**BAB II**

**TINJAUAN PUSTAKA**

**A Landasan Teori**

1. **Pengertian Akuntansi Biaya**

Akuntansi biaya adalah proses pengidentifikasian, pencatatan, perhitungan, peringkasan, pengevaluasian dan pelaporan biaya pokok suatu produk baik barang maupun jasa dengan metode dan sistem tertentu sehingga pihak manajemen perusahaan dapat mengambil keputusan bisnis secara efektif dan efisien. Apabila ditinjau dari fungsinya, akuntansi biaya dapat didefinisikan sebagai suatu kegiatan yang menghasilkan informasi biaya yang dapat dipakai sebagai dasar pertimbangan dalam pengambilan keputusan manajemen (Dewi dan Dermawan, 2015).

Dalam proses mencatat, menggolongkan, meringkas, menyajikan serta menafsirkan informasi biaya sangat dipengaruhi untuk siapa proses tersebut ditujukan, apakah untuk pihak eksternal perusahaan atau pihak internal perusahaan. Pada dasarnya akuntansi biaya digunakan untuk perusahaan manufaktur, namun saat ini setiap jenis dan berbagai organisasi dengan berbagai ukuran banyak yang telah menggunakan konsep akuntansi biaya dan teknik-tekniknya. Ditinjau dari aktivitasnya, akuntansi biaya dapat didefinisikan sebagai proses pencatatan, penggolongan, peringkasan serta penyajian biaya-biaya pembuatan dan penjualan barang jadi (produk) atau penyerahan jasa dengan cara-cara tertentu serta menafsirkan hasilnya.

Akuntansi biaya merupakan bagian yang integral dengan akuntansi keuangan. Akuntansi biaya menjadi salah satu cabang akuntansi yang menjadi alat bagi manajemen untuk memonitor dan merekam transaksi biaya secara sistematis, serta menyajikan informasi biaya dalam bentuk laporan biaya. Manfaat sistem akuntansi biaya ialah menyediakan salah satu informasi yang diperlukan perusahaan, supaya setiap peristiwa yang terjadi pada perusahaan dapat diterima oleh pihak manajemen sehingga dapat membantu dalam memberikan pertanggungjawaban atas keuangan perusahaan.

1. **Penggolongan Biaya**

Akuntansi biaya terdiri dari dua kata yaitu akuntansi dan biaya, Akuntansi adalah proses pencatatan, penggolongan dan pengikhtisaran data-data keuangan hingga kepada pelaporan dan penafsiran, sedangkan biaya ialah pengorbanan yang dilakukan dengan berkurangnya asset atau bertambahnya kewajiban dalam memproses produksi yang diukur dengan satuan keuangan, jadi definisi akuntansi biaya ialah proses pencatatan, penggolongan, pelaporan dan penafsiran biaya-biaya sehubungan dengan produksi barang dan jasa.

Klasifikasi biaya ialah suatu proses yang dilakukan untuk mengelompokkan biaya menurut tujuannya. Klasifikasi biaya ditentukan atas dasar tujuan yang hendak dicapai dengan penggolongan tersebut, karena dalam akuntansi biaya dikenal dengan konsep: “*different cost for different purpose*”, yang memiliki arti biaya yang berbeda akan dikeluarkan untuk tujuan yang berbeda pula.

Menurut (Mulyadi, 2015) biaya dapat digolongkan menurut:

* 1. Objek Pengeluaran
	2. Fungsi pokok dalam perusahaan
	3. Hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai.
	4. Perilaku biaya dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan.
	5. Jangka waktu manfaatnya.
1. **Objek Pengeluaran**

Dalam penggolongan ini, nama objek pengeluaran merupakan dasar penggolongan biaya. Dengan contoh nama objek pengeluaran adalah ‘bahan bakar’, maka semua pengeluaran yang berhubungan dengan bahan bakar disebut dengan ‘biaya bahan bakar’.

1. **Fungsi Pokok dalam Perusahaan**

Dalam perusahaan manufaktur memiliki tiga fungsi pokok antara lain fungus produksi, fungsi pemasaran dan fungsi administrasi dan umum. Maka dari itu, dalam perusahaan manufaktur biaya dapat dikelompokkan menjadi tiga kelompok, yaitu:

1. Biaya Produksi

Merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk mengolah bahan baku untuk dijadikan produk jadi yang siap dijual.

1. Biaya Pemasaran

Merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan dengan tujuan untuk mendistribusikan produk.

1. Biaya Administrasi dan Umum

Merupakan biaya-biaya yang digunakan untuk menampung seluruh biaya operasi kantor untuk mengkoordinasi kegiatan produksi serta pemasaran produk.

