

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

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

##### **1. Harga Pokok Penjualan**

Harga Pokok Penjualan juga bisa diartikan sebagai semua biaya yang muncul dalam rangka menghasilkan suatu produk hingga produk tersebut siap dijual ditambah dengan harga pokok barang pembelian. Dalam penentuan harga pokok penjualan ada beberapa elemen yang mempengaruhi harga jual suatu barang seperti: Harga Pembelian barang awal, tenaga kerja langsung, biaya transportasi, dan risiko barang rusak (Aniroh, 2019). Harga pokok penjualan merupakan salah satu informasi yang harus disajikan dalam laporan keuangan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang perdagangan atau industri manufaktur. Pelaporan keuangan disajikan sebagai pengurang atas penjualan dalam laporan laba/rugi. Akun harga pokok penjualan perlu disajikan tersendiri karena nilainya relatif besar dan diperlukan untuk membantu kemampuan manajemen memutar persediaan dalam suatu periode akuntansi.

Komponen penting dalam penentuan harga jual penjualan (Adrian, 2021), adalah sebagai berikut:

- a. Persediaan awal barang dagang yang dimaksud Persediaan awal Barang Dagang merupakan persediaan yang tersedia di awal periode akuntansi perusahaan. Saldo persediaan awal barang ini bisa dicek di

neraca saldo periode berjalan atau neraca saldo di awal perusahaan pada tahun sebelumnya.

- b. Persediaan Akhir Barang Dagang adalah persediaan barang yang tersedia di akhir periode akuntansi perusahaan atau akhir tahun buku berjalan. Nilai saldo ini bisa diketahui pada data penyesuaian perusahaan di akhir periode akuntansi.
- c. Pembelian bersih dalam HPP adalah keseluruhan pembelian barang dagang yang dilakukan perusahaan, untuk pembelian barang tunai atau kredit, ditambah dengan biaya angkut pembelian dikurangi dengan potongan pembelian dan retur pembelian yang sedang terjadi:

Tujuan dilakukannya perhitungan harga pokok adalah:

- 1) Untuk menentukan harga jual.
- 2) Untuk menetapkan efisiensi tidaknya suatu perusahaan.
- 3) Untuk menentukan kebijakan dalam penjualan.
- 4) Sebagai pedoman dalam pembelian alat-alat perlengkapan baru.
- 5) Untuk perhitungan neraca.

Untuk menentukan harga sebuah produk sebelum dijual, ada beberapa metode/pendekatan yang bisa digunakan menurut Penelitian (Nurdelawati, 2021)

- 1) Penetapan harga jual plus (*cost plus pricing method*). Metode ini adalah menentukan harga jual per unit produk dengan menghitung jumlah seluruh biaya per unit ditambah laba yang diharapkan di atas biaya penuh masa yang akan datang untuk memproduksi dan memasarkan produk dalam metode ini, penjual atau produsen

menetapkan harga jual untuk satu unit barang yang besarnya sama dengan jumlah untuk menutup laba yang anda kehendaki pada unit tersebut atau disebut margin. Harga jual produk dapat anda hitung dengan rumus:

$$\text{Harga jual: Biaya per unit} + (\text{Laba} \times \text{biaya per unit})$$

- 2) Penetapan harga *mark-up* (*mark up pricing method*) biasanya digunakan oleh para pedagang yang usahanya membeli dan menjual kembali barang tersebut setelah terlebih dahulu ditambah biaya-biaya. Biasanya, besarnya mark-up adalah keseluruhan biaya operasi dan keuntungan yang diinginkan. Dalam sistem ini, perusahaan menetapkan harga jual dengan menambah harga beli dengan presentasi tertentu. Dimana  $\text{Mark Up} = \text{Biaya pengelolaan dan penjualan} + \text{keuntungan yang diharapkan}$ , berikut rumusnya:

$$\text{Harga jual} = \text{Harga beli} + \text{Mark Up}$$

- 3) Penetapan harga dalam hubungannya dengan pasar (*market based-pricing*) menggunakan cara yang ini, penentuan harga tidak didasarkan pada biaya, tetapi justru sebaliknya. Harga yang menentukan biaya bagi usaha. Kita dapat menentukan harga sama dengan tingkat harga pasar agar dapat ikut bersaing, atau dapat ditentukan lebih tinggi atau lebih rendah dari tingkat harga dalam persaingan tergantung strategi dan segmentasi pasar.
- 4) Penentuan *Mark Up*

Masalah penting dalam penerapan penentuan harga jual *cost-plus* adalah penentuan besarnya presentase *mark up* yang ditambah pada biaya. Baik pada pendekatan harga pokok produksi penuh maupun pada harga pokok produksi variabel, elemen biaya tentu tidak dimasukkan ke dalam pengertian biaya, harga pokok produksi penuh tidak memasukkan biaya nonproduksi sebagai elemen biaya dan harga pokok produksi variabel tidak memasukkan biaya tetap sebagai elemen biaya. Oleh karena itu, *mark up* harus mampu menutup elemen biaya yang tidak dimasukkan kedalam biaya dan harus dapat menghasilkan laba yang diinginkan.

