BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

1.1 Harga Pokok Penjualan

2.1.1 Pengertian Harga Pokok Penjualan

Bagi sebuah perusahaan dagang, penghitungan dan penyusunan harga pokok adalah suatu hal yang penting. Pengertian harga pokok penjualan sendiri, menurut prinsip akuntansi indonesia dapat dijelaskan sebagai jumlah pengeluaran dan beban yang diperkenankan, baik secara langsung maupun tidak langsung untuk menghasilkan barang atau jasa di dalam kondisi dan tempat di mana barang itu dapat dijual atau digunakan.

> Menurut Lestari dan Permana (2018:28), "bagian penting dalam laporan keuangan adalah laporan laba rugi *(income statement)* yang memuat laporan tentang penjualan yang telah dilakukan dan dibandingkan dengan biaya pembuatan barang jadi tersebut atau diistilahkan harga pokok penjualan *(Cost of good sold)".*

Menurut Soemarso (2009:234), "harga pokok penjualan*(cost of goods sold)* adalah harga beli (perolehan) dari barang yang dijual". Dalam sebuah perusahaan dagang harga pokok penjualan dicari dengan : persediaan barang dagang pada awal periode ditambah pembelian bersih selama periode dikurangi persediaan barang dagang pada akhir periode.

Menurut J.Sudarsono (2009:172), "hasil perhitungan dari pengorbanan-pengorbanan nilai tersebut akan menghasilkan angka yang disebut harga pokok suatu barang".

> Menurut Hery (2016:21), "ketika barang dagangan di jual, nilai dari transaksi penjualan ini akan dilaporkan sebagai pendapatan penjualan dan harga pokok dari barang yang di jual akan diakui sebagai beban yang dinakaman harga pokok penjualan".

Menurut Wiratna (2016:97), "harga pokok penjualan adalah semua biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan barang yang dijual atau harga perolehan dari barang yang dijual".

Untuk dapat meninjau lebih terinci tentang harga pokok, perlu diketahui elemen-elemen yang membentuk harga pokok. Setiap elemen merupakan salah satu faktor yang menambah tingginya harga pokok setiap produk yang dihasilkan suatu proses produksi. Masalah penentuan harga pokok merupakan masalah yang sangat penting, sebab menyangkut kelangsungan hidup atau kontinuitas perusahaan, oleh karena itu perlu dilakukan perhitungan yang tepat dan teliti.

Sekalipun penetapan harga pokok cukup sulit, namun perusahaan harus tetap menentukan. Produsen harus mengetahui besar pengorbanan yang dilakukan pada saat penjualan barangnya. Hal ini berguna untuk dasar penetapan harga penawaran di pasar, maupun untuk menetapkan pendapatan yang di peroleh dari penjualan. Dengan demikian dapat diketahui apakah penjualan menghasilkan laba atau tidak.

Perusahaan berdasarkan jenis usahanya atau berdasarkan jenis produk yang dihasilkan atau yang di jual dapat dibedakan menjadi tiga, yaitu : perusahaan manufaktur, perusahaan dagang, dan perusahaan jasa.

Perusahaan dagang dan perusahaan jasa sama-sama menjual produk, perbedaannya adalah bahwa produk yang ditawarkan oleh perusahaan jasa tentu saja berupa jasa sedangkan perusahaan dagang menjual produk yang berupa

barang dagangan. Dalam era saat ini perusahaan yang berdiri lebih cenderung berkembang dalam bidang perusahaan dagang. Dalam perusahaan dagang kegiatan utamanya adalah membeli barang jadi dan kemudian menjualnya kembali. Laba bersih suatu perusahaan dagang dihitung dengan cara mengurangkan biaya untuk memperoleh pendapatan dari hasil penjualan pada periode bersangkutan. Bila berbicara mengenai harga pokok, maka ada tiga macam harga pokok yaitu harga pokok persediaan, harga pokok produksi, dan harga pokok penjualan. Ketiganya adalah komponen yang saling terkait namun bila kita mendengar perkataan harga pokok, maka kita harus konsen mana yang akan dimaksudkan.

Permasalahan ini timbul karena perbedaan kebutuhan masing-masing tingkat manajemen. Manajer bagian pembelian *(purchase manager)* lebih fokus pada harga pokok persediaan, manajer produksi *(production manager)* atau manajer operasional *(operational manager)* lebih fokus pada harga pokok produksi. Manajemen tingkat puncak tentunya akan lebih cenderung fokus pada harga pokok penjualan. Harga pokok barang yang telah laku di jual biasa disebut dengan harga pokok penjualan.

Dalam harga pokok penjualan kita dapat melihat informasi-informasi tentang persediaan yang kita miliki sebelumnya, pembelian bersih dan persediaan yang tersedia untuk dijual. Perusahaan yang telah berdiri tentunya ingin berkembang dan terus menjaga kelangsungan hidupnya, untuk itu pihak perlu membuat kebijakan yang mengacu pada terciptanya efisiensi dan efektivitas kerja.

Kebijakan tersebut dapat berupa penetapan harga pokok penjualan dengan membandingkan harga pembelian barang. Hal ini tentunya tidak terlepas dari tujuan didirikannya perusahaan yaitu agar modal yang ditanamkan dalam perusahaan dapat terus berkembang atau dengan kata lain mendapatkan laba semaksimal mungkin.

Harga pokok penjualan adalah salah satu komponen dari laporan laba rugi, yang menjadi perhatian manajemen perusahaan dalam mengendalikan operasional perusahaan. Bila berbicara mengenai harga pokok, maka ditemukan tiga macam harga pokok yaitu :

1. Harga pokok persediaan

   Menurut Soemarso (2009:21), "harga pokok persediaan adalah harga beli dari persediaan barang diawal periode ditambah pembelian bersih selama periode yang bersangkutan".

2. Harga pokok produksi

   Menurut Soemarso (2009:287), "harga pokok produksi adalah kumpulan biaya produksi yang terdiri dari bahan baku langsung, tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik ditambah dengan persediaan dalam proses awal dikurangi dengan persediaan dalam proses akhir".

3. Harga pokok penjualan

   Menurut Soemarso (2009:21), "harga beli (perolehan) dari barang yang dijual".

Ketiganya adalah komponen yang saling terkait namun bila mendengar perkataan harga pokok, maka harus mengetahui konsep mana yang dimaksudkan. Permasalahan itu timbul karena perbedaan kebutuhan masing-masing tingkat manajemen. Manajer bagian pembelian *(purchase manager)* lebih fokus pada

harga pokok persediaan, manajer produksi *(production manager)* atau manajer operasional *(operation manager)* lebih fokus pada harga pokok produksi, manajemen tingkat puncak tentunya akan lebih cenderung fokus pada harga pokok penjualan.

2.1.2 Tujuan dan Manfaat Harga Pokok Penjualan

Sekalipun penetapan harga pokok penjualan cukup sulit, namun perusahaan harus tetap menentukan. Dalam hal ini, produsen juga harus mengetahui besar pengorbanan yang dilakukan pada saat penjualan barangnya. Hal ini berguna untuk dasar penetapan harga penawaran di pasar, maupun untuk menetapkan pendapatan yang diperoleh dari penjualan.

