BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, Dan HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Pengertian dan Penggolongan Biaya

Biaya dalam akuntansi biaya diartikan dalam dua pengertian yang berbeda, yaitu biaya dalam artian *Cost* dan biaya dalam artian *Expense*. Menurut **Bastian Bustami dan Nurlela** dalam bukunya yang berjudul **Akuntansi Biaya Teori dan Aplikasi** menjelaskan bahwa:

> **"Biaya atau *cost* adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu. Beban atau *expense* adalah biaya yang telah memberikan manfaat dan sekarang telah habis."**
>
> **[2006; 4]**

Biaya (*cost*) belum habis masa pakainya, dan digolongkan sebagai aktiva yang dimasukkan dalam neraca. Biaya ini adalah biaya yang belum dinikmati yang dapat memberikan manfaat di masa akan datang dan dikelompokkan sebagai harta. Beban (*Expense*) dimasukkan ke dalam laba rugi, sebagai pengurang pendapatan.

2.1.1.1 Pengertian Biaya

Biaya merupakan objek yang dicatat, digolongkan, diringkas dan disajikan oleh akuntansi biaya. Menurut **Bastian Bustami dan Nurlela** dalam

bukunya yang berjudul **Akuntansi Biaya Teori dan Aplikasi** menjelaskan bahwa:

> **"Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu."**
>
> **[2006;4]**

Menurut **Mulyadi** dalam bukunya yang berjudul **Akuntansi Biaya** menjelaskan bahwa:

> **"Dalam arti luas biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu. Sedangkan dalam arti sempit biaya dapat diartikan sebagai pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh aktiva."**
>
> **[2005;9]**

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa biaya merupakan pengorbanan sumber daya ekonomi untuk memperoleh aktiva, dapat diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang secara potensial akan terjadi, dimana pengorbanan tersebut untuk mencapai tujuan tertentu.

2.1.1.2 Penggolongan Biaya

Akuntansi biaya bertujuan untuk menyajikan informasi biaya yang akurat dan tepat bagi manajemen dalam mengelola perusahaan atau divisi secara efektif. Oleh karena itu biaya perlu dikelompokkan sesuai dengan tujuan apa informasi tersebut digunakan, sehingga dalam pengelompokkan biaya dapat digunakan suatu konsep ***"Different Cost Different Purposes"*** artinya berbeda biaya berbeda tujuan.

Menurut **Bastian Bustami dan Nurlela** dalam bukunya yang berjudul **Akuntansi Biaya Teori dan Aplikasi** menjelaskan bahwa:

> **"Penggolongan biaya adalah suatu proses pengelompokan biaya secara sistematis atas keseluruhan elemen biaya yang ada ke dalam golongan-golongan tertentu yang lebih ringkas untuk dapat memberikan informasi yang lebih ringkas dan penting."**
>
> **[2006;10]**

Menurut **Mulyadi** dalam bukunya yang berjudul **Akuntansi Biaya** menjelaskan bahwa biaya dapat digolongkan menurut:

1. **Objek Pengeluaran**
2. **Fungsi pokok dalam perusahaan**
3. **Hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai**
4. **Perilaku biaya dalam hubungannya dengan perubahaan volume kegiatan**
5. **Jangka waktu manfaatnya.**

[2005;13]

Adapun penjelasan dari masing-masing penggolongan di atas adalah sebagai berikut :

1. Penggolongan biaya menurut objek pengeluarannya

Pada 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"

Contoh penggolongan biaya atas dasar objek pengeluaran dalam perusahaan kertas adalah sebagai berikut; biaya merang, biaya jerami, biaya gaji dan upah, biaya soda, biaya depresiasi mesin, biaya asuransi, biaya bunga, biaya zat warna.

2. Penggolongan biaya menurut fungsi pokok dalam perusahaan

Pada perusahaan manufaktur, ada tiga fungsi pokok, yaitu fungsi produksi, fungsi pemasaran, dan fungsi administrasi dan umum. Oleh karena itu dalam perusahaan manufaktur, biaya dapat dikelompokkan menjadi tiga kelompok;

a. **Biaya produksi.** Merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap dijual. Contohnya adalah biaya depresiasi mesin dan akuipmen, biaya bahan baku, biaya bahan penolong, biaya gaji karyawan yang bekerja dalam bagian-bagian.
b. **Biaya pemasaran.** Adalah seluruh biaya yang diperlukan untuk memperoleh pesanan pelanggan dan menyampaikan produk ketangan pelanggan (pembeli). Biaya pemasaran juga merupakan biaya-biaya untuk mengkoordinasi kegiatan pemasaran produk. Contohnya adalah biaya iklan, biaya promosi, biaya angkutan dan gudang perusahaan ke gudang pembeli, gaji karyawan bagian-bagian yang melaksanakan kegiatan pemasaran.
c. **Biaya administrasi dan umum.** Merupakan biaya-biaya untuk mengkoordinasi kegiatan produksi dan pemasaran produk. Contoh biaya ini adalah biaya gaji karyawan bagian keuangan akuntansi, personalia dan bagian hubungan masyarakat, biaya pemeriksaan, gaji administrasi kantor, sewa gedung, penyusutan gedung dan biaya alat-alat tulis kantor dll.

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 dikelompokan menjadi dua golongan:

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

b. Biaya tidak langsung. Biaya tidak langsung adalah biaya yang terjadinya tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai.

4. Pengolongan biaya menurut prilakunya dalam hubungannya dengan perubahan volume aktivitas

Dalam hubungan dengan volume atau perilaku biaya dapat dikelompokkan menjadi;

a. Biaya Variabel. Yaitu biaya yang jumlah totalnya berubah secara sebanding dengan perubahan volume kegiatan, semakin besar volume kegiatan maka semakin besar pula jumlah total biaya variabel. Contoh biaya variabel adalah perlengkapan, bahan bakar, peralatan kecil, biaya pengiriman, royalty biaya komunikasi, upah lembur, biaya pengangkutan dalam pabrik.

b. Biaya Semi Variabel. Yaitu biaya dimana jumlah totalnya berubah sesuai dengan perubahan volume kegiatan, akan tetapi sifat perubahannya tidak

sebanding/proporsional. Contoh biaya semi variabel adalah biaya listrik, telepon air, bensin, perlengkapan, asuransi jiwa karyawan.

c. **Biaya Semi Tetap**. Yaitu biaya yang tetap untuk tingkat volume kegiatan tertentu dan berubah dengan jumlah yang konstan pada volume produksi tertentu. Contoh biaya semi tetap adalah gaji penyelia.

d. **Biaya Tetap**. Yaitu biaya yang jumlah tidak dipengaruhi oleh perubahan volume kegiatan sampai pada tingkatan tertentu. Biaya tetap perunit berubah berbanding terbalik dengan perubahan volume kegiatan. Contoh biaya tetap adalah gaji eksekutif produksi, penyusutan jika menggunakan metode garis lurus, pajak properti, gaji satpam, pemeliharaan dan perbaikan gedung dan bangunan, sewa.

