

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Pengertian Akuntansi Biaya**

Akuntansi biaya adalah sebuah kegiatan pencatatan, pengkalsifikasian, pembuatan, hingga pelaporan semua transaksi atau biaya yang terjadi dari proses produksi hingga distribusi penjualan produk atau jasa. Selain itu, akuntansi biaya juga bias diartikan sebagai sebuah alat untuk keperluan produksi dan pemasaran produk.

Sedangkan menurut para ahli yaitu sebagai berikut :

Menurut Mulyadi (2016 : 7) yaitu : “Akuntansi biaya adalah proses pencatatan dan penyajian biaya pembuatan dan penjualan produk atau jasa dengan cara – cara tertentu serta penafsiran terhadapnya.”

Menurut Siregar (2014 : 17) yaitu : “Akuntansi biaya adalah proses pengukuran, penganalisaan, perhitungan, dan pelaporan biaya profitabilitas dan kinerja operasi untuk kepentingan internal perusahaan.”

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa akuntansi biaya adalah proses yang dilakukan manajemen melakukan pencatatan, pengukuran, serta laporan biaya.

#### **2.2 Pengertian Biaya dan Klasifikasi Biaya**

##### **2.2.1 Pengertian Biaya**

Menurut Supriyono (1999 : 16) “biaya adalah harga perolehan yang dikorbankan atau digunakan rangka memperoleh penghasilan atau revenue yang akan dipakai sebagai pengurang penghasilan”.

Menurut Simamora (2002 : 36) “Biaya adalah kas atau nilai setara kas yang dikorbankan untuk barang atau jasa yang diharapkan memberikan manfaat pada saat ini atau di masa mendatang bagi organisasi.”

Sedangkan menurut Mulyadi (2001 : 8) “Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis yang di ukur satuan uang yang telah terjadi, sedang terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu.

Jadi dari pernyataan para ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa, biaya adalah semua pengorbanan yang perlu dilakukan untuk melaksanakan suatu proses produksi, yang dinyatakan dengan satuan uang sesuai harga pasar yang berlaku, baik yang sudah terjadi maupun yang akan terjadi.

### 2.2.2 Klasifikasi Biaya

Menurut Siregar (2014 : 25), pengklasifikasian biaya sebagai berikut :

1. Hubungan biaya dengan produk berdasarkan hubungannya dengan produk biaya dapat digolongkan menjadi dua :
  - a. Biaya langsung (*direct cost*) Biaya langsung adalah biaya yang dapat di telusur ke produk.
  - b. Biaya tidak langsung (*indirect cost*) Biaya tidak langsung adalah biaya yang tidak dapat secara langsung di telusur produk.
2. Hubungan biaya dengan volume kegiatan berdasarkan hubungannya dengan perubahan kegiatan ini, biaya di klasifikasikan menjadi tiga :
  - a. Biaya variabel (*variable cost*) Biaya variable adalah biaya yang jumlah totalnya berubah proporsional dengan perubahan volume kegiatan atau produksi tetapi jumlah per unitnya tidak berubah.
  - b. Biaya tetap (*fixed cost*) Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tidak terpengaruh oleh volume kegiatan dalam kisaran volume tertentu.
  - c. Biaya campuran (*mixed cost*) Biaya campuran adalah biaya yang jumlahnya terpengaruh oleh volume kegiatan perusahaan tetapi tidak secara proporsional.
3. Elemen biaya produksi apabila biaya diklasifikasi berdasarkan elemen biaya produksi maka biaya dibagi mejadi tiga yaitu :
  - a. Biaya bahan baku (*raw material cost*) Biaya bahan baku adalah besarnya nilai bahan baku yang dimasukkan kedalam proses produksi untuk di ubah menjadi barang jadi.
  - b. Biaya tenaga kerja langsung dan tidak langsung (*direct labour cost*) Biaya tenaga kerja langsung adalah biaya tenaga kerja yang secara langsung berhubungan dengan produksi barang jadi. Biaya tenaga kerja tidak langsung adalah upah atau gaji tenaga kerja yang tidak berhubungan langsung dengan produksi barang jadi.
  - c. Biaya overhead pabrik (*manufacture overhead cost*) Biaya overhead pabrik adalah biaya - biaya yang terjadi di pabrik selain biaya bahan baku maupun biaya tenaga kerja langsung.

4. Fungsi pokok perusahaan. Berdasarkan fungsi pokok perusahaan, biaya dapat diklasifikasi menjadi tiga :
  - a. Biaya produksi (*production cost*) Biaya produksi terdiri atas jenis biaya, yaitu bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik.
  - b. Biaya pemasaran (*marketing expense*) Biaya pemasaran meliputi berbagai biaya yang terjadi untuk memasarkan produk dan jasa.
  - c. Biaya administrasi dan umum (*general and administrative expense*) Biaya administrasi dan umum adalah biaya yang terjadi dalam rangka mengarahkan, menjalankan, dan mengendalikan perusahaan untuk memproduksi barang jadi.
5. Hubungan biaya dengan proses pokok manajerial proses pokok manajerial meliputi perencanaan, pengendalian dan penilaian kerja.