Dengan demikian dapat diketahui apakah penjualan menghasilkan laba atau tidak. Jadi tujuan dari kalkulasi harga pokok penjualan adalah untuk menetapkan laba penjualan, yaitu laba untuk setiap transaksi penjualan yang terdiri dari selisih yang menguntungkan antara harga jual dan harga pokok penjualan. Disamping itu, dengan diketahui harga pokok penjualan, produsen dapat mengetahui transaksi penjualan atau hubungan antara masing-masing transaksi tersebut dapat di pertanggung jawabkan secara ekonomis. Dengan kata lain, penetapan harga pokok penjualan penting untuk kebijakan harga. Beberapa pendapat mengenai manfaat dan tujuan harga pokok penjualan :

> Prof. Dr. H. J. Van Der Schroeff dalam J. Sudarsono (2009:174), “berpendapat bahwa harga pokok penjualan mempunyai manfaat dan tujuan sebagai berikut:
> 1. Dasar untuk menetapkan harga di pasar penjualan.
> 2. Menetapkan pendapat yang di peroleh pada penjualan”.

Menurut Matz Curry dan Frank, dalam J. Sudarsono (2009:174), "harga pokok penjualan mempunyai manfaat dan tujuan sebagai berikut :
1. Menetapkan biaya menurut barang yang di produksi berdasarkan prosesnya, yaitu pesanan, satuan atau bagian.
2. Mengontrol pengeluaran yang berhubungan dengan proses produksi, distribusi atau administrasi perusahaan.
3. Memberi dasar dalam penaksiran biaya suatu barang hasil produksi dan menetapkan harga jual yang menguntungkan.
4. Memberi kemungkinan pada manajemen agar mendasarkan kebijakan operasinya pada keterangan yang di berikan oleh bagian biaya".

Adapun tujuan harga pokok penjualan sebagaimana di kemukakan Ais (2013:123), "adalah :
1.Untuk menentukan calon laba yang diinginkan.
2.Dengan calon laba yang diinginkan tersebut sebagai dasar untuk menentukan harga jual barang dagang".

Menurut Wiratna (2016:97), "tujuan harga pokok penjualan yaitu : sebagai tolak ukur untuk menentukan harga jual dan untuk mengetahui laba yang diinginkan perusahaan".

Dengan demikian, apabila diketahui harga pokok penjualan suatu barang yang diproduksikan, maka penentuan harga pokok penjualan dapat pula ditentukan. Demikian pula dengan diketahuinya harga pokok produksi dalam suatu barang, maka untuk kepentingan pengendalian efisiensi dalam proses produksi dengan mudah dapat dilakukan pengontrolan dan pengawasan.

Efisiensi yang dimaksud tersebut adalah penawaran prinsip-prinsip ekonomi dalam perusahaan, yaitu dengan pengorbanan yang seminimal akan mencapai hasil yang maksimal mungkin.

Harga pokok penjualan merupakan metode yang digunakan perusahaan untuk menentukan harga pokok dari produk yang dijual oleh perusahaan dagang.

Harga pokok penjualan setidaknya memiliki dua manfaat diantaranya yaitu : sebagai patokan untuk menentukan harga jual dan untuk mengetahui laba yang

diinginkan perusahaan. Harga jual yang lebih besar dari harga pokok penjualannya akan memperoleh laba, dan sebaliknya harga jual yang lebih rendah dari harga pokok penjualan akan mengalami kerugian.

2.1.3 PerhitunganHarga Pokok Penjualan

Harga pokok penjualan merupakan salah satu unsur atau elemen dari laporan laba rugi suatu perusahaan dagang. Apabila perusahaan akan menyusun laporan keuangan khususnya laporan laba rugi, maka harus dilakukan perhitungan harga pokok penjualan yang terjadi dalam periode berjalan. Ketepatan perhitungan harga pokok penjualan mempengaruhi keakuratan laba yang diraih perusahaan atau rugi yang ditanggung perusahaan. Mengingat pentingnya ketepatan dalam perhitungan harga pokok penjualan maka pada kesempatan ini dibahas tentang proses perhitungan harga pokok penjualan secara tepat.

Tujuan setiap perusahaan adalah mencari laba. Laba perusahaan dagang diperoleh dari selisih antara hasil penjualan bersih dengan harga pokok penjualan setelah dikurangi dengan beban-beban operasi.

Menurut Samryn (2012:380), “komponen harga pokok penjualan terdiri dari: persediaan awal barang, pembelian bersih, dan persediaan akhir barang”.

1. Persediaan awal barang jadi yang tersedia pada awal tahun. Datanya diperoleh dari neraca akhir tahun sebelumnya.
2. Pembelian bersih adalah pembelian barang dagangan yang akan dijual pada pelanggan, pembelian bersih merupakan salah satu komponen dalam harga pokok penjualan.

3. Persediaan akhir barang jadi yang tersisa pada akhir periode. Datanya diperoleh dari hasil perhitungan fisik barang yang ada digudang pada akhir tahun berjalan. Bagi perusahaan yang menggunakan metode perpetual dalam sistem akuntansi persediaannya, data seperti ini dapat diperoleh dari saldo akhir kartu persediaan.

Menurut Wiratna (2016:98), "Untuk menghitung harga pokok penjualan dirumuskan sebagai berikut : harga pokok penjualan = persediaan barang awal + pembelian bersih – persediaan barang akhir".

Menurut Wiratna (2016:98), "elemen-elemen dalam pembelian bersih terdiri dari : pembelian, biaya angkut pembelian, retur pembelian dan pengurangan harga, potongan pembelian".

1. Pembelian adalah jumlah seluruh pembelian barang baik secara kredit maupun tunai selama periode.
2. Biaya angkut pembelian adalah jumlah biaya angkutan untuk barang yang dibeli selama periode.
3. Retur pembelian dan pengurangan harga adalah jumlah seluruh barang dikirimkan kembali kepada penjual maupun semua pengurangan harga yang diterima karena beda mutu atau cacat barang.
4. Potongan pembelian adalah jumlah seluruh potongan yang diterima dari penjual atas pembayaran hutang yang masih dalam batas syarat memperoleh potongan.

Gambar 2.1
Perhitungan Harga Pokok Penjualan

HARGA POKOK PENJUALAN			
Persediaan awal barang dagangan awal			Rp xxx
Pembelian		Rp xxx	
Beban angkut Pembelian		Rp xxx	
		Rp xxx	
Retur pembelian	Rp xxx		
Potongan pembelian	Rp xxx		
		(Rp xxx)	
Jumlah pembelian bersih			Rp xxx
Barang tersedia untuk dijual			Rp xxx
Persediaan akhir barang dagangan			(Rp xxx)
Harga pokok penjualan			Rp xxx

Sumber : Wiratna (2016)

Keterangan : rumus harga pokok penjualan diatas bersifat fleksibel, maksudnya apabila didalam perusahaan komponen harga pokok penjualan tidak lengkap seperti pada rumus, misalnya tidak terdapat retur pembelian, atau tidak dapat potongan pembelian atau tidak dapat biaya angkut pembelian, maka perhitungan harga pokok penjualan tetap dapat dilakukan tanpa mengikut sertakan komponen tersebut dalam perhitungan. Untuk meningkatkan pemahaman berikut ini diberikan contoh perhitungan harga pokok penjualan sebagai berikut :

Gambar 2.2
Contoh Perhitungan Harga Pokok Penjualan

HARGA POKOK PENJUALAN

Persediaan awal barang dagangan awal			Rp 341.000.000,-
Pembelian		Rp 355.000.000,-	
Beban angkut Pembelian		Rp -	
		Rp 355.000.000,-	
Retur pembelian	Rp -		
Potongan pembelian	Rp -		
		(Rp -)	
Jumlah pembelian bersih			Rp 355.000.000,-
Barang tersedia untuk dijual			Rp 696.000.000,-
Persediaan akhir barang dagangan			(Rp 201.450.000,-)
Harga pokok penjualan			Rp 494.550.000,-

Sumber : Wiratna (2016)

Perhitungan harga pokok penjualan sangat penting, karena dengan perhitungan harga pokok penjualan yang tepat akan menjadikan laporan keuangan perusahaan khususnya laporan laba rugi yang dapat dipertanggung jawabkan dan akurat. Karena tingkat kepentingan yang tinggi tentang proses perhitungan harga pokok penjualan maka diharapkan konsep perhitungan harga pokok penjualan dipahami dengan baik dan benar sehingga laporan keuangan yang dihasilkan dapat digunakan untuk menentukan kebijakan yang tepat untuk kemajuan perusahaan.

