

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Harga Pokok Produksi

Menurut Supriyono, harga pokok produksi adalah jumlah biaya produksi yang melekat pada produk atau barang yang dihasilkan yang diukur dalam satuan mata uang dalam bentuk kas yang dibayarkan atau nilai jasa yang diserahkan atau dikorbankan, atau utang yang timbul, atau tambahan modal yang diperlukan perusahaan dalam rangka proses produksi baik pada masa lalu maupun masa yang akan datang.(Rokhman, 2022)

Dari segi sistem akuntansi biaya (*cost system*), harga pokok produksi dapat dikelompokkan menjadi dua sistem, yaitu :

- a. Sistem harga pokok sesungguhnya (*actual cost system/direct costing*) adalah sistem pembebanan harga pokok kepada produk yang dihasilkan sesuai dengan harga pokok sesungguhnya. Pada sistem ini harga pokok produksi baru dapat dihitung pada akhir periode setelah biaya sesungguhnya dikumpulkan.
- b. Sistem harga pokok standar (*standard cost system/full costing*) adalah sistem pembebanan harga pokok kepada produk yang dihasilkan sebesar harga pokok yang ditentukan sebelum suatu produk dikerjakan.

Selama ini PT Masa Kini Mandiri menggunakan sistem harga pokok standar (*standard cost system/full costing*) yaitu dengan menjumlahkan

seluruh biaya yang berkaitan dengan produksi koran, baik biaya tetap (*fix cost*) dan biaya tidak tetap (*variabel cost*). Berdasarkan sistem pengumpulannya, harga pokok dibedakan menjadi dua bagian, yaitu:

- a. *Job order cost* adalah metode pengumpulan harga pokok produk untuk setiap pesanan atau kontrak. Pada metode ini, produksi dilakukan untuk memenuhi pesanan pelanggan.
- b. *Process cost* adalah metode pengumpulan harga pokok produk berdasarkan setiap satuan waktu. Pada metode ini proses produksi dilakukan secara terus menerus, barang yang dihasilkan homogen dan perhitungan harga pokok produksi berdasarkan waktu, produksi yang dilakukan adalah untuk memenuhi stok atau persediaan.

Perhitungan biaya dari metode harga pokok proses (*process cost*) adalah :

- a. Laporan harga pokok produksi digunakan untuk mengumpulkan, meringkas dan menghitung harga pokok baik total maupun satuan dan disusun oleh tiap departemen dimana produk diolah.
- b. Biaya produksi periode tertentu dibebankan kepada produk melalui rekening barang dalam proses yang diselenggarakan untuk setiap elemen biaya dan harus diselenggarakan untuk setiap departemen dimana produk diproses.
- c. Produksi dikumpulkan dan dilaporkan untuk satuan waktu atau periode tertentu dan laporan produksi dibuat untuk setiap departemen dimana produk diproses.
- d. Produksi ekuivalen (*equivalent production*) adalah tingkatan atau jumlah produksi dimana pengolahan produk dinyatakan dalam ukuran

produk selesai dan digunakan untuk menghitung harga pokok satuan.

- e. Untuk menghitung harga pokok satuan tiap elemen biaya produksi tertentu, maka elemen biaya produksi tertentu dibagi dengan produksi ekuivalen untuk elemen biaya yang bersangkutan

Beberapa tahap dalam menghitung harga pokok produksi, yaitu :

- a. Menghitung bahan baku yang digunakan

Bahan baku yang digunakan = saldo awal bahan baku + pembelian bahan baku – saldo akhir bahan baku.

- b. Menghitung biaya produksi

Total biaya produksi = bahan baku yang digunakan + biaya tenaga kerja langsung + biaya overhead produksi

- c. Menghitung harga pokok produksi

Harga pokok produksi = total biaya produksi + saldo awal persediaan barang dalam proses produksi - saldo akhir persediaan barang dalam proses produksi

Manfaat penghitungan harga pokok produksi adalah :

- a. Untuk menentukan harga jual produk

Perusahaan yang melakukan produksi secara massal memproses produknya untuk memenuhi kebutuhan permintaan gudang. Dengan demikian penghitungan biaya produksi dilakukan dalam jangka waktu tertentu untuk mengetahui perkiraan biaya produksi per satuan produk. Dalam menetapkan harga jual produk, biaya produksi per satuan produk merupakan salah satu data biaya yang dipertimbangkan disamping data biaya yang lain.

