

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Pengertian Akuntansi Biaya**

Kegiatan produksi dan penjualan sangat erat hubungannya dengan biaya. Untuk lebih memahami dan mengerti tentang biaya, maka terlebih dahulu akan dibahas tentang pengertian akuntansi biaya itu sendiri. Adapun definisi akuntansi biaya menurut beberapa ahli yaitu:

Definisi akuntansi biaya menurut (Wijaya et al. 2022) akuntansi biaya adalah proses pengukuran, penganalisaan, perhitungan, dan pelaporan biaya, profitabilitas, dan kinerja operasi untuk kepentingan internal perusahaan.

Definisi akuntansi biaya menurut (Lestari 2017) akuntansi biaya adalah suatu bidang akuntansi yang diperuntukkan bagi proses pelacakan, pencatatan, dan pelaporan keuangan maupun non keuangan mengenai penggunaan biaya atau sumber daya dalam organisasi.

Definisi akuntansi biaya menurut (Bastian Bustami. Nurlela 2013) akuntansi biaya merupakan perangkat yang dibutuhkan manajemen untuk aktivitas perencanaan dan pengendalian, memperbaiki kualitas, meningkatkan efisiensi serta membuat keputusan-keputusan yang bersifat rutin maupun strategis.

Definisi akuntansi biaya menurut (Nurfauziah et al. 2023) akuntansi biaya adalah proses mencatat semua biaya produksi, apakah bisnis itu memproduksi produk, memberikan layanan, atau menjual barang eceran. Akuntansi biaya digunakan untuk semua jenis bisnis. Seringkali, akuntansi

biaya timpang tindih dengan jenis akuntansi lainnya, seperti akuntansi keuangan dan akuntansi manajemen.

Akuntansi biaya adalah informasi tentang biaya produksi untuk kepentingan kegiatan manajemen perusahaan industri, yang meliputi bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik, penyimpanan, dan penjualan produk jadi (Sujarweni 2015)

Menurut (Mulyadi 2014) dalam bukunya yang berjudul “Akuntansi Biaya” mendefinisikan, akuntansi biaya adalah proses pencatatan, penggolongan, peringkasan, dan penyajian biaya, pembuatan dan penjualan produk atau jasa, dengan cara-cara tertentu, serta penafsiran terhadapnya.

Berdasarkan pengertian-pengertian diatas dapat disimpulkan pengertian dari akuntansi biaya adalah suatu proses pencatatan, perhitungan, penyajian biaya atas aktivitas perencanaan dan pengendalian ekonomi produksi serta pengambilan keputusan yang tepat bagi para pemakainya.

## **2. Tujuan Akuntansi Biaya**

Dalam akuntansi biaya menurut (Mulyadi 2014) memiliki pokok tujuan utama, diantaranya yaitu:

### **a. Pengendalian Biaya**

Pengendalian biaya ini terlebih dahulu didahului dengan penentuan biaya yang seharusnya dikeluarkan dalam memproduksi satuan pokok. Jika suatu biaya yang harusnya telah ditetapkan, akuntansi biaya bertugas dalam memantau apakah pengeluaran biaya yang sesungguhnya sudah sesuai dengan biaya yang seharusnya tersebut.

b. Penentuan *cost* produk

Dalam penentuan *cost* produk, akuntansi biaya bertugas untuk mencatat, menggolongkan, dan meringkas biaya-biaya pembuatan produk atau penyerahan jasa. Biaya selanjutnya dikumpulkan dan disajikan ialah biaya yang telah terjadi dimasa lalu atau disebut biaya historis. Pada umumnya, akuntansi biaya dalam menentukan *cost* produk ini ditujukan dalam memenuhi kebutuhan pihak luar perusahaan.

c. Pengambilan keputusan khusus

Dalam pengambilan keputusan khusus menyangkut adanya masalah dimasa yang akan mendatang. Oleh karen aitu, informasi secara relevan dengan pengambilan keputusan khusus selalu berhubungan dengan adanya informasi masa yang datang. Informasi biaya tidak dicatat dalam catatan akuntansi.

### 3. Pengertian Biaya

Berbagai macam pengertian dan definisi biaya yang berbeda karena tidak jarang terdapat suatu perbedaan persepsi. Menurut ahli akuntansi (Mulyadi 2014) dalam artian luas bahwa biaya adalah suatu pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu.

Dari definisi diatas maka terdapat 4 unsur, yakni terdiri atas:

- a. Diukur dalam satuan uang
- b. Biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi

- c. Pengorbanan tersebut untuk tujuan tertentu
- d. Yang telah terjadi atau yang secara potensial akan terjadi

Sedangkan menurut (Mulyadi 2014) dalam pengertian sempit biaya didefinisikan sebagai pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh aktiva. Untuk membedakan pengertian biaya dalam arti luas, pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh aktiva ini disebut dengan istilah harga pokok. Dalam istilah harga pokok digunakan untuk menunjukkan pengorbanan sumber ekonomi dalam pengalihan bahan baku menjadi suatu produk.

Pengertian biaya merupakan pengorbanan untuk memperoleh harta, sedangkan beban merupakan pengorbanan untuk memperoleh pendapat. Semua aktivitas dapat di ukur dengan satuan uang yang lazim disebut biaya dalam dunia bisnis (Massie, Saerang, and Tirayoh 2018).