2.1.4 Metode Penetapan Harga Pokok Penjualan

Menurut Mulyadi (2015:17), "secara garis besar terdapat dua macam alternatif sistem perhitungan harga pokok penjualan yaitu : sistem perhitungan harga pokok penuh *(full costing)* dan sistem perhitungan harga pokok variabel *(variabel costing)*".

1. Sistem perhitungan harga pokok penuh *(full costing)*

   Menurut Mulyadi (2015:17), "*full costing* merupakan metode penentuan harga pokok yang memperhitungkan semua unsur biaya kedalam harga pokok yang terdiri dari : persediaan barang, biaya tenaga kerja langsung,biaya *overhead* tetap, biaya *overhead* variabel".

   Dengan menggunakan metode *full costing*,

a. Biaya *overhead* baik yang variabel maupun tetap, dibebankan kepada produk atas dasar tarif yang ditentukan dimuka pada kapasitas normal atau atas dasar biaya *overhead* yang sesungguhnya.

b. Selisih biaya *overhead* akan timbul apabila biaya *overhead* yang dibebankan berbeda dengan biaya *overhead* yang sesungguhnya terjadi.

c. Jika semua produk yang diolah dalam periode tersebut belum laku dijual, maka pembebanan biaya *overhead* lebih atau kurang tersebut digunakan untuk mengurangi atau menambah harga pokok yang masih dalam persediaan (baik produk dalam proses maupun produk jadi).

d. Metode ini akan menunda pembebanan biaya *overhead* tetap sebagai biaya sampai saat produk yang bersangkutan dijual.

2. Sistem perhitungan harga pokok variabel *(variabel costing)*

   Menurut Mulyadi (2009:18), "*variabel costing* merupakan metode penentuan harga pokok penjualan yang hanya menghitung biaya yang berperilaku variabel ke dalam harga pokok penjualan, yang terdiri dari : persediaan barang, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead variabel*".

Dengan menggunakan metode *variabel costing :*

a. Biaya *overhead* tetap diperlakukan sebagai *period costs* dan bukan sebagai unsur harga pokok, sehingga biaya *overhead* tetap dibebankan sebagai biaya dalam periode terjadinya.

b. Dalam kaitannya dengan produk yang belum laku dijual, biaya *overhead* tetap tidak melekat pada persediaan tersebut tetapi langsung dianggap sebagai biaya dalam periode terjadinya.

c. Penundaan pembebanan suatu biaya hanya bermanfaat jika dengan penundaan tersebut diharapkan dapat dihindari terjadinya biaya yang sama periode yang akan datang.

Laporan keuangan yang disusun berdasar metode *variable costing* bermanfaat bagi manajemen untuk perencanaan laba jangka pendek, pengendalian biaya, dan pembuatan keputusan.

1. Perencanaan laba jangka pendek

   Dalam jangka pendek, biaya tetap tidak berubah dengan adanya perubahan *volume* kegiatan, sehingga hanya biaya variabel yang perlu dipertimbangkan oleh manajemen.

2. Pengendalian biaya

   Biaya tetap dalam *variable costing* dapat dikelompokkan kedalam dua golongan yakni : *discretionary fixed cost* dan *committed fixed cost.*

   Discretionary fixed cost merupakan biaya yang berperilaku tetap karena kebijakan manajemen. Dalam jangka pendek biaya ini dapat dikendalikan oleh manajemen. Sedangkan *committed fixed cost* merupakan biaya yang

timbul dari pemilikan pabrik, ekuipmen dan organisasi pokok. Dalam jangka pendek biaya tersebut tidak dapat dikendalikan oleh manajemen.

3. Pengambilan keputusan

Pihak manajemen dengan menggunakan metode *variable costing* dapat menentukan pengambilan keputusaan misal dalam hal pesanan khusus.

2.1.5 Struktur Harga Pokok Penjualan

Menurut Subagyo, dkk (2018:157), "Dari definisi sistem perhitungan harga pokok penjualan, bisa didapatkan struktur dasar dalam harga pokok penjualan umum nya terdiri dari tiga elemen besar yaitu :
1. Persediaan barang atau *inventory*
2. Tenaga kerja langsung atau *direct labour cost*
3. Biaya *overhead* atau *overhead cost*".

1. Persediaan barang atau *inventory*

Persediaan barang dagang menunjukan harga pokok barang dagang yang ada dalam persediaan dan tersedia untuk dijual. Terdapat dua jenis persediaan, yaitu persediaan awal barang dagang dan persediaan akhir barang dagang. Persediaan barang dagang digunakan sebagai masukan untuk menentukan harga pokok barang yang tersedia untuk dijual dengan cara menambahkan persediaan awal barang dagang dengan pembelian bersihnya. Harga pokok barang yang tersedia untuk dijual kemudian dikurangi dengan persediaan akhir barang dagang akan menghasilkan harga pokok penjualan. Pada perusahaan dagang terdapat persediaan barang dagang. Persediaan barang dagang yang ada memerlukan pencatatan khusus.

Menurut Astuti (2012:208), "dua metode pencatatan persediaan barang dagang yaitu : metode fisik atau periodik dan metode perpetual atau *balance* permanen".

1. Metode fisik atau periodik

Menurut Astuti (2012:208), “dalam metode ini persediaan akan dicatat pada setiap akhir periode setelah menghitung secara fisik persediaan digudang”. Penggunaan metode ini mengharuskan adanya penghitungan barang yang masih ada pada tanggal penyusutan laporan keuangan untuk mengetahui berapa jumlah barang yang masih ada digudang dan kemudian diperhitungkan harga pokoknya.

Menurut Astuti (2012:217), “contoh pencatatan jurnal metode fisik atau periodik adalah sebagai berikut :

Tabel 2.1
Jurnal Umum Metode Fisik

Tanggal		Keterangan	Debit	Kredit
2010				
Jan	01	Pembelian	Rp. 800.000,00	Rp. 800.000,00
		Kas		
		(Mencatat pembelian barang dagang secara tunai dari Makmur)		
	02	Pembelian	Rp. 1.200.000,00	
		Beban angkut pembelian	Rp. 50.000,00	
		Utang dagang		Rp. 1.200.000,00
		Kas		Rp. 50.000,00
		(Mencatat pembelian barang dagang secara kredit dari PT. Gemah Ripah, syarat 2/10,n/30		
	04	Kas	Rp. 340.000,00	
		Penjualan		Rp. 340.000,00
		(Mencatat penjualan barang dagang secara tunai kepada tan Zelo		

	04	Piutang dagang Penjualan (Mencatat penjualan barang dagang secara kredit kepada PT. Loh Jinawi, syarat 3/10,n/30	Rp. 530.000,00	 Rp. 530.000,00
	06	Hutang dagang Retur dan potongan pembelian (Mencatat pengembalian barang dagang kepada PT. Gemah Ripah)	Rp. 200.000,00	 Rp. 200.000,00
	09	Hutang dagang Potongan tunai pembelian Kas (Mencatat pelunasan hutang dagang kepada PT Gemah Ripah, dikurangi potongan)	 Rp 1000.000,-	 Rp 20.000,- Rp 980.000,-