b. Untuk memantau realisasi biaya

Jika rencana produksi untuk jangka waktu tertentu telah diputuskan untuk dilaksanakan, maka manajemen memerlukan penetapan biaya produksi yang sesungguhnya dikeluarkan dalam produksi tersebut. Oleh sebab itu diperlukan informasi biaya produksi yang dikeluarkan dalam jangka waktu tertentu untuk memantau apakah biaya produksi yang dikeluarkan sesuai dengan yang telah diperhitungkan sebelumnya. Pengumpulan data biaya tersebut dilakukan dengan menggunakan metode harga pokok proses.

c. Untuk menghitung laba/rugi bruto periode tertentu

Untuk mengetahui laba/rugi kegiatan produksi dan pemasaran perusahaan dalam periode tertentu, manajemen memerlukan informasi biaya produksi yang telah dikeluarkan untuk memproduksi produk dalam jangka waktu tertentu. Metode harga pokok proses dibutuhkan manajemen untuk mengumpulkan informasi biaya produksi yang sesungguhnya dikeluarkan agar dapat memperoleh informasi laba/rugi bruto tiap periodenya.

d. Untuk menentukan harga pokok produk jadi dan produk dalam proses yang disajikan dalam neraca.

Pada saat manajemen membuat laporan pertanggungjawaban keuangan periodik, maka didalam neraca harus ditampilkan persediaan harga pokok produk jadi dan harga pokok produk dalam proses. Untuk menampilkan data tersebut, manajemen dapat membuatnya berdasarkan data yang telah dikumpulkan dan

menentukan biaya produksi yang melekat pada produk jadi dan produk dalam proses pada tanggal neraca.

2. Harga Jual Produk

Menurut Kotler dan Armstrong, pengertian harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. (Sukmawati Anggita, 2023)

Penentuan harga merupakan salah satu keputusan yang sangat penting bagi manajemen. Harga yang ditetapkan harus dapat menutupi seluruh biaya yang telah dikeluarkan ditambah dengan persentase laba yang diharapkan. Tingkat harga suatu produk dipengaruhi oleh beberapa factor, seperti kondisi perekonomian, penawaran dan permintaan, persaingan, biaya, tujuan manajer, dan kebijakan pemerintah.

Metode penetapan harga dapat dilakukan perusahaan dengan mengadakan pendekatan terhadap biaya, penawaran-permintaan, dan konsumen. (Mulyana Mumuh, 2019)

1. Pendekatan Biaya (*Cost-Oriented Approach*), yaitu penetapan harga yang dilakukan dengan cara menghitung total biaya dan menambahkan tingkat keuntungan yang diinginkan, metode ini terdiri dari :

- a.
$$\text{Markup Pricing} = \text{total biaya} + \text{persentase markup}$$

$$\text{Persentase markup} = (\text{harga jual} - \text{total biaya}) : \text{harga jual}$$

- b. *Break-Even Analysis* (analisis pulang pokok)

$$\text{BEP} = \text{Biaya Tetap} : (\text{Harga} - \text{Biaya Variabel Per unit})$$

2. Pendekatan Penawaran – Permintaan (*Supply-Demand Approach*)

Permintaan (*demand*) adalah kuantitas produk tertentu yang akan dibayar konsumen dengan harga tertentu. Jika harga naik maka konsumen akan mengurangi permintaan, sesuai dengan hukum permintaan. Konsumen akan bersifat realistis dengan mencari produk pengganti atau berpola hidup lebih sederhana. Permintaan dipengaruhi oleh beberapa factor selain harga, yaitu pendapatan konsumen, selera, dan lain-lain.

3. Metode *Customer Oriented*

Konsumen dapat dibagi menjadi beberapa segmen, seperti :

- a. *Price shoppers*, yaitu konsumen yang tertarik mengadakan transaksi yang terbaik untuk suatu produk.
- b. *Brand-loyal customers*, yaitu konsumen yang percaya dan lebih menyukai merek yang sedang populer dan mau membayarnya dengan harga yang wajar.
- c. *Status seekers*, yaitu konsumen yang membeli barang dengan merek prestisius dengan harga berapa pun, semakin tinggi harga menandakan status yang lebih tinggi.
- d. *Service/features shoppers*, yaitu konsumen yang mau membayar penampilan produk atau jasa yang bernilai tinggi.
- e. *Convenience shoppers*, yaitu konsumen yang menghendaki kemudahan, dekatnya lokasi serta menyukai kepraktisan dan untuk itu konsumen mau membayar lebih.

Perusahaan harus dapat mengidentifikasi segmen mana yang menjadi

sasaran produknya. Persepsi konsumen terhadap harga suatu produk atau jasa yang ditawarkan atau harga subjektif (bisa tinggi, wajar atau rendah) lebih penting diketahui oleh pemasar daripada harga senyatanya.