5. Pengolongan biaya atas dasar jangka waktu manfaatnya

Atas dasar jangka waktu manfaatnya, biaya dapat dibagi menjadi dua: pengeluaran modal dan pengeluaran pendapatan.

a. **Pengeluaran modal** (*capital expenditures*). Pengeluaran modal adalah biaya yang mempunyai manfaat lebih dari satu periode akuntansi (biasanya periode akuntansi adalah satu tahun kalender). Contoh pengeluaran modal adalah pengeluaran untuk pembelian aktiva tetap, untuk reparasi besar terhadap aktiva tetap, untuk promosi besar-besaran, dan untuk pengeluaran untuk riset dan pengembangan suatu produk.

b. **Pengeluaran Pendapatan**. Pengeluaran pendapatan adalah biaya yang hanya mempunyai manfaat dalam periode akuntansi terjadinya pengeluaran. 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.

2.1.2 Pengertian dan Tujuan Akuntansi Biaya

Akuntansi biaya merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari akuntansi manajemen, dan akuntansi keuangan, dimana pada akuntansi manajeman akuntansi biaya berperan sebagai penyedia informasi yang berguna untuk pengambilan keputusan, sedangkan bagi akuntansi keuangan akuntansi biaya berperan sebagai pemyedia informasi untuk penyusunan laporan keuangan.

2.1.2.1 Pengertian Akuntansi Biaya

Objek kegiatan akuntansi biaya adalah biaya. Proses akuntansi biaya dapat ditujukan untuk memenuhi kebutuhan pemakai luar perusahaan, dengan demikian akuntansi biaya dapat merupakan bagian dari akuntansi keuangan. Proses akuntansi biaya dapat ditujukan untuk memenuhi kebutuhan pemakai dalam perusahaan, dengan demikian akuntansi biaya dapat merupakan bagian dari akuntansi manajemen.

Menurut **Bastian Bustami dan Nurlela** dalam bukunya yang berjudul **Akuntansi Biaya Teori dan Aplikasi** menjelaskan bahwa:

> **"Akuntansi biaya adalah suatu bidang akuntansi yang mempelajari bagaimana cara mencatat, mengukur dan melaporkan tentang informasi biaya yang digunakan."**
>
> **[2006;2]**

Menurut **Mulyadi** dalam bukunya yang berjudul **Akuntansi Biaya** menjelaskan bahwa:

> **"Akuntansi biaya adalah proses pencatatan, penggolongan, peringkasan, dan penyajian biaya pembuatan dan penjualan produk atau jasa, dengan cara-cara tertentu, serta penafsirannya."**
>
> **[2005;7]**

Dari dua pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa akuntansi biaya adalah proses pencatatan, penggolongan, peringkasan, dan penyajian biaya pembuatan dan penjualan produk atau jasa, dimana dari kegiatan ini dihasilkan informasi biaya yang diperlukan untuk penyusunan laporan keuangan dan untuk pengambilan keputusan manajemen.

2.1.2.2 Tujuan Akuntansi Biaya

Tujuan atau manfaat akuntansi biaya adalah menyediakan salah satu informasi yang diperlukan oleh manajemen dalam mengelola perusahaan. Menurut **Mulyadi** dalam bukunya yang berjudul **Akuntansi Biaya** bahwa Akuntansi biaya mempunyai tiga tujuan pokok yaitu;

1. **Penentuan harga pokok produk,**
2. **Pengendalian biaya, dan**
3. **Pengambilan keputusan khusus**

[2005;7]

Adapun penjelasan dari masing-masing tujuan adalah sebagai berikut:

1. Untuk memenuhi tujuan penentuan harga pokok produk, akuntansi biaya mencatat, menggolongkan, dan meringkas biaya-biaya pembuatan produk atau penyerahan jasa. Biaya yang dikumpulkan dan disajikan adalah biaya yang terjadi di masa lalu atau biaya historis.
2. Pengendalian biaya harus didahului dengan penentuan biaya yang seharusnya dikeluarkan untuk memproduksi satu satuan produk. Jika biaya yang seharusnya ini telah ditetapkan, akuntansi biaya bertugas untuk memantau apakah pengeluaran biaya yang sesungguhnya sesuai dengan biaya yang seharusnya tersebut.
3. Pengambilan keputusan khusus menyangkut masa yang akan datang. Oleh karena itu informasi yang relevan dengan pengambilan keputusan khusus selalu berhubungan dengan informasi masa yang akan datang. Informasi biaya ini tidak dicatat dalam catatan akuntansi biaya, melainkan hasil dari suatu proses peramalan.

2.1.3 Biaya Produksi

2.1.3.1 Pengertian Biaya Produksi

Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam pengolahan bahan baku menjadi produk. Biaya produksi ini disebut juga dengan biaya produk yaitu biaya-biaya yang dapat dihubungkan dengan suatu produk, dimana biaya ini merupakan bagian dari persediaan.

Menurut **Carter dan Usry** dalam bukunya yang berjudul **Akuntansi Biaya** yang diterjemahkan oleh **Krista** menjelaskan bahwa:

> **"Biaya produksi adalah sebagai jumlah dari tiga elemen biaya: bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, dan *overhead* pabrik."**
>
> **[2004;40]**

Menurut **Mulyadi** dalam bukunya yang berjudul **Akuntansi Biaya** menjelaskan bahwa:

> **"Biaya Produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual"**
>
> **[2005;14]**

Dari dua pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa biaya produksi adalah biaya yang dipakai dalam proses produksi yang terdiri dari bahan baku langsung, tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik, dimana biaya-biaya tersebut digunakan untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi.

2.1.3.2 Unsur-Unsur Biaya Produksi

Unsur biaya produksi dapat dikelompokkan menjadi 3 (tiga) elemen, yaitu:

1. **Biaya bahan baku langsung**, adalah bahan baku yang merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari produk selesai dan dapat ditelusuri langsung kepada produk selesai.