Menurut Bustami (2011 : 11), mengatakan pengklasifikasian biaya yang umum digunakan adalah biaya dalam hubungan dengan sebagai berikut :

1. Biaya dalam hubungan dengan produk adalah biaya yang digunakan dalam proses produksi yang terdiri :
  - a. Biaya bahan baku langsung adalah bahan baku yang merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari produk selesai dan dapat ditelusuri langsung kepada produk selesai.
  - b. Biaya tenaga kerja langsung adalah tenaga kerja yang digunakan dalam merubah atau mengonversi bahan baku menjadi produk selesai dan dapat ditelusuri secara langsung kepada produk selesai.
  - c. Biaya overhead pabrik adalah biaya selain bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung tetapi membantu mengubah bahan menjadi produk jadi. Biaya dalam hubungan dengan volume produksi.
2. Biaya dalam hubungan dengan volume atau perilaku biaya dapat biaya dalam hubungan dengan departemen produksi. Adapun pengelompokan biaya dihubungannya dengan departemen produksi yaitu :
  - a. Biaya hubungan dengan periode waktu
  - b. Biaya hubungannya dengan pengambilan keputusan.

Menurut Mulyadi (2012 : 13) terdapat berbagai macam cara penggolongan biaya, yaitu :

  1. Penggolongan biaya menurut objek pengeluaran objek pengeluaran merupakan dasar penggolongan biaya. Misalnya nama objek pengeluaran adalah bahan baku, maka semua pengeluaran yang berhubungan dengan bahan baku disebut “biaya bahan bakar”.
  2. Penggolongan biaya menurut fungsi pokok dalam perusahaan industri, ada tiga fungsi pokok, yaitu fungsi produksi, fungsi pemasaran, dan fungsi administrasi dan umum.

3. Penggolongan biaya menurut hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai.
4. Penggolongan biaya menurut perilaku dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan.
5. Penggolongan biaya atas dasar jangka waktu manfaatnya.

Berdasarkan klasifikasi biaya menurut para ahli dapat disimpulkan bahwa dalam pengklasifikasikan biaya yaitu terdapat biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik.

## **2.3 Pengertian dan Unsur Harga Pokok Produksi**

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

Berikut ini akan dijelaskan mengenai definisi dari harga pokok produksi yang dikemukakan oleh beberapa ahli :

Menurut Bustami dan Nurlela (2010 : 49),

Harga pokok produksi adalah Kumpulan biaya produksi yang terdiri dari bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik ditambah persediaan produk proses awal dan dikurang persediaan produk proses akhir. Harga pokok produksi terikat pada periode waktu tertentu. Harga pokok produksi akan sama dengan biaya produksi apabila tidak ada persediaan produk diawal dan akhir.

Menurut Mulyadi (2010 : 14),

Harga pokok produksi pembuatan produk terdapat dua kelompok biaya yaitu biaya produksi dan biaya non produksi. Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan pengolahan bahan baku menjadi produk, sedangkan biaya non produksi merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan non produksi, 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.

Menurut Raibon dan Kinney (2011 : 56) menjelaskan bahwa “Harga pokok produksi adalah total produksi biaya barang-barang yang telah selesai dikerjakan dan di transfer ke dalam persediaan barang jadi selama sebuah periode.”

Berdasarkan definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa harga pokok produksi adalah semua biaya, baik langsung maupun tidak langsung yang dikeluarkan untuk memproduksi suatu barang selama periode tertentu dimana biaya-biaya tersebut terdiri dari total biaya bahan langsung, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik.

### 2.3.2 Unsur-unsur Harga Pokok Produksi

Unsur – unsur yang membentuk harga pokok produksi adalah biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik. Pada umumnya biaya bahan baku langsung dan biaya tenaga kerja tidak langsung disebut juga biaya utama (*prime cost*), sedangkan yang lainnya disebut biaya konversi (*conversion cost*). Biaya-biaya ini dikeluarkan untuk mengubah bahan baku menjadi bahan jadi.

