

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 Pengertian Akuntansi Biaya**

Akuntansi biaya merupakan sebuah bidang akuntansi yang digunakan untuk proses pencatatan, pelacakan dan pelaporan keuangan dalam organisasi atau sumber daya pada penggunaan biaya. Menurut Mulyadi (2018:7) menyatakan bahwa akuntansi biaya merupakan proses penggolongan, pencatatan, penyajian biaya dan penjualan produk atau jasa menggunakan cara-cara tertentu, dan objek aktifitas akuntansi biaya merupakan biaya. Akuntansi biaya didefinisikan menjadi bagian berdasarkan akuntansi manajemen, dalam akuntansi biaya dipelajari penentuan dan pengendalian biaya yang terjadi pada perusahaan yang pada akhirnya akan membentuk informasi biaya yang akan dipakai manajemen untuk mengambil keputusan. Hasil akhir dari akuntansi biaya merupakan informasi mengenai biaya produksi untuk kepentingan aktifitas manajemen perusahaan industri, yang mencakup bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik dan penjualan produk jadi.

##### **2.1.2 Penggolongan Biaya**

Dalam akuntansi biaya, biaya digolongkan dengan berbagai cara. Pada dasarnya penggolongan biaya ditentukan atas dasar tujuan yang ingin dicapai dengan penggolongan biaya tersebut. Menurut Mulyadi (2018:13) biaya dapat digolongkan menurut :

1. Objek pengeluaran

Merupakan dasar dalam penggolongan biaya, semua pengeluaran yang berhubungan dengan bahan bakar maka disebut dengan “biaya bahan bakar”

2. Fungsi pokok dalam perusahaan

Terdapat 3 fungsi pokok dalam perusahaan manufaktur yaitu fungsi produksi, fungsi pemasaran, fungsi administrasi dan umum. Maka dari itu didalam perusahaan manufaktur biaya dikelompokkan menjadi 3 yaitu :

a) Biaya produksi

Merupakan biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual

b) Biaya pemasaran

Biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk. Contohnya seperti : biaya iklan, biaya promosi, biaya *overhead* dan biaya tenaga kerja langsung

c) Biaya administrasi dan umum

Biaya-biaya untuk koordinasi kegiatan-kegiatan produksi dan pemasaran produk. Contohnya seperti : biaya gaji karyawan, bagian keuangan, akuntansi dan biaya *fotocopy*.

3. Hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai

Hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai dapat dikelompokkan menjadi 2 golongan yaitu :

a) Biaya langsung (*Direct cost*)

Biaya yang dapat dibebankan secara langsung kepada obyek biaya produk. Biaya langsung terdiri dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.

b) Biaya tidak langsung (*Indirect cost*)

Biaya yang terjadi tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai, biaya tidak langsung dalam hubungannya dengan produk dengan istilah biaya produksi tidak langsung atau biaya *overhead* pabrik.

#### 4. Perilaku biaya dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan

Dalam hubungannya dengan perubahan volume aktifitas, biaya digolongkan menjadi :

##### a) Biaya variabel

Merupakan biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatannya.

##### b) Biaya semi variabel

Merupakan biaya yang tidak berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Biaya semi variabel mengandung unsur biaya tetap dan unsur biaya variabel

##### c) Biaya *semifixed*

Merupakan biaya yang tetap untuk tingkat volume kegiatan tertentu dan berubah dengan jumlah yang konstan dengan volume produksi tertentu

##### d) Biaya tetap

Merupakan biaya yang jumlah totalnya tetap dalam kisaran volume kegiatan tertentu contoh dari biaya tetap adalah gaji direktur produksi.

#### 5. Jangka waktu manfaatnya

Biaya dibagi menjadi 2 yaitu : Pengeluaran modal dan Pengeluaran pendapatan.

- a) Pengeluaran modal (*capital expenditures*) adalah biaya yang memiliki manfaat lebih dari satu periode akuntansi (periode akuntansi adalah satu tahun kalender)

- b) Pengeluaran pendapatan adalah biaya yang hanya memiliki manfaat dalam periode akuntansi terjadi pengeluaran tersebut.

