

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Akuntansi Biaya

2.1.1 Pengertian Akuntansi Biaya

Mulyadi (2014:7) “Akuntansi biaya adalah proses pencatatan, penggolongan, peringkasan, dan penyajian biaya, pembuatan dan penjualan produk atau jasa, dengan cara-cara tertentu serta penafsiran terhadapnya. Objek kegiatan akuntansi biaya adalah biaya”.

Akuntansi biaya dalam proses produksi berperan untuk menetapkan, menganalisa dan melaporkan pos-pos biaya yang mendukung laporan keuangan sehingga dapat menunjukkan data yang wajar. Akuntansi biaya juga menyediakan data yang berkaitan dengan biaya untuk berbagai tujuan salah satunya untuk penetapan harga pokok penjualan maka biaya yang terjadi dalam perusahaan harus digolongkan dan dicatat dengan sebenarnya sehingga memungkinkan perhitungan harga pokok produksi dilakukan secara teliti.

Akuntansi biaya membantu manajemen dalam masalah klasifikasi biaya, yaitu pengelompokan biaya ke dalam kelompok tertentu menurut persamaan yang ada untuk memberi informasi yang sesuai dengan kebutuhan manajemen. Pengklasifikasian biaya adalah proses pengklasifikasian secara sistematis atau keseluruhan elemen yang ada ke dalam golongan tertentu untuk dapat memberikan yang lebih punya arti atau lebih penting. Informasi biaya harus disesuaikan dengan tujuan penggunaan informasi biaya oleh pemakainya.

Akuntansi biaya mempunyai tiga tujuan pokok: penentuan kos produk, pengendalian biaya, dan pengambilan keputusan khusus. Untuk memenuhi tujuan penentuan kos produk, akuntansi biaya mencatat, menggolongkan, dan meringkas biaya-biaya pembuat produk atau penyerahan jasa. Biaya yang dikumpulkan dan disajikan adalah biaya yang telah terjadi dimasa yang lalu atau biaya historis.

2.1.2 Biaya dan Penggolongannya

Mulyadi (2014:8) “Biaya adalah pengorbanan sumber ekonom, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu”.

Bastian dan Nurlala (2013:7) “Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu. Biaya ini belum habis masa pakainya, dan digolongkan sebagai aktiva yang dimasukkan dalam neraca”.

Biaya adalah suatu nilai tukar, pengeluaran atau pengorbanan yang dilakukan untuk menjamin perolehan manfaat. Biaya berbeda dengan beban, beban merupakan suatu arus keluar yang diukur dari barang dan jasa.

Beban adalah biaya yang telah memberikan manfaat dan sekarang telah habis. Biaya yang belum dinikmati yang dapat memberikan manfaat dimasa akan datang dikelompokkan sebagai harta. Biaya ini dimasukkan ke dalam Laba-Rugi, sebagai pengurangan dari pendapatan.

Dalam akuntansi biaya, biaya digolongkan berbagai macam cara. Umumnya penggolongan biaya ini ditentukan atas dasar tujuan yang hendak

dicapai dengan penggolongan tersebut, karena dalam akuntansi biaya dikenal konsep "*differen costs for different purposes*".

Biaya dapat digolongkan menurut:

1. Objek pengeluaran.

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

2. Penggolongan biaya menurut fungsi pokok dalam perusahaan.

Penggolongan biaya menurut fungsi perusahaan dibagi menjadi tiga kelompok, yaitu :

a. Biaya Produksi

Menurut Agus, Wibowo dan Sabarudin (2016:15) Biaya produksi ialah biaya yang terkait dengan fungsi produksi, yaitu biaya yang timbul dalam pengolahan bahan menjadi produk jadi sampai akhirnya produk tersebut siap untuk dijual. Biaya produksi memiliki tiga elemen yaitu, biaya bahan, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik.

Biaya produksi adalah biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Menurut objek pengeluarannya, secara garis besar biaya produksi ini dibagi menjadi: biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik (*factory overhead cost*). Biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung disebut pula dengan istilah biaya utama (*prime cost*), sedangkan biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik sering pula disebut dengan istilah konversi (*conversion cost*) yang merupakan biaya untuk mengkonversi atau mengubah bahan baku menjadi produk jadi.

b. Biaya Pemasaran

Menurut Agus Purwaji, Wibowo dan Sabarudin (2016:16) “Biaya pemasaran adalah biaya yang terkait dengan fungsi pemasaran dalam rangka memasarkan suatu produk, mulai dari persiapan penjualan barang/jasa kepada pelanggan sampai dengan pasca jual”.

Biaya pemasaran adalah biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk. Contohnya adalah biaya iklan, biaya promosi, gaji karyawan pemasaran.

c. Menurut Agus Purwaji (2016:16) “Beban administrasi dan umum adalah beban yang terkait dengan fungsi administrasi dan umum dalam rangka kelancaran perencanaan, koordinasi, pengarahan, dan pengendalian suatu perusahaan”.

Biaya administrasi dan umum adalah biaya untuk mengkoordinasi kegiatan produksi dan pemasaran produk. Contohnya adalah biaya gaji karyawan keuangan, administrasi, personalia, dan bagian hubungan masyarakat, biaya pemeriksaan akuntan, biaya photo copy.

3. Penggolongan biaya menurut hubungan biaya dengan suatu yang dibiayai.

Penggolongan biaya menurut hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai dapat dikelompokkan menjadi dua golongan:

a. Biaya langsung.