#### **4. Klasifikasi Biaya**

Klasifikasi atau penggolongan merupakan suatu cara pengelompokan secara sistematis atau dengan keseluruhan elemen yang ada di dalam suatu golongan-golongan tertentu secara lebih ringkas untuk mendapatkan informasi yang lebih penting. Dalam memperoleh keputusan secara tepat, maka didalam manajemen diperlukan data yang terperinci dan relevan dengan keputusan yang dapat diambil, karena itu agar data biaya yang dihasilkan akuntansi menjadi efektif, maka pengumpulan dan penggolongan data harus direncanakan. Penggolongan biaya harus sesuai dengan tujuan dan informasi pada sasaran yang tepat, untuk tujuan yang berbeda maka

diperlukan penggolongan biaya yang berbeda pula, satu penggolongan biaya tidak dapat digunakan untuk semua tujuan dalam penyajian informasi biaya.

Dalam hal ini, maka penggolongan biaya adalah sebagian tujuan untuk memenuhi kepentingan bagi manajemen dalam hal:

- a. Pengawasan biaya
- b. Perencanaan laba
- c. Penetapan harga jual dan kebijakan harga
- d. Penelitian persediaan
- e. Penyajian data biaya secara relevan untuk proses analisa dalam pengambilan keputusan.

Biaya bukan hanya sebagai faktor yang harus dipertimbangan oleh suatu manajemen dalam pelaksanaan fungsinya. Seorang manajer dalam mengelola suatu perusahaan harus berdasarkan pada informasi biaya yang lengkap dan dapat dikumpulkan atau dengan kata lain harus diadakan suatu pengalokasian biaya yang digolongkan sesuai keperluan dan tujuan manajemen.

Dalam akuntansi biaya menurut (Mulyadi 2014) biaya dapat digolongkan dalam berbagai macam cara yaitu:

- a. Biaya Menurut Objek Pengeluaran

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

#### b. Biaya Menurut Fungsi Pokok Dalam Penjualan

Dalam perusahaan manufaktur, ada tiga fungsi pokok, yaitu fungsi pemasaran, fungsi produksi dan fungsi administrasi dan umum. Oleh karena itu, dalam perusahaan manufaktur, biaya dapat dikelompokkan menjadi 3 kelompok:

- 1) Biaya Produksi, yaitu biaya-biaya yang terjadi untuk mengelola suatu bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Menurut objek pengeluarannya, secara garis besar biaya produksi dibagi menjadi biaya tenaga kerja langsung, biaya bahan baku dan biaya *overhead* pabrik.
- 2) Biaya Administrasi dan Umum, yaitu biaya-biaya untuk mengkoordinir kegiatan produksi dan pemasaran produk.
- 3) Biaya Pemasaran yaitu biaya-biaya yang terjadi dalam pelaksanaan kegiatan pemasaran produk.

#### c. Biaya Menurut Hubungan Biaya Dengan Sesuatu Yang Dibiayai

Sesuatu yang dapat dibiayai berupa produk atau departemen. Dalam hubungannya dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu:

- 1) Biaya Langsung adalah biaya-biaya yang dapat terjadi, menjadi penyebab satu-satunya karena ada sesuatu yang dibiayai. Biaya langsung terdiri atas biaya tenaga kerja dan biaya bahan baku.
- 2) Biaya Tidak Langsung adalah biaya yang terjadi tidak hanya dapat disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai. Biaya ini disebut dengan kata lain biaya *overhead* pabrik.

d. Biaya Menurut Perilaku Dalam Hubungannya Dengan Perubahan Volume Aktivitas

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

1) Biaya Variabel

Biaya variabel didefinisikan sebagai biaya yang jumlah totalnya dapat berubah sebanding dengan volume kegiatan.

2) Biaya *Semifixed*

Biaya *semifixed* adalah biaya yang tetap untuk tingkat volume kegiatan tertentu dan dapat berubah dengan jumlah yang konstan pada volume produksi tertentu.

3) Biaya Semi Variabel

Biaya semi variabel sebagai biaya yang dapat berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Di dalam biaya ini terdapat unsur biaya tetap dan variabel.

4) Biaya Tetap

Biaya tetap didefinisikan sebagai biaya yang jumlah total dalam kisaran volume kegiatan tertentu.

e. Biaya Atas Dasar Jangka Waktu Manfaatnya

Menurut dasar jangka waktunya, biaya ini dibagi menjadi dua yaitu:

1) Pengeluaran Pendapatan (*Revenue Expenditures*)

Pengeluaran pendapatan dapat didefinisikan bahwa biaya hanya mempunyai manfaat dalam periode akuntansi saat terjadi pengeluaran

tersebut. Contoh: Pada biaya pemeliharaan mesin, biaya komisi penjualan dan biaya telepon.

## 2) Pengeluaran Modal (*Capital Expenditures*)

Pengeluaran modal adalah biaya yang memiliki manfaat lebih dari satu periode akuntansi dimana suatu pengeluaran tersebut terjadi, tetapi dapat dibagikan kepada periode-periode yang menikmati manfaat dari pengeluaran tersebut. Pada saat terjadi pengeluaran modal tersebut dicatat sebagai harga pokok aktiva, dan pembebanan kepada periode akuntansi yang dapat menikmatinya. Dapat dilakukan dengan cara mengalokasikan sebagian harga pokok aktiva tersebut sebagai depresiasi, amortisasi dan jenis biaya yang lainnya.

## 5. Pengertian Biaya Produksi

Menurut (Mulyadi 2014) mendefinisikan biaya produksi adalah biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Secara garis besar biaya produksi ini dibagi menjadi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik.

Menurut (Harnanto 2017) mendefinisikan bahwa biaya produksi adalah biaya-biaya yang dianggap melekat pada produk meliputi biaya, baik langsung maupun tidak langsung dapat diidentifikasi dengan kegiatan pengolahan bahan baku menjadi produk jadi.

