu-satunya adalah karena adanya sesuatu yang dibiayai. Jika sesuatu yang dibiayai tersebut tidak ada, maka biaya langsung tidak akan terjadi.
- b. Biaya tidak langsung adalah biaya yang terjadinya tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai. Biaya tidak langsung dalam hubungannya dengan produk disebut dengan istilah biaya produksi tidak langsung atau biaya *overhead* pabrik.

4. Penggolongan biaya menurut perilakunya dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan

Dalam hubungannya dengan perubahan volume aktivitas, biaya dapat digolongkan menjadi :

- a. Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan.
  - b. Biaya semivariabel adalah biaya yang berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Biaya semivariabel mengandung unsur biaya tetap dan biaya variabel.
  - c. Biaya *semifixed* adalah biaya yang tetap untuk tingkat volume kegiatan tertentu dan berubah dengan jumlah yang konstan pada volume produksi tersebut.
  - d. Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap dalam kisar volume kegiatan tersebut.
5. Penggolongan biaya atas dasar jangka waktu manfaatnya

Atas dasar jangka waktu manfaatnya, biaya dapat dibagi menjadi 2 golongan antara lain:

- a. Pengeluaran modal (*capital expenditure*) adalah biaya yang mempunyai manfaat lebih dari satu periode akuntansi (biasanya periode akuntansi adalah satu tahun kalender).
- b. Pengeluaran pendapatan (*revenue expenditure*) adalah biaya yang hanya mempunyai manfaat dalam periode akuntansi terjadinya pengeluaran tersebut.

## **2.4 Harga pokok produksi**

### **2.4.1 Pengertian harga pokok produksi**

Menurut Supriyono (2002:11) Harga pokok produksi adalah aktiva atau jasa yang dikorbankan atau diserahkan dalam proses produksi yang meliputi biaya

bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya overhead pabrik dan termasuk biaya produksi. Berdasarkan pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa harga pokok produksi sangat mempengaruhi harga jual suatu produk serta dapat memberikan suatu informasi dari pengolahan bahan baku dengan pengorbanan sumber ekonomi untuk kemudian diolah menjadi produk jadi. Harga pokok produk adalah akumulasi biaya yang dibebankan ke produk atau jasa.

Menurut Susilawati (2009) mendefinisikan bahwa harga perolehan atau harga pokok adalah jumlah yang dapat diukur dalam satuan uang dalam bentuk kas yang dibayarkan, atau nilai aktiva lainnya yang dapat diserahkan atau dikorbankan, atau jasa yang diserahkan atau dikorbankan, atau hutang yang timbul atau tambahan modal dalam rangka pemilikan barang atau jasa yang diperlukan perusahaan, baik dari masalah (harga perolehan yang telah terjadi) ataupun pada masa yang akan datang (harga perolehan yang akan terjadi).

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa harga pokok produksi adalah akumulasi dari biaya-biaya yang dihasilkan perusahaan untuk menghasilkan produk kemudian dibebankan pada produk. Penentuan harga pokok produk dari produk yang dihasilkan merupakan jumlah pengorbanan (biaya produksi) yang dikeluarkan selama periode tertentu. Dan untuk memudahkan penganggaran biaya produksi setiap yang dikeluarkan, maka diperhitungkan dengan harga pokok masing-masing penjualan setiap unitnya.

#### **2.4.2 Unsur harga pokok produksi**

Menurut Mulyadi (2003:144) Unsur biaya dalam harga pokok produksi adalah:

- a. Biaya bahan baku langsung, yaitu biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh bahanbaku yang dipergunakan dalam proses untuk memproduksi suatu produk sebagai obyek biayanya.
- b. Biaya upah langsung merupakan biaya yang dibayarkan kepada tenaga kerja yang ikut secara langsung dalam proses pengerjaan suatu produk atau biaya tenaga kerja yang secara langsung dapat diidentifikasi kepada suatu produk sebagai obyek biayanya.
- c. Biaya produksi tidak langsung (biaya *overhead*), yaitu komponen biaya produksi yang tidak memiliki hubungan langsung dengan suatu produk tertentu dengan dan tidak diidentifikasi atau ditelusuri kepada produk tersebut dengan cara yang ekonomis.