Menurut Wiwik, Dhyka (2017:15) “Biaya langsung adalah biaya yang dapat ditelusuri langsung pada suatu objek biaya.

Biaya yang terjadi, yang penyebab satu-satunya adalah karena adanya sesuatu yang dibiayai. Jika sesuatu yang dibiayai tersebut tidak ada, maka biaya langsung ini tidak akan terjadi.

b. Biaya tidak langsung.

Menurut Agus, Wibowo, dan Sabarudin (2016:21) Biaya tidak langsung adalah biaya yang tidak dapat ditelusuri atau diidentifikasi secara langsung ke objek biaya atau manfaat dari biaya tersebut dinikmati oleh beberapa objek biaya, sehingga yang menjadi dasar pembebanan biaya tidak langsung ke dalam objek biaya adalah alokasi biaya.

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

4. Penggolongan biaya menurut perilakunya dalam hubungannya dengan perubahan volume aktifitas.

Dalam hubungannya dengan perubahan volume aktivitas, biaya dapat digolongkan menjadi:

a. Biaya variabel

Menurut Wiwik, Dhika (2017,18), "Biaya variabel adalah biaya yang secara total selalu mengalami perubahan searah dan sebanding dengan perubahan tingkat kegiatan, *output* atau aktifitas tetapi jumlah per unitnya tetap.

Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Contoh biaya variabel adalah biaya bahan baku, dan biaya tenaga kerja langsung.

b. Biaya *semi variabel*

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

c. Biaya *semi fixed*

Biaya *semi fixed* adalah biaya yang tetap untuk tingkat volume kegiatan tertentu dan berubah dengan jumlah yang konstan pada volume produksi tertentu.

d. Biaya tetap

Menurut Indra (2018:74) “Biaya tetap per unit semakin kecil seiring dengan meningkatnya aktivitas dalam rentang yang relevan.

Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap dalam kisaran volume kegiatan tertentu. Contoh biaya tetap adalah gaji direktur produksi.

5. Penggolongan biaya atas dasar jangka waktu manfaatnya.

Atas dasar jangka waktu manfaatnya, biaya dapat dibagi menjadi dua yaitu:

a. Pengeluaran modal (*capital expenditures*)

Pengeluaran modal adalah biaya yang mempunyai manfaat lebih dari satu periode akuntansi biasanya periode akuntansi adalah satu tahun kalender.

Pengeluaran modal ini pada saat terjadinya dibebankan sebagai biaya aktiva, dan dibebankan dalam tahun-tahun atau di delesi. Contoh pengeluaran modal adalah pengeluaran untuk pembelian aktiva tetap,

untuk reparasi besar terhadap aktiva tetap, untuk promosi besar-basaran, dan pengeluaran untuk riset dan pengembangan suatu produk.

b. Pengeluaran pendapatan (*revenue expenditures*)

Pengeluaran pendapatan adalah 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. Contoh pengeluaran pendapatan antara lain adalah biaya iklan, biaya telex, dan biaya tenaga kerja.

2.2 Harga Pokok Produksi

2.2.1 Pengertian Harga Pokok produksi

Biaya produksi merupakan semua biaya yang diperlukan untuk membayar tenaga kerja produksi yang mampu merubah bahan baku menjadi produk jadi. Biaya ini termasuk dalam harga pokok produksi karena tenaga yang diperkirakan bekerja untuk memproduksi barang. Harga pokok produksi adalah semua biaya langsung dan tidak langsung yang dikeluarkan perusahaan untuk proses produksi sehingga barang atau jasa tersebut dijual. Perusahaan harus menghitung harga pokok suatu barang karena sangat penting untuk pelaporan keuangan perusahaan.

2.2.2 Unsur-unsur Harga Pokok Produksi

Unsur-unsur harga pokok produksi adalah:

a. Bahan baku langsung

Menurut Sofia dan Septian (2013:19) Bahan baku (*direct material*) merupakan bahan yang membentuk bagian menyeluruh dari produk jadi.

Bahan baku langsung adalah biaya untuk bahan-bahan yang dengan langsung dan mudah diidentifikasi dengan barang jadi.

b. Tenaga kerja langsung

Menurut Mulyadi (2014:319) “Biaya tenaga kerja adalah harga yang dibebankan untuk penggunaan tenaga kerja manusia tersebut”.

Menurut Sofia dan Septian (2013:27) “Biaya tenaga kerja adalah biaya yang dikeluarkan sebagai akibat pemanfaatan tenaga kerja dalam melakukan produksi”.

Tenaga kerja langsung adalah tenaga yang mengerjakan secara langsung proses produksi atau yang bisa diidentifikasi langsung dengan barang jadi.

c. Biaya *overhead* pabrik

Menurut Firdaus dan Wasilah (2011:246) “Biaya *overhead* pabrik adalah biaya-biaya yang harus terjadi meskipun biaya tersebut secara langsung tidak mempunyai hubungan yang dapat diukur dan diamati terhadap satuan-satuan aktivitas tertentu, produksi atau tujuan-tujuan biaya”.

Menurut Supriyono (2018:146) “Biaya *overhead* pabrik adalah meliputi semua biaya produksi di departemen produksi selain biaya bahan dan biaya tenaga kerja ditambah semua biaya pada departemen pembantu yang ada di pabrik.

Biaya *overhead* pabrik adalah biaya pabrik selain dari bahan baku dan tenaga kerja langsung. *Overhead* pabrik meliputi semua biaya lain

yang harus terjadi dalam membuat suatu produk tersebut. Semua biaya produksi selain dari bahan langsung dan tenaga kerja langsung dikelompokkan sebagai biaya *overhead* pabrik.