1. **Hubungan Biaya dengan Sesuatu yang Dibiayai**

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

1. Biaya Langsung (*Direct Cost*)

Biaya Langsung ialah biaya yang manfaatnya langsung dapat diidentifikasikan pada produk yang dibuat. Biaya produksi langsung terdiri dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung, sedangkan biaya langsung yang berhubungan dengan departemen (*direct departmental costs*) adalah semua biaya yang terjadi di departemen tersebut.

1. Biaya Tidak Langsung (*Indirect Cost*)

Biaya tidak langsung adalah biaya yang terjadinya tidak hanya disebabkan oleh suatu yang dibiayai. Biaya tidak langsung yang berhubungan oleh produk ialah biaya overhead pabrik (*factory overhead costs*), sedangkan biaya tidak langsung yang berhubungan oleh departemen ialah biaya yang terjadi di suatu departemen, tetapi manfaatnya dinikmati lebih dari satu departemen.

1. **Penggolongan Biaya Menurut Perilaku Biaya dalam Hubungannya dengan Perubahan Volume Kegiatan**

Berdasarkan perilakunya terhadap perubahan volume produksi suatu produk tertentu dalam perusahaan, biaya dikelompokkan menjadi:

1. Biaya Variabel

Biaya variabel adalah biaya yang akan selalu berfluktuasi sejalan dengan perubahan tingkat aktivitas perusahaan.

1. Biaya Tetap

Biaya tetap adalah biaya yang relative tidak berubah walaupun terjadi perubahan tingkat aktivitas dalam batas tertentu.

1. Biaya Semi Variabel

Biaya semi variabel adalah biaya yang sebagian mengandung komponen variabel dan Sebagian lagi mengandung biaya tetap.

1. **Penggolongan Biaya Menurut Jangka Waktu Manfaatnya**

Menurut jangka waktu manfaatnya, biaya dikelompokkan menjadi:

1. Pengeluaran Modal (*Capital Expenditures*)

Pengeluaran modal ialah biaya yang mempunyai manfaat lebih dari satu periode akuntansi. Pengeluaran modal ini pada saat terjadinya dilaporkan sebagai aktiva dan dibebankan dalam tahun-tahun yang menikmati manfaatnya dengan cara depresiasi, amortisasi serta deplesi.

Contoh pengeluaran modal adalah pengeluaran untuk pembelian aktiva tetap, untuk riset dan pengembangan suatu produk serta untuk reparasi besar terhadap aktiva tetap.

1. Pengeluaran Pendapatan (*Revenue Expenditures*)

Pengeluaran pendapatan ialah biaya yang hanya mempunyai manfaat dalam periode akuntansi dimana pengeluaran itu terjadi. Pada saat terjadinya pengeluaran pendapatan ini dibebankan sebagai biaya dan dipertemukan dengan pendapatan yang diperoleh dari pengeluaran biaya tersebut. Contoh dari pengeluaran pendapatan adalah beban iklan dan beban tenaga kerja.

1. **Tujuan Akuntansi Biaya dan Peran Akuntansi Biaya.**

Menurut Mulyadi (2016) dalam bukunya yang berjudul “Akuntansi Biaya”, akuntansi biaya mempunyai tiga tujuan pokok yaitu:

1. Penentuan biaya produk

Akuntansi biaya mencatat, menggolongkan dan meringkas biaya-biaya pembuatan produk atau penyerahan jasa. Biaya yang dikumpulkan dan disajikan adalah biaya yang telah terjadi dimasa lalu atau biaya histori. Umumnya, akuntansi biaya untuk menentukan *cost* produk ini ditunjukkan untuk memenuhi kebutuhan perihal luar perusahaan.

1. Pengendalian biaya

Pengendalian biaya harus didahului dengan penentuan biaya yang seharusnya dikeluarkan untuk memproduksi satu satuan pokok. Jika biaya yang seharusnya ini telah ditetapkan, akuntansi biaya bertugas untuk memantau apakah pengeluaran biaya yang sesungguhnya sesuai dengan biaya yang seharusnya tersebut. Kemudian akuntansi biaya melakukan analisa terhadap penyimpangan biaya sesungguhnya dengan biaya seharusnya serta menyajikan informasi mengenai penyebab terjadinya selisih tersebut.