## 2.2. Harga Pokok Produksi

Harga Pokok Produksi merupakan semua biaya yang dikeluarkan secara langsung maupun tidak langsung untuk memproduksi barang atau jasa dalam suatu periode pada perusahaan. Menurut Djumali et al. (2014), harga pokok produksi merupakan sekumpulan biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan dan mengolah bahan baku menjadi produk jadi. Harga pokok produksi atau *product cost* merupakan suatu elemen yang penting untuk dapat mengetahui keberhasilan (*performance*) dari perusahaan barang dan jasa. Harga pokok produksi berkaitan erat keberhasilan suatu perusahaan, misalnya seperti : laba bersih dan laba kotor, tergantung pada jumlah harga jual dan harga pokoknya. Jika perubahan harga pokok produk relatif kecil maka bisa berdampak kepada jumlah keberhasilan di perusahaan tersebut.

Pada dasarnya harga pokok produksi menunjukkan harga barang dan jasa yang diproduksi dalam periode tertentu. Hal ini merupakan bahwa harga pokok produksi adalah bagian dari harga pokok dari produksi barang dan jasa yang terjual dalam periode akuntansi. Menurut Mulyadi (2018) menyatakan bahwa harga pokok produksi atau yang biasa disebut dengan harga pokok yaitu pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan yang telah terjadi bahkan kemungkinan terjadi untuk memperoleh keuntungan. Dari beberapa pendapat diatas maka dapat disimpulkan bahwa definisi harga pokok produksi merupakan kumpulan biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi bahan baku menjadi bahan jadi.

### **2.2.1 Manfaat Harga Pokok Produksi**

Menurut Mulyadi (2018) informasi harga pokok produksi yang dihitung untuk jangka waktu tertentu bermanfaat bagi manajemen untuk :

1. Menentukan harga jual produk

Proses produksi yang dilakukan perusahaan untuk memenuhi persediaan barang yang ada digudang. Biaya produksi dihitung dalam jangka waktu tertentu untuk menghasilkan informasi biaya produksi per unit. Dalam penentuan harga jual produk, biaya produk perunit merupakan salah satu informasi yang dipertimbangkan disamping informasi biaya lain serta informasi non biaya

2. Menentukan realisasi produksi

Jika rencana produksi dalam jangka waktu tertentu telah diputuskan agar dilaksanakan, manajemen memerlukan informasi biaya produksi yang sesungguhnya telah dikeluarkan dalam pelaksanaan rencana produksi tersebut. Maka dari itu akuntansi biaya digunakan untuk mengumpulkan informasi biaya produksi dan total biaya produksi sesuai dengan yang telah diperhitungkan sebelumnya.

3. Menghitung laba rugi periode

Untuk mengetahui apakah kegiatan produksi dan pemasaran perusahaan dalam periode tertentu mampu menghasilkan laba atau mengakibatkan rugi, manajemen memerlukan informasi biaya produksi yang telah dikeluarkan untuk memproduksi produk dalam periode tertentu.

4. Menentukan harga pokok persediaan produk jadi dan produk dalam proses yang disajikan dalam neraca pada saat manajemen dituntut untuk membuat pertanggungjawaban keuangan periode, manajemen harus menyajikan laporan

keuangan berupa neraca dan laporan laba rugi. Didalam neraca manajemen harus menyajikan harga pokok persediaan produk jadi dan harga pokok produk yang ada tanggal neraca masih dalam proses.