Ada beberapa macam dasar yang dapat dipakai untuk membebankan biaya *overhead* pabrik kepada produk menurut Mulyadi (2014:200) sebagai berikut:

1. Satuan produk

Metode ini adalah yang paling sederhana dan yang langsung membebankan biaya *overhead* pabrik kepada produk. Beban biaya *overhead* pabrik untuk setiap produk dihitung dengan rumus sebagai berikut.

$$\frac{\text{Taksiran biaya } \textit{overhead} \text{ pabrik}}{\text{Taksiran jumlah satuan produk yang dihasilkan}}$$

2. Biaya bahan baku

Jika biaya *overhead* pabrik yang dominan bervariasi dengan nilai bahan baku, maka dasar yang dipakai untuk membebankannya kepada produk adalah biaya bahan baku yang dipakai.

Rumus perhitungan tarif biaya *overhead* pabrik adalah sebagai berikut:

$$\frac{\text{Taksiran biaya } \textit{overhead} \text{ pabrik}}{\text{Taksiran biaya bahan baku yang dipakai}} \times 100\%$$

3. Biaya tenaga kerja

Jika sebagian besar elemen biaya *overhead* pabrik hubungan yang erat dengan jumlah upah tenaga kerja langsung, maka dasar yang dipakai untuk membebankan biaya *overhead* pabrik adalah biaya tenaga kerja langsung.

Tarif biaya *overhead* pabrik dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\frac{\text{taksiran biaya } \textit{overhead} \text{ pabrik}}{\text{Taksiran biaya tenaga kerja langsung}} \times 100\%$$

4. Jam tenaga kerja langsung

Karena ada hubungan yang erat antara jumlah upah dengan jumlah jam kerja maka disamping biaya *overhead* pabrik dibebankan atas dasar upah tenaga kerja langsung, dapat pula dibebankan atas dasar jam tenaga kerja langsung. Jadi apabila biaya *overhead* pabrik mempunyai hubungan erat dengan waktu untuk membuat produk, maka dasar yang dipakai untuk membebankan adalah jam tenaga kerja langsung.

Tarif biaya *overhead* pabrik dihitung dengan rumus :

$$\frac{\text{Taksiran biaya } \textit{overhead} \text{ pabrik}}{\text{Taksiran jam tenaga kerja langsung}}$$

5. Jam mesin

Apabila biaya *overhead* pabrik bervariasi dengan waktu penggunaan mesin, maka dasar yang dipakai untuk membebankannya adalah jam mesin.

Tarif biaya *overhead* pabrik dihitung sebagai berikut:

$$\frac{\text{Taksiran biaya } \textit{overhead} \text{ pabrik}}{\text{taksiran jam kerja mesin}}$$

Dalam membebankan biaya *overhead* pabrik kepada produk adalah dengan cara menghitung satuan produk, menghitung biaya bahan baku, menghitung biaya tenaga kerja, menghitung jam tenaga kerja langsung, dan menghitung jam mesin.

2.2.3 Metode Penentuan Harga Pokok Produksi

Dengan menentukan harga pokok produksi, perusahaan dapat mengetahui biaya produksi yang akan dikeluarkan. Ada dua metode pendekatan dalam penentuan harga pokok produksi yaitu:

1. *Full Costing*

Full Costing adalah penentuan harga pokok produksi yang membebankan seluruh biaya produksi, baik yang berperilaku tetap maupun variabel terhadap produk.

Menurut Firmansyah (2014:101) *full costing* merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi ke dalam harga pokok produksi, yang terdiri atas biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik, baik yang berperilaku variabel maupun tetap.

Harga pokok produksi menurut metode *full costing* :

Biaya bahan baku	xx
Biaya tenaga kerja langsung	xx
Biaya <i>overhead</i> pabrik tetap	xx

Biaya overhead pabrik variabel xx

Harga pokok produksi xx

Dengan menggunakan metode *full costing*, biaya *overhead* pabrik, baik yang variabel maupun yang tetap, dibebankan kepada produk atas dasar tarif yang ditentukan di muka pada kapasitas normal atau atas dasar biaya overhead yang sesungguhnya. Selisi BOP akan timbul apabila yang dibebankan berbeda dengan BOP yang sesungguhnya terjadi.

Penyajian laporan laba rugi pada metode full costing

Hasil penjualan Rp500.000

Harga pokok penjualan (Rp250.000)

Laba bruto Rp250.000

Biaya administrasi dan umum (Rp 50.000)

Biaya pemasaran (Rp 75.000)

Laba bersih usaha Rp125.000

Laporan laba rugi tersebut menyajikan biaya-biaya menurut hubungan biaya dengan fungsi pokok dalam perusahaan manufaktur, yaitu fungsi produksi, fungsi pemasaran, dan fungsi administrasi dan umum.

2. *Variabel Costing*

Variabel Costing adalah metode penentuan harga pokok produksi yang hanya membebankan biaya-biaya produksi yang bersifat variabel kedalam perhitungan harga pokok produksi.

Menurut Firmansyah (2014:106) ”*Variabel costing* adalah metode penentuan harga pokok produk yang hanya memperhitungkan biaya variabel, yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik variabel.

