

BAB II

TINJUAN PUSTAKA

A. Harga Pokok Produksi

1. Pengertian Harga Pokok Produksi

Perhitungan harga pokok produksi sangat mempengaruhi penetapan harga jual suatu produk sekaligus penetapan laba yang diinginkan. Dengan demikian ketepatan dalam melakukan perhitungan harga pokok produksi benar-benar diperhatikan. Karena apabila terjadi kesalahan dalam perhitungan akan menyebabkan kerugian bagi perusahaan.

Menurut Sofia dan Septian (2014:21) harga pokok produksi adalah biaya barang yang dibeli untuk diproses sampai selesai, baik sebelum maupun selama periode akuntansi berjalan. Semua biaya ini adalah biaya persediaan. Biaya persediaan yaitu semua biaya produk yang dianggap sebagai aktiva dalam neraca ketika terjadinya dan selanjutnya menjadi harga pokok penjualan ketika produk itu dijual. Harga pokok produksi mencakup semua biaya produksi yang terjadi untuk membuat barang yang terjual. Biaya produksi dapat digolongkan menjadi tiga yaitu:

a. Biaya Bahan Baku

Biaya bahan baku menurut Sofia dan Septian (2014:27) adalah bahan yang membentuk bagian menyeluruh dari produk jadi. Bahan baku ini dapat didefinisikan dengan produk atau pesanan tertentu dengan

nilainya yang relative besar. Misalnya dalam perusahaan mebel bahan baku adalah kayu atau rotan. Biaya yang timbul akibat pemakaian bahan baku disebut biaya bahan baku.

Menurut Mulyadi (2010;275) bahan baku adalah bahan yang membentuk bagian menyeluruh produk. Jadi bahan baku yang diolah dalam perusahaan manufaktur dapat diperoleh dari pembelian local, impor, atau dari pengolahan sendiri. Didalam memperoleh bahan baku, perusahaan tidak hanya mengeluarkan biaya sejumlah harga beli bahan baku saja, tetapi juga mengeluarkan biaya-biaya pembelian, pergudangan, dan biaya-biaya perolehan lain.

b. Biaya Tenaga Kerja

Menurut Sofia dan Septian (2014;37) biaya tenaga kerja adalah biaya yang dikeluarkan sebagai akibat pemanfaatan tenaga kerja dalam melakukan produksi. Menurut Bustami (2010;12) biaya tenaga kerja adalah tenaga kerja yang digunakan dalam merubah atau mengkonversi bahan baku menjadi produk selesai dan dapat ditelusuri secara langsung kepada produk selesai.

Dalam perusahaan manufaktur, penggolongan kegiatan kerja dapat dikelompokkan menjadi empat golongan yaitu :

1) Penggolongan menurut fungsi pokok organisasi

Dalam perusahaan manufaktur terdapat tiga fungsi pokok organisasi yaitu produksi, pemasaran dan administrasi. Dengan demikian biaya tenaga kerja digolongkan menjadi biaya tenaga kerja produksi, biaya tenaga kerja pemasaran dan biaya tenaga kerja administrasi.

2) Penggolongan menurut kegiatan departemen.

Misalnya departemen produksi atau perusahaan terdiri dari tiga departemen yaitu departemen *pulp*, departemen kertas dan departemen penyempurnaan. Biaya tenaga kerja departemen produksi digolongkan sesuai dengan bagian-bagian tersebut.

3) Penggolongan menurut jenis pekerjaannya

Misalnya dalam departemen produksi digolongkan sebagai berikut: operator, mandor dan penyedia, maka biaya tenaga kerja juga digolongkan sesuai dengan bagian-bagian tersebut.

4) Penggolongan menurut hubungannya dengan produk

Tenaga kerja dapat digolongkan menjadi tenaga kerja langsung dan tidak langsung. Biaya tenaga kerja langsung merupakan unsur biaya produksi sedangkan biaya tenaga kerja tidak langsung merupakan unsur biaya *overhead* pabrik.

c. Biaya *Overhead* Pabrik.

