

## **BAB 2**

### **TINJUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Tinjauan Pustaka**

##### **2.1.1 Akuntansi**

###### **a. Konsep Dasar Akuntansi**

Dalam (Wauran, 2016) pengertian akuntansi dijelaskan oleh beberapa ahli (Hery, 2015) menyatakan bahwa akuntansi (*accounting*) berbeda dengan pembukuan (*book keeping*). Pembukuan hanya meliputi aktivitas seluruh proses pelaporan, mulai dari pengidentifikasian transaksi bisnis, pencatatan, pengkomunikasian (dalam bentuk laporan keuangan), sampai pada tahapan analisis dan interpretasi. (Slat, 2013) menyatakan peran akuntansi sangat membantu kelancaran tugas manajemen, khususnya dalam melaksanakan fungsi perencanaan dan pengawasan. Akuntansi adalah suatu proses, seni, atau seperangkat pengetahuan yang digunakan untuk melaksanakan suatu kegiatan dalam bidang tersendiri yang meliputi kegiatan pencatatan, penggolongan, peringkasan, dan pelaporan atas suatu kejadian atau transaksi keuangan dalam perusahaan yang kemudian menjadi dasar pengambilan keputusan bagi pihak-pihak yang berkepentingan (Pura, 2013) .

(Mulyadi, 2012) menyatakan bahwa akuntansi sebagai ilmu terapan, akuntansi mendasarkan diri pada prinsip dan konsep yang dikembangkan dalam suatu ilmu dasar atau disiplin. (Kieso, 2009) dalam (Poputra et al., 2014), menyatakan bahwa akuntansi yang baik adalah hal yang sangat penting bagi bisnis dan keputusan

investasi yang baik. Akuntansi yang buruk adalah suatu hal yang tidak dapat di toleransi.

Dari beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa akuntansi yaitu kegiatan catat mencatat segala transaksi dari kegiatan operasional perusahaan lalu di proses dan disajikan dalam bentuk laporan keuangan bertujuan untuk memberikan informasi posisi keuangan guna pengambilan keputusan bagi pihak yang memerlukan.

#### b. Tipe Akuntansi

Menurut (Siregar, 2017) akuntansi terdapat dua tipe yaitu akuntansi keuangan dan akuntansi manajemen, masing – masing tipe akuntansi memiliki persamaan dan perbedaan sebagai berikut:

- 1) Persamaan akuntansi keuangan dan akuntansi manajemen
  - a) Menyediakan informasi bagi seseorang yang bermanfaat dalam pengambilan keputusan.
  - b) Menggunakan metode yang lazim digunakan dalam akuntansi keuangan juga relevan digunakan dalam akuntansi manajemen.
  - c) Mengolah data akuntansi menggunakan sistem informasi operasi yang sama sebagai bahan baku dalam menghasilkan informasi yang disajikan kepada pemakainya.

## 2) Perbedaan akuntansi keuangan dan akuntansi manajemen

Tabel 2.1  
Perbedaan Akuntansi Manajemen dan Akuntansi Keuangan

| Unsur Pembeda           | Akuntansi Manajemen   | Akuntansi Keuangan   |
|-------------------------|---|--|
| Pemakai utama informasi | Pihak Internal Perusahaan   | Pihak eksternal Perusahaan   |
| Restriksi               | Tidak ada aturan yang mengikat ( <i>mandatory</i> );justifikasi berdasarkan manfaat biaya | Prinsip akuntansi yang berlaku umum adalah aturan yang bersifat <i>mandatory</i> |
| Jenis informasi         | Informasi keuangan dan nonkeuangan  | Informasi keuangan   |
| Orientasi Waktu         | Berorientasi masa depan   | Berorientasi masa lalu   |
| Lingkup informasi       | Informasi yang disajikan terperinci   | Informasi yang disajikan ringkas   |
| Bidang pengetahuan      | Terkait dengan berbagai bidang pengetahuan  | Terkait dengan bidang pengetahuan akuntansi                                      |

Sumber : (Siregar, 2017)

### 2.1.2 Biaya

#### a. Pengertian Biaya

Biaya adalah harga perolehan yang dikorbankan atau digunakan dalam rangka memperoleh penghasilan atau *revenue* yang akan dipakai sebagai pengurang penghasilan (Supriyono, 2010) . Sedangkan menurut Mulyadi (Mulyadi, 2012) biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi, sedang terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu.

Biaya adalah nilai kas atau setara kas yang dikeluarkan (dibebankan) untuk mendapatkan barang atau jasa, yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi organisasi pada saat ini maupun di masa yang mendatang (Hery, 2015).Dari

pengertian biaya yang ada, menurut (Firmansyah, 2014) biaya memiliki unsur sebagai berikut :

1. Biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi
2. Biaya dapat diukur dengan satuan rupiah
3. Biaya merupakan pengorbanan yang telah terjadi atau akan terjadi
4. Biaya merupakan pengorbanan yang mempunyai tujuan

Pengertian biaya di atas dapat di simpulkan bahwa biaya adalah pengorbanan yang terjadi untuk tujuan tertentu dengan mengurangi penghasilan. Dalam pemenuhan keinginan, manusia selalu disertai oleh pengorbanan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Begitupula dengan perusahaan yang dalam kegiatan utamanya untuk menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh manusia dari adanya pengorbanan faktor-faktor produksi.

#### b. Penggolongan Biaya

Menurut (Mulyadi, 2015) biaya dapat digolongkan sebagai berikut:

##### 1) Menurut objek pengeluaran.

Penggolongan ini merupakan penggolongan yang paling sederhana, yaitu berdasarkan penjelasan singkat mengenai suatu objek pengeluaran, seperti pengeluaran biaya telepon.

##### 2) Menurut fungsi pokok dalam perusahaan

Biaya dapat digolongkan menjadi 3 kelompok, yaitu:

- a) Biaya Produksi, yaitu semua biaya yang berhubungan dengan fungsi produksi atau kegiatan pengolahan bahan baku menjadi produk selesai.

Biaya produksi dapat digolongkan ke dalam biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik.

- b) Biaya pemasaran, adalah biaya-biaya yang terjadi untuk melakukan kegiatan pemasaran produk, contohnya biaya iklan, biaya promosi, biaya sampel, dll.
- c) Biaya administrasi dan umum, yaitu biaya-biaya untuk mengkoordinasikan kegiatan-kegiatan produksi dan pemasaran produk. Seperti biaya bagian akuntansi dan gaji personalia.

3) Menurut hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai.

- a) Biaya Langsung (*direct cost*), merupakan biaya yang terjadi dimana penyebab satu-satunya adalah karena ada sesuatu yang harus dibiayai. Dalam kaitannya dengan produk, biaya langsung terdiri dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.
- b) Biaya Tidak Langsung (*indirect cost*), biaya yang terjadi tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai, dalam hubungannya dengan produk, biaya tidak langsung dikenal dengan biaya overhead pabrik.

4) Menurut perilaku dalam kaitannya dengan perubahan volume kegiatan.

- a) Biaya Tetap (*fixed cost*), biaya yang jumlahnya tetap konstan tidak dipengaruhi perubahan volume kegiatan atau aktivitas sampai tingkat kegiatan tertentu, contohnya; gaji direktur produksi.
- b) Biaya Variabel (*variable cost*), biaya yang jumlah totalnya berubah secara sebanding dengan perubahan volume kegiatan atau aktivitas, contoh; biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung.

- c) Biaya Semi Variabel, biaya yang jumlah totalnya berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Biaya semi variabel mengandung unsur biaya tetap dan biaya variabel, contoh; biaya listrik yang digunakan.
  - d) Biaya Semi Fixed, biaya yang tetap untuk tingkat volume kegiatan tertentu dan berubah dengan jumlah yang konstan pada volume produksi tertentu.
- 5) Menurut jangka waktu manfaatnya.
- a) Pengeluaran Modal (*Capital Expenditure*), yaitu pengeluaran yang akan memberikan manfaat/benefit pada periode akuntansi atau pengeluaran yang akan dapat memberikan manfaat pada periode akuntansi yang akan datang
  - b) Pendapatan (*Revenue Expenditure*), pengeluaran yang akan memberikan manfaat hanya pada periode akuntansi dimana pengeluaran itu terjadi.
- c. Klasifikasi Biaya
- Menurut (Siregar, 2017) biaya dapat diklasifikasi berdasarkan:
- 1) Ketertelusuran biaya
    - a) Biaya langsung (*direct cost*) adalah biaya yang dapat ditelusur sampai kepada produk secara langsung.
    - b) Biaya tidak langsung (*indirect cost*) adalah biaya yang tidak dapat secara langsung ditelusur ke produk.
  - 2) Perilaku biaya
    - a) Biaya variabel (*variable cost*) adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan tingkat aktivitas.
    - b) Biaya tetap (*fixed cost*) adalah biaya yang jumlahnya tidak terpengaruh oleh aktivitas dalam kisaran tertentu.

c) Biaya campuran (*mixed cost*) adalah biaya yang memiliki karakteristik biaya variabel dan sekaligus biaya tetap.