Yang termasuk diunsur-unsur harga pokok produksi adalah sebagai berikut :

Menurut Siregar (2014 : 28), biaya-biaya produksi dibedakan berdasarkan elemen-elemen, yang dimana elemen tersebut dibedakan menjadi tiga yaitu :

1. Biaya bahan baku langsung (*raw material cost*). Biaya bahan baku adalah besarnya nilai bahan baku yang dimasukkan kedalam proses produksi untuk diubah menjadi barang jadi.
2. Biaya tenaga kerja langsung (*direct labor cost*). Biaya tenaga kerja adalah besarnya biaya yang terjadi untuk menggunakan tenaga karyawan dalam mengerjakan proses produksi.
3. Biaya overhead pabrik (*manufacturer overhead cost*). Biaya overhead pabrik adalah biaya-biaya yang terjadi di pabrik selain biaya bahan baku maupun biaya tenaga kerja langsung.

Dunia dan Abdullah (2012 : 23), menjelaskan bahwa biaya ini di klasifikasikan dalam tiga elemen utama sehubungan dengan tiga elemen utama sehubungan dengan produk yang dihasilkan yaitu :

1. Biaya bahan langsung (*direct material cost*). Merupakan biaya Perolehan dan seluruh bahan langsung yang menjadi bagian yang integral yang membentuk barang jadi (*finished goods*).
2. Biaya tenaga kerja langsung (*direct labour cost*). Merupakan upah dan semua tenaga kerja langsung yang secara spesifik baik menggunakan tangan maupun mesin ikut dalam proses produksi untuk menghasilkan suatu produk atau barang jadi.

3. Biaya overhead pabrik (*factory overhead*). Adalah semua biaya untuk memproduksi suatu produk selain dari bahan langsung dan tenaga kerja langsung.

Berdasarkan unsur – unsur harga pokok produksi yang dinyatakan oleh para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa unsur – unsure harga pokok produksi adalah biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik.

### 2.3.3 Metode dan Perhitungan Harga Pokok Produksi

Metode yang digunakan untuk menghitung harga pokok produksi yaitu dengan dua pendekatan yaitu metode *full costing* dan *variabel costing*.

#### 1. Metode *Full Costing*

Menurut Mulyadi (2015 : 18) metode perhitungan harga pokok produksi dengan pendekatan *full costing* merupakan “Penentuan harga produksi yang memperhitungkan semua unsure biaya produksi ke harga pokok produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik, baik yang bersifat variable maupun tetap”. Perhitungan harga pokok produksi menurut Mulyadi dengan metode *full costing* sebagai berikut :

Biaya bahan baku	Rp xxx
Biaya tenaga kerja	Rp xxx
Biaya overhead pabrik variabel	Rp xxx
Biaya overhead pabrik tetap	Rp xxx
Harga pokok produksi	Rp xxx

#### 2. Metode *Variabel Costing*

Menurut Mulyadi (2015:18) metode perhitungan harga pokok produksi dengan pendekatan *variabel costing* merupakan “Penentuan harga pokok produksi yang memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku variabel, harga pokok produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik”. Perhitungan harga pokok

produksi menurut Mulyadi dengan metode *variabel costing* yaitu sebagai berikut:

Biaya bahan baku	Rpxxx
Biaya tenaga kerja	Rpxxx
Biaya overhead pabrik	<u>Rpxxx</u>
Harga pokok produksi	Rpxxx

## **2.4 Pengertian, Tujuan, dan Metode Penetapan Harga Jual**

### **2.4.1 Pengertian Harga Jual**

Harga merupakan elemen bauran pemasaran yang dapat menghasilkan pendapatan melalui penjualan. Oleh karena itu, perusahaan harus dapat menetapkan harga produknya dengan baik dan tepat sehingga konsumen tertarik dan mau membeli produk yang ditawarkan agar perusahaan mendapatkan keuntungan. Harga dapat mempengaruhi persepsi pembeli, arus keuangan, dan menentukan posisi merek. Karena hal tersebut harga menjadi suatu ukuran atau standar mengenai mutu produk sehingga pembeli mengalami kesulitan dalam mengkritisi produk yang kompleks.

### **2.4.2 Tujuan Penetapan Harga**

Menurut angipora dalam Krisdayanto (2018 : 3) yaitu :

1. Memaksimalkan penjualan dan penetrasi pasar  
Hal yang dilakukan agar mampu menarik perhatian konsumen yang menjadi target pasar, maka perusahaan perlu dan harus melakukan penetapan harga yang rendah. Dengan harga yang rendah ini, akan menjadi pendorong dalam meningkatkan permintaan yang datang pesaing.
2. Mempertahankan kualitas pelayanan  
Hal yang dilakukan dalam menjaga target pasar dari pesaing bisnis maka perlu sebuah teknik yakni teknik menyesuaikan harga menjadi lebih murah dibandingkan dengan harga pesaing. Karena penurunan harga ini akan membuat konsumen tetap setia dengan produk yang ditawarkan.
3. Mendapatkan atau memaksimalkan keuntungan  
Jika suatu perusahaan sudah mencapai tahapan dalam penetapan harga suatu produk maka dalam memperhitungkan tingkat keuntungan yang ingin diperoleh. Dan jika keuntungan yang ingin dicapai akan semakin

meningkat maka harga yang akan ditetapkan untuk ditawarkan kepada konsumen pun akan menjadi tinggi.