1. Pengambilan keputusan khusus.

Pengambilan keputusan khusus meyangkut masa yang akan dating. Oleh karena itu, informasi yang relevan dengan pengambilan keputusan khusus selalu berhubungan dengan informasi masa yang akan dating. Akuntansi biaya untuk pengambilan menyajikan biaya masa yang akan dating. Informasi biaya ini tidak dicatat dalam catatan akuntansi biaya, melainkan hasil dari suatu proses peramalan. Karena keputusan merupakan sebagian besar kegiatan manajemen perusahaan, laporan akuntansi biaya untuk memenuhi tujuan pengambilan keputusan adalah bagian dari akuntansi manajemen.

Peranan akuntansi biaya merupakan perangkat yang dibutuhkan manajemen untuk aktivitas perencanaan dan pengendalian, memperbaiki kualitas, meningkatkan efisiensi serta membuat keputusan-keputusan yang bersifat rutin maupun yang bersifat strategi. Berikut ini peran akuntansi biaya:

1. Membuat serta menerapkan konsep serta perhitungan guna pembedahan dalam kondisikondisi masuk akal serta ekonomi yang pernah diprediksi sebelumnya. Suatu aspek penting dari rencana ialah potensi untuk memotivasi manusia guna berkinerja secara konsisten dengan tujuan perusahaan.
2. Memutuskan cara perkiraan dana yang menguatkan pengaturan keaktifan, kurangi dana serta menyervis mutu.
3. Mengontrol kualitas fisik persediaan dan menentukan biaya setiap produk dan jasa yang dihasilkan untuk mengevaluasi harga dan kinerja produk, departemen atau devisa.
4. Menetukan biaya serta laba perusahaan untuk satu tahun fiscal atau periode lain yang lebih pendek. Ini termasuk menemukan nilai inventaris dan harga pokok penjualan sesuai dengan aturan pelaporan eksternal.
5. Memilih system dan prosedur dan alternative yang terbaik, guna dapat menaikkan pendapatan maupun menurunkan biaya.
6. **Unsur-Unsur Biaya Produksi**

*Production cost* akan membentuk harga pokok peoduksi yang nantinya dipakai untuk menghitung harga pokok barang pada saat akhir periode akuntansi masih berlangsung. Menurut Charles T. Horngren, unsur-unsur biaya produksi adalah sebagai berikut:

1. Biaya bahan baku langsung (*direct material*)

Biaya bahan baku langsung merupakan bahan yang secara langsung dipakai untuk memproduksi suatu barang jadi yang siap dipasarkan. Bahan baku tersebut mencakup semua bahan yang secara fisik dapat diidentifikasi sebagai bagian dari produk jadi.

1. Biaya tenaga kerja langsung (*direct labour*)

Biaya tenaga kerja langsung ialah sejumlah uang yang diberikan kepada tenaga kerja langsung untuk suatu prestasi. Unsur biaya ini meliputi semua pembebanan semua biaya tenaga kerja yang langsung terlibat dalam proses biaya produksi. Dalam penentuan biaya tenaga kerja langsung dapat dilakukan dengan menghitung kerja yang dibutuhkan untuk menghasilkan setiap produk dengan tarif untuk setiap satu-atuan waktu.

1. Biaya *overhead* pabrik (*factory overhead*)

Biaya *overhead* pabrik adalah semua biaya manufaktur yang tidak ditelusuri secara langsung ke output tertentu. Beberapa elemen biaya *overhead* pabrik antaranya:

1) Biaya bahan baku tidak langsung

2) Biaya tenaga kerja tidak langsung

3) Biaya depresiasi dan amortisasi aktiva tetap

4) Biaya reparasi dan pemeliharaan mesin

5) Biaya listrik dan air pabrik

6) Biaya asuransi pabrik

7) Biaya *overhead* lain-lain

1. **Harga Pokok Produksi**

Harga pokok produksi diperlukan sekali oleh pihak manajemen perusahaan dan bagian luar perusahaan. Pendapat dari Hansen dan Mowen (2019) harga pokok produksi yaitu memperhitungkan jumlah biaya barang yang diselesaikan selama periode berjalan. Menurut Mulyadi (2015) Harga Pokok Produksi adalah harga pokok produksi dalam pembuatan produk terdapat dua kelompok biaya yaitu biaya produksi dan biaya non produksi. Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam pengolahan

Menurut Soeprihanto dikutip dalam Samsul (2013) harga jual adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalua mungkin) mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya factor-faktor yang mempengaruhi penetapan harga jual. Harga pokok produksi (*products cost*) merupakan elemen penting untuk menilai keberhasilan (*performance*) dari perusahaan dagang juga perusahaan manufaktur. Harga pokok produksi memiliki kaitan erat dengan indikator-indikator tentang sukses perusahaan, contohnya: laba kotor penjualan dan laba bersih. Tergantung pada rasio antara harga jual dan harga pokok produk, perubahan pada harga. Perhitungan harga pokok sangat penting bagi perusahaan, mengingat fungsinya sebagai penyedia informasi bagi pihak manajemen dalam pengambilan keputusan dalam perusahaan terutama dalam menentukan harga jual untuk memperoleh laba yang diharapkan.

