

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Biaya dan Klasifikasi Biaya

2.1.1 Pengertian Biaya

Menurut Mulyadi (2018:8), “biaya diartikan dalam arti luas sebagai pengorbanan sumber ekonomi, yang dapat diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang mungkin akan terjadi untuk tujuan tertentu.”

Menurut Harnanto (2017:22), “biaya (cost) adalah jumlah uang yang dinyatakan dari sumber-sumber (ekonomi) yang dikorbankan (terjadi dan akan terjadi) untuk mendapatkan suatu atau mencapai tujuan tertentu.”

Menurut Ramdani (2020:3), “biaya merupakan biaya pengorbanan sumber ekonomis yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu.”

Dapat disimpulkan dari definisi diatas, bahwa biaya merupakan pengeluaran modal yang dilakukan perusahaan atau perorangan yang bertujuan dapat menghasilkan suatu produk berupa barang atau pun jasa.

2.1.2 Klasifikasi Biaya

Menurut Mulyadi (2016:13), Biaya dapat digolongkan menurut:

1. Objek Pengeluaran

Objek pengeluaran merupakan dasar penggolongan biaya yang terdiri dari:

a. Biaya Bahan Baku

Biaya bahan baku adalah biaya yang digunakan untuk membeli bahan baku guna memproduksi produk yang akan dijual.

b. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja adalah gaji atau upah yang diberikan kepada tenaga kerja dalam proses produksi untuk menghasilkan produk yang akan dijual.

c. Biaya Overhead Pabrik

Biaya overhead pabrik adalah biaya-biaya produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung kepada produk atau aktivitas lainnya.

2. Fungsi Pokok dalam Perusahaan

Perusahaan manufaktur biaya digolongkan menjadi tiga kelompok, yaitu:

a. Biaya Produksi

Biaya produksi adalah biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah

- bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Menurut objek pengeluarannya, secara garis besar biaya produksi ini dibagi menjadi biaya: biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik.
- b. Biaya pemasaran
Biaya pemasaran merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk. Contohnya biaya iklan, gaji karyawan pemasaran.
 - c. Biaya Administrasi dan Umum
Biaya administrasi dan umum merupakan biaya untuk mengkoordinasikan kegiatan produksi dan pemasaran produk. Contohnya gaji kegiatan keuangan, akuntansi, personalia dan bagian hubungan masyarakat.
3. Hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai
Sesuatu yang dibiayai dapat berupa produk atau departemen. Hubungannya dengan sesuatu yang dibiayai, biaya dapat digolongkan menjadi dua, yaitu:
- a. Biaya Langsung
Biaya langsung adalah biaya yang terjadi, yang penyebab satu-satunya adalah karena adanya sesuatu yang dibiayai, jika sesuatu yang dibiayai tersebut ada maka biaya langsung ini tidak akan terjadi. Biaya langsung akan lebih mudah diidentifikasi dengan sesuatu yang dibiayai. Biaya produksi langsung meliputi biaya bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung.
 - b. Biaya Tidak Langsung
Biaya tidak langsung adalah biaya yang terjadinya hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayainya. Biaya tidak langsung dalam hubungannya dengan produk tersebut dengan istilah biaya produksi tidak langsung atau biaya overhead pabrik. Biaya ini tidak mudah diidentifikasi dengan produk.
4. Perilaku dalam hubungannya dengan perubahan volume aktivitas
Dalam hubungannya dengan perubahan volume aktivitas, biaya dapat digolongkan menjadi:
- a. Biaya Variabel
Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Contohnya biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung.
 - b. Biaya Semivariabel
Biaya semivariabel adalah biaya yang berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan.
 - c. Biaya Semifixed
Biaya semifixed adalah biaya yang tetap untuk tingkat volume kegiatan tertentu dan berubah dengan jumlah konstan pada volume produksi tertentu.
 - d. Biaya Tetap

Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap dalam kisaran volume kegiatan tertentu. Contohnya biaya tetap adalah gaji manajer perusahaan.