Menurut Sofia dan Septian (2014;41) biaya *overhead* pabrik adalah biaya bahan baku tidak langsung, tenaga kerja tidak langsung dan semua biaya pabrik lainnya yang tidak dapat secara nyata didefinisikan atau dibebankan langsung ke pesanan, produk, atau objek biaya lainnya yang spesifik.

Biaya *overhead* pabrik dapat digolongkan dengan tiga cara yaitu:

1) Menurut jenisnya. Menurut jenisnya biaya *overhead* pabrik dalam perusahaan manufaktur yang mengolah produknya berdasarkan pesanan dapat digolongkan menjadi enam:

- a) Biaya bahan penolong
 - b) Biaya tenaga kerja tidak langsung
 - c) Biaya reparasi dan pemeliharaan
 - d) Biaya penyusutan aktiva
 - e) Biaya asuransi.
 - f) Biaya listrik dan lain-lain
- 2) Menurut perilaku dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan .

Dalam hubungannya dengan volume kegiatan biaya *overhead* pabrik dapat dibedakan menjadi tiga:

- a) Biaya *overhead* pabrik tetap
 - b) Biaya *overhead* pabrik variabel
 - c) Biaya *overhead* pabrik semivariabel.
- 3) Menurut perilaku dalam hubungannya dengan departemen/bagian dari perusahaan.

Dalam hubungannya dengan departemen-departemen biaya *overhead* pabrik dapat dibedakan menjadi dua:

- a) Biaya *overhead* pabrik langsung
- b) Biaya *overhead* pabrik tidak langsung.

Biaya yang terjadi dibagian penjualan dan pemasaran atau bagian umum dan administrasi tidak digolongkan sebagai biaya produksi, karena biaya-biaya tersebut dikeluarkan/digunakan dalam proses produksi sehingga tidak termasuk kedalam biaya *overhead* pabrik. Biaya yang terjadi dibagian penjualan dan pemasaran atau bagian umum dan

administrasi termasuk kedalam biaya periode yaitu biaya-biaya yang terkait secara tidak langsung dengan akuisisi atau produksi barang.

Biaya yang berhubungan langsung dengan transfer barang kelokasi pembeli dan perubahan barang tersebut ke kondisi yang siap dijual disebut biaya produk/total biaya manufaktur. Beban komersial ditambah dengan total biaya manufaktur disebut total biaya operasi. Biaya utama adalah biaya produksi yang menjadi komponen utama dari suatu produk.

2. Manfaat Informasi Harga Pokok Produksi

Pada dasarnya tujuan penentuan harga pokok produksi adalah untuk menentukan secara tepat jumlah biaya perunit produk jadi, sehingga dapat diketahui laba atau rugi suatu perusahaan per periode. Menurut Mulyadi (2012:65) manfaat dari penetapan harga pokok produksi secara garis besar adalah sebagai berikut :

- a. Menentukan harga jual produk.
- b. Memantau realisasi biaya.
- c. Menghitung laba rugi periodik.
- d. Menentukan harga pokok persediaan jadi dan produk dalam proses yang disajikan dalam neraca.

3. Metode Perhitungan Harga Pokok Produksi

Metode penentuan harga pokok produksi adalah cara memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam produksi. Ada dua pendekatan dalam penentuan biaya produksi Mulyadi (2012:122) yaitu:

a. Metode *Full costing*

Full costing merupakan metode penentuan biaya produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi kedalam biaya produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik, baik yang variabel maupun tetap. Perhitungan harga pokok produksi menurut metode *Full Costing* yaitu sebagai berikut:

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

Dalam metode *Full costing*, Biaya *Overhead* Pabrik (BOP) baik yang berperilaku tetap maupun variabel, dibebankan kepada produk yang diproduksi atas dasar tarif yang ditentukan dimuka pada kapasitas normal atau dasar BOP sesungguhnya. Oleh karena itu BOP tetap akan melekat pada harga pokok persediaan produk dalam proses dan persediaan produk jadi yang belum laku terjual, dan baru dianggap sebagai biaya apabila produk tersebut telah laku terjual.