PT Masa Kini Mandiri saat ini belum memiliki metode untuk menentukan harga jual produknya, sehingga penetapan harga jual hanya berdasarkan harga jual produk sejenis dipasaran.

3. Biaya

Dalam akuntansi terdapat istilah *cost* (biaya) dan *expense* (beban) yang memiliki arti yang berbeda. Pengertian biaya dapat dilihat dari dua sudut, yaitu: pengertian biaya (*cost*) sebagai harga pokok dan beban (*expense*).

Biaya didefinisikan sebagai harga pokok (*cost*), yaitu jumlah yang dapat diukur dalam satuan uang dalam bentuk kas yang dibayarkan, nilai aktiva lainnya yang diserahkan, hutang yang timbul atau tambahan modal dalam rangka pemilikan barang dan jasa yang dibutuhkan perusahaan baik masa lalu (harga perolehan yang terjadi) maupun masa depan (harga perolehan yang akan terjadi).

Beban (*expense*) adalah harga perolehan yang dikorbankan atau digunakan dalam rangka memperoleh penghasilan (*revenue*) yang akan digunakan sebagai pengurang penghasilan.

Menurut Mulyadi, dalam arti luas biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis, yang diukur dalam satuan uang, yang terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu, sedangkan biaya dalam arti sempit diartikan sebagai pengorbanan sumber ekonomi

untuk memperoleh aktiva yang disebut dengan istilah harga pokok, atau dalam pengertian lain biaya merupakan bagian dari harga pokok yang dikorbankan didalam suatu usaha untuk memperoleh penghasilan (Universitas Islam An Nur Lampung, n.d.)

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa harga pokok suatu saat dapat berubah menjadi biaya. Selama produk belum laku dijual, harga pokok masih merupakan harga pokok dalam pengertian aktiva. Apabila hasil produksi tersebut terjual, maka harga pokok berubah menjadi biaya, yaitu sebagai harga pokok penjualan yang akan dipertemukan dengan penghasilan dalam periode yang bersangkutan.

Biaya dikelompokkan dalam beberapa kelompok agar lebih ringkas dan memberikan informasi yang lebih akurat. Sebaiknya selalu memakai konsep biaya yang berbeda untuk tujuan berbeda (*different cost for different purpose*). Konsep ini menerangkan bahwa tidak ada satupun konsep biaya yang dapat memenuhi berbagai macam tujuan.

4. Klasifikasi Biaya

Studi dan analisis atas dampak aktivitas bisnis atau biaya umumnya akan menghasilkan klasifikasi tiap pengeluaran sebagai berikut :

- a. Biaya Tetap (*Fix Cost*) adalah biaya yang secara total tidak berubah saat aktivitas bisnis meningkat atau menurun sepanjang aktivitas normal. Meskipun beberapa biaya tampak sebagai biaya tetap, semua biaya sebenarnya bersifat variable dalam jangka panjang. Satu jenis biaya tertentu sebaiknya diklasifikasikan sebagai biaya tetap hanya dalam rentang aktivitas yang terbatas yang sering disebut rentang

- yang relevan (*relevant range*). Total biaya tetap akan berubah diluar rentang aktivitas yang relevan (kapasitas normal). Pengeluaran yang bersifat tetap karena kebijakan manajemen dan tidak terkait langsung dengan aktivitas penjualan atau produksi disebut sebagai biaya tetap diskresioner (*discretionary fixed costs*) atau biaya tetap terprogram (*programmed fixed cost*), seperti tingkat iklan dan sumbangan social. Pengeluaran yang pembayarannya dilakukan dalam jangka waktu tertentu disebut biaya tetap terkait (*committed fixed cost*), seperti biaya bunga atas utang jangka Panjang dan sewa jangka Panjang.
- b. Biaya Variabel (*Variable Cost*) adalah biaya yang secara total meningkat secara proporsional terhadap peningkatan dalam aktivitas bisnis dan menurun secara proporsional terhadap penurunan dalam aktivitas bisnis. Yang termasuk dalam biaya variable adalah biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, biaya pemenuhan kebutuhan alat produksi, upah lembur tenaga kerja hingga biaya komisi.
 - c. Biaya Semi Variabel (*Semi Variable Cost*) adalah biaya yang sudah memiliki komponen biaya tetap, tetapi akan menjadi lebih tinggi apabila ada penggunaan atau penjualan, seperti biaya telepon, listrik dan air.