2. **Tenaga kerja langsung**, adalah tenaga kerja yang digunakan dalam merubah atau mengkonversi bahan baku menjadi produk selesai dan dapat ditelusuri secara langsung kepada produk selesai.
3. **Biaya *overhead* pabrik**, adalah biaya selain bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung tetapi membantu dalam merubah bahan menjadi produk selesai. Biaya ini tidak dapat ditelusuri secara langsung kepada produk selesai. Biaya *overhead* dapat dikelompokan menjadi elemen:
    a. **Bahan tidak langsung** (bahan pembantun atau penolong), adalah bahan yang digunakan dalam penyelesaian produk tetapi pemakaiannya relatif lebih kecil dan biaya ini tidak dapat ditelusuri secara langsung kepada produk selesai.
    b. **Tenaga kerja tidak langsung**, adalah tenaga kerja yang membantu dalam pengolahan produk selesai, tetapi tidak dapat ditelusuri kepada produk selesai.
    c. **Biaya tidak langsung lainnya**, adalah biaya selain bahan baku tidak langsung dan tenaga kerja tidak langsung yang membantu dalam pengolahan produk selesai, tetapi tidak dapat ditelusuri kepada produk selesai.

2.1.3.3 Metode Pengumpulan Biaya Produksi

Pengumpulan biaya produksi sangat ditentukan oleh cara produksi. Secara garis besar, cara memproduksi produk dapat dibagi menjadi dua macam: produksi atas dasar pesanan dan produksi massa. Perusahaan yang berproduksi

berdasarkan pesanan mengolah produknya atas pesanan yang yang diterima dari pihak luar. Perusahaan yang berproduksi berdasarkan produksi massa melaksanakan pengolahan produksinya untuk memenuhi gudang.

Perusahaan yang berproduksi berdasarkan pesanan, mengumpulkan biaya produksinya dengan menggunakan metode biaya pesanan (*job order cost Method*). Pada metode ini biaya-biaya produksi dikumpulkan untuk pesanan tertentu dan biaya produksi per satuan produk yang dihasilkan untuk memenuhi pesanan tersebut dihitung dengan cara membagi total biaya produksi untuk pesanan tersebut dengan jumlah satuan produk dalam pesanan yang bersangkutan.

Perusahaan yang berproduksi massa, pengumpulan biaya produksinya dengan menggunakan metode biaya proses (*process cost method*). Pada metode ini biaya-biaya produksi dikumpulkan untuk periode tertentu dan biaya 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.

2.1.3.4 Penentuan Biaya Produksi

Metode penentuan biaya produksi adalah cara memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam biaya produksi. Pada saat memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam biaya produksi, terdapat dua pendekatan; *full costing* dan *variable costing*.

A . *Full Costing*

Perusahaan dalam menentukan biaya produksinya banyak yang menggunakan pendekatan *full costing* hal ini dikarenakan dapat mewakili keadaan biaya yang sesungguhnya. Menurut **Mulyadi** dalam bukunya yang berjudul **Akuntansi Biaya** menjelaskan bahwa:

> **"*Full costing* merupakan metode penentuan biaya produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya ke dalam biaya produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik, baik yang berprilaku variabel maupun tetap."**
>
> **[2005;17]**

Menurut **Bastian Bustami dan Nurlela** dalam bukunya yang berjudul **Akuntansi Biaya Teori dan Aplikasi** menjelaskan bahwa:

> **"*Full costing* adalah suatu metode dalam penentuan harga pokok suatu produk dengan memperhitungkan semua biaya produksi seperti biaya bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, dan biaya overhead variabel dan biaya *overhead* tetap."**
>
> **[2006;48]**

Dari dua pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa perhitungan biaya dengan menggunakan metode *full costing* adalah salah satu cara dalam penentuan biaya dimana semua biaya produksi baik yang bersifat variabel maupun yang bersifat tetap diperhitungkan. Menurut **Mulyadi** dalam bukunya yang berjudul **Akuntansi Biaya** menjelaskan bahwa unsur biaya produksi menurut metode *full costing* terdiri dari:

Biaya bahan baku	**XX**
Biaya tenaga kerja langsung	**XX**
Biaya *overhead* pabrik variabel	**XX**
Biaya *overhead* pabrik tetap	**XX**
Biaya produksi	**XX**

[2005;17]

B. *Variable Costing*

Perusahaan dalam menentukan biaya produksinya dengan pendekatan *variable costing* dilakukan apabila perusahaan memiliki bahan yang mengangur. Penggunaan *variable costing* ini jangan terlalu sering karena dapat merugikan pemerintah dan investor, karena dengan menggunakan metode ini laba perusahaan yang terhitung lebih kecil dibandingkan dengan metode *full costing*.

Menurut **Mulyadi** dalam bukunya yang berjudul **Akuntansi Biaya** menjelaskan bahwa:

> **"*Variable Costing* merupakan metode penentuan biaya produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang berprilaku variabel kedalam biaya produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik variabel."**
>
> **[2005:18]**

Menurut **Bastian Bustami dan Nurlela** dalam bukunya yang berjudul **Akuntansi Biaya Teori dan Aplikasi** menjelaskan bahwa:

> **"*Variable Costing* adalah suatu metode dalam penentuan harga pokok suatu produk, hanya memperhitungkan biaya produksi yang bersifat variabel saja."**
>
> **[2006:48]**

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa perhitungan biaya dengan menggunakan metode *variable costing* adalah salah satu cara dalam penentuan biaya dimana biaya produksi yang bersifat variabel saja yang diperhitungkan.

Menurut **Mulyadi** dalam bukunya yang berjudul **Akuntansi Biaya** menjelaskan bahwa unsur biaya produksi menurut metode *variable costing* terdiri dari:

Biaya bahan baku	**XX**
Biaya tenaga kerja langsung	**XX**
Biaya *overhead* pabrik variabel	**XX**
Biaya produksi	**XX**

[2005;18]

2.1.4 Manfaat Harga Pokok Produksi

Pada perusahaan yang berproduksi massa, informasi harga pokok produksi yang dihitung untuk jangka waktu tertentu bermanfaat bagi manajemen. Menurut **Mulyadi** dalam bukunya yang berjudul **Akuntansi Biaya** menjelaskan bahwa harga pokok produksi bermanfaat untuk:

1. **Menentukan harga jual produk**
2. **Memantau realisasi biaya produksi**
3. **Menghitung laba atau rugi periodik**
4. **Menentukan harga pokok persediaan produk jadi dan produk dam proses yang disajikan dalam neraca.**

[2005;65]

Adapun penjelasan dari masing-masing manfaat harga pokok produksi adalah sebagai berikut:

1. Menentukan harga jual produk.

Perusahaan yang berproduksi massa memproses produknya untuk memenuhi persediaan di gudang. Dengan demikian biaya produksi dihitung untuk jangka waktu tertentu untuk menghasilkan informasi biaya produksi per satuan produk. Pada penetapan harga jual produk, biaya produksi per unit

merupakan salah satu informasi yang dipertimbangkan disamping informasi biaya lain serta informasi nonbiaya.