3) Fungsi pokok perusahaan

a) Biaya produksi (*product cost*) adalah biaya untuk membuat bahan menjadi produk jadi.

b) Biaya pemasaran (*marketing expense*) adalah berbagai biaya yang terjadi untuk memasarkan produk atau jasa.

c) Biaya administrasi dan umum (*general and administration expense*) adalah biaya yang terjadi dalam rangka mengarahkan, menjalankan, dan mengendalikan perusahaan.

4) Elemen biaya produksi

a) Biaya bahan baku (*raw material cost*) adalah nilai bahan baku yang digunakan dalam proses produksi untuk diubah menjadi produk jadi.

b) Biaya tenaga kerja langsung (*direct labor cost*) adalah besarnya nilai gaji dan upah tenaga kerja yang terlibat langsung untuk mengerjakan produk.

c) Biaya *overhead* pabrik (*manufacture overhead cost*) adalah semua biaya produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.

d. Penentu pemicu Biaya

Menurut (Siregar, 2017) dasar yang digunakan manajemen untuk menentukan pemicu biaya adalah adanya hubungan sebab – akibat antara biaya dan aktivitas. Pemicu biaya yang baik adalah pemicu biaya yang memiliki karakteristik berikut ini:



- 1) Dapat diukur, perusahaan dapat mengukur besaran pemicu biaya dengan mudah.
- 2) Dapat dikendalikan, besar kecilnya pemicu biaya dapat dikelola oleh manajemen.
- 3) Sederhana, pemicu biaya bukan merupakan data yang kompleks yang berasal dari perhitungan yang rumit.
- 4) Berhubungan dengan objek biaya, ada hubungan sebab – akibat antara pemicu biaya dan objek biaya.
- 5) Dapat diterima, pihak – pihak yang terlibat dalam perencanaan dan pengendalian biaya dapat menerima pemicu biaya yang dipilih.

Pemicu biaya (*cost driver*) merupakan faktor yang akan berdampak terhadap perubahan tingkat total biaya. Pemicu biaya sifatnya variabel, seperti tingkat aktivitas (*activity-based cost driver*) atau volume (*volume-based cost driver*), yang menjadi dasar timbulnya biaya dalam rentang waktu tertentu (Hery, 2015).

#### e. Metode Pembebanan Biaya

Pembebanan biaya adalah penentuan biaya yang dikonsumsi oleh objek biaya.

Ada tiga metode pembebanan biaya (Siregar, 2017) antara lain:

- 1) Penelusuran langsung (*direct tracing*) adalah proses penentuan biaya yang dikonsumsi objek biaya dengan mengamati hubungan langsung antara biaya dan objek biayanya.
- 2) Penelusuran pemicu (*driver tracing*) adalah faktor penyebab besar atau kecilnya konsumsi biaya oleh objek biaya yang dapat diamati.
- 3) Alokasi (*allocation*).



### 2.1.3 Akuntansi Biaya

#### a. Pengertian Akuntansi Biaya

Akuntansi biaya adalah salah satu cabang akuntansi yang merupakan alat manajemen dalam memonitori dan merekam transaksi biaya secara sistematis, serta menyajikan informasi biaya dalam bentuk laporan biaya. Pada awalnya timbul akuntansi biaya mula-mula hanya ditujukan untuk penentuan harga pokok, produk atau jasa yang dihasilkan, akan tetapi dengan semakin pentingnya biaya non produksi, yaitu biaya pemasaran dan administrasi umum, akuntansi biaya saat ini ditujukan untuk menyajikan informasi biaya bagi manajemen baik biaya produksi maupun non produksi. Oleh karena itu, akuntansi biaya dapat digunakan pada perusahaan manufaktur maupun non manufaktur (Supriyono, 2011).

Menurut (Mulyadi, 2015) akuntansi biaya adalah proses pencatatan, penggolongan, peningkatan dan penyajian biaya pembuatan dan penjualan produk atau jasa, dengan cara-cara tertentu, serta penafsiran terhadap obyek kegiatan akuntansi biaya adalah biaya.

(Carter, 2009) menyatakan bahwa akuntansi biaya secara luas dianggap sebagai cara perhitungan nilai persediaan yang dilaporkan dineraca dan angka harga pokok penjualan yang disajikan dilaporan laba rugi. Pandangan ini membatasi luasnya cakupan informasi yang dibutuhkan oleh manajer untuk pengambilan keputusan menjadi sekedar data biaya produk yang memenuhi aturan pelaporan eksternal. Akuntansi biaya memperlengkapi manajemen dengan alat yang diperlukan untuk aktivitas perencanaan dan pengendalian, perbaikan kualitas dan efisiensi, serta pengambilan keputusan baik yang bersifat rutin maupun strategic.

Dari beberapa pendapat yang dikemukakan oleh pakar-pakar diatas maka, dapat disimpulkan bahwa akuntansi biaya adalah akumulasi dari keseluruhan biaya dari suatu produk dan berguna untuk manajemen perusahaan untuk menentukan harga produk tersebut.

b. Tujuan Akuntansi Biaya

(Supriyono, 2011) tujuan atau manfaat akuntansi biaya adalah menyediakan salah satu informasi yang diperlukan manajemen dalam mengelola perusahaan, yaitu informasi biaya yang bermanfaat untuk:

- 1) Perencanaan dan pengendalian biaya.
- 2) Penentuan harga pokok produk atau jasa yang dihasilkan perusahaan dengan tepat dan teliti.
- 3) Pengambilan keputusan oleh manajemen.

Tugas akuntansi biaya yang dilaksanakan oleh bagian akuntansi biaya secara terperinci sebagai berikut:

- 1) Menyediakan data biaya yang diperlukan untuk perencanaan dan pengendalian kegiatan.
- 2) Menyediakan data biaya untuk pengambilan keputusan sehari – hari atau proyek khusus yang memerlukan pemilihan alternatif yang harus diambil.
- 3) Berpartisipasi dalam berkreasi dan menyusun budget.
- 4) Menetapkan metode dan prosedur pengendalian dan perbaikan operasi serta program pengurangan biaya.
- 5) Mengembangkan sistem dan analisis biaya dalam rangka penentuan harga pokok dan menganalisa penyimpangan dan pengendalian phisik.

Menyusun laporan biaya.

c. Konsep Akuntansi Biaya

Konsep dan terminologi akuntansi biaya diperlukan untuk dasar pembahasan akuntansi biaya dengan tujuan dapat dipakai pedoman di dalam penyusunan laporan biaya. Konsep dan terminologi akuntansi biaya menurut (Supriyono, 2011) :

1) Harga perolehan atau harga pokok (*cost*) adalah jumlah yang dapat diukur dalam satuan uang dalam bentuk:

- b. Kas yang dibayarkan, atau
- c. Nilai aktiva lainnya yang diserahkan/dikorbankan, atau
- d. Nilai jasa yang diserahkan/dikorbankan, atau
- e. Hutang yang timbul, atau
- f. Tambahan modal

2) Biaya (*expenses*) adalah harga perolehan yang dikorbankan atau digunakan dalam rangka memperoleh penghasilan (*revenues*) dan akan dipakai sebagai pengurangan penghasilan.

3) Penghasilan (*revenues*) adalah jumlah yang dapat diukur dalam satuan uang dalam bentuk:

- a. Kas yang diterima, atau
- b. Piutang yang timbul, atau
- c. Nilai aktiva lainnya yang diterima, atau
- d. Nilai jasa yang diterima, atau
- e. Pengurangan hutang, atau
- f. Pengurangan modal

- 4) Rugi dan laba (*profit and loss*) adalah hasil dari proses mempertemukan secara wajar antara semua penghasilan dengan semua biaya dalam periode akuntansi yang sama.
- 5) Rugi (*loss*) adalah berkurangnya aktiva atau kekayaan yang bukan karena pengambilan modal oleh pemilik, dimana tidak ada manfaat yang diperoleh dari berkurangnya aktiva tersebut.

#### **2.1.4 Harga Pokok Penjualan**

##### **a. Pengertian Harga Pokok Penjualan**

Menurut (Bustomi, 2013) menjelaskan bahwa harga pokok penjualan adalah harga pokok produk yang sudah terjual dalam waktu berjalan yang diperoleh dengan menambahkan harga pokok produksi dengan persediaan produk selesai awal dan mengurangi dengan persediaan produk akhir.

(Suwardjono, 2013) menyatakan pendapat yang berbeda yaitu, “makna harga pokok penjualan sebenarnya adalah harga dari pokok penjualan yang bermakna barang yang terjual. Namun, pokok tiba-tiba berubah fungsinya menjadi penjelas harga sehingga timbul harga pokok.