Dalam proses produksi untuk menghasilkan suatu produk, perusahaan biasanya mengeluarkan berbagai macam biaya yang selama ini disebut sebagai biaya produksi yang merupakan unsur-unsur dari harga pokok produksi. Menurut Mulyadi (2015) metode penentuan kos produksi adalah cara memperhitungkan unsur-unsur biaya kedalam kos produksi, terdapat dua pendekatan yaitu *full costing* dan metode *variable costing*.

Menurut objek pengeluarannya, secara garis besar biaya produksi dibagi menjadi:

1. Biaya bahan baku

Pengertian biaya bahan baku menurut Salman (2013) ialah besarnya penggunaan bahan baku yang dimasukkan kedalam proses produksi . Biaya bahan baku adalah bahan baku yang merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari produk selesai dan dapat ditelusuri langsung kepada produk selesai.

1. Biaya tenaga kerja

Tenaga kerja langsung adalah tenaga kerja yang digunakan dalam merubah mengkonversi bahan baku menjadi produk selesai dan dapat ditelusuri secara langsung kepada produk selesai. Biaya tenaga kerja ialah harga yang dibebankan untuk penggunaan tenaga kerja manusia tersebut.

1. Biaya *overhead*

Biaya *overhead* meliputi semua biaya produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.

1. **Metode Penentuan Harga Pokok Produksi**

Metode penentuan harga pokok produksi ialah memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalan harga pokok produksi. Dalam memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam harga pokok peoduksi, terdapat dua pendekatan yaitu *full costing* dan *variable costing*.

1. *Full Costing*

*Full costing* merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi ke dalam harga pokok produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, serta biaya *overhead* pabrik, baik yang berperilaku variabel maupun tetap, dengan demikian harga pokok produksi menurut *full costing* terdiri dari unsur biaya produksi. Berikut ini merupakan komponen yang diperhitungkan dalam metode *full costing*:

**Tabel 2.1**

**METODE *FULL COSTING***

|  |  |
| --- | --- |
| Biaya bahan baku | xxx |
| Biaya tenaga kerja | xxx |
| Biaya *overhead* pabrik variabel | xxx |
| Biaya *overhead* pabrik tetap | xxx + |
| Harga pokok produksi |  xxx |

Sumber: Mulyadi 2014

1. *Variable Costing*

*Variable costing* merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku variabel ke dalam harga pokok produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, serta biaya *overhead* pabrik variabel. Harga pokok produksi yang dihitung menggunakan pendekatan *variable costing* terdiri dari unsur harga pokok produksi *variable* (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya *overhead* pabrik variabel) ditambah dengan biaya nonproduksi *variable* (biaya pemasaran variabel dan biaya administrasi dan umum variabel) dan biaya tetap (biaya *overhead* pabrik tetap, biaya pemasaran tetap, biaya administrasi dan umum tetap). Mulyadi (2009:18) Dengan demikian harga pokok produksi menurut metode *variable costing* terdiri dari unsur biaya produksi berikut ini:

**Tabel 2.2**

**METODE *VARIABLE COSTING***

|  |  |
| --- | --- |
| Biaya bahan baku | xxx |
| Biaya tenaga kerja langsung | xxx |
| Biaya *overhead* pabrik variabel | xxx + |
| Harga pokok produksi | xxx |

Sumber: Mulyadi 2014

1. **Laba**

Laba adalah penghasilan bersih yang didapatkan oleh suatu perusahaan atau individu dari kegiatan ekonomi yang dilakukannya. Dalam ilmu akuntansi, laba ialah selisif 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, antara lain:

1. Pendapatan (*Revenue*)

Pendapatan merupakan kenaikan aktiva atau penurunan kewajiban perusahaan dalam satu periode akuntansi. Pendapatan yang di dapatkan perusahaan berasal dari kegiatan operasi yang berupa penjualan barang (kredit) dari sebuah unit usaha pokok perusahaan.

1. Beban (*Expense*)

Beban ialah pemakaian atau pengeluaran aset dalam satu periode akuntansi yang terjadi dalam aktivitas operasi. Dapat diartikan sebagai kenaikan untuk menunjang kebutuhan operasional dalam satu periode tertentu.