Harga pokok produksi menurut metode variabel costing

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

Dengan menggunakan metode *variabel costing* biaya *overhead* pabrik tetap dilakukan sebagai *period costs* dan bukan sebagai unsur harga pokok produk. Sehingga, biaya overhead pabrik tetap dibebankan sebagai biaya dalam periode terjadinya. Dalam kaitannya dengan produk yang belum laku dijual, BOP tetap tidak melekat pada persediaan tersebut, tetapi langsung dianggap sebagai biaya dalam periode terjadinya. Penundaan pembebanan suatu biaya hanya bermanfaat jika dengan penundaan tersebut diharapkan dapat dihindari terjadinya biaya yang sama periode yang akan datang.

2.2.4 Metode Perhitungan Harga Pokok Produksi

Penentuan harga pokok produksi dibagi menjadi dua metode yaitu metode harga pokok pesanan dan metode harga pokok proses.

A. Metode harga pokok pesanan

Pada metode perhitungan harga pokok pesanan ini yang menjadi objek biaya adalah unit produk individual, batch atau kelompok produk dalam satu job.

Menurut Bastian dan Nurlela (2013:61) “Perhitungan biaya berdasarkan pesanan adalah suatu system akuntansi yang menelusuri biaya pada unit individual atau pekerjaan, kontrak, tumpukan produk atau pesanan pelanggan yang spesifik”.

Perusahaan yang produksinya berdasarkan pesanan mengolah bahan baku menjadi produk jadi berdasarkan pesanan dari luar atau dari dalam perusahaan. Karakteristik usaha perusahaan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Proses pengolahan produk terjadi secara terputus-putus. Jika pesanan yang satu selesai dikerjakan, proses produksi dihentikan, dan mulai dengan pesanan berikutnya.
2. Produk dihasilkan sesuai dengan spesifikasi yang ditentukan oleh pemesan. Dengan demikian pesanan yang satu dapat berbeda dengan pesanan yang lain.
3. Produk ditunjukkan untuk memenuhi pesanan, bukan untuk memenuhi persediaan digudang.

Menurut Mulyadi (2014:39) Manfaat informasi harga pokok produksi per pesanan, dalam perusahaan yang produksinya berdasarkan pesanan, informasi harga pokok produksi per pesanan bermanfaat bagi manajemen untuk:

1. Menentukan harga jual yang akan dibebankan kepada pemesan. Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu. Dengan demikian biaya mencakup biaya yang akan datang,

yang akan dikorbankan untuk tujuan tertentu. Perusahaan yang produksinya berdasarkan pesanan memproses produknya berdasarkan spesifikasi yang ditentukan oleh pemesan. Dengan demikian biaya produksi pesanan yang satu akan berbeda dengan biaya produksi pesanan yang lain, tergantung pada spesifikasi yang dikehendaki oleh pemesan. Oleh karena itu harga jual yang dibebankan kepada pemesan sangat ditentukan oleh besarnya biaya produksi yang akan dikeluarkan untuk memproduksi pesanan tertentu. Formula untuk menentukan harga jual yang akan dibebankan kepada pemesan adalah sebagai berikut:

Taksiran biaya produksi untuk pesanan	R _{pxx}
Taksiran biaya nonproduksi	<u>R_{pxx}</u>
Taksiran total biaya pesanan	R _{pxx}
Laba yang diinginkan	<u>R_{pxx}</u>
Taksiran harga jual yang dibebankan kepada penjual	R _{pxx}

2. Mempertimbangkan penerimaan atau penolakan pesanan. Adakalanya harga jual produk yang dipesan oleh pemesan telah terbentuk dipasar, sehingga keputusan yang perlu dilakukan oleh manajemen ialah menerima atau menolak pesann. Untuk memungkinkan pengambilan keputusan tersebut, manajemen memerlukan informasi total harga pokok pesanan yang akan diterima tersebut. Informasi total harga pokok pesanan memberikan dasar perlindungan bagi manajemen agar didalam menerima pesanan perusahaan tidak mengalami kerugian. Total harga pokok pesanan dihitung dengan unsure biaya sebagai berikut:

Biaya produksi pesanan :

Taksiran biaya bahan baku	R _{pxx}
Taksiran biaya tenaga kerja	<u>R_{pxx}</u>
Taksiran total biaya produksi	R _{pxx}

Biaya non produksi :

Taksiran biaya admininstrasi dan umum	R _{pxx}
Taksiran biaya pemasaran	<u>R_{pxx}</u>
Taksiran total biaya nonproduksi	<u>R_{pxx}</u>
Taksiran total harga pokok pesanan	R _{pxx}

3. Memantau realisasi harga produksi. Informasi taksiran biaya produksi pesanan tertentu dapat dimanfaatkan sebagai salah satu dasar untuk menetapkan harga jual yang akan dibebankan kepada pemesan. Informasi taksiran biaya produksi juga bermanfaat sebagai salah satu dasar untuk mempertimbangkan diterima tidaknya suatu pesanan. Jika pesanan telah diputuskan untuk diterima, manajemen memerlukan informasi biaya produksi yang sesungguhnya dikeluarkan didalam memenuhi pesanan tersebut. Pengumpulan biaya produksi per pesanan tersebut dilakukan dengan menggunakan metode harga pokok pesanan. Perhitungan biaya produksi sesungguhnya yang dikeluarkan untuk pesanan tertentu dilakukan dengan formula sebagai berikut :

Biaya bahan baku sesungguhnya	R _{pxx}
-------------------------------	------------------

Biaya tenaga kerja sesungguhnya	Rpxx
Taksiran biaya <i>overhead</i> pabrik	<u>Rpxx</u>
Total biaya produksi sesungguhnya	Rpxx

