

BAB II

DASAR TEORI

2.1. Harga Pokok Produksi (HPP)

2.1.1. Definisi Harga Pokok Produksi (HPP)

Menurut Supriyono (2013), harga pokok produksi (HPP) adalah jumlah total yang dibayarkan untuk tenaga kerja dan barang yang dibutuhkan oleh perusahaan, termasuk biaya sekarang dan yang diproyeksikan. Ini juga dapat mencakup jumlah uang yang dibayarkan, nilai aset lain yang diserahkan atau hangus, biaya tenaga kerja dan barang yang disediakan, kewajiban yang diasumsikan, atau pendanaan tambahan.

Sriyani (2018) menyatakan bahwa biaya produksi yang dikenal sebagai biaya pokok produksi (HPP) mencakup tenaga kerja langsung, bahan langsung, dan *overhead* pabrik, bersama dengan persediaan produk di awal proses dan pengurangan persediaan produk di akhir proses. Meskipun harga pokok penjualan (HPP) terkait dengan periode tertentu, biaya produksi (HPP) tetap konstan bahkan jika tidak ada persediaan produk di awal atau akhir proses.

Sementara menurut Hansen dan Mowen (2013) dalam Kristian (2019), Alokasi biaya yang dikenal sebagai harga pokok penjualan (HPP) memberikan argumen bahwa mendukung tujuan manajemen tertentu. Hal ini menyiratkan bahwa tujuan manajemen yang tepat yang harus dipenuhi mempengaruhi penetapan harga suatu produk. Bahan mentah, tenaga kerja langsung, biaya produksi, dan persediaan awal dikurangi persediaan akhir semuanya dimasukkan dalam penghitungan harga pokok penjualan (HPP), yang merupakan jenis pengorbanan yang diungkapkan dalam bentuk uang. Ini digunakan untuk mencapai berbagai tujuan manajemen.

2.1.2. Unsur- Unsur Biaya Produksi

Harga pokok produksi (HPP) mencakup biaya tenaga kerja langsung, biaya bahan langsung, dan biaya atas pabrik. Pada dasarnya, biaya bahan mentah disebut sebagai biaya utama, dan biaya pemrosesan disebut sebagai biaya tambahan. Menurut Andriyani, dkk (2018), biaya tersebut berasal dari transformasi bahan mentah menjadi komoditas jadi. Biaya yang diperlukan untuk produksi terdiri dari komponen berikut:

1. **Biaya Bahan Baku**

Pembelian bahan baku siap pakai melibatkan sejumlah pengeluaran, seperti biaya pengoperasian, penyimpanan, dan transportasi. Oleh karena itu, biaya yang terkait dengan bahan mentah mempunyai pengaruh besar terhadap produk jadi.

2. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja langsung timbul karena bahan mentah diubah menjadi produk oleh tenaga kerja yang terlibat langsung dalam proses pengolahan

3. Biaya *Overhead* Pabrik

Biaya *overhead* merupakan pengeluaran yang muncul diluar biaya tenaga kerja langsung dan biaya bahan baku langsung. Komponen biaya *overhead* melibatkan biaya operasional seperti peralatan kantor, ruang kerja dan lain- lain.

2.1.3. Biaya Operasional

Biaya operasional mengacu pada bisnis yang menghasilkan keluaran (*output*) baik dalam bentuk produk atau jasa. Operasional sering kali didefinisikan sebagai usaha, aktivitas, atau prosedur untuk mengubah masukan menjadi keluaran. Biaya operasional didefinisikan oleh Jopie Jusuf (2008:33) sebagai biaya berkelanjutan yang dikeluarkan oleh suatu entitas untuk tujuan yang tidak berhubungan dengan produk melainkan untuk operasi bisnis sehari-hari.

2.1.4. Manfaat Harga Pokok Produksi

Perusahaan yang memproduksi dalam waktu tertentu mempertimbangkan informasi tentang biaya produksi, menurut Mulyadi (2012), yang mendukung alasan manajemen untuk:

1. Menentukan Harga Jual

Produksi barang dilakukan oleh perusahaan untuk menjaga ketersediaan stok di gudang dan menentukan biaya produksi per unit dalam periode tertentu. Saat menghitung harga jual, biaya produksi per unit, bersama dengan statistik biaya dan non-biaya lainnya, dipertimbangkan oleh perusahaan.

2. Memantau realisasi Biaya

Penerapan akuntansi biaya bertujuan memberikan informasi kepada manajemen mengenai perbandingan antara biaya produksi aktual yang dikeluarkan dan rencana produksi yang telah ditetapkan.

3. Menghitung laba rugi

Keuntungan yang tepat harus didasarkan pada data dan perhitungan biaya yang tepat untuk mengevaluasi seberapa baik upaya pemasaran dan manufaktur bisnis menghasilkan laba kotor selama periode waktu tertentu. Penilaian laba secara berkala dan tepat diperlukan oleh manajemen.

4. Menentukan Harga Pokok Persediaan Produk Jadi dan Produk Dalam Proses Dalam Neraca

Dalam rentang waktu tertentu, manajemen harus menyusun laporan keuangan, seperti laporan laba rugi dan neraca, yang

menggambarkan biaya persediaan produk jadi dan barang dalam penyelesaian pada tanggal neraca. Untuk menghitung produksi, biaya produksi yang masih berlaku untuk barang jadi yang belum terjual pada tanggal neraca dijadikan dasar. Beban persediaan produk jadi mencerminkan biaya-biaya terkait produk jadi pada tanggal neraca. Saat ini, tidak mungkin menggambarkan biaya produksi yang terkait dengan produk neraca sebagai nilai inventaris untuk barang dalam proses.

2.1.5. Metode Pengumpulan Harga Pokok Produksi

Pilihan metode pengumpulan biaya produksi sangat dipengaruhi oleh peran perusahaan dalam proses produksi. Kristian (2019) menunjukkan bahwa tujuan dari pendekatan biaya adalah menghitung biaya per unit dengan memisahkan biaya-biaya pada suatu periode tertentu dengan total unit yang diproduksi selama periode tersebut. Terdapat dua metode pengumpulan harga pokok produksi (HPP) berdasarkan proses produksi, yaitu:

1. *Job Order Cos Method* (Metode Harga Pokok Pesanan)

Menurut Dunia dan Abdulah (2012) dalam Kristian (2019), teknik biaya pesanan, sistem akuntansi biaya perpetual, menentukan pengeluaran berdasarkan pekerjaan individu. Dengan melacak setiap pesanan, kontrak, atau layanan secara individual dan mengumpulkan biaya produk, pendekatan penetapan biaya pesanan menjaga keunikan masing-masing pesanan dan kontrak. Intinya, teknik biaya pesanan memulai proses produksi ketika konsumen melakukan pemesanan. Manufaktur mengikuti parameter atau fitur yang diminta klien, menyoroti penekanan metode pada pemenuhan beragam kebutuhan klien atau konsumen yang berbeda. Adapun identifikasi metode harga pokok pesanan:

- a) Perusahaan perlu melakukan perhitungan yang berbeda untuk setiap jenis produk karena beragamnya produk yang dihasilkannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.
- b) Dua kategori biaya produksi didasari pada seberapa erat kaitannya dengan produk yaitu biaya produksi langsung dan tidak langsung.
- c) Biaya produksi langsung meliputi biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung, sedangkan biaya tidak langsung dikenal sebagai biaya overhead pabrik.
- d) Meskipun biaya pesanan diperhitungkan ke dalam biaya pesanan menggunakan tarif yang telah ditentukan, biaya produksi (COGS) dihitung sebagai biaya produksi.
- e) Untuk menentukan biaya produksi per unit, kita menghitungnya setelah menyelesaikan pesanan dengan membagi total biaya produksi oleh jumlah unit produk yang diproduksi dalam pesanan tersebut.

2. *Process Cost Method* (Metode Harga Pokok Proses)

Biaya pokok proses (*Process Cost Method*) dikumpulkan berdasarkan biaya-biaya yang timbul dari akumulasi biaya-biaya produksi yang berkaitan dengan produksi massal. Perusahaan melakukan operasional produksi dengan produksi massal guna memenuhi kebutuhan pergudangan. Menurut Kristiani (2019), untuk menentukan biaya produksi per unit dalam rentang waktu tertentu, metode ini mengakumulasikan biaya pembuatan selama per periode dibagi total biaya produksi per periode. Di antara identifikasi metode biaya pokok proses adalah:

- a) Hasil produksi ialah produk standar.
- b) Barang diproduksi secara konsisten setiap bulan.
- c) Untuk memulai operasi produksi, pesanan produksi dikeluarkan yang mencakup rencana produksi produk standar untuk durasi yang telah ditentukan.

2.1.6. Metode Penentuan Harga Pokok Produksi

Menurut Mulyadi (2012), metode *full costing* dan metode *variable costing* adalah dua cara di mana komponen biaya dapat diintegrasikan ke dalam biaya produksi untuk memastikan harga pokok produk *variable costing*.

1. *Full Costing Method*

Metode *Full Costing* adalah metode untuk memperkirakan nilai biaya suatu barang yang memperhitungkan seluruh biaya produksi, yang meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik, baik yang bersifat variabel maupun tetap. Berdasarkan pendapat Bustami dan Nurlela (2006), penghitungan *Full Costing* adalah teknik penetapan harga penting yang mencakup penilaian dan alokasi total biaya produksi termasuk biaya variabel dan tetap untuk produk atau jasa akhir. Menggunakan tarif yang ditetapkan oleh aktivitas riil biaya *overhead* pabrik dialokasikan ke harga pokok penjualan dengan pendekatan *overhead* pabrik tanpa memperhatikan bagaimana perilaku biaya tersebut. Tidak ada perbedaan biaya tetap dan variabel karena biaya tetap dianggap sebagai bagian dari biaya persediaan dan mencakup barang jadi dan persediaan yang masih dikerjakan, maka biaya tersebut dimasukkan dalam pendekatan penetapan biaya keseluruhan. Ketika produk dijual, harga pokok penjualan dihitung berdasarkan biaya *overhead* tetap sebagai dasar. Komponen berikut termasuk dalam biaya produksi, sesuai dengan metode penetapan biaya lengkap:

Biaya bahan baku	Rp xx
Biaya tenaga kerja langsung	Rp xx

Biaya overhead pabrik (variabel dan tetap)	<u>Rp xx +</u>
Biaya produksi	Rp xx

Sumber : Bustami dan Nurlela (2006)

2. *Variable Costing Method*

Penetapan biaya produksi yang terdiri dari variabel disebut penetapan biaya variabel. Ini termasuk biaya tenaga kerja langsung, bahan mentah, dan biaya overhead pabrik variabel. Sebaliknya, biaya tetap dibebankan selama jangka waktu yang telah ditentukan. Akibatnya, jika biaya variabel digunakan, produk yang dimaksudkan untuk dijual bebas dari biaya overhead tetap. Biaya produksi berikut ini termasuk di antara unsur-unsur yang dicakup oleh biaya variabel:

Biaya bahan baku	Rp xx
Biaya tenaga kerja langsung	Rp xx
Biaya overhead pabrik variabel	<u>Rp xx +</u>
Biaya produksi	Rp xx

Sumber: Mulyadi (2012)

2.2. Harga Jual

2.2.1. Definisi Harga Jual

Menurut Mulyadi (2012), secara umum, harga jual dapat mencakup semua biaya penuh dan memberikan keuntungan yang wajar. Harga jual dihitung dengan menambahkan markup pada biaya produksi. Menurut Lasena (2013), harga jual dihitung sebagai total biaya produksi perusahaan termasuk persentase keuntungan yang diinginkan. Oleh karena itu, salah satu cara untuk menarik konsumen adalah dengan menetapkan harga yang tepat terhadap produk yang dijual perusahaan. Harga jual menurut Hansen dan Mowen dalam Nurlyan (2016) adalah jumlah uang yang diberikan oleh perusahaan kepada pembeli sebagai imbalan atas barang atau jasa yang diberikan. Waryanto dan Nasrulloh (2014) mengutip pernyataan Swastha (2007:147) bahwa harga jual menunjukkan nilai barang atau jasa dalam suatu pertukaran serta jumlah uang yang bersedia dibayar pembeli untuk memperoleh barang atau jasa tersebut. Selain itu, harga jual Gitosudarmo dalam Sunyoto (130:214) sebagai jumlah uang yang diperlukan untuk membeli sejumlah barang tertentu atau campuran barang dan jasa. Dengan mempertimbangkan teori harga jual yang berbeda, dapat dikatakan bahwa harga jual adalah jumlah uang yang diberikan kepada konsumen sebagai imbalan barang atau jasa yang ingin mereka beli.

2.2.2. Unsur- Unsur Harga Jual

Keputusan penetapan harga sulit diambil oleh perusahaan. Setiap perusahaan menggunakan rencana penetapan harga serupa yang didasarkan pada permintaan, profitabilitas, biaya, dan persaingan. Namun, cara terbaik untuk menggabungkan elemen-elemen ini berbeda-beda, tergantung pada fitur produk, pasar produk tersebut, dan tujuan bisnis (Aftahira, 2019). Harga dimana suatu barang atau jasa dijual meliputi:

1. Harga Pokok Penjualan (*Cost Of Good Sold*)

Harga pokok barang atau jasa dengan setiap struktur unik disetiap lini bisnis yang mencakup biaya bahan baku (untuk industri), biaya tenaga kerja langsung (semua lini usaha), dan *overhead* (semua lini usaha). Memanfaatkan persediaan barang jadi (untuk industri dan perdagangan). Masing-masing elemen biaya ini dibagi lagi menjadi komponen yang lebih kecil.

2. Biaya Operasional (*Expense*)

Perusahaan tidak dapat mengaitkan pengeluaran dengan produksi barang atau jasa, sehingga besar volume produk atau jasa tidak mempengaruhi pengeluaran yang dihasilkan. Contohnya perusahaan membayar gaji pegawai tetap, biaya telepon, perlengkapan kantor, sewa gedung, asuransi, dan lain- lain.

3. *Interest* (Biaya Bunga)

Bunga pinjaman termasuk dalam struktur harga apabila modal diperoleh dengan cara meminjam, baik dari bank atau sumber pembiayaan lain.

4. *Tax* (Pajak)

Dalam hal ini, pajak yang diperhitungkan hanyalah PPN pembelian barang atau bahan baku dan pajak penghasilan (PPH) usaha. Biaya dan pengeluaran kemudian dihitung dengan memperhitungkan pungutan, bea materai, tarif impor, PPN atas pembelian bahan, dan lain-lain.

5. Profit *Margin* (Laba)

Karena tujuan setiap bisnis adalah menghasilkan keuntungan, maka perusahaan memperhitungkan margin keuntungan ketika menentukan harga jual barang atau jasa yang akan diberikan. Tentu saja, tujuan yang ditetapkan menentukan besarnya margin keuntungan.

2.2.3. Penentuan Harga Jual

Menurut Krismiaji dan Aryani (2011) dan Wardoyo (2016), metode umum untuk menentukan harga jual adalah dengan menambahkan markup laba pada harga pokok penjualan. Dengan menambahkan persentase

markup tersebut ke harga pokok barang, yang merupakan selisih antara harga jual dan harga pokok barang, perusahaan menentukan harga jual.

Menurut Harrison (2013) dan Charteris et al. (2019), perusahaan sering menggunakan pendekatan biaya markup untuk menentukan harga jual. Mereka menetapkan markup sebagai selisih antara harga jual dan biaya, yang biasanya diungkapkan sebagai persentase dari biaya.

Harga jual = biaya + (Presentase *mark up* × biaya)

Sebagai berikut, Aftahira (2019) menguraikan beberapa metode untuk menentukan harga jual:

1. Dengan menambahkan keuntungan yang diharapkan ke total biaya produksi dan pemasaran produk di masa depan, perusahaan menentukan harga jual normal, juga dikenal sebagai harga jual markup.
2. Penentuan harga jual dalam kontrak jenis biaya (*Cost-type Contract Pricing*) adalah produksi barang dan jasa dimana pembeli setuju untuk membayar harga berdasarkan total biaya aktual yang dikeluarkan oleh produsen ditambah keuntungan yang dihitung dari suatu persentase tertentu dari total biaya yang sebenarnya.
3. Produksi barang dan jasa melibatkan kesepakatan pembeli untuk membayar harga jual berdasarkan biaya total yang dikeluarkan oleh produsen, ditambah keuntungan yang dihitung dari persentase tertentu dari total biaya yang sebenarnya. Ini dikenal sebagai harga jual dalam kontrak jenis biaya.
4. Perusahaan yang menerima pesanan khusus yang bukan bagian dari pesanan reguler disebut harga jual khusus. Karena pesanan khusus biasanya melibatkan jumlah yang besar, pelanggan biasanya meminta harga lebih rendah dari harga jual normal, dan seringkali lebih rendah dari biaya penuh.
5. Harga jual khusus adalah istilah yang digunakan oleh perusahaan untuk menerima pesanan khusus yang tidak termasuk dalam pesanan reguler. Karena pesanan khusus biasanya melibatkan jumlah yang besar, pelanggan biasanya meminta harga yang lebih rendah dari harga jual normal, dan seringkali lebih rendah dari biaya penuh.

2.2.4. Tujuan Penentuan Harga Jual

Tujuan umum menetapkan harga jual ialah membantu seluruh strategi pemasaran bauran, menurut Lovelock dan Patterson dalam Munandar (2015). Keputusan tentang strategi penetapan harga harus dibuat setelah memahami tujuan unik perusahaan. Dalam menetapkan harga jasa, terdapat tiga kategori tujuan, yaitu:

1. Tujuan berorientasi pendapatan
 - a) Mengejar keuntungan:
 - Memaksimalkan surplus sebanyak mungkin.

- Capai target yang ditetapkan, tanpa berusaha memaksimalkan laba.
- b) Menutup Pengeluaran
 - Mengurangi biaya teralokasi secara penuh (termasuk biaya *overhead* institusional).
 - Mengurangi biaya untuk menyediakan satu jenis layanan dan berbagai hibah khusus.
 - Mengurangi biaya penjualan inkremental kepada lebih banyak pelanggan.
 2. Tujuan berorientasi kapasitas adalah mengubah harga sepanjang waktu untuk memastikan bahwa penawaran dan permintaan selaras setiap saat. Ini memungkinkan untuk mengoptimalkan kapasitas produktif.
 3. Tujuan berfokus pada pelanggan
 - a) Untuk mencapai tingkat pendapatan minimum tertentu, maksimalkan permintaan.
 - b) Perusahaan menetapkan harga berdasarkan perbedaan dalam kemampuan membayar segmen pasar yang menjadi target pemasarannya. Mereka menawarkan berbagai opsi pembayaran, termasuk kredit, yang dapat meningkatkan kemungkinan pembelian.

2.2.5. Metode *Mark Up Pricing*

Perusahaan umumnya menerapkan Metode Penetapan Harga *Mark Up* sebagai salah satu metode penentuan harga yang sederhana dan mudah dimengerti. Tujuan dari penerapan metode ini adalah untuk memperhitungkan biaya tidak langsung dan mencapai laba perusahaan. *Mark up* merupakan peningkatan harga atau jumlah rupiah yang ditambahkan dengan persentase kenaikan harga jual. Penerapan *mark up* dapat meningkatkan margin. Bagi pelaku usaha yang menyediakan satu atau dua jenis produk, menghitung harga pokok tidak terlalu sulit, namun sebaliknya, bagi pelaku usaha yang menyediakan banyak jenis produk, menghitung harga pokok menjadi sulit. Rumus harga jual berdasarkan *Mark Up Pricing* :

$$\text{Harga Jual} = \text{Total Biaya Produksi} + \text{Mark up}$$

Keunggulan metode *Mark Up Pricing* :

1. Manajemen menghadapi banyak ketidakpastian dalam mengambil keputusan untuk menentukan harga jual, sehingga penetapan harga berdasarkan *mark up pricing* dapat menjadi titik awal menuju penetapan harga yang dapat diterima dan sesuai dengan beberapa batasan yang ada.
2. Untuk menghindari kerugian dan mempertahankan harga jual yang rendah, biaya dapat dipandang sebagai pengurang atau pengamanan.

3. Penggunaan Mark Up Pricing dapat membantu pesaing dalam memperkirakan keputusan mengenai penetapan harga jual yang dilakukan oleh pesaing yang relatif serupa dengan perusahaan, sehingga membantu manajemen fokus pada aktivitas atau metode lain.
4. Sebuah perusahaan memiliki beberapa produk, namun mereka kekurangan waktu untuk menganalisis biaya, volume dan keuntungan setiap kelompok produk satu per satu manajemen dapat menggunakan metode kenaikan harga. Yang mana harga jual ditentukan oleh kenaikan harga yang bersifat sementara dan dapat berubah sewaktu- waktu, keadaan dan kondisi yang memungkinkan.

Kerangka Berfikir