Klasifikasi biaya menurut periode akuntansi pembebanan biaya adalah sebagai berikut :

- a. Pengeluaran modal (*capital expenditures*), yaitu pengeluaran yang memberi manfaat pada periode akuntansi yang akan datang. Pada saat pengeluaran ini terjadi dikapitalisasi kedalam harga perolehan aktiva

dan diperlakukan sebagai biaya pada periode-periode akuntansi yang menikmati manfaatnya.

- b. Pengeluaran penghasilan (*revenue expenditures*), yaitu pengeluaran yang memberi manfaat hanya pada periode akuntansi terjadinya pengeluaran. Pada saat terjadinya pengeluaran, maka pengeluaran tersebut langsung diakui sebagai biaya.

Klasifikasi biaya menurut fungsi pokok kegiatan perusahaan adalah sebagai berikut :

- a. Biaya produksi adalah seluruh biaya yang berhubungan dengan fungsi produksi atau kegiatan pengolahan bahan baku menjadi produk jadi. Biaya produksi dapat digolongkan kedalam biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik.
- b. Biaya pemasaran adalah biaya dalam rangka penjualan produk jadi sampai dengan pengumpulan piutang menjadi kas. Biaya ini meliputi seluruh biaya untuk melaksanakan fungsi penjualan, pergudangan produk jadi, pengepakan dan pengiriman, advertensi, pemberian kredit dan pengumpulan piutang, pembuatan faktur atau administrasi penjualan.
- c. Biaya administrasi dan umum adalah semua biaya yang berhubungan dengan kegiatan penentuan kebijakan, pengarahan, dan pengawasan kegiatan perusahaan secara keseluruhan. Yang termasuk dalam biaya ini adalah gaji pimpinan tertinggi perusahaan, personalia, sekretariat, akuntansi, hubungan masyarakat, keamanan, dan sebagainya.
- d. Biaya keuangan adalah seluruh biaya yang berhubungan dengan

kegiatan keuangan atau penyediaan dana yang diperlukan perusahaan, seperti biaya bunga.

Klasifikasi biaya untuk tujuan pengendalian adalah sebagai berikut :

- a. Biaya yang dapat dikendalikan (*controllable cost*) adalah biaya yang secara langsung dapat dipengaruhi oleh seorang pimpinan tertentu dalam jangka waktu tertentu.
- b. Biaya yang tidak dapat dikendalikan (*uncontrollable cost*) adalah biaya yang tidak dapat dipengaruhi oleh pimpinan tertentu berdasarkan wewenang yang dimilikinya dalam jangka waktu tertentu.

Klasifikasi biaya menurut tujuan pengambilan keputusan adalah sebagai berikut :

- a. Biaya relevan (*relevant cost*) adalah biaya yang akan mempengaruhi pengambilan keputusan, sehingga harus diperhitungkan dalam setiap pengambilan keputusan.
- b. Biaya tidak relevan (*irrelevant cost*) adalah biaya yang tidak mempengaruhi pengambilan keputusan, sehingga tidak perlu diperhitungkan dalam setiap pengambilan keputusan.

5. *Just In Time*

Just in time adalah filosofi yang berpusat pada pengurangan biaya melalui peniadaan persediaan. Produksi *just in time* (produksi lean) adalah suatu sistem produksi *demand pull* karena setiap komponen dalam satu lini produksi dihasilkan sesegera mungkin dan hanya jika dibutuhkan oleh langkah berikutnya dalam lini produksi. Sistem ini secara simultan

bertujuan untuk memenuhi permintaan pelanggan tepat waktu, dengan produk berkualitas tinggi, dan total biaya serendah mungkin. Ide dasar *just in time* adalah membeli bahan jika persediaan habis atau ada order dan berproduksi jika ada permintaan. Seluruh bahan baku dan komponen-komponen harus tersedia saat dibutuhkan (akan melakukan produksi).

Beberapa aspek pokok dalam konsep *just in time*, yaitu :

- a. Mengeliminasi semua aktivitas yang tidak bernilai tambah terhadap produk atau jasa.
- b. Adanya komitmen untuk meningkatkan kualitas yang lebih tinggi.
- c. Selalu mengupayakan penyempurnaan yang berkesinambungan dalam meningkatkan efisiensi kegiatan.
- d. Menekankan pada penyederhanaan aktivitas dan meningkatkan pemahaman terhadap aktivitas yang bernilai tambah.

Manfaat *just in time* adalah :

- a. Biaya penyimpanan persediaan menjadi rendah.
- b. Biaya sisa bahan menjadi rendah, karena kecacatan dapat dideteksi lebih awal (karena frekuensi penyerahan bahan baku lebih sering).
- c. Kualitas bahan baku yang dibeli lebih tinggi karena pemasok bertanggungjawab untuk memenuhi kebutuhan kualitas.
- d. Tindakan korektif dapat lebih cepat dilakukan.

Jenis usaha yang menggunakan sisten *just in time* diantaranya adalah media cetak (koran) dan perusahaan otomotif.

PT Masa Kini Mandiri memproduksi koran sesuai dengan permintaan dari sales, sehingga tidak ada koran yang tersisa, kecuali koran retur yang

berasal dari program konsinyasi dan jumlahnya pun tidak terlalu banyak.

Koran retur nantinya akan dijual bersamaan dengan koran tidak layak edar (*misprint*) dengan cara dijual kiloan kepada pembeli.

B. Penelitian Terdahulu

Dalam penulisan skripsi ini penulis mencari dan membaca penelitian sebelumnya sebagai bahan perbandingan serta buku-buku yang berkaitan dengan judul yang diambil oleh penulis untuk memperoleh landasan teori.

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
(Mahmuda, 2014)	Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Dalam Menentukan Harga Jual Pada PT. Aksara Grafika Makasar	Perusahaan masih menggunakan metode full costing sehingga kurang tepat jika digunakan untuk pengambilan keputusan jangka pendek, khususnya dalam menerima pesanan khusus, dengan menggunakan metode direct costing maka pesanan khusus dengan harga permintaan yang lebih rendah dari harga jual yang ditetapkan perusahaan mungkin masih bisa diterima dengan syarat harga jual pesanan khusus lebih besar dari jumlah seluruh biaya variable dan perusahaan masih bisa mendapatkan tambahan laba. Terdapat persamaan dan perbedaan dalam penelitian ini, persamaannya adalah penelitian tentang biaya produksi menggunakan metode full costing dan direct costing, sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitian.
(Worotitjan, Calvin Riedel Fredrik dan Morassa, 2016)	Analisis Perhitungan Biaya Produksi Pada PT. Manado Nusantara Informasi (Koran Sindo)	Perhitungan <i>variable costing</i> dapat digunakan sebagai alat pengambil keputusan jangka pendek, dan menggunakan metode <i>activity based costing</i> untuk dapat mengalokasikan biaya aktivitas ke setiap produk secara tepat serta sebagai alat pengawasan biaya

		produksi perusahaan. Terdapat persamaan dan perbedaan dalam penelitian ini, persamaannya adalah penelitian tentang biaya produksi menggunakan metode full costing dan direct costing, sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitian.
(Kurniawati, Erna & Jitmau, 2017)	Evaluasi Perhitungan Harga Pokok Produksi Terhadap Penetapan Harga Jual Koran Pada PT Media Sorong Raya	Penelitian menggunakan metode proses dengan mengevaluasi kembali perhitungan harga pokok produksi guna mengetahui nilai yang sebenarnya. Perhitungan biaya produksi yang dibuat oleh perusahaan tidak memasukkan biaya penyusutan gedung, mesin, biaya reparasi dan pemeliharaan mesin, sehingga dilakukan evaluasi kembali untuk mendapatkan harga pokok produksi yang sebenarnya. Terdapat persamaan dan perbedaan dalam penelitian ini, persamaannya adalah pada objek penelitian, sedangkan perbedaannya peneliti menggunakan metode full costing dan direct costing.
(Indrasari, 2008)	Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Dalam Rangka Penetapan Harga Jual Koran Pada PT. Citra Media Nusa Purnama	Penerapan metode <i>direct costing</i> diterapkan dalam perencanaan laba jangka pendek dapat diterapkan bersamaan dengan metode <i>full costing</i> yang diterapkan dalam perencanaan laba jangka Panjang. Terdapat persamaan dan perbedaan dalam penelitian ini, persamaannya adalah penelitian tentang biaya produksi menggunakan metode full costing dan direct costing, sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitian.
(Oktavia, Dewi, Romli, Harsi & Tripermata, 2015)	Analisis Laporan Harga Pokok Produksi Barang Percetakan Pada PT. Limbersa Anugerah Prima Printing Palembang	Terdapat selisih perhitungan antara perusahaan dan berdasarkan teori yang dapat mengakibatkan berkurangnya laba yang diperoleh, selisih terjadi karena perusahaan tidak membebankan biaya penyusutan mesin. Terdapat

		persamaan dan perbedaan dalam penelitian ini, persamaannya adalah pada objek penelitian, sedangkan perbedaannya terletak pada metode perhitungan yang menggunakan metode job order cost.
--	--	--

C. Kerangka Teori

Gambar 2.1
Kerangka Teori