Berdasarkan pengertian-pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa harga pokok penjualan adalah harga pokok produk yang sudah terjual dalam suatu periode.

Adapun manfaat harga pokok penjualan, antara lain:

- 1) Sebagai patokan untuk menentukan harga jual.
- 2) Untuk mengetahui laba yang diinginkan perusahaan. Apabila harga jual lebih besar dari harga pokok penjualan maka akan diperoleh laba, dan sebaliknya

apabila harga jual lebih rendah dari harga pokok penjualan akan diperoleh kerugian.

b. Elemen Harga Pokok Produk

(Mulyadi, 2015) menyatakan Terdapat dua pendekatan dalam penentuan harga pokok produksi :

- 1) metode *full costing* dan metode *variable costing*. Dalam metode *full costing* biaya produksi yang diperhitungkan dalam penentuan harga pokok produksi adalah biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik baik yang berperilaku tetap dan yang berperilaku variabel maupun tetap.
- 2) metode *variable costing*, biaya produksi yang diperhitungkan dalam perhitungan harga pokok produksi adalah hanya terdiri dari biaya produksi variabel, yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik variabel.

Menurut (Asharudin, 2018) struktur dasar harga pokok penjualan terdiri dari tiga elemen besar saja yaitu meliputi:

- 1) Persediaan (*inventory*). Dalam perusahaan dagang, elemen persediaan hanya terdiri dari persediaan barang jadi saja atau yang di kenal *inventory*. Sedangkan perusahaan manufaktur persediaannya terdiri dari persediaan bahan baku (*Raw materials*), persediaan barang dalam proses (*WIP = Work In Process*), persediaan barang jadi (*inventory*). Elemen Persediaan yang dimaksudkan dalam hal ini adalah besarnya persediaan terjual maka perlu mengetahui unsur-unsur persediaan antara lain :

- a) Persediaan Awal. Persediaan awal merupakan persediaan yang tersedia pada awal suatu periode atau tahun buku berjalan. Saldo persediaan awal perusahaan terdapat pada neraca saldo periode berjalan atau pada neraca awal perusahaan atau laporan neraca tahunan sebelumnya. Artinya persediaan tersebut telah ada sebelum aktivitas periode ini dimulai
- b) Pembelian. Pembelian yang dimaksudkan adalah *cost* yang terjadi, sehingga besarnya nilai pembelian yang diakui hanya sebesar *cost* yang timbul saja, diwujudkan dengan pengeluaran kas atau pengakuan utang dagang. Sehingga nilai pembelian yang diakui adalah sebesar nilai bersihnya (*net purchase*) saja. Hal ini perlu ditegaskan karena dalam praktek bisnis, seringkali perusahaan sebagai pembeli, baik itu pembelian barang jadi (untuk perusahaan dagang) maupun pembelian bahan baku (perusahaan manufaktur) memperoleh potongan harga (*discount*), bisa juga terjadi pengembalian barang kepada pihak penjual (*return*). Artinya Untuk memperoleh pembelian bersih (*net purchase*), perusahaan dalam melakukan pembelian baik secara tunai maupun secara kredit, ditambah dengan biaya angkut pembelian serta dikurangi dengan potongan pembelian (*discount*) dan retur pembelian yang terjadi.
- c) Persediaan Akhir. Persediaan akhir merupakan persediaan pada akhir suatu periode atau tahun buku berjalan. Saldo persediaan akhir perusahaan akan diketahui dari data penyesuaian perusahaan pada akhir periode.
- d) Persediaan Tersedia Untuk dijual. Harga pokok pembelian dari seluruh barang yang dibeli selama periode, ditambah dengan harga pokok

persediaan yang ada pada awal periode (persediaan awal) merupakan jumlah harga pokok dari seluruh barang yang tersedia untuk dijual selama periode. Jumlah ini disebut harga pokok barang yang tersedia dijual.

Persediaan awal ditambah dengan harga pokok barang yang dibeli sama dengan harga pokok barang yang tersedia dijual, dan harga pokok barang yang tersedia dijual dikurangi persediaan akhir sama dengan harga pokok penjualan. Seperti terlihat dalam laporan laba-rugi, hubungan ini dapat diringkas sebagai berikut :

Harga pokok barang yang tersedia dijual = persediaan awal + pembelian barang

Harga pokok penjualan = harga pokok barang tersedia dijual – persediaan akhir

Laba kotor penjualan = penjualan bersih – harga pokok penjualan

- 2) Tenaga kerja Langsung (*Direct Labor Cost*). Tenaga kerja langsung adalah upah yang dibayarkan kepada tenaga kerja yang langsung terlibat pada proses pengolahan barang dagangan. Dikatakan *Direct Labor Cost* hanya jika besarnya upah yang dibayarkan tergantung pada jumlah *output product* yang dihasilkan. Yang termasuk kelompok tenaga kerja langsung adalah tenaga kerja yang dibayar berdasarkan upah satuan atau upah harian/jam. Dalam hal ini tenaga kerja dibayar dengan upah satuan, tentu dengan jelas bisa kita lihat bahwa upah tenaga kerja tersebut dapat dibebankan langsung pada *product* yang dihasilkan. Jika upah yang dibayarkan berdasarkan jumlah jam kerja, maka biasanya perusahaan telah menentukan jumlah (satuan) yang harus dihasilkan untuk tenggang waktu tertentu (per jam atau per hari). Sehingga pada akhir perhitungan, dapat diketahui berapa *direct labor cost* untuk



akumulasi *product* yang dihasilkan. Pada perusahaan pedagang kecil (*small wholesaler atau retailer*) *direct labor cost* sulit untuk bisa di alokasikan dengan semestinya. Sehingga *direct labor cost* hanya bisa kita temukan pada perusahaan-perusahaan manufaktur atau pertambangan.

- 3) *Overhead Cost* adalah cost yang timbul selain dari kedua elemen diatas , yang biasanya disebut dengan *indirect cost*, jenis tentu saja bervariasi, tergantung jenis usaha, skala usaha dan jenis sumberdaya yang dipakai oleh perusahaan. Yang sering ditemui pada usaha manufaktur atau dagang adalah: (a)Sewa (*Rental Cost*);(b) Penyusutan Mesin dan Peralatan (*Depreciation on Machineries & Equipment*); (c) Penyusutan Bangunan Pabrik (*Factory's Building Depreciation*); (d) Listrik, Air untuk Pabrik (*Factory's Utilities*); (e) Pemeliharaan Pabrik & Mesin (*Factory & Machineries Maintenance*); (f) Pengemasan (*Packaging/Bottling & Labor Cost-nya*); (g) Gudang (*Warehousing Cost*); (h) Sample Produksi (*Pre-Production Sampling*); (i) Ongkos kirim (*Inbound & Outbound deliveries*); (j) Container (*Continer*).
- c. Pengumpulan Harga Pokok Produk

(Mulyadi, 2015) menyatakan pada dasarnya ada dua jenis proses produksi yaitu:

- 1) Perusahaan yang memproduksi berdasar pesanan yaitu, mengumpulkan harga pokok produksinya dengan menggunakan metode harga pokok pesanan (*job order cost method*). Dalam metode ini biaya-biaya produksi dikumpulkan untuk pesanan tertentu dan harga pokok produksi per satuan produk yang dihasilkan untuk memenuhi pesanan tersebut dihitung dengan cara membagi

total biaya produksi untuk pesanan tersebut dengan jumlah satuan produk dalam pesanan yang bersangkutan.

- 2) Perusahaan yang memproduksi massa yaitu, mengumpulkan harga pokok produksinya dengan menggunakan metode harga pokok proses (*process cost method*). Dalam metode ini biaya-biaya produksi dikumpulkan untuk periode tertentu dan harga pokok produksi per satuan produk yang dihasilkan dalam periode tersebut dihitung dengan cara membagi total biaya produksi untuk periode tersebut dengan jumlah satuan produk yang dihasilkan dalam periode yang bersangkutan.

d. Metode Penentuan Harga Pokok Produk

Menurut (Mulyadi, 2015) dalam menghitung unsur-unsur biaya kedalam harga pokok produksi, terdapat dua pendekatan, yaitu:

- 1) Metode *full costing* adalah penentuan harga pokok produksi, yang membebankan seluruh biaya produksi, baik yang berperilaku tetap maupun variabel kepada produk.

Penentuan harga pokok produksi dengan metode *full costing*.

Tabel 2.2  
Perhitungan Harga Pokok Produksi dengan Metode *Full Costing*

|                                       |       |     |
|---------------------------------------|-------|-----|
| Biaya bahan baku                      | xxx   |     |
| Biaya tenaga kerja langsung           | xxx   |     |
| Biaya <i>overhead</i> pabrik tetap    | xxx   |     |
| Biaya <i>overhead</i> pabrik variabel | xxx + |     |
| Harga pokok produksi                  |       | xxx |

Sumber : (Mulyadi, 2015)

- 2) Metode *Variable costing* adalah metode penentuan harga pokok produksi yang hanya membebankan biaya – biaya produksi variabel saja ke dalam harga pokok produk.