Menurut **Mulyadi** dalam bukunya yang berjudul **Akuntansi Biaya** kebijakan penetapan harga jual yang didasarkan pada biaya menggunakan formula penetapan harga jual berikut ini:

Taksiran biaya produksi untuk jangka waktu tertentu	**XX**
Taksiran biaya nonproduksi untuk jangka waktu tertentu	**XX +**
Taksiran total biaya untuk jangka waktu tertentu	**XX**
Jumlah produk yang dihasilkan untuk jangka waktu tertentu	**XX :**
Taksiran harga pokok produk per satuan	**XX**
Laba per unit produk yang diinginkan	**XX +**
Taksiran harga jual per unit yang dibebankan kepada pembeli	**XX**

[2005;65]

Dari formula tersebut terlihat bahwa informasi taksiran biaya produksi per satuan yang akan dikeluarkan untuk memproduksi produk dalam jangka waktu tertentu dipakai sebagai salah satu dasar untuk menentukan harga jual per unit produk yang akan dibebankan kepada pembeli.

Menurut **Mulyadi** dalam bukunya yang berjudul **Akuntansi Biaya** untuk menaksir biaya produksi yang akan dikeluarkan dalam memproduksi produk dalam jangka waktu tertentu perlu dihitung unsur-unsur biaya berikut ini:

Taksiran biaya bahan baku	**XX**
Taksiran biaya tenaga kerja langsung	**XX**
Taksiran biaya overhead pabrik	**XX +**
Taksiran biaya produksi	**XX**

[2005;66]

2. Memantau realisasi biaya produksi.

Jika rencana produksi untuk jangka waktu tertentu telah diputuskan untuk dilaksanakan, 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 untuk memantau apakah proses produksi mengkonsumsi total biaya produksi sesuai dengan yang diperhitungkan sebelumnya.

3. Menghitung laba atau rugi periodik.

Untuk mengetahui apakah kegiatan produksi dan pemasaran perusahan 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 nonproduksi dan menghasilkan laba atau rugi.

4. Menentukan harga pokok persediaan produk jadi dan produk dam 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. 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 periode.

2.1.5 Harga Jual Produk

Pada saat melaksanakan kegiatannya, perusahaan akan mengeluarkan berbagai biaya produksi, berdasarkan jumlah biaya produksi tersebut maka dapat ditetapkan mengenai penetapan harga jualnya.

2.1.5.1 Pengertian Harga Jual Produk

Harga merupakan satu hal penting, dimana harga merupakan komponen besar dari kepuasan konsumen, dan nilai produk adalah apa yang dirasakan oleh konsumen, jadi pembeli membantu menetapkan nilai dari produk. Dari sudut pandang produsen, harga tentu saja mempunyai peranan yang sangat penting. Laba yang akan diperoleh perusahaan dan kelangsungan hidup perusahaan sangat ditentukan oleh seberapa besar pendapatan yang perusahaan peroleh, dan ini tergantung dari berapa banyaknya jumlah produk yang terjual. Banyaknya jumlah penjualan produk sangat dipengaruhi oleh harga jual produk itu sendiri. Jadi harga jual merupakan hal penting atas suatu produk yang dijual baik bagi produsen maupun bagi konsumen.

Pada umumnya, biaya tidak menentukan harga jual produk atau jasa. Harga jual suatu produk terbentuk di pasar sebagai interaksi antara jumlah permintaan dan penawaran di pasar. Manajemen puncak memerlukan informasi biaya penuh untuk memperhitungkan konsekuensi laba dari setiap alternatif harga jual yang terbentuk di pasar. Oleh karena itu, dalam keadaan normal, manejemen puncak harus memperoleh jaminan bahwa harga jual produk atau jasa yang dijual

di pasar dapat menutup biaya penuh untuk menghasilkan produk atau jasa tersebut dan dapat menghasilkan laba yang wajar.

Harga adalah nilai barang atau jasa yang diungkapkan dalam suatu rupiah atau satuan mata uang lainnya. Sedangkan harga jual menurut **Supriyono** dalam bukunya yang berjudul **"Akuntansi Manajemen 3 Proses Pengendalian Manajemen"** menjelaskan bahwa:

> **"Harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas produk atau jasa yang dijual atau diserahkan."**
>
> **[2001;314]**

Menurut **Mulyadi** dalam bukunya yang berjudul **Akuntansi Menejenen Konsep, Manfaat, dan Rekayasa** menjelaskan bahwa:

> **"Harga jual adalah biaya produksi ditambah biaya non produksi ditambah laba yang diharapkan oleh perusahaan"**
>
> **[2001;79]**

Dari pengertian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa harga jual adalah Jumlah moneter yang dibebankan kepada pembeli atau pelanggan atas produk atau jasa yang telah dijual dimana jumlah moneter yang bebankan berupa biaya produksi, biaya non produksi dan laba.

Tujuan pokok penentuan harga jual adalah sebagai berikut:

1. Mencapai target penjualan (*return on investment*).
2. Memaksimumkan laba.

3. Meningkatkan penjualan dan mempertahankan atau memperluas pangsa pasar.
4. Menstabilkan harga.

2.1.5.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penentuan Harga Jual

Banyak faktor yang mempengaruhi penentuan harga jual, baik dipandang dari barang yang akan dijual atau pasarnya dan tidak kalah pentingnya adalah biaya untuk membuat barang tersebut. Secara singkat berikut ini adalah faktor-faktor yang mempengaruhi penentuan harga jual menurut **Mas'ud Machfoed** dalam bukunya yang berjudul **Akuntansi Manajemen** menjelaskan bahwa:

1. Faktor laba yang diinginkan
2. Faktor produk atau penjualan produk tersebut
3. Faktor Biaya dan produk tersebut
4. Faktor dari luar perusahaan (Konsumen)

[2001;249]

Unsur dari masing-masing faktor yang mempengaruhi penentuan harga jual adalah sebagai berikut:

1. Faktor laba yang diinginkan
    a. Apakah pengembalian modal (*return on capital*) sudah mencukupi.
    b. Berapa laba yang dibutuhkan untuk membayar dividen.
    c. Berapa laba yang dibutuhkan untuk perluasan.
    d. Berapa trend penjualan yang diinginkan.
2. Faktor produk atau penjualan produk tersebut
    a. Apakah volume penjualan tersebut betul-betul bisa direalisir.
    b. Apakah ada diskriminasi harga.

c. Apakah ada kapasitas menganggur.

d. Apakah harga tersebut logis untuk ditetapkan.

3. Faktor Biaya dan produk tersebut

   a. Apakah biaya variabel atau tetapnya tinggi.

   b. Apakah harga tersebut merupakan harga pertama.

   c. Apakah penggunaan modal sudah efektif.

   d. Apakah biaya bersama karena ada produk campuran.

4. Faktor dari luar perusahaan (Konsumen)

   a. Apakah permintaan pada produk tersebut elastis atau inelastis.

   b. Siapa langganan yang akan dipakai.

   c. Apakah produknya dipasar homogen atau heterogen.

   d. Persaingan tajam atau tidak.

2.1.5.3 Penentuan Harga Jual Produk

Penentuan harga oleh manajemen idealnya memastikan pemulihan atas semua biaya dan mencapai laba, dalam kondisi yang sulit sekalipun. Meskipun penawaran dan permintaan biasanya merupakan faktor penentu dalam penetapan harga, penetapan harga jual yang menguntungkan memerlukan pertimbangan atas biaya.

Penentuan harga jual berhubungan dengan: (1) kebijakan penentuan harga jual (*pricing Policies*), (2) keputusan penentuan harga jual (*pricing decisions*). Kebijakan penentuan harga jual adalah pernyataan sikap manajemen terhadap penentuan harga jual produk atau jasa. Kebijakan tersebut tidak menentukan

harga jual, namun menetapkan faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dan aturan dasar yang perlu diikuti dalam penentuan harga jual. Keputusan penentuan harga jual adalah penentuan harga jual produk suatu organisasi yang umunya dibuat untuk jangka pendek. Keputusan ini dipengaruhi oleh kebijakan penentuan harga jual, pemanfaatan kapasitas dan tujuan organisasi.

Keputusan penentuan harga jual biasanya harus dibuat berulang-ulang karena harga jual dipengaruhi oleh perubahan lingkungan eksternal dan internal. Perubahan harga jual bertujuan agar harga jual yang baru dapat mencerminkan biaya saat ini (*current cost*) atau malahan biaya masa depan (*future cost*), kondisi pasar, reaksi pesaing, laba atau return yang diinginkan. Dalam jangka panjang, harga jual yang ditentukan harus dapat menghasilkan pendapatan masa depan yang cukup untuk menutup semua biaya masa depan dan laba atau *return* masa depan yang diinginkan.

Umumnya keputusan harga jual produk dan jasa standar ditentukan oleh pertimbangan permintaan dan penawaran di pasar, sehingga biaya bukan merupakan penentuan harga jual. Karena permintaan *customer* atas produk dan jasa tidak mudah ditentukan oleh manajer penentu harga jual, maka dalam penentuan harga jual, manajer tersebut akan menghadapi banyak ketidakpastian. Selera *customer*, jumlah pesaing yang memasuki pasar, dan harga jual yang ditentukan oleh pesaing, merupakan contoh faktor yang sulit untuk diramalkan, yang mempengaruhi pembentukan harga jual produk atau jasa di pasar.

Banyak faktor yang mempengaruhi penentuan harga jual selain biaya dari pembuatan produk itu sendiri. Harga jual ini harus disesuaikan dengan jenis

perusahaan, produk dan pasarnya. Menurut **Mulyadi** dalam bukunya yang berjudul **Akuntansi Manajemen Konsep, Manfaat dan Rekayasa** menyatakan bahwa terdapat 4 metode penentuan harga jual, yaitu:

1. **Penentuan Harga Jual Normal (*Normal Pricing*)**
2. **Penentuan Harga Jual dalam *Cost-type Contract (Cost-type Contract Pricing)***
3. **Penentuan Harga Jual Pesanan Khusus *(Special Order Pricing)***
4. **Penentuan harga jual produk yang dihasilkan perusahaan yang diatur dengan peraturan pemerintah**

[2001:348]

Uraian dari masing-masing metode penentuan harga jual adalah sebagai berikut:

1. Penentuan Harga Jual Normal (*Normal Pricing*).

Normal pricing seringkali disebut dengan istilah *cost-plus pricing* yaitu penentuan harga jual dengan cara menambahkan laba yang diharapkan di atas biaya penuh masa yang akan datang untuk memproduksi dan memasarkan produk. Harga jual berdasarkan *cost-plus pricing* dihitung dengan rumus sebagai berikut:

Harga Jual = Taksiran biaya penuh + Laba yang diharapkan

Pada penetapan harga jual produk terdapat dua pendekatan; *full costing* dan *variable costing*. Jika pendekatan *Full Costing* yang digunakan maka harga jual produk harus dapat menutup biaya penuh yang merupakan jumlah biaya produksi dan biaya non produksi, ditambah dengan laba wajar. Untuk dapat menutup biaya penuh suatu produk atau jasa, penentuan harga jual dalam keadaan normal memerlukan biaya penuh dan aktiva penuh masa yang akan

datang sebagai dasar. Pada prinsipnya rumus penentuan harga jual adalah sebagai berikut:

Harga Jual = Biaya Produksi + Biaya Non Produksi + Laba yang diharapkan

Menurut **Mulyadi** dalam bukunya yang berjudul **Akuntansi Manajemen Konsep, Manfaat dan Rekayasa** pada pendekatan *full costing,* taksiran biaya penuh yang dipakai sebagai dasar penentuan harga jual terdiri dari unsur-unsur sebagai berikut ini ;

Biaya bahan baku	**XX**	
Biaya tenaga kerja langsung	**XX**	
Biaya *overhead* pabrik (variabel + tetap)	**XX+**	
Taksiran total biaya produksi		**XX**
Biaya administrasi dan umum	**XX**	
Biaya pemasaran	**XX**	
Taksiran total biaya komersial		**XX+**
Taksiran biaya penuh		**XX**

[2001;349]

Adapun harga jual dengan pendekatan *full costing* menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Harga\ Jual = Biaya\ Produksi + Markup$$

$$Markup\ = \frac{Biaya\ nonproduksi + Laba\ yang\ diharapkan}{Biaya\ produksi}$$

Sedangkan jika menggunakan pendekatan *variable costing*, harga jual produk harus dapat menutup taksiran biaya penuh, yang merupakan jumlah biaya variabel (biaya produksi variabel dan biaya non produksi variabel) dan biaya tetap (biaya produksi tetap dan biaya non produksi tetap) yang akan dikeluarkan, ditambah dengan laba wajar. Laba wajar ditentukan sebesar tarif kembalian

investasi yang diharapkan, yang dihitung sebesar persentase tertentu dari aktiva penuh. Pada prinsipnya rumus penentuan harga jual adalah sebagai berikut:

Harga Jual = Biaya Variabel + Biaya Tetap + Laba yang diharapkan

Menurut **Mulyadi** dalam bukunya yang berjudul **Akuntansi Manajemen Konsep, Manfaat dan Rekayasa** pada pendekatan *variable costing,* taksiran biaya penuh yang dipakai sebagai dasar penentuan harga jual terdiri dari unsur-unsur sebagai berikut ini ;

Biaya Variabel:		
Biaya bahan baku	**XX**	
Biaya tenaga kerja langsung	**XX**	
Biaya *overhead* pabrik variabel	**XX+**	
Taksiran total biaya produksi variabel		**XX**
Biaya administrasi dan umum variable	**XX**	
Biaya pemasaran variabel	**XX+**	
Taksiran total biaya variabel		**XX**
Biaya Tetap:		
Biaya *overhead* pabrik tetap	**XX**	
Biaya administrasi dan umum tetap	**XX**	
Biaya pemasaran tetap	**XX+**	
Taksiran total biaya tetap		**XX+**
Taksiran biaya penuh		**XX**

[2001;350]

Adapun harga jual dengan pendekatan *variable costing* menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Harga\ Jual\ = Biaya\ Variabel + Markup$$

$$Markup = \frac{Biaya\ Tetap + Laba\ yang\ diharapkan}{Biaya\ Variabel}$$

2. Penentuan Harga Jual dalam *Cost-type Contract (Cost-type Contract Pricing).*

Cost-type Contract adalah kontrak pembuatan produk dan jasa yang pihak pembeli setuju membeli produk atau jasa pada harga yang didasarkan pada total biaya yang sesungguhnya dikeluarkan oleh produsen ditambah dengan laba yang dihitung sebesar persentase tertentu dari total biaya sesungguhnya.

3. Penentuan Harga Jual Pesanan Khusus *(Special Order Pricing).*

Pesanan khusus merupakan pesanan yang diterima oleh perusahaan di luar pesanan reguler perusahaan. Biasanya *customer* yang melakukan pesanan khusus ini meminta harga di bawah harga jual normal, bahkan seringkali harga yang diminta oleh *customer* berada di bawah biaya penuh, karena biasanya pesanan khusus mencakup jumlah yang besar.

4. Penentuan harga jual produk yang dihasilkan perusahaan yang diatur dengan peraturAn pemerintah. Penentuan harga jual berdasarkan biaya penuh masa yang akan datang ditambah dengan laba yang diharapkan.

Menurut **Hongren, Datar dan Foster** dalam bukunya yang berjudul **Akuntansi Biaya Penekanan Manajerial** yang diterjemahkan oleh **Desi Adhariani** menjelaskan bahwa dalam penentuan harga untuk jangka panjang memiliki beberapa alternatif pendekatan, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. **Berbasis Pasar**
2. **Berbasis Biaya juga disebut Ditambah Biaya**

[2005;500]

Adapun penjelasan dari uraian di atas adalah sebagai berikut :

1. Pendekatan berbasis pasar untuk penentuan harga dimulai dengan bertanya, apa yang diinginkan pelanggan kita dan bagaimana pesaing kita akan

bereaksi terhadap apa yang kita lakukan, berapa harga yang harus kita bebankan?

2. Pendekatan berbasis biaya untuk penentuan harga dimulai dengan bertanya, berapa biaya yang harus kita keluarkan untuk membuat produk ini, berapa harga yang harus kita bebankan yang akan menutup biaya kita dan mencapai sebuah pengembalian hasil yang diminta atas investasi?

Perusahaan yang beroperasi dalam pasar yang kompetitif (misal komoditi seperti minyak bumi dan gas alam) menggunakan pendekatan berbasis pasar. Unsur yang dihasilkan atau jasa yang diberikan oleh suatu perusahaan adalah sangat serupa dengan unsur yang dihasilkan atau diberikan oleh yang lain. Perusahaan yang berada dalam pasar ini harus menerima harga yang ditetapkan oleh pasar.

Pada perusahaan industri dimana terdapat perbedaan produk (misal mobil, konsultan, manajemen dan jasa legal). Perusahaan menggunakan pendekatan berbasis pasar atau berbasis biaya sebagai titik awal untuk keputusan penentuan harga. Beberapa perusahaan pertama-tama melihat pada biaya dan kemudian mempertimbangkan pelanggan atau pesaing-pendekatan berbasis biaya. Yang lainnya memulai dengan mempertimbangkan pelanggan dan pesaing dan kemudian melihat pada biaya - pendekatan berbasis pasar. Kedua pendekatan itu mempertimbangkan pelanggan, kompetitor, dan biaya. Bedanya hanya pada titik awalnya. Ingatlah selalu tentang kekuatan pasar, dengan mengabaikan teknik penentuan harga yang mana yang digunakan. Pertama-tama pertimbangkan pendekatan berbasis pasar.

2.1.6 Hubungan Biaya Produksi Dengan Penentuan Harga Jual Produk

Perusahaan yang berproduksi massa, informasi harga pokok produksi yang dihitung untuk jangka waktu tertentu bermanfaat bagi manajemen untuk menentukan harga jual produk. Perusahaan yang berproduksi massa memproses produknya untuk memenuhi persediaan di gudang. Dengan demikian biaya produksi dihitung untuk jangka waktu tertentu untuk menghasilkan informasi biaya produksi per satuan produk. Dalam penetapan harga jual produk, biaya produksi per unit merupakan salah satu informasi yang dipertimbangkan di samping informasi biaya lain serta informasi nonbiaya.

Adapun teori penghubung yang dikemukakan oleh **Bastian Bustami dan Nurlela** dalam bukunya yang berjudul **Akuntansi Biaya Teori dan Aplikasi** menyebutkan bahwa:

> **"Harga jual merupakan pembebanan biaya atas dasar nilai jual masing-masing produk. Terdapat hubungan secara langsung antara biaya dan harga jual, dimana harga jual dari suatu produk lebih banyak ditentukan oleh biaya produksi."**
>
> **[2006;178]**

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa harga jual membebankan biaya atas dasar nilai jual suatu produk dan terdapat hubungan secara langsung antara biaya dan harga jual, dimana harga jual dari suatu produk lebih banyak ditentukan oleh biaya produksi. Berdasarkan penjelasan tersebut biaya produksi memiliki pengaruh terhadap penentuan harga jual produk.