b. Metode *Variable Costing*

Variable costing adalah penentuan harga pokok produksi yang hanya membebankan biaya-biaya produksi variabel saja kedalam harga pokok produk. Harga pokok produk menurut metode variabel *costing* terdiri dari :

Biaya bahan baku	xx
Biaya tenaga kerja variabel	xx
Biaya <i>overhead</i> pabrik variabel	<u>xx</u> +
Harga pokok produk	xx

Penentuan harga pokok variabel (*variable costing*) adalah suatu konsep penentuan harga pokok yang hanya memasukkan biaya produksi variabel sebagai elemen harga pokok produk. Biaya produksi tetap dianggap sebagai biaya periode atau biaya waktu yang langsung dibebankan kepada laba-rugi periode terjadinya dan tidak diperlukan sebagai biaya produksi.

B. Biaya

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

1. Pengertian Biaya

Menurut Hery (2012,17) biaya adalah nilai kas yang dikeluarkan untuk mendapatkan barang atau jasa, yang diharapkan dapat memeberikan manfaat bagi perusa haan pada saat ini maupun di masa yang akan datang. Menurut Buchari (2007;169) biaya adalah setiap pengorbanan untuk membuat suatu barang atau memperoleh suatu barang yang bersifat ekonomis rasional. Menurut Surjaweni (2016: 12) biaya adalah pengorbanan suatu ekonomi yang diukur dalam satuan uang dalam

usahanya mendapatkan sesuatu untuk mencapai tujuan tertentu baik yang sudah terjadi dan belum terjadi/baru direncanakan. Menurut Mulyadi (2010;8) biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi, atau yang kemungkinan akan terjadi untuk suatu tujuan tertentu.

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa biaya adalah suatu pengorbanan ekonomi yang memiliki tujuan yang tertentu dan memberikan manfaat dimasa sekarang dan dimasa yang akan datang.

2. Penggolongan Biaya

Informasi biaya disajikan untuk memenuhi keperluan pemakaiannya. Jika pemakai memerlukan informasi biaya untuk tujuan yang berbeda-beda, maka diperlukan informasi biaya dalam klasifikasi yang berbeda-beda pula sesuai dengan tujuan penggunaan informasi biaya.

Mulyadi (2014:13), biaya dapat diklasifikasikan kedalam lima macam penggolongan biaya yaitu:

- a. Penggolongan biaya berdasarkan objek pengeluaran.

Dalam 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.

Biaya dikelompokkan menjadi tiga kelompok berdasarkan fungsi pokok dalam perusahaan 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, 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 bahan 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 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 dapat terjadi dimana penyebab satu-satunya adalah karena adanya sesuatu yang

dibiayai. Jika sesuatu yang dibiayai tersebut tidak ada, maka 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 dibiaya. 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 perilaku biaya dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan.

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

2) Biaya semi variabel yaitu biaya yang jumlah totalnya berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Biaya semi variabel mengandung unsure biaya tetap dan biaya variabel.

3) Biaya tetap yaitu biaya yang jumlah totalnya tetap konstan, tidak terpengaruh adanya perubahan volume kegiatan dalam batas-batas tertentu.

- 4) Biaya semi tetap yaitu yang tetap untuk tingkat volume kegiatan tertentu dan berubah dengan jumlah yang konstan pada volume produksi tertentu.
- 5) Penggolongan biaya atas dasar jangka waktu manfaatnya digolongkan menjadi dua, yaitu :
 - a) Penggunaan modal adalah biaya yang mempunyai manfaat lebih dari satu periode akuntas (biasanya periode akuntansi adalah 1 tahun kalender). Misalnya pengeluaran untuk pembelian aktiva tetap, untuk reparasi besar terhadap aktiva tetap, dan untuk promosi besar-besaran.
 - b) Pengeluaran pendapatan adalah biaya-biaya yang 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.