Penentuan harga pokok produksi dengan metode *variable costing*.

Tabel 2.3  
Perhitungan Harga Pokok Produksi dengan Metode *Variable Costing*

|                                      |              |              |
|--------------------------------------|--------------|--------------|
| Biaya bahan baku                     | xxx          |              |
| Biaya tenaga kerja variabel          | xxx          |              |
| Biaya <i>overhead</i> pabrik         | <u>xxx</u> + |              |
| Harga pokok produksi                 |              | xxx          |
| Biaya pemasaran variabel             | xxx          |              |
| Biaya administrasi dan umum variabel | <u>xxx</u> + |              |
| Biaya komersil                       |              | <u>xxx</u> + |
| Total biaya variabel                 |              | xxx          |
| Biaya <i>overhead</i> pabrik tetap   | xxx          |              |
| Biaya pemasaran tetap                | xxx          |              |
| Biaya administrasi dan umum tetap    | <u>xxx</u> + |              |
| Total biaya tetap                    |              | <u>xxx</u> + |
| Total harga pokok produk             |              | xxx          |

Sumber : (Mulyadi, 2015)

e. Metode Perhitungan Harga Pokok Penjualan

Menurut (Bustomi, 2013) metode perhitungan harga pokok penjualan antara lain:

- 1) Metode Pesanan (*Job Order Costing*) adalah suatu sistem akuntansi yang menelusuri biaya pada unit individual atau pekerjaan, kontrak, tumpukan produk atau pesanan pelanggan yang spesifik.
- 2) Metode Proses (*Job Process Costing*) adalah suatu metode dimana bahan baku, tenaga kerja, dan *overhead* pabrik dibebankan kepusat biaya atau departemen. Biaya yang dibebankan ke setiap unit produk yang ditentukan dengan hasil membagi total biaya yang dibebankan kepusat biaya atau departemen tersebut dengan jumlah unit yang diproduksi pada pusat biaya bersangkutan.

Menurut (Soemarso, 2009) format perhitungan harga pokok penjualan sebagai berikut:

Tabel 2.4

| Perhitungan Harga Pokok Penjualan Perusahaan Dagang |              |              |
|---|--------------|--------------|
| Persediaan barang dagang awal                       |              | xxx          |
| Pembelian barang dagang                             | xxx          |              |
| Biaya angkut  | <u>xxx</u> + |              |
| Total   | xxx          |              |
| Potongan pembelian                                  | xxx          |              |
| Retur pembelian                                     | <u>xxx</u> - |              |
| Pembelian bersih                                    |              | <u>xxx</u> + |
| Tersedia untuk dijual                               |              | xxx          |
| Persediaan barang dagang akhir                      |              | <u>xxx</u> - |
| Harga pokok penjualan                               |              | xxx          |

Sumber : (Soemarso, 2009)

### 2.1.5 Konsep Laba

#### a. Pengertian Laba

Menurut (Asharudin, 2018) salah satu tujuan utama perusahaan yang penting untuk dicapai adalah pencapaian laba optimum. Pencapaian laba dirasa penting karena berkaitan dengan berbagai konsep akuntansi antara lain kesinambungan perusahaan (*going concern*) dan perluasan perusahaan, serta mengembangkan usahanya ke tingkat yang lebih tinggi atau ke tingkat yang lebih baik. Untuk menjamin agar usaha perusahaan mampu menghasilkan laba, maka manajemen perusahaan harus merencanakan dan mengendalikan dengan baik dua faktor penentu laba yaitu pendapatan dan biaya.

Dalam (Asharudin, 2018) dijelaskan beberapa definisi laba menurut Menurut (Ersa, 2012) menyatakan bahwa “Penghasilan neto (laba) sering kali digunakan sebagai ukuran kinerja. Definisi penghasilan (*income*) meliputi pendapatan (*revenue*) maupun keuntungan (*gains*). Pendapatan timbul dalam pelaksanaan aktivitas perusahaan yang biasa dan dikenal dengan sebutan yang berbeda, seperti

penjualan, penghasilan jasa, bunga, deviden, royalti, dan sewa. Keuntungan mencerminkan pos lainnya, misalnya keuntungan atas penjualan aset tetap”.

Menurut (Kinney, 2011) menyatakan bahwa “Laba semu (*phantom profits*) merupakan laba perhitungan biaya serapan yang sementara, disebabkan oleh lebih banyak memproduksi persediaan dari pada menjualnya”.

Menurut Godfrey dkk., dalam (Suwardjono, 2013) menyatakan bahwa “Laba dimaknai sebagai imbalan atas upaya perusahaan menghasilkan barang dan jasa. Ini berarti laba merupakan kelebihan pendapatan di atas biaya (kos total yang melekat kegiatan produksi dan penyerahan barang/ jasa)”.

Menurut Paton & Littleton dalam (Suwardjono, 2013) menyatakan bahwa “Laba adalah kenaikan aset dalam suatu periode akibat kegiatan produktif yang dapat dibagi atau didistribusi kepada kreditor, pemerintah, pemegang saham (dalam bentuk bunga, pajak, deviden) tanpa mempengaruhi keutuhan ekuitas pemegang saham semula”. Selain *income*, dikenal pula *earnings* yang juga disebut laba. *Earnings* lebih bermakna sebagai laba yang diakumulasi selama beberapa periode walaupun *earnings* juga digunakan untuk menunjuk laba periode seperti *earnings per share*. Dalam statemen laba-rugi, *income* lebih umum digunakan karena tidak lebih luas cakupannya (lebih komprehensif). Dan lebih formal dari pada *earnings*. *Earnings* hanyalah jumlah antara sebelum diperoleh laba bersih/komprehensif.

#### b. Hubungan Harga Pokok Penjualan dengan Laba

Menurut (Munawir, 2010) dalam (Asharudin, 2018) menyatakan bahwa Perubahan dalam laba kotor perlu dianalisa untuk mengetahui sebab – sebab perubahan tersebut, baik perubahan yang menguntungkan (kenaikan) maupun

perubahan yang tidak menguntungkan (penurunan) sehingga akan dapat diambil kesimpulan dan atau diambil tindakan seperlunya untuk periode-periode berikutnya.

Menurut (Asharudin, 2018) pada dasarnya perubahan laba kotor itu disebabkan oleh dua faktor, yaitu faktor penjualan dan faktor harga pokok penjualan. Besar kecilnya hasil penjualan dipengaruhi oleh kuantitas atau volume produk yang dapat dijual dan harga jual per satuan produk tersebut. Oleh karena itu perubahan laba kotor karena adanya perubahan hasil penjualan disebabkan adanya:

- 1) Perubahan harga jual per satuan produk
- 2) Perubahan kuantitas atau volume produk yang dijual/dihasilkan.

Faktor harga pokok penjualan juga dipengaruhi oleh kuantitas produk yang dijual/dihasilkan tersebut, oleh karena itu perubahan laba yang disebabkan oleh adanya perubahan harga pokok penjualan dapat disebabkan oleh:

- 1) Perubahan harga pokok rata-rata per satuan
- 2) Perubahan kuantitas atau volume produk yang dijual.

Perubahan harga baik itu merupakan penurunan dan kenaikan yang disebabkan oleh faktor harga jual tidak dapat digunakan sebagai pengukur kegiatan bagian penjualan, karena hal ini dapat disebabkan oleh faktor ekstern perusahaan. Perubahan harga jual ditentukan oleh keadaan pasar yang sulit dikendalikan oleh perusahaan, lain halnya dengan perubahan kuantitas produk yang dijual. Suatu perubahan laba yang disebabkan oleh adanya perubahan kuantitas atau volume barang yang dijual mempunyai hubungan langsung dengan kegiatan bagian penjualan. Kenaikan laba karena adanya kenaikan volume yang dijual berarti

bagian penjualan bekerja lebih aktif (dengan anggapan bahwa biaya pemasaran tetap maka perubahan laba yang disebabkan oleh kenaikan volume penjualan berarti perusahaan semakin efisien dalam operasinya). Penurunan laba kotor yang disebabkan oleh naiknya harga pokok penjualan menunjukkan bagian produksi telah bekerja tidak efisien. Kenaikan ini kemungkinan disebabkan oleh faktor ekstern, misalnya adanya kenaikan harga bahan, tingkat upah atau kenaikan harga-harga secara umum yang tidak dapat dikendalikan oleh perusahaan, atau mungkin disebabkan oleh faktor intern yaitu adanya in efisiensi atau pemborosan – pemborosan .