	10	Retur dan pot.penjualan Piutang dagang (Mencatat pengembalian barang dagang dari PT Loh Jinawi)	Rp 140.000,-	Rp 140.000,-

Sumber : Astuti (2012)

Dalam metode fisik atau periodik, penjualan barang dagang akan dicatat dengan mendebit kas jika dibayar secara tunai atau mendebit piutang dagang jika dibayar secara kredit, dan mengkredit penjualan. Jika terdapat potongan tunai penjualan pencatatan akan dilakukan dengan mendebit akun potongan tunai penjualan dan mengkredit piutang dagang. Retur dan potongan penjualan yang timbul akibat barang dagang yang dijual rusak, cacat, atau tidak sesuai dengan spesifikasi yang dipesan akan dicatat dengan mendebit retur dan potongan penjualan serta mengkredit piutang dagang. Potongan tunai penjualan dan retur keduanya merupakan akun kontra atau lawan dari akun penjualan. Jika terdapat beban angkut atas barang dagang yang dijual, maka harus ditentukan siapakah yang akan menanggung beban angkut penjualan tersebut, apakah penjual atau pembeli. Ketika penjual menanggung beban angkut penjualan, maka penjual akan mencatat dengan mendebit akun beban angkut penjualan dan mengkredit akun penjualan.

2. Metode perpetual atau *balance*

Menurut Astuti (2012:208), “dalam metode perpetual setiap terjadi mutasi persediaan barang dagang dilakukan pencatatan”.

Setiap jenis persediaan akan dibuatkan akun tersendiri yang berfungsi sebagai buku pembantu persediaan. Tiap terjadi perubahan dalam persediaan barang akan diikuti dengan pencatatan dalam akun persediaan sehingga jumlah persediaan barang dagang sewaktu-waktu dapat diketahui dengan melihat kolom saldo dalam akun persediaan. Penggunaan metode ini akan mempermudah dalam menyusun laporan keuanagan, khususnya neraca dan laporan laba rugi karena perhitungan fisik atas persediaan barang dagang digudang tidak perlu dilakukan.

Menurut Astuti (2012:298), “contoh pencatatan jurnal metode fisik atau periodik adalah sebagai berikut :

Tabel 2.2
Jurnal Umum Metode Perpetual

Tanggal		Keterangan	Debit	Kredit
2010				
Jan	01	Persediaan brg dagang	Rp. 800.000,00	
		Kas		Rp. 800.000,00
		(Mencatat pembelian barang dagang secara tunai dari Makmur)		
	02	Persediaan brg dagang	Rp 1.250.000,-	
		Utang dagang		Rp 1.200.000,-

		Kas (Mencatat pemebelian barang dagang secara kredit dari PT. Gemah Ripah, syarat 2/10,n/30		Rp 50.000,-
	04	Kas Penjualan (Mencatat penjualan barang dagang secara tunai kepada tan Zelo)	Rp. 340.000,-	Rp. 340.000,-
	04	Piutang dagang Penjualan (Mencatat penjualan barang dagang secara kredit kepada PT. Loh Jinawi, syarat 3/10,n/30	Rp. 530.000,00	Rp. 530.000,00
	04	Harga pokok penjualan Persediaan brg dagang (Mencatat harga pokok penjualan atas penjualan barang dagang secara	Rp. 200.000,-	Rp. 200.000,-

		tunai kepada Tuan Zelo)		
	09	Utang dagang		
		Persediaan brg dagang		Rp 20.000,-
		Kas		Rp 980.000,-
		(Mencatat pelunasan hutang dagang kepada PT Gemah Ripah, dikurangi potongan)	Rp 1000.000,-	
	10	Retur dan pot.penjualan	Rp 140.000,-	
		Piutang dagang		Rp 140.000,-
		(Mencatat pengembalian barang dagang dari PT Loh Jinawi)		

Sumber : Astuti (2012)

Dalam metode perpetual, setiap penjualan barang dagang dicatat pada akun persediaan barang dagang. Pencatatan atas transaksi penjualan barang dagang dilakukan dengan mendebit kas jika dibayar secara tunai atau mendebit piutang dagang jika dibayar secara kredit, serta mengkredit penjualan. Disamping itu pada saat terjadi transaksi penjualan, pencatatan terhadap pengurangan harga pokok penjualan dan pengurangan persediaan barang dagang juga harus dilakukan.

Pencatatan dilakukan dengan mendebit akun harga pokok penjualan dan mengkredit akun persediaan barang dagang. Pencatatan harga pokok dan persediaan ini mengakibatkan catatan persediaan akan memperlihatkan jumlah yang tersedia untuk dijual atau yang telah dijual sepanjang periode akuntansi.

2. Biaya Tenaga Kerja Langsung atau *Direct Labour Cost*

Menurut Ahmad Firdaus (2011:226), "biaya tenaga kerja langsung adalah biaya tenaga kerja yang dapat diidentifikasikan dengan suatu operasi atau proses tertentu yang diperlukan untuk menyelesaikan produk-produk dari perusahaan". Oleh karena itu, semua biaya tenaga kerja langsung dibebankan secara langsung kepada komponen-komponen dari barang jadi atau produk-produk yang dihasilkan. Biaya ini merupakan elemen biaya produk yang bersama biaya bahan langsung disebut biaya utama (*prime cost)* dan dengan biaya overhead pabrik disebut sebagai biaya konversi *(conversion cost).*

Menurut Ahmad Firdaus (2011:235), "terdapat elemen-elemen yang juga merupakan biaya tenaga kerja yaitu : premi lembur, gaji dan upah".

1. Gaji dan Upah

Hak bekerja atau buruh yang diterima dan dinyatakan dalam bentuk uang sebagai imbalan dari pengusaha atau pemberi kerja kepada pekerja atau buruh yang ditetapkan dan dibayarkan menurut suatu perjanjian kerja, kesepakatan, atau peraturan perundang-undangan, termasuk tunjungan bagi pekerja atau buruh dan keluarganya atas suatu pekerjaan atau jasa yang telah atau akan dilakukan. Ada berbagai macam perhitungan upah karyawan dalam perusahaan. Salah satu cara adalah dengan mengubah tarif upah dengan jam kerja karyawan. Dengan

demikian untuk menentukan upah seorang karyawan perlu dikumpulkan daftar gaji dan upah yang mereka hasilkan.

> Menurut Ahmad Firdaus (2011:229), "prosedur dalam pembuatan daftar gaji dan upah yang dilaksanakan oleh bagian gaji dan upah adalah sebagai berikut :
> 1. Menerima data jumlah jam untuk tenaga kerja harian dan tenaga kerja yang digaji secara bulanan.
> 2. Menerima data-data perubahan dalam tarif gaji dan upah, bonus, premi, lembur, dan data lainnya dari bagian personalia.
> 3. Menerima data-data mengenai perubahan dalam pemotongan gaji dan upah.
> 4. Menghitung gaji bruto dan gaji bersih, dan upah bruto dan upah bersih.
> 5. Menyusun daftar gaji dan upah yang menunjukan nomor pokok pegawai, nama pegawai, jumlah hari, jumlah kerja normal, jumlah jam kerja lembur, jumlah jam yang dipekerjakan untuk pekerjaan dan proses, tarif gaji dan upah pegawai, jumlah penghasilan bruto, berbagai potongan atas penghasilan bruto, dan penghasilan bersih yang harus dibayarkan kepada masing-masing pegawai.
> 6. Mengirim daftar gaji dan upah ke bagian keuangan atau bendaharawan sebagai dasar pembayaran".