Menurut (Riwayandi 2014:10 dalam Nurul Qomariah, Anggarani, and Hasan 2021) biaya produksi (*manufacturing cost*) adalah biaya yang

berhubungan fungsi produksi. Biaya produksi terdiri dari biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik.

Dari ketiga pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa biaya produksi merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi untuk mengubah bahan baku menjadi bahan jadi yang akan dijual.

## **6. Biaya Produksi dan Biaya Non Produksi**

Dalam pengelompokan biaya produksi, terdapat dua yang dapat diidentifikasi secara langsung dalam suatu produk dan ada juga biaya yang tidak dapat diidentifikasi dalam suatu produk.

Menurut (Mursyidi 2014) pengelompokan biaya produksi dari suatu perusahaan manufaktur dibagi menjadi 3:

### **a. Biaya Bahan Baku Langsung**

Biaya bahan baku langsung adalah biaya yang secara langsung membentuk produk secara jadi. Elemen biaya-biaya bahan baku langsung terdiri dari penerimaan, pembelian, penggudangan, dan lain-lain.

### **b. Biaya Tenaga Kerja Langsung**

Biaya tenaga kerja langsung adalah tenaga kerja yang dapat secara langsung mengubah bahan baku menjadi suatu produk, serta pada pembiayaan dapat ditelusuri pada jenis produk yang dapat dihasilkan.

c. Biaya Produksi Tidak Langsung

Biaya *overhead* pabrik terdiri atas bahan baku tidak langsung (*indirect material*), tenaga kerja tidak langsung (*indirect labor*), dan semua biaya produksi yang tidak dapat dibebankan secara langsung pada suatu produk lain selain bahan baku langsung dan biaya tenaga kerja langsung. Bahan baku tidak langsung hanya sebagai pelengkap dalam memperlancar suatu produksi, misal seperti bahan pemelihara fasilitas. Sedangkan pada biaya tenaga kerja tidak langsung adalah suatu tenaga kerja yang tidak memiliki akibat secara langsung pada saat pembentukan produk, seperti pegawai bangkai, supervisor, dan tenaga kerja administrasi pabrik.

Biaya non produksi adalah suatu biaya yang terjadi atau biaya yang dikeluarkan untuk digunakan sebagai bahan pelengkap atau pembantu, contoh seperti biaya administrasi umum dan biaya penjualan atau pemasaran.

a. Penjualan

Beban pokok penjualan yang termasuk gaji, biaya iklan, biaya manufaktur, sewa, semua biaya dan pajak secara langsung.

b. Umum

Suatu beban usaha umum dan pajak yang secara langsung hubungan dengan operasi umum perusahaan, tetapi tidak berkaitan dengan dua kategori lainnya.

c. Administrasi

Gaji eksekutif dan pendukung lainnya serta semua pajak yang berkaitan dengan administrasi perusahaan secara keseluruhan.

## 7. Elemen Biaya Produksi

Sebelum mengetahui harga jual produk, maka terlebih dahulu harus diketahui pada jenis-jenis biaya yang termasuk dalam unsur-unsur harga jual tersebut. Unsur-unsur atau elemen biaya tersebut ialah terdiri atas:

a. Biaya Bahan Baku

Biaya bahan baku adalah jumlah dari bahan baku yang digunakan dalam proses produksi. Dalam hal ini, maka bahan baku dan bahan penolong dikalikan dengan harga bahan baku tersebut. Dalam artian secara luas, biaya bahan baku ialah sejumlah biaya-biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh bahan mentah dan bahan pembantu dalam kegiatan produksi untuk menghasilkan sebuah barang jadi yang siap untuk dijual.

b. Biaya *Overhead* Pabrik

Biaya *overhead* pabrik adalah sebuah biaya yang diperlukan dalam kepentingan menjalankan proses produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Biaya *overhead* pabrik terdiri atas tenaga kerja tidak langsung dan biaya-biaya produksi tidak langsung lainnya.

### c. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja langsung adalah sejumlah biaya yang diterbitkan kepada tenaga kerja langsung sebagai suatu penghargaan. Unsur dalam biaya ini meliputi pembebanan semua biaya tenaga kerja yang langsung terlibat dalam proses biaya produksi. Penentuan biaya tenaga kerja langsung dapat dilakukan dengan cara menghitung kerja yang dibutuhkan dalam menghasilkan setiap produk dengan suatu tarif untuk setiap satuan waktu.

## 8. Metode dalam pengumpulan biaya produksi

Dalam pembuatan suatu produk, terdapat 2 kelompok biaya yaitu biaya produksi dan non produksi. Menurut (Mulyadi 2014) biaya produksi merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam pengelolaan bahan baku menjadi produk, sedangkan biaya non produksi merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan non produksi, seperti kegiatan pemasaran dan kegiatan administrasi umum. Cara memproduksi produk dapat dibagi menjadi dua macam yaitu produksi atas dasar pesanan dan produksi massa. Contoh produksi atas pesanan adalah perusahaan mebel dan perusahaan percetakan. Perusahaan yang memproduksi berdasarkan produksi massa melaksanakan pengolahan produksinya untuk memenuhi persediaan gudang, contohnya perusahaan pupuk, semen, makanan ternak, bumbu masak dan tekstil.

Perusahaan memproduksi berdasarkan pesanan, 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 dihasilkan untuk memenuhi pesanan dengan cara membagi total biaya produksi untuk pesanan dalam jumlah satuan produk dalam pesanan yang bersangkutan. Suatu perusahaan yang produksinya berdasarkan pesanan, maka informasi harga pokok produksi per pesanan bermanfaat bagi manajemen dalam menentukan harga jual yang akan dibebankan kepada pemesan.