1. Biaya (*Cost*)

Biaya adalah kas yang dikorbankan untuk melaksanakan suatu proses produksi, yang dinyatakan dengan satuan uang sesuai harga pasar yang berlaku, baik yang sudah terjadi maupun yang akan terjadi.

1. Untung dan Rugi (*Profit and Loss*)

Unsur untung dan rugi merupakan bagian laba dimana akan dirasakan oleh setiap pembisnis. 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.

1. Penghasilan (*Income*)

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

Laba atau keuntungan dapat dibedakan menjadi beberapa jenis adalah sebagai berikut:

1. Laba kotor

Laba kotor adalah selisih positif antara penjualan bersih dan harga pokok penjualan (HPP). Laba ini belum dikurangi dengan biaya operasional dalam satu periode tertentu.

1. Laba bersih operasional

Laba bersih operasional yaitu laba kotor dikurangi dengan harga pokok penjualan dan semua biaya dalam kegiatan usaha.

1. Laba bersih sebelum pajak

Laba bersih sebelum pajak ialah pendapatan perusahaan sebelum pajak, atau perolehan operasional dikurangi atau ditambah dengan selisih pendapatan serta biaya-biaya lainnya.

1. Laba bersih setelah pajak

Laba bersih setelah pajak yaitu laba yang diperoleh setelah ditambah atau dikurang dengan pendapatan dan biaya non operasi dan dikurangi dengan pajak.

Salah satu sasaran penting bagi organisasi adalah menghasilkan laba. Oleh karena itu, jumlah laba yang dihasilkan dapat dipakai sebagai salah satu alat ukur efektifitas, karena laba ialah selisih antara pendapatan dan pengeluaran. Laba merupakan keuntungan yang diterima perusahaan karena perusahaan telah melakukan pengorbanan untuk kepentingan pihak lain.

**8. Pengertian Harga Jual**

Penetapan harga bukan hanya sekedar perkiraan saja, tetapi harus menggunakan perhitungan yang cermat dan teliti yang harus diselesaikan dengan sasaran yang dituju oleh perusahaan. Harga jual adalah nilai tukar suatu barang atau jasa, yaitu jumlah uang yang pembeli sanggup membayar kepada penjual untuk suatu barang tertentu. Menurut Supriyono (2013) Harga jual merupakan jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan. Sedangkan menurut Lasena (2013) menjelaskan harga jual berasal dari penjumlahan biaya produksi dan non produksi ditambah dengan laba yang diinginkan. 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.

**9. Metode Penentuan Harga Jual**

Menurut Dr. Wiwik dan Dhyka Bagus (2017) dalam bukunya yang berjudul “Akuntansi Biaya dalam Perspektif Manajerial” Penentuan harga jual normal (*normal pricing*) terdiri dari:

1. *Cost-Plus Pricing*

Menurut Sodikin (2015) harga jual produk harus dapat menutup seluruh biaya perusahaan, tidak hanya biaya produksi, akan tetapi biaya nonproduksi seperti biaya administrasi umum dan pemasaran. Metode menentukan harga jual normal sering kali disebut dengan istilah *Cost-Plus Pricing* yaitu penentuan harga jual dengan cara menambahkan laba yang diharapkan diatas biaya penuh masa akan dating untuk memproduksi dan memasarkan produk, karena harga jual ditentukan dengan menambah biaya masa yang akan datang dengan suatu presentase *mark-up* (tambahan diatas jumlah biaya) yang dihitung dengan formula tertentu. Harga jual pokok atau jasa dalam keadaan normal ditentukan dengan formula sebagai berikut menurut Mulyadi (2001):

|  |
| --- |
| Harga Jual = Taksiran biaya penuh + Laba yang diharapkan |

Dengan demikian ada dua unsur yang diperhitungkan dalam penentuan harga jual ini yaitu taksiran biaya penuh dan laba yang diharapkan. Taksiran biaya penuh dapat dihitung menggunakan dua pendekatan yaitu *Full Costing* dan *Variable Costing.* Untuk memperkirakan berapa laba wajar yang diharapkan, yang perlu dipertimbangkan dalam penentuan harga jual adalah:

1. *Cost of capital*

*Cost of capital* atau juga dikenal dengan biaya modal merupakan biaya yang dikeluarkan untuk investasi yang dilakukan perusahaan.

1. Resiko bisnis

Semakin besar resiko bisnis dalam perusahaan maka semakin besar persentase yang ditambahkan pada *Cost of Capital* dalam memperhitungkan laba yang di harapkan.