Rumus perhitungan markup dalam pendekatan harga pokok produksi penuh ditambah *mark up*:

$$\text{Presentase mark up} = \frac{\text{Return yang diinginkan atas aktiva yang ditanamkan} + \text{Biaya Non produksi}}{\text{Volume penjualan dan unit} \times \text{Biaya produksi per unit}}$$

Rumus perhitungan markup dalam pendekatan harga pokok produksi variabel ditambah *mark up*:

$$\text{Presentase mark up} = \frac{\text{Return yang diinginkan atas aktiva yang ditanamkan} + \text{Biaya Tetap}}{\text{Volume penjualan dan unit} \times \text{Biaya variabel per unit}}$$

## 2. Laba

Laba merupakan tujuan perusahaan, di mana dengan laba perusahaan dapat memperluas usahanya. Kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba merupakan salah satu petunjuk tentang kualitas manajemen serta operasi perusahaan tersebut, yang berarti mencerminkan nilai perusahaan. Laba yang umum digunakan untuk mengukur efisiensi perusahaan adalah laba usaha atau laba operasi, karena laba ini merupakan keuntungan yang benar-benar diperoleh dari hasil operasi perusahaan. Laba usaha adalah laba yang diperoleh dari kegiatan utama perusahaan, di mana laba usaha tersebut diperoleh dari selisih laba kotor dengan beban operasi (beban usaha). Selisih antara laba bruto dan biaya usaha disebut laba usaha atau laba operasi. Laba adalah selisih penerimaan (pendapatan) dengan pengeluaran. Dalam menentukan laba digunakan rumus sebagai berikut:

$$\pi = TR - TC$$

Keterangan:

$\pi$  = Laba  $\pi$

TR = Penerimaan total

TC = Pengeluaran (biaya total)

## a. Penerimaan total

Total penerimaan ( *Total Revenue* : TR), yaitu total penerimaan dari hasil penjualan. Adapun rumus yang digunakan untuk mencari *total revenue* yaitu:

$$\mathbf{TR = P \times Q}$$

Keterangan:

TR = *Total Revenue* (total penerimaan)

P = *Price*

Q = *Quantity* (jumlah barang)

## b. Penerimaan Laba Per Barang

$$\mathbf{R = TR / Q}$$

Keterangan:

R = *Return*

TR = Penerimaan Total

Q = *Quantity* (jumlah barang)

Untuk mengetahui besaran laba diperoleh, maka perlu dipahami adalah komponen-komponen yang mempengaruhi laba, seperti:

- a. Pendapatan adalah arus kas masuk atau penambahan lain atas aktiva suatu entitas atau penyelesaian kewajiban-kewajibannya yang berasal dari penyerahan atau produksi barang, pemberian jasa, atau aktivitas-aktivitas lain yang merupakan operasi utama atau operasi ini yang berkelanjutan dari suatu entitas.

- b. Beban adalah arus keluar atau pemakaian lain aktiva atau terjadinya kewajiban yang berasal dari penyerahan atau produksi barang, pemberian jasa atau pelaksanaan aktivitas-aktivitas lain yang merupakan operasi utama atau operasi inti yang berkelanjutan dari suatu entitas.
- c. Keuntungan adalah kenaikan ekuitas (aktiva bersih) yang berasal dari transaksi yang bukan periferal (bersifat sampingan atau bukan merupakan hal yang utama) dan insidental pada suatu entitas dan dari transaksi lain dan kejadian serta situasi lain yang mempengaruhi entitas yang dihasilkan dari pendapatan atau investasi milik.
- d. Kerugian adalah penurunan ekuitas yang berasal dari transaksi yang periferal dan insidental pada suatu entitas dan dari transaksi lain dan kejadian serta situasi lain yang mempengaruhi entitas kecuali yang dihasilkan dari beban atau distribusi kepada pemilik.