Pada (Mulyadi 2014) menjelaskan mengenai karakteristik usaha perusahaan yang produksinya berdasarkan pemesanan dari luar maupun dari dalam perusahaan adalah sebagai berikut:

- a. Proses pengolahan produk terjadi secara terputus-putus. Apabila pesanan yang satu telah selesai dikerjakan, proses produksi kemudian dihentikan, dan dimulai pada pesanan berikutnya.
- b. Produksi ditujukan dalam memenuhi pesanan, bukan dalam memenuhi persediaan gudang.
- c. Produk dapat dihasilkan sesuai dengan spesifikasi ditentukan oleh pemesan. Dengan demikian maka yang satu dapat berbeda dengan pemesanan yang lainnya.

## **9. Laba**

### **a. Pengertian Laba**

Setiap perusahaan memiliki tujuan untuk memperoleh laba yang maksimal dalam memasarkan suatu produknya. Setiap laba yang diperoleh

akan berpengaruh terhadap kelangsungan hidup suatu perusahaan tersebut.

Laba adalah keuntungan bersih yang didapatkan oleh suatu perusahaan atau individu dari kegiatan ekonomi yang dilakukannya. Dalam ilmu akuntansi, laba adalah selisih positif antara pendapatan dari penjualan dengan biaya produksi yang dikeluarkan dalam periode tertentu. Dalam hal ini, laba merupakan alat ukur keberhasilan manajemen perusahaan dalam menjalankan usahanya dimana indikatornya adalah pendapatan dan biaya.

Dalam menentukan laba, terdapat beberapa unsur yang harus dipenuhi, yaitu:

1) Pendapatan (*Revenue*)

Pendapatan adalah kenaikan aktiva atau penurunan kewajiban perusahaan dalam satu periode akuntansi. Sederhananya pendapatan merupakan hasil yang didapatkan setelah melakukan kegiatan bisnis atau pekerjaan.

2) Beban (*Expense*)

Beban adalah sesuatu yang menjadi pengeluaran perusahaan demi untuk mendapatkan hasil yang diinginkan. Beban juga dapat diartikan sebagai kenaikan kewajiban untuk menunjang kebutuhan operasional dalam satu periode tertentu.

3) Biaya (*Cost*)

Biaya adalah semua pengorbanan yang perlu dilakukan untuk melaksanakan suatu proses produksi, yang dinyatakan dengan satuan

uang sesuai harga pasar yang berlaku, baik yang sudah terjadi maupun yang akan terjadi.

#### 4) Untung dan Rugi (*Profit and Loss*)

Unsur untung dan rugi merupakan bagian dari laba, dimana setiap bisnis pasti akan mengalaminya. Keuntungan adalah peningkatan ekuitas atau aktiva bersih yang berasal dari semua transaksi perusahaan. Sedangkan kerugian adalah penurunan aktiva bersih atau ekuitas yang berasal dari transaksi tambahan.

#### 5) Penghasilan (*Income*)

Penghasilan adalah hasil akhir yang didapatkan dari perhitungan pendapatan serta keuntungan setelah dikurangi dengan beban dan kerugian pada satu periode tertentu.

### b. Pengklasifikasian Laba

Terdapat pengklasifikasian laba antara lain:

- 1) Laba kotor atas penjualan yang adalah merupakan selisih dari adanya penjualan bersih, laba ini dapat dikatakan laba kotor hasil penjualan bersih belum dikurangi dengan beban-beban operasi lainnya dalam periode tertentu.
- 2) Laba bersih sebelum potongan pajak yaitu suatu pendapatan perusahaan yang secara keseluruhan sebelum potongan pajak perseroan, yang apabila suatu laba operasi tersebut dikurangi atau dapat ditambah dengan selisih pendapatan lain dan biaya kepada perusahaan. Dengan memperoleh suatu laba yang maksimal dapat

menentukan bahwa suatu perusahaan tersebut dikatakan baik. Selain itu laba sebagai salah satu sumber dana usaha perusahaan. Dengan menerapkan laba untuk tujuan utama perusahaan, sebagai arah dasar dalam menekankan pada tingkat biaya, sehingga dapat memaksimalkan laba penjualan dengan cara meminimalkan biaya dan laba maksimal akan dapat dicapai sesuai dengan tujuan.

### c. Faktor dan Jenis Laba

Menurut (Rahardjo 2013) faktor-faktor yang mempengaruhi laba adalah sebagai berikut:

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

Sedangkan jenis-jenis laba dengan perhitungannya menurut (Wardiyah 2017) terdiri atas:

- 1) Laba kotor (Gross Profit) adalah selisih antara penjualan bersih dengan harga pokok penjualan. Disebut dengan laba kotor karena jumlahnya masih harus dikurangi dengan biaya-biaya usaha lainnya.

- 2) Laba bersih merupakan angka terakhir untuk perhitungan laba rugi yang dapat diperoleh dari laba operasi ditambah dengan pendapatan lain-lain.
- 3) Laba dari selisih operasi antara laba kotor dengan total beban operasi.

#### d. Konsep Laba

Dalam perusahaan sasaran yang dituju dan yang menjadi tujuan suatu perusahaan adalah menghasilkan laba. Jumlah laba secara maksimal dapat dijadikan sebagai alat ukur secara efektifitas, laba disebut sebagai selisih antara pendapatan dan pengeluaran. Suatu biaya menjadi kaitannya dengan perolehan laba, dengan meminimalkan biaya, maka akan diperoleh laba yang maksimal.