### **2.2.2 Unsur-Unsur Harga Pokok Produksi**

Dalam sebuah produksi akan diperlukan beberapa biaya yang digunakan untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap dijual, Dalam harga pokok produksi biaya produksi yang bersangkutan dengan pengolahan bahan mentah menjadi produk jadi, biaya dalam perusahaan manufaktur dikelompokkan menjadi 2 kelompok biaya Rudianto (2016:157) sebagai berikut :

1. Biaya Produksi terdiri dari :

a. Biaya Bahan Baku

Biaya bahan baku adalah semua bahan yang digunakan dalam proses produksi sedangkan menurut Salman, pengertian bahan baku adalah besarnya bahan baku yang dimasukkan kedalam proses produksi untuk menghasilkan produk jadi.

b. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya Kerja Langsung adalah biaya yang berhubungan dengan pembuatan produk yang dihasilkan. Misalnya pada toko ISTANA ALUMUNIUM yang termasuk tenaga kerja langsung adalah Gaji karyawan. Karena tidak semua karyawan diletategorikan sebagai biaya tenaga kerja langsung, hanya karyawan yang terlibat langsung dalam proses menghasilkan produk yang dapat dikelompokkan sebagai tenaga kerja.

c. Biaya *overhead*

Biaya *overhead* adalah biaya yang tidak dapat didefinisikan pada produk jadi, dengan begitu biaya dapat kita ketahui apabila pesanan telah selesai di produksi, yang termasuk dari biaya *overhead* adalah : biaya bahan penolong, biaya pemeliharaan alat, biaya penyusutan, dan biaya asumsi.

2. Biaya Non Produksi terdiri dari :

a. Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran merupakan biaya yang terjadi sejak barang selesai diproduksi dan disimpan dalam Gudang hingga barang sampai ketangan pelanggan dan berubah dalam bentuk tunai.

b. Biaya Administrasi dan Umum

Merupakan biaya yang digunakan saat koordinasi kegiatan produksi dan pemasaran produk. Contohnya seperti biaya fotocopy, biaya telpon dan pemeriksaan akuntan.

### **2.2.3 Metode Penentuan Harga Pokok Produksi**

Merupakan suatu cara untuk memperhitungkan unsur-unsur dari biaya produksi kedalam harga pokok produksi. Dalam memperhitungkan unsur-unsur biaya yang dimasukan kedalam harga pokok produksi terdapat 2 metode yaitu : Metode *full costing* dan *variabel costing*. Perbedaan antara metode *full costing* dan *variabel costing* terletak pada perlakuan biaya *overhead* pabrik.

a. Metode *full costing*

Merupakan metode yang menghitung semua unsur biaya produksi kedalam harga pokok produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik (Kusmanto et al., 2015; Mulyadi, 2012).

Rumus penentuan harga pokok produksi menggunakan metode *full costing* meliputi :

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

**Gambar 2.1 Rumus metode *full costing***

## 2.3 Harga Jual

Harga jual merupakan faktor yang dapat mempengaruhi para konsumen dalam pengambilan keputusan untuk membeli suatu produk, para konsumen pasti akan memilih produk dengan kualitas terbaik dan dengan harga yang terjangkau. Oleh karena itu toko harus bisa menentukan harga jual yang tepat. Jika harga yang ditentukan terlalu tinggi atau mahal maka, konsumen tidak akan membeli. Tetapi jika harga terlalu rendah atau murah maka toko tidak akan mendapatkan keuntungan dari hasil penjualannya.

### 2.3.1 Tujuan Penetapan Harga Jual

Menurut Machfoedz (2005) tujuan dari penetapan harga untuk mencapai target perusahaan, memperoleh laba, dan untuk meluaskan target pemasaran. Sedangkan menurut Harini penetapan harga memiliki 5 tujuan yaitu :

- a. Mencapai penghasilan atas investasi
- b. Kestabilan harga
- c. Mempertahankan atau meningkatkan bagian dalam pasar

- d. Menghadapi atau mencegah persaingan dan
- e. Memaksimalkan laba

### **2.3.2 Faktor-Faktor Penentu Harga Jual**

Menurut Horngren et al. (2009), harga dari sebuah produk atau jasa bergantung pada permintaan penawaran. Secara umum terdapat 2 faktor utama dalam mempertimbangkan harga jual yaitu :

#### **1. Faktor lingkungan Internal**

##### **a. Tujuan pemasaran**

Tujuan dari faktor utama yang menentukan harga yaitu untuk memaksimalkan laba, menciptakan kepemimpinan dalam kualitas .

##### **b. Strategi bauran pemasaran**

Harga merupakan salah satu elemen dalam bauran pemasaran maka, dalam menentukan harga sebaiknya dikoordinasikan terlebih dahulu kepada elemen pemasaran lainnya, Seperti pada elemen bagian produk tempat dan biaya organisasi.

##### **c. Biaya**

Biaya merupakan salah satu factor dalam penentuan harga jual agar toko tidak mengalami kerugian, Oleh karena itu setiap toko pasti mempunyai cara untuk memperhatikan struktur biaya tetap dan *variabel*

##### **d. Organisasi**

pihak management pasti akan memutuskan siapa saja yang akan menjadi bagian didalam organisasi, dimana tugasnya untuk menetapkan harga. Didalam setiap

toko mempunyai cara tersendiri untuk menangani masalah penetapan harga biasanya dilakukan oleh manager atau divisi dalam produk.

## 2. Faktor Lingkungan Eksternal

### a. Pesaing

Setiap bisnis pasti memiliki pesaing, karena itu toko harus menyadari Tindakan dari para pesaingnya. Disatu sisi jika toko tidak memiliki pesaing maka toko tersebut dapat menetapkan harga jual yang lebih tinggi.

### b. Pelanggan

Pelanggan dapat mempengaruhi harga, jika harga yang ditawarkan pada toko terlalu tinggi akan menyebabkan pelanggan menolak produk tersebut dan memilih produk yang lainnya.

### c. Biaya

Biaya juga mempengaruhi harga karena, akan berpengaruh terhadap penjualan. Semakin rendah biaya produksi sebuah produk maka akan semakin besar permintaan produk dari pelanggan. Porter & Maulana (2008) mengatakan bahwa ada 5 persaingan industri yaitu : Persaingan dalam industri yang bersangkutan, produk substitusi, pelanggan dan ancaman pendatang baru.

### d. Unsur-unsur eksternal lainnya

Yang perlu dipertimbangkan selain faktor-faktor yang telah diselesaikan sebelumnya adalah faktor kondisi ekonomi yaitu tingkat bunga dan inflasi.

### **2.3.3 Metode Penentu Harga Jual**

Sujarweni (2015) penetapan harga jual yang paling sederhana menurut biaya yaitu :

#### *1. Cost plus pricing method*

Merupakan metode harga jual dengan cara menambahkan laba yang diharapkan dimasa yang akan datang untuk memproduksi dan memasarkan produk diatas biaya penuh. Penjual menetapkan harga yang sama dengan jumlah biaya per unit ditambahkan dengan jumlah lain untuk menutup laba yang diinginkan (margin) pada unit tersebut. Rumus untuk menghitung *Cost plus pricing method* yaitu :

$\text{Harga Jual} = \text{Total Biaya} + \text{Laba}$
--

**Gambar 2.2 Rumus metode *Cost Plus Pricing***

## 2.4 Penelitian Terdahulu

Berikut ini merupakan penelitian terdahulu yang dijadikan referensi dalam peneliitian ini.

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

No	Penulis	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Pidada et al. (2018)	Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Dengan Metode <i>Full Costing</i> Sebagai Acuan Dalam Menentukan Harga Jual Kain Sekor Di/Sukawerdi (Studi Kasus Pada Usaha Tenun Sekordi di Geria Batan Cempaka, Desa Sinduwati, Kecamatan	Menggunakan Pendekatan Kualitatif, Teknik pengumpulan data dengan cara wawancara, observasi dan dokumentasi	Terdapat perbedaan hasil perhitungan harga pokok produksi antara metode pengusaha dan metode <i>Full Costing</i> . Oleh karena itu menghitung harga pokok produksi kain sekordi akan lebih

		Sidemen, Kabupaten Karangasem)		akurat dan efisien apabila diterapkan metode <i>Full Costing</i>
2.	Febriani (2019)	Perhitungan Harga Pokok Produksi Sebagai Dasar Penentuan Harga Jual (Studi Kasus Pada UKM Hijab Nungpastel)	Metode deskriptif kualitatif, Teknik pengumpulan data menggunakan cara observasi, wawan cara langsung dengan pemilik UKM Hijab Nungpastel	Disimpulkan bahwa metode yang tepat digunakan oleh Ukm hijab Nungpastel adalah metode <i>Full Costing</i> , karena Metode ini memperhitungkan seluruh unsur biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi. Sehingga UKM hijab Nungpastel bisa lebih kompetitif dalam menentukan harga jualnya.

3.	Lestari et al. (2019)	Analisis Penetapan Metode Full Costing Dalam Perhitungan Harga Pokok Produksi Untuk Penetapan Harga Jual (Studi Kasus UMKM Pabrik Lemari Syukur)	Metode analisis kualitatif, peneliti berusaha menggambarkan secara jelas keadaan objek yang diteliti berdasarkan data yang dikumpulkan.	Perhitungan harga jual menggunakan Metode <i>Full Costing</i> menghasilkan harga jual yang lebih besar bila dibandingkan dengan penentuan harga jual menurut UMKM.
4.	Sylvia (2018)	Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi dengan dengan Menggunakan Metode <i>Full Costing</i> dan <i>Variabel Costing</i> Pada Tahu Mama Kokom Kota Baru	Metode deskriptif kualitatif, Teknik pengumpulan data yaitu wawancara langsung, dan data diperoleh dari buku dan internet	Perhitungan yang diterapkan Mama Kokom lebih rendah dibandingkan dengan metode <i>Full Costing</i> dan <i>Variabel Costing</i> karena, pemilik usaha tidak mengetahui cara perhitungan harga pokok produksi yang tepat
5.	Wiralestari et al. (2018)	Pelatihan Perhitungan Harga Pokok Produksi	Menggunakan metode	Perhitungan harga pokok produksi

		dengan Menggunakan <i>Full Costing</i> Sebagai Dasar Penentuan Harga Jual Pempek Pada UMKM Pempek Masayu 212	sosialisasi, metode tutorial dan metode diskusi.	dengan Metode <i>Full Costing</i> memiliki perbedaan, Harga pokok produksi menggunakan metode <i>Full Costing</i> yang dihasilkan lebih besar dari pada menggunakan metode perusahaan. Karena, dengan menggunakan metode <i>Full Costing</i> semua biaya dirinci secara jelas.
6.	Komara & Sudarma (2016)	Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi dengan Metode <i>Full Costing</i> Sebagai Dasar Penentuan Harga Jual CV Salwa Meubel	Data Kuantitatif, Teknik pengumpulan data menggunakan Kuesioner	Biaya produksi berpengaruh positif terhadap harga jual
7.	Bhayangkara & Zifi (2016)	Perhitungan Harga Pokok Pesanan Untuk Menetapkan Harga Jual	Menggunakan penelitian deskriptif, Teknik	Perhitungan harga pokok produksi dengan metode <i>Full</i>

		(Studi Kasus Pada Usaha Riau Alumunium)	pengumpulan data dengan cara wawancara dan dokumentasi	<i>Costing</i> mendapat laba tidak sesuai dengan target, hal ini disebabkan karena perusahaan tidak menghitung seluruh biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi dan menetapkan harga jual sesuai dengan harga pasar.
--	--	---	--	--

## 2.5 Kerangka Pemikiran

Istana Alumunium merupakan suatu usaha yang bergerak dibidang penjualan yang berada di Lampung Utara tepatnya pada Desa Ogan Lima, Kecamatan Abung Barat, Kabupaten Lampung Utara. Dengan memproduksi lemari pakaian, lemari Tv dan lemari rak piring untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

Pada toko ISTANA ALUMUNIUM untuk menetapkan harga pokok produksi menggunakan metode *full costing* dan untuk menghitung Harga jual menggunakan *Cost-plus Pricing*. Yang mana pada metode *Full Costing* akan dilakukan perhitungan dari biaya bahan baku, tenaga kerja langsung dan Biaya *overhead*. Dengan perhitungan harga pokok produksi yang tepat maka akan mempermudah Istana Alumunium dalam menentukan harga Jual yang tepat. Adapun Skema kerangka pemikiran penelitian dapat dilihat pada gambar dibawah ini :

**Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran**