Menurut (Munawir, 2010) menyatakan bahwa perubahan laba bruto pada dasarnya disebabkan oleh 4 faktor, yaitu:

- 1) Perubahan harga jual (*Sales Price Variance*), yaitu adanya perubahan antara harga jual yang sesungguhnya dengan harga jual yang dibudgetkan atau harga jual tahun sebelumnya. Perubahan laba kotor yang disebabkan adanya perubahan harga jual dapat ditentukan dengan rumus:

$$(H_{j2} - H_{j1}) K_2$$

Atau :

$H_{j1}$  = harga jual per satuan produk yang dibudgetkan atau tahun sebelumnya

$H_{j2}$  = harga jual per satuan produk yang sesungguhnya

$K_2$  = kuantitas atau volume produk yang sesungguhnya dijual tahun ini

Apabila  $(H_{j2} - H_{j1})$  menunjukkan/menghasilkan angka positif berarti ada kenaikan harga yang berarti menunjukkan keadaan yang menguntungkan,



sebaliknya bila negatif berarti ada penurunan harga jual dan menunjukkan keadaan yang merugikan.

- 2) Kuantitas produk yang dijual (*Sales Volume Variance*), yaitu adanya perbedaan antara kuantitas produk yang direncanakan/tahun sebelumnya dengan kuantitas produk yang sesungguhnya dijual (direalisasi). perubahan laba kotor yang disebabkan oleh perubahan kuantitas/volume produk yang dijual dapat ditentukan dengan rumus :

$$(K_2 - K_1) H_{j1}$$

$K_2$  = Kuantitas penjualan yang sesungguhnya direalisasi tahun ini

$K_1$  = Kuantitas penjualan yang dibudgetkan atau tahun sebelumnya

$H_{j1}$  = Harga jual per satuan produk yang dibudgetkan atau tahun sebelumnya sebagai standar

Bila  $(K_2 - K_1)$  menghasilkan angka positif menunjukkan bahwa kuantitas produk yang sesungguhnya dijual lebih besar dari pada yang direncanakan, hal ini menunjukkan keadaan yang menguntungkan atau bagian penjualan bekerja lebih baik, sebaliknya bila menghasilkan angka negatif berarti penjualan turun dan menunjukkan keadaan yang merugikan.

- 3) Perubahan harga pokok penjualan per satuan produk (*Cost Price Variance*), yaitu adanya perbedaan antara harga pokok penjualan per satuan produk (*Unit Cost*) menurut budget /tahun sebelumnya dengan harga pokok yang sesungguhnya. Untuk menentukan besarnya perubahan laba kotor yang disebabkan adanya perubahan harga pokok penjualan per satuan produk dapat ditentukan dengan rumus:

$$(HPP_2 - HPP_1)$$

HPP<sub>2</sub>= Harga pokok penjualan yang sesungguhnya

HPP<sub>1</sub>= Harga pokok penjualan menurut budget/tahun sebelumnya

K<sub>2</sub>= kuantitas produk yang sesungguhnya dijual

Atau: (Harga jual menurut realisasi atau yang sesungguhnya – harga jual budget atau tahun sebelumnya) x kuantitas produk yang sesungguhnya dijual tahun ini.

Apabila (HPP<sub>2</sub> – HPP<sub>1</sub>) menghasilkan angka positif berarti HPP mengalami kenaikan, kenaikan dalam sektor biaya menunjukkan keadaan yang merugikan, sebaliknya bila hasil negatif berarti biaya mengalami penurunan yang berarti pula menunjukkan keadaan yang menguntungkan.

- 4) Perubahan kuantitas harga pokok penjualan (*Cost Volume Variance*), yaitu adanya perubahan harga pokok penjualan karena adanya perubahan kuantitas /volume yang dijual atau diproduksi. Rumus untuk menentukan besarnya perubahan laba bruto karena perubahan kuantitas harga pokok penjualan adalah:

(Kuantitas yang sesungguhnya – kuantitas menurut budget atau tahun sebelumnya) x harga pokok menurut budget atau tahun sebelumnya.

Atau :

$$(K_2 - K_1) HPP_1$$

K<sub>2</sub>= kuantitas produk yang sesungguhnya dijual/dihasilkan.

K<sub>1</sub>= kuantitas produk menurut budget/tahun Sebelumnya

HPP<sub>1</sub> = harga pokok penjualan per satuan barang menurut budget.

Apabila  $(K_2 - K_1)$  menghasilkan angka positif berarti kuantitas yang dijual/produksi bertambah (mengalami kenaikan), apabila kuantitas bertambah maka harga pokok penjualan akan mengalami kenaikan pula dan bertambahnya harga pokok penjualan menunjukkan keadaan yang tidak menguntungkan (merugikan). Sebaliknya bila hasilnya negatif berarti ada penurunan biaya dan menunjukkan keadaan yang menguntungkan.

c. Jenis Laba dan Faktor yang Mempengaruhi Laba

Menurut Sontani (2014:1) dalam (Asharudin, 2018) menyatakan bahwa ada beberapa definisi umum penggunaan laba adalah sebagai berikut:

- 1) Laba sebelum bunga, pajak, depresiasi, dan amortisasi (EBITDA) sama dengan biaya dikurangi pendapatan penjualan barang yang dijual dan semua biaya, kecuali untuk bunga, amortisasi, penyusutan dan pajak
- 2) Laba sebelum bunga dan pajak (EBIT), atau laba operasi, sama dengan biaya dikurangi pendapatan penjualan barang yang dijual dan semua biaya kecuali untuk bunga dan pajak. Ini adalah surplus yang dihasilkan oleh operasi
- 3) Laba sebelum pajak (EBT) atau laba bersih sebelum pajak, sama dengan biaya dikurangi pendapatan penjualan barang yang dijual dan semua biaya kecuali untuk pajak. Hal ini juga dikenal sebagai pra-pajak penghasilan book (PTBI), pendapatan operasional bersih sebelum pajak, atau hanya pendapatan sebelum pajak
- 4) Laba kotor sama dengan biaya dikurangi pendapatan penjualan barang yang dijual (HPP), sehingga menghilangkan hanya bagian dari biaya yang dapat ditelusuri langsung ke produksi atau pembelian barang.

Menurut Mulyadi dalam Mahira (2013: 1) menyatakan bahwa didalam memperoleh laba diharapkan perusahaan perlu melakukan suatu pertimbangan khusus dalam memperhitungkan laba yang akan diharapkan dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi laba tersebut, antara lain:

- 1) Biaya, Biaya yang timbul dari perolehan atau mengolah suatu produk atau jasa akan mempengaruhi harga jual produk yang bersangkutan
- 2) Harga jual, harga jual produk dan jasa akan mempengaruhi besarnya volume penjualan produk atau jasa yang bersangkutan
- 3) Volume penjualan dan produksi, besarnya volume penjualan berpengaruh terhadap volume produksi produk dan jasa tersebut, selanjutnya volume produksi akan mempengaruhi besar kecilnya biaya produksi.

d. Konsep Laba Optimal

Menurut Sofyan (2011: 1) dalam (Asharudin, 2018) menyatakan bahwa untuk memaksimalkan laba yang diperoleh bisa dicapai melalui bermacam-macam cara, antara lain ialah melalui efisiensi disemua bidang, seperti produksi, sumber daya manusia, maupun keuangan. Tujuan utama dari suatu usaha adalah mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya, Untuk mencapai tujuan tersebut tidak terlepas dari faktor manusia sebagai pengendali semua fungsi. Akan tetapi tidak hanya faktor manusia saja, faktor pendukung lain juga berpengaruh terhadap perolehan laba, yaitu antara lain faktor jumlah produk, modal, dan upah tenaga kerja.

Dalam praktek pemaksimalan keuntungan, ada sebagian perusahaan yang melakukannya dengan cara menekan keuntungan yaitu dengan menekan penjualannya (hasil produksi) ada pula yang memasukkan unsur politik didalam

penentuan tingkat produksi yang akan tercapai. Jadi, setiap perusahaan memiliki kriteria sendiri dalam memaksimalkan laba yang akan diperolehnya. Keuntungan akan diperoleh jika hasil penjualannya lebih besar dari ongkos produksi, dan kerugian akan terjadi apabila hasil penjualan lebih sedikit dari ongkos produksi. Dalam usahanya untuk memproduksi barang-barang yang diperlukan dalam masyarakat, dan memperoleh keuntungan maksimum dari usaha tersebut.

