

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Tinjauan atas Akuntansi Biaya**

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

Akuntansi biaya merupakan salah satu cabang akuntansi yang berfungsi sebagai alat manajemen untuk mencatat dan mengawasi transaksi biaya secara sistematis. Selain itu, akuntansi biaya juga menyajikan informasi terkait biaya dalam bentuk laporan yang dapat digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan (Ramdhani, 2020).

Menurut Mulyadi, (2016) mengemukakan bahwa Akuntansi Biaya adalah proses mencatat, mengelompokkan, merangkum, dan menyajikan berbagai biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi dan penjualan barang atau jasa. Proses ini dilakukan dengan metode tertentu, dan hasilnya digunakan untuk menganalisis serta memahami informasi biaya secara lebih mendalam.

Berdasarkan pengertian-pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa akuntansi biaya merupakan bidang akuntansi yang mencatat, mengklasifikasikan, dan menyajikan informasi biaya secara sistematis. Informasi ini sangat dibutuhkan oleh pihak manajemen sebagai acuan dalam penentuan biaya pokok produksi, perencanaan biaya, pengendalian biaya, serta pengambilan keputusan strategis.

### 2.1.2 Tujuan Akuntansi Biaya

Menurut Krisdiyawati & Rahmadiane, (2022) Akuntansi biaya berperan penting dalam menyediakan informasi yang dibutuhkan manajemen untuk mengelola kegiatan operasional perusahaan secara efektif. Tujuan utamanya adalah untuk menghitung biaya menghitung harga pokok produksi, mengontrol pengeluaran, dan membantu proses pengambilan keputusan. Dalam pelaksanaannya, akuntansi biaya mencatat, mengelompokkan, dan merangkum berbagai biaya produksi atau jasa berdasarkan data yang telah terjadi sebelumnya.

1. Penentu harga pokok produksi disusun berdasarkan prinsip-prinsip akuntansi secara umum dan ditujukan untuk memenuhi kebutuhan manajemen dalam menentukan besarnya laba.
2. Perencanaan dan pengendalian biaya, Perencanaan biaya yang baik memudahkan manajemen dalam mengendalikan biaya. Pengendalian biaya dilakukan dengan memonitor dan mengevaluasi kesesuaian antara anggaran dan realisasi biaya perusahaan.
3. Pengambilan keputusan khusus menyangkut masa yang akan datang. Akuntansi biaya untuk mengambil keputusan yang berkaitan dengan berbagai tindakan alternatif yang akan dilakukan perusahaan.

### **2.1.3 Fungsi Akuntansi Biaya**

Menurut Krisdiyawati et al (2024), Fungsi Akuntansi Biaya adalah :

1. Menghitung dan menyusun laporan mengenai harga pokok suatu produk.
2. Merinci setiap komponen biaya yang membentuk harga pokok produk secara menyeluruh.
3. Menyediakan informasi dasar yang dibutuhkan untuk merancang perencanaan biaya dan beban perusahaan.
4. Menjadi acuan dalam penyusunan anggaran yang lebih terarah dan realistis.
5. Memberikan data biaya yang diperlukan manajemen untuk membantu dalam proses pengendalian dan pengambilan keputusan operasional.

## **2.2 Biaya**

### **2.2.1 Pengertian Biaya**

Menurut Kartika, (2019) Biaya merupakan bentuk pengeluaran sumber daya ekonomi yang dinilai dalam satuan uang, yang dilakukan untuk memperoleh barang dan jasa dengan harapan memberikan manfaat atau keuntungan baik secara langsung saat ini maupun di masa mendatang. Riningsih et al., (2022) mengemukakan biaya merupakan keseluruhan pengeluaran dalam proses produksi yang meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, serta biaya *overhead* pabrik

yang berkaitan langsung dengan kegiatan produksi. Menurut Harnanto (dalam Ramadhan et al., 2022) Biaya (*cost*) adalah nilai uang yang mewakili pengorbanan sumber daya ekonomi, baik yang sudah dikeluarkan maupun yang akan dikeluarkan, guna memperoleh sesuatu atau mencapai tujuan tertentu.