2. Premi Lembur

Menurut Ahmad Firdaus (2011:235), "sehubungan dengan kerja lembur yang dilakukan karyawan produksi atau tenaga kerja langsung, penghasilan para karyawan tersebut meliputi dua elemen biaya yaitu upah lembur dan premi lembur".

Penghasilan lembur ini dibayar kepada karyawan yang bekerja melebihi jumlah kerja normal yaitu 8 jam per hari atau 40 jam perminggu. Tarif lembur biasanya lebih besar dari pada tarif normal.

Selisih antara kedua tarif ini merupakan premi lembur. Sebagai suatu ilustrasi bahwa seorang pekerja dibayar Rp 2.500 per jam untuk 40 jam kerja normal per minggu. Jumlah jam kerja sesungguhnya adalah 48 jam, untuk setiap

jam kerja jumlah penghasilan atau upah untuk pekerja tersebut dihitung sebagai berikut :

Penghasilan normal	40 jam x Rp 2.500	= Rp 100.000
Upah lembur	8 jam x Rp 2.500	= Rp 20.000
Premi lembur	8 jam x Rp 1.250	= Rp 10.000
Jumlah penghasilan bruto		= Rp 130.000

Premi lembur dapat dibebankan ke akun barang dalam proses, jika suatu jam kerja lembur diperlukan atas suatu pekerjaan tertentu. Jika suatu pesanan yang biasanya dapat dilakukan dalam jam-jam kerja normal, tetapi suatu waktu memerlukan jam kerja lembur untuk menyelesaikannya, maka premi lembur dapat dibebankan ke akun biaya *overhead* pabrik, dan dapat diperhitungkan dalam penentuan tarif biaya *overhead* pabrik.

Ayat jurnal untuk mencatat pembebanan upah mingguan adalah :

Kasus 1

Barang dalam proses	130.000	
Gaji dan upah		130.000

Kasus 2

Barang dalam proses	120.000	
Biaya *overhead* pabrik	10.000	
Gaji dan upah		130.000

3. Biaya *Overhead* atau *Overhead Cost*

Menurut Ahmad Firdaus (2011:246), “meskipun berhubungan dengan pencapaian atas tujuan peerusahaan, biaya *overhead* pabrik adalah biaya-biaya yang dari segi masalah praktis tidak dapat dibebankan kepada tujuan-tujuan tersebut secara langsung. Suatu metode alokasi biaya yang konsisten

harus digunakan yang mana dengan beberapa ukuran menaksir pengorbanan ekonomi yang terjadi".

Ada beberapa basis alokasi yang dapat digunakan untuk menghitung tarif biaya *overhead* pabrik, yaitu:

1. Jumlah unit produksi

Basis alokasi jumlah unit produksi ini merupakan metode paling mudah dan langsung dalam membebankan *overhead* pabrik. Basis ini membebankan *overhead* sama besar terhadap masing-masing unit yang di produksi. Terutama digunakan apabila hanya satu jenis produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Tarif *overhead* pabrik per unit yang dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$\frac{\text{Biaya } overhead \text{ pabrik taksiran}}{\text{Jumlah unit produksi taksiran}} = \text{Tarif biaya } overhead \text{pabrik per unit}$$

Sebagai contoh anggaplah bahwa biaya *overhead* pabrik taksiran Rp 100.000.000 dan jumlah produksi yang direncanakan 200.000 unit. Tarif *overhead* pabrik per unit dapat dihitung sebagai berikut :

$$\frac{\text{Rp } 100.000.000}{200.000} = Rp\ 500\ per\ unit$$

2. Biaya bahan langsung

Basis alokasi ini dapat digunakan apabila terdapat hubungan langsung antara biaya bahan langsung dan biaya *overhead* pabrik, dimana dari hasil studi data biaya yang lalu menunjukan persentase biaya *overhead* pabrik terhadap biaya tenaga kerja langsung relatif sama selama suatu periode. Rumus untuk menentukan persentase biaya *overhead* pabrik dari biaya bahan langsung sebagai berikut :

$$\frac{\text{Biaya } overhead \text{ pabrik taksiran}}{\text{Biaya bahan langsung taksiran}} \text{X } 100\%$$

= Persentase biaya *overhead* pabrik dari biaya bahan langsung

Sebagai contoh biaya *overhead* pabrik taksiran Rp 100.000.000 dan biaya bahan langsung taksiran Rp 80.000.000 maka tarif *overhead* pabrik dihitung sebagai berikut :

$$\frac{\text{Rp } 100.000.000}{\text{Rp } 80.000.000} \text{X } 100\%$$

= 125 % dari biaya bahan langsung

3. Biaya tenaga kerja langsung

Basis alokasi ini dapat digunakan apabila biaya *overhead* pabrik mempunyai hubungan erat dengan biaya tenaga kerja langsung. Rumus untuk menghitung persentase biaya *overhead* pabrik dari biaya tenaga kerja langsung sebagai berikut :

$$\frac{\text{Biaya } overhead \text{ pabrik taksiran}}{\text{Biaya tenaga kerja langsung taksiran}} \text{X } 100\%$$

= Persentase biaya *overhead* pabrik dari biaya tenaga kerja langsung

Sebagai contoh apabila *overhead* pabrik ditaksir sebesar Rp 100.000.000 dan biaya tenaga kerja langsung sebesar Rp 200.000.000 maka tarif biaya *overhead* pabrik dihitung sebagai berikut :

$$\frac{\text{Rp } 100.000.000}{\text{Rp } 200.000.000} \text{X } 100\%$$

= 50 % dari biaya tenaga kerja langssung

4. Jumlah jam tenaga kerja langsung

Basis alokasi jumlah jam tenaga kerja langsung ini dapat digunakan sebagai pengganti basis alokasi biaya tenaga kerja langsung. Apabila perusahaan menggunakan basis alokasi ini dalam menghitung tarif biaya *overhead* pabrik maka untuk produk-produk harus diselenggarakan catatan dan formulir untuk menghimpun data tambahan mengenai jumlah jam tenaga kerja langsung untuk masing-masing pekerjaan atau produk tersebut. Rumus penentuan tarif biaya *overhead* pabrik per jam tenaga kerjaa langsung sebagai berikut :

$$\frac{\text{Biaya } overhead \text{ pabrik taksiran}}{\text{Jam tenaga kerja taksiran}} = \text{Tarif biaya } overhead \text{pabrik per jam}$$

Sebagai contoh biaya *overhead* pabrik yang digambarkan sebesar Rp 100.000.000 dan taksiran jumlah jam kerja langsung adalah 20.000 jam. Tarif biaya *overhead* pabrik dihitung sebagai berikut :

$$\frac{\text{Rp } 100.000.000}{20.000} = \text{Rp } 5.000 \text{ per jam tenaga kerja langsung}$$

5. Jumlah jam mesin

Otomatisasi biasanya menunjukan adanya hubungan yang erat antara jumlah jam mesin dan biaya *overhead* pabrik. Biaya *overhead* pabrik secara dominan mencangkup biaya-biaya seperti penyusutan, pemeliharaan, listrik, air, dan lain-

lain. Rumus tarif biaya *overhead* pabrik per jam mesin dihitung dengan formula sebagai berikut :

$$\frac{\text{Biaya } overhead \text{ pabrik taksiran}}{\text{Jumlah jam mesin taksiran}} = \text{Tarif biaya } overhead \text{ per jam mesin}$$

Sebagai contoh misalkan biaya *overhead* pabrik ditaksir sebesar Rp 100.000.000 dan jumlah jam mesin adalah 12.500 jam. Tarif biaya *overhead* pabrik sebagai berikut :

$$\frac{\text{Rp } 100.000.000}{12.500} = \text{Rp } 8.000 \text{ per jam mesin}$$

Jadi, untuk menghitung tarif biaya *overhead* dapat digunakan basis alokasi seperti : jumlah unit produksi, biaya bahan langsung, biaya tenaga kerja langsung, jumlah tenaga kerja langsung dan jumlah jenis mesin.