Efisiensi di bidang keuangan memberikan pengaruh pada operasi perusahaan, sehingga akan meningkatkan efisiensi biaya operasional dan efisiensi investasi yang pada akhirnya akan dapat meningkatkan laba perusahaan. Dengan memaksimalkan laba, perusahaan dapat mempertahankan pertumbuhan perusahaannya sehingga dapat bersaing dengan perusahaan lain karena laba tersebut dapat ditanam kembali dan digunakan untuk mempertahankan atau meningkatkan pertumbuhannya. Perkembangan dunia usaha yang semakin pesat dengan pembangunan teknologi yang semakin maju membawa pengaruh yang besar terhadap produksi yang dihasilkan oleh industri. Seperti halnya industri lain, setiap industri juga bertujuan untuk memperoleh laba guna melangsungkan hidupnya. Laba yang dihasilkan tidak terlepas dari beberapa faktor antara lain jumlah hasil produksinya, modal, dan upah tenaga kerja.

e. Tahap Menghitung Laba

Untuk menghitung laba bersih ditempuh tahap-tahap sebagai berikut (Supriyono, 2010) :

1) Laporan rugi – laba satu tahap (*single step income statement*)

Untuk menghitung laba bersih semua penghasilan (baik operasional maupun non operasional) langsung dipertemukan dengan semua biaya (baik operasional maupun non operasional).

Tabel 2.5  
Laporan rugi – laba metode *single step income statement*  
Laporan rugi – laba  
*Single step income statement*

|               |       |
|---------------|-------|
| Penghasilan   | xxx   |
| Biaya – biaya | (xxx) |
| Laba bersih   | xxx   |

Sumber : (Supriyono, 2010)

2) Laporan rugi – laba beberapa tahap (*multiple step income statement*)

Untuk menghitung laba bersih dapat ditempuh dengan:

- a) Tahap pertama, menghitung laba kotor atas penjualan yaitu dengan mempertemukan penghasilan penjualan (operasional) dikurangi harga pokok penjualan.
- b) Tahap kedua, menghitung laba bersih usaha (operasional) yaitu dengan mempertemukan laba kotor atas penjualan dikurangi dengan biaya komersial, yaitu biasa distribusi (pemasaran) dan biaya administrasi dan umum.
- c) Tahap ketiga, menghitung laba bersih sebelum pajak yaitu dengan mempertemukan laba bersih usaha ditambah saldo penghasilan di atas biaya di luar usaha, atau dikurangi saldo biaya di atas penghasilan di luar usaha.

- d) Tahap keempat, menghitung laba bersih sesudah pajak yaitu dengan mempertemukan laba bersih sebelum pajak dikurangi pajak atas laba.

Tabel 2.6  
Laporan rugi – laba metode *multiple step income statement*

| Laporan rugi – laba<br><i>Multiple step income statement</i> |       |       |
|--|-------|-------|
| Pendapatan kotor   |       | xxx   |
| Potongan penjualan   | xxx   |       |
| Retur penjualan  | xxx + |       |
|  |       | (xxx) |
| Penjualan bersih   |       | xxx   |
| Harga pokok penjualan  |       | (xxx) |
| Laba kotor   |       | xxx   |
| Pendapatan lain – lain                                       |       | xxx   |
| Biaya lain – lain  |       | (xxx) |
| Laba bersih sebelum pajak                                    |       | xxx   |
| Pajak (%)  |       | (xxx) |
| Laba bersih setelah pajak                                    |       | xxx   |

Sumber : (Supriyono, 2010)

### 2.1.6 Harga Jual

#### a. Pengertian Harga Jual

Menurut (Simamora, 2012) menyatakan bahwa pada prinsipnya harga jual harus dapat menutupi biaya penuh ditambah dengan laba yang wajar. Harga jual sama dengan biaya produksi ditambah *mark up*.

Menurut (Wiwik, 2017) harga jual merupakan angka yang sudah menutupi biaya produksi secara utuh dan ditambahkan dengan laba atau keuntungan dalam jumlah yang wajar.

Harga merupakan suatu hal penting, dimana harga merupakan komponen besar dari kepuasan konsumen. Nilai produk adalah apa yang dirasakan konsumen, jadi pembeli menetapkan nilai produk dari suatu produk. Dari sudut pandang produsen, harga tentu saja mempunyai peranan yang sangat penting, dimana harga ditentukan



oleh berapa besar pendapatan yang ingin mereka peroleh. Banyaknya jumlah produk sangat dipengaruhi oleh harga jual produk yang dijual baik bagi produsen maupun konsumen. Sedangkan harga jual adalah nilai yang dibebankan kepada pembeli atau pemakai barang atau jasa. Dalam hal ini, harga jual merupakan suatu yang dapat digunakan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang atau jasa serta pelayanannya. Adapun tujuan pokok penentuan harga jual adalah mencapai target penjualan, memaksimalkan laba, meningkatkan penjualan dan mempertahankan atau memperluas pangsa pasar, dan menstabilkan harga.

b. Penetapan harga jual

Menurut (Wiwik, 2017) dalam menetapkan harga jual di pasaran sebagai bagian dari manajemen hal – hal yang perlu diperhatikan yaitu:

1) Strategi pemasaran yang dijalankan oleh perusahaan

Semakin baik strategi pemasaran yang dilakukan oleh sebuah perusahaan, akan memungkinkan pihak perusahaan untuk menyajikan tawaran harga yang lebih ramah kepada konsumen. Laba akan tertutupi dari kemampuan dan strategi pemasaran kreatif yang dijalankan oleh pihak perusahaan.

2) Kualitas dan inovasi produk

Apabila perusahaan yakin bahwa kualitas produknya berada diatas rata – rata dengan tawaran inovasi yang cukup baik, maka perusahaan bisa menetapkan harga jual yang lebih tinggi dari harga pasar. Hal tersebut tentunya juga bertujuan untuk menutupi biaya produksi yang dikeluarkan untuk menghasilkan sebuah produk berkualitas.

3) Harga pesaing

Semakin tinggi tingkat persaingan harga, maka akan semakin sulit bagi perusahaan menetapkan harga yang menguntungkan bagi perusahaan. Akibatnya perusahaan dituntut untuk lebih kreatif untuk mencari pasar atau area penjualan baru dengan tingkat pesaing yang masih rendah. Harga pesaing jika tidak diperhatikan maka akan berdampak pada tidak lakunya produk di pasaran.

4) Ketersediaan serta jumlah dari harga produk pengganti

Produk pengganti ini adalah pesaing. Semakin banyak tingkat ketersediaan jumlah barang pengganti serta harganya yang juga terjangkau oleh konsumen, artinya perusahaan harus semakin bisa menekan harga jual agar mampu bersaing dengan produk – produk di pasaran.

Selain hal – hal penting yang perlu diperhatikan dalam penetapan harga jual menurut (Wiwik, 2017) hendaknya mengikuti prosedur antara lain:

1) Memilih sasaran harga

Sasaran berorientasi pada volume penjualan dilakukan perusahaan dengan mengatur harga sedemikian rupa untuk meningkatkan volume penjualan.

2) Menentukan permintaan

Perusahaan menentukan permintaan yang akan memperlihatkan jumlah produk yang akan dibeli di pasar dalam periode tertentu, pada berbagai tingkat harga.

Makin inelastis permintaan, makin mampu perusahaan dengan menentukan faktor – faktor yang mempengaruhi kepekaan harga.

3) Memperkirakan biaya

Biaya perusahaan ada dua jenis, yaitu biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap (*overhead*) adalah biaya yang tidak bervariasi dengan produksi atau penjualan. Biaya variabel merupakan biaya yang bervariasi langsung dengan tingkat produksi.

4) Menganalisa biaya, harga dan penawaran pesaing

Perusahaan juga perlu untuk membandingkan biayanya dengan biaya pesaing, apakah biaya produksinya lebih rendah atau lebih tinggi dan juga harga dan kualitas penawaran pesaing.

Perusahaan harus menetapkan harga dekat dengan harga pesaing, jika pesaing itu merupakan pesaing utama. Jika kualitas – kualitas penawaran lebih tinggi dari pesaing, maka perusahaan dapat menetapkan harga lebih tinggi dari pesaing, maka perusahaan dapat menetapkan harga lebih tinggi dari pesaing, tetapi jika kualitas penawaran lebih rendah dari pesaing, maka perusahaanhendaknya menetapkan harga lebih rendah dari pesaing.

5) Memilih metode penetapan harga

Perusahaan memilih salah satu dari berbagai metode harga yaitu maksimalisasi laba, tingkat pengembalian atas modal yang digunakan, biaya konversi, margin kontribusi, dan biaya standar.

6) Memilih harga akhir

Harga merupakan keputusan penting perusahaan yang menyangkut banyak hal anta lain kemampuan menutup biaya, kemampuanlabaan, kinerja dan kemampuan penetrasi pasar.

