

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Biaya

Untuk menjelaskan suatu kegiatan atau aktivitas tentu memerlukan biaya. Tanpa biaya maka segala sesuatu yang dijalankan atau yang diusahakan tidak mungkin akan berjalan. Begitu pula dalam menjalankan kegiatan perusahaan tentu tidak lepas dari kebutuhan akan biaya.

1. Pengertian Biaya

Terdapat berbagai macam pengertian atau definisi biaya, yang masing-masing berbeda. Para akuntan dan ekonom masing-masing memiliki konsep yang tidak bertentangan satu sama lain, namun tetap tampak adanya perbedaan. Karena itu tidak mudah untuk mendefinisikan atau menjelaskan istilah biaya tanpa menimbulkan keragu-raguan. Adapun pengertian biaya yang dikemukakan oleh para ahli :

Menurut Mulyadi (2012:8), dalam arti luas biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu. Menurut Mursyidi (2008:13), biaya dapat diartikan sebagai pengorbanan sumber ekonomi baik yang berwujud maupun yang tidak berwujud yang dapat diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu. Menurut Witjaksono (2013:12), biaya adalah suatu pengorbanan sumber daya untuk suatu tujuan tertentu.

Berdasarkan pengertian biaya diatas dapat disimpulkan bahwa biaya sebagai suatu pengorbanan atas sumber-sumber ekonomi untuk mencapai

suatu tujuan. Istilah biaya seringkali disinonimkan dengan harga pokok dan beban dari sesuatu atau tujuan tertentu. Sebagai harga pokok, biaya merupakan harga pertukaran atas sumber ekonomi yang dikorbankan atau diserahkan untuk mendapatkan suatu barang, jasa atau aktiva. Biaya sebagai beban adalah apabila mengorbankan yang diperlukan itu terjadi dalam rangka merealisasikan pendapatan.

2. Objek Biaya

Menurut Hansen dan Mowen (1997:37), objek biaya adalah setiap item seperti produk, pelanggan, departemen, aktivitas, dan sebagainya, dimana biaya diukur dan dibebankan. Dengan kata lain, jika pemakai informasi ingin mengetahui besarnya biaya untuk sesuatu, maka sesuatu itu disebut objek biaya.

Dalam pengertian demikian, objek biaya bisa berupa produk, jasa, bagian atau departemen tertentu dalam suatu perusahaan, dan segala sesuatu yang membuat kita ingin mengetahui banyaknya sumber-sumber ekonomi yang diperlukan untuk mewujudkan dan merealisasikannya. Karena obyek biaya terdapat pada setiap perusahaan atau organisasi, apapun jenis usaha dan kegiatannya maka akuntansi biaya sebagai suatu sistem informasi, tidak hanya dapat diaplikasikan tetapi lebih dari itu dimana diperlukan oleh perusahaan yang bergerak baik dibidang perdagangan maupun jasa.

Dalam akuntansi, proses penentuan harga pokok atau perhitungan biaya untuk melaksanakan suatu kegiatan disebut *costing*. Proses itu sendiri harus dilakukan secara sistematis yang meliputi tahap-tahap pengumpulan

biaya, penggolongan ke dalam berbagai kategori, misalnya biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik, dan kemudian pengalokasiannya kepada obyek-obyek biaya.

Dalam hal ini terdapat berbagai alternatif metode pengumpulan, penggolongan, dan alokasi biaya kepada obyek-obyek biaya. Diantara ketiga tahapan tersebut, tahap penggolongan biaya perlu mendapatkan perhatian khusus. Ini disebabkan karena hakikat dan relevansi informasi akuntansi, termasuk biaya antara lain tercermin pada cara informasi tersebut diklasifikasikan.

3. Penggolongan Biaya

Menurut Mulyadi (2012;14), ada berbagai macam cara untuk menggolongkan biaya antara lain :

a. Penggolongan biaya atas dasar obyek pengeluaran

Dalam cara penggolongan ini, nama obyek pengeluaran merupakan dasar penggolongan biaya. Misalnya nama obyek pengeluaran adalah bahan bakar, maka semua pengeluaran yang berhubungan dengan bahan bakar disebut biaya bahan bakar.

b. Penggolongan biaya menurut fungsi pokok dalam perusahaan

Dalam perusahaan manufaktur, penggolongan biaya berdasarkan fungsi pokok perusahaan terdapat tiga fungsi pokok yaitu :

1) Biaya produksi

Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual.

Menurut obyek pengeluarannya, secara garis besar biaya produksi

ini dibagi menjadi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik. Biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung disebut juga dengan istilah biaya utama, sedangkan biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik disebut juga dengan istilah biaya konversi, yang merupakan biaya untuk mengkonversi (mengubah) bahan baku menjadi produk jadi.

2) Biaya pemasaran

Biaya pemasaran merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk.

3) Biaya administrasi dan umum

Biaya administrasi dan umum merupakan biaya-biaya untuk mengkoordinasi kegiatan produksi dan pemasaran produk.

c. Penggolongan biaya atas dasar hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai

Sesuatu yang dibiayai dapat berupa produk atau departemen. Dalam hubungannya dengan sesuatu yang dibiayai, biaya dapat dikelompokkan menjadi dua golongan :

1) Biaya langsung

Biaya langsung adalah biaya yang terjadi dimana penyebab satu-satunya adalah karena adanya sesuatu yang dibiayai. Jika sesuatu yang dibiayai tersebut tidak ada, maka biaya langsung ini tidak akan terjadi. Dengan demikian biaya langsung akan mudah diidentifikasi dengan sesuatu yang dibiayai. Biaya langsung

dalam hubungannya dengan produk terdiri dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.

2) Biaya tidak langsung

Biaya tidak langsung adalah biaya yang terjadinya tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai. Biaya tidak langsung dalam hubungannya dengan produk disebut juga dengan istilah biaya produksi tidak langsung atau biaya overhead pabrik. Biaya ini tidak mudah diidentifikasi dengan produk tertentu.

d. Penggolongan biaya menurut perilakunya dalam hubungannya dengan perubahan volume aktivitas.

1) Biaya Tetap yaitu biaya yang jumlah totalnya tetap konstan, tidak terpengaruh adanya perubahan volume kegiatan dalam batas-batas tertentu. Contohnya gaji direktur produksi.

2) Biaya Variabel yaitu biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Misalnya, biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.

3) Biaya Semi Variabel yaitu biaya yang jumlah totalnya berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Biaya semi variabel mengandung unsur biaya tetap dan biaya variabel.

4) Biaya Semi Tetap yaitu biaya yang tetap untuk tingkat volume kegiatan tertentu dan berubah dengan jumlah yang konstan pada volume produksi tertentu.

e. Penggolongan biaya atas dasar jangka waktu manfaatnya

Penggolongan biaya atas dasar jangka waktu manfaatnya

digolongkan menjadi dua, yaitu :

- 1) Penggunaan modal (*capital expenditure*) adalah biaya yang mempunyai manfaat lebih dari satu periode akuntansi (biasanya periode akuntansi adalah 1 tahun kalender). Misalnya pengeluaran untuk pembelian aktiva tetap, untuk reparasi besar terhadap aktiva tetap, dan untuk promosi besar-besaran.
- 2) Pengeluaran pendapatan (*revenue expenditure*) adalah biaya-biaya yang hanya mempunyai manfaat dalam periode akuntansi terjadinya pengeluaran tersebut. Pada saat terjadinya, pengeluaran pendapatan ini dibebankan sebagai biaya dan dipertemukan dengan pendapatan yang diperoleh dari pengeluaran biaya tersebut. Misalnya, biaya iklan, dan biaya tenaga kerja.

B. Harga Pokok Produksi

1. Pengertian Harga Pokok Produksi

Untuk menjalankan suatu kegiatan perusahaan, keputusan manajemen yang paling penting dilakukan adalah mengenai penetapan harga jual. Agar harga jual dapat ditetapkan secara tepat maka pihak perusahaan harus bisa membuat perhitungan harga pokok produksi.

Menurut Mulyadi (2010 :77), harga pokok produksi adalah semua biaya yang dikeluarkan untuk membuat satu unit barang jadi yang meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik.

Menurut T. Horngren (2008) Harga pokok produksi adalah biaya barang yang dibeli untuk diproses sampai selesai, baik sebelum maupun selama periode akuntansi berjalan". Dalam pengertian ini Horngren

menjelaskan semua biaya yang melekat dalam produksi barang akan diakui sebagai harga pokok produksi meskipun biaya tersebut muncul sebelum periode akuntansi berjalan.

Sedangkan Soemitro Adikoesoema (1990 ; 47), mendefinisikan harga pokok adalah gambaran oleh produsen pada penukaran barang-barang atau jasa yang ditawarkan di pasar. Pendapat diatas menerangkan bahwa produsen atau pihak perusahaan menggambarkan tentang hasil produksi yang telah diciptakan dan ditawarkan di pasar merupakan harga pokok.

Berdasarkan ketiga pendapat di atas maka dapat dikatakan bahwa harga pokok merupakan harga pokok produksi adalah semua biaya yang dikeluarkan untuk membuat satu unit barang jadi yang meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik.

2. Komponen Biaya Produksi Yang Membentuk Harga Pokok

Menurut Mulyadi (1993;18), biaya produksi adalah biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk yang siap untuk dijual. Komponen-komponen dari harga pokok harus diketahui oleh perusahaan sehingga didalam membuat perhitungan harga pokok, pihak perusahaan tidak mengalami kesulitan didalam menetapkan komponen-komponen dari biaya harga pokok tersebut. Adapun biaya produksi terdiri dari :

a. Biaya Bahan Baku

Mulyadi (1993;20) mendefinisikan biaya bahan baku adalah biaya yang dikeluarkan untuk pembelian bahan baku. Misalnya, kacang kedelai sebagai bahan baku pembuatan tahu.

b. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja langsung merupakan harga yang dibebankan untuk menggunakan tenaga kerja manusia tersebut. Kemudian menurut Supriyono (1992;15), menjeaskan bahwa biaya tenaga kerja menggambarkan kontribusi manusia , yaitu karyawan perusahaan di dalam kegiatan perusahaan. Berdasarkan kedua pendapat tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa biaya tenaga kerja langsung merupakan biaya yang dikeluarkan untuk membiayai tenaga kerja manusia sebagai imbalan atau baas jasa atas partisipasinya secara langsung dalam kegiatan proses produksi.

c. Biaya Overhead Pabrik

Supriyono (1994;22) menjelaskan bahwa biaya overhead pabrik mencakupi semua elemen biaya produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Oleh karena itu, biaya overhead pabrik meliputi biaya bahan penolong, gaji dan upah tenaga kerja tidak langsung, biaya sewa gedung, biaya pemeliharaan mesin, biaya penyusutan mesin, dan biaya listrik.

Ketiga komponen biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrrik tersebut merupakan biaya-biaya yang selalu digunakan dalam menjalankan kegiatan produksi suatu perusahaan. Oleh sebab itu komponen biaya-biaya tersebut harus dicatat pengeluarannya secara terperinci sehingga mudah dalam melakukan perhitungan harga pokok.

3. Perhitungan Harga Pokok Produksi

Menurut Mursyidi (2008:29) metode penentuan harga pokok produksi terdiri atas dua yaitu :

a. Metode *Full Costing*

Full costing merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang menghitung semua unsur biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead baik yang berperilaku variabel maupun tetap. Harga pokok produksi metode *full costing* dari unsur biaya produksi sebagai berikut :

Biaya Bahan Baku	xxx
Biaya Tenaga Kerja Langsung	xxx
Biaya Overhead Pabrik Tetap	xxx
Biaya Overhead Pabrik Variabel	<u>xxx</u>
Harga Pokok Produksi	xxx

b. Metode *Variabel Costing*

Variabel costing merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang menghitung biaya produksi yang berperilaku variabel kedalam harga pokok produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik variabel . Metode *variabel costing* terdiri dari unsur biaya produksi sebagai berikut :

Biaya Bahan Baku	xxx
Biaya Tenaga Kerja Langsung	xxx
Biaya Overhead Pabrik Variabel	<u>xxx</u>
Harga Pokok Produksi	xxx

4. Tujuan Penentuan Harga Pokok Produksi

Bagi suatu perusahaan dagang, untuk produk-produk yang diperjualbelikan tidaklah perlu mengetahui biaya-biaya produksinya untuk menentukan harga pokok, melainkan cukup mengetahui biaya pembeliannya saja. Namun lain halnya dengan perusahaan manufaktur dimana produk-produk yang dihasilkan pertama-tama harus melalui proses produksi maka sudah sewajarnya perlu diketahui biaya produksinya atau harga pokok produksinya.

Hal ini penting mengingat akan tujuan penentuan harga pokok akan dapat membantu pimpinan perusahaan dalam menentukan kebijaksanaannya untuk kelangsungan hidup perusahaan. Adapun tujuan dari penentuan harga pokok adalah sebagai berikut :

- a. Untuk menetapkan biaya-biaya menurut barang-barang yang diproduksi sesuai prosesnya, pesanan, satuan-satuan atau bagian-bagian.
- b. Untuk mengontrol pengeluaran-pengeluaran yang berhubungan dengan proses produksi, distribusi dan administrasi dari perusahaan.
- c. Untuk memberikan suatu dasar guna menafsir biaya-biaya dari suatu barang hasil produksi dan dengan itu kemungkinan untuk dapat menetapkan suatu harga yang menguntungkan.
- d. Untuk memberikan kemungkinan bagi manajemen agar mendasarkan kebijaksanaan operasinya pada ketentuan-ketentuan yang diberikan.

Dari tujuan penentuan harga pokok yang dijelaskan diatas dapat disimpulkan bahwa tujuan penentuan harga pokok yang dipakai dalam proposal ini adalah untuk menentukan harga jual.

C. Harga Pokok Penjualan

1. Pengertian harga pokok penjualan

Harga pokok penjualan merupakan suatu alat analisa yang digunakan oleh perusahaan dalam menentukan harga jual yang tepat. Menurut Soemarso SR (1990), harga pokok penjualan adalah harga beli (perolehan) dari barang yang dijual. Harga beli didapat dari persediaan awal dalam periode tertentu ditambah pembelian dalam periode tertentu dikurangi dengan persediaan akhir dalam periode tertentu. Sedangkan menurut Sudarsono (1996 ; 329) mengatakan bahwa harga pokok penjualan adalah harga pokok hasil produk (barang jadi) yang dijual.

Jadi, harga pokok penjualan merupakan nilai pembelian dari suatu produk baik berupa barang ataupun jasa yang dijual. Harga beli tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Harga Beli} = \text{Persediaan awal dalam periode tertentu} + \text{Pembelian dalam periode tertentu} - \text{Persediaan akhir dalam periode tertentu}$$

Adapun untuk penentuan harga pokok penjualan, maka akan diketahui dengan contoh laporan harga pokok penjualan dibawah ini :

Biaya Bahan Baku	xxx
Biaya Tenaga Kerja Langsung	xxx
Biaya Overhead Pabrik Tetap	xxx
Biaya Overhead Pabrik Variabel	<u>xxx</u>
Harga Pokok Produksi	xxx
Persediaan Awal Barang Jadi	xxx

Barang Tersedia Untuk Dijual	xxx
Persediaan Akhir Barang Jadi	xxx
Harga Pokok Penjualan	xxx

2. Komponen Harga Pokok Penjualan

Harga pokok penjualan mempunyai beberapa komponen diantaranya sebagai berikut :

a. Persediaan Awal Barang Dagangan

Persediaan awal barang dagangan adalah persediaan barang dagangan yang sudah tersedia pada awal periode tahun buku berjalan. Saldo persediaan awal barang dagangan bisa dilihat pada neraca saldo periode berjalan atau pada neraca awal perusahaan atau neraca tahun sebelumnya.

b. Persediaan Akhir Barang Dagangan

Persediaan akhir barang dagangan adalah persediaan barang dagangan yang tersedia di akhir periode tahun buku berjalan. Saldo persediaan ini bisa diketahui pada data penyesuaian perusahaan pada akhir periode.

c. Pembelian bersih

Pembelian bersih adalah seluruh pembelian barang dagang, baik pembelian secara tunai maupun pembelian secara kredit yang dilakukan perusahaan, ditambah lagi dengan biaya angkut pembelian, serta dikurangi dengan potongan pembelian dan retur pembelian yang terjadi.

3. Faktor yang Mempengaruhi Harga Pokok Penjualan

Faktor-faktor yang mempengaruhi perhitungan harga pokok penjualan akan saling berkaitan. Adapun faktor-faktor yang

dimaksud adalah sebagai berikut

a. Biaya Persediaan Awal

Biaya persediaan awal adalah biaya yang sudah ada dan yang sudah dipakai atau masih dalam persediaan untuk dipakai sebelum terjadinya proses produksi berlangsung. Biasanya biaya ini tidak ada nilainya karena suatu perusahaan sebelum melakukan proses produksi tidak menyediakan barang yang selain digunakan kegiatan produksinya.

b. Biaya Produksi

Biaya produksi ini biasanya terdiri dari biaya pemakaian bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik. Sedangkan biaya bahan baku diperoleh dari biaya persediaan awal bahan baku ditambah dengan biaya pembelian bahan baku dan dikurang biaya persediaan akhir bahan baku. Selain biaya bahan baku terdapat biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik. Biaya tenaga kerja langsung merupakan biaya yang dibebankan untuk penggunaan tenaga kerja karyawan yang jasanya dapat diusut secara langsung. Sedangkan biaya overhead adalah semua biaya produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Elemen yang terdapat pada biaya overhead pabrik diantaranya : biaya pemakaian bahan pembantu, biaya tenaga kerja tak langsung, biaya listrik, dan biaya-biaya lainnya yang ditentukan perusahaan sebagai biaya overhead pabrik.

c. Biaya Persediaan Akhir

Biaya persediaan akhir merupakan biaya yang dihitung dari sisa-sisa bahan produksi. Dan biaya ini ada kemungkinannya muncul karena

biasanya perusahaan sebelum tidak mungkin menyediakan tepat sesuai dengan yang dibutuhkan. Hal ini digunakan untuk agar jika ada suatu kekeliruan dalam memproduksi masih mempunyai bahan cadangan untuk digunakan. Maka dari itu biaya ini dapat muncul dan dapat juga tidak muncul. Biasanya biaya persediaan akhir ini juga disebut faktor tambahan yang mempengaruhi perhitungan harga pokok penjualan.

D. Harga Jual

Pada hakekatnya harga jual lazim dikenal disebut juga sebagai harga. Dalam suatu perusahaan harga jual ditentukan secara tepat sehingga dari penetapan harga tersebut dapat menutup semua biaya yang dikeluarkan ditambah dengan laba yang diinginkan.

Menurut Soemarto, SR (1990 ; 17), harga merupakan hasil kesepakatan antara pembeli dan penjual dalam menilai suatu produk (dapat berupa barang atau jasa). Pendapat diatas menjelaskan bahwa nilai dari suatu barang atau jasa yang disepakati bersama baik oleh pihak pembeli maupun pihak penjual adalah pengertian harga.

Kotler (1997 ; 147) mendefinisikan harga sebagai jumlah yang dibebankan untuk sebuah produk/jasa atau jumlah nilai yang konsumen pertukarkan untuk mendapatkan manfaat dari penggunaan produk atau jasa. Pendapat diatas mengatakan bahwa harga merupakan nilai dari sebuah produk baik barang maupun jasa sehingga pihak pemakai (konsumen) dapat memanfaatkannya dengan membelinya.

Sedangkan Swastha (1984 ; 143) mengartikan harga sebagai jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang

beserta pelayanannya. Pendapat diatas mengartikan nilai uang yang dikeluarkan untuk mendapatkan sebuah produk barang beserta pelayanannya.

Berdasarkan ketiga pengertian diatas, maka dapat dikatakan bahwa harga jual adalah nilai dari suatu barang yang disepakati bersama antara pihak penjual dan pihak pembeli yang dipertukarkan untuk suatu manfaat tertentu.

E. Metode Penentuan Harga Jual

Penentuan harga jual produk atau jasa merupakan salah satu jenis pengambilan keputusan manajemen yang penting. Bagi manajemen, penentuan harga jual produk atau jasa bukan hanya merupakan kebijakan di bidang pemasaran atau bidang keuangan, melainkan merupakan kebijakan yang berkaitan dengan seluruh aspek kegiatan perusahaan. Harga jual produk atau jasa, selain mempengaruhi volume penjualan atau jumlah pembeli produk atau jasa tersebut, juga akan mempengaruhi jumlah pendapatan perusahaan.

Masalah penentuan harga jual produk atau jasa, pada umumnya timbul pada perusahaan yang secara langsung dapat mempengaruhi harga jual suatu produk atau jasa. Harga jual lebih banyak ditentukan oleh kekuatan antara permintaan dan penawaran produk atau jasa tersebut di pasar. Bagi perusahaan yang secara langsung dapat mempengaruhi harga jual suatu produk atau jasa, perusahaan dihadapkan pada masalah bagaimana menentukan harga jual produk atau jasa yang dihasilkan. Dalam menutup semua biaya perusahaan dan menghasilkan laba rugi perusahaan.

Menurut Halim dan Supomo (2005;98) biaya merupakan kompoen paling penting yang harus dipertimbangkan dalam penentuan harga jual produk. Harga jual produk atau jasa pada umumnya ditentukan dari jumlah semua biaya ditambah jumlah tertentu yang disebut dengan *markup*, cara penentuan harga jual tersebut dikenal dengan pendekatan *cost-plus*. Ada tiga metode yang dapat digunakan untuk penentuan harga jual dengan pendekatan *cost-plus* tersebut, yaitu sebagai berikut :

1. Metode Biaya Total

Berdasarkan metode biaya total ini, harga jual ditentukan dari biaya total : biaya produksi ditambah dengan biaya pemasaran, ditambah dengan jumlah laba yang diinginkan oleh perusahaan.

Biaya Total = Biaya produksi + Biaya pemasaran + Biaya administrasi dan umum + Laba yang diinginkan

Pengertian *markup* menurut metode biaya total adalah laba yang diinginkan. Penerapan harga jual produk atau jasa dengan menggunakan metode ini adalah sebagai berikut :

- a. Menentukan besarnya biaya produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya overhead pabrik.
- b. Biaya produksi tersebut selanjutnya ditambah dengan biaya pemasaran dan biaya administrasi dan umum, hasilnya sama dengan biaya total.
- c. Biaya total tersebut dibagi dengan jumlah unit yang diproduksi atau dijual untuk memperoleh biaya per unit.
- d. Menentukan jumlah *markup* atau laba yang diinginkan. Laba yang diinginkan pada umumnya dinyatakan dengan persentase tertentu dari

aktiva yang digunakan (*rate of return on assets*).

- e. Menentukan persentase *markup* dari biaya total yang dihitung dari jumlah laba yang diinginkan dibagi biaya total.
- f. Persentase *markup* tersebut dikalikan dengan biaya per unit untuk memperoleh angka *markup*.
- g. Harga jual per unit ditentukan dari biaya per unit untuk memperoleh angka *markup*.

2. Metode Biaya Produk

Berdasarkan metode ini, harga jual ditentukan dari biaya produksi ditambah dengan *markup*. Pengertian *markup* menurut konsep biaya produk ini adalah laba yang dikehendaki + biaya pemasaran + biaya administrasi dan umum. Persentase *markup* dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Presentase Markup} = \frac{\text{Laba yang dikehendaki} + \text{Biaya pemasaran} + \text{Biaya administrasi dan umum}}{\text{Biaya produksi}}$$

3. Metode Biaya Variabel

Menurut metode ini biaya variabel (biaya produksi variabel + biaya pemasaran variabel + biaya administrasi dan umum variabel) ditambah dengan *markup*. Pengertian *markup* dalam hal ini adalah semua biaya ditambah laba yang dikehendaki ditambah semua biaya yang bersifat tetap.

a. Total biaya variabel

Biaya bahan baku	xxx
Biaya Tenaga kerja	xxx
Biaya overhead pabrik variabel	xxx

Biaya pemasaran variabel	xxx
b. <i>Markup</i>	
Laba yang dikehendaki	xxx
Biaya overhead pabrik	xxx
Biaya pemasaran tetap	xxx
Biaya administrasi dan umum tetap	xxx
c. Persentase <i>markup</i>	
d. Harga jual per unit	
Biaya variabel per unit	xxx
<i>Markup</i> per unit	xxx

Setiap perusahaan mengharapkan agar produk yang dihasilkan laku dijual. Untuk menetapkan harga jual suatu produk yang dihasilkan, pimpinan perusahaan dalam hal ini dapat mengambil beberapa kebijaksanaan sesuai dengan tujuan dan laba yang diinginkan serta keadaan pasarnya.

Menurut Mas'ud (1993;100), mengatakan bahwa pada umumnya ada 7 macam metode penentuan harga jual yang sering digunakan, yaitu :

1. *Gross Margin Pricing*

Metode penentuan harga jual dengan *gross margin pricing* pada umumnya tepat digunakan oleh perusahaan perdagangan, dimana jenis perusahaan ini tidak membuat sendiri jenis produk yang dijual sehingga tidak banyak aktiva tetap yang digunakan. Caranya dengan menentukan presentase diatas harga produk yang dibeli.

2. *Direct Cost Pricing*

Metode ini juga dikenal dengan nama *marginal income pricing*, karena hanya memperhitungkan biaya-biaya yang berhubungan secara proposional dengan volume atau penjualan sehingga menghasilkan *marginal income* atau kelebihan pendapatan diatas biaya-biaya variabel yang dikehendaki oleh perusahaan. Hal ini sebagai dasar penentuan harga jual.

3. *Full Cost Pricing*

Penentuan harga jual dengan metode ini hampir sama dengan penentuan harga jual metode *direct cost pricing*. Perbedaannya terletak pada dasar pembebanan biayanya. Kalau dalam *direct cost pricing* hanya biaya-biaya variabel saja sebagai dasar perhitungan harga jual, tetapi dalam metode *full cost pricing*, semua jenis biaya dipakai sebagai dasar untuk menentukan harga jual. Jadi semua biaya untuk membuat produk tersebut dihitung kemudian ditambah presentase laba yang diinginkan untuk menutupi biaya penjualan dan administrasi dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Harga jual} = \text{Total biaya} + \text{Biaya penjualan dan administrasi} + \text{Margin laba}$$

4. *Marginal Cost Pricing*

Penetapan harga yang didasarkan pada biaya marginal (*marginal costing*) bersikap lebih fleksibel. Penetapan harga sebenarnya sama dengan metode *full costing* namun perbedaannya dalam hal ini perincian biaya, dan alternatif-alternatif harga yang dihasilkan.

Penetapan harga dengan cara ini dapat dinyatakan dalam rumus sebagai berikut :

Dimana : P = Target harga

DC = jumlah biaya langsung per unit

P/V = profit volume ratio

5. *Conversion Cost Pricing*

Penetapan harga jual berdasarkan metode ini dilakukan dengan jalan memberikan mark up kepada konsumen biaya tertentu yang sumbangannya kepada produk yang dihasilkan berbeda atau dapat dirumuskan sebagai berikut :

Harga Jual = (biaya bahan baku x Mark up bahan baku) + (Biaya tenaga kerja langsung x Mark up Biaya konversi) + (Biaya overhead pabrik + Mark up biaya konversi).

6. *Time and Material Pricing*

Metode ini mengatakan bahwa penetapan harga jual harus memperhatikan pengembalian yang dijanjikan oleh produk terhadap modal yang digunakan oleh produk tersebut. Rumus penetapan harga jual berdasarkan metode ini adalah sebagai berikut :

Dimana : P = Target harga

C = Total biaya dan barang yang dijual

R = Tingkat pengembalian yang diinginkan

Fc = Harta tetap

Vc = Presentase harta lancar

U = Jumlah produk yang dijual

7. *Return On Capital Employed Pricing*

Penentuan harga jual berdasarkan metode ini memerlukan penyelidikan yang mendalam mengenai tindak tanduk biaya. Metode ini berprinsip bahwa apabila produk dipodisir dua kali lipat maka biaya rata-rata per unit secara kumulatif akan menurun dengan suatu persentase tertentu yang konstan. Persentase ini berbeda untuk tiap jenis industri dan sangat tergantung pada hubungan antara jam buruh dan jam mesin yang digunakan dalam proses produksi. Makin tinggi rasio antara biaya buruh terhadap total biaya, makin besar pula persentase penurunan biaya kumulatif per unit dalam *learning curve*.

F. Penelitian Terdahulu

1. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Intan Noviasari yang berjudul “Analisis perhitungan harga pokok penjualan beras pada PT Barokah Makmur, Kec. Samboja, Kabupaten Kutai Kartanegara” diperoleh hasil bahwa Berdasarkan pembahasan sebelumnya, biaya produksi PT Barokah Makmur pada periode 2014 mengalami perubahan, yaitu sebesar Rp.898.865.860. Harga pokok produksi beras per kilogram adalah sebesar Rp. 4.926, sedangkan harga pokok produksi dedak tidak diperhitungkan dikarenakan dianggap sebagai produk sampingan. Dari total biaya produksi tersebut, setelah dilakukan perhitungan dengan menggunakan metode nilai jual relatif maka harga pokok produksi beras berubah menjadi

Rp 4.780,per kilogram, sedangkan harga pokok produksi dedak yaitu sebesar Rp. 838, per kilogram. Selisih harga pokok produksi beras menurut perusahaan tahun 2014 dengan metode nilai jual relatif yaitu sebesar Rp. 146, per kilogram. Selisih sebesar Rp. 146, per kilogram tersebut merupakan biaya produksi dedak yang belum terpisahkan dari total biaya produksi beras yang sebenarnya.

2. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yudistira Marfianda (2010) yang berjudul “Analisis Biaya Dan Penetapan Harga Pokok Penjualan Nata De Coco Koktail” diperoleh hasil bahwa Harga pokok penjualan standar nata de coco koktail per unit metode perusahaan adalah Rp. 551, sedangkan harga pokok produksi per unit standar perusahaan berdasarkan perhitungan harga pokok metode perusahaan adalah Rp. 550, harga pokok per unit diperoleh berdasarkan total harga pokok dibagi unit produksi standar perusahaan yaitu 4.169 cup nata de coco koktail per hari. Perhitungan harga pokok penjualan standar nata de coco koktail metode analisis, terdiri dari perhitungan metode full costing dan variabel costing. Analisis metode full costing menghasilkan harga pokok penjualan per unit sebesar Rp. 549, sedangkan harga pokok produksi per unit metode full costing adalah Rp. 529. Selain metode full costing perhitungan harga pokok penjualan standar per unit metode analisis juga dihitung dengan metode variabel costing. Hasil penentuan harga pokok per unit analisis metode variabel costing menghasilkan harga pokok produksi per unit Rp.514 sementara dari hasil perhitungan diperoleh harga pokok penjualan per unit Rp. 549. Perhitungan harga pokok aktual perusahaan dihitung

dengan metode analisis full costing menghasilkan harga pokok penjualan aktual per unit Rp. 562, sementara dari hasil perhitungan harga pokok produksi aktual full costing, menghasilkan harga pokok produksi per unit sebesar Rp. 548. Berdasarkan rekapitulasi hasil perhitungan harga pokok aktual metode variabel costing menghasilkan harga pokok produksi per unit sebesar Rp. 536, sementara dari hasil perhitungan harga pokok penjualan pada kuantitas produksi aktual sebesar 5.680 unit menghasilkan harga pokok produksi penjualan per unit sebesar Rp. 562.

3. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Novia Fitriani (2014) yang berjudul “Analisis Komparasi Penetapan Harga Pokok Penjualan Dengan Metode Pendekatan Full Costing Dan Variable Costing Pada Usaha Candra Konveksi Di Desa Gondosari, Kecamatan Gebog, Kabupaten Kudus” diperoleh hasil penentuan harga pokok penjualan pada usaha konveksi Candra Convection di desa Gondosari, kecamatan Gebog, kabupaten kudus pada tahun 2011-2013 bersumber dari harga pokok produksi ditambah dengan barang dalam proses awal tahun dan besarnya biaya pemasaran yang dibebankan kepada perusahaan. Harga pokok penjualan pada usaha konveksi Candra Convection pada tahun 2011 sebesar Rp.661.272.010,00 dan pada tahun 2012 harga pokok penjualan Candra Convection sebesar Rp.699.861.665,00 serta pada tahun 2013 harga pokok penjualan Candra Convection sebesar Rp.766.863.795,00. Pada perhitungan menggunakan pendekatan full costing lebih sederhana tanpa ada pemisahan biaya sedangkan pada pendekatan variable costing terdapat pemisahan biaya antara biaya tetap dan biaya variabel. Namun

dengan adanya pemisahan biaya tidak mempengaruhi hasil dari harga pokok penjualan, dan lebih baik menggunakan pendekatan metode variable costing karena lebih terperinci dengan adanya pemisahan biaya tetap dan biaya variabel.

G. Kerangka Berpikir

Salah satu tujuan perhitungan harga pokok penjualan adalah agar dapat ditetapkannya harga jual produk yang tepat. Dalam penentuan harga pokok penjualan sangat erat kaitannya dengan biaya-biaya yang telah dikeluarkan karena untuk menghitung harga pokok penjualan itu sendiri diperoleh dari jumlah seluruh biaya produksi ditambah dengan margin (laba yang diinginkan).

Pabrik Tahu adalah salah satu perusahaan yang bergerak dibidang industri. Perusahaan ini mengelola usaha pembuatan tahu dan berlokasi di Jalan WJ Lalamentik No. 50 Oebufu, Kupang. Dalam menjalankan proses produksinya komponen biaya yang ditimbulkannya yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik.

Menurut Mulyadi (2010 :77), harga pokok produksi adalah semua biaya yang dikeluarkan untuk membuat satu unit barang jadi yang meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Dengan menghitung harga pokok produksi menggunakan metode full costing, maka setiap elemen biaya yang dikeluarkan dalam memproduksi produk akan diidentifikasi dan dikelompokan menjadi komponen biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik tetap dan biaya overhead

variabel. Dari total keempat komponen tersebut dapat dihitung harga pokok produksi.

Menurut Soemarso SR (1990), harga pokok penjualan adalah harga beli (perolehan) dari barang yang dijual. Harga beli didapat dari persediaan awal dalam periode tertentu ditambah pembelian dalam periode tertentu dikurangi dengan persediaan akhir dalam periode tertentu. Berdasarkan penetapan harga pokok penjualan tersebut maka harga jual dapat ditentukan dengan menambahkan presentase mark up.

Secara skematis alur berpikir penulis dapat digambarkan sebagai berikut :