4. Menghitung laba atau rugi bruto tiap pesanan. Untuk mengetahui apakah pesanan tertentu mampu menghasilkan laba bruto atau mengakibatkan rugi bruto, manajemen memerlukan informasi biaya produksi yang telah dikeluarkan untuk memproduksi pesanan tertentu. Informasi laba atau rugi bruto tiap pesanan diperlukan untuk mengetahui kontribusi tiap pesanan dalam menutup biaya non produksi dan menghasilkan laba atau rugi. Metode harga pokok pesanan digunakan oleh manajemen untuk mengumpulkan informasi biaya produksi yang sesungguhnya dikeluarkan untuk setiap pesanan guna menghasilkan informasi laba atau rugi bruto tiap pesanan. Laba atau rugi bruto tiap pesanan dihitung sebagai berikut :

Harga jual yang dibebankan kepada pemesan	Rpxx
Biaya produksi pesanan tertentu :	
Biaya bahan baku sesungguhnya	Rpxx
Biaya tenaga kerja langsung sesungguhnya	Rpxx
Taksiran biaya <i>overhead</i> pabrik	<u>Rpxx</u>
Total biaya produksi pesanan	(Rpxx)
Laba bruto	Rpxx

5. Menentukan harga pokok persediaan produk jadi dan produk dalam proses yang disajikan dalam neraca. Pada saat manajemen dituntut untuk membuat penanggung jawaban keuangan periodik, manajemen harus menyajikan laporan keuangan berupa neraca dan laporan laba rugi. Di dalam neraca, manajemen harus menyajikan harga pokok persediaan produk jadi dan harga pokok produk yang pada tanggal neraca masih dalam proses. Untuk tujuan tersebut, manajemen perlu menyelenggarakan catatan biaya produksi tiap pesanan. Berdasarkan catatan biaya produksi tiap pesanan tersebut manajemen dapat menentukan biaya produksi yang melekat pada pesanan yang telah selesai diproduksi, namun pada tanggal neraca belum diserahkan kepada pemesan. Disamping itu manajemen dapat menentukan biaya produksi yang melekat pada pesanan yang pada tanggal neraca masih dalam proses pengerjaan.

Dengan hal ini dapat ditarik kesimpulan bahwa informasi harga pokok produksi per pesanan bermanfaat bagi manajemen untuk menentukan harga jual yang akan dibebankan kepada pemesan, mempertimbangkan penerimaan atau penolakan pesanan, memantau realisasi harga produksi, menghitung laba atau rugi

bruto tiap pesanan, menentukan harga pokok persediaan produk jadi dan produk dalam proses yang disajikan dalam neraca.

B. Metode harga pokok proses

Menurut Bastian dan Nurlela (2013:91) Metode harga pokok proses adalah suatu metode dimana bahan baku, tenaga kerja, dan *overhead* pabrik dibebankan ke pusat biaya atau departemen. Biaya yang dibebankan ke setiap unit produk yang dihasilkan ditentukan dengan membagi total biaya yang dibebankan ke pusat biaya atau departemen tersebut dengan jumlah unit yang diproduksi pada pusat biaya yang bersangkutan.

Menurut Mulyadi (2014:17) Metode harga pokok proses adalah biaya-biaya produksi yang dikumpulkan untuk periode tertentu dan kos produksi per satuan produk yang dihasilkan dalam periode tersebut dihitung dengan cara membagi total biaya produksi untuk periode tersebut dengan jumlah satuan produk yang dihasilkan dalam periode yang bersangkutan.

Metode harga pokok proses adalah metode pengumpulan biaya produksi melalui departemen produksi atau pusat pertanggungjawaban biaya, yang umumnya diterapkan pada perusahaan yang menghasilkan produk atau massa.

Pengumpulan harga pokok proses ditentukan oleh biaya yang terbentuk dari kumpulan biaya produksi berdasarkan pada produksi massa. Perusahaan yang memproduksi secara massa melaksanakan pengolahan produksinya untuk memenuhi persediaan gudang.

Karakteristik penentuan biaya proses adalah sebagai berikut :

1. Aktivitas produksi bersifat terus-menerus.
2. Produksi bersifat massa, dengan tujuan mengisi persediaan yang siap dijual.

3. Produk yang dihasilkan dalam suatu departemen atau pusat biaya relative homogen dan berdasarkan standar.
4. Biaya dibebankan kesetiap unit dengan membagi total biaya yang dibebankan ke pusat biaya dengan total unit yang diproduksi.
5. Pengumpulan biaya dilakukan berdasarkan periode waktu tertentu.

Menurut Mulyadi (2014:65) Menentukan harga jual produk dalam perusahaan yang memproduksi massa, informasi harga pokok produksi yang dihitung untuk jangka waktu tertentu bermanfaat bagi manajemen untuk:

1. Menentukan harga jual produk.

Perusahaan yang memproduksi massa memproses produknya untuk memenuhi persediaan digudang. Dengan demikian biaya produksi dihitung untuk jangka waktu tertentu untuk menghasilkan informasi biaya produksi per satuan produk. Biaya produksi per unit merupakan salah satu informasi yang dipertimbangkan di samping informasi biaya lain serta informasi nonbiaya. Kebijakan penetapan harga jual yang didasarkan pada biaya menggunakan formula penetapan harga jual berikut ini:

Taksiran biaya produksi untuk jangka waktu tertentu	R _{pxx}
Taksiran biaya nonproduksi untuk jangka waktu tertentu	<u>R_{pxx}</u>
Taksiran total biaya untuk jangka waktu tertentu	R _{pxx}
Jumlah produk yang dihasilkan untuk jangka waktu tertentu	<u>R_{pxx}</u> :
Taksiran harga pokok produk per satuan	R _{pxx}
Laba per unit produk yang diinginkan	<u>R_{pxx}</u>
Taksiran harga jual per unit yang dibebankan kepada pembeli	R _{pxx}

2. Memantau realisasi biaya produksi .

Jika rencana produksi untuk jangka waktu tertentu telah diputuskan untuk dilaksanakan, manajemen memerlukan informasi biaya produksi yang sesungguhnya dikeluarkan didalam pelaksanaan rencana produksi tersebut. Perhitungan biaya produksi sesungguhnya yang dikeluarkan untuk jangka waktu tertentu dilakukan dengan formula sebagai berikut: Biaya produksi sesungguhnya pada waktu tertentu.

Biaya bahan baku sesungguhnya	R _{pxx}
Biaya tenaga kerja sesungguhnya	R _{pxx}
Biaya <i>overhead</i> pabrik sesungguhnya	<u>R_{pxx}</u>
Total biaya produksi sesungguhnya pada waktu tertentu	R _{pxx}

3. Menghitung laba atau rugi periodik.

Untuk mengetahui apakah kegiatan produksi dan pemasaran perusahaan dalam periode tertentu mampu menghasilkan laba bruto atau mengakibatkan rugi bruto, manajemen membutuhkan informasi biaya produksi yang telah dikeluarkan untuk memproduksi produk dalam periode tertentu. Laba atau rugi bruto dihitung sebagai berikut:

Hasil penjualan		Rp xxx
Persediaan produk jadi awal		Rp xxx
Persediaan produk dalam proses awal	Rp xxx	
Biaya produksi:		
Biaya bahan baku	Rp xxx	
Biaya tenaga kerja langsung	Rp xxx	
Biaya <i>overhead</i> pabrik	<u>Rpxxx</u>	
Total produksi	<u>Rpxxx</u>	
Persediaan produk ditambah total produksi	Rp xxx	
Persediaan produk dalam proses akhir	<u>(Rpxxx)</u>	
Harga pokok produksi		<u>Rpxxx</u>
Harga pokok produk yang tersedia dijual		Rp xxx
Persediaan produk jadi akhir		<u>(Rpxxx)</u>
Harga pokok produk yang dijual		<u>Rpxxx</u>
Laba bruto		Rp xxx

4. Menentukan harga pokok persediaan produk jadi dan produk dalam proses yang disajikan dalam neraca.

Pada saat manajemen dituntut untuk membuat pertanggungjawaban keuangan periodik, manajemen harus menyajikan laporan keuangan berupa neraca dan laporan laba rugi. Didalam neraca manajemen harus menyajikan harga pokok persediaan produk jadi dan harga pokok produk yang pada tanggal neraca masih dalam proses. Untuk tujuan tersebut, manajemen perlu menyelenggarakan catatan biaya produksi tiap priode. Biaya produksi yang melekat pada produk jadi yang belum laku dijual pada tanggal neraca disajikan dalam neraca sebagai harga pokok persediaan produk jadi. Biaya produksi yang melekat pada produk yang pada tanggal neraca masih dalam proses pengerjaan disajikan dalam neraca sebagai harga pokok persediaan produk dalam proses.

Dengan hal ini dapat ditarik kesimpulan bahwa manfaat informasi harga

pokok produksi adalah untuk menentukan harga jual produk, memantau realisasi biaya produksi, menghitung laba atau rugi periodik, dan menentukan harga pokok persediaan produk jadi dan produk dalam proses yang disajikan dalam neraca.

2.3 Harga Jual

2.3.1 Pengertian Harga Jual

Harga jual merupakan salah satu jenis informasi yang sangat penting tentang suatu produk. Harga jual suatu produk berhubungan dengan seluruh

tujuan jangka pendek dan sasaran jangka panjang sebuah perusahaan. Oleh karena itu harga jual sangat berpengaruh pada besarnya laba yang diperoleh perusahaan.

2.3.2 Penentuan Harga Jual

Metode penentuan harga jual

1. Penentuan harga jual normal

Dalam keadaan normal, manajer penentu harga jual memerlukan informasi biaya penuh masa yang akan datang sebagai dasar penentuan harga jual produk atau jasa. Metode penentuan harga jual normal sering kali disebut dengan istilah “*Cost Plus Pricing*”. Harga jual produk atau jasa dalam keadaan normal ditentukan dengan formula sebagai berikut:

$$\text{Harga jual} = \text{Taksiran biaya penuh} + \text{laba yang diharapkan}$$

1. Perhitungan taksiran biaya penuh ada dua pendekatan:

1) Pendekatan *full costing*

Biaya bahan baku	xx
Biaya tenaga kerja langsung	xx
BOP	<u>xx</u>
Taksiran total biaya produksi	xx
Biaya administrasi dan umum	xx
Biaya pemasaran	<u>xx</u>
Taksiran total biaya komersial	<u>xx</u>
Taksiran biaya penuh	xx

2) Pendekatan *variabel costing*

Biaya variabel:

Biaya bahan baku	xx
Biaya tenaga kerja langsung	xx
BOP variabel	<u>xx</u>
Taksiran total biaya produksi variabel	xx
Biaya administrasi dan umum variabel	xx
Biaya pemasaran variabel	<u>xx</u>
Taksiran biaya total komersial variabel	<u>xx</u>
Taksiran total biaya variabel	xx
Biaya tetap:	
Biaya <i>overhead</i> pabrik tetap	xx
Biaya administrasi dan umum tetap	xx
Biaya pemasaran tetap	<u>xx</u>
Taksiran total biaya tetap	<u>xx</u>
Taksiran biaya penuh	xx

2. Perhitungan laba yang diharapkan

Dalam keadaan normal, harga jual harus dapat menutup biaya penuh dan dapat menghasilkan laba yang diharapkan. Laba yang diharapkan dihitung berdasarkan investasi yang ditanamkan untuk menghasilkan produk atau jasa. Pertimbangan yang perlu dilakukan oleh manajer penentu harga jual dalam penentuan laba wajar yang diharapkan:

1. *Cost of capital*

Biaya rill yang harus dikeluarkan oleh perusahaan untuk memperoleh dana baik hutang, saham preferen, saham biasa, maupun laba ditahan untuk mendanai suatu investasi perusahaan.

2. Risiko bisnis

Resiko yang dihadapi perusahaan dalam menjalankan bisnis.

3. Besarnya *capital employed*

Resiko keuangan yang digunakan untuk melihat efektivitas perusahaan mengelola modal kerjanya untuk menghasilkan laba operasi perusahaan.

$$\text{Laba yang diharapkan} = \% \text{ ROI} \times \text{Besarnya investasi}$$

$$\text{Harga jual} = \text{biaya yang berhubungan langsung} + \% \text{ mark up}$$

$$\% \text{ Mark up} = \frac{\text{Laba yang diharapkan}}{\text{Biaya yang tidak dipegaruhi langsung volume produk}} : \text{Biaya yang dipengaruhi}$$

2. Penentuan harga jual waktu dan bahan (*time and material pricing*)

Penentuan harga jual waktu dan bahan ini pada dasarnya merupakan *cost plus pricing*. Harga jual ditentukan sebesar biaya penuh ditambah dengan laba yang diharapkan. Metode penelitian harga jual ini digunakan oleh perusahaan bengkel mobil, dok kapal dan perusahaan lain yang menjual jasa reparasi dan bahan atau suku cadang sebagai pelengkap pemberian jasa. Volume jasa dihitung berdasarkan waktu yang diperlukan untuk

melayani konsumen, sehingga perlu dihitung harga jual per satuan waktu yang dinikmati oleh konsumen.

Sedangkan volume bahan dan suku cadang yang diperlukan sebagai pelengkap penyerahan jasa dihitung berdasarkan kuantitas bahan dan suku cadang yang diserahkan kepada konsumen sehingga perlu dihitung harga jual per satuan bahan dan suku cadang yang dijual kepada konsumen.

Penentuan harga jual waktu:

Biaya tenaga kerja langsung Rp xx

% mark up dan biaya tenaga kerja langsung Rp xx

Harga jual waktu Rp xx

Perhitungan % *mark up*:

Biaya tidak langsung + laba yang diharapkan

Taksiran biaya tenaga kerja langsung

Perhitungan biaya tenaga kerja langsung per jam:

Taksiran upah tenaga kerja yang akan dibayarkan dibayarkan

Kepada tenaga kerja langsung selama tahun anggaran Rp xx

Biaya kesejahteraan tenaga kerja langsung Rp xx

Jumlah biaya tenaga kerja langsung Rp xx

Jam tenaga kerja langsung dalam tahun anggaran xx jam:

Biaya tenaga kerja langsung per jam Rp xx

Perhitungan harga jual bahan dan suku cadang

Harga beli bahan dan suku cadang Rp xx

% *mark up* x harga beli bahan dan suku cadang Rp xx

Harga jual bahan dan suku cadang Rp xx

Perhitungan *mark up*:

$$\frac{\text{Biaya tidak langsung} + \text{laba yang diharapkan}}{\text{Taksiran nilai bahan dan suku cadang yang akan dibeli dalam tahun anggaran}}$$

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

Adalah kontrak pembuatan produk atau jasa yang pihak pembeli setuju untuk membeli produk atau jasa pada harga yang didasarkan pada total biaya yang sesungguhnya dikeluarkan oleh produsen ditambah dengan laba yang dihitung sebesar presentase tertentu dari total biaya yang sesungguhnya tersebut.

4. Penentuan pesanan khusus

Pesanan khusus adalah pesanan yang diterima oleh perusahaan diluar pesanan regular perusahaan. Biasanya konsumen yang melakukan pesanan khusus ini meminta harga dibawah harga jual normal, bahkan sering kali harga yang diminta oleh konsumen berada dibawah biaya penuh, karena biasanya pesanan khusus mencakup jumlah yang besar. Dalam keadaan seperti ini, yang perlu dipertimbangkan oleh manajer penentu harga jual adalah:

- a. Pesana regular adalah pesanan yang dibebani tugas untuk menutup seluruh biaya tetapyang akan terjadi dalam tahun anggaran. Dengan demikian jika manajer penentu harga jual yakin bhwa seluruh biaya tetap dalam tahun anggaran akan dapat ditutup oleh pesanan yang

teguler, maka pesanan khusus dapat dibebankan dari kewajiban untuk memberikan kontribusi dalam menutup biaya tetap.

- b. Jika misalnya dengan menerima pesanan khusus, perusahaan diperkirakan tidak hanya akan mengeluarkan biaya variabel saja, namun memerlukan biaya tetap, karna harus beroperasi diatas kapasitas yang tersedia, maka harga jual pesanan khusus harus diatas biaya variabel ditambah dengan kenaikan biaya tetap karena pesanan khusus tersebut.

Dalam mempertimbangkan penerimaan pesanan khusus, informasi akuntansi diferensial merupakan dasar yang dipakai sebagai landasan penentuan harga jual. Jika harga yang diminta oleh pemesan (harga jual pesanan khusus) lebih besar dari biaya diferensial yang berupa biaya variabel untuk memproduksi dan memaarkan pesanan khusus tersebut, maka pesanan khusus dapat dipertimbangkan untuk diterima.

Biaya diferensial yang dipakai sebagai landasan penentuan harga jual pesanan khusus dapat pula terdiri dari biaya variabel dan biaya tetap, manakala pesanan khusus diperkirakan menyebabkan perubahan volume kegiatan melampaui kisar perubahan yang menjadikan biaya tetap bertambah.

5. Penentuan harga jual produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan yang diatur dalam peraturan pemerintah.

Dalam penentuan harga jual yang diatur dalam peraturan pemerintah, biaya penuh masa yang akan datang yang dipakai sebagai dasar penentuan

harga jual tersebut dihitung dengan menggunakan pendekatan *full costing* saja, karena pendekatan *variabel costing* tidak diterima sebagai prinsip akuntansi yang lazim. Biasanya metode yang dipakai adalah *cost plus pricing*.

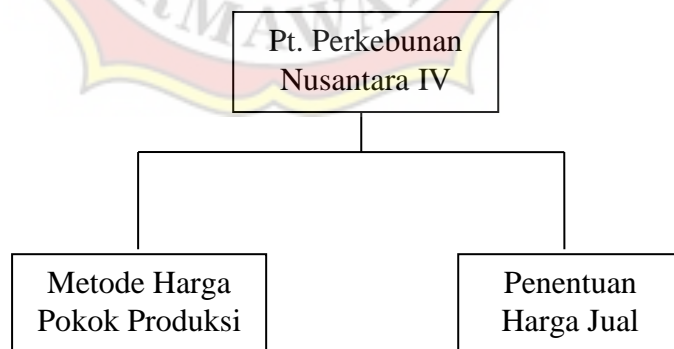
2.4 Penelitian Terdahulu

Nama	Judul skripsi	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
Ria Anita Rangkuti (2015) mahasiswa Universitas Dharmawangsa Medan	Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi dan Penentuan Harga Jual Produk Coca-Cola pada PT. COCA-COLA BOTTLING INDONESIA -MEDAN	Perhitungan harga pokok didasarkan atas biaya historis, yaitu biaya yang benar-benar terjadi, dimana harga pokok produk hanya dapat diketahui setelah produk selesai.	Terletak pada perhitungan harga jual dengan menggunakan metode <i>full cost pricing</i> yaitu metode memperhitungkan semua biaya untuk membuat suatu produk dan ditambah persentase laba yang diinginkan.	PT. Coca-Cola Bottling Indonesia Medan menentukan harga jual produk sesuai dengan inflasi daerah Medan lalu harga jual ini ditransfer ke pusat untuk selanjutnya keputusan harga jual nasional ditentukan oleh pusat. Sedangkan PT. Perkebunan Nusantara IV menentukan harga jualnya menurut harga pasar yang sedang terjadi, agar dapat bersaing dengan produk lain dengan tidak menentukan harga jual yang terlalu rendah maupun terlalu tinggi .
Ratna Dewi (2016) mahasiswa Universitas	Analisis Harga Pokok Produksi Sebagai	Selisih yang cukup besar antara harga pokok	Terletak pada metode perhitungan harga pokok	PT. BUDI memilih menggunakan metode <i>full costing</i> dari pada <i>variabel</i>

Dharmawan gsa Medan	Dasar Penetapan Harga Jual pada Industri Air Minum dalam Kemasan PT. BUDI	produksi dengan menggunakan metode <i>full costing</i> dan <i>variabel costing</i> , metode <i>full costing</i> dengan hasil harga pokok produksi yang tinggi menyebabkan harga jual yang tinggi dan metode <i>variabel costing</i> menyebabkan harga jual yang rendah.	produksi yaitu menggunakan metode <i>full costing</i> yaitu menghitung semua biaya produksi ke dalam hargapokok produksi .	<i>costing</i> . Karena pada metode <i>full costing</i> dengan hasil harga pokok produksi yang tinggi menyebabkan harga jual yang tinggi. Sedangkan PT.Perkebunan Nusantara IV harga jual yang ditentukan menurut harga pasar yang sedang terjadi, maka harga yang ditetapkan PT. Perkebunan Nusantara IV tidak terlalu tinggi agar dapat bersaing dengan produk lain.
------------------------	--	--	--	---

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

2.5 Kerangka Pemikiran Teoritis



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis

Penentuan harga jual adalah salah satu permasalahan yang penting dalam sebuah manajemen perusahaan. Kesalahan dalam menentukan harga jual akan berdampak negatif bagi perusahaan. Menentukan harga jual rendah dapat

merugikan suatu perusahaan dan apabila harga jual yang terlalu tinggi maka, barang yang diproduksi akan sulit laku di pasaran atau bahkan tidak laku, hal ini dikarenakan konsumen akan mencari barang dengan harga yang cocok pada perusahaan lain. Bagi perusahaan yang bertujuan mencapai laba optimum, harga jual dan realisasi biaya produksi berpengaruh sangat besar terhadap ukuran keberhasilan pencapaian tujuan perusahaan dan memenangkan persaingan dengan perusahaan lain yang sejenis.