Sedangkan tujuan penetapan harga secara khusus meliputi :

1. Mencapai penghasilan atas investasi
2. Kestabilan harga
3. Mempertahankan atau meningkatkan bagian dalam pasar
4. Menghadapi atau mencegah persaingan
5. Penetapan harga untuk memaksimalkan laba

### 2.4.3 Metode Penetapan Harga

Berbagai macam metode dalam menentukan harga dapat digunakan. Penetapan harga biasanya dilakukan untuk menambah nilai atau besarnya biaya produksi yang diperhitungkan terhadap biaya yang dikeluarkan dan pengorbanan tenaga dan waktu dalam memproses barang ataupun jasa. Penetapan harga jual suatu produk, suatu perusahaan harus memperhatikan berbagai pihak seperti konsumen akhir, penyalur, pesaing, penyuplai dana, para pekerja, dan pemerintah. Karena tingkat harga tidak terlepas dari daya beli konsumen, reaksi para pesaing, jenis produk dan elastisitas permintaan serta tingkat keuntungan perusahaan.

Mulyadi (2014: 348), ada tiga metode yang dipakai di metode penentuan harga jual, yaitu:

1. Penentuan Harga Jual Normal (*Normal Price*)  
Metode penentuan harga jual normal sering disebut juga dengan istilah *cost plus pricing*, yang mempunyai arti bahwa harga jual ditentukan dengan menambahkan biaya masa yang akan datang dengan presentase *mark up*. Dikeadaan normal harga jual dapat dihitung dengan menggunakan rumus:  

$$\text{Harga Jual} = \text{Taksiran Biaya Penuh} + \text{Laba yang diharapkan}$$
2. Penentuan Harga Jual dalam *Cost Type Contract*  
Dalam metode ini pihak pembeli setuju untuk membeli produk atau jasa berupa bentuk kontrak atau perjanjian berdasarkan harga yang didasarkan pada total biaya yang sesungguhnya dikeluarkan oleh produsen ditambahkan dengan laba yang dihitung sebesar presentase tertentu dari total biaya sesungguhnya tersebut. Harga jual dibebankan kepada konsumen dihitung berdasarkan biaya sesungguhnya yang telah dikeluarkan untuk memproduksi dan memasarkan produk tersebut.
3. Penentuan Harga Jual Pesanan Khusus



Pesanan khusus merupakan pesanan yang diterima oleh perusahaan diluar pesanan regular. Konsumen yang melakukan pesanan ini meminta harga dibawah harga normal yang berada dibawah biaya penuh, karena biaya pesanan khusus mencakup jumlah yang cukup besar. Mempertimbangkan penerimaan khusus, informasi akuntansi diferensial merupakan dasar yang dipakai dalam penentuan harga jual.

Menurut Mulyadi (2009:32) ada tiga konsep yang dapat digunakan untuk menentukan harga jual, antara lain:

1. Konsep Biaya Total

Berdasarkan konsep ini, harga jual ditentukan dari biaya total, yaitu penjumlahan dari biaya produksi, biaya pemasaran, biaya administrasi umum, dan jumlah laba yang diinginkan oleh perusahaan atau dapat diformulasikan sebagai berikut:

$$\text{Harga Jual} = \frac{\text{Biaya Produksi} + \text{Biaya Pemasaran} + \text{Biaya Administrasi} + \text{Markup}}{\text{Jumlah Produksi}}$$

Pengertian *Markup* dalam konsep ini adalah laba yang diinginkan.

2. Konsep Biaya Produk

Berdasarkan konsep biaya produk, harga jual ditentukan dari biaya produksi ditambah dengan *Markup*.

$$\text{Harga Jual} = \text{Biaya Produk} + \text{Markup}$$

Pengertian *Markup* di konsep ini adalah laba yang di kehendaki ditambah dengan biaya pemasaran serta biaya administrasi umum.

3. Konsep Biaya Variabel

Konsep yang disebut dengan *contribution approach*, harga jual ditentukan dari biaya variabel, biaya produk variabel, biaya pemasaran variabel, dan biaya administrasi umum variabel ditambah dengan *Markup*.

$$\text{Harga Jual} = \text{Biaya Variabel} + \text{Markup}$$

Pengertian *Markup* dalam konsep ini adalah laba yang diinginkan ditambah semua biaya bersifat tetap.

$$\text{Markup} = \frac{\text{Laba yang diinginkan} + \text{Biaya Produksi tetap} + \text{Biaya Pemasaran Tetap} + \text{Biaya Administrasi Umum Tetap}}{\text{Jumlah Produksi}}$$