Berdasarkan pendapat para ahli, biaya dapat disimpulkan sebagai pengorbanan sumber daya ekonomi yang dinyatakan dalam satuan uang untuk memperoleh barang atau jasa, baik untuk kepentingan saat ini maupun di masa mendatang. Biaya juga mencakup berbagai komponen, seperti biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* yang terkait dengan proses produksi. Dengan kata lain, biaya adalah sejumlah pengeluaran yang harus dikeluarkan guna mencapai tujuan tertentu dalam kegiatan ekonomi atau bisnis.

### **2.2.2 Klasifikasi Biaya**

Menurut Bustami & Nurlela, (2013) Klasifikasi biaya merupakan proses pengelompokan semua unsur biaya secara sistematis ke dalam kategori-kategori tertentu, dengan tujuan agar penyajian informasi biaya menjadi lebih terstruktur, ringkas, dan mudah dipahami.

Pengklasifikasian atau penggolongan biaya dapat dilakukan menurut beberapa kriteria sebagai berikut:

### **1. Biaya Unsur Pabrikasi/Produk (*Product Cost*)**

Biaya produksi merupakan total pengeluaran yang dikeluarkan untuk menghasilkan suatu produk, yang mencakup biaya bahan baku, upah tenaga kerja, serta biaya *overhead* pabrik yang mendukung proses produksi.

#### **a. Biaya Bahan**

##### **1) Biaya Bahan Baku (*Direct Material*)**

Adalah bahan mentah yang digunakan untuk memproduksi barang jadi, secara fisik dapat diidentifikasi pada barang jadi. Misal kayu dalam pembuatan meja kayu, kain dalam pembuatan konveksi dll.

##### **2) Biaya Bahan Penolong Baku (*Indirect Material*)**

Adalah bahan-bahan yang digunakan dalam proses produksi, namun jumlahnya relatif kecil dan sulit diidentifikasikan secara langsung pada produk akhir. Contohnya seperti paku dan lem pada pembuatan meja kayu, atau benang dalam proses pembuatan pakaian di industri konveksi.

b. Biaya Tenaga Kerja

Adalah gaji/upah karyawan bagian produksi, yang dibagi menjadi dua:

1) Biaya Tenaga Kerja Langsung

Adalah tenaga kerja yang membantu secara langsung dalam pengolahan produk selesai dan dapat ditelusuri dengan mudah dalam menghasilkan produk jadi.

2) Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung

Adalah biaya untuk tenaga kerja yang turut berperan dalam proses produksi, namun tidak terlibat secara langsung dalam pembuatan produk.

c. Biaya *Overhead* Pabrik

Adalah biaya selain bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung tetapi membantu dalam mengubah bahan menjadi produk selesai.

**2. Biaya Komersial atau Non Produksi**

Adalah biaya yang tidak digunakan untuk menghasilkan produk, dibagi menjadi 2 (dua) yaitu biaya pemasaran serta biaya administrasi dan umum.

a. Biaya Pemasaran

Adalah biaya yang dikeluarkan untuk menjual/memasarkan produk atau jasa. Biaya pemasaran terjadi sejak produk selesai

sampai produk tersebut terjual. Misalnya: biaya iklan, biaya angkut, biaya sample, biaya promosi, biaya diskon, dll.

b. Biaya Administrasi dan Umum (BAU)

Adalah pengeluaran yang diperlukan untuk menjalankan, mengelola, dan mengawasi aktivitas operasional perusahaan secara keseluruhan, misalnya: biaya pemeriksaan akuntan (biaya audit eksternal), biaya humas, biaya fotocopy, biaya gaji direksi, biaya rapat pemegang saham, biaya telp kantor, administrasi, dll.

