

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Akuntansi Biaya

Safrizal, (2024) Akuntansi Biaya merupakan suatu proses identifikasi, pencatatan dan pengelolaan data transaksi keuangan kemudian menyajikannya sebagai sebuah informasi bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Kurniati et al., (2017) Akuntansi biaya adalah mengukur, menganalisis, dan melaporkan informasi keuangan dan non keuangan yang terkait dengan biaya perolehan atau penggunaan sumber daya organisasi. Lalu menurut E. Nuryanti, (2020) Akuntansi biaya adalah sistem yang digunakan perusahaan terkait informasi biaya yang dikeluarkan perusahaan selama proses pembuatan suatu produk, kemudian informasi tersebut akan dikumpulkan dan diuraikan. Setelah itu, pengelolaan informasi biaya ini akan berpengaruh dalam menentukan biaya produksi perusahaan.

Beberapa pengertian tentang akuntansi biaya diatas dapat didefinisikan bahwa akuntansi biaya merupakan cabang akuntansi yang berfokus pada pencatatan, pengukuran, analisis, serta pelaporan biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi pada suatu perusahaan. Jadi akuntansi biaya ini menyediakan informasi yang membantu perusahaan untuk mengetahui berapa biaya yang di keluarkan untuk memproduksi suatu produk dan juga bisa menjadi pengambilan keputusan, perencanaan, dan pengendalian biaya.

2.2 Klasifikasi Akuntansi Biaya

Klasifikasi biaya merupakan proses pengelompokan berdasarkan tujuan dari informasi yang disajikan untuk mempermudah dalam pencatatan dan menyusun laporan keuangan, serta memberikan gambaran informasi yang akurat kepada pihak manajemen. Menurut Mulyadi (2015) dalam Widilestariningtyas, (2021) Biaya dapat digolongkan sebagai berikut:

1. Pengolongan Biaya Menurut Objek Pengeluaran

Misalnya nama objek pengeluaran adalah ‘bahan bakar’, maka semua pengeluaran yang berhubungan dengan bahan bakar disebut dengan ‘biaya bahan bakar’.

2. Penggolongan Biaya Menurut Fungsi Pokok Dalam Perusahaan

Dalam perusahaan manufaktur, ada tiga fungsi pokok antara lain fungsi produksi, fungsi pemasaran dan fungsi administrasi dan umum. Oleh karena itu, dalam perusahaan manufaktur biaya dapat dikelompokkan menjadi tiga kelompok, yaitu:

a. Biaya Produksi

Merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Menurut objeknya biaya produksi dibagi menjadi 3 yaitu:

(1). Biaya Bahan Baku Langsung adalah biaya yang dikeluarkan untuk membeli bahan dasar yang akan digunakan untuk menghasilkan suatu produk jadi tertentu. contoh, harga beli kain per potong pakaian, harga beli kayu per unit meja, dan sebagainya.

- (2). Biaya Tenaga Kerja Langsung adalah biaya yang dikeluarkan untuk membayar pekerja yang terlibat secara langsung dalam proses produksi. Contoh, upah tukang jahit dalam perusahaan garmen, upah tukang kayu dalam perusahaan mebel.
- (3). Biaya Overhead Pabrik adalah biaya-biaya selain biaya bahan baku langsung dan biaya tenaga kerja langsung, antara lain:
- (a). Biaya Bahan Penolong (Bahan Baku Tidak Langsung) yaitu biaya yang dikeluarkan untuk membeli bahan tambahan atau bahan penolong yang dibutuhkan untuk menghasilkan suatu produk tertentu dan melekat pada produk jadi tersebut. Contoh, harga beli kancing yang dibutuhkan untuk menghasilkan pakaian, harga beli paku dan cat untuk menghasilkan meja tulis, dan sebagainya.
 - (b). Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung yaitu biaya yang dikeluarkan untuk membayar pekerja yang dibutuhkan dalam proses menghasilkan suatu barang tetapi tidak terlibat langsung dalam proses produksi. Contoh, gaji mandor, gaji satpam pabrik, dan sebagainya.
 - (c). Biaya Pabrikasi Lain adalah biaya-biaya tambahan yang dibutuhkan untuk menghasilkan suatu produk selain biaya bahan penolong dan biaya tenaga kerja tidak langsung. Contohnya adalah biaya listrik dan air pabrik, biaya telepon pabrik, biaya penyusutan bangunan pabrik, dan sebagainya.

b. Biaya Pemasaran

Biaya Pemasaran merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan ketika mendistribusikan barang dagangannya sampai ke tangan pelanggan. Biaya ini mencakup gaji wiraniaga, komisi wiraniaga, gaji karyawan pemasaran, biaya iklan, biaya telepon, biaya pengiriman, dan seterusnya.

c. Biaya Administrasi dan Umum

Biaya administrasi dan umum merupakan biaya-biaya untuk menampung keseluruhan biaya operasi kantor untuk mengkoordinasi kegiatan produksi dan pemasaran produk. Biaya ini mencakup gaji direktur, gaji sekretaris, biaya listrik telepon kantor, penyusutan bangunan kantor, dan seterusnya.

3. Penggolongan Biaya Menurut Hubungan Biaya Dengan Sesuatu Yang Dibiayai

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

- a. Biaya Langsung (*Direct Cost*) Adalah biaya yang dapat ditelusuri secara langsung ke satu unit output yaitu produk atau ke departemen. Biaya langsung yang berhubungan dengan produk adalah biaya bahan baku langsung dan biaya tenaga kerja langsung, sedangkan biaya langsung yang berhubungan dengan departemen adalah semua biaya yang terjadi di dalam departemen tersebut.

b. Biaya Tidak Langsung (*Indirect Cost*) Adalah biaya yang terjadinya tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai. Biaya tidak langsung yang berhubungan dengan produk adalah biaya overhead pabrik (*factory overhead costs*), sedangkan biaya tidak langsung yang berhubungan dengan departemen adalah biaya yang terjadi di suatu departemen, tapi manfaatnya dinikmati oleh lebih dari satu departemen. Contohnya adalah biaya yang terjadi di departemen pembangkit tenaga listrik. Biaya ini dinikmati oleh departemen-departemen lain dalam perusahaan, baik untuk penerangan maupun untuk menggerakkan mesin dan peralatan yang mengkonsumsi listrik. Bagi departemen pemakai listrik, biaya listrik yang diterima dari alokasi biaya departemen pembangkit tenaga listrik merupakan biaya tidak langsung departemen

4. Penggolongan Biaya Menurut Perilaku Biaya Dalam Hubungan Dengan Perubahan Volume Kegiatan

Berdasarkan perilakunya dalam bereaksi terhadap perubahan volume produksi suatu produk tertentu dalam perusahaan, biaya dapat dikelompokkan menjadi:

a. Biaya Variabel

Yaitu biaya yang akan selalu berfluktuasi sejalan dengan perubahan tingkat aktivitas perusahaan. Termasuk dalam kelompok ini adalah biaya bahan baku termasuk bahan baku langsung dan penolong, tenaga kerja langsung, sebagian overhead pabrik dan sebagian biaya pemasaran.

b. Biaya Tetap

Yaitu biaya yang relatif tidak akan berubah walaupun terjadi perubahan tingkat aktivitas dalam batas tertentu. Termasuk dalam kelompok ini adalah sebagian biaya overhead, sebagian biaya pemasaran dan biaya administrasi dan umum.

c. Biaya Semi Variabel

Yaitu biaya yang sebagian mengandung komponen variabel dan sebagian lagi mengandung biaya tetap. Biaya listrik, air, telepon adalah contoh biaya semi variabel. Biaya listrik dan telepon sebagian bersifat tetap (biaya abonemen bulanan) dan sebagian bersifat variabel (biaya pemakaian)

5. Penggolongan Biaya Menurut Jangka Waktu Manfaatnya

Berdasarkan jangka waktu manfaatnya, biaya dapat dikelompokkan menjadi:

a. Pengeluaran Modal (*Capital Expenditures*)

Adalah biaya yang mempunyai manfaat lebih dari satu periode akuntansi. Pengeluaran modal ini pada saat terjadinya dilaporkan sebagai aset dan dibebankan dalam tahun-tahun yang menikmati manfaatnya dengan cara depresiasi, amortisasi dan deplesi. Contoh pengeluaran modal adalah pengeluaran untuk pembelian aset tetap, untuk reparasi besar terhadap aset tetap, untuk promosi besar-besaran dan pengeluaran untuk riset dan pengembangan suatu produk.

b. Pengeluaran Pendapatan (*Revenue Expenditures*)

Adalah biaya yang hanya mempunyai manfaat dalam periode akuntansi dimana pengeluaran tersebut terjadi. Pengeluaran pendapatan ini pada saat terjadinya dibebankan sebagai biaya dan dipertemukan dengan pendapatan yang diperoleh dari pengeluaran biaya tersebut. Contoh pengeluaran pendapatan adalah biaya iklan dan biaya tenaga kerja.

2.3 Tinjauan Harga Pokok Produksi

2.3.1 Pengertian Harga Pokok Produksi

Perhitungan harga pokok produksi di dalam suatu perusahaan itu bertujuan untuk kebutuhan untuk pihak manajemen perusahaan. Untuk mencapai kebutuhan tersebut harga pokok produksi tersebut dengan mencatat, mengklasifikasikan, dan merangkum biaya-biaya yang dikeluarkan untuk pembuatan produk. Bagi perusahaan perhitungan harga pokok produksi tersebut sangat lah penting. Oleh karena itu perhitungan harga pokok produksi sebaiknya disusun secara baik dan teliti.

Menurut Bustami Bestian dan Nurlela dalam (Melati et al., 2022) harga pokok produksi adalah kumpulan biaya produksi yang terdiri dari bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik ditambah persediaan produk dalam proses awal dan dikurang persediaan produk dalam proses akhir. Menurut Wiratna (2019) dalam (Dwi, 2020) harga pokok produksi adalah jumlah seluruh biaya produksi yang terdiri

dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik, sedangkan metode penentuan biaya produksi adalah cara memperhitungkan unsur - unsur biaya ke dalam biaya produksi. Menurut Hansen dan Maryanne (2019) dalam (Dwi, 2020) Harga pokok produksi adalah biaya yang diperlukan untuk memproduksi barang atau jasa, termasuk biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik.

Dari beberapa pendapat menurut peneliti di atas kita bisa tarik kesimpulan bahwa harga pokok produksi adalah semua biaya yang biaya yang di keluarkan untuk proses produksi yang di mulai dari pembelian bahan baku hingga menjadi barang jadi, yang akan siap dijual untuk konsumen. Biaya yang di keluarkan untuk pembuatan produk seperti biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik.

2.3.2 Tujuan Dan Manfaat Perhitungan Harga Pokok Produksi

1. Tujuan Penentuan Harga Pokok Produksi

Menurut Mulyadi (2017) dalam Siska, (2023) tujuan penentuan harga pokok produksi untuk melihat realisasi biaya produksi yg direncanakan, membuat keputusan penentuan harga jual, menghitung laba/rugi kotor pd periode tertentu, dan sebagai penentu harga pokok persediaan produk jadi dan harga pokok dalam proses yg disajikan dalam laporan posisi keuangan.

2. Manfaat Perhitungan Harga Pokok Produksi

Menurut Melati et al., (2022) dalam perusahaan yang memproduksi masa, informasi harga pokok produksi yang dihitung untuk jangka waktu tertentu bermanfaat bagi manajemen untuk:

a. Menentukan harga jual produk tersebut

Perusahaan yang memproduksi massa memproses produknya untuk memenuhi persediaan dipersatuan produk. Dalam penetapan harga jual produk, biaya produksi per unit merupakan salah satu informasi yang dipertimbangkan di samping informasi biaya lain serta informasi non biaya.

b. Memantau realisasi biaya produksi

Akuntansi biaya digunakan untuk mengumpulkan informasi biaya produksi yang dikeluarkan dalam jangka waktu tertentu untuk memantau apakah proses produksi mengkonsumsi total biaya produksi sesuai yang diperhitungkan sebelumnya.

c. 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. Menentukan harga pokok persediaan produk jadi dan produk dalam proses yang disajikan dalam neraca. Pada saatnya manajemen dituntut untuk membuat pertanggungjawaban keuangan periodik, manajemen harus menyajikan laporan keuangan berupa neraca dan laba rugi.

2.3.3 Metode Perhitungan Harga Pokok Produksi

Metode perhitungan harga pokok produksi merupakan cara untuk menghitung harga jual suatu barang atau jasa. Dalam penentuan perhitungan harga pokok produksi dapat berbeda tergantung atau jenis usaha yang dijalankan. Ada dua penentuan perhitungan harga pokok produksi yaitu metode full costing dan metode variable costing Dwi, (2020).

1. *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 Melati et al., (2022). Dalam perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode *Full Costing* semua biaya yang di keluarkan dalam proses produksi seperti biaya tetap itu maka tetap dihitung. Dengan adanya menghitung semua biaya yang dikeluarkan untuk membuat sebuah produk maka perusahaan dapat menghitung harga pokok produksi lebih akurat dan perusahaan akan mendapatkan laba yang maksimal. Metode *Full Costing* juga banyak digunakan dalam pelaporan keuangan karna metode *Full Costing* menyajikan semua biaya informasi yang lengkap. *Full Costing* juga lebih cocok sebagai

penentuan harga jual karet metode tersebut memasukan biaya sehingga lebih akurat dalam proses penentuan harga jual produk.

Gambar 2. 1 Perhitungan *Full Costing*

| | | |
|--|--------|-------------|
| Persediaan Awal | | XXXX |
| Biaya Bahan Baku | XXXX | |
| Biaya Tenaga Kerja Langsung | XXXX | |
| Biaya <i>Overhead</i> Pabrik <i>Variable</i> | | XXXX |
| Biaya <i>Overhead</i> Pabrik Tetap | XXXX + | |
| Total Biaya Produksi | | XXXX |
| Persediaan Akhir | | (XXXX) - |
| Harga Pokok Produksi | | XXXX |

2. *Variable Costing*

Variable costing merupakan metode penentuan kos produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku variabel ke dalam harga pokok produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik variabel Melati et al., (2022).

Gambar 2. 2 Perhitungan *Variabel Costing*

| | | |
|--|--------|-------------|
| Persediaan Awal | | XXXX |
| Biaya Bahan Baku | XXXX | |
| Biaya Tenaga Kerja Langsung | XXXX | |
| Biaya <i>Overhead</i> Pabrik <i>Variable</i> | XXXX + | |
| Total Biaya Produksi | | XXXX |
| Persediaan Akhir | | (XXXX) - |
| Harga Pokok Produksi | | XXXX |

2.4 Tinjauan Harga Jual

2.4.1 Pengertian Harga Jual

Menurut Supriyono (2013) dalam Henrikus, (2024) harga jual merupakan jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan. Dari definisi tersebut kita bisa simpulkan bahwa harga jual adalah harga yang ditetapkan dari penjumlahan biaya produksi dan hasilnya itu untuk ditetapkan untuk harga jual suatu produk. Harga jual yang telah dibebankan pada suatu produk haruslah tepat, dan memberikan harga jual yang tepat haruslah sesuai dengan kualitas produk yang akan dijual, agar memberikan kepuasan pada konsumen.

2.4.2 Metode Penetapan Harga Jual

Menurut Mulyadi (2018) dalam Sanjaya, (2023), ada 3 metode dalam penentuan harga jual yaitu:

1. Metode Penetapan Harga Jual Normal (*Normal Pricing*)

Metode penetapan harga jual normal juga sering disebut sebagai *Cost-Plus Pricing*, yang berarti harga jual ditentukan dengan menambahkan biaya masa depan dengan persentase mark-up atau keuntungan. Dalam kondisi normal, harga jual dapat dihitung menggunakan rumus:

$$\text{Harga Jual} = \text{Taksiran Biaya Penuh} + \text{Laba yang diharapkan}$$

2. Penetapan Harga Jual dalam *Cost Type Contract*

Dalam metode ini, pembeli setuju untuk membeli produk atau jasa dalam bentuk kontrak atau perjanjian berdasarkan harga yang didasarkan pada total biaya yang sebenarnya dikeluarkan oleh produsen ditambah dengan keuntungan yang dihitung sebagai persentase tertentu dari total biaya sebenarnya tersebut. Dalam hal ini, harga jual kepada konsumen dihitung berdasarkan biaya sebenarnya yang telah dikeluarkan untuk memproduksi dan memasarkan produk tersebut.

3. Penetapan Harga Jual untuk Pesanan Khusus

Pesanan khusus adalah pesanan yang diterima oleh perusahaan di luar pesanan reguler. Konsumen yang melakukan pesanan ini meminta harga di bawah harga normal yang berada di bawah biaya penuh, karena biaya pesanan khusus mencakup jumlah yang cukup besar. Dalam mempertimbangkan pesanan khusus ini, informasi akuntansi diferensial digunakan sebagai dasar dalam menentukan harga jual.

2.5 Tinjauan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

2.5.1 Pengertian Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah sebuah industri penggerak kesejahteraan bagi masyarakat daerah yang dapat membantu masyarakat kecil untuk memperoleh pekerjaan dan pendapatan untuk

memenuhi kebutuhan sehari-hari Marisyah, (2022). UMKM sangat penting bagi masyarakat Indonesia yaitu berperan untuk menciptakan lapangan pekerjaan dan juga bisa meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) pada awal untuk membuka usaha dengan modal yang sangat terbatas dan memiliki sumber daya manusia yang terbatas. Karena itu, UMKM sering memiliki kendala untuk mengembangkan bisnis nya, yang dimana kurang memperhatikan soal keuangan dalam usaha atau juga kurang berinovasi pada produknya.

2.5.2 Kriteria Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Menurut (PP) No. 7 tahun 2021 pengelompokan UMKM itu sendiri didasarkan pada modal usaha dan hasil penjualan tahunan. Kriteria modal usaha yang digunakan untuk pendirian atau pendaftaran kegiatan UMKM yang didirikan setelah PP UMKM berlaku.

1. Usaha mikro adalah usaha yang dimiliki oleh perseorangan dan masuk dalam karakteristik dalam usaha mikro undang-undang
2. Usaha kecil adalah usaha yang berdiri dan dilakukan oleh perseorangan atau badan serta tidak terkait dengan anak perusahaan maupun usaha besar meskipun masuk dalam kriteria usaha kecil.
3. Usaha menengah adalah usaha yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perseorangan atau badan usaha bersifat produktif dan tidak

terkait dengan hubungan kantor cabang atau anak perusahaan dengan usaha kecil maupun usaha besar meskipun masuk dalam kriteria usaha menengah.

| No. | URAIAN | KRITERIA | |
|-----|----------------|------------------------|-------------------------|
| | | ASSET | OMSET |
| 1 | USAHA MIKRO | Maks. 1 Milyar | Maks. 2 Milyar |
| 2 | USAHA KECIL | > 1 Milyar – 5 Milyar | > 2 Milyar – 15 Milyar |
| 3 | USAHA MENENGAH | > 5 Milyar – 10 Milyar | > 15 Milyar – 50 Milyar |

Gambar 2. 3 Kriteria Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

2.6 Penelitian Terdahulu

Tabel2. 1 Penelitian Terdahulu

| No | Nama | Judul Penelitian | Metode Penelitian | Hasil Penelitian |
|----|---------------------------------------|---|------------------------|---|
| 1. | Dila Putri Mawarni, Andi Irfan (2024) | Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Dengan Menggunakan Metode <i>Full Costing</i> Dalam Pentuan Harga Jual Pada Usaha UMKM Ayam Penyet Syakilah | Deskriptif Kuantitatif | Hasil Penelitian ini adalah dalam penentuan harga pokok produksi berdasarkan UMKM tidak menghitung biaya <i>overhead</i> pabrik secara rinci, sedangkan menggunakan metode <i>Full Costing</i> lebih tinggi dibandingkan UMKM dan laporan labarugi menunjukan bahwa laba bersih pada <i>Full Costing</i> lebih tinggi dibandingkan dengan metode yang digunakan UMKM. |
| 2 | Kukuh Rizki Sanjaya, Ririh | Analisis Perhitungan Harga | Deskriptif Kuantitatif | Hasil penelitian ini menunjukan bahwa |

| | | | | |
|---|--|---|------------------------|---|
| | Sri H, Anita Karunia (2023) | Pokok Produksi Menggunakan Metode Full Costing Untuk Mentukan Harga Jual Pada UMKM Bakso Tetelan Mas Ben | | perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode <i>full costing</i> menunjukan perbedaan hasil. |
| 3 | Laras Sukma Arum Melati, Guntur Saputra, Faridatun Najiyah, Fitria Asas (2022) | Perhitungan Harga Pokok Produksi Berdasarkan Metode <i>Full Costing</i> untuk Penentuan Harga Jual Produk Pada CV. Silvi MN Paradilla Parengan | Deskriptif Kuantitatif | Hasil penelitian ini menunjukan bahwa terdapat kelebihan dalam perhitungan <i>full costing</i> dan dapat menentukan harga pokok penjualan maka biaya produksi harus dihitung pada setiap awal bulan berdasarkan laporan penjualan periode sebelumnya. |
| 4 | Dela Rosdiana, Neni Triana, Thomas Nadeak (2024) | Analisis Harga Pokok Produksi Dengan Menggunakan Metode <i>Full Costing</i> Terhadap Penetapan Harga Jual Pada Pabrik Krupuk Mlarat Di Kabupaten Karawang | Deskriptif Kauntitatif | Hasil penelitian ini menunjukan adanya disparitas pada estimasi biaya produksi yang dirumuskan oleh perusahaan dengan menggunakan metode <i>full costing</i> . |
| 5 | Melisa Norma Sari, Sri Winarni, | Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi | Deskriptif Kuantitatif | Hasil dari penelitian ini menunjukan perhitungan harga pokok produksi |

| | | |
|------------------------|--|--|
| Fitria Marisyah (2022) | Menggunakan Metode Full Costing Untuk Menentukan Harga Jual Pada UMKM Tempe Pak Rasman Oku Selatan | menggunakan metode <i>full costing</i> lebih besar dibandingkan dengan perhitungan metode harga pokok produksi perusahaan sebesar Rp. 13.320.620 selisih ini terjadi karena perusahaan tidak menghitung seluruh biaya <i>overhead</i> pabrik secara rinci, oleh karena itu disarankan agar UMKM menghitung biaya <i>overhead</i> pabrik variabel dan tetap secara rinci. |
|------------------------|--|--|

Sumber: Berbagai Jurnal Penelitian, 2024.