

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pengertian Biaya

2.1.1. Biaya

Konsep biaya dalam perspektif yang komprehensif didefinisikan sebagai alokasi sumber daya ekonomi yang dikuantifikasi dalam nilai moneter yang telah dikeluarkan atau berpotensi dikeluarkan untuk mencapai objektif tertentu (Mulyadi, 2018, p. 8). Dalam praktik bisnis, terminologi biaya seringkali dipertukarkan dengan istilah beban, meskipun keduanya memiliki nuansa teknis yang berbeda. Sementara itu, akuntansi biaya dipahami sebagai subsistem dari akuntansi manajemen yang bertugas mengidentifikasi, mengklasifikasi, dan menganalisis seluruh transaksi biaya yang terjadi dalam operasional perusahaan (Surjarweni, 2019). *Output* dari sistem ini berupa informasi biaya yang menjadi basis bagi manajemen dalam proses pengambilan keputusan strategis. Dalam konteks industri manufaktur, proses produksi dimulai dengan transformasi *input* berupa *raw materials*, *direct labor*, dan *factory overhead* melalui aktivitas produksi. Hasil dari proses transformasi ini adalah *finished goods* yang kemudian disimpan di *warehouse* dan siap untuk didistribusikan ke pasar.

2.1.2. Biaya Produksi

Struktur biaya produksi mencerminkan keseluruhan *ekspenditure* yang dikeluarkan perusahaan dalam proses transformasi input menjadi *output* siap jual. Komponen biaya ini terdiri dari tiga elemen esensial: alokasi untuk pengadaan material mentah, kompensasi pekerja yang terlibat langsung dalam aktivitas manufaktur, serta beban tidak langsung yang menunjang operasional fasilitas produksi. Hermanto (2017) menegaskan bahwa biaya produksi secara substantif merepresentasikan agregat pengorbanan ekonomi sepanjang siklus konversi bahan mentah hingga barang jadi yang siap dipasarkan. Dengan demikian, setiap alokasi sumber daya baik dalam bentuk material, tenaga kerja, maupun overhead pabrik yang dikonsumsi untuk mengubah *raw materials* menjadi *finished goods* dikategorikan sebagai biaya produksi yang akan dikapitalisasi dalam nilai persediaan hingga produk tersebut terjual kepada konsumen.

2.1.3. Biaya Bahan Baku

Komponen material dalam struktur biaya produksi dapat dikategorikan ke dalam dua klasifikasi berdasarkan tingkat *traceability*-nya terhadap produk akhir: material yang dapat diatribusikan secara langsung (*direct materials*) dan material pendukung yang sulit dilacak secara spesifik (*indirect materials*). Kategori pertama mencakup bahan-bahan yang memiliki karakteristik mudah diidentifikasi dan dikalkulasi secara presisi dalam setiap unit *output*. Material ini menjadi substansi utama yang membentuk struktur fisik produk jadi, sehingga penelusuran konsumsinya tidak memerlukan mekanisme alokasi yang kompleks. Ilustrasinya dapat ditemukan pada: kayu dalam industri *furniture*, *tekstil* dalam manufaktur *garmen*, atau kulit dalam produksi alas kaki di mana setiap material tersebut dapat dikuantifikasi secara eksak untuk setiap unit produk yang dihasilkan. Sebaliknya, kategori kedua mencakup material yang meskipun berkontribusi dalam proses produksi, namun penelusurannya ke produk individual memerlukan *effort* dan *cost* yang tidak proporsional. Material pendukung seperti paku dalam pembuatan *furniture* atau benang jahit dalam produksi *garmen* termasuk dalam klasifikasi ini, karena meskipun secara teknis memungkinkan untuk dilacak, namun biaya administrasi untuk melakukan penelusuran tersebut melebihi manfaat informasi yang diperoleh, sehingga lebih ekonomis untuk memperlakukannya sebagai beban tidak langsung.

2.1.4. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Komponen utama dalam struktur biaya produksi mencakup kompensasi yang dialokasikan kepada personel yang terlibat secara aktif dalam aktivitas transformasi material mentah menjadi *output*. *Personel* ini memiliki karakteristik berupa keterlibatan fisik langsung dalam proses manufakturing mulai dari tahap awal pengolahan input hingga finalisasi produk siap jual sehingga remunerasi yang mereka terima dapat diatribusikan secara eksplisit sebagai elemen *prime cost*.

2.1.5. Biaya Overhead Pabrik

Biaya overhead pabrik adalah biaya produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Biaya *overhead* pabrik didefinisikan sebagai bahan tidak langsung, buruh tidak langsung, dan biaya-biaya lainnya tidak secara mudah didefinisikan atau dibebankan langsung pada suatu pekerjaan, hasil produksi, atau tujuan akhir biaya tertentu seperti kontrak-kontrak pemerintah. Klasifikasi biaya *overhead* pabrik dalam akuntansi manajemen didasarkan pada perilaku biaya (*cost behavior*) terhadap perubahan *volume* aktivitas produksi, yang terbagi ke dalam tiga kategori:

1. Kategori pertama mencakup biaya yang bersifat konstan terlepas dari fluktuasi *output*, di mana besaran nominalnya tetap identik dari periode ke periode. Contoh meliputi obligasi kontraktual untuk penggunaan fasilitas (