1. Besarnya *capital employed*

Jumlah investasi yang ditanamkan untuk memproduksi dan memasarkan produk atau jasa merupakan factor yang menentukan besarnya laba yang diharapkan yang ditentukan dalam harga jual. Semakin besar investasi yang ditanamkan dalam memproduksi dan memasarkan produk, semakin besar pula laba yang diharapkan dalam penentuan harga jual.

1. Perhitungan harga jual per unit

Jika biaya dipakai sebagai dasar penentuan harga jual, baik dalam pendekatan *full costing* maupun *variable costing,* biaya pengaruh masa yang akan datang dibagi menjadi dua yaitu dipengaruhi secara langsung volume produk dan biaya penuh yang tidak dipengaruhi volume produk. Dalam penentuan harga jual, taksiran biaya penuh yang secara langsung berhubungan dengan volume produk dipakai sebagai dasar penentuan harga jual, sedangkan taksiran biaya penuh yang tidak dipengaruhi oleh volume produk ditambahkan kepada laba yang diharapkan untuk kepentingan perhitungan persentase *mark-up.*

Rumus perhitungan harga jual atas dasar biaya secara umum dapat dinyatakan sebagai berikut menurut Mulyadi (2001):

|  |  |
| --- | --- |
| Harga jual per unit =  | biaya yang berhubungan langsung dengan volume (per unit) + persentase *mark up* |

Persentase *mark up* ini dihitung dengan rumus:

|  |  |
| --- | --- |
| Persentase *mark up =* | Laba + biaya yang tidak dipengaruhi diharapkan langsung oleh volume produk\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
|  | Biaya yang dipengaruhi langsung oleh volume produk |

Konsep biasa yang berhubungan langsung dengan volume menurut metode *full costing* adalah biaya produksi dan yang tidak berhubungan langsung dengan biaya-biaya non produksi. Sedangkan dalam pendekatan *variable costing*, biaya penuh yang dipengaruhi secara langsung oleh volume produk terdiri dari biaya variabel sedangkan yang tidak dipengaruhi secara langsung adalah biaya-biaya tetap.

1. Penentuan harga jual

Ada tiga penentu harga jual yaitu:

1. Penentu harga jual waktu dan bahan (*time and material pircing*)

Penentuan harga jual ini ditentukan sebesar biaya penuh ditambah dengan laba yang diharapkan. Metode penentuan harga jual ini biasanya digunakan pada perusahaan jasa atau perusahaan yang menjual jasa reparasi suku cadang sebagai pelengkap penjualan jasa. Volume jasa dihitung berdasarkan waktu yang diperlukan untuk melayani konsumen, sehingga perlu dihitung harga per satuan waktu yang dinikmati konsumen.

1. Penentuan harga jual dalam *cost-type contract*

*Cost-type* 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 persentase tertentu dari total biaya sesungguhnya.

1. *Gross margin pircing*

Metode penentu harga jual dengan *gross margin pircing* pada umumnya telah digunakan oleh perusahaan perdagangan dimana jenis perusahaan ini tidak membuat sendiri produk yang dijual sehingga tidak banyak aktiva tetap yang digunakan. Caranya dengan menetukan persentase tertentu diatas harga pokok yang dibeli, persentase ini disebut *mark-up*. Persentase ini meliputi dua komponen yaitu bagian untuk menutup biaya operasi dan bagian yang merupakan laba yang diinginkan. Berbagai macam factor yang mempengaruhi besarnya *mark-up* adalah:

1. Musiman tidaknya produksi
2. Tinggi rendahnya biaya operasi
3. Besar kecilnya aktiva (modal) yang digunakan
4. Tajam tidaknya persaingan
5. **Tujuan Penetapan Harga Jual**

Didalam menentukan harga jual, perusahaan harus jelas dalam menentukan tujuan yang hendak dicapainya, karena tujuan tersebut dapat memberikan arah dan keselarasan pada kebijakan yang diambil perusahaan.

Menurut Philip (2008) Suatu perusahaan dapat mengejar enam tujuan melalui penetapan harga yaitu:

1. Kelangsungan hidup

Perusahaan dapat mengejar kelangsungan hidup sebagai tujuan utamanya, jika mengalami kapasitas lebih, persaingan ketat, atau perubahan keinginan konsumen. Untuk menjaga agar pabrik tetap beroprasi dan persediaan dapat terus berputar, mereka sering melakukan penurunan harga. Laba kurang penting dibandingkan kelangsungan hidup. Selama harga dapat menutup biaya variabel dan Sebagian biaya tetap, perusahaan dapat terus berjalan. Tetapi kelangsungan hidup hanyalah tujuan jangka pendek. Dalam jangka Panjang, perusahaan harus meningkatkan nilainya.