2.2 Harga Jual

2.2.1 Pengertian Harga Jual

Penetapan harga tidak hanya sekedar perkiraan saja, tetapi harus dengan perhitungan yang cermat dan teliti yang harus diselesaikan dengan sasaran yangdituju oleh perusahaan. Harga merupakan nilai pengganti suatu barang, untuk ituharga harus disesuaikan dengan kegunaan barang tersebut untuk konsumen.

Menurut Lestari dan Permana (2018:158), "harga jual merupakan angka yang sudah menutupi biaya produksi secara utuh dan ditambahkan dengan laba atau keuntungan dalam jumlah yang wajar".

Menurut Horngren, et al (2015:516), dalam Lestari dan Permana (2018:158), "harga merupakan cerminan pemahaman yang mendalam pihak perusahaan mengenai konsumen, kompetitor dan biaya perusahaan itu sendiri". Kemampuan untuk menentukan harga jual yang tepat akan sangat menentukan nasib penjualan produk di pasaran. Upaya menentukan harga jual di pasaran sebagai salah satu bagian dari manajemen harga, perlu dilakukan dengan memperhatikan banyak faktor. Hal tersebut tentunya untuk mencegah tidak lakunya barang produksi di pasaran.

Menurut Wibowo Singgih, dkk (2009:56), "mendefinisikan harga jual adalah biaya ditambah dengan laba yang diinginkannya".

Menurut Wibowo Singgih, dkk (2009:56), "dalam menentukan harga jual ada beberapa strategi yang dapat di perhitungkan, yaitu :

1. Menjual rugi sekarang untuk memperoleh laba kemudian hari.
2. Menjual dengan harga "impas" untuk promosi.
3. Menjual dengan harga tinggi agar modal cepat kembali
4. Menjual dengan harga yang tinggi untuk meraih konsumen berpenghasilan tinggi, kemudian lambat laun harga diturunkan untuk menarik konsumen berpenghasilan rendah".

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa harga jual merupakan biaya penuh ditambah biaya wajar atau laba yang diinginkan oleh perusahaan yang dibebankan kepada pembeli atau pelanggan atas barang yang dijual atau diserahkan.

2.2.2 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 kebijaksanaan yang diambil perusahaan.

> Adapun tujuan dalam penetapan harga menurut Saladin dalam Apri Budianto (2015:259), "yaitu : (1) Profit *maximalization pricing* (maksimalisasi keuntungan) (2) *Market share pricing* (penetapan harga untuk merebut pangsa pasar) (3) *Skimming* pasar maksimum (4) *Curent revenue pricing* (penetapan laba untuk pendapatan maksimal) (5)*Target profit pricing* (penetapan harga untuk sasaran) (6) *Promotion pricing* (penetapan harga untuk promosi)".

1. Profit *maximalization pricing* (maksimalisasi keuntungan)

Profit *maximalization pricing* (maksimalisasi keuntungan), yaitu untuk mencapai keuntungan maksimal.

2. *Market share pricing* (penetapan harga untuk merebut pangsa pasar)

Dengan harga rendah, maka pasar akan dikuasai, syaratnya: pasar cukup sensitif terhadap harga, biaya produksi dan distribusi turun jika produksi naik dan harga turun, pesaing sedikit.

3. *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.

4. *Curent revenue pricing* (penetapan laba untuk pendapatan maksimal)

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.

5. *Target profit pricing* (penetapan harga untuk sasaran)

Harga berdasarkan target penjualan dalam periode tertentu.

6. *Promotion pricing* (penetapan harga untuk promosi)

Penetapan harga untuk suatu produk dengan maksud untuk mendorong penjualan produk-produk lain. Ada dua macam penetapan harga, yaitu: *loss leader pricing*, yaitu penetapan harga untuk suatu produk agar pasar mendorong penjualan produk yang lainnya dan *prestice pricing*, yaitu penetapan harga yang tinggi untuk suatu produk guna meningkatkan *image* tentang kualitas.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa tujuan penetapan harga jual adalah untuk maksimalisasi keuntungan, penetapan harga untuk merebut pangsa pasar, penetapan laba untuk memperoleh pendapatan maksimal, penetapan harga untuk mencapai target penjualan dan penetapan harga untuk promosi suatu produk.

2.2.3 FaktorYang Mempengaruhi Penentuan Harga Jual

Dalam penentuan harga jual, tidak semua fakor diajdikan dasar dalam penentuan harga jual, tetapi hanya beberapa faktor saja yang perlu dipertimbangkan.

> Menurut Basu Swasta dan Irawan (2009 : 202), "faktor yang memperngaruhi harga jual adalah :
> 1. Keadaan perekonomian
> 2. Permintaan dan penawaran
> 3. Elastisitas permintaan
> 4. Persaingan
> 5. Biaya
> 6. Tujuan perusahaan
> 7. Pengawasan pemerintah".

1. Keadaan perekonomian

Perubahan kondisi perekonomian suatu negara seperti perubahan inflasi dan deflasi dapat mempengaruhi harga suatu barang atau jasa yang diperjual belikan di masyarakat.

2. Permintaan dan penawaran

Permintaan merupakan jumlah barang atau jasa yang diinginkan oleh konsumen di pasar pada tingkat harga beli tertentu, sedangkan penawaran adalah total barang atau jasa yang ditawarkan oleh produsen di pasar pada tingkat harga jual tertentu. Permintaan konsumen terhadap suatu barang atau jasa harus dipertemukan dengan penawaran pasar sehingga terbentu suatu harga keseimbangan dimana harga tersebut merupakan harga jual yang diinginkan perusahaan dan juga merupakan harga yang sesuai dengan permintaan konsumen.

3. Elastisitas permintaan

Elastisitas permintaan merupakan kepekaan perubahan permintaan akan barang atau jasa terhadap perubahan harga. Elastistitas ini membantu manajer untuk memahami apakah suatu bentuk permintaan itu elastis atau inelastis. Elastis berarti perubahan sekian persen pada harga menyebabkan perubahan persentase permintaan yang lebih besar, sedangkan inelastis perubahan sekian persen pada harga secara relatif sedikit mengubah persentase permintaan.

4. Persaingan

Penetapan harga yang dilakukan dengan mengikuti apa yang dilakukan pesaing. Dalam persaingan memiliki tiga pendekatan yaitu melalui sistem penjualan di bawah harga normal persaingan untuk menarik konsumen, menyamakan harga pasar agar persaingan tidak terlalu besar dan memberi harga lebih tinggi dari pesaingnya dengan asumsi bahwa produk yang mereka tawarkan memiliki kualitas lebih baik.

5. Biaya

Biaya merupakan dasar dalam menentukan harga jual produk atau jasa. Biaya dapat langsung diidentifikasikan kepada produk atau jasa yang dihasilkan karena merupakan faktor yang berasal dari dalam perusahaan. Biaya dapat memberikan informasi batas bahwa suatu harga yang harus dditentukan oleh perusahaan atau suatu produk atau jasa. Batas bawah harga tersebut haruslah harga yang dapat menutupi seluruh biaya produksi walaupun dengan perolehan laba yang minimal.