Di suatu perusahaan yang dapat dikatakan baik dapat dilihat dari suatu konsepnya. Suatu perusahaan yang baik memiliki konsep yang tepat dalam proses bisnis dan usaha.

Hal ini dapat dilihat dengan posisi pendapatan, biaya dalam laba pada uraian dibawah ini sebagai berikut:

Penjualan Netto	xxx
Beban Pokok Penjualan	<u>xxx-</u>
Laba (rugi) kotor	xxx
Beban Operasi	<u>xxx-</u>
Laba (rugi) Operasi	xxx

## 10. Metode Penentuan Harga Pokok Produksi

Metode penentuan harga pokok produksi adalah suatu cara dalam memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam harga pokok produksi. Dalam memperhitungkan suatu unsur-unsur biaya dalam harga produksi, terdapat dua pendekatan yaitu metode *full costing* dan *variabel costing*.

### a. Full Costing

*Full costing* merupakan suatu metode dalam penentuan harga pokok produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi ke dalam harga pokok produksinya. Pada metode *full costing* ini terdiri atas biaya tenaga kerja langsung, biaya bahan baku dan biaya *overhead* pabrik variabel maupun tetap kemudian ditambah dengan biaya non produksi yang terdiri atas biaya pemasaran, biaya administrasi dan umum.

Tabel 2.1  
Perhitungan Metode *Full Costing*

Perhitungan Harga Pokok Produksi dengan METODE <i>FULL COSTING</i>	
Biaya bahan baku	xxx
Biaya tenaga kerja langsung	xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik variabel	xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik tetap	<u>xxx+</u>
Harga Pokok Produksi	xxx

Sumber : (Mulyadi 2014)

b. *Variabel Costing*

*Variabel costing* merupakan sebuah metode penentuan harga pokok produksi yang hanya memperhitungkan suatu biaya produksi yang berperilaku variabel ke dalam harga pokok produksi. Harga pokok produksi dihitung dengan cara pendekatan *variabel costing*. Yang terdiri atas biaya tenaga kerja langsung, biaya bahan baku, dan biaya *overhead* pabrik variabel ditambah dengan biaya non produksi variabel yang terdiri atas biaya pemasaran variabel, dan biaya administrasi dan umum variabel dan juga biaya tetap terdiri atas biaya pemasaran, biaya *overhead* pabrik tetap dan biaya administrasi dan umum tetap.

Tabel 2.2  
Perhitungan Metode *Variabel Costing*

Perhitungan Harga Pokok Produksi dengan METODE <i>VARIABEL COSTING</i>	
Biaya bahan baku	xxx
Biaya tenaga kerja langsung	xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik variabel	xxx+
Harga Pokok Produksi	xxx

Sumber : (Mulyadi 2014)

## 11. Harga Jual

a. Pengertian Harga Jual

Penetapan harga jual yang tepat adalah salah satu faktor penting bagi perusahaan. Kurang berarti jika sebuah perusahaan dapat memproduksi barang yang sangat baik namun tidak dapat menetapkan harga jual dengan tepat untuk barang produksinya. Harga jual adalah nilai tukar

suatu barang atau jasa, yaitu jumlah uang yang pembeli sanggup membayar kepada penjual untuk suatu barang tertentu.

Harga jual adalah sejumlah kompensasi (uang ataupun barang) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi barang atau jasa. Perusahaan akan selalu menetapkan harga produknya dengan harapan produk tersebut laku terjual dan boleh memperoleh laba yang maksimal. Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa harga jual adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi suatu barang atau jasa ditambah dengan presentase laba yang diinginkan perusahaan, karena itu untuk mencapai laba yang diinginkan oleh perusahaan salah satu cara yang dilakukan untuk menarik minat konsumen adalah dengan cara menentukan harga yang tepat untuk produk yang dijual. Harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk suatu barang dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.

#### b. Tujuan Penetapan Harga Jual

Dalam penentuan suatu harga jual terlebih dahulu dimulai dengan adanya pertimbangan atas tujuan penemuan harga, adapun menurut Kotler dan Keller (Sujarweni 2015) beberapa tujuan dalam penentuan harga jual yaitu:

##### 1) Kelangsungan Hidup

Perusahaan dapat mengejar kelangsungan hidup sebagai arah tujuan utamanya, jika mengalami kapasitas lebih, persaingan secara ketat,

atau perubahan keinginan konsumen. Untuk menjaga agar suatu pabrik dapat beroperasi dan persediaan dapat berputar, mereka sering melakukan penurunan harga. Selama harga dapat menutup harga biaya variabel dan sebagian biaya tetap, perusahaan tersebut dapat berjalan. Kelangsungan hidup hanya sebagai jangka pendek, tetapi dalam jangka panjang, perusahaan harus dapat meningkatkan nilainya.

## 2) Laba Sekarang Maksimum

Banyak perusahaan menetapkan harga yang memaksimalkan labanya sekarang. Mereka dapat memperkirakan bahwa permintaan dan biaya sehubungan sebagai alternatif harga dan memilih harga yang akan menghasilkan laba, arus kas, atau pengembalian investasi yang maksimum.

## 3) Pertumbuhan Penjualan Maksimum

Perusahaan lainnya ingin memaksimalkan unit penjualan. Mereka percaya bahwa volume penjualan yang lebih tinggi akan menghasilkan biaya per unit yang lebih rendah dan laba jangka panjang yang lebih tinggi. Mereka menetapkan harga terendah dengan cara mengasumsikan bahwa pasar sensitif terhadap harga. Ini disebut juga dengan penetapan harga penetrasi pasar.