5. Jangka Waktu Manfaatnya

Dasar jangka waktu manfaatnya, biaya dibagi menjadi dua yaitu:

a. Pengeluaran Modal (Capital Expenditure)

Pengeluaran modal adalah biaya yang mempunyai manfaat lebih dari suatu periode akuntansi. Pengeluaran modal ini pada saat terjadinya dibebankan sebagai kos aktiva, dan dibebankan dalam tahun-tahun yang menikmati manfaatnya dengan cara didepresiasi, amortisasi, atau depresi. Contohnya pembelian aktiva seperti gedung, peralatan, pengeluaran untuk riset dan pengembangan.

b. Pengeluaran pendapatan (revenue expenditure)

Pengeluaran pendapatan adalah biaya yang hanya mempunyai manfaat dalam periode akuntansi terjadinya pengeluaran. Saat terjadinya pengeluaran pendapatan ini dibebankan sebagai biaya dan dipertemukan dengan pendapatan yang diperoleh dari pengeluaran biaya tersebut. Contohnya biaya iklan.

Dapat disimpulkan dari penjelasan di atas, bahwa klasifikasi biaya adalah proses pengelompokan atas keseluruhan biaya secara sistematis ke dalam golongan-golongan tertentu untuk memberikan informasi biaya yang lengkap kepada pemimpin perusahaan dalam mengelola.

2.1.3 Perilaku Biaya

Menurut Putra (2018:153), Perilaku biaya sendiri dapat diartikan yaitu bagaimana sebuah biaya akan bereaksi atau merespons perubahan yang terjadi dalam aktivitas perusahaan. Hubungannya dapat dilihat di bawah ini:

1. Biaya Variabel

adalah biaya yang jumlahnya dapat berubah secara proporsional sesuai dengan perubahan tingkat kegiatan.

2. Biaya tetap

Adalah biaya yang jumlahnya tetap meskipun aktivitas perusahaan berubah dalam kisaran kegiatan yang relevan. Maksudnya adalah kisaran aktivitas mencakup kapasitas normal yang dimiliki perusahaan.

3. Biaya semivariabel

Adalah biaya yang memiliki sebagian karakteristik biaya tetap dan sebagian karakteristik biaya variabel. Biaya ini berfluktuasi namun tidak proporsional dalam merespon kegiatan.

Dapat disimpulkan dari penjelasan diatas, Perilaku biaya adalah aktivitas perusahaan yang berperan penting dalam pengambilan keputusan, estimasi dan evaluasi biaya di masa yang akan datang.

2.1.4 Biaya Produksi

Menurut Mulyadi (2016:14) “Biaya produksi adalah semua biaya yang dikeluarkan dalam pengolahan bahan baku menjadi produk jadi.”

Menurut Harnanto (2017:28), “Biaya produksi adalah biaya-biaya yang dianggap melekat pada produk, meliputi biaya, baik langsung maupun tidak langsung dapat diidentifikasi dengan kegiatan pengolahan bahan baku menjadi produk jadi.”

Menurut Syamsul Rivai (2019:49), “Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual.”

Dapat disimpulkan bahwa biaya produksi merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan pada saat proses produksi untuk mengubah bahan baku menjadi bahan yang akan dijual.

2.2 Harga Pokok Produksi

2.2.1 Pengertian Harga Pokok Produksi

Perhitungan harga pokok suatu barang merupakan pelaporan keuangan pada perusahaan. Penentuan ini dilakukan untuk menentukan harga jual yang nantinya digunakan manajemen untuk membandingkan dengan pendapatan yang bersamaan dengan laba rugi.

Menurut Raiborn (2016:56), “Harga pokok produksi adalah total produksi biaya barang-barang yang telah selesai dikerjakan dan ditransfer ke dalam persediaan barang jadi selama sebuah periode.”