**3. Biaya Berdasarkan Perubahan Volume Produksi**

Biaya berdasarkan perubahan tingkat kegiatan atau volume produksi tersebut dengan perilaku biaya dapat dikategorikan dalam tiga jenis:

a. Biaya Variabel

Adalah biaya yang jumlah totalnya berubah-ubah secara proporsional seiring dengan perubahan volume produksi, sedang biaya per unitnya tetap. Misalnya : BBB dan BTKL.

b. Biaya Tetap

Adalah biaya yang jumlah totalnya selalu tetap, sedangkan biaya per unitnya berubah-ubah karena perubahan volume produksi. Misalnya: biaya depresiasi.

c. Biaya Campuran

1) Biaya *Semifixed*

Biaya yang tetap untuk tingkat volume kegiatan tertentu dan berubah dengan jumlah yang konstan pada volume produksi tertentu. Misal biaya mandor/gaji penyela.

2) Biaya Semivariabel/*Variable Cost*

Biaya yang berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Biaya ini mengandung unsur biaya tetap dan biaya variabel. Misalnya : biaya reparasi, mesin dan pemeliharaan aktiva tetap, biaya listrik, dll.

**4. Biaya Berdasarkan Sesuatu yang Dibiayai Produksi**

a. Biaya Langsung (*Direct Cost*)

Semua bahan yang dapat dikenal sampai menjadi produk jadi, dapat dengan mudah ditelusuri dan merupakan bahan utama produk jadi.

b. Biaya Tidak Langsung (*Indirect Cost*)

Semua bahan yang dimasukkan ke dalam proses produksi yang tidak dapat dengan mudah ditelusuri seperti bahan langsung.

**5. Biaya Berdasarkan Pengakuan Waktu/Periode Akuntansi**

a. Biaya Produk (*Product Cost*)

Adalah biaya yang timbul selama proses pembuatan suatu produk dan secara langsung melekat pada produk tersebut. Biaya ini akan dicatat sebagai beban pada saat produk dijual.

Selama produk masih dalam bentuk persediaan dan belum terjual, biaya ini tetap menjadi bagian dari nilai persediaan. Oleh karena itu, biaya produk juga dikenal sebagai *inventoriable cost* karena tercatat sebagai bagian dari aset persediaan hingga produk tersebut dipasarkan.

b. Biaya Periode

Adalah biaya yang terjadi pada satu periode yang tidak ada kaitannya dengan pembuatan produk. Biaya periode sifatnya tidak melekat pada produk dan akan dipertemukan dengan pendapatan untuk menghitung laba rugi pada periode yang bersangkutan. Contoh biaya yang termasuk dalam biaya periode adalah biaya pemasaran, biaya administrasi umum dll.

**6. Biaya dalam Hubungannya dengan Departemen Produksi**

a. Biaya Langsung Departemen

Adalah biaya yang dapat ditelusuri secara langsung ke departemen bersangkutan, misal gaji mandor pabrik yang digunakan oleh departemen bersangkutan merupakan biaya langsung bagi departemen.

b. Biaya Tidak Langsung Departemen

Adalah biaya yang tidak dapat ditelusuri secara langsung ke departemen bersangkutan. Misal biaya penyusutan dan asuransi merupakan biaya yang manfaatnya berguna Bersama oleh masing-masing departemen.

## **7. Bentuk Pengklasifikasian Lainnya**

Adalah penggabungan biaya bahan baku langsung dan biaya tenaga kerja langsung disebut dengan biaya utama (*prime cost*). Sedangkan penggabungan biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik disebut dengan biaya konversi (*conversion cost*). Biaya konversi merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk mengubah bahan baku menjadi barang jadi.