## 12. Faktor-Faktor Yang Dipertimbangkan dalam Penentuan Harga Jual

Menurut (Tjiptono 2014) terdapat 2 faktor utama yang perlu dipertimbangkan dalam menetapkan harga jual, antara lain:

a. Faktor Internal Perusahaan yang terdiri atas:

- 1) Sasaran Pemasaran
- 2) Biaya
- 3) Strategi *Marketing-Mix*
- 4) Pertimbangan Organisasi

b. Faktor Eksternal Perusahaan yang terdiri atas:

- 1) Persaingan
- 2) Pasar dan Permintaan
- 3) Faktor Eksternal Lain

## 13. Metode dalam Penentuan Harga Jual

Faktor biaya merupakan faktor yang berasal dari perusahaan, sehingga lebih mudah dalam menanganinya. Biaya juga menggambarkan batas minimum yang harus dipenuhi perusahaan untuk harga jual produk.

Menurut (Patimah et al. 2022), metode penentuan harga jual yang berdasarkan biaya dalam bentuk paling sederhana yaitu:

a. *Cost plus pricing method*

Penentuan harga jual *cost plus pricing*, biaya yang digunakan sebagai dasar penentuan, dapat didefinisikan sesuai dengan metode penentuan harga pokok produk yang digunakan. Dalam metode ini, penjual

menetapkan harga untuk satu unit barang yang besarnya sama dengan jumlah biaya per unit, ditambah dengan suatu jumlah laba yang diinginkan. Dalam menghitung *cost plus pricing*, digunakan rumus:

$$\text{Harga Jual} = \text{Biaya Total} + \text{Margin}$$

Sumber: (Patimah et al. 2022)

b. *Mark up pricing method*

*Mark up pricing* paling banyak digunakan oleh para pedagang. Para pedagang akan menentukan harga jualnya dilakukan dengan cara menambahkan mark up yang diinginkan pada suatu harga beli per satuan. Presentase yang akan ditetapkan berbeda untuk setiap jenis barang. Dalam menghitung suatu harga jualnya, menggunakan rumus:

$$\text{Harga Jual} = \text{Harga} + \text{Mark up}$$

Sumber: (Patimah et al. 2022)

c. Penentuan harga oleh produsen

Dalam metode ini, harga yang ditetapkan oleh perusahaan adalah awal dari rangkaian harga yang ditetapkan oleh perusahaan-perusahaan lain dalam saluran distribusi. Karena itu, penetapan harga oleh produsen memegang peranan penting dalam menentukan harga akhir barang. Dalam menetapkan harga jual, produsen dapat berorientasi pada biaya. Proses penetapan dimulai dengan menghitung biaya per unit barang yang dihasilkan, kemudian menambahkan sejumlah *mark up* tertentu.

Menurut (Ahmad 2013) menyatakan bahwa biaya merupakan komponen penting yang harus dipertimbangkan dalam penentuan harga jual produk atau jasa. Harga jual produk atau jasa pada umumnya ditentukan dari jumlah jumlah biaya ditambah jumlah tertentu yang disebut dengan *mark*. Cara penentuan harga jual tersebut dikenal dengan pendekatan *Cost-Plus*. *Cost-Plus* adalah nilai biaya tertentu ditambah dengan kenaikan yang ditentukan. Dalam konsep perhitungan harga pokok dikenal dengan dua pendekatan, yaitu:

- 1) Perhitungan harga pokok penuh (*Full Costing*). Dalam pendekatan ini, harga pokok produksi terdiri atas biaya-biaya yang berkaitan dengan pembuatan produk yang bersifat variabel maupun bersifat tetap.
  - a) Bahan Baku Langsung
  - b) Upah Langsung
  - c) Biaya *Overhead* pabrik-*variable*
  - d) Biaya *Overhead* pabrik-tetap
  
- 2) Perhitungan harga pokok variabel (*Variabel Costing*). Dalam pendekatan ini, yang dimasukkan sebagai komponen harga pokok produk adalah seluruh biaya-biaya yang bersifat variabel tersebut adalah:
  - a) Biaya Bahan Baku Langsung
  - b) Biaya tenaga kerja langsung
  - c) Biaya penjualan variabel

d) Biaya umum dan administrasi variabel

Menurut (Sodikin, Slamet 2015) dalam metode *cost plus pricing* adanya beberapa pendekatan dalam menentukan suatu harga jual yaitu sebagai berikut:

a. Biaya Produksi Penuh (*Full Costing*)

Pada pendekatan ini, suatu biaya produk terdiri atas biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik tetap dan variabel. Harga jual yang ditargetkan berupa biaya produksi penuh ditambah dengan *mark up*. *Mark up* dibuat sebagai fungsi dalam menutup pada seluruh biaya selain biaya produksi penuh. Rumus dalam menentukan presentase pada *mark up* adalah:

$$\% \text{ Mark up} = \frac{(\text{Target ROI}) + \text{Total Biaya Pemasaran dan Administrasi}}{\text{Biaya Produksi Penuh}} \times 100\%$$

Sumber: (Sodikin, Slamet 2015)

b. Biaya Penuh (*Full Cost*)

Pendekatan kedua dalam menentukan harga jual adalah *full cost*. *Full cost* adalah seluruh total biaya perusahaan yang terdiri atas biaya produksi total dan biaya produksi non produksi total. Rumus dalam menentukan presentase *mark up* dalam pendekatan *full cost* adalah:

$$\% \text{ Mark Up} = \frac{\text{Target ROI}}{\text{Biaya dalam unit} \times \text{Total biaya penuh per unit}} \times 100\%$$