### c. Penentuan Harga Jual

Menurut (Widyawati, 2013) dalam (Asharudin, 2018) menyatakan bahwa perusahaan menentukan harga jual produknya dengan tiga dasar pertimbangan yaitu:

- 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. Bagi produk atau jasa harga harus cukup rendah agar dapat mencapai volume tingkat penjualan.
- 2) Penentuan harga berdasarkan suplai persediaan. Pada umumnya perusahaan cenderung menurunkan harga jika mereka harus mengurangi persediaan yang tinggi sehingga biaya produksi mengalami penurunan.
- 3) Penentuan harga berdasarkan harga pesaing. Penentuan harga berdasarkan harga pesaing dibagi atas tiga yaitu:
  - a) Penentuan harga *penetrasi*, dimana perusahaan menentukan harga yang lebih rendah dari harga pesaing agar dapat menembus pasar
  - b) Penentuan harga *defensive*, dimana perusahaan menurunkan harga produk untuk mempertahankan pangsa pasarnya
  - c) Penentuan harga *prestise*, ditentukan dengan tujuan untuk memberikan kesan terbaik bagi produk perusahaan

Menurut (Primaningsih, 2016) metode penentu harga jual terbagi atas :

1) Penentuan harga jual normal (*Normal Pricing*)

Dalam keadaan normal, manajer penentu harga jual memerlukan informasi biaya penuh masa yang akan datang sebagai dasar penentuan harga jual produk atau jasa. Metode penentu harga jual normal seringkali disebut dengan istilah “*Cost Plus Pricing*”. Rumus menghitung harga jual metode harga jual normal:

$$\text{Harga jual} = \text{Taksiran biaya penuh} + \text{laba yang diharapkan}$$

a) Perhitungan taksiran biaya penuh, ada dua pendekatan :

(1) Pendekatan *Full Costing*

Tabel 2.7  
Taksiran biaya penuh metode *full costing*

|  |       |       |
|--|-------|-------|
| Biaya bahan baku                             |       | xxx   |
| Biaya tenaga kerja langsung                  |       | xxx   |
| BOP (variabel + tetap)                       |       | xxx + |
| Taksiran total biaya produksi                |       | xxx   |
| Biaya administrasi & umum (variabel + tetap) | xxx   |       |
| Biaya pemasaran (variabel + tetap)           | xxx + |       |
| Taksiran total biaya komersial/operasional   |       | xxx + |
| Taksiran biaya penuh                         |       | xxx   |

Sumber : (Primaningsih, 2016)

(2) Pendekatan *Variable Costing*

Tabel 2.8  
Taksiran biaya penuh metode *variable costing*

|   |       |       |
|---|-------|-------|
| Biaya variabel:                         |       |       |
| Biaya bahan baku                        | xxx   |       |
| Biaya tenaga kerja langsung             | xxx   |       |
| BOP variabel                            | xxx + |       |
| Taksiran total biaya produksi variabel  |       | xxx   |
| Biaya administrasi & umum variabel      | xxx   |       |
| Biaya pemasaran variabel                | xxx + |       |
| Taksiran total biaya komersial variabel |       | xxx + |
| Taksiran total biaya variabel           |       | xxx   |
| Biaya tetap:                            |       |       |

|                                 |       |            |
|---------------------------------|-------|------------|
| Biaya overhead pabrik tetap     | xxx   |            |
| Biaya administrasi & umum tetap | xxx   |            |
| Biaya pemasaran tetap           | xxx + |            |
| Taksiran total biaya tetap      |       | xxx +      |
| <b>TAKSIRAN BIAYA PENUH</b>     |       | <b>xxx</b> |

Sumber : (Primaningsih, 2016)

b) Perhitungan laba yang diharapkan

Laba yang diharapkan dihitung berdasarkan investasi yang ditanamkan untuk menghasilkan produksi/jasa. Pertimbangan – pertimbangan yang perlu dilakukan oleh manajer penentu harga jual dalam penentuan laba wajar yang diharapkan : *cost of capital*, risiko bisnis, besarnya *capital employed*

Tabel 2.9  
Perhitungan laba yang diharapkan

|  |
|--|
| $\text{Laba yang diharapkan} = \% \text{ROI} \times \text{besarnya investasi}$ $\text{Harga jual} = \text{biaya yang berhubungan langsung} + \% \text{ mark up}$ $\% \text{ Mark up} = \frac{\text{laba yang diharapkan} + \text{biaya yang tidak dipengaruhi langsung volume produk}}{\text{biaya yang dipengaruhi langsung oleh volume produk}}$ |
|--|

Sumber : (Primaningsih, 2016)

2) Penentuan harga jual waktu dan bahan (*Time and Material Pricing*)

Penentuan harga jual waktu dan bahan ini pada dasarnya merupakan *cost plus pricing*. Harga jual ditentukan sebesar biaya penuh ditambah dengan laba yang diharapkan. Metode penentuan harga jual ini digunakan oleh perusahaan bengkel, mobil, dan perusahaan lainnya yang menjual jasa reparasi dan bahan / suku cadang sebagai pelengkap pemberi jasa.

Volume jasa dihitung berdasarkan waktu yang diperlukan untuk melayani konsumen, sehingga perlu dihitung harga jual per satuan waktu yang dinikmati oleh konsumen.

Sedangkan volume bahan dan suku cadang yang diperlukan sebagai pelengkap penyerahan jasa dihitung berdasarkan kuantitas bahan dan suku cadang yang diserahkan kepada konsumen, sehingga perlu dihitung harga jual per satuan bahan dan suku cadang yang dijual kepada konsumen.

- 3) Penentuan harga jual dalam *cost – type contract* (*Cost – type Contract Pricing*)  
Adalah kontrak pembuatan produk atau jasa yang pihak pembeli setuju untuk membeli produk atau jasa pada harga yang didasarkan pada total biaya yang sesungguhnya dikeluarkan oleh produsen ditambah dengan laba yang dihitung sebesar prosentase tertentu dari total biaya yang sesungguhnya.
- 4) Penentuan harga jual pesanan khusus (*Special Order Pricing*)  
Pesanan khusus adalah pesanan yang diterima oleh perusahaan di luar pesanan reguler perusahaan. Pesanan reguler adalah pesanan yang dibebani tugas untuk menutup seluruh biaya tetap yang akan terjadi dalam tahun anggaran.
- 5) Penentuan harga jual produk/jasa yang dihasilkan oleh perusahaan yang diatur dengan peraturan pemerintah

Dalam penentuan harga jual yang diatur dalam pemerintah, biaya penuh masa yang akan datang yang dipakai sebagai dasar penentuan harga jual tersebut dihitung dengan menggunakan pendekatan *full costing* saja, karena pendekatan *variable costing* tidak diterima sebagai prinsip akuntansi yang lazim. Biasanya yang dipakai adalah *cost plus pricing*.

#### d. Tujuan Penetapan Harga Jual

Tujuan dalam penetapan harga jual adalah untuk meningkatkan penjualan, memperbaiki dan mempertahankan *market share*, memperhatikan permintaan,



mengusahakan mengembalikan investasi dengan pencapaian laba secara maksimal dan menentukan laba-rugi periode (*income determination*), yaitu melalui proses mempertemukan harga pokok barang dijual dengan hasil penjualan dalam satu periode akuntansi. Perusahaan ingin menetapkan harga jual yang dapat menutupi sebuah biaya untuk produksi, distribusi, penjualan produk dan memberikan laba yang wajar bagi usaha dan risikonya.

(Widyawati, 2013) menyatakan bahwa ada beberapa tujuan penetapan harga yaitu:

- 1) Untuk mendukung strategi bauran pemasaran secara keseluruhan
- 2) Mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya dengan menetapkan harga yang kompetitif
- 3) Mempertahankan perusahaan dari margin keuntungan yang didapat perusahaan akan digunakan untuk biaya operasional perusahaan
- 4) Menggapai ROI perusahaan pasti menginginkan balik modal dari investasi yang ditanam pada perusahaan
- 5) Menguasai pangsa pasar dengan menetapkan harga lebih rendah dibandingkan produk pesaing
- 6) Mempertahankan status ketika perusahaan memiliki pasar tersendiri

## 2.2 Peneliti Terdahulu

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

(Slat, 2013) berjudul Analisis Harga Pokok Produksi dengan Metode *Full Costing* dan Penentuan Harga Jual hasil penelitian menunjukkan terdapat kelemahan dalam perhitungan harga pokok produk perusahaan yaitu kalkulasi harga pokok produk yang dilakukan perusahaan lebih tinggi dari pada harga pokok produk menurut harga pokok produk setelah dievaluasi, menurut perusahaan harga pokok produk genteng garuda, sebesar Rp. 2.100, genteng KIA sebesar Rp. 2.000, paving serasi sebesar Rp. 1.400, paving 3 berlian sebesar Rp. 1.300, dan hollow brich sebesar Rp. 2.400. Sedangkan harga pokok produk setelah dievaluasi untuk genteng garuda sebesar Rp. 1.940, genteng KIA sebesar Rp. 1.864, paving serasi sebesar Rp. 1.334, paving 3 berlian sebesar Rp. 1.243, dan hollow brich sebesar Rp. 2.277, hal ini disebabkan karena perusahaan tidak membebaskan biaya produksi yaitu biaya penyusutan gedung pabrik, biaya penyusutan mesin & peralatan, dan biaya asuransi dalam perhitungan harga pokok produksi.