3. Memisahkan Biaya Tetap Dengan Biaya Variabel

Menurut Sofia dan Septian (2014: 13) dalam rangka merencanakan, menganalisis. Mengendalikan atau mengevaluasi biaya pada tingkat aktivitas yang berbeda, biaya tetap dan biaya variabel harus dipisahkan. Pemisahannya biaya tetap dan variabel tersebut diperlukan untuk tujuan-tujuan berikut :

- a. Perhitungan tarif biaya *overhead* predeterminasi dan analisis varians.

- b. Penyusunan anggaran fleksibel dan analisis varians.
- c. Perhitungan biaya langsung dan *margin* kontribusi.
- d. Analisis titik impas dan analisis biaya-volume-laba.
- e. Analisis biaya diferensial dan biaya komparatif.
- f. Analisis maksimalisasi laba dan minimalisasi biaya dalam jangka pendek
- g. Analisis anggaran modal.
- h. Analisis profitabilitas pemasaran berdasarkan daerah, produk dan pelanggan.

C. Harga Jual

Menurut Liko (2019 :18) dalam jurnalnya berjudul “Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Dalam Menentukan Harga Jual Pada Pabrik Tahu “Sumber Hidup” menyatakan bahwa pada hakekatnya harga jual dikenal dan disebut 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.

Harga merupakan satu-satunya dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan melalui proses penjualan, oleh karena itu perusahaan harus mampu menentukan harga produknya dengan tepat dan baik sehingga para konsumen tertarik dan mau membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut sehingga perusahaan akan memperoleh keuntungan dari proses penjualan.

Menurut Buchari (2007;169), harga adalah nilai suatu produk untuk ditukarkan dengan produk lain. Nilai ini dapat dilihat dalam situasi barter yaitu pertukaran antara barang dengan barang. Hasilnya, pemasaran mencapai keuntungan dengan menciptakan hubungan yang baik dengan pelanggan yang tepat, berdasarkan nilai dan kepuasan pelanggan.

Menurut Kotler (2009:67) harga jual adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat, karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Menurut Mulyadi (2012;78) menyatakan bahwa pada prinsipnya harga jual harus dapat menutupi biaya penuh ditambah dengan laba yang wajar. Harga jual sama dengan harga produksi ditambah *mark up*.

Dari beberapa 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 oleh perusahaan.

1. Tujuan Penetapan Harga Jual

Kotler (2009;76) menyatakan bahwa tujuan penetapan harga yaitu:

a. 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 beroperasi dan persediaan dapat terus berputar, mereka sering melakukan penurunan harga.

b. 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 pengembalian investasi yang maksimum.

c. Pendapatan Sekarang Maksimum

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

d. Pertumbuhan Penjualan.

Beberapa Perusahaan lainnya ingin memaksimalkan unit penjualan, mereka percaya bahwa volume penjualan yang lebih tinggi akan menghasilkan biaya pe runit yang lebih rendah dan laba jangka panjang yang lebih tinggi. Mereka menetapkan harga terendah dengan mengasumsikan bahwa pasar sensitif terhadap harga hal ini disebut penetapan harga penetrasi pasar.

e. *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 dapat mengurangi keuntungan penetapan harga maksimal yang dapat diserap

pasar, harga yang tinggi tidak menarik lebih banyak pesaing, harga tinggi menyatakan citra produk superior.

f. 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.

2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penetapan Harga Jual.

Kotler (2009:497), keputusan harga sebuah perusahaan dipengaruhi baik dari faktor internal maupun dari faktor eksternal, yaitu :

a. Faktor internal.

Faktor internal yang mempengaruhi penetapan harga meliputi :

- 1) Tujuan perusahaan
- 2) Strategi bauran pemasaran
- 3) Biaya
- 4) Pertimbangan organisasi

b. Faktor eksternal.