Sumber: (Sodikin, Slamet 2015)

c. Biaya Produksi Variabel (*Variabel Costing*)

Dalam pendekatan ini, biaya produk yang hanya terdiri atas biaya variabel yang diperlukan dalam memproduksi barang/jasa. Elemen-elemen atau unsur hanya terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik. Pada biaya *overhead* pabrik dianggap bukan sebagai biaya produksi, namun sebagai biaya periode. *Mark up* menurut pendekatan ini digunakan dalam menutup pada biaya selain biaya produksi variabel. Rumus dalam menentukan presentase *mark up* pada pendekatan *variabel costing* yaitu sebagai berikut:

$$\% \text{ Mark Up} = \frac{(\text{Target ROI}) + \text{Biaya Tetap} + \text{Biaya Non Produksi}}{\text{Biaya Produksi Variabel}} \times 100\%$$

Sumber: (Sodikin, Slamet 2015)

d. Biaya Variabel (*Variabel Cost*)

Dasar dari pendekatan *variabel cost* yaitu pada seluruh biaya variabel baik pada biaya produksi variabel maupun pada biaya non produksi variabel. Jadi pada *mark up* digunakan dalam menutup seluruh biaya selain pada biaya variabel (baik produksi maupun pada non produksinya). Pada biaya selain biaya variabel yang adalah biaya tetap (baik *overhead* maupun non produksi yang sifatnya tetap). Rumus dalam menentukan presentase *mark up* dalam pendekatan *variabel cost* adalah:

$$\% \text{ Mark Up} = \frac{\text{Target ROI} + \text{Biaya Tetap}}{\text{Biaya Produksi Variabel}} \times 100\%$$

Sumber: (Sodikin, Slamet 2015)

## B. Penelitian Terdahulu

Berikut beberapa penelitian yang pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya dirangkum pada tabel berikut:

Tabel 2.3  
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti/Tahun	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	(Aftahira 2019)	Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi dan Harga Jual Pada PT. Kemilau Bintang Timur Kabupaten Luwu	Deskriptif Kuantitatif	Jadi dalam penentuan harga pokok produksi perusahaan belum menerapkan teori akuntansi yang lazim digunakan. Dalam menghitung biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung sudah dilakukan secara tepat. namun dalam menghitung biaya <i>overhead</i> pabrik masih kurang tepat, karena belum memasukkan beberapa unsur biaya <i>overhead</i> pabrik dalam perhitungan, seperti unsur biaya penyusutan mesin, biaya bahan bakar dan biaya tenaga kerja tidak langsung ke dalam biaya <i>overhead</i> pabrik. Dan dalam menentukan harga jual, perusahaan hanya melihat harga pasaran yang saat itu sedang berlaku dan dalam menentukan harga jualnya akan terjadi tawar-menawar antara perusahaan dan induk market untuk dasar penentuan harga jual sehingga diperoleh harga jual atas dasar kesepakatan keduanya.
2.	(Lambajang 2013)	Analisis perhitungan biaya produksi menggunakan metode variabel costing PT. Tropica Cocoprime	Kualitatif Kuantitatif	Perhitungan biaya produksi menggunakan metode <i>variabel costing</i> , dapat membantu perusahaan dalam menghitung biaya produksi dimana metode <i>variabel costing</i> memisahkan antara biaya-biaya produksi dan non produksi yaitu biaya tetap, biaya semi variabel. Dimana biaya yang dihasilkan dapat

				mengurangi biaya produksi yang ada dalam perusahaan tersebut, dan menghasilkan laba yang tinggi dibandingkan dengan metode <i>full costing</i> yang digunakan perusahaan.
3.	(Susanti 2019)	Analisis Pokok Produksi terhadap penentuan harga jual ayam goreng studi kasus pada usaha mitra super chicken di sukoharjo	Kuantitatif	Hasil dari penelitian ini adalah terjadi perbedaan pengelompokan biaya produksi antara metode perusahaan, <i>full costing</i> , dan metode <i>variabel costing</i> . Berdasarkan perbandingan perhitungan perusahaan, metode <i>full costing</i> dan <i>variabel costing</i> dalam perhitungan harga pokok produksi pada perusahaan, metode <i>full costing</i> memiliki angka nominal lebih tinggi daripada metode <i>variabel costing</i> , karena disebabkan dalam perhitungan harga pokok produksi pada metode <i>full costing</i> memasukkan semua akun biaya baik yang berjenis variabel maupun tetap.
4.	(Wathon 2021)	Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Dengan Penerapan Metode Variabel <i>Costing</i> dan <i>Full Costing</i> (Studi Kasus pada UD BArokah)	Kualitatif.	Hasil penelitian perhitungan harga pokok produksi dengan metode " <i>full costing</i> " diperoleh biaya sebesar Rp. 25.513.333,- penentu harga pokok produksi dengan metode " <i>variable costing</i> " diperoleh biaya sebesar Rp.21.200.000,-
5.	(Adiwijaya, Tinangon, and Tangkuman 2022)	Analisis Perbandingan Harga Pokok Produksi Dalam Rangka Penentuan Harga Jual Makanan Pada Rumah Makan Tenda Biru di Cabang Piere Tendean	Deskriptif kuantitatif	Hasil dari penelitian ini terdapat perbedaan antara harga pokok produksi perusahaan dengan harga pokok produksi menggunakan metode <i>full costing</i> . Perhitungan HPP dengan metode <i>full costing</i> adalah senilai Rp. 16.089 per porsi dan perhitungan HPP perusahaan adalah senilai Rp. 14.944 per porsi. Terdapat selisih senilai Rp. 1.145 per porsinya.