(Poputra et al., 2014) berjudul Penentuan Harga Pokok Produksi dalam Menetapkan Harga Jual pada UD. Martabak Mas Narto di Manado hasil penelitian menunjukkan penentuan perhitungan (Harga Pokok Produksi) dilakukan dengan menggunakan intuisi atau naluri dari pimpinan perusahaan. Hasil akhirnya bahwa HPP menurut perusahaan UD. Martabak Mas Narto lebih tinggi dari pada HPP yang telah ditentukan berdasarkan perhitungan akuntansi biaya.

(Utomo & Utomo, 2014) berjudul Penetapan Harga Pokok Penjualan Berdasarkan Alokasi Biaya Terhadap Posisi Rumah pada Perumahan *Green Park Residence* Sampang hasil penelitian menunjukkan persamaan harga pokok penjualan rumah tipe 54/96 terhadap kenaikan prosentase margin keuntungan. Pada Kelompok Harga 1 didapatkan persamaan  $Y = 719.691,046 X + 262.209.447,206$ , Kelompok harga 2  $Y = 686.392,595 X + 257.972.820,629$ , dan untuk kelompok harga 3 yaitu  $Y = 683.178,163 X + 239.934.886,053$ . Dimana Y merupakan Harga pokok penjualan (HPP) dan X adalah Persentase Margin Keuntungan.

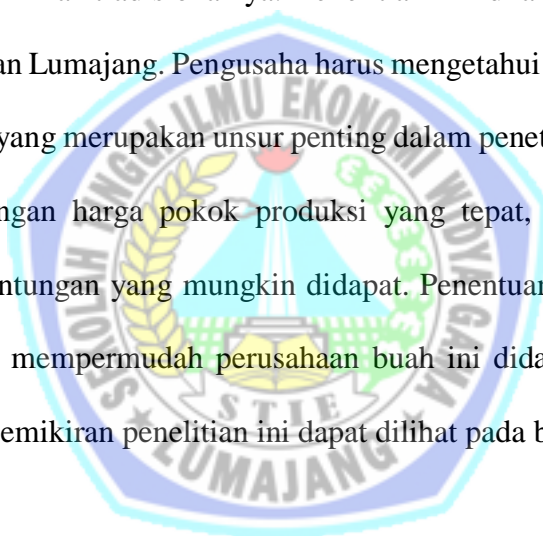
(Wauran, 2016) berjudul Analisis Penentuan Harga Pokok Produk dan Penerapan *Cost Plus Pricing Method* dalam Rangka Penetapan Harga Jual pada Rumah Makan Soto Rusuk Ko' Prtrus Cabang Megamas hasil penelitian menunjukkan adanya perbedaan terhadap harga jual yang saat ini berlaku dengan harga jual yang dihitung dengan menggunakan metode *cost plus pricing*. Harga jual yang saat ini diberlakukan tidak dapat menutupi besarnya tingkat laba yang diharapkan. Dengan adanya pembukuan yang memadai pemilik dapat melakukan perhitungan yang akurat terhadap biaya-biaya yang dikeluarkan sehingga dapat menekan jumlah biaya yang ada yang tujuannya untuk memperoleh laba sebagaimana yang diharapkan.

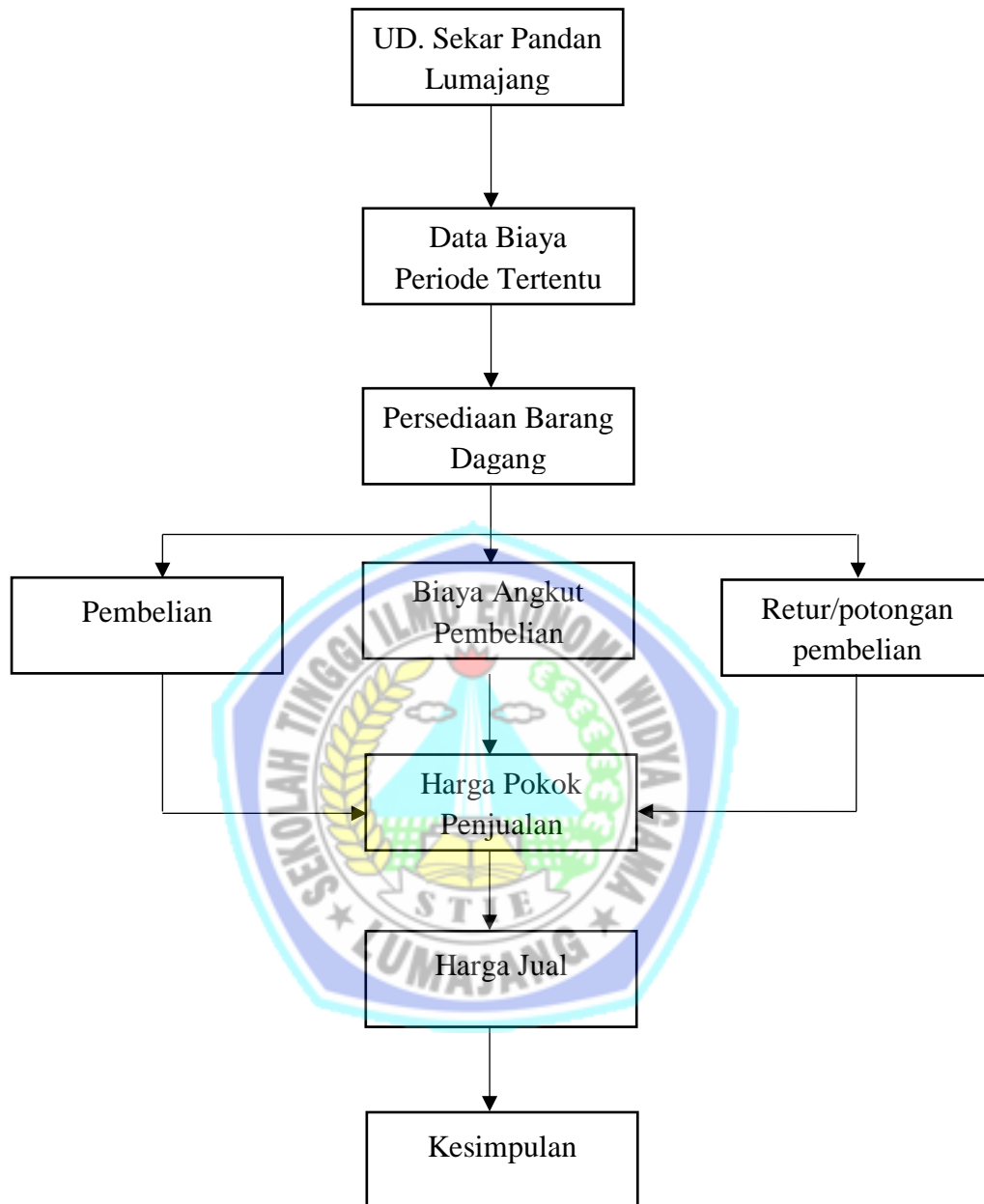
(Asharudin, 2018) berjudul Analisis Harga Pokok Penjualan Pada Laba Di Apotik Kimia Farma No.66 Luwuk hasil penelitian menunjukkan perhitungan Harga Pokok Penjualan dari tahun 2013 sampai dengan 2014 dapat diketahui Laba yang diperoleh belumlah optimal karena target penjualan yang ditetapkan setiap tahunnya belum tercapai. Penurunan laba yang terjadi disebabkan menurunnya

penjualan resep kredit serta biaya operasional yang tidak mengalami perbedaan yang cukup berarti.

### **2.3 Kerangka Berpikir**

Usaha dagang pada UD. Sekar Pandan merupakan usaha yang bergerak dibidang penjualan barang alat dapur seperti panci, wajan, dandang, loyang dan lain – lain. Usaha ini mempunyai nilai potensi yang cukup tinggi untuk di kembangkan karena masih ada permintaan mengenai barang tersebut yang masih mempertahankan nilai tradisionalnya. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan UD. Sekar Pandan Lumajang. Pengusaha harus mengetahui informasi tentang harga pokok produksi yang merupakan unsur penting dalam penetapan harga jual produk. Dengan perhitungan harga pokok produksi yang tepat, pengusaha buah dapat menghitung keuntungan yang mungkin didapat. Penentuan harga pokok produksi yang tepat akan mempermudah perusahaan buah ini didalam menetapkan harga jual. Kerangka pemikiran penelitian ini dapat dilihat pada bagan dibawah ini :





Gambar : 2.1

Struktur Kegiatan Operasional Pereusahaan

Sumber : UD. Sekar Pandan Lumajang