Menurut Sulistyowati (2020:124), “Harga Pokok Produksi merupakan biaya produksi yang berasal dari penjumlahan dari tiga komponen biaya, yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya *overhead* pabrik.”

Menurut Mulyadi (2018:14), Harga pokok produksi dalam pembuatan produk terdapat dua kelompok biaya yaitu biaya produksi dan biaya nonproduksi. Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam pengolahan

bahan baku menjadi produk, sedangkan biaya nonproduksi, seperti kegiatan pemasaran dan kegiatan administrasi umum, biaya produksi membentuk harga pokok produksi, yang digunakan untuk menghitung harga pokok produk yang pada akhir periode akuntansi masih dalam proses. Biaya non produksi ditambahkan pada harga pokok produksi untuk menghitung total harga pokok produk.

Dapat disimpulkan dari definisi diatas, bahwa harga pokok produksi merupakan pengkelompokan biaya-biaya produksi yang harus dikeluarkan untuk proses produksi atau mengubah bahan baku menjadi produk jadi pada perusahaan diperiode tertentu yang bertujuan untuk memudahkan menentukan harga produk.

2.2.2 Unsur-unsur Harga Pokok Produksi

Menurut Mulyadi (2016:19), unsur-unsur harga produksi terdiri atas:

1. Biaya bahan baku langsung

Dalam melakukan proses produksi, bahan baku merupakan unsur utama yang merupakan unsur pokok dalam melakukan proses produksi. bahan baku yang diolah suatu perusahaan dapat diperoleh dari pembelian local, impor, atau penghasilan sendiri. Bahan baku yang menjadi bagian dari produk berwujud atau yang dapat digunakan dalam menyediakan jasa biasanya diklasifikasikan sebagai bahan baku langsung. Contoh: biaya air baku, biaya bahan dan alat-alat laboratorium, dan pembelian bahan kimia.

2. Biaya tenaga kerja langsung

Tenaga kerja adalah suatu usaha fisik yang dapat dilakukan oleh karyawan untuk mengolah bahan baku yang tersedia menjadi bahan jadi atau produk. Tenaga kerja yang termasuk dalam perhitungan biaya produksi ke dalam biaya tenaga kerja langsung dan biaya tenaga kerja tidak langsung. Tenaga kerja langsung adalah tenaga kerja yang terlibat langsung dalam proses produksi. contoh: upah pegawai, tunjangan dan asuransi pegawai yang terlibat langsung dalam proses memproduksi barang.

3. Biaya tenaga kerja tidak langsung

Tenaga kerja tidak langsung merupakan kompensasi yang dibayarkan kepada tenaga kerja langsung yang bekerja dipabrik tetapi tidak melakukan pekerjaan pengolahan bahan secara langsung. Contoh: upah, tunjangan, dan biaya kesejahteraan yang dikeluarkan untuk tenaga kerja tidak langsung.

4. Biaya overhead pabrik

biaya overhead pabrik adalah biaya produksi selain bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung yang terdiri dari biaya yang semuanya tidak bisa diperoleh secara langsung kepada produk atau aktivitas lainnya dalam upaya merealisasi pendapatan dalam perusahaan. Kategori biaya overhead memuat beberapa hal. Contoh: biaya pemeliharaan, rupa-rupa biaya instalasi, sumber air dan pompa, pemakaian bahan pembantu, biaya penyusutan instalasi air dan pompa, biaya pemeliharaan instalasi pengolah air.

Dapat disimpulkan dari penjelasan diatas, unsur-unsur yang diperhitungkan dalam penentuan harga pokok produksi ada empat yaitu biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, biaya tenaga kerja tidak langsung, dan biaya overhead pabrik.