6. Tujuan perusahaan

Tujuan dalam penentuan harga jual bukan hanya untuk mencari laba tetapi juga untuk melayani atau memenuhi kebutuhan masyarakat.

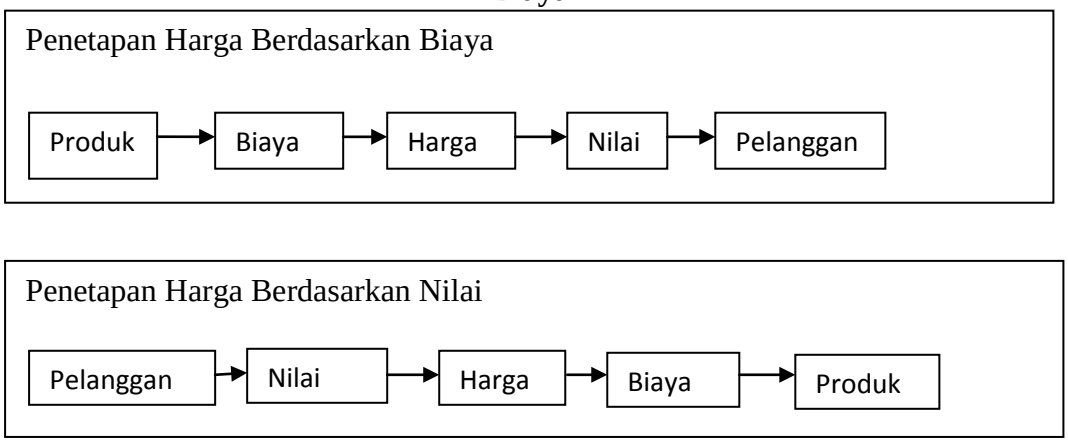
7. Pengawasan Pemerintah

Pengawasan pemerintah biasanya dilakukan untuk mengontrol besaran harga barang atau jasa yang beredar dimasyarakat agar tetap sesuai dengan keinginan perusahaan dan kemampuan masyarakat.

> Menurut Kotler dan Armstrong dalam Apri Budianto (2015:258), "faktor yang mempengaruhi penetapan harga dalam sebuah perusahaan yaitu:
> 1. Penetapan harga berdasarkan nilai yaitu menetapkan harga berdasarkan persepsi nilai dari pembeli, bukan dari biaya penjual.
> 2. Penetapan harga dengan nilai yang baik yaitu menawarkan kombinasi yang tepat antara kualitas dan layanan yang baik pada harga yang wajar.
> 3. Penetapan harga dengan nilai tambah yaitu melekatkan fitur dan layanan nilai tambah untuk membedakan penawaran perusahaan dan untuk mendukung penetapan harga yang lebih tinggi.
> 4. Penetapan harga berdasarkan biaya yaitu penetapan harga berdasarkan biaya produksi, distribusi, dan penjualan produk beserta tingkat pengembalian yang wajar sebagai imbalan bagi usaha dari risiko".

Penetapan harga berdasarkan nilai dan penetapan harga berdasarkan biaya secara *visual* dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar 2.3
Penetapan Harga Berdasarkan Nilai Versus Penetapan Harga Berdasarkan Biaya



Sumber : Kotler dan Armstrong dalam Apri Budianto (2015:258)

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi penentuan harga jual yaitu keadaan perekonomian, permintaan dan penawaran, elastisitas permintaan, persaingan, biaya, tujuan perusahaan, dan pengawasan pemerintah maupun faktor lain seperti penetapan harga berdasar nilai, penetapan harga dengan nilai yang baik, penetapan harga dengan nilai tambah dan penetapan harga berdasarkan biaya.

2.2.4 Biaya Sebagai Dasar Penentuan Harga Jual

Biaya merupakan suatu hal yang penting dalam penentuan harga jual. Biaya dalam menghasilkan suatu barang harus dicatat dengan benar dan harus digolongkan sesuai dengan tingkah laku biaya. Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau yang kemungkinannya akan terjadi untuk tujuan tertentu.

> Menurut Mulyadi (2015:14), "Penggolongan biaya harus dilakukan dengan benar agar tidak terjadikesalahan dalam penentuan harga jual produk. Biayayang terjadi didalam perusahaan manufaktur dapat digolongkan menjadi 3, yaitu : (1) Biaya produksi. (2) Biaya pemasaran. (3) Biaya administrasi umum".

1. Biaya produksi

Merupakan biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi. Biaya produksi ini terdiri dari :

a. Biaya bahan baku

Bahan baku adalah semua bahan yang membentuk bagian menyeluruh produk jadi, dan dapat diidentifikasikan secara langsung pada produk yang bersangkutan.

b. Biaya tenaga kerja

Biaya tenaga kerja adalah balas jasa yang diberikan oleh perusahaan pada semua karyawan yang ada dalam proses produksi, baik tenagakerja langsung maupun tidak langsung.

c. Biaya Overhead Pabrik

Biaya overhead pabrik adalah biaya selain biaya bahan baku dan tenaga kerja langsung. Biaya overhead pabrik merupakan biaya yang paling kompleks, dan tidak dapat diidentifikasi langsung pada produk, maka pengumpulan biaya ini baru dapat dihitung pada akhir periode. Dalam menghitung biaya ini, berdasar pada tarif yang ditentukan dimuka. Unsur-unsur biaya ini antara lain :

a. Biaya bahan penolong

Bahan penolong adalah bahan yang digunakan agar terselesai nya produk tersebut, dan siap dijual ke konsumen.

b. Biaya listrik dan air

Biaya ini adalah biaya yang dikeluarkan untuk membayar listrik dan air pabrik.

c. Biaya reparasi dan pemeliharaan

Biaya ini meliputi biaya pemeliharaan dan reparasi mesin-mesin pabrik, peralatan pabrik, dan kendaraan perusahaan.

d. Biaya penyusutan mesin dan peralatan pabrik

Biaya ini merupakan biaya yang dianggarkan dari mesin-mesin atau alat-alat yang digunakan dalam proses produksi. Biaya ini dianggarkan untuk setiap tahun atau bulan.

2. Biaya pemasaran

Merupakan biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran, contoh : biaya iklan, biaya promosi, biaya gaji bagian pemasaran, dan lain-lain.

3. Biaya administrasi umum

Merupakan biaya yang terjadi untuk mengkoordinasi kegiatan produksi dan pemasaran. Dalam perusahaan manufaktur, biaya pemasaran dan administrasi umum dapat disebut dengan biaya non produksi.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa biaya sebagai dasar penentuan harga jual digolongkan menjadi tiga yaitu biaya produksi, biaya pemasaran dan biaya administrasi umum.

2.2.5 Metode Penentuan Harga Jual

Faktor biaya merupakan faktor yang berasal dari perusahaan, sehingga lebih mudah dalam menanganinya. Biaya juga menggambarkan batas minimun yang harus dipenuhi perusahaan untuk harga jual produknya.

Menurut Basu Swastha (2009:154), "metode penentuan harga jual yang berdasarkan biaya dalam bentuk yang paling sederhana, yaitu : (1) *Cost plus pricing method.* (2) *Mark up pricing method.* (3) Penentuan harga oleh produsen".