1. Laba sekarang maksimum

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

1. Pendapatan sekarang maksimum

Beberapa perusahaan menetapkan harga yang akan memaksimalkan pendapatan dari penjualan. Maksimalkan pendapatan hanya membutuhkan perkiraan fungsi permintaan. Banyak manajer percaya bahwa maksimalisasi pendapatan akan menghasilkan maksimalisasi laba jangka Panjang dan pertumbuhan pangsa pasar.

1. Pertumbuhan penjualan maksimum

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

1. Skimming pasar maksimum

Skimming pasar hanya mungkin dalam kondisi adanya sejumlah pembeli yang memiliki permintaan tinggi, biaya per unit untuk memproduksi volume kecil tidaklah sedemikian tinggi, sehingga bisa menggurangi keuntungan penetapan harga yang maksimal sehingga dapat diserap pasar, harga yang tinggi tidak menarik lebih banyak pesaing, harga tinggi menyatakan citra *produk superior.*

1. Kepemimpinan mutu produk

Perusahaan mungkin mengarahkan untuk menjadi pemimpin dalam hal mutu produk dipasar, dengan membuat produk yang bermutu tinggi dan menetapkan harga yang lebih tinggi dari pesaingnya. Mutu dan harga yang lebih tinggi akan mendapatkan tingkat pengembalian yang lebih tinggi dari rata-rata industrinya.

1. **Faktor-faktor yang Perlu Dipertimbangkan dalam Penentuan Harga Jual.**
2. Faktor Internal
3. Sasaran Pemasaran

Sasaran-sasaran yang umum bertahan hidup dengan menetapkan harga terendah selama harga penjualan masih dapat menutup biaya variabel dan Sebagian biaya tetap sehingga perusahaan masih tetap survival. Sasaran kedua memaksimumkan laba jangka pendek dimana perusahaan lebih menitikberatkan pada kemampuan keuangan yang ada. Sasaran ketiga kepemimpinan market share dengan menetapkan harga yang serendah mungkin, untuk menjadi lebih unggul dalam market s*h*are. Dan sasaran terakhir kepemimpinan mutu produk dimana perusahaan menetapkan harga yang tinggi untuk menutup biaya pengendalian mutu produk.

1. Strategi *Marketing-Mix*

Keputusan mengenai harga harus dikoordinasikan dengan keputusan-keputusan mengenai desain produk, distribusi dan promosi. Disini harga merupakan factor kunci penentuan posisi produk di pasar, desain produk, serta berapa besarnya biaya yang diperlukan, selain itu juga menentukan ciri-ciri produk yang akan ditawarkan.

1. Biaya

Perusahaan menetapkan suatu harga yang dapat menutup semua biaya untuk memproduksi, mendistribusi dan menjual produk tersebut, termasuk suatu tingkat laba yang wajar atas segala upayanya serta resiko yang dihadapinya.

1. Pertimbangan Organisasi

Manajemen harga menetapkan siapa di dalam organisasi yang bersangkutan yang bertanggung jawab atas penetapan harga. Mereka yang bertanggung jawab atas penetapan harga. Mereka yang juga turut mempengaruhi penetapan harga ialah manajer penjualan, manajer produksi, manajer keuangan dan akuntan serta para wiraniaga.

1. Faktor Eksternal
2. Pasar dan Permintaan

Sebelum menetapkan harga, pemasar harus memahami hubungan antara harga dan permintaan terhadap produk atau jasa itu. Persepsi konsumen mengenai harga dan nilai dimana konsumenlah yang akan menentukan tepat tidaknya harga sebuah produk. Ketika menetapkan harga, perusahaan harus memperhatikan pula persepsi konsumen terhadap harga, bagaimana persepsi tersebut mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dan juga penetapan harga dalam berbagai jenis pasar.

1. Biaya, Harga dan Tawaran Pesaing

Seorang konsumen yang mempertimbangkan akan membeli sebuah produk, akan mengevaluasi harga pokok yang satu dengan produk sejenis lainnya, dan membandingkan kualitas produk-produk itu. Oleh karena itu perusahaan dalam menetapkan harga juga harus mengetahui harga dan mutu yang ditawarkan masing-masing perusahaan pesaing.

1. Faktor-faktor Eksternal lainnya

Faktor-faktor itu ialah, pertama kondisi ekonomi seperti inflasi, resersi, serta tingkat bunga, mempengaruhi keputusan mengenai harga karena factor-faktor tersebut mempengaruhi biaya produksi sebuah produk dan persepsi konsumen terhadap harga serta nilai produk itu. Kedua penjual-ulang, perusahaan harus menetapkan harga yang dapat memberikan laba yang wajar kepada penjual-ulang, meningkatkan dukungan mereka, dan membantu mereka untuk menjual produk secara efektif. Ketiga adalah pemerintah, dimana pemasar perlu mengetahui harga dan menjamin bahwa kebijakan mereka dalam penetapan harga tidak melanggar Undang-Undang.