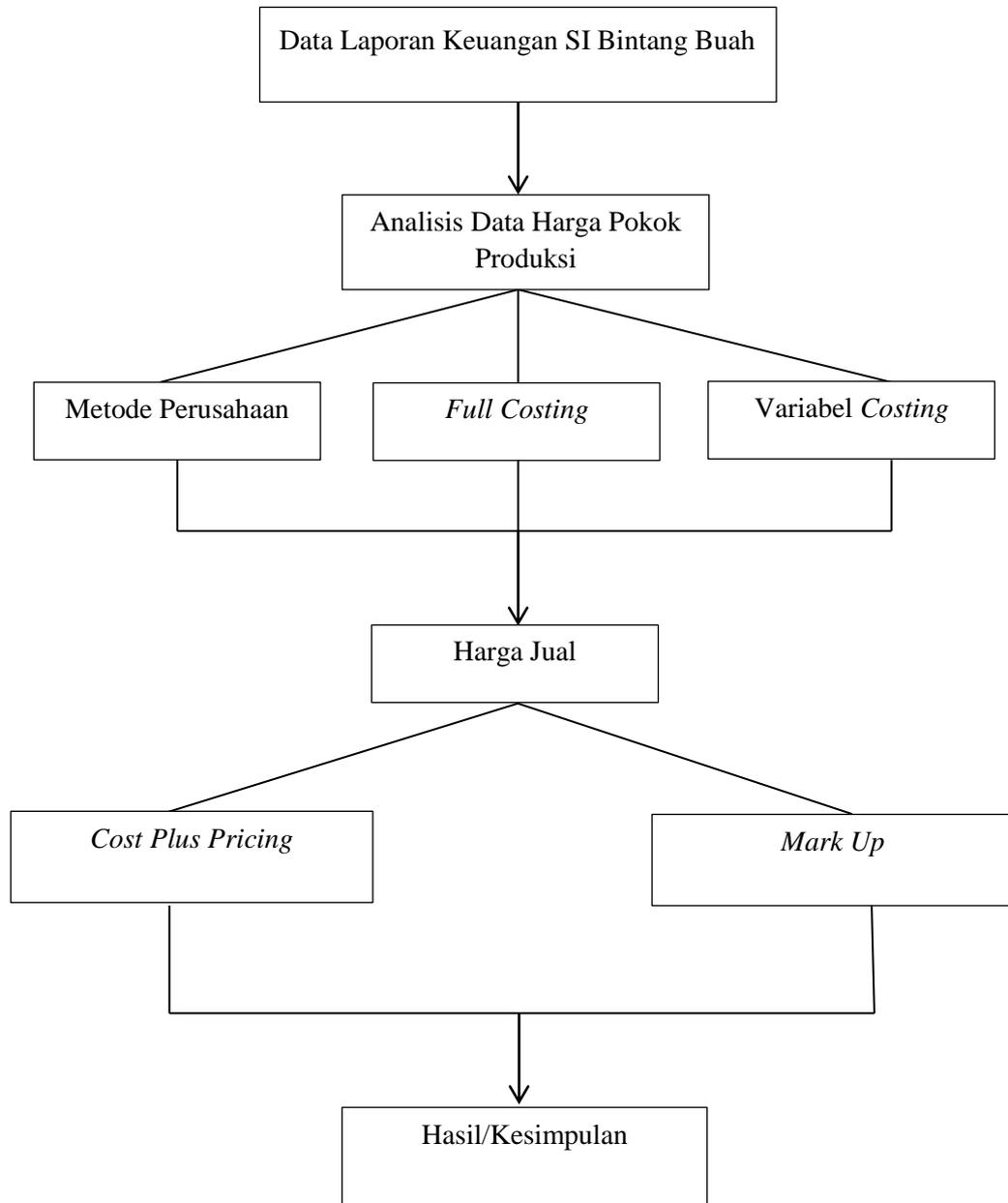
Sumber : Data diolah (2023)

### C. Kerangka Pikir

Dalam sebuah perusahaan selalu mempunyai tujuan dan target-target untuk memasarkan produknya serta dapat memperoleh laba, sebagai kelangsungan kehidupan bagi suatu perusahaan di masa yang akan datang. Di suatu perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur, unsur-unsur biaya produksi adalah unsur terpenting. Dalam biaya produksi sebagai penentu untuk menentukan harga jual. Antara biaya produksi dan harga jual saling keterkaitan. Maka dalam hal ini penulis membuat kerangka teori sebagai arah dan tujuan agar lebih jelas arah dan tujuannya.

Harga pokok produksi merupakan semua biaya langsung dan tidak langsung yang dikeluarkan perusahaan untuk proses produksi. Penentuan harga pokok produksi dilakukan sebelum perusahaan menentukan harga jual. Dalam menentukan harga pokok produksinya, dilakukan dengan dua metode yaitu metode *full costing* dan *variabel costing*. Perusahaan dalam menentukan harga pokok produksi dengan metode perusahaan dilakukan dengan cara menghitung biaya-biaya yaitu biaya bahan baku, biaya pengolahan, dan biaya *overhead* pabrik. Harga jual dapat ditentukan setelah mencari harga pokok produksi, penentuan harga jual dilakukan dengan metode *Cost Plus Pricing*. Pada metode *Cost Plus Pricing* dilakukan untuk penetapan harga jual per unit berdasarkan jumlah biaya per unit ditambah dengan penetapan laba atau margin oleh perusahaan sebesar 25%.

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pikir**



Sumber : Pemikiran Penulis