Faktor eksternal yang mempengaruhi penetapan harga meliputi:

- 1) Pasar dan permintaan.
- 2) Biaya, harga, dan penawaran pesaing.
- 3) Keadaan perekonomian.

3. Metode Penentuan Harga Jual

Menurut Surjaweni (2016:32) terdapat beberapa metode yang digunakan dalam penentuan harga jual :

a. Metode penetapan harga jual berdasarkan biaya

Metode penentuan harga jual yang berdasarkan biaya dalam bentuk yang paling sederhana, yaitu :

1) *Cost Plus Pricing Method*

Penentuan harga jual *cost plus pricing*, biaya yang digunakan sebagai dasar penentuan, dapat didefinisikan sesuai dengan metode penentuan harga pokok produk yang digunakan. Dalam menghitung *cost plus pricing* digunakan rumus :

$$\text{Harga Jual Total} = \text{Biaya Total} + \text{Margin}$$

2) *Mark Up Pricing Method*

Mark Up Pricing Method banyak digunakan oleh para pengusaha. Para pengusaha akan menentukan harga jualnya dengan cara menambahkan *mark up* yang diinginkan pada harga beli per satuan. Persentase yang ditetapkan berbeda untuk setiap jenis barang. Dalam menghitung harga jual, menggunakan rumus :

$$\text{Harga Jual} = \text{Harga Beli} + \text{Mark Up}$$

b. Metode penetapan harga jual berdasarkan harga pesaing/*competitor*

Penetapan harga dilakukan dengan menggunakan harga *competitor* sebagai bahan referensi. Dalam prakteknya penetapan harga ini cocok untuk produk standar dengan kondisi pasar oligopoli.

c. Penetapan harga berdasarkan permintaan

Penetapan harga jual dilakukan dengan menganalisis konsumen. konsumen diminta untuk memberikan pernyataan apakah konsumen merasa harga murah, terlalu murah, terasa mahal dan terlalu mahal serta dikaitkan dengan kualitas yang diterima.

D. Penelitian Terdahulu

1. Gunanto (2010) melakukan penelitian dengan judul “Analisis Harga Pokok Produksi Dengan *Full Costing Method* dalam menetapkan harga jual bola plastik Pada UD. Bumi Putra.” Metode penelitian yang digunakan adalah metode analisis deskriptif kuantitatif dengan variabel penelitiannya yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik. Diperoleh hasil bahwa metode perhitungan harga pokok produksi antara metode perusahaan dengan metode *full costing* terdapat perbedaan hasil perhitungan. Perbedaan itu dapat dilihat dari biaya produksi, harga jual dengan menggunakan metode *full costing* harga pokok produksi yang dihasilkan lebih tinggi dari pada perhitungan metode perusahaan.
2. Slat (2013) melakukan penelitian dengan judul “Analisis Harga Pokok Produksi Dengan Metode *Full Costing* Dan Penentuan Harga Jual.” Metode penelitian yang digunakan adalah metode analisis deskriptif dengan variabel penelitiannya yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik. Diperoleh hasil bahwa ada beberapa biaya yang tidak dibebankan perusahaan dalam kalkulasi harga pokok produksi yaitu : biaya penyusutan gedung pabrik sebesar Rp, 6.570.000, biaya penyusutan mesin dan peralatan sebesar Rp. 12. 671.000 dan biaya asuransi sebesar Rp. 8.600.000 biaya-biaya ini seharusnya menjadi

komponen biaya *overhead* pabrik untuk menentukan harga pokok produksi yang oleh perusahaan yang dimasukkan kedalam biaya administrasi dan umum hal ini menyebabkan biaya *overhead* pabrik menurun dan harga pokok produksi menjadi lebih rendah dari yang sebenarnya.