2.2.3 Manfaat Harga Pokok Produksi

Manfaat harga pokok produksi menurut Mulyadi (2016:65), yaitu perusahaan yang memproduksi massa, informasi harga pokok produksi dihitung untuk jangka waktu tertentu, bermanfaat bagi manajemen yaitu:

1. Menentukan harga jual produk

Perhitungan harga pokok produksi yang dilakukan perusahaan dapat digunakan sebagai dasar untuk menentukan harga jual. Hal ini dikarenakan sebagai dasar informasi harga pokok produksi dapat menunjukkan jumlah biaya-biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan suatu produk. Namun akuntan perusahaan juga harus mempertimbangkan faktor-faktor lainnya yang dapat digunakan untuk penentuan harga jual seperti keadaan perusahaan dan peraturan pemerintah sebagai adanya campur tangan.

2. Memantau realisasi biaya produksi

Dalam melakukan proses produksi, membutuhkan informasi biaya produksi yang dikeluarkan perusahaan saat pelaksanaan produksi. oleh karena itu akuntansi biaya bertujuan untuk mengumpulkan informasi biaya produksi yang dikeluarkan, memantau apakah proses produksi mendapatkan total biaya produksi sesuai dengan yang telah diperhitungkan sebelumnya.

3. Menghitung laba atau rugi periodik

Salah satu tujuan perusahaan ialah memperoleh laba dari proses produksi dan kegiatan produksi yang dilakukan perusahaan. Informasi laba atau rugi periodik diperlukan untuk mengetahui kontribusi produk dalam menutup biaya nonproduksi dan menghasilkan laba dan rugi.

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

Perusahaan bertanggung jawab menyajikan laporan keuangan berupa neraca dan laporan laba-rugi. Dalam neraca tersebut, pihak akuntan harus

menyajikan harga pokok produksi jadi dan harga jual serta catatan-catatan biaya produksi tiap periode.

Dapat disimpulkan dari penjelasan diatas, manfaat harga pokok produksi adalah memudahkan manajemen dalam menganalisis pengendalian biaya dan tenaga kerja yang dikeluarkan berupa upah atau gaji.

2.2.4 Metode Pengumpulan Harga Pokok Produksi

Metode Harga Pokok Produksi dipakai untuk mengolompokkan biaya produksi dalam perusahaan yang memproduksi massa. Mengetahui besar biaya yang dikeluarkan perusahaan dengan pengolahan bahan baku menjadi barang jadi atau jasa yang siap dijual dan dipakai.

Menurut Mulyadi (2016:7), metode pengumpulan harga pokok produksi dibagi menjadi dua, yaitu:"

- a. Metode Harga Pokok Pesanan (*Job Order Cost Method*)
Metode ini biaya-biaya produksi dikumpulkan untuk pesanan tertentu dan kos 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.
- b. Metode Harga Pokok Proses (*Process Cost Method*)
Metode ini biaya-biaya produksi dikumpulkan untuk periode tertentu dan kos produksi per satuan produk yang dihasilkan dalam periode tersebut dihitung dengan cara membagi total biaya produksi untuk periode dengan jumlah satuan produk yang dihasilkan dalam periode yang bersangkutan.

Dapat disimpulkan dari penjelasan diatas, bahwa metode pengumpulan harga pokok produksi adalah langkah memasukan unsur biaya kedalam harga pokok produksi yang terdiri dari dua metode.

2.2.5 Metode Perhitungan Harga Pokok Produksi

Penerapan perhitungan golongan biaya-biaya sangat menentukan harga pokok produksi. metode yang digunakan pada perhitungan harga pokok produksi Menurut Mulyadi (2016:17), yaitu:

- a. Metode *Full Costing*
Metode *full costing* adalah metode dalam perhitungan harga pokok produksi yang membebankan seluruh biaya-biaya produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik, maupun biaya tetap ataupun biaya *variable*.

Kelebihan dari Harga Pokok Produksi menggunakan metode *full costing* ialah perhitungan metode *full costing* sistematis digunakan sesuai prinsip

akuntansi yang berlaku sehingga memudahkan melakukan perhitungan harga pokok produksi. Dalam proses pencatatan biaya yang masih relatif sederhana berdasarkan biaya-biaya yang ada seperti administrasi, penjualan dan produksi sehingga menghasilkan laporan laba rugi.

