

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian dan Klasifikasi Biaya

2.1.1 Pengertian Biaya

“Biaya dalam arti luas adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu, ada empat unsur pokok dalam definisi biaya tersebut yaitu biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi, diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang secara potensial akan terjadi, pengorbanan tersebut untuk tujuan tertentu, sedangkan pengertian biaya dalam arti sempit diartikan sebagai pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh aktiva” (Mulyadi, 2018:8).

“Biaya (*cost*) adalah kas atau nilai ekuivalen kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat saat ini atau dimasa mendatang bagi organisasi. Ekuivalen kas adalah sumber non kas yang dapat diukur dengan barang atau jasa yang diinginkan” (Lestari & Permana 2017:14).

Berdasarkan pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dengan satuan uang untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat saat ini atau dimasa mendatang.

2.1.2 Klasifikasi Biaya

Klasifikasi biaya adalah proses pengelompokan atas elemen-elemen yang termasuk ke dalam biaya secara sistematis ke dalam kelompok-kelompok tertentu yang lebih ringkas sehingga dapat mempermudah pihak manajemen dalam menganalisis data-data produksi yang akan dilaporkan suatu program kerja yang lebih terpadu dan dapat diandalkan. Berikut klasifikasi biaya menurut ahli:

Menurut Mulyadi (2018:13) terdapat berbagai macam cara penggolongan biaya yaitu :

1. Penggolongan Biaya Menurut Objek Pengeluaran.

Dalam cara penggolongan ini, nama objek pengeluaran merupakan dasar penggolongan biaya. Dalam hubungannya dengan objek pengeluaran, biaya dapat digolongkan menjadi:

 - a. Biaya Bahan Baku

Biaya bahan baku adalah seluruh biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk membeli dan mengolah bahan baku menjadi barang jadi baik bahan baku langsung maupun bahan baku tidak langsung. Sebagai contoh perusahaan garmen. Perusahaan mengeluarkan biaya bahan baku berupa kain untuk kemudian diolah menjadi barang jadi.
 - b. Biaya Tenaga Kerja

Biaya tenaga kerja merupakan biaya yang dikeluarkan untuk membayar upah tenaga kerja baik tenaga kerja yang langsung berhubungan dengan proses produksi maupun yang tidak secara langsung berhubungan dengan proses produksi.
 - c. Biaya *Overhead* Pabrik

Biaya *overhead* pabrik adalah biaya yang dikeluarkan untuk mendukung proses produksi. Biaya *overhead* ini tidak secara langsung berkaitan dengan proses produksi namun membantu kelancaran proses produksi. Beberapa contoh biaya *overhead* pabrik adalah biaya bahan baku tidak langsung, biaya tenaga kerja tidak langsung, biaya penyusutan peralatan, biaya listrik, dan biaya lainnya.
2. Penggolongan Biaya Menurut Fungsi Pokok dalam Perusahaan.

Dalam perusahaan industri, 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 yaitu:

 - a. Biaya Produksi

Merupakan biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk yang siap untuk jual.
 - b. Biaya Pemasaran

Merupakan biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk.
 - c. Biaya Administrasi dan Umum

Merupakan biaya untuk mengordinasikan kegiatan produksi dan pemasaran produk.
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 golongan:

 - a. Biaya Langsung (*direct cost*)

Biaya langsung adalah biaya yang terjadi, yang penyebab satu-satunya adalah karena adanya sesuatu yang dibiayai. Jika sesuatu yang

dibiayai tersebut tidak ada, maka biaya langsung ini tidak akan terjadi. Dengan demikian biaya langsung akan mudah diidentifikasi dengan sesuatu yang dibiayai.

- b. **Biaya Tidak Langsung (*indirect cost*)**
Biaya tidak langsung adalah biaya yang terjadinya tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai. Biaya tidak langsung dalam hubungannya dengan suatu produk disebut dengan istilah biaya produksi tidak langsung atau biaya overhead pabrik (*factory overhead cost*). Biaya ini tidak mudah diidentifikasi dengan produk tertentu.
4. **Penggolongan Biaya Menurut Perilaku dalam Hubungannya dengan Perubahan Volume Kegiatan.**
Dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan, biaya dapat digolongkan menjadi:
 - a. **Biaya Variabel**
Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan.
 - b. **Biaya Semi Variabel**
Biaya semi variabel adalah biaya yang berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Biaya semivariabel mengandung unsur biaya tetap dan unsur biaya variabel.
 - c. **Biaya Tetap**
Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap dalam kisaran volume kegiatan tertentu.
 5. **Penggolongan Biaya Atas Dasar Jangka Waktu Manfaatnya.**
Atas dasar jangka waktu manfaatnya, biaya dapat dibagi menjadi dua yaitu:
 - a. **Pengeluaran Modal (*capital expenditures*)** adalah biaya yang mempunyai manfaat lebih dari satu periode akuntansi, (biasanya periode akuntansi adalah satu tahun kalender).
 - b. **Pengeluaran Pendapatan (*revenue expenditures*)** adalah biaya yang hanya mempunyai manfaat dalam periode akuntansi terjadinya pengeluaran tersebut.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya klasifikasi biaya disusun untuk tujuan suatu biaya bagi manajemen, tergantung pada tujuan yang ingin dicapai manajemen yang bersangkutan.

2.2 Pengertian Harga Pokok Produksi

Harga pokok produksi dapat digunakan sebagai salah satu dasar untuk menentukan harga jual suatu produk. Ketetapan dalam melakukan perhitungan harga pokok produksi mutlak dibutuhkan karena apabila terjadi kesalahan dalam perhitungan akan menyebabkan kerugian bagi perusahaan. Berikut pengertian harga pokok produksi menurut para ahli:

Menurut Mulyadi (2018:65) "Harga pokok produksi adalah semua biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi suatu barang atau jasa selama periode bersangkutan. Dengan kata lain, bahwa harga pokok produksi merupakan biaya untuk memperoleh barang jadi yang siap jual."

"Harga pokok produksi adalah sejumlah kas atau aset lainnya yang digunakan untuk memperoleh dan mengolah bahan baku sampai menjadi barang jadi" (Sodikin 2018:280). Menurut Riwayadi (2019:43) "Harga pokok produksi adalah biaya yang terjadi dalam fungsi produksi. Fungsi produksi adalah fungsi yang mengelola bahan baku menjadi barang jadi."

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa harga pokok produksi adalah seluruh biaya langsung maupun tidak langsung yang dikeluarkan untuk memproduksi barang dan dapat digunakan untuk menentukan harga jual produk dalam suatu periode tertentu.

2.3 Manfaat Perhitungan Harga Pokok Produksi

Menurut Mulyadi (2018:65) manfaat dari perhitungan harga pokok produksi secara garis besar adalah sebagai berikut:

- a. **Menentukan Harga Jual Produk**
Perusahaan yang memproduksi bertujuan memproses produknya untuk memenuhi persediaan di gudang, dengan demikian biaya produksi dihitung untuk jangka waktu tertentu untuk menghasilkan informasi biaya produksi per satuan produk. Biaya produksi per unit merupakan salah satu data yang dipertimbangkan untuk menentukan harga jual produk.
- b. **Memantau Realisasi Biaya Produksi**
Informasi biaya produksi yang dikeluarkan dalam jangka waktu tertentu digunakan untuk memantau apakah produksi mengkonsumsi total biaya produksi sesuai dengan yang diperhitungkan sebelumnya. Dalam hal ini, informasi biaya produksi digunakan untuk membandingkan antara perencanaan dengan realisasi.
- c. **Menghitung Laba Rugi Periodik**
Laba atau rugi bruto dihitung dengan membandingkan harga jual produk per satuan dengan biaya produksi per satuan. Informasi laba atau rugi bruto diperlukan untuk mengetahui kontribusi produk dalam menutup biaya non produksi dan menghasilkan laba atau rugi.
- d. **Menentukan Harga Pokok Persediaan Produk Jadi dan Produk Proses yang Disajikan dalam Neraca.**
Saat manajemen dituntut untuk membuat pertanggungjawaban secara periodik, manajemen harus menyajikan laporan keuangan berupa neraca dan persediaan laporan laba rugi yang didalamnya terdapat informasi

harga pokok persediaan produk jadi dan harga pokok persediaan produk dalam proses. Biaya yang melekat pada produk jadi yang belum terjual, dalam neraca disajikan dalam harga pokok persediaan produk jadi. Biaya produksi yang melekat pada produk yang pada tanggal neraca masih dalam proses pengerjaan disajikan dalam neraca sebagai harga pokok persediaan produk dalam proses.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa manfaat perhitungan harga pokok produksi adalah untuk menentukan harga jual produk, memantau realisasi biaya produksi, menghitung laba atau rugi periodik, dan menentukan harga pokok persediaan produk jadi dan produk dalam proses yang disajikan dalam neraca.

2.4 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 langsung disebut juga dengan biaya utama (*prime cost*), sedangkan yang lainnya disebut dengan biaya konversi (*conversion cost*). Biaya-biaya ini dikeluarkan untuk mengubah bahan baku menjadi barang jadi.

Menurut Mulyadi (2018:68) menyatakan unsur-unsur harga pokok produksi sebagai berikut:

1. **Biaya Bahan Baku Langsung**
Biaya bahan baku merupakan biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan bahan baku hingga siap digunakan, termasuk biaya angkut, penyimpanan, dan operasional. Biaya bahan baku jumlahnya relatif sangat besar dalam rangka menghasilkan suatu jenis *output*. Bahan baku yang diolah dalam perusahaan industri dapat diperoleh dari pembelian atau pengolahan sendiri.
2. **Biaya Tenaga Kerja Langsung**
Tenaga kerja langsung adalah tenaga kerja yang terlibat secara langsung dalam proses produksi dan dapat dibebankan secara layak ke produk yang diproduksi. Maka biaya tenaga kerja langsung (*direct laborcost*) adalah upah atau kompensasi yang dibayarkan kepada tenaga kerja langsung yang bekerja di bagian produksi.
3. **Biaya *Overhead* Pabrik**
Biaya *overhead* pabrik merupakan biaya produksi selain bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung yang terdiri dari biaya yang semuanya tidak dapat ditelusuri secara langsung kepada produk atau aktivitas lainnya dalam upaya merealisasi pendapatan perusahaan. Dalam

menentukan biaya *overhead* pabrik ada 3 cara penggolongan yaitu:

- a. Penggolongan biaya *overhead* pabrik menurut sifatnya
 - 1) Biaya bahan penolong;
 - 2) Biaya reparasi dan pemeliharaan;
 - 3) Biaya tenaga kerja tidak langsung;
 - 4) Biaya yang timbul sebagai akibat penilaian terhadap aktiva tetap;
 - 5) Biaya yang timbul sebagai akibat berlalunya waktu;
 - 6) Biaya *overhead* pabrik lain yang secara langsung memerlukan pengeluaran uang tunai.
- b. Penggolongan biaya *overhead* pabrik menurut perilakunya dalam hubungan dengan perubahan volume produksi
 - 1) Biaya *overhead* pabrik variabel;
 - 2) Biaya *overhead* pabrik tetap;
 - 3) Biaya *overhead* pabrik semi variabel.
- c. Penggolongan biaya *overhead* pabrik menurut hubungannya dengan departemen
 - 1) Biaya *overhead* pabrik langsung;
 - 2) Biaya *overhead* pabrik tidak langsung

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa unsur-unsur dalam harga pokok produksi terdiri atas biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik.

2.5 Metode Pengumpulan Harga Pokok Produksi

Menurut mulyadi (2018:86) metode pengumpulan harga pokok produksi dapat dibagi menjadi dua, yaitu:

1. Metode Harga Pokok Pesanan (*Job Order Cost Method*)
 - a. Pengertian metode harga pokok pesanan
Metode harga pokok pesanan merupakan metode biaya-biaya produksinya dikumpulkan untuk pesanan tertentu dan harga pokok per satuan produk yang dihasilkan untuk memenuhi pesanan tersebut dihitung dengan membagi total biaya produksi untuk pesanan tersebut dengan jumlah satuan produk dalam pesanan yang bersangkutan.
 - b. Karakteristik metode harga pokok pesanan
 - 1) Perusahaan memproduksi berbagai macam produk sesuai dengan spesifikasi pemesan dan setiap jenis produk perlu dihitung harga pokok produksinya secara individual;
 - 2) Biaya produksi harus digolongkan berdasarkan hubungannya dengan produk menjadi dua kelompok yaitu biaya produksi langsung dan biaya produksi tidak langsung;
 - 3) Biaya produksi langsung terdiri dari biaya bahan baku langsung dan biaya tenaga kerja langsung sedangkan biaya produksi tidak langsung disebut dengan istilah biaya *overhead* pabrik;

- 4) Biaya produksi langsung diperhitungkan sebagai harga pokok produksi pesanan tertentu berdasarkan biaya yang sesungguhnya terjadi, sedangkan biaya *overhead* pabrik diperhitungkan ke dalam harga pokok pesanan berdasarkan tarif yang ditentukan di muka;
 - 5) Harga pokok produksi per unit dihitung pada saat pesanan selesai diproduksi dengan cara membagi total biaya produksi untuk pesanan tersebut dengan jumlah satuan produk dalam pesanan yang bersangkutan.
- c. Manfaat informasi harga pokok pesanan
- 1) Menentukan harga jual yang akan dibebankan pada pemesan;
 - 2) Mempertimbangkan penolakan atau penerimaan pesanan;
 - 3) Memantau biaya produksi;
 - 4) Menghitung laba atau rugi tiap pesanan;
2. Metode Harga Pokok Proses (*Process Cost Method*)
- a. Pengertian metode harga pokok proses
- Metode harga pokok proses merupakan metode yang biaya produksi dikumpulkan untuk setiap proses selama dalam proses tertentu, dan biaya produksi per satuan dihitung dengan cara membagi total biaya produksi dalam proses tertentu, selama periode tertentu dengan jumlah yang bersangkutan.
- b. Karakteristik metode harga pokok proses
- 1) Biaya-biaya dibebankan ke perkiraan BDP departemen;
 - 2) *Cost of production report* dipakai untuk mengumpulkan, meringkas, dan menghitung total biaya dan unit biaya.
 - 3) Produksi yang masih dalam proses pada akhir periode dinyatakan dengan unit ekuivalen.
 - 4) Harga pokok unit yang diselesaikan di departemen tertentu ditransfer ke departemen berikutnya untuk tujuan menentukan total biaya dari *finished goods* selama satu periode dan biaya-biaya yang dibebankan ke unit yang masih dalam proses.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa metode pengumpulan harga pokok produksi terdiri atas metode harga pokok pesanan (*job order cost method*) dan metode harga pokok proses (*process cost method*).

2.6 Metode Perhitungan Harga Pokok Produksi

Menurut Mulyadi (2018:90) ada dua metode perhitungan harga pokok produksi yaitu:

1. Metode *Full Costing*

Metode *Full Costing* adalah 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. Harga Pokok Produksi menurut metode *Full Costing* dengan rumus sebagai berikut:

Biaya bahan baku	XXX
Biaya tenaga kerja langsung	XXX
Biaya overhead pabrik variabel	XXX
Biaya overhead pabrik tetap	XXX
Harga pokok produksi	XXX

2. Metode *Variabel Costing*

Metode *Variabel Costing* adalah penentuan harga pokok yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku variabel ke dalam harga pokok produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik variabel. Harga Pokok Produksi menurut metode *Variabel Costing* dengan rumus sebagai berikut:

Biaya bahan baku	XXX
Biaya tenaga kerja langsung	XXX
Biaya overhead pabrik variabel	XXX
Harga pokok produksi	XXX

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa metode perhitungan harga pokok produksi terdiri atas metode *full costing* dan metode *variabel costing*.

2.7 Harga Jual

Harga jual produk yang ditetapkan oleh suatu perusahaan, tentu harga jual yang dapat bersaing di pasaran. Penentu harga jual yang dapat bersaing bukanlah suatu hal yang yang muda di lakukan. Harga jual yang terlalu tinggi dapat berakibat kalahnya perusahaan dalam, persaingan, sedangkan harga yang terlalu rendah dapat berakibat tidak tercapainya tujuan perusahaan yaitu tercapainya laba tingkat yang dikehendaki.

Wiwik Lestari dan Dhyka Bagus Permana (2017:158) mendefinisikan Harga Jual sebagai nilai atau angka yang telah menutupi biaya produksi secara utuh dan ditambahkan dengan laba atau keuntungan dalam jumlah yang wajar.

Definisi di atas dapat disimpulkan bahwa harga jual adalah nilai (harga) yang ditetapkan oleh suatu perusahaan dalam menawarkan produknya kepada konsumen setelah memperhitungkan seluruh biaya yang dikeluarkan ditambah persentase laba yang diharapkan.

2.8 Tujuan Penetapan Harga Jual

Suatu perusahaan seharusnya menyadari sasaran yang hendak dicapai sebelum perusahaan menetapkan harga suatu produk, sebab sebagai kebijakan harga yang ditetapkan itu masing-masing mempunyai akibat yang berbeda terhadap penghasilan, penjualan dan *market share* perusahaan. Maka setiap manajemen perusahaan di dalam menetapkan harga jual agar hati-hati dalam menentukan harga jual produk karena penetapan harga merupakan kebijakan strategi agar memiliki daya saing yang tinggi dengan produk yang sejenis untuk menunjang kelangsungan operasi perusahaan.

Menurut Angipora dalam Krisdayanto (2018:3) mengemukakan bahwa tujuan penetapan harga yaitu:

- a) Mendapatkan laba yang maksimum
- b) Mendapatkan pengembalian investasi
- c) Mencegah atau mengurangi persaingan
- d) Mempertahankan atau memperbaiki market share

Tujuan penetapan harga yang mengacu kemasa depan tidak menjamin bahwa perusahaan akan sampai di sana. Oleh karena itu, perusahaan perlu melengkapinya dengan menetapkan sasaran penetapan harga jual.

2.9 Faktor Penentuan Harga Jual

Penentuan harga jual barang atau jasa merupakan hal tidak mudah disebabkan banyaknya faktor yang harus dipertimbangkan. Para pakar ekonomi memberikan batasan mengenai faktor penentuan harga jual, salah satunya adalah yang dikemukakan oleh Abdul Halim dan Supomo yang menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi harga jual antara lain harga jual produk saingan dan kondisi perekonomian pada umumnya. Dimana teori tersebut dikenal dengan nama “teori harga”.

Sedangkan Kamarudding Ahmad menyatakan bahwa ada tiga faktor yang mempengaruhi harga jual yaitu:

- 1) Laba dan tujuan lain faktor selain pasar dan biaya
- 2) Situasi pasar meliputi konsumen, sifat biaya dan operasi
- 3) Biaya produksi dan operasi adalah biaya yang dikeluarkan untuk membuat barang (produk) dengan biaya produk tersebut sampai ketangan konsumen.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa walaupun biaya merupakan satu-satunya faktor penentuan ketidakpastian dikarenakan permintaan konsumen atas barang atau jasa, jumlah pesan dan lain-lain yang merupakan hal yang sulit diramalkan, akan tetapi biaya merupakan salah satu faktor yang dapat diambil dan dikendalikan oleh perusahaan serta yang perlu diingat bahwa sebaiknya harga jual barang atau jasa dapat menutup semua biaya yang dikeluarkan atau sumber daya yang dikorbankan untuk membuat barang atau jasa sehingga dapat menghasilkan laba bagi perusahaan.

2.10 Metode Penetapan Harga Jual

Setelah mempertimbangkan faktor-faktor tersebut, maka perusahaan baru akan memecahkan masalah penetapan harga ini dengan menggunakan metode penetapan harga. Menurut Herman (2016) ada beberapa metode penetapan harga (*Methods Of Price Determination*) yang dapat dilakukan *budgeter* dalam perusahaan, yaitu:

a) Metode Taksiran (*Judgemental Method*)

Perusahaan yang baru saja berdiri biasanya memakai metode ini. Penetapan harga dilakukan dengan menggunakan insting saja walaupun *market survey* telah dilakukan. Biasanya metode ini digunakan oleh para pengusaha yang tidak terbiasa dengan data statistik. Penggunaan metode ini sangat murah karena perusahaan tidak memerlukan konsultan untuk *surveyor*. Akan tetapi tingkat kekuatan prediksi sangat rendah karena ditetapkan oleh instink.

b) Metode Berbasis Pasar (*Market-Based Pricing*)

1) Harga Pasar Saat Ini (*Current Market Price*)

Metode ini dipakai apabila perusahaan mengeluarkan produk baru, yaitu hasil modifikasi dari produk yang lama. Perusahaan akan menetapkan produk baru tersebut seharga dengan produk yang lama. Penggunaan metode ini murah dan cepat. Akan tetapi pangsa pasar yang didapat pada tahun pertama relatif kecil karena konsumen belum mengetahui profil produk baru perusahaan tersebut, seperti kualitas, rasa, dan sebagainya.

2) Harga Pesaing (*Competitor Price*)

Metode ini hampir sama dengan metode harga pasar saat ini. Perbedaannya menetapkan harga produknya dengan mereplikasi langsung harga produk perusahaan saingannya untuk produk yang sama atau berkaitan. Dengan metode perusahaan berpotensi mengalami kehilangan pangsa pasar karena dianggap sebagai pemalsu. Ini dapat terjadi apabila produk perusahaan tidak mampu menyaingi produk pesaing dalam hal kualitas, ketahanan, rasa, dan sebagainya.

3) Harga Pasar yang Disesuaikan (*Adjusted Current Market Price*)

Penyesuaian dapat dilakukan berdasarkan pada faktor eksternal dan internal. Faktor eksternal tersebut dapat berupa antisipasi terhadap inflasi, nilai tukar mata uang, suku bunga perbankan, tingkat keuntungan yang diharapkan (*required rate of return*), tingkat pertumbuhan ekonomi nasional atau internasional, perubahan dalam *trend consumer spending*, siklus dalam trendi dan model, perubahan cuaca, dan sebagainya. Faktor internalnya yaitu kemungkinan kenaikan gaji dan upah, peningkatan efisiensi produk atau operasi, peluncuran produk baru, penarikan produk lama dari pasar, dan sebagainya.

c) Metode Berbasis Biaya (*Cost-Based Pricing*)

1) Biaya Penuh Plus Tambahan Tertentu (*Full Cost Plus Mark-Up*)

Dalam metode ini *budgeter* harus mengetahui berapa proyeksi *full cost* untuk produk tertentu. *Full cost* adalah seluruh biaya yang dikeluarkan atau dibebankan bahan baku mulai diproses sampai produk jadi siap untuk dijual. Hasil penjumlahan antara *full cost* dengan tingkat keuntungan yang diharapkan (*required profit margin*) yang ditentukan oleh direktur pemasaran atau personalia yang diberikan wewenang dalam penetapan harga, akan membentuk proyeksi harga untuk produk itu pada tahun anggaran mendatang. *Required profit margin* dapat juga ditetapkan dalam persentase. Untuk menetapkan profit, *budgeter* harus mengalikan *full cost* dengan persentase *required profit margin*. Penjumlahan antara profit dengan *full cost* akan menghasilkan proyeksi harga.

2) Biaya *Variable Plus* Tambahan Tertentu (*variable cost plus mark-up*)

Dengan metode ini *budgeter* menggunakan basis *variable cost*. Proyeksi harga diperoleh dengan menambahkan *mark-up* laba yang diinginkan. *Mark-up* yang diinginkan pada metode ini lebih tinggi dari *mark-up* dengan basis *full cost*. Hal ini disebabkan biaya variabel selalu lebih rendah dari pada *full cost*.