**B. Penelitian Terdahulu**

**Tabel 2.3**

**Peneliti Terdahulu**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| No | NamaPeneliti/Tahun | Judul | MetodePenelitian | Hasil Penelitian |
| 1. | Rina Hasyima (2018). | Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi dan Harga Jual Dengan Metode Full Costing Pada *Home Industry* Khoiriyah di Taman Sari, Singaraja. | Deskriptif | Pada perhitungan harga pokok produksi dengan metode full costing harga pokok produksi yang dihasilkan lebih besar dibandingkan dengan perhitungan harga pokok produksi dengan metode perusahaan. |
| 2. | Eko Purwanto, Sinta Sukma Wartini (2020). | Analisis Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode *Full Costing* dalam Penetapan Harga Jual (Studi Kasus Unit Usaha Regar *Fruit*) | Studi Kasus | Perhitungan biaya dengan menggunakan metode *full costing* memiliki keunggulan yaitu penjumlahan seluruh biaya baik yang tetap maupun variabel dapat menjadi alat analisis yang tepat dalam penetapan harga jual. |
| 3. | Fitria Marisya (2022). | Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode *Full Costing* Untuk Menentukan Harga Jual Pada UMKM Tempe Pak Rasman Oku Selatan | Deskriptif | Perhitungan harga pokok produksi dengan metode *full costing* lebih tinggi dari pada perhitungan harga pokok produksi menurut perusahaan karena metode *full costing* memasukkan seluruh elemen biaya yang bersifat variabel maupun tetap. |
| 4. | Bintang Komara, Ade Sudarman (2016) | Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Dengan Metode *Full Costing* Sebagai Dasar Penentuan Harga Jual Pada CV Salwa Meubel | Variabel Bebas dan Terikat | Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa dari perhitungan harga pokok produksi berdasarkan teori akuntansi dengan menggunakan metode full costingpada setiap produk pesanan masih dapat menghasilkan laba atau keuntungan dengan harga jual yang bersaing (kompetitif). |
| 5. | Mifta Maghfirah, Fazil Syam BZ (2016) | Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Dengan Penerapan Metode *Full Costing* Pada UMKM Kota Banda Aceh | Deskriptif | Hasil yang di hasilkan dalam perhitungan ialah perhitungan dengan metode *full costing* memperoleh hasil yang lebih besar dengan perhitungan yang dilakukan oleh UMKM itu sendiri.  |

Sumber: Analisis Penelitian 2023

**C. Kerangka Teori**

Dalam perusahaan pasti memiliki maksud serta tujuan yang ingin dicapai. Perusahaan yang dapat mempertahankan dan meningkatkan usahanya dengan cara mendapatkan laba serta keuntungan yang wajar dan dapat bersaing bagi perusahaan. Dalam rangka pencapaian maksud dan tujuan tersebut harus mempunyai strategi, salah satunya yaitu penentuan harga jual.

Dalam proses produksi hal yang paling utama yang harus diperhatikan adalah harga pokok produksi yang akan dibebankan kepada konsumen sebagai dasar untuk menentukan harga jual. Penentuan harga pokok produksi tersebut mencakup biaya-biaya yang akan dikeluarkan dalam memproduksi serta menambah laba yang diharapkan, untuk itu pengumpulan dan penggolongan biaya-biaya yang diperkirakan akan mempengaruhi harga pokok produksi.

Biaya-biaya yang dikeluarkan untuk proses produksi terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik. Dengan memperhatikan biaya produksi diharapkan akan tepat dalam menentukan harga jual. Hal ini menunjukkan suatu keterkaitan antara harga pokok produksi yang terdiri dari biaya produksi yaitu: biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik serta harga jual. Secara umum untuk membentuk harga jual suatu produk merupakan penjumlahan antar laba yang diinginkan dengan biaya produksi. Keterkaitan tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:

**Gambar 2.1**

**Kerangka Teori**

Harga Pokok Produksi

CV. Sama Jaya Utama

Analisa

Harga Pokok Produksi

*Variable Costing*

Harga Pokok Produksi

*Full Costing*

Biaya Produksi

1. Biaya Bahan Baku
2. Biaya Tenaga Kerja
3. Biaya *Overhead*

Kesimpulan

Sumber: Analisa Peneliti 2023