Pada perhitungan Harga Pokok Produksi menggunakan metode yang terdiri dari unsur biaya produksi, yaitu:

Persediaan Awal (Barang dalam Proses)		xxx
Biaya Bahan Baku	xxx	
Biaya Tenaga Kerja	xxx	
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik Tetap	xxx	
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik Variabel	xxx	
Biaya Produksi		xxx
Harga pada Saat Itu		xxx
Persediaan Akhir (Barang dalam Proses)		(xxx)
Harga Pokok Produksi		<u>xxx</u>

b. *Variable Costing*

Metode *variable costing* adalah memperhitungkan biaya produksi pada penentu harga pokok produksi yang berperilaku variable keadaan harga pokok produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik variabel. Kelebihan Harga Pokok Produksi dari menggunakan metode *variabel costing* ialah :

Dengan menggunakan *variabel costing*, laba periodik yang tidak dipengaruhi oleh tingkatan persediaan. Biaya produksi yang dihasilkan per unitnya tidak terdapat dalam biaya tetap dan mengenali biaya-biaya yang dapat dan tidak dapat dikendalikan dalam jangka pendek.

Perhitungan *Variabel Costing* menggunakan metode, yaitu:

Persediaan Awal (Barang dalam Proses)		xxx
Biaya Bahan Baku	xxx	
Biaya Tenaga Kerja	xxx	
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik Variabel	<u>xxx</u>	
Biaya Produksi		xxx

Meninjau dari penentuan harga, perbedaan pokok antara metode *full costing* dan *variabel costing* terletak pada konsep penutupan biaya (*concept of cost recovery*). Pada metode *full costing*, harga jual harus menutup total biaya baik yang bersifat variabel maupun tetap.

2.3 Harga Jual

2.3.1 Pengertian Harga Jual

Harga jual ialah besar harga yang dibebankan kepada konsumen yang diperoleh dari hitungan biaya produksi ditambah dengan biaya nonproduksi dan laba yang diharapkan.

Menurut Sodikin (2015:164) “harga jual adalah biaya atau cost ditambah dengan markup sebesar presentase tertentu dari biaya tersebut.”

Menurut Sudaryono (2016:216) “harga jual adalah suatu nilai tukar yang dapat disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seorang atau kelompok pada waktu tertentu”.

Menurut Lestari (2017:158) “harga jual adalah nilai atau angka yang telah menutupi biaya produksi secara utuh dan ditambahkan dengan laba atau keuntungan dalam jumlah yang wajar.”

Pada perusahaan Badan Usaha Milik Daerah ini penggunaan kata harga dapat diidentikkan dengan kata tarif. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), tarif adalah harga satuan jasa, aturan pungutan, dan daftar bea masuk. Begitu pula PDAM menggunakan istilah harga jual air dengan tarif air.

Dapat disimpulkan dari definisi diatas, bahwa harga jual adalah nilai akhir barang yang didapat dari penjumlahan biaya-biaya produksi dan biaya lainnya ditambah dengan keuntungan yang diinginkan perusahaan dan juga berpengaruh terhadap kelangsungan hidup perusahaan.

2.3.2 Penetapan Harga Jual

Menurut Sujarweni (2015:72) Keputusan penentuan harga jual sangat penting dalam perusahaan hal tersebut akan dapat memperbarui laba yang ingin dicapai dan juga berpengaruh terhadap kelangsungan hidup perusahaan. Maka dari itu untuk dapat menentukan harga jual yang sesuai maka perlu dihitung dengan benar-benarnya, dievaluasi serta disesuaikan dengan kondisi yang sedang dihadapi. Untuk menentukan harga jual jika terlalu rendah akan merugikan perusahaan dan akan memperngaruhi kontinuitas usaha seperti kerugian secara terus menerus apabila penjualan yang terlalu tinggi juga akan dapat berakibat larinya konsumen.

