

BAB II. DASAR TEORI

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Pengertian Biaya dan Konsep Biaya

Menurut Hansen dan Mowen (2013:47), biaya ialah sejumlah uang baik tunai ataupun setara mata uang yang dikeluarkan, guna memproduksi barang atau jasa yang diharapkan menguntungkan perusahaan baik saat ini maupun di masa depan. Sedangkan menurut Mulyadi (2015:8), biaya merupakan suatu jenis pengorbanan ekonomi dan didefinisikan sebagai nilai satuan uang yang telah atau akan digunakan untuk tujuan perusahaan.

Dalam bukunya, Samryn (2012:38) mengklaim bahwa ada sejumlah konsep biaya untuk tujuan dan sasaran yang berbeda, dan biaya dapat dibagi ke dalam kategori yang berbeda berdasarkan kemampuan untuk menghasilkan laporan keuangan untuk operasi bisnis yang sedang berlangsung. Oleh karena itu, data biaya sangat penting untuk pemanfaatan sumber daya yang efisien, menetapkan harga jual, dan mengevaluasi produk yang terbaik untuk mencapai tujuan organisasi..

2.1.2 Klasifikasi Biaya

Mulyadi (2015:13) menyatakan bahwa biaya diklasifikasikan dalam beberapa cara. *"Different Cost for Different Purposes"* adalah istilah yang digunakan dalam akuntansi biaya untuk menjelaskan bahwa biaya diklasifikasikan berdasarkan tujuan yang dicapai. Biaya diklasifikasikan sebagai berikut:

a. Biaya Berdasarkan Objek

1) Biaya Langsung

Biaya langsung ialah biaya yang berhubungan langsung dengan pengeluaran tertentu. Dengan kata lain, biaya adalah pengeluaran yang terkait langsung dengan input dan output dan mudah diidentifikasi. Biaya bahan dan tenaga kerja untuk proses produksi termasuk dalam klasifikasi biaya langsung. Biaya langsung didefinisikan oleh Aminda, dkk (2020) sebagai biaya operasional yang berhubungan langsung dengan prosedur perencanaan.

2) Biaya Tidak Langsung

Biaya tidak langsung ialah biaya yang tak dapat diidentifikasi pada item yang dibiayai. Biaya tidak langsung termasuk dari biaya bersama misalnya *overhead* pabrik. Meskipun terjadi selama proses produksi, biaya ini tak secara langsung berhubungan dengan barang yang dihasilkan sebagai output dari proses tersebut.

b. Biaya Berdasarkan Fungsi

Menurut Riwayadi (2016), klasifikasi biaya berdasarkan fungsi dibagi menjadi sebagai berikut:

1) Biaya Produksi (*Manufacturing Cost*)

Biaya produksi ialah biaya yang berkaitan dengan fungsi produksi yaitu biaya yang dikeluarkan selama proses produksi, khususnya terjadi selama transformasi bahan baku menjadi barang jadi hingga pada titik di mana produk siap untuk dijual. Biaya bahan langsung, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead merupakan biaya produksi.

2) Biaya Pemasaran (*Marketing Expense*)

Biaya pemasaran ialah biaya yang dikeluarkan sehubungan dengan fungsi pemasaran, khususnya yang terjadi sebelum dan setelah penjualan produk kepada klien. Mengenai beberapa hal, seperti gaji tenaga pemasaran, harga iklan, dan ongkos angkut yang terkait dengan penjualan.

3) Biaya Administrasi dan Umum (*Administrative and General Expense*)

Biaya administrasi ialah biaya yang dikeluarkan untuk operasional administrasi dan umum, yaitu untuk perencanaan, koordinasi, pengarahan, dan pengendalian perusahaan yang efisien. Misalnya pengeluaran yang berkaitan dengan peralatan departemen akuntansi, gaji karyawan departemen personalia, dan sebagainya.

c. Biaya Berdasarkan Perilaku

Berdasarkan Samryn (2012) klasifikasi biaya berdasarkan perilaku dapat dibagi menjadi sebagai berikut:

1) Biaya Tetap (*Fixed Cost*)

Biaya tetap ialah biaya yang tetap konstan dalam jangka panjang meskipun fluktuasi aktivitas pada tingkat tertentu. Biaya tetap akan berfluktuasi berbanding terbalik dengan tingkat aktivitas jika dinyatakan sebagai biaya per unit.

2) Biaya Variabel (*Variable Cost*)

Biaya Variabel ialah biaya yang akan berfluktuasi nilainya secara proporsional seiring dengan kinerja suatu aktivitas. Biaya unit atau biaya satuan tidak akan terpengaruh jika kinerja aktivitas berubah.

3) Biaya Semi Variabel

Biaya semi variabel ialah biaya yang jumlah nilainya akan berfluktuasi secara proporsional tergantung pada bagaimana suatu kegiatan dilakukan. Biaya ini disebut juga sebagai biaya campuran karena menggabungkan komponen biaya tetap dan variabel.

2.1.3 Harga Pokok Produksi

Menurut Mulyadi (2015: 14), Harga pokok produksi mencakup seluruh biaya yang diperlukan untuk mengolah bahan baku menjadi produk yang siap dijual. Menurut Hansen & Mowen (2013), harga pokok produksi merupakan alokasi biaya yang membantu memenuhi tujuan manajemen.

Harga pokok produksi dikenal sebagai biaya yang dikeluarkan selama proses manufaktur atau selama transformasi bahan baku menjadi barang jadi. Harga pokok produksi terdiri dari tiga faktor yakni bahan langsung, tenaga kerja langsung, dan biaya overhead. Dengan menggunakan klasifikasi ini dimaksudkan untuk menghitung harga pokok produksi, memperkirakan pendapatan, dan mengelola biaya (Ahmad et al, 2012). Harga suatu produk mencerminkan sumber daya yang dikeluarkan untuk bahan, tenaga kerja, dan overhead (Hidayat, 2014). Oleh karena itu, biaya tenaga kerja, overhead pabrik, dan bahan baku adalah komponen biaya yang membentuk harga pokok produksi.

a. Biaya bahan baku (*Cost Of Raw Materials*)

Teori Muchlis (2013) menjelaskan bahwa biaya bahan baku dapat langsung diperhitungkan dalam biaya produksi karena dianggap sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari produk jadi. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa biaya bahan baku adalah biaya bahan baku yang digunakan dalam proses produksi untuk menghasilkan produk.

b. Biaya Tenaga Kerja (*Labor Cost*)

Menurut teori Muchlis (2013), biaya tenaga kerja adalah biaya yang terkait dengan penggunaan atau pemanfaatan sumber daya manusia. Sementara itu, Fadli & Rizka Ramayanti (2020) pada jurnalnya menetapkan bahwa biaya tenaga kerja didefinisikan sebagai pekerja atau individu yang mengubah bahan mentah menjadi produk jadi. Ada dua kategori biaya tenaga kerja, yaitu biaya tenaga kerja langsung dan biaya tenaga kerja tidak langsung. Biaya tenaga kerja langsung mengacu pada pekerja yang secara langsung mengolah bahan baku dan diberi upah, sedangkan tenaga kerja tidak langsung mengacu pada pekerja yang tak secara langsung mengolah bahan baku menjadi produk jadi tetapi tetap diberikan upah.

c. Biaya *Overhead* Pabrik

Biaya *overhead* pabrik adalah kumpulan biaya yang tidak terkait langsung dengan proses produksi, dan biasanya dibagi di antara beberapa departemen. Fadli dan Rizka Ramayanti (2020) menjelaskan dalam jurnalnya bahwa biaya overhead pabrik ialah biaya yang dikeluarkan selain biaya bahan baku dan tenaga kerja. Biaya-biaya ini mungkin timbul dari penggunaan mesin dalam produksi barang, harga berbagai mesin, biaya listrik, asuransi, dan pertimbangan lainnya. Dalam teori Supriyono (2013), terkait penetapan biaya *overhead* pabrik yang ditetapkan diawal dapat memberikan manfaat manajerial, yaitu sebagai berikut:

- 1) Dapat digunakan untuk secara akurat, cepat, dan adil membebaskan biaya overhead pabrik ke produk.
- 2) Berguna sebagai alat untuk merencanakan biaya *overhead* pabrik, tepatnya jika tarif biaya *overhead* pabrik dipisahkan ke dalam tarif tetap dan tarif variabel.

- 3) Dapat digunakan sebagai alat untuk membuat keputusan, terutama ketika memberikan informasi yang relevan kepada para pihak yang berkepentingan.
- 4) Guna sebagai alat pengendalian terhadap biaya overhead pabrik, dalam hal ini biaya overhead pabrik harus diklasifikasikan pada tarif tetap dan tarif variabel.

Dengan demikian, ketiga komponen tersebut sangat penting dalam mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang akan dipasarkan. Ketiga faktor ini akan menjadi pertimbangan dalam menghitung biaya produksi untuk menentukan harga jual yang sesuai. Harga pokok produksi terjadi karena adanya proses pembuatan produk jadi yaitu berubahnya persediaan bahan baku menjadi persediaan produk jadi atau harga pokok produksi yang terbentuk karena sedang dalam proses. Secara umum dalam proses pembuatan produk terdapat dua kelompok, yaitu biaya produksi ialah biaya yang dikorbankan untuk mengelola bahan baku menjadi produk jadi, dan biaya non produksi ialah biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan non produksi seperti kegiatan pemasaran dan administrasi

2.1.4 Penentuan Harga Pokok Produksi

Dalam teorinya Mulyadi (2012) mengungkapkan bahwa pentingnya peran penentuan harga pokok produksi dalam menghitung laba dan rugi secara berkala, penetapan harga produk dalam proses serta harga pokok jadi. Dalam menentukan harga pokok produksi terdapat dua cara perhitungan, yaitu:

a. Perhitungan Harga Pokok Penuh (*Full Costing*)

Sujarweni (2019) mendefinisikan *full costing* sebagai perhitungan yang memperhitungkan semua biaya produksi variabel dan tetap ketika menentukan harga barang dan jasa. Sedangkan *full costing*, sebagaimana didefinisikan oleh Mulyadi (2014: 17), melibatkan perhitungan biaya atau biaya produksi dengan mempertimbangkan semua aspek biaya produksi, seperti biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik variabel dan konstan. Biaya produk ditentukan dengan menggunakan pendekatan total dengan menjumlahkan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, overhead pabrik variabel, dan overhead pabrik tetap, seperti yang ditunjukkan pada contoh berikut:

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

b. Perhitungan harga pokok variabel (*Variable Costing*)

Gersit dan Cevdet (2016) berteori bahwa *variable costing* adalah suatu metode untuk menghitung harga pokok produksi yang hanya mencakup perhitungan unsur-unsur biaya produksi yang bersifat variabel atau tidak tetap, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik variabel. Dapat dikatakan bahwa pendekatan ini sering digunakan untuk membuat keputusan yang cepat. Adapun variabel penetapan biaya yang digunakan untuk menghitung biaya produksi terdiri dari komponen biaya berikut:

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

Perbedaan antara perhitungan harga pokok produksi penuh dan harga pokok produksi variabel ialah bahwa metode perhitungan harga pokok produksi penuh menghitung keseluruhan total persediaan usaha sebagai biaya produksi produk baik biaya yang bersifat tetap maupun variabel. Oleh karena itu, biaya *overhead* pabrik tetap harus dibebankan pada periode terjadinya, sementara unit yang tidak terjual dipindahkan sebagai aset pada periode berikutnya. Sedangkan biaya overhead pabrik pada perhitungan harga pokok produksi variabel tetap harus dibebankan pada periode berjalan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa perbedaan yang signifikan antara metode perhitungan harga pokok produksi dan harga pokok produksi variabel terletak pada perlakuan biaya overhead tetap berdasarkan periode.

2.1.5 Pengertian Harga Jual

Harga jual menurut Kotler Keller (2009) adalah jumlah nilai tukar yang dibayarkan untuk produk atau jasa, atau sejumlah uang yang dipertukarkan oleh pembeli untuk fungsi dan manfaat penggunaan produk tersebut. Sedangkan menurut Kamaruddin (2013), harga jual diartikan juga sebagai suatu jumlah nilai biaya yang telah ditambah kenaikan (*Mark-Up*) yang ditetapkan perusahaan.

Berdasarkan teori Lasena (2013) mengatakan bahwa harga jual perusahaan dapat dilihat sebagai sejumlah biaya yang dibayarkan dalam memproduksi barangnya, dan jumlah tersebut dinaikkan (*Mark-Up*) oleh perusahaan berdasarkan margin keuntungan yang diinginkan. Oleh karena itu, memilih harga jual yang sesuai untuk pelanggan adalah salah satu strategi yang dapat digunakan perusahaan untuk mendapatkan keuntungan yang diinginkan. Dasar penentuan harga jual, menurut Kristianti (2013) dalam jurnalnya adalah dari seluruh pengeluaran yang dikeluarkan dalam pembuatan barang tersebut. Sebagai hasil dari penjelasan tersebut, jelaslah bahwa harga jual adalah kisaran harga yang diberikan kepada konsumen sebagai kompensasi atas pembebanan biaya produksi dan biaya non-produksi perusahaan untuk memperoleh keuntungan.

2.1.6 Penentu Harga Jual

Mulyadi (2012:348) mengatakan bahwa dalam menentukan harga jual suatu produk terdapat tiga metode yang dapat digunakan yaitu:

- a. Penentuan Harga Jual Normal atau *Cost-Plus Pricing*,
- b. Penentuan Harga Jual Dalam (*Cost Type Contract Pricing*),
- c. Penentuan Harga Jual Pesanan Khusus (*Special Order Pricing*).

2.1.7 Cost-Plus Pricing

Cost-Plus Pricing merupakan cara dalam penentuan harga jual dengan menambahkan laba yang diharapkan diatas biaya penuh yang akan datang dalam memproduksi dan memasarkan. Sehingga ada 2 unsur taksiran yang diperhitungkan dalam penentuan metode ini yaitu biaya penuh dan laba yang diharapkan. Dalam memperhitungkan taksiran biaya penuh dapat dilakukan dengan *Full Costing* dan *variable costing*.

Adapun unsur biaya penuh dengan metode *Full Costing* sebagai berikut:

Biaya bahan baku	Rpxxx
Biaya tenaga kerja langsung	Rpxxx
Biaya overhead pabrik (variabel+tetap)	Rpxxx
Taksiran total biaya produksi	<u>Rpxxx</u>
Biaya administrasi dan umum	Rpxxx
Biaya pemasaran	<u>Rpxxx</u>
Taksiran total biaya komersial	Rpxxx
Taksiran biaya penuh	<u>Rpxxx</u>

Sedangkan, untuk pendekatan *variable costing* sebagai berikut:

Biaya bahan baku	Rpxxx
Biaya tenaga kerja langsung	Rpxxx
Biaya overhead pabrik (variabel)	Rpxxx
Taksiran total biaya produksi variabel	<u>Rpxxx</u>
Biaya administrasi dan umum variabel	Rpxxx
Biaya pemasaran variabel	Rpxxx
Taksiran total biaya komersial	<u>Rpxxx</u>
Taksiran biaya penuh	<u>Rpxxx</u>

2.1.8 Penerapan Markup

Menurut Sugiri (2012) *mark up* diperlukan untuk menekan semua biaya selain biaya dasar perhitungan dan laba yang diharapkan perusahaan. Sementara itu, *markup* digambarkan oleh Samryn (2012) sebagai selisih antara harga pokok produk dan harga jualnya. keselisihan tersebut biasanya disajikan dalam bentuk persentase yang dihitung berdasarkan harga pokok langsung yang digunakan atau beban pokok penjualan. Dalam teori Samryan (2012) terdiri dari beberapa metode dalam penerapan *markup* yaitu sebagai berikut:

a. *Markup* Berdasarkan Biaya Pemakaian Bahan

Markup dalam metode ini diterapkan pada harga pokok produk yang dilakukan untuk menekan total biaya penanganan, pemesanan, dan penyimpanan produk dalam persediaan akhir guna memperoleh laba atau keuntungan. Berikut adalah rumus dari metode ini, yaitu:

$$\frac{(\text{Tenaga Kerja Langsung} + \text{Overhead} + \text{Beban Penjualan dan Administrasi}) + \text{Laba Usaha}}{\text{Beban Langsung}}$$

b. *Markup* Berdasarkan Harga Pokok Produksi

Dalam metode ini harga jual didasarkan pada keseluruhan biaya maka *markup* akan ditetapkan dimuka terhadap suatu produk dengan cara menambahkan sejumlah *markup* atas harga jual produk yang dipasarkan. Berikut adalah rumus dari metode ini, yaitu:

$$\frac{\text{Total Biaya Produksi} + \text{Laba Usaha}}{\text{Total Produksi}}$$

c. *Markup* Berdasarkan Modal Terpakai: Harga Pokok Penuh

Markup dalam metode ini didasarkan pada keseluruhan biaya yang diserap dalam proses produksi produk dengan menggunakan pendekatan biaya absorpsi. Dalam menghitung *markup* pada metode ini, biaya harus terlebih dahulu disusun dengan pendekatan *Full Costing*. Berikut adalah rumus dari metode ini, yaitu:

$$\frac{\text{ROI} + \text{Beban Penjualan dan Administrasi}}{\text{Volume Penjualan} \times \text{Biaya Produksi Per Unit}}$$

d. *Markup* Berdasarkan Modal Terpakai: Harga Pokok Variabel

Menurut teori Samryn (2012), untuk menghitung metode ini harus terlebih dahulu dikelompokkan dengan pendekatan *Variable Costing*. Kemudian *markup* dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\frac{\text{ROI} + \text{Biaya Tetap}}{\text{Volume Penjualan} + \text{Biaya Variabel Per Unit}}$$

2.2 Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang digunakan sebagai referensi pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. 1. Penelitian Terdahulu

Peneliti (Tahun), Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
Leni Dwi Farida (2017), Pendekatan <i>Cost-Plus Pricing</i> dalam penentuan harga jual roti pada UD. Rasamanna Kediri.	Untuk menganalisis harga jual roti dengan metode <i>Cost-Plus Pricing</i> pada UD. Rasamanna Kediri.	Menggunakan metode deskriptif kuantitatif.	Hasil penelitian menjelaskan bahwa harga jual UD. Rasamanna Kediri dengan harga jual <i>Cost-Plus Pricing</i> dalam pendekatan <i>Variable Costing</i> terdapat selisih. Harga jual dengan <i>Cost-Plus Pricing</i> lebih tinggi menambah laba yang dikehendaki.

Peneliti (Tahun), Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
Fransiskus Wahyu Septiano (2018), Penentuan harga jual produk dengan menggunakan metode <i>Cost-Plus Pricing</i> (Studi kasus di UD. Berkah Agung Kapuk Super).	Untuk mengetahui harga jual yang ditetapkan berdasarkan metode <i>Cost-Plus Pricing</i> dibanding dengan harga jual yang ditetapkan oleh UD. Berkah Agung Kapuk Super.	Menggunakan metode deskriptif kuantitatif.	Hasil penelitian menjelaskan bahwa perhitungan harga jual produk yang ditetapkan oleh perusahaan dengan perhitungan harga jual produk menurut metode <i>Cost Plus Pricing</i> terdapat selisih yakni penentuan harga jual yang ditentukan oleh perusahaan diperoleh 15 produk harganya lebih tinggi yang disebabkan karena perusahaan masih menggunakan penentuan harga jual berdasarkan intuisi dan perkiraan pemilik usaha tanpa melakukan perhitungan harga pokok produk, biaya non produksi, dan <i>markup</i> secara akurat.
Sigit Wisnu dan Lailatul Fitriah (2020), Penetapan harga jual dengan metode <i>Cost-Plus Pricing</i> menggunakan pendekatan <i>Full Costing</i> pada UD. Dzaky Alam Food tahun 2019.	Untuk menganalisis perhitungan harga pokok produksi dengan metode <i>Full Costing</i> dan perhitungan harga jual dengan metode <i>Cost-Plus Pricing</i> serta apakah perhitungan harga pokok produksi	Menggunakan metode analisis deskriptif kuantitatif.	Hasil penelitian menjelaskan bahwa perhitungan harga pokok produksi dengan metode <i>Full Costing</i> dan perhitungan harga jual dengan menggunakan metode <i>Cost-Plus Pricing</i> diperoleh lebih rendah dibandingkan dengan

Peneliti (Tahun), Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
	berpengaruh terhadap penentuan harga jual.		perhitungan perusahaan.
Arfahtuddin (2020), Evaluasi penetapan harga berbasis biaya dengan metode <i>Cost-Plus Pricing</i> dalam meningkatkan laba (Studi pada Teras Seduh <i>Coffee Shop</i> Kota Malang).	Untuk mengevaluasi harga jual produk Teras Seduh <i>Coffee Shop</i> dengan menggunakan metode <i>Cost-Plus Pricing</i> .	Menggunakan metode kualitatif deskriptif.	Hasil penelitian menjelaskan bahwa terdapat 2 menu yang disarankan untuk dinaikkan harga jualnya yaitu kopi susu tubruk menjadi Rp.12.000 dari Rp.10.000 dan <i>Coffee Latte</i> menjadi Rp.19.000 dari Rp.17.000 sehingga dengan jumlah penjualan 3 bulan terakhir kenaikan laba dapat terealisasi naik 2% menjadi 40% sebesar Rp.11.245.380 dibandingkan dengan laba sebelumnya 38% sebesar Rp.10.898.380.
Fahrul Fahlevi (2021), Implementasi penetapan harga dengan metode <i>Cost-Plus Pricing</i> untuk meningkatkan laba (Studi pada Kata Kita <i>Coffee</i> Kota Malang).	Untuk mengimplementasi harga jual produk Kata Kita <i>Coffee</i> dengan mengaplikasikan metode <i>Cost-Plus Pricing</i> .	Menggunakan metode adalah kualitatif deskriptif.	Hasil penelitian menjelaskan bahwa terdapat 3 menu yang disarankan untuk dinaikkan harga jualnya yaitu <i>Coffee Filter</i> menjadi Rp.22.000, <i>Americano</i> menjadi Rp.16.000, dan Es Kopi <i>Milk</i> Kita menjadi Rp.17.000. sehingga dengan jumlah penjualan 3 bulan terakhir kenaikan laba

Peneliti (Tahun), Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
			dapat terrealisasikan naik 2% menjadi 42% dibandingkan dengan laba sebelumnya 40%.