Menurut (Amaliyah et al., 2021) faktor-faktor yang mempengaruhi laba dari kegiatan operasional disebabkan oleh:

- a. Perubahan harga jual (*sales price variance*), yaitu adanya perubahan antara harga jual yang sesungguhnya dengan harga jual yang dibudgetkan atau harga jual tahun sebelumnya.
- b. Perubahan kuantitas produk yang dijual (*sales volume variance*), yaitu adanya perbedaan antara kuantitas produk yang direncanakan pada tahun sebelumnya dengan kuantitas produk yang sesungguhnya dijual (direalisasikan).

- c. Perubahan harga pokok penjualan per satuan produk (*cost price variance*), yaitu adanya perbedaan antara harga pokok penjualan per satuan produk (*unit cost*) menurut bujet/tahun sebelumnya dengan harga pokok yang sesungguhnya.
- d. Perubahan kuantitas harga pokok penjualan (*cost volume variance*), yaitu adanya perubahan harga pokok penjualan karena adanya perubahan kuantitas atau volume yang dijual atau yang diproduksi.

### **3. Laba Optimal**

Labanya Optimal adalah tujuan dalam setiap kasus orang memulai bisnis. Pencapaian keinginan tersebut membutuhkan eksekusi yang baik yang memenuhi keinginan pihak-pihak yang berpengaruh untuk keuntungan yang optimal. Dalam akuntansi, optimalisasi hasil harus bersifat jangka panjang dan jangka pendek, agar tidak terjadi kesalahan dalam pencatatan. Ketika sebuah perusahaan berusaha untuk menentukan tingkat harga jual dan produksi untuk meningkatkan keuntungan sebesar mungkin untuk menjamin kelangsungan usaha, dan keuntungan ini berasal dari pendapatan dan beban. Untuk menghasilkan pendapatan dan keuntungan, kewirausahaan sangat bergantung pada kegiatan yang mencakup kegiatan penjualan (Harahap, 2021)

### **4. Harga Jual**

Harga jual adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi suatu barang atau jasa ditambah dengan presentase laba yang diinginkan perusahaan, karena 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 terjual. Harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk suatu barang, dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Menentukan harga jual, perusahaan harus memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhinya yang berasal dari dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan yang diantaranya adalah persaingan, permintaan dan penawaran, biaya, keadaan ekonomi dan lain-lain (Toar et al., 2017)

Penentuan besarnya biaya yang dikeluarkan harus tepat sehingga biaya-biaya yang dikeluarkan sesuai dengan acuan harga jual barang yang menunjukkan harga pokok sesungguhnya.

## **5. Penjualan**

Menurut (Fahmi, 2014) Penjualan merupakan penerimaan yang diperoleh dari pengiriman barang dagang atau dari penyerahan pelayanan dalam bursa sebagai bahan pertimbangan di sisi lain. Penghasilan utama dari perusahaan dagang adalah dari kegiatan penjualan, perusahaan jasa dan perusahaan industri berupa hasil penjualan barang atau jasa kepada pembeli, pelanggan, penyewa dan pemakai jasa lainnya. Penjualan kotor dilihat sebagai *gross sales* dan penjualan bersih sebagai *nett sales*. Suatu penjualan dikatakan berhasil jika harga jual barang adalah lebih tinggi dibandingkan harga produksi, atau harga beli dari perusahaan dagang.

Langkah-langkah melakukan penjualan antara lain:

- a. Penetapan dan pemantapan tempat usaha.
- b. Menetapkan sistem penjualan.

- c. Membuat lamaran dan rencana penjualan.
- d. Menentukan dan melaksanakan program penjualan.
- e. Memelihara persediaan barang dagangan, peralatan, dan perlengkapan.
- f. Melaksanakan penjualan barang
- g. Melaksanakan Urusan Pelayanan Purna jual.

## B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama, Tahun	Judul	Metode	Hasil Kesimpulan
1.	(Tia Soraya & Septiana, 2018)	Analisis Penentuan Harga Pokok Penjualan Dengan Menggunakan Metode Full Costing Pada Pabrik Roti Pelangi Nusantara Di Kota Metro	Kuantitatif atau verifikatif	Penentuan harga pokok produksi roti di Pabrik Roti Pelangi Nusantara terdapat selisih antara metode perusahaan dengan metode full costing. Perbedaan harga pokok produksi tersebut disebabkan karena di dalam perhitungan harga pokok produksi perusahaan, terdapat komponen