1. *Cost plus pricing method*

Penentuan harga jual *cost plus pricing*, biaya yang digunakan sebagaidasar penentuan, dapat didefinisikan sesuai dengan metode penentuan harga pokok produk yang digunakan. Dalam metode ini, penjual atau produsen menetapkan harga untuk satu unit barang yang besarnya sama dengan jumlah biaya per unit, ditambah dengan suatu jumlah laba yang diinginkan. Dalam menghitung *cost plus pricing*, digunakan rumus :

Harga jual = Biaya total + Margin

2. *Mark up pricing method*

Mark up pricing banyak digunakan oleh para pedagang. Para pedagang 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 :

Harga jual = Harga beli + *Mark up*

Mark up adalah jumlah kenaikan harga atas biaya unit total

3. Penentuan harga oleh produsen

Dalam metode ini, harga yang ditetapkan oleh perusahaan adalah dari rangkaian harga yang ditetapkan oleh perusahaan-perusahaan lain dalam saluran ditribusi. Karena itu, penetapan harga oleh produsen memegang peranan penting dalam menentukan harga akhir barang.

Dalam menetapkan harga jualnya, produsen dapat berorientasi pada biaya. Proses penetapan harga dimulai dengan menghitung biaya per unit barang yang dihasilkan, kemudian menambahkan sejumlah *mark up* tertentu. Produsen menggunakan rumus yang mereka anggap cocok bagi mereka, tentunya berdasarkan pengamatan atas produk yang dihasilkannya. Setiap produk mempunyai pola biaya yang berbeda satu sama lainnya. Karena banyaknya biaya yang ikut berpengaruh pada *cost* barang, maka terkadang harga ditetapkan dengan pemikiran langsung. Cara ini disebut*Cost Plus Method*, yaitu penetapan harga secara apa adanya. Harga ditetapkan dengan menambah *mark up* yang dianggap pantas pada *cost* barang. *Cost* per unit dihitung dengan menganggap bahwa semua

barang telah terjual dalam satu periode yang lalu. Lalu biaya total yang terjadi pada bulan tersebut dibagi dengan volume produksi.

2.2.6 Alasan dan Kelemahan Penggunaan Data Biaya

Penentuan harga yang berdasarkan biaya banyak digunakan oleh perusahaan, karena perusahaan dapat mengetahui batas minimal yang harus ditetapkan terhadap harga jualnya.

Menurut Supriyono (2009:364), "alasan data biaya sebagai dasar penentuan harga jual adalah :

a.Harga jual berdasarkan metode *cost plus* dapat merupakan titik awal kearah harga jual yang dapat diterima sesuai dengan kendala-kendala tertentu yang ada.

b.Biaya dapat dipandang sebagai suatu batas bawah perlindungan atau penjagaan agar harga jual tidak ditentukan terlalu rendah sehingga menimbulkan kerugian.

c.Formula harga jual berdasarkan *cost plus* dapat digunakan untuk mempelajari secara mendalam biaya para pesaingnya, atau dapat membantu manajemen untuk memprediksikan keputusan harga yang akan dibuat para kompetitornya.

d.Harga jual yang ditentukan dengan formula *cost plus* mungkin bersifat sementara, dan akan diubah jika waktu dan kondisi sudah memungkinkan".

Menurut Supriyono (2009 : 351), "metode penentuan haga jual berdasarkan biaya juga memiliki kelemahan. Kelemahan-kelemahan penentuan harga jual dengan metode *cost plus :*

a. Metode *cost plus* mengabaikan faktor permintaan dan penawaran.

b.Besarnya biaya per satuan berubah-ubah dipengaruhi oleh volume produksi.

c.Metode *cost plus* tidak menggambarkan persaingan. Harga jual tidak hanya dipengaruhi oleh biaya saja, tetapi juga dipengaruhi oleh persaingan dan tersedianya produk-produk alternatif beserta harganya.

d.Biaya yang digunakan untuk menentukan harga jual adalah biaya masa lalu atau masa kini.

e.Metode *cost plus* tidak mempertimbangkan berbagai faktor atau tujuan perusahaan selain laba, misalnya: peraturan pemerintah, kesejahteraan masyarakat, dan sebagainya".

Dari uraian diatas dapat di simpulkan bahwa alasan penggunaan data biaya yaitu biaya dapat dipandang sebagai suatu batas bawah perlindungan atau

penjagaan agar harga jual tidak ditentukan terlalu rendah sehingga menimbulkan kerugian dan kelemahan penggunaan data biaya yaitu metode *cost plus* tidak menggambarkan persaingan. Harga jual tidak hanya dipengaruhi oleh biaya saja, tetapi juga dipengaruhi oleh persaingan dan tersedianya produk-produk alternatif beserta harganya.

2.2.7Penelitian Terdahulu

Tabel 2.3
Penelitian Terdahulu

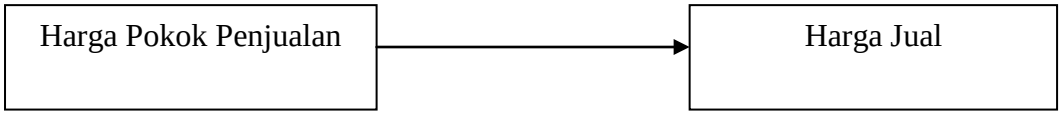
Nama	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
Nur Ramadani (2016), mahasiswi Universitas Dharmawangsa Medan.	Analisis Harga Pokok Penjualan Terhadap Produk Lampu Hias Dan Kabel Pada PT. Plaza Bangunan Medan.	Unsur-unsur penetapan biaya harga pokok penjualan yang diterapkan oleh perusahaanmelibatkan semua biaya yang terdapat dalam perhitungan buatharga pokok penjualan. Seperti biaya langsung yang terdiri dari biaya gaji langsung dan biaya bahan *consumable* dan biaya tidak langsung yang terdiri dari biaya pemeliharaan, biaya penyusutan, biaya utilitas, biaya insentif dan umum dan biaya perlengkapan.	Terletak pada jenis usahanya yang menjual produk persediaan kepada konsumen. Dan perusahaan tidak memproduksi sendiri sendiri barangnya melainkan membeli produk dari *supplier* dalam bentuk bahan yang sudah jadi.	Terletak pada unsur-unsur penetapan harga pokok penjualan. Pada PT. Plaza Bangunan Medan, semua biaya termasuk perhitungan harga pokok produksi dimasukan kedalam perhitungan harga pokok penjualan, sedangkan PT. Trans Indo Utama untuk penetapan harga pokok penjualan hanya persediaan awal,

				pembelian bersih dan persediaan akhir tanpa memasukan harga pokok produksi.

2.2.8 Kerangka Pemikiran Teoritis

Setelah melakukan kegiatan produksi perusahaan menentukan harga pokok produksi yang dipakai untuk menentukan harga pokok penjualan. Setelah harga pokok ditentukan perusahaan harus menetapkan laba yang diharapkan sebelum penetapan harga jual. Hal ini dilakukan agar harga jual yang beredar di pasar dapat terjangkau oleh pembeli. Sehingga perusahaan dapat melakukan proses produksi ditengah harga bahan baku yang melambung tinggi, perusahaan juga masih dapat memperoleh laba walaupun laba yang diharapkan tidak tercaapai secara maksimum.

Berdasarkan uraian diatas dapat dilihat bahwaharga pokok penjualan mempengaruhi harga jual yang dilakukan oleh PT. Trans Indo Utama Medan. Hal ini menggambarkan hubungan harga pokok penjualan dengan harga jual yang dilakukan oleh PT. Trans Indo Utama Medan berbanding lurus, maka dapat digambarkan kerangka pemikiran teoritis ini sebagai berikut :



Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis