

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Biaya

Biaya dapat dipahami sebagai manifestasi atas sebuah penggelontoran atas sumber daya ekonomi dalam satuan moneter baik yang sudah berlangsung serta berpotensi berlangsung pada masa mendatang, atas kemampuan perusahaan dalam memperoleh barang atau jasa (Marlena 2015). Biaya adalah sebuah konsep entitas penting dalam ranah akuntansi biaya, yang diolah dan dianalisis secara mendalam hingga melahirkan dua perspektif pemahaman atau tafsiran esensial, yakni definisi yang bersifat meluas dan yang bersifat terperinci (Mulyadi 2018). Secara meluas, Biaya (*expenses*) dapat dimaknai sebagai wujud pengorbanan atas sumber daya ekonomi yang diungkapkan dalam satuan moneter, baik yang telah terealisasi maupun yang berpotensi muncul di masa mendatang, sebagai konsekuensi dari upaya pencapaian tujuan atau sasaran tertentu. Dalam pemaknaan ini, terkandung empat elemen mendasar yang bersifat fundamental, yang menjadi fondasi penting dalam menelaah bagaimana entitas usaha mengelola sumber dayanya secara sistematis, yaitu:

1. Biaya dapat dianggap sebagai suatu perwujudan pengalihan atau pelepasan sumber daya ekonomi
2. Dialihwujudkan ke dalam nominal rupiah sebagai representasi nilai ekonomis
3. Peristiwa yang terjadi dan kondisi yang berpeluang teraktualisasi di masa mendatang
4. Pengorbanan yang diharapkan mencapai sasaran khusus

2.2. Klasifikasi Biaya

Menurut Agus Purwaji (2018), klasifikasi biaya adalah cara menyusun berbagai jenis pengeluaran secara rapi dan teratur, agar lebih mudah dipahami serta berguna untuk mendukung keputusan bisnis yang tepat. Menurut Nurhabibah Rahmadani Siregar, Sugianto Sugianto, and Nur Fadhilah Ahmad Hasibuan (2023), Pendefinisian atas klasifikasi biaya secara bervariasi diperlukan untuk menghasilkan informasi yang variatif, sehingga dapat menjawab beragam kebutuhan pengambilan kebijakan oleh manajemen, meski semua itu bermuara pada transaksi yang serupa. Berbagai jenis biaya dapat dibagi ke dalam kategori berikut:

1. Klasifikasi Biaya berdasarkan Intensitas

a. Biaya Tetap (*Fixed Cost*)

Biaya tetap adalah pengeluaran periodik dengan nominal konsisten yang tidak berubah meski aktivitas usaha berfluktuasi, bersifat inelastis terhadap skala operasional, dan menjadi pilar finansial yang harus dipenuhi tanpa pengecualian. Biaya tetap kerap kali dikenal pula sebagai biaya operasional.

Dalam rangkaian mekanisme produksi, biaya tetap ialah merupakan pengeluaran yang tidak berhenti untuk dibayarkan secara konsisten tanpa menghiraukan kuantitas barang yang dihasilkan, baik saat operasi produksi dihentikan maupun ketika dioperasionalkan pada kapasitas penuh. Dengan demikian, biaya ini bersifat inelastis terhadap perubahan serta biaya tetap menjadi beban yang melekat dan tak terelakkan, melintasi dinamika naik turunnya volume produksi.

b. Biaya Variabel (*Variabel Cost*)

Biaya variabel merupakan jenis pengeluaran yang akan berubah-ubah sebanding dengan intensitas kegiatan operasional suatu usaha, semakin tinggi volume produksi atau penjualan, maka semakin besar pula biaya, menjadikannya bagian yang dinamis dan senantiasa berubah mengikuti pergerakan aktivitas bisnis. Biaya variabel dapat dipahami sebagai akumulasi dari biaya tambahan yang menyatu pada setiap satuan produk yang dihasilkan, ia menggambarkan besaran pengeluaran yang akan terus bertambah seiring meningkatnya volume produksi, menjadikannya komponen yang senantiasa bergerak mengikuti intensitas proses manufaktur secara berkesinambungan dan tak terpisahkan dari pergerakan produktivitas usaha. Biaya ini juga dipandang sebagai biaya wajar atau standar dalam operasional, sebab biaya langsung merupakan pengeluaran yang secara jelas dan mudah dihubungkan dengan objek biaya tertentu, sehingga kehadirannya menjadi unsur yang jelas dan tak terpisahkan dalam perhitungan akuntansi serta pengendalian keuangan perusahaan. Walau pada umumnya biaya variabel kerap dikaitkan dengan biaya langsung, kenyataannya tidak setiap jenis biaya variabel dapat dikategorikan demikian, karena sebagian di antaranya memiliki sifat yang lebih tersembunyi atau tidak secara jelas terikat pada satu objek biaya tertentu, menjadikannya bagian dari struktur pengeluaran yang lebih tersirat dan memerlukan penelaahan lebih cermat untuk diidentifikasi. Sebagai ilustrasi, biaya overhead produksi merupakan salah satu bentuk biaya variabel yang dikategorikan sebagai biaya tidak langsung, yakni jenis pengeluaran yang keberadaannya tidak secara langsung melekat pada satuan produk tertentu, namun tetap berkontribusi terhadap keseluruhan proses produksi. Dalam praktiknya, biaya variabel acap kali dijuluki sebagai biaya tingkat unit karena sifatnya yang berubah-ubah dan senantiasa menyesuaikan diri dengan kuantitas unit yang dihasilkan, menciptakan hubungan proporsional yang erat antara volume output dan beban biaya.

c. Biaya Campuran (*Mixed Cost*)

Biaya campuran merupakan jenis pengeluaran yang menggabungkan dua aspek struktural biaya secara bersamaan, yakni komponen tetap yang tidak berubah meski volume aktivitas bergeser, serta unsur variabel yang senantiasa menyesuaikan diri secara proporsional terhadap perubahan tingkat produksi, keduanya berpadu dalam satu entitas biaya yang kompleks dan menuntut pemahaman mendalam untuk dianalisis secara akurat dalam konteks manajerial maupun akuntansi biaya. Memahami perpaduan berbagai unsur biaya ini menjadi sangat penting agar kita dapat dengan cermat mengantisipasi dan menguraikan perubahan pengeluaran seiring bergantinya tingkat aktivitas, sehingga pengelolaan keuangan dapat dilakukan dengan lebih bijaksana dan strategis dalam menghadapi aktivitas operasional yang terus berkembang. Pada umumnya, sebagian biaya campuran dapat tetap berlaku meskipun aktivitas yang mendasarinya belum sepenuhnya berlangsung. Namun, seiring dengan bertambahnya tingkat pemanfaatan elemen biaya campuran tersebut, komponen biaya tetap akan mempertahankan kestabilannya tanpa perubahan, sementara unsur biaya variabel akan mengalami peningkatan yang sejalan dengan laju penggunaan, menciptakan keseimbangan yang kompleks dalam struktur pengeluaran operasional.

2. Klasifikasi biaya berdasarkan potensinya

a. Biaya Peluang (*Opportunity Cost*)

Biaya peluang adalah konsekuensi finansial yang mencerminkan potensi keuntungan yang dapat diperoleh dari suatu investasi, sekaligus mengandung risiko kerugian yang tak terelakkan. Sebagai ilustrasi, ketika Anda memutuskan untuk membeli fasilitas produksi baru, transaksi tersebut tidak hanya melibatkan pengeluaran saat ini, tetapi juga menyimpan nilai investasi masa depan yang dapat terealisasi jika properti tersebut dijual kembali, sehingga keputusan ini memerlukan pertimbangan matang antara manfaat dan risiko yang menyertainya dalam kerangka strategi bisnis jangka panjang.

b. Biaya Hangus (*Sunk Cost*)

Biaya hangus adalah jenis pengeluaran yang bersifat final dan tidak dapat dipulihkan kembali akibat risiko yang melekat pada keputusan pengalokasian dana tersebut. Sebagai contoh, apabila Anda menanamkan modal dalam sebuah usaha yang kemudian mengalami kebangkrutan, maka investasi Anda akan lenyap tanpa sisa, mencerminkan kerugian permanen yang harus diterima sebagai konsekuensi dari ketidakpastian bisnis dan risiko finansial yang melekat di dalamnya.

3. Klasifikasi biaya berdasarkan kegiatan operasional

a. Biaya Produksi

Berdasarkan aktivitas operasional yang dijalankan, klasifikasi biaya yang paling mendasar dimulai dari biaya produksi. Secara singkat, biaya produksi mengacu pada seluruh pengeluaran yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam proses menghasilkan barang atau jasa, dengan tujuan agar produk tersebut dapat dipasarkan pada harga yang telah ditetapkan, sehingga mencakup berbagai elemen pengeluaran yang berperan penting dalam mewujudkan produk siap jual yang memenuhi standar kualitas dan kebutuhan konsumen.

Dalam konteks operasional sebuah perusahaan, biaya produksi kerap menjadi salah satu komponen pengeluaran dengan nominal yang paling signifikan. Biaya ini mencakup beragam elemen penting yang saling berkoordinasi dalam proses penciptaan produk, seperti pengadaan bahan baku, upah tenaga kerja langsung, biaya pengemasan, hingga berbagai pos tambahan lainnya yang secara bersama menopang keberlangsungan siklus produksi. Oleh karena itu, pemahaman mendalam mengenai ragam dan presentasi biaya produksi menjadi krusial dalam menyusun strategi efisiensi dan pengendalian biaya yang berkelanjutan.

b. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Salah satu bagian utama dalam biaya produksi adalah upah bagi tenaga kerja yang terlibat langsung dalam proses pembuatan barang atau jasa. Pembayaran dapat bersifat tetap setiap bulan atau dihitung berdasarkan jumlah unit yang dihasilkan. Contohnya adalah operator produksi atau staf perakitan yang berkontribusi langsung terhadap output perusahaan.

c. Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung

Biaya tenaga kerja tidak langsung adalah pengeluaran untuk karyawan yang tidak terlibat langsung dalam produksi, seperti staf pemasaran, personalia,

dan satpam. Biaya ini biasanya dibayarkan secara tetap tiap bulan, tidak bergantung pada jumlah produk yang dihasilkan.

d. Biaya Penyusutan

Biaya ini terjadi karena nilai aset, seperti mesin pabrik, menurun seiring waktu dan pemakaian. Mesin yang sudah lama dipakai biasanya kurang efisien dan kualitasnya berkurang, sehingga suatu saat perlu diganti. Jika dijual, harganya pun biasanya lebih rendah dari harga beli awal.

e. Biaya Perawatan

Biaya perawatan sangat penting untuk menjaga agar aset dan peralatan perusahaan tetap berfungsi dengan baik. Contohnya adalah biaya servis mesin dan pemeliharaan rutin yang membantu aktivitas bisnis berjalan lancar dan produktif.

f. Biaya Investasi

Dalam bisnis, investasi penting untuk menambah pemasukan dalam jangka waktu tertentu. Misalnya, dengan menanamkan modal pada sarana untuk mengelola keuangan atau aset yang bisa menghasilkan keuntungan tambahan selain dari operasional sehari-hari.

g. Biaya *Overhead* Pabrik

Poin terakhir dalam klasifikasi biaya berdasarkan aktivitas operasional adalah biaya overhead pabrik, yang mencakup pengeluaran-pengeluaran di luar kategori biaya langsung produksi namun tetap penting bagi kelangsungan operasional perusahaan. Biaya ini meliputi berbagai pos yang muncul sebagai konsekuensi dari aktivitas bisnis, seperti denda, ganti rugi, dan biaya tidak terduga lainnya, yang meskipun tidak berkontribusi langsung pada proses produksi barang atau jasa, tetap menjadi bagian penting yang harus diperhitungkan agar operasional perusahaan berjalan lancar dan sesuai kebijakan.

2.3. Biaya Produksi

2.3.1. Pengertian Biaya Produksi

Menurut (Mulyadi 2015), biaya produksi adalah semua pengeluaran yang diperlukan untuk mengubah bahan baku menjadi produk jadi yang siap dijual. Biaya produksi biasanya terbagi menjadi tiga: bahan baku, upah langsung pekerja (biaya tenaga kerja langsung), dan biaya tambahan yang mendukung proses produksi (biaya overhead pabrik).

Biaya produksi menurut (Elvah and Rizkison 2023), biaya produksi adalah semua biaya langsung dan tidak langsung yang diperlukan untuk mengubah bahan baku menjadi produk jadi.

Biaya produksi terdiri dari biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead.

2.3.2. Unsur-unsur Biaya Produksi

Menurut Sunarto biaya produksi terdiri dari beberapa komponen-komponen yang mendukung proses pembuatan produk, yaitu:

1. Biaya Bahan Baku

Biaya bahan baku adalah biaya untuk bahan mentah yang digunakan dalam membuat produk. Biaya bahan baku adalah salah satu komponen utama dari total biaya produksi yang harus dikeluarkan untuk menghasilkan barang jadi, karena tanpa bahan ini produk tidak dapat tercipta.

2. Biaya Tenaga Kerja

Biaya ini berasal dari upah tenaga kerja yang langsung mengolah bahan menjadi produk jadi. Biaya tenaga kerja langsung adalah imbalan berupa gaji atau upah yang diberikan kepada para pekerja yang secara langsung terlibat dalam proses pengolahan barang, sehingga peran mereka sangat menentukan terciptanya produk akhir.

3. Biaya *Overhead* Pabrik

Biaya ini muncul terutama akibat pemanfaatan fasilitas produksi seperti mesin, peralatan, ruang kerja, serta berbagai sarana pendukung lainnya yang membantu proses pengolahan barang secara efisien. Biaya overhead pabrik adalah semua biaya pendukung selain bahan baku dan tenaga kerja langsung yang diperlukan untuk menjalankan produksi.

$$\text{Biaya Produksi} = \text{Biaya bahan baku} + \text{Biaya Tenaga Kerja Langsung} + \text{Biaya Overhead Pabrik}$$

2.3.3. Metode Penentuan Biaya Produksi

Untuk menghitung biaya produksi, biasanya digunakan dua cara, yakni *full costing* dan *variabel costing*, yang membantu perusahaan mengelola pengeluaran dengan lebih tepat.

1. Metode *Full Costing*

Menurut Mulyadi, metode *full costing* menghitung harga produksi dengan memasukkan semua biaya, mulai bahan baku, tenaga kerja, hingga biaya operasional lain seperti pemasaran dan administrasi, supaya gambaran biaya jadi lebih lengkap. Berikut biaya produksi metode *full costing* yang terkait dengan proses produksi:

Dengan Pendekatan Full Costing	
Biaya Bahan Baku	xxx
Biaya Tenaga Kerja Langsung	xxx
Biaya Overhead Pabrik Variabel	xxx
Biaya Overhead Pabrik Tetap	xxx +
Harga Pokok Produksi	xxx
Biaya Administrasi dan Umum	xxx
Biaya Pemasaran	xxx +
Biaya Komersil	xxx
Total Harga Produk	xxx

Gambar 2. 1. Metode Perhitungan *Full Costing*

Sumber : Data olahan dari excel

2. Metode *Variabel Costing*

Menurut Mulyadi, *variable costing* adalah metode yang hanya menghitung biaya produksi yang berubah-ubah, seperti bahan baku, upah langsung, dan overhead variabel,

sehingga cocok untuk menganalisis biaya secara lebih fleksibel. Berikut biaya produksi dengan menggunakan metode *variabel costing* terdiri dari komponen biaya produksi berikut:

Metode Variabel Costing		
Hasil Penjualan		xxx
Biaya Variabel:		
Harga Pokok Penjualan	xxx	
Biaya Pemasaran Variabel	xxx	
Biaya Adm dan Umum Variabel	<u>xxx +</u>	
		<u>xxx -</u>
Margin Kontribusi		xxx
Biaya Tetap:		
Biaya Overhead Pabrik Tetap	xxx	
Biaya Pemasaran Tetap	xxx	
Biaya Adm dan Umum Tetap	<u>xxx +</u>	
		<u>xxx -</u>
Laba Bersih		xxx

Gambar 2. 2. Metode Perhitungan *Variable Costing*

Sumber : Data olahan dari excel

2.3.4. Perbedaan *Full Costing* dengan *Variable Costing*

Tabel 2. 1. Perbedaan *Full Costing* dan *Variabel Costing*

Perbedaan	<i>Full Costing</i>	<i>Variabel Costing</i>
Perlakuan terhadap biaya overhead pabrik yang bersifat tetap	Diperhitungkan dalam harga pokok produk	Diperlakukan sebagai biaya periodik
Perlakuan terhadap selisih antara biaya yang dibebankan dengan biaya yang sesungguhnya terjadi.	Selisih diperlakukan sebagai penambah atau pengurang harga pokok produk yang belum terjual (harga pokok persediaan)	Selisih dapat berupa pembebanan overhead pabrik berlebih (<i>overapplied factory overhead</i>) atau pembebanan overhead pabrik kurang (<i>underapplied factory overhead</i>)
Penyajian pengelompokan biaya dalam laporan laba-rugi	Biaya dikelompokkan berdasarkan fungsi pokok yang ada dalam perusahaan yaitu fungsi produksi, pemasaran dan fungsi admin dan umum	Biaya dikelompokkan berdasarkan perilakunya terhadap perubahan volume kegiatan perusahaan
Penggunaan istilah pada perhitungan laba rugi	Laba kotor (<i>Gross Profit</i>) yaitu kelebihan hasil penjualan dari harga pokok penjualan	Margin kontribusi yaitu kelebihan hasil penjualan dari biaya-biaya variabel

Sumber : Data olahan dari excel

2.4. Harga jual

2.4.1. Pengertian Harga Jual

Menurut Marlina (2015), harga jual adalah jumlah yang ditetapkan oleh bisnis kepada pelanggan untuk barang atau jasa yang dijual. Sedangkan menurut Mulyadi (2018), harga jual dihitung dari total biaya produksi, biaya tambahan, dan keuntungan yang diharapkan. Jadi, harga jual memperlihatkan nilai yang adil bagi perusahaan sekaligus konsumen.

2.4.2. Tujuan Harga Jual

Dalam merancang strategi penetapan harga, setiap perusahaan sering kali mengadopsi pendekatan pemasaran yang beragam sesuai dengan karakteristik dan tujuan bisnisnya masing-masing. Meski demikian, di balik beragam strategi tersebut, terdapat satu kesamaan tujuan yang mendasari, yakni menentukan harga jual yang tepat untuk mencapai sasaran bisnis. Secara umum, tujuan penetapan harga jual dapat dibagi menjadi empat orientasi utama yang menjadi pedoman dalam mengambil keputusan strategis di ranah pemasaran, yaitu:

1. Tujuan utama dalam menentukan harga biasanya adalah untuk mendapatkan keuntungan. Banyak perusahaan memilih cara menetapkan harga berdasarkan target laba yang sudah mereka tetapkan sebelumnya, supaya bisa memaksimalkan keuntungan dan menjaga kelangsungan bisnis dengan lebih baik.
2. Tujuan berorientasi pada volume artinya perusahaan menetapkan harga supaya bisa menjual sebanyak mungkin produk atau menguasai pasar tertentu. Dengan cara ini mereka fokus pada penjualan yang besar agar bisnis bisa berkembang dan lebih dikenal oleh banyak pelanggan.
3. Tujuan berorientasi pada citra berarti perusahaan menggunakan harga sebagai cara untuk membentuk kesan tertentu di mata pelanggan. Jika ingin terlihat eksklusif dan berkualitas tinggi, biasanya harga ditetapkan lebih mahal. Sebaliknya, harga yang lebih rendah dipakai untuk menunjukkan produk yang terjangkau dan bernilai baik. Dengan strategi harga seperti ini, perusahaan bisa mengatur bagaimana pelanggan memandang produknya dan membangun kepercayaan jangka panjang.
4. Tujuan stabilisasi harga penting di pasar di mana konsumen sangat sensitif dengan harga. Jika satu perusahaan menurunkan harga, biasanya pesaing juga harus menurunkan harga supaya tetap bersaing. Strategi ini membantu menjaga harga tetap stabil dan menghindari persaingan harga yang bisa merugikan semua pihak.
5. Selain tujuan utama tadi, harga juga bisa ditetapkan untuk mencegah pesaing baru masuk pasar, menjaga pelanggan tetap setia, mendorong mereka membeli lagi, dan menghindari campur tangan dari pemerintah. Dengan cara ini, perusahaan bisa menjaga bisnisnya tetap kuat dan stabil dalam persaingan yang terus berubah.

2.4.3. Faktor-faktor Penentuan Harga Jual

Dalam strategi pemasaran, menentukan harga jual produk merupakan langkah yang penting karena secara langsung memengaruhi tingkat keuntungan yang akan didapat oleh perusahaan. Kesalahan dalam menetapkan harga bisa berdampak serius terhadap kinerja keuangan dan daya saing bisnis. Oleh karena itu, penting bagi pelaku usaha untuk memahami berbagai faktor yang memengaruhi proses penetapan harga jual. Secara umum, terdapat empat unsur utama yang menjadi pertimbangan dalam menentukan harga, dan masing-masing memiliki peran signifikan dalam membentuk

keputusan harga yang tepat dan berkelanjutan. Konsumen/pelanggan adalah prioritas utama, di mana konsumen sangat penting karena kelak akan menjadi pelanggan perusahaan.

1. Sebelum menentukan harga jual, perusahaan sebaiknya melihat terlebih dahulu berapa harga yang ditawarkan oleh para pesaing di pasar yang sama. Dengan melakukan riset sederhana di lokasi penjualan, perusahaan bisa memahami kondisi persaingan dan menetapkan harga yang masuk akal, tidak terlalu tinggi agar tetap diminati, dan tidak terlalu rendah agar tetap menguntungkan.
2. Biaya hasil produksi mencakup semua pengeluaran sejak awal pembuatan produk hingga produk siap dijual. Perhitungan biaya ini harus dilakukan dengan cermat agar harga jual tidak salah hitung. Kalau perusahaan menetapkan harga terlalu rendah karena keliru menghitung biaya, bisa-bisa malah rugi. Jadi, penting sekali memahami semua biaya yang dikeluarkan agar usaha tetap untung dan berjalan lancar.
3. Keuntungan dari penjualan produk adalah hal yang ingin dicapai oleh setiap pelaku usaha. Bukan hanya sebagai hasil akhir, tapi juga sebagai sumber pemasukan nyata yang bisa digunakan untuk menjaga kelangsungan dan perkembangan bisnis ke depan. Maka dari itu, setiap keuntungan yang didapat seharusnya benar-benar memberi manfaat bagi perusahaan, bukan sekadar angka di atas kertas.

2.4.4. Metode Penentuan Harga Jual

Menentukan harga jual berarti memutuskan beberapa harga yang akan dikenakan kepada pelanggan untuk produk atau jasa yang kita tawarkan. Proses ini bukan hanya soal angka, tetapi juga harus dipikirkan dengan hati-hati, melihat dari sisi seperti biaya produksi, harga di pasar, dan apa yang dirasakan oleh pelanggan. Ada banyak cara untuk menentukan harga, tapi ada beberapa aturan dasar yang biasanya selalu dipakai sebagai panduan supaya harga yang ditetapkan tetap adil, menarik, dan bisa membawa keuntungan bagi perusahaan.

1. Biaya Tetap (*Fixed Cost*)

Biaya tetap adalah pengeluaran yang harus dibayar secara rutin dalam jangka waktu tertentu, biasanya berdasarkan kontrak atau jadwal yang sudah ditetapkan. Walaupun bisa berubah, biaya ini tidak langsung bergantung pada berapa banyak produk yang dihasilkan. Misalnya, biaya sewa tempat, gaji karyawan tetap, asuransi, penyusutan alat, pajak, dan tagihan listrik yang harus dibayar tiap bulan atau tahun. Memahami dan mengelola biaya tetap ini penting supaya keuangan perusahaan tetap terjaga dengan baik.

$$\text{Total biaya tetap} = F_1 + F_2 + F_3 + \dots$$

$$\text{Biaya tetap} = \text{Biaya total} - (\text{Biaya Variabel Per Unit} \times \text{Unit yang di produksi})$$

2. Biaya Variabel (*Variable Cost*)

Biaya variabel adalah pengeluaran yang naik turun sesuai dengan jumlah barang atau jasa yang dibuat. Jadi, kalau produksi bertambah, biaya ini juga ikut bertambah, seperti bahan baku, upah tenaga kerja langsung, biaya pengiriman, dan komisi penjualan. Memahami hal ini penting supaya perusahaan bisa mengatur pengeluaran dengan lebih tepat.

$$\text{Total Biaya Variabel} = \text{Biaya Per unit} \\ \times \text{Jumlah total unit}$$

3. Break Even Point (BEP)

Break-Even Point (BEP) adalah titik di mana perusahaan tidak untung tapi juga tidak rugi. Mengetahui BEP penting supaya manajemen bisa memutuskan apakah produk harus diteruskan, dikembangkan, atau dihentikan. BEP dihitung dari total biaya tetap dan biaya variabel sebelum laba, jadi ini jadi patokan minimal penjualan supaya bisnis tetap berjalan.

$$\text{BEP} = \text{Biaya tetap} / (\text{Harga jual per unit} \\ - \text{Biaya Variabel per Unit})$$

Selain biaya tetap, biaya variabel, dan BEP, ada beberapa cara lain untuk menentukan harga jual produk agar harga yang dipilih tepat, menguntungkan, dan menarik bagi pembeli, yaitu:

1. *Cost-Plus Pricing*

Metode ini menentukan harga jual dengan menambahkan keuntungan yang diinginkan di atas semua biaya produksi dan pemasaran yang akan datang, supaya perusahaan tetap untung.

$$\text{Margin Profit} = \text{Total Biaya} \times \text{Profit yang diinginkan}$$

$$\text{Total Price} = \text{Total Biaya} + \text{Margin Profit}$$

$$\text{Harga Jual} = \text{Total Price} / \text{Jumlah Produk}$$

2. *Mark-Up Pricing*

Strategi ini menetapkan harga produk lebih tinggi dari biaya produksi agar perusahaan bisa dapat untung dan tetap kuat secara finansial.

$$\text{Mark Up} = (\text{Laba yang di harpak} + \text{Biaya Non} \\ \text{Produksi}) / \text{Biaya produksi} \times 100\%$$

3. *Breakeven Pricing*

Metode ini sering dipakai oleh bisnis baru yang belum fokus cari untung, di mana harga jual hanya dihitung berdasarkan biaya saja tanpa tambahan laba.

$$\text{BEP} = (\text{Fixed Cost} + \text{Variabel Cost}) \\ / \text{Quantity}$$

2.5. Contoh Perhitungan *Full Costing*

PT. Abadi memproduksi dan menjual alat tenun dari bahan kayu. Adapun data operasional sebagai berikut :

Harga jual per unit	Rp 500.000
Biaya produksi :	
- Biaya variabel per unit :	
Biaya bahan baku	Rp 110.000
Tenaga kerja langsung	Rp 60.000
Overhead pabrik	Rp 30.000
- Biaya tetap per tahun	Rp 12.000.000
Persediaan barang jadi :	
- Unit yang diproduksi	100 unit
- Unit yang terjual	80 unit
Biaya pemasaran tetap selama satu tahun	Rp 7.000.000

Dari data di atas, maka hitunglah HPP menggunakan full costing dan sajikan dalam laporan laba rugi ?

Jawab :

Biaya produksi berdasarkan full costing :

= biaya bahan baku + Tenaga kerja langsung + overhead pabrik

= Rp 110.000 + Rp 60.000 + Rp 30.000 = Rp 200.000

Harga pokok produk keseluruhan sebesar Rp 200.000

Laporan laba rugi berdasarkan full costing :

Penjualan (80 x Rp 500.000)		Rp 40.000.000
HPP :		
Harga pokok produksi (100x200.000)	<u>Rp 20.000.000</u>	
Barang tersedia untuk dijual	Rp 32.000.000	
Persediaan akhir (20x200.000)	<u>(Rp 4.000.000)</u>	
Harga pokok penjualan		(Rp 25.600.000)
Laba kotor		Rp 14.400.000
Beban adm & Penjualan		<u>(Rp 11.000.000)</u>
Laba bersih		Rp 3.400.000

2.6. Hubungan Antara Metode *Full Costing* Dalam Menentukan HPP

Full costing adalah cara menghitung total biaya produksi dengan menjumlahkan semua pengeluaran, baik untuk tenaga kerja langsung maupun tidak langsung, agar perusahaan tahu berapa sebenarnya biaya membuat suatu produk. Dengan begitu *full costing* memungkinkan penetapan harga produksi secara lebih akurat karena memasukkan seluruh komponen biaya, baik langsung maupun tidak langsung, dalam proses perhitungan. Setelah mengetahui biaya produksi dengan menggunakan metode *full costing*, perusahaan bisa menentukan harga jual yang menguntungkan dan sesuai target.