				biaya over head pabrik yang belum dibebankan. Biaya yang belum dibebankan diantaranya biaya pemeliharaan dan biaya penyusutan aktiva.
2.	(Halik, 2014)	Analisis Penentuan Harga Pokok Penjualan (Hpp) Dan Laba Kontribusi Terhadap Volume Penjualan Pada Pt. Suracojaya Abadi Motor Cab. Pallangga	Deskriptif Kuantitatif	Dalam suatu perusahaan terdapat kekeliruan dalam ketentuan yang telah ditetapkan, dimana dalam hal ini mengenai tentang bagaimana menentukan harga pokok penjualan (HPP) dan laba kontribusi terhadap volume penjualan, sehingga dapat mengakibatkan harga jual yang tiap tahun makin meningkat harganya
3.	(Hetharia, 2019)	Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode Full Costing (Studi	Deskriptif Kualitatif	Pihak Ditaki Fried Chiken dalam melakukan perhitungan harga pokok

		Kasus Ditaki Fried Chiken)		produksi masih menggunakan metode yang sederhana. Biaya yang dihitung masih belum mencakup semua biaya yang dikeluarkan. Biaya bahan penolong tidak semua dihitung dan biaya penyusutan juga blm dihitung oleh pihak Ditaki Fried Chiken
4.	(Romansyah, 2016)	Analisis Penetapan Harga Jual Produk Terhadap Volume Penjualan Dalam Perspektif Ekonomi Islam	Kualitatif	Perusahaan Yussy Akmal menggunakan beberapa tahapan dalam proses penetapan harga jual produk terhadap volume penjualan, proses penetapan harga dimulai dari pembelian bahan baku, persediaan, cek total biaya produksi, sampai penetapan harga jual produk. Setelah

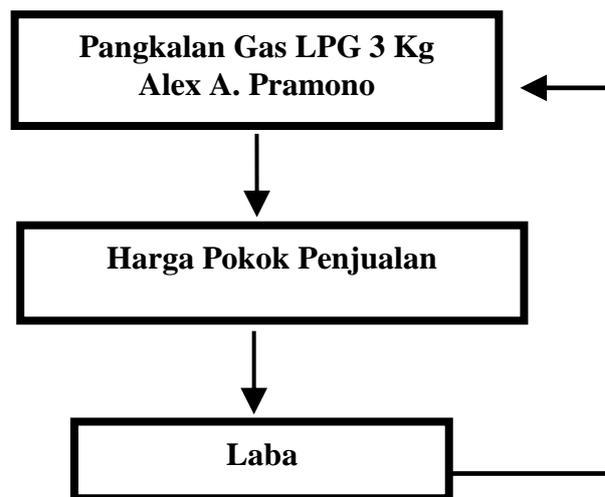
*Sumber : Data Penelitian 2023*

### C. Kerangka Teori

Menurut (Sugiyono, 2016) kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai suatu masalah yang penting. Kerangka pikir menjadi dasar dari setiap pemikiran atau bentuk proses dari keseluruhan penelitian yang akan dilakukan. Dalam penelitian ini variabel yang dikaji adalah harga pokok penjualan dan laba.

Berikut adalah kerangka teori yang digunakan dalam penelitian:

**Gambar 2. 1 Kerangka Teori**  
**Analisis Penentuan Harga Pokok Penjualan Dalam Meningkatkan**  
**Laba**



*Sumber : Penelitian 2023*

### D. Hipotesis

Penetapan Harga merupakan aspek yang sangat penting dalam kegiatan pemasaran. Harga menjadi sangat penting karena menentukan laku atau tidak suatu produk barang atau jasa tersebut. Jika dalam menentukan suatu harga mengalami kesalahan, maka nantinya akan

berakibat fatal dan merugikan perusahaan itu sendiri. Terjadinya suatu harga ditentukan oleh penjual dan pembeli. Makin besar daya beli konsumen, semakin besar pula kemungkinan bagi penjual untuk menetapkan tingkat harga lebih tinggi. Dengan demikian penjual mempunyai harapan untuk mendapatkan keuntungan maksimum sesuai dengan kondisi yang ada melalui penetapan harga jual. Menentukan harga jual suatu produk (barang atau jasa) merupakan suatu keputusan yang penting. Tujuan utama dari menentukan harga adalah mendapatkan profit. Di mana profit yang diperoleh dari penjualan suatu produk ditentukan dari selisih antara pendapatan dan biaya yang dikeluarkan.

Jadi dalam menghitung harga pokok penjualan, ada beberapa biaya yang harus diperhitungkan untuk mendapatkan hasil yang nantinya menjadi HPP barang tersebut. Maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

**Ha : Harga Pokok Penjualan dapat mengoptimalkan laba pada Pangkalan LPG 3Kg Alex. A. Pramono**