Sebelum Penulis melakukan penelitian ini, ada peneliti lain yang sudah terlebih dahulu melakukan penelitian mengenai harga jual yaitu Tendie Taufiq (2005) dengan judul "Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Tingkat Volume

Penjualan pada PT. Cahaya Sakti Multi Intraco”**.**. Hasil penelitian mengatakan bahwa penentuan harga memiliki hubungan yang sangat kuat dan nyata dengan volume penjualan. Berdasarkan penelitian tersebut dijelaskan bahwa penetapan harga sangat berpengaruh terhadap tingkat volume penjualan. Sedangkan penulis meneliti seberapa besar biaya produksi mempengaruhi penentuan harga jual. Dimana dalam penentuan harga jual banyak faktor yang memepengaruhi diantaranya biaya, laba, penjualan dan konsumen. Banyaknya faktor yang mempengaruhi harga jual, peneliti hanya meneliti faktor biaya yaitu biaya produksi. Dari penelitian ini diharapkan menghasilkan hipotesis berupa bahwa biaya produksi memiliki pengaruh dalam penentuan harga jual.

Tabel 2.1

Referensi Jurnal yang Berkaitan dengan Pengaruh Biaya Produksi terhadap Penentuan Harga Jual Produk

Penulis / Judul	Hasil Penelitian
Penulis: Tendie Taufiq Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Tingkat Volume Penjualan pada PT. Cahaya Sakti Multi Intraco	Berdasarkan hasil perhitungan pengolahan dan penganalisaan data yang dilakukan penulis, didapatkan hubungan yang sangat kuat dan nyata. Sedangkan analisis regresinya menyatakan bahwa setiap penambahan Rp. 1, harga akan meningkatkan vol. penjualan sebesar 26%. Berdasarkan penelitian dan pengolahan data yang penulis lakukan pada PT. Cahaya Sakti Multi Intraco dapat disimpukan bahwa penetapan harga sangat berpengaruh terhadap tingkat volume penjualan.

2.2 Kerangka Pemikiran

Suatu perusahaan yang bergerak dibidang apapun, termasuk bidang industri atau manufaktur, bertujuan untuk dapat menghasilkan laba semaksimal mungkin. Pada perusahaan yang bergerak dibidang industri cara untuk menghasilkan laba yang maksimal dengan cara meningkatkan penjualan, dimana untuk meningkatkan penjualan perusahaan harus menetapkan harga yang murah untuk produk yang telah diproduksi. Dengan kondisi perekonomian seperti saat ini sangat sulit untuk memberi harga murah pada produk yang telah diproduksi. Hal ini dikarenakan biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi produk tidak sebanding dengan perolehan laba yang diharapkan.

Perusahaan Industri dalam menentukan harga jual produknya harus memperhatikan beberapa aspek biaya. Dimana biaya-biaya tersebut terbentuk dari kegiatan produksi dan kegiatan non produksi. Pada kegiatan produksi biaya yang dihasilkan disebut biaya produksi. Dimana biaya produksi tersebut dalam penelitian ini sebagai variabel independen (X).

Menurut **Kamaruddin Ahmad** dalam bukunya yang berjudul **Akuntansi Manajemen Dasar-dasar Konsep Biaya dan Pengambilan Keputusan** menjelaskan bahwa:

> **"Biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan barang."**
>
> **[2006;10]**

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan untuk memhasilkan atau membuat barang. Biaya ini dapat dikelompokkan menjadi elemen:

1. Biaya bahan baku langsung, adalah bahan baku yang merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari produk selesai dan dapat ditelusuri langsung kepada produk selesai.
2. Tenaga kerja langsung, adalah tenaga kerja yang digunakan dalam merubah atau mengkonversi bahan baku menajdi produk selesai dan dapat ditelusuri secara langsung kepada produk selesai.
3. Biaya *overhead* pabrik, adalah biaya selain bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung tetapi membantu dalam merubah bahan menjadi produk selesai. Biaya ini tidak dapat ditelusuri secara langsung kepada produk selesai.

Sedangkan pada kegiatan non produksi biaya yang dihasilkan disebut biaya non produksi. Menurut **Carter dan Usry** dalam bukunya yang berjudul **Akuntansi Biaya** yang diterjemahkan oleh **Krista** menjelaskan bahwa:

> **"Biaya non produksi adalah biaya yang terjadi ketika proses produksi selesai dan produk ada dalam keadaan siap dijual."**
>
> **[2004;43]**

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa biaya non produksi adalah biaya yang tidak ada hubungannya dengan proses produksi, seperti kegiatan pemasaran dan kegiatan adminiatrasi dan umum. Biaya ini dapat dikelompokkan menjadi elemen:

1. Biaya pemasaran, adalah biaya yang dikeluarkan apabila produk selesai dan siap dipasarkan ketangan konsumen.
2. Biaya administrasi, adalah biaya yang dikeluarkan dalam hubungan dengan kegiatan penentu kebijakan, pengarahan, pengawasan kegiatan perusahaan secara keseluruhan agar dapat berjalan dengan efektif dan efisien.

Setelah melakukan kegiatan produksi dan non produksi perusahaan menentukan harga pokok produksi dimana harga pokok produksi ini dipakai untuk menentukan harga pokok penjualan. Setelah harga pokok ditentukan perusahaan harus menetapkan laba yang diharapkan sebelum penetapaan harga jual dibuat. Hal ini dilakukan agar harga jual yang beredar dipasar dapat terjangkau oleh pembeli. Sehingga perusahaan masih bisa melakukan proses produksi ditengah harga-harga bahan baku yang melambung tinggi, dan tentunya perusahaan juga masih dapat memperoleh laba walaupun laba yang diharapkan tidak tercapai secara maksimum. Harga jual dalam penelitian ini adalah sebagai variabel dependen (Y).

Menurut **Mulyadi** dalam bukunya yang berjudul **Akuntansi Menejenen Konsep, Manfaat, dan Rekayasa** menjelaskan bahwa:

> **"Harga jual adalah biaya produksi ditambah biaya non produksi ditambah laba yang diharapkan oleh perusahaan"**
>
> **[2001;79]**

Pada umumnya, biaya tidak menentukan harga jual produk atau jasa. Harga jual suatu produk terbentuk di pasar sebagai interaksi antara jumlah

permintaan dan penawaran di pasar. Dalam penentuan biaya produk terdapat dua pendekatan; *full costing* dan *variable costing.*

Jika pendekatan *Full Costing* yang digunakan maka harga jual produk harus dapat menutup biaya penuh yang merupakan jumlah biaya produksi dan biaya non produksi, ditambah dengan laba wajar. Pada prinsipnya rumus penentuan harga jual adalah sebagai berikut:

Harga Jual = Biaya Produksi + Biaya Non Produksi + Laba yang diharapkan

Jika menggunakan pendekatan *variable costing*, harga jual produk harus dapat menutup taksiran biaya penuh, yang merupakan jumlah biaya variabel (biaya produksi variabel dan biaya non produksi variabel) dan biaya tetap (biaya produksi tetap dan biaya non produksi tetap) yang akan dikeluarkan, ditambah dengan laba wajar. Pada prinsipnya rumus penentuan harga jual adalah sebagai berikut:

Harga Jual = Biaya Variabel + Biaya Tetap + Laba yang diharapkan

Dalam penentuan harga untuk jangka panjang memiliki beberapa alternatif pendekatan, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Berbasis Pasar, Pendekatan berbasis pasar untuk penentuan harga dimulai dengan bertanya, apa yang diinginkan pelanggan kita dan bagaimana pesaing kita akan bereaksi terhadap apa yang kita lakukan, berapa harga yang harus kita bebankan?
2. Berbasis Biaya juga disebut Ditambah Biaya, Pendekatan berbasis biaya untuk penentuan harga dimulai dengan bertanya, berapa biaya yang harus

kita keluarkan untuk membuat produk ini, berapa harga yang harus kita bebankan yang akan menutup biaya kita dan mencapai sebuah pengembalian hasil yang diminta atas investasi?

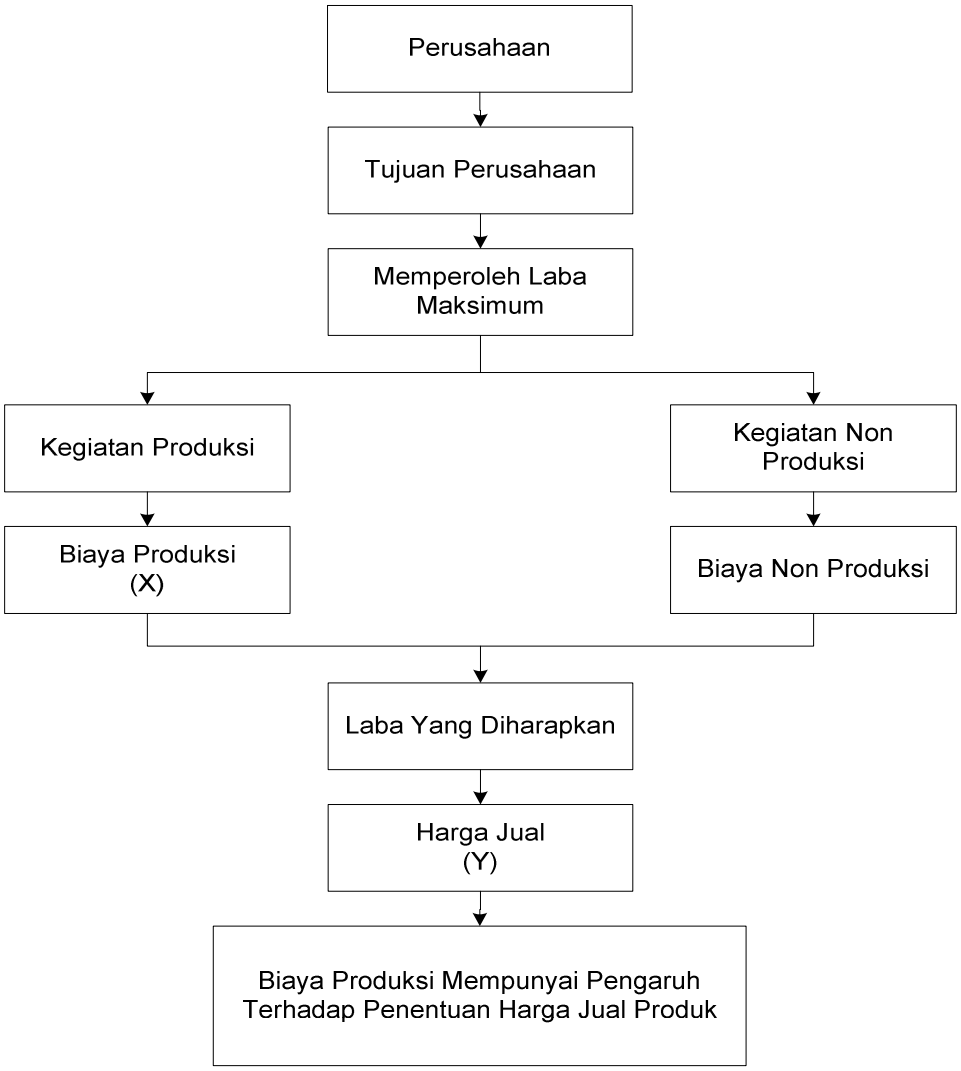
Perusahaan yang beroperasi dalam pasar yang kompetitif (misal: komoditi seperti minyak bumi dan gas alam) menggunakan pendekatan berbasis pasar. Unsur yang dihasilkan atau jasa yang diberikan oleh suatu perusahaan adalah sangat serupa dengan unsur yang dihasilkan atau diberikan oleh yang lain. Perusahaan yang berada dalam pasar ini harus menerima harga yang ditetapkan oleh pasar.

Pada perusahaan di bidang industri dimana terdapat perbedaan produk (misal: mobil, konsultan, manajemen dan jasa legal). Perusahaan menggunakan pendekatan berbasis pasar atau berbasis biaya sebagai titik awal untuk keputusan penentuan harga. Beberapa perusahaan pertama-tama melihat pada biaya dan kemudian mempertimbangkan pelanggan atau pesaing-pendekatan berbasis biaya. Yang lainnya memulai dengan mempertimbangkan pelanggan dan pesaing dan kemudian melihat pada biaya - pendekatan berbasis pasar. Kedua pendekatan itu mempertimbangkan pelanggan, kompetitor, dan biaya. Bedanya hanya pada titik awalnya. Ingatlah selalu tentang kekuatan pasar, dengan mengabaikan teknik penentuan harga yang mana yang digunakan. Pertama-tama pertimbangkan pendekatan berbasis pasar.

Adapun teori penghubung yang dikemukakan oleh **Bastian Bustami dan Nurlela** dalam bukunya yang berjudul **Akuntansi Biaya Teori dan Aplikasi** menyebutkan bahwa:

> **"Harga jual merupakan pembebanan biaya atas dasar nilai jual masing-masing produk. Terdapat hubungan secara langsung antara biaya dan harga jual, dimana harga jual dari suatu produk lebih banyak ditentukan oleh biaya produksi."**
>
> **[2006;178]**

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa harga jual membebankan biaya atas dasar nilai jual suatu produk dan terdapat hubungan secara langsung antara biaya dan harga jual, dimana harga jual dari suatu produk lebih banyak ditentukan oleh biaya produksi. Berdasarkan penjelasan tersebut biaya produksi mempunyai pengaruh terhadap penentuan harga jual produk.



Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran

2.3 Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, maka penulis dapat menyimpulkan hipotesis bahwa "biaya produksi mempunyai pengaruh terhadap penentuan harga jual produk."