## **2.3 Harga Pokok Produksi**

### **2.3.1 Pengertian Harga Pokok Produksi**

Dalam menetapkan harga jual, setiap perusahaan, baik skala kecil maupun besar, pada umumnya akan terlebih dahulu menghitung harga pokok produksi. Hal ini bertujuan untuk memperkirakan potensi keuntungan dari penjualan produk. Definisi harga pokok produksi pun bervariasi, karena para ahli memiliki pandangan yang berbeda mengenai hal ini. Harga pokok produksi sangat berpengaruh dalam perhitungan laba rugi perusahaan, apabila perusahaan kurang teliti atau salah dalam penentuan harga pokok produksi, mengakibatkan kesalahan dalam penentuan laba rugi yang diperoleh perusahaan (Batubara, 2013).

Menurut Purwanto, (2020) Harga pokok produksi adalah total biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh bahan baku dan mengolahnya hingga menjadi produk jadi yang siap dijual. Sedangkan (Mariana Tandi, 2022) mengemukakan Harga pokok produksi adalah hasil dari penjumlahan tiga komponen utama dalam proses produksi, yaitu biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead*

pabrik. Harga pokok produksi adalah total biaya yang dikeluarkan untuk mengolah bahan baku hingga menjadi produk jadi yang siap dipasarkan (Darno & Muasyaroh, 2020).

Maka dapat disimpulkan bahwa harga pokok produksi adalah total keseluruhan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk memproses bahan baku menjadi barang jadi yang siap dipasarkan. Biaya ini mencakup berbagai komponen, seperti biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Perhitungan harga pokok produksi sangat penting bagi perusahaan karena berpengaruh besar dalam menentukan harga jual serta dalam menghitung laba atau rugi yang diperoleh. Jika terjadi kesalahan dalam menghitung harga pokok produksi, maka perhitungan laba rugi perusahaan pun bisa menjadi tidak akurat.

### **2.3.2 Tujuan Penentuan Harga Pokok Produksi**

Tujuan utama dari penentuan harga pokok produksi adalah untuk memahami secara jelas berapa besar biaya yang harus dikeluarkan dalam proses mengubah bahan baku menjadi produk akhir atau jasa yang siap dipasarkan. Proses ini sangat penting bagi perusahaan karena hasil perhitungannya dapat menjadi acuan dan sumber informasi yang membantu manajemen dalam membuat keputusan yang lebih tepat dan strategis.

Adapun tujuan penentuan harga pokok produksi yang lain diantaranya yaitu:

1. Menjadi acuan dalam menilai seberapa efisien operasional perusahaan berjalan.
2. Digunakan sebagai dasar dalam menetapkan kebijakan oleh pimpinan perusahaan.
3. Membantu dalam proses penilaian aktiva saat menyusun laporan neraca.
4. Menjadi pertimbangan penting dalam menentukan harga penawaran atau harga jual ke konsumen.
5. Digunakan untuk menilai nilai persediaan produk jadi dalam neraca.
6. Untuk menghitung harga pokok produksi dalam laporan laba rugi perusahaan.
7. Menjadi alat evaluasi terhadap hasil kinerja perusahaan.
8. Pengawasan terhadap efisiensi biaya terutama biaya produk
9. Memberikan dasar informasi yang dibutuhkan dalam proses pengambilan keputusan.
10. Digunakan untuk menyusun perencanaan laba.

### 2.3.3 Manfaat Harga Pokok Produksi

Menurut Mulyadi (dalam Maghfirah & Syam, 2016) manfaat dari penentuan harga pokok produksi secara garis besar adalah sebagai berikut:

1. Menentukan harga jual produk. Perusahaan yang memproduksi masa memproses produknya untuk memenuhi persediaan di gudang, dengan demikian biaya produksi dihitung dalam jangka waktu tertentu untuk menghasilkan informasi biaya produksi per satuan produk. Dalam penentuan harga jual produk, biaya produksi per unit merupakan salah satu data yang dipertimbangkan disamping data biaya lain dan data non biaya.
2. Memantau realisasi biaya produksi. Manajemen memerlukan informasi biaya produksi yang sesungguhnya dikeluarkan di dalam pelaksanaan rencana produksi tersebut. Oleh karena itu akuntansi biaya digunakan untuk mengumpulkan informasi biaya produksi yang dikeluarkan dalam jangka waktu tertentu memantau apakah proses produksi mengkonsumsi total biaya produksi sesuai dengan yang diperhitungkan sebelumnya.
3. Menghitung laba atau rugi bruto periode tertentu. Untuk mengetahui apakah kegiatan produksi dan pemasaran perusahaan dalam periode tertentu mampu menghasilkan laba bruto atau mengakibatkan rugi bruto, manajemen memerlukan informasi biaya produksi yang telah dikeluarkan untuk memproduksi produk

dalam periode tertentu. Informasi laba atau rugi bruto periodik diperlukan untuk mengetahui kontribusi produk dalam menutup biaya non produksi dan menghasilkan laba atau rugi.

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. Dalam neraca, manajemen harus menyajikan harga pokok persediaan produk jadi dan harga pokok yang pada tanggal neraca masih dalam proses.

#### **2.3.4 Unsur-Unsur Harga Pokok Produksi**

Menurut Dewi & Kristanto, (2017) harga pokok penjualan mencakup seluruh biaya produksi yang dikeluarkan untuk menghasilkan barang yang akhirnya berhasil dijual kepada konsumen.

Unsur- unsur harga pokok produksi terdiri dari:

1. Biaya Bahan Baku

Biaya bahan baku merupakan seluruh biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh bahan-bahan yang nantinya akan menjadi bagian dari produk yang sedang diproses hingga akhirnya menjadi barang jadi. Biaya ini dapat ditelusuri langsung ke produk secara efisien dan ekonomis. Contohnya, dalam industri pembuatan sepatu, bahan-bahan seperti kulit, benang, paku, lem,

dan cat termasuk dalam biaya bahan baku karena semuanya digunakan secara langsung dalam proses produksi sepatu.

## 2. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja langsung adalah biaya yang dikeluarkan untuk membayar upah para pekerja yang terlibat langsung dalam proses produksi suatu barang atau jasa. Tenaga kerja ini secara nyata ikut dalam pembuatan produk, mulai dari tahap awal sampai produk tersebut siap dipasarkan. Misalnya, dalam perusahaan konveksi pakaian, biaya untuk membayar penjahit yang menjahit pakaian termasuk ke dalam biaya tenaga kerja langsung, karena hasil kerjanya langsung memengaruhi hasil akhir produk. Biaya ini penting untuk dicatat dengan cermat, karena berkontribusi besar dalam menentukan total biaya produksi.

## 3. Biaya *Overhead* Pabrik

Biaya *overhead* pabrik, atau yang juga dikenal sebagai biaya produksi tidak langsung, mencakup semua biaya yang berkaitan dengan proses manufaktur, tetapi tidak bisa ditelusuri langsung ke produk tertentu dengan cara yang efisien atau ekonomis. Biaya-biaya ini tetap penting karena mendukung keseluruhan proses produksi, meskipun tidak terlibat secara langsung dalam pembuatan barang. Contohnya seperti biaya listrik untuk menjalankan mesin pabrik, gaji staf pengawas produksi, atau biaya perawatan peralatan.

### 2.3.5 Metode Perhitungan Harga Pokok Produksi

Metode perhitungan harga pokok produksi adalah cara untuk menguraikan dan menghitung setiap komponen biaya yang termasuk dalam total biaya produksi. Menurut Ashary et al., (2023) dalam memperhitungkan semua unsur biaya kedalam harga pokok produksi terdapat cara 2 pendekatan yaitu pendekatan *full costing* dan pendekatan *variable costing*.

#### 1. Metode Harga Pokok Penuh (*Full Costing*)

*Full costing* merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi ke dalam harga pokok produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik baik yang berperilaku variabel maupun tetap.

Konsep penentuan harga pokok produksi *full costing* atau harga pokok penuh untuk biaya *overhead* pabrik:

- a. Biaya *Overhead* Pabrik baik yang variabel maupun tetap, dibebankan kepada produk atas dasar tarif yang ditentukan di muka.
- b. Selisih BOP akan timbul apabila BOP yang dibebankan berbeda dengan BOP yang sesungguhnya terjadi.
- c. Jika semua produk yang diolah dalam periode tersebut belum laku dijual, maka pembebanan biaya *overhead* pabrik lebih

atau kurang tersebut digunakan untuk mengurangi atau menambah harga pokok yang masih dalam persediaan.

Berikut ini merupakan unsur-unsur biaya *full costing*:

Tabel 2. 1 Unsur-Unsur Biaya *Full Costing*

Biaya Bahan baku	Rp. xxx
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp. xxx
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik Tetap	Rp. xxx
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik Variabel	Rp. xxx
<b>Harga Pokok Produksi</b>	Rp. xxx

Penentuan harga pokok produksi dengan menggunakan metode *full costing* biasanya dipakai dalam penyusunan laporan keuangan yang ditujukan untuk pihak eksternal, seperti investor atau kreditur. Dalam metode ini, laporan laba rugi disusun dengan menonjolkan pembagian biaya berdasarkan fungsi-fungsi utama yang ada di perusahaan, seperti fungsi administrasi, pemasaran, dan fungsi umum lainnya. Pendekatan ini membantu memberikan gambaran yang lebih lengkap tentang bagaimana biaya-biaya tersebut dialokasikan dalam operasional perusahaan.

## 2. Metode Harga Pokok Variabel (*Variable Costing*)

*Variable costing* merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku variable ke dalam harga pokok produksi yang terdiri dari beberapa biaya antara lain biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik *variable*.

Berikut ini merupakan unsur-unsur biaya *variable costing*:

Tabel 2. 2 Unsur-Unsur Biaya *Variable Costing*

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

Metode *variable costing* dalam penentuan harga pokok biasanya dimanfaatkan oleh manajemen untuk membantu menetapkan kebijakan harga yang lebih tepat. Dalam metode ini, laporan laba rugi disusun dengan fokus pada bagaimana biaya-biaya berperilaku seiring dengan perubahan volume aktivitas perusahaan. Dengan kata lain, laporan ini menampilkan dengan jelas perbedaan antara biaya tetap dan biaya variabel, sehingga memudahkan manajemen dalam memahami dampak perubahan produksi terhadap total biaya dan laba perusahaan.

## 2.4 Tinjauan atas Harga Jual

### 2.4.1 Pengertian Harga Jual

Menurut Hasbi & Apriliani, (2021) Harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan sebagai imbalan atas suatu produk atau jasa. Lebih dari itu, harga juga mencerminkan nilai yang tersedia diberikan oleh konsumen sebagai imbalan atas manfaat yang diperoleh dari memiliki atau menggunakan barang maupun jasa tersebut. Harga merupakan jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Warni, (2021) mengemukakan harga

jual adalah besaran harga yang dikenakan atau dibebankan kepada konsumen yang didapat dari perhitungan biaya produksi ditambah dengan biaya non produksi serta laba atau keuntungan yang diharapkan.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan harga jual adalah sejumlah uang yang perlu dibayarkan untuk mendapatkan barang atau produk yang selesai diproduksi dan siap dijual untuk menghasilkan laba.

#### 2.4.2 Metode Menentukan Harga Jual

Setelah perusahaan menentukan dan menetapkan tujuan yang akan dicapai, maka langkah atau tahapan selanjutnya adalah menentukan metode penetapan harga, secara umum metode penetapan harga terdiri dari 3 pendekatan, yaitu:

##### 1. Metode Penetapan Harga Jual Berdasarkan Biaya

Dalam metode penentuan harga jual berdasarkan biaya dapat ditentukan dengan cara sederhana diantaranya:

###### a. *Cost Plus Pricing Method*

Penentuan harga jual *cost plus pricing*, cara penentuan harga jual per unit dari suatu produk adalah dengan menghitung jumlah seluruh biaya per unit ditambah jumlah tertentu untuk menutup laba yang di inginkan pada unit produk tersebut, atau disebut margin.

Dalam menghitung *cost plus pricing*, dengan rumus :

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

Dengan demikian ada dua unsur yang diperhitungkan dalam penentuan harga jual ini yaitu taksiran biaya penuh (*full costing/variabel costing*) dan laba yang diharapkan.

b. *Mark Up Pricing Method*

*Mark up* merupakan kelebihan harga jual produk di atas harga beli yang dibebankan pada biaya dasar termasuk laba yang diinginkan. Biasanya para pedagang besar dan pengecer lebih banyak menentukan *mark-up* nya berdasarkan harga jual, sedangkan produsen menentukan *mark-up* nya berdasarkan biaya.

Dalam menghitung harga jual menggunakan rumus :

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

c. Penetapan Harga BEP (*BREK Even Point*)

Metode penetapan harga berdasarkan keseimbangan antara jumlah total biaya keseluruhan dengan jumlah total penerimaan keseluruhan. Rumus :

$$\text{BEP} = \text{Total Biaya} = \text{Total Penerimaan}$$

## 2. Metode Penetapan Harga Jual Berdasarkan Pesaing/Kompetitor

Penetapan harga dilakukan dengan menggunakan harga kompetitor sebagai bahan referensi. Dalam prakteknya penetapan harga ini cocok untuk produk standar dengan kondisi pasar *oligopoly* (pasar dimana penawaran satu jenis barang dikuasai oleh beberapa perusahaan). Untuk memenangkan persaingan dan meraih konsumen sebanyak-banyaknya digunakan strategi harga. Strategi harga jual ini misalnya menetapkan harga dibawah harga pasar dengan maksud untuk meraih pangsa pasar.

## 3. Metode Penetapan Harga Jual Berdasarkan Permintaan

Penetapan harga jual berdasarkan permintaan dilakukan dengan menganalisis persepsi konsumen, dimana konsumen diminta memberikan tanggapan apakah harga yang ditawarkan tergolong murah, terlalu murah, mahal, atau terlalu mahal, serta dikaitkan dengan kualitas produk yang diterima.

### **2.4.3 Tujuan Menentukan Harga Jual**

Menetapkan harga dengan tepat memiliki peran penting dalam keuangan perusahaan. Harga yang sesuai tidak hanya berpotensi memberikan keuntungan, tetapi juga dapat menarik minat konsumen terhadap produk yang ditawarkan, sehingga meningkatkan peluang penjualan dan pertumbuhan usaha (Dariana, 2020). Tujuan menentukan harga yaitu:

1. Kelangsungan hidup Perusahaan dapat mengejar kelangsungan hidup sebagai tujuan utamanya, jika mengalami kapasitas lebih, persaingan ketat, atau perubahan keinginan konsumen.
2. Laba sekarang maksimum perusahaan memiliki tujuan memperkirakan permintaan dan biaya yang berkaitan dengan berbagai alternatif harga dan memilih harga yang akan dihasilkan laba.
3. Pendapatan sekarang maksimum perusahaan menetapkan harga yang akan memaksimalkan pendapatan dari penjualan.
4. Pertumbuhan penjualan maksimum perusahaan lainnya ingin memaksimalkan unit penjualan. Mereka percaya bahwa volume penjualan yang lebih tinggi menghasilkan biaya per unit yang lebih rendah dan laba jangka panjang yang lebih tinggi.
5. *Skimming* pasar maksimum yaitu strategi ini lebih mengarah pada menaikkan harga di awal pada harga yang lebih tinggi dan menurunkan seiring berjalannya waktu.

## **2.5 Penelitian Terdahulu**

Dalam menyusun sebuah penelitian, penting untuk mengkaji berbagai penelitian terdahulu yang relevan sebagai dasar penguatan teori dan pembandingan terhadap permasalahan yang diangkat. Penelitian-penelitian sebelumnya memberikan gambaran mengenai pendekatan yang telah digunakan, hasil yang diperoleh, serta celah yang masih dapat dikembangkan. Dengan demikian, kajian terhadap penelitian terdahulu tidak hanya

memperkuat landasan teoritis, tetapi juga membantu peneliti dalam merumuskan metode yang tepat dan menghindari pengulangan topik. Berikut adalah beberapa penelitian yang berkaitan dengan penentuan harga pokok produksi menggunakan metode *full costing* pada usaha konveksi Journa Studio:

Tabel 2. 3 Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Anggel Maharani (2024)	Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode <i>Full Costing</i> Sebagai Dasar Dalam Menentukan Harga Jual Pada CV. Ino Konveksi Periode Tahun 2022	Metode Deskriptif Eksploratif	Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa penggunaan metode <i>full costing</i> dan <i>cost plus pricing</i> lebih tinggi dibandingkan dengan metode yang digunakan oleh perusahaan yang masih sederhana. Hal tersebut disebabkan karena terdapat biaya <i>overhead</i> pabrik yang tidak dimasukkan dalam perhitungan tetapi perusahaan menambah persentase terhadap harga pokok produksi. Selain itu perusahaan terlalu rendah dalam menentukan harga pokok produksi sehingga

				berpengaruh pada penentuan harga jual yang rendah.
2	Anggun Citra Oktaviani (2019)	Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Dengan Metode <i>Full Costing</i> (Studi Kasus Pada CV. Lestari Albasia Mandiri)	Metode Deskriptif Kualitatif	Penentuan harga pokok produksi tidak sesuai. Selisih tersebut terletak pada perhitungan biaya tenaga kerja langsung. Perusahaan tidak membebankan biaya tenaga kerja langsung kedalam perhitungan harga pokok produksi.
3	Rica Rahmi (2021)	Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Konveksi Berdasarkan Metode <i>Full Costing</i> (Studi Kasus Pada CV.Zamri Medan)	Metode Deskriptif Kualitatif	Hasil penelitian dilihat dari perbandingan metode <i>full costing</i> dan metode yang dipakai CV. Zamri Medan walaupun perbedaan yang terlihat hanya sebesar sekitar Rp 38.224,00 tentu saja Rp 38.224,00 ini berpengaruh untuk kelanjutan usaha berikutnya. Kelebihan lebih besar Rp 38.224,00 pada metode <i>full costing</i> ini disebabkan karena pada metode <i>full costing</i> semua unsur biaya ikut

				diperhitungkan seperti biaya penyusutan, yang mana pada metode yang digunakan perusahaan tidak ikut diperhitungkan.
4	Roshella Hermawan (2024)	Penentuan Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode <i>Full Costing</i> Untuk Menentukan Harga Jual Pada Produksi Tenun PD. Berkah Mulia	Metode Kuantitatif	Hasil penelitian ini adalah perhitungan biaya produksi menggunakan metode <i>Full Costing</i> pada PD. Berkah Mulia terdapat selisih lebih tinggi sebesar Rp. 2.252.083 per potong kain daripada menggunakan metode sederhana yang dilakukan oleh PD. Berkah Mulia sehingga menghasilkan laba yang maksimal.
5	Jelita Ketrine Sanjaya (2021)	Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode <i>Full Costing</i> Untuk Menentukan Harga Jual Pada	Metode Deskriptif Kuantitatif	Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode <i>full costing</i> lebih akurat dari pada menggunakan metode sederhana yang

---

UMKM Ciyam Sari	dilakukan oleh UMKM. Karena, dengan metode <i>full costing</i> semua unsur biaya ikut dipertimbangkan dalam penentuan harga pokok produksi sehingga menghasilkan laba yang lebih akurat.
-----------------	--

---

Sumber: Berbagai Jurnal Penelitian, 2025.