#### **2.4.3 Peranan harga pokok produksi**

Harga pokok produk merupakan informasi kepada manajemen untuk mengambil keputusan apakah membeli atau memproduksi sendiri. Selain itu informasi harga pokok produk berfungsi sebagai alat mengidentifikasi kelemahan produk untuk melakukan perbaikan atau koreksi.

Menurut supriyono (2002:185) alasan mengapa manajemen menggunakan harga pokok produk adalah untuk dua tujuan yaitu:

1. Penilaian persediaan dalam penyajian laporan keuangan

Perhitungan harga pokok produk biasanya berhubungan dengan tujuan pelaporan keuangan suatu organisasi. Harga pokok produk dihitung untuk menentukan nilai nilai persediaan dalam harga pokok

## 2. Pembuatan keputusan

informasi harga pokok produk menentukan harga pokok produk menuntun tindak manajer yang berkaitan dengan kegiatan operasional perusahaan dan penyusunan strategi produk.



### 2.4.4 Metode pengumpulan harga pokok produksi

Pengumpulan harga pokok produksi dapat dikelompokkan menjadi dua metode, yaitu :

#### a. Metode Harga Pokok Pesanan

Proses produksi yang produksinya berdasarkan pesanan mengolah bahan baku menjadi produk jadi berdasarkan pesan dari luar atau dari dalam.

Karakteristik usaha tersebut adalah sebagai berikut:

1. Proses pengolahan produk terjadi secara terputus putus. Jika pesanan yang satu selesai dikerjakan, proses produksi dihentikan, dan mulai dengan pesanan berikutnya

2. Produk dihasilkan sesuai dengan spesifikasi yang ditentukan oleh pemesan.

Dengan demikian pesanan yang satu dapat berbeda dengan pesanan yang lain

3. Produksi ditujukan untuk memenuhi pesan, bukan untuk memenuhi persediaan digudang

#### b. Metode Harga Pokok Proses

Metode harga proses adalah metode yang diterapkan dalam proses yang mengolah produk melalui satu departemen produksi dan dalam perusahaan yang mengolah produknya melalui lebih dari satu departemen produksi.

Metode pengumpulan biaya produksi di tentukan oleh karakteristik proses produk. Dalam produksi massa, karakteristik produksinya adalah sebagai berikut:

1. Produk yang dihasilkan merupakan produk standar
2. Produk yang dihasilkan dari bulan ke bulan adalah sama.
3. Kegiatan produksi dimulai dengan diterbitkannya perintah produksi yang berisi rencana produksi produk standar produk jangka waktu tertentu.

Perbedaan dari karakteristik metode harga pesanan dan harga pokok proses bila dilihat dari proses pengolahan produk, perusahaan yang proses produksi berdasarkan pada pemesanan akan memiliki proses produksi yang terputus putus (intermitten) sesuai dengan pemesan yang ada. Berbeda lagi dengan perusahaan yang memproduksi berdasar harga pokok proses, proses produksinya dilakukan secara terus menerus (kontinue) tanpa memperhatikan adanya pesanan atau tidak. Untuk tujuan dari proses produksi, pada perusahaan yang menggunakan metode harga pesanan yaitu bertujuan untuk memenuhi pesanan yaitu bertujuan untuk

memenuhi pesanan yang ada. Sedangkan untuk perusahaan yang memproduksi massa, biasanya proses produksi yang dilakukan adalah untuk mengisi persediaan yang ada dalam gudang penyimpanan.

Untuk jenis produk yang dihasilkan pada perusahaan memproduksi pemesanan biasanya tergantung dari spesifikasi yang diminta oleh pihak pemesanan. Sedangkan untuk perusahaan yang memproduksi massa, biasanya produk yang dihasilkan hanyalah produk standar.

Perbedaan dari karakteristik proses produksi

Pada pengumpulan biaya produksi, metode harga pokok proses pesanan akan mengumpulkan biaya biaya produksi berdasarkan pada pesanan yang ada. Sedangkan untuk metode harga pokok proses, proses pengumpulan biaya produksi akan didasarkan pada biaya produksi akan didasarkan pada biaya produksi yang dihasilkan selama periode tertentu. Pada perhitungan biaya produksi, untuk metode harga pokok proses akan melakukan perhitungan setiap bulan ataupun pada periode tertentu untuk menentukan harga pokok pesanan, perhitungan biaya produksi akan dilakukan ketika adanya pesanan datang. Untuk menghitung biaya harga pokok produksi per unit nya, akan dilakukan setiap akhir periode atau bulan pada metode harga pokok proses. Sedangkan pada metode harga pesanan, harga per unit dari barang yang dihasilkan akan dihitung ketika pesanan telah selesai dikerjakan.

Untuk menghitung harga pokok produk per unit, pada metode harga pokok proses akan menggunakan cara dimana jumlah biaya produksi yang sudah dikeluarkan selama dalam periode atau bulan tertentu akan dibagi dengan jumlah

produkyang dihasilkan dalam bulan atau periode tersebut. Sedangkan pada metode harga pokok pesanan, harga pokok per unit akan dihitung dengan cara membagi antara jumlah biaya produksi yang sudah dikeluarkan dalam proses produksi sebuah pemesanan dengan jumlah unit yang dihasilkan dalam proses produksi pesanan yang bersangkutan. Menurut Mulyadi (2005:5)

#### 2.4.5 Metode Penentuan Harga Pokok Produksi

Terdapat dua metode pendekatan didalam menentukan harga pokok produksi, yaitu :

##### a. Metode *Full Costing*

Metode *full costing* merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi ke dalam harga pokok produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik, baik yang berperilaku *variabel* maupun tetap ditambah dengan biaya non produksi (biaya pemasaran, biaya administrasi dan umum).

#### Penentuan Harga Pokok Produksi

##### Dengan Pendekatan metode Full Costing

Biaya Bahan Baku	XXX
Biaya Tenaga Kerja Langsung	XXX
Biaya Overhead Pabrik Variabel	XXX
Biaya Overhead Pabrik Tetap	XXX
Biaya non produksi	XXX +
<b>Harga Pokok Produksi</b>	<b>XXX</b>

Biaya Administrasi dan Umum	XXX
Biaya Pemasaran	<u>XXX</u> +
<b>Harga Pokok Produk</b>	<b>XXX</b>

Dalam metode *full costing*, biaya *overhead* pabrik, baik yang berperilaku tetap maupun variabel, dibebankan kepada produk yang diproduksi atas dasar tarif yang ditentukan di muka pada kapasitas normal atau atas dasar biaya *overhead* pabrik sesungguhnya. Oleh karena itu, biaya *overhead* pabrik tetap akan melekat pada harga pokok persediaan produk dalam proses dan persediaan produk jadi yang belum laku dijual, dan baru dianggap sebagai biaya (unsur harga pokok penjualan) apabila produk jadi tersebut telah terjual.

Karena biaya *overhead* pabrik dibebankan kepada produk atas dasar tarif yang ditentukan di muka pada kapasitas normal, maka jika dalam satu periode biaya *overhead* pabrik sesungguhnya berbeda dengan yang dibebankan tersebut, akan terjadi pembebanan *overhead* lebih (*overapplied factory overhead*) atau pembebanan biaya *overhead* pabrik kurang (*underapplied factory overhead*). Jika semua produk yang diolah dalam periode tersebut belum laku dijual maka pembebanan biaya *overhead* pabrik lebih atau kurang tersebut digunakan untuk mengurangi atau menambah harga pokok produk yang masih dalam persediaan tersebut (baik yang berupa persediaan produk dalam proses maupun produk jadi). Namun jika dalam suatu periode akuntansi tidak terjadi pembebanan *overhead* lebih atau kurang, maka biaya *overhead* pabrik tetap tidak mempunyai pengaruh terhadap perhitungan laba rugi sebelum produknya laku dijual.

#### b. Metode *Variable Costing*

Metode *variable costing* merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku variabel dalam harga pokok produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik variabel ditambah dengan biaya non produksi variabel (biaya pemasaran variabel, biaya administrasi dan umum variabel) dan biaya tetap (biaya *overhead* pabrik tetap, biaya pemasaran tetap, biaya administrasi dan umum tetap).

**Harga pokok produk menurut metode *variabel costing* terdiri dari :**

Biaya Bahan Baku	XXX
Biaya Tenaga Kerja Langsung	XXX
Biaya Overhead Pabrik Variabel	<u>XXX</u> +
<b>Harga pokok Produksi</b>	<b>XXX</b>

Di muka telah disebutkan bahwa metode *variabel costing* ini dikenal dengan nama *direct costing*. Istilah *direct costing* sebenarnya sama sekali tidak berhubungan dengan istilah *direct cost* (biaya langsung). Pengertian langsung dan tidak langsungnya suatu biaya tergantung erat tidaknya hubungan biaya dengan obyek penentuan biaya. Dalam hubungannya dengan produk, biaya langsung (*direct costing*) adalah biaya yang mudah diidentifikasi (atau diperhitungkan) secara langsung kepada produk. Apabila pabrik hanya memproduksi satu jenis produk, maka semua biaya produksi adalah merupakan biaya langsung dalam hubungannya dengan produk. Oleh karena itu tidak selalu biaya langsung dalam hubungannya dengan produk merupakan biaya variabel.

Dalam metode *variabel costing*, biaya *overhead* pabrik tetap diperlakukan sebagai *period costs* dan bukan sebagai unsur harga pokok produk, sehingga biaya *overhead* pabrik tetap dibebankan sebagai biaya dalam periode terjadinya. Dengan demikian biaya *overhead* pabrik tetap di dalam metode *variabel costing* tidak melekat pada persediaan produk yang belum laku dijual, tetapi langsung dianggap sebagai biaya dalam periode terjadinya. Menurut Mulyadi (2005:5)

### **3.1.6 Metode perhitungan harga pokok produksi**

Metode perhitungan harga pokok produksi suatu barang merupakan tujuan pokok akuntansi biaya. Harga pokok produksi tersebut diperoleh melalui pengumpulan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan barang tersebut. Ada tiga metode perhitungan harga pokok produksi yaitu:

1. Metode harga pokok sesungguhnya (*actual cost*)

Dalam metode ini perhitungan harga pokok produksi per unit berdasarkan biaya bahan baku sesungguhnya, dan biaya *overhead* pabrik sesungguhnya. Metode perhitungan harga pokok proses yang menggunakan pencatatan persediaan produksi jadi dengan metode periodik.

2. Metode harga pokok normal (*normal costing*)

Pada metode ini biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung berdasarkan biaya sesungguhnya karena biaya tersebut mudah untuk ditelusuri kepada produk tertentu, dan biaya *overhead* pabrik menggunakan tarif pembebanan di muka. Metode ini biasanya digunakan pada metode harga pokok pesanan (*job-order costing*) yang menggunakan pencatatan persediaan produk jadi dengan metode perpetual.

### 3. Metode harga pokok standar (standard costing)

Dalam metode ini, perusahaan terlebih dahulu menetapkan harga pokok produk per unit dengan menggunakan standar tertentu, sehingga harga pokok produk per unit di bukan hargabukan harga pokok sesungguhnya, tetapi harga pokok yang seharusnya. Metode harga pokok standar ini besarnya digunakan pada perusahaan yang memproduksi secara massa dan menggunakan pencatatan penelitian produk jadi dengan metode perpetual.

#### 2.4.7 Tujuan menetapkan harga

Dalam menetapkan tujuan harga, produsen harus menghubungkannya dengan strategi perusahaan secara menyeluruh.

1. Mempertahankan kualitas produk atau diferensiasi pelayanan jika persaingan dalam industri bisnis yang sama sudah sangat banyak dan sangat kuat maka salah satu teknik yang bisa digunakan menjaga pangsa pasar
2. Memaksimalkan penjualan dan penetrasi pasar agar menarik perhatian para konsumen yang menjadi target atau target pasar maka perusahaan sebaiknya menetapkan harga serendah mungkin. Dengan begitu maka peningkatan permintaan yang juga datang dari market share pesaing atau competitor akan terpacu.
3. Mendapatkan atau memaksimalkan keuntungan penetapan harga umumnya memperhitungkan tingkat keuntungan yang ingin diperoleh oleh perusahaan. Semakin besar margin keuntungan yang ingin diperoleh oleh perusahaan. Semakin besar margin keuntungan yang ingin diperoleh maka akan tinggi pula

harga produk yang ditetapkan untuk konsumen. Oleh karena itu dalam menetapkan harga sebaiknya jugaturut memperhitungkan daya beli konsumen serta variabel variabel lain yang dipengaruhi harga agar keuntungan yang diperoleh dapat maksimal.

4. Menjaga kelangsungan hidup kegiatan operasional perusahaan yang baik akan menetapkan harga dengan memperhitungkan segala kemungkinan yang ada agar tetap mempunyai dana yang cukup untuk tetap menjalankan aktifitas usaha bisnis yang sedang dijalani

5. Mendapatkan atau merebut market atau pangsa pasar

6. Balik modal ROI (Return On Investment) setiap usaha pasti menginginkan tingkat pengembalian modal yang tinggi. ROI (Return On Investment) yang tinggi dapat dicapai dengan cara menaikkan profit margin dan meningkatkan angka penjualan.

#### **2.4.8 Manfaat penentuan harga pokok produksi**

Mulyadi (2005:5) Mengidentifikasi manfaat dari penentuan harga pokok produksi secara garis besar, adalah sebagai berikut :

1. Menentukan harga jual produk

Perusahaan yang memproduksi massa memproses produknya untuk memenuhi persediaan di gudang. Dengan demikian biaya produksi dihitung untuk jangka waktu tertentu untuk menghasilkan informasi biaya produksi per satuan produk. Pada penetapan harga jual produk, biaya produksi per unit merupakan salah satu informasi yang dipertimbangkan disamping informasi biaya lain serta informasi nonbiaya.

## 2. Memantau realisasi biaya produksi

Jika rencana produksi untuk jangka waktu tertentu telah diputuskan untuk dilaksanakan, manajemen memerlukan informasi biaya produksi yang sesungguhnya dikeluarkan di dalam pelaksanaan rencana produksi tersebut. Oleh karena itu, akuntansi biaya digunakan untuk mengumpulkan informasi biaya produksi yang dikeluarkan dalam jangka waktu tertentu untuk memantau apakah proses produksi mengkonsumsi total biaya produksi sesuai dengan yang diperhitungkan sebelumnya.

## 3. Menghitung laba atau rugi periodik

Untuk mengetahui apakah kegiatan produksi dan pemasaran perusahaan dalam periode tertentu mampu menghasilkan laba bruto atau mengakibatkan rugi bruto, manajemen memerlukan informasi biaya produksi yang telah dikeluarkan untuk memproduksi produk dalam periode tertentu. Informasi laba atau rugi bruto periodik diperlukan untuk mengetahui kontribusi produk dalam menutup biaya nonproduksi dan menghasilkan laba atau rugi.

## 4. Menentukan harga pokok persediaan produk yang disajikan dalam neraca

Pada neraca, yang merupakan salah satu bentuk laporan keuangan utama perusahaan manufaktur, manajemen wajib menyajikan harga pokok persediaan produk, baik produk jadi maupun produk yang masih dalam proses, untuk tujuan tersebut maka manajemen perlu menyelenggarakan catatan biaya produksi untuk tiap pesanan.

Dengan dasar catatan biaya produk per pesanan itu maka manajemen perusahaan manufaktur dapat menentukan biaya produksi yang melekat pada

pesanan yang telah selesai produksi, namun sampai dengan tanggal neraca masih belum diserahkan kepada pemesan selain itu berdasarkan catatan tersebut, manajemen dapat juga menentukan semua biaya produksi yang telah melekat dalam pesanan yang pada tanggal neraca masih dalam proses pengerjaan ( produk dalam proses).

## **2.5 Harga jual**

### **2.5.1 Pengertian harga jual**

Menurut Alimansyah (2003) 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.

Hansen dan Mowen (2005:288) harga jual adalah harga jual meliputi biaya yang dikeluarkan untuk produksi dan distribusi, ditambah dengan laba yang diinginkan.

Soemarso (2003) Tujuan pokok penentuan harga jual yaitu mencapai target *return on investment* atau target penjualan, memaksimalkan laba, meningkatkan penjualan dan mempertahankan atau memperluas pasar, mengurangi persaingan dan menstabilkan harga.

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa harga jual merupakan jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada konsumen atas produk maupun jasa yang dijual, dengan harapan harga jual yang dibebankan tersebut dapat menutupi biaya penuh yang bersangkutan dengan produk atau jasa tersebut dan dapat menghasilkan laba yang diinginkan perusahaan tersebut, harga jual yang dibebankan atas produk yang dijual haruslah tepat, dan harga jual yang

tepat haruslah harga jual yang sesuai dengan kualitas produk yang dijual, serta harga jual tersebut dapat memberikan kepuasan pada konsumen.

Harga jual produk maupun jasa dapat ditentukan dengan beberapa metode antara lain:

a. Penentuan harga jual normal

Ada dua unsure yang diperhitungkan dalam penentuan harga jual normal, yakni taksiran biaya penuh dengan laba yang diharapkan. Dalam penentuan harga jual normal, yakni taksiran biaya penuh dan laba yang diharapkan. Dalam penentuan harga jual normal, harga ditentukan dengan menambah biaya penuh masa yang akan datang dengan suatu persentase tambahan di atas jumlah biaya (mark up).

Perhitungannya adalah sebagai berikut:

harga jual = taksiran biaya penuh + laba yang diterapkan

b. Penentuan harga jual

Dalam cost type contract merupakan penentuan harga jual berdasarkan kontrak pembuatan produk atau jasa dimana pembeli menyetujui harga yang didasarkan pada total biaya yang sesungguhnya dikeluarkan produsen ditambah dengan laba yang dihitung sebesar persentase tertentu dari seluruh biaya tersebut.

c. Penentuan harga jual pesanan khusus

Pesanan khusus adalah pesanan yang diterima pesanan diluar pesanan regular perusahaan. Pemesan biasanya memesan dalam jumlah besar sehingga harga yang diminta berada dibawah biaya penuh yang dikeluarkan perusahaan dalam proses produksi, namun di atas biaya variabel. Dalam keadaan ini

perusahaan mendapatkan laba kontribusi sebab seluruh biaya tetap akan dibebankan pada perhitungan pesanan regular perusahaan.

d. Penentuan harga jual yang diatur dengan peraturan pemerintah

Pada metode ini harga jual produk didasarkan pada biaya penuh masa yang akan datang ditambah laba yang diharapkan. Produk dan jasa yang mendapat pengaruh atas peraturan pemerintah adalah produk dan jasa yang dihasilkan untuk memenuhi kebutuhan pokok masyarakat luas, antara lain bahan bakar, minyak, beras dan sebagainya.

### **2.5.2 Faktor yang mempengaruhi penetapan harga jual**

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 :

a. 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.

#### b. 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.

#### c. 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.

#### d. 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.

#### e. 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.

#### f. 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.

#### g. 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.

### 2.5.3 Metode penetapan harga jual

Menurut Mulyadi (2003:348) Ada beberapa metode dalam penentuan harga jual, diantaranya adalah sebagai berikut:

#### 1. Penentuan Harga Normal (*Normal Pricing*)

Dalam keadaan normal, harga jual ditentukan atas biaya penuh masa yang akan datang dan ditambahkan atas laba yang diharapkan. Penentuan harga jual normal biasa disebut dengan penentuan harga biaya plus (*Cost-Plus Pricing*), taksiran biaya penuh dapat dilakukan dengan dua pendekatan yaitu *Full costing* dan *Variable costing*.

#### 2. *Cost Type Contract*

Kontrak pembuatan produk atau jasa yang pihak pembeli setuju untuk membeli produk atau jasa pada total biaya yang sesungguhnya dikeluarkan oleh produsen ditambah dengan laba yang dihitung sebesar persentase tertentu dari total biaya sesungguhnya tersebut.

### 3. Penentuan Harga Jual Pesanan Khusus (*Special Order Pricing*)

Pesanan diterima oleh perusahaan diluar pesanan reguler perusahaan. Pesanan reguler adalah pesanan yang dibebani tugas untuk menutup seluruh biaya tetap yang akan terjadi dalam tahun anggaran. Pesanan khusus adalah diperkirakan tidak hanya mengeluarkan biaya variabel saja, namun merupakan biaya tetap, karena harus beroperasi diatas kapasitas yang telah tersedia.

### 4. Penentuan Harga Jual Waktu dan Bahan

Penentuan harga jual dan bahan ini pada dasarnya merupakan penentuan harga biaya plus(*Cost-Plus Pricing*). Harga jual ditentukan sebesar harga jual perbuah dan ditambah laba yang diharapkan. Metode harga jual seperti ini digunakan oleh perusahaan bengkel mobil, dok kapal, dan perusahaan lain yang menjual jasa reparasi dan bahan, dan suku cadang sebagai pelengkap penjualan jasa.

#### **b. Penelitian terdahulu**

Dalam menunjang penelitian ini, maka didukung oleh penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini :

1. Ni Luh Suarmini, Ananta Wikrama Tungga Atmadja, Nyoman Trisna Herawati (2015) Tentang Analisis Penentuan Harga Pokok Produk Kain Endek-Warna Alam (Natural Colour) Pada Usaha Tenun Ikat Bali Arta Nadi (Traditional Weaving). Hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwa metode harga pokok yang seharusnya di pakai dalam menghitung harga pokok produk yaitu metode *full costing*. Dimana perhitungan ini memperhitungkan semua unsur biaya produksi ke dalam harga pokok produksi, yang terdiri dari biaya bahan

baku, biaya tenaga kerja dan biaya overhead pabrik baik yang berperilaku variabel maupun tetap.

2. Indro Djumali, Jullie J.Sondakh, Lidia Mawikere (2014) Tentang perhitungan harga pokok produksi dalam menentukan harga jual. Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode *variabel costing* dalam penentuan harga jual yang diterapkan oleh PT. Sari Malalugis Bitung. Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Indro Djumali, Jullie J.Sondakh, Lidia Mawikere menyatakan bahwa penentuan harga jual yang dibebankan kepada konsumen didasarkan pada taksiran laba yang diharapkan guna memenuhi kebutuhan operasional dan mendapatkan keuntungan yang lebih memadai.

3. Pradana Setiadi, David P.E. Saerang, Treesje Runtu (2014) tentang perhitungan harga pokok produksi dalam penentuan harga jual. Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui perhitungan harga pokok produksi dalam penentuan harga jual yang sudah diterapkan oleh CV. Minahasa Mantap Perkasa dengan menggunakan pendekatan *full costing*.

Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Pradana, David dan Treesje menyatakan bahwa pengumpulan biaya produksi dilakukan dengan metode harga pokok proses dengan pendekatan *full costing*, tujuannya untuk memenuhi persediaan barang digudang, dan jumlahnya sama dari waktu ke waktu.

4. Maria Susana Ika Adi Lis Tyaningrum (2013) tentang perhitungan harga pokok produksi pada usaha home industri. Tujuan penelitian ini dilakukan untuk menganalisis perhitungan biaya produksi wingko babat oleh perusahaan

dengan menggunakan metode *full costing*. Hasil dari penelitian ini yaitu adanya perbedaan perhitungan harga pokok produksi dengan metode *full costing* dan metode perusahaan terletak pada pembebanan biaya tenaga kerja dan biaya *overhead* pabrik. Perusahaan tidak membebankan biaya tenaga kerja pemilik, karena pemilik juga ikut terlibat dalam proses pembuatan wingko babat dan biaya *overhead* pabrik belum dibebankan secara keseluruhan, sehingga hasil yang diperoleh kurang tepat dan akurat.

5. Ratna Wulansari (2012) Tentang perhitungan harga pokok produksi dalam menentukan harga jual. Tujuan penelitian ini dilakukan untuk menentukan metode yang lebih menguntungkan antara metode yang diharapkan oleh perusahaan atau dengan menggunakan aktifitas berbasis sistem biaya dan menganalisis hasil dari perhitungan menggunakan kegiatan berbasis biaya yang telah dilakukan. Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Ratna Wulansari menyatakan bahwa sistem *Activity Based Costing* mampu menghasilkan perhitungan biaya yang lebih akurat dibandingkan dengan sistem perusahaan. Harga pokok produksi yang dihasilkan lebih rendah dari harga pokok produksi yang ditetapkan oleh perusahaan.

#### **2.4.5 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 strategiharga 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

Umumnya perusahaan cenderung menurunkan harga jika mereka harus mengurangi persediaan.

## 3. Penentuan harga berdasarkan harga pesaing

Penentuan harga berdasarkan harga pesaing di bagi 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 kedalam 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.

### c. Kerangka pemikiran