Maka sebab itu penetapan harga jual mempengaruhi laba yang ingin dicapai perusahaan dan berpengaruh terhadap kelangsungan hidup perusahaan, jadi dalam menentukan harga jual yang sesuai perlu dihitung dengan benar, dievaluasi dan disesuaikan dengan kondisi yang sedang dihadapi perusahaan.

Menentukan harga jual produk, tidak dapat dilakukan sekali saja tetapi harus selalu dievaluasi dan disesuaikan dengan kondisi yang sedang dihadapi perusahaan.

Harga memiliki dua peranan utama dalam proses pengambilan keputusan para pembeli. Menurut Fandy Tjiptono (2015:152), yaitu :

1. Peran alokasi dari harga, yaitu fungsi harga dalam membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat tertinggi yang diharapkan berdasarkan daya belinya. Dengan demikian dengan adanya harga dapat membantu para pembeli untuk memutuskan cara mengalokasikan daya belinya pada berbagai jenis barang atau jasa. Pembeli membandingkan harga dari berbagai alternatif yang tersedia, kemudian memutuskan alokasi dana yang dikehendaki.
2. Peranan informasi dari harga, yaitu fungsi harga dalam mendidik konsumen mengenai faktor-faktor produk, seperti kualitas. Hal ini terutama bermanfaat dalam situasi dimana pembeli mengalami kesulitan menilai faktor produksi atau manfaatnya secara objektif persepsi yang sering berlaku adalah bahwa harga yang mahal mencerminkan kualitas yang tertinggi. Menentukan dalam konsumen informasi tentang harga sangat dibutuhkan dimana informasi ini akan diperhatikan, dipahami, dan makna yang dihasilkan dari informasi harga ini dapat mempengaruhi perilaku konsumen.

Dapat disimpulkan dari definisi diatas, bahwa penetapan harga jual ialah keputusan yang penting dalam penentuan harga jual, karena dapat mempengaruhi laba yang dicapai perusahaan guna mempengaruhi keberlangsungan hidup perusahaan.

2.3.3 Tujuan Penetapan Harga Jual

Menurut Tjiptono (2016:220) ada tujuh tujuan utama dalam menetapkan harga yaitu:

1. Survival (Kelangsungan hidup)
Menetapkan tingkat harga sedemikian rupa sehingga perusahaan dapat meningkatkan volume penjualan untuk menutup biaya-biaya yang dikeluarkan.
2. Laba
Mengidentifikasi tingkat harga dan biaya yang memungkinkan perusahaan untuk memaksimalkan laba.
3. Return On Investment (ROI)
Mengidentifikasi tingkat harga yang memungkinkan perusahaan mencapai tingkat ROI yang diharapkan.
4. Pangsa Pasar

Menetapkan tingkat harga agar perusahaan dapat mempertahankan atau meningkatkan penjualan secara relatif dibandingkan dengan penjualan para pesaing.

5. Aliran Kas
Meningkatkan harga sedemikian rupa sehingga dapat memaksimalkan pengembalian kas secepat mungkin.
6. Status Quo
Mengidentifikasi tingkat harga yang dapat menstabilkan permintaan dan penjualan.
7. Kualitas Produk
Menetapkan harga untuk menutup biaya riset dan pengembangan, serta menciptakan citra kualitas tinggi.

Dapat disimpulkan dari penjelasan diatas, bahwa tujuan penetapan harga jual dibagi menjadi 7 yaitu survival, laba, return on investment, pangsa pasar, aliran kas, status quo, kualitas produk. Tujuan penetapan harga yaitu dapat memperoleh keuntungan dan penghasilan yang maksimal, dapat mempertahankan para konsumen dengan menetapkan harga yang standar, dan dapat menguasai pangsa pasar serta mencegah persaingan harga.