3. Utcik (2013) melakukan penelitian dengan judul “Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Sebagai Dasar Penetapan Harga Jual Produk *Furniture*” metode penelitian yang digunakan adalah metode analisis deskriptif dengan variabel penelitiannya yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik. Diperoleh hasil bahwa perhitungan harga pokok produksi perusahaan lebih rendah dibandingkan dengan menggunakan metode *full costing* perbedaan ini dikarenakan perusahaan tidak merinci biaya-biaya yang dikeluarkan dan tidak memperhitungkan biaya pemeliharaan mesin dan kendaraan serta biaya penyusutan mesin dan kendaraan.
4. Komara (2015) melakukan penelitian dengan judul “Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Dengan Metode *Full Costing* Sebagai Dasar Penetapan Harga Jual Pada CV. Salwa Meubel.” Metode penelitian yang digunakan adalah metode analisis deskriptif kuantitatif dengan variabel penelitiannya yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik. Diperoleh hasil bahwa perhitungan harga pokok produksi dan penentuan harga jual pada CV. Salwa meubel masih sederhana dan belum terperinci dalam pengklasifikasian biayanya. Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah dilakukan diketahui bahwa dari perhitungan harga pokok produksi berdasarkan teori akuntansi dengan menggunakan

metode *full costing* pada setiap produk pesanan masih dapat menghasilkan laba atau keuntungan dengan harga jual yang bersaing.

5. Risdiani (2016) melakukan penelitian dengan judul “Analisis Harga Pokok Produksi Berdasarkan Metode *Full Costing* Sebagai Dasar Penentuan Harga Jual” metode penelitian yang digunakan adalah metode *full costing* dengan variabel penelitiannya yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik. Diperoleh hasil bahwa perusahaan telah melakukan pengumpulan dan penghitungan unsur-unsur biaya produksi dalam tiap periodenya. Dalam menghitung biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung sudah dilakukan secara tepat, namun dalam menghitung biaya *overhead* pabrik masih kurang tepat karena memasukkan beberapa unsur biaya *overhead* pabrik dalam perhitungan.

E. Kerangka Berpikir

Menurut Surjaweni (2016;27) Suatu perusahaan mempunyai tujuan utama memperoleh laba yaitu untuk kelangsungan hidup dan kemajuan perusahaan. Dalam rangka usaha memperoleh laba tersebut ada tiga faktor utama di dalam perusahaan yang harus diperhatikan, yaitu jumlah barang yang harus diproduksi, biaya perunit produk tersebut dan harga jual per unit produk tersebut. Perusahaan perlu memperhitungkan berapa biaya produksi yang harus dikeluarkan sebagai dasar perhitungan harga pokok produksi. Dalam menentukan harga pokok produksi perusahaan dapat menggunakan metode *full costing*. Dengan menentukan harga pokok produksi maka perusahaan dapat mengetahui biaya produksi yang akan dikeluarkan dan perusahaan

dapat menentukan harga jualnya sesuai dengan biaya produksi yang telah dikeluarkan untuk memproduksi pesanan tersebut.

CV. Barokah Abadi merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur yang menghasilkan produk mebel. Dalam kegiatan produksinya, pengolahan bahan baku berupa balok dan papan menjadi barang jadi berupa kusen pintu rumah dan tempat tidur. Dalam menjalankan proses produksi yang dilakukan sesuai pesanan konsumen dan komponen biaya yang ditimbulkan adalah biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik. Ketiga jenis biaya tersebut merupakan komponen dari harga pokok produksi yang dikeluarkan untuk kegiatan proses produksi. Apabila perhitungan harga pokok produksi kurang tepat dalam perhitungannya, maka harga barang yang di produksi terlalu mahal sehingga produk tidak diminati oleh konsumen, sebaliknya apabila harga terlalu rendah, memang akan menarik konsumen untuk membeli produk hasil produksi pada CV. Barokah Abadi. Untuk itu biaya produksi harus dicatat dengan baik dan dihitung dengan benar sehingga dapat menghasilkan harga pokok produksi yang tepat. Dengan demikian CV. Barokah Abadi dapat menetapkan harga jual yang kompetitif sehingga dapat memenuhi tuntutan konsumen.

Gambar 2.1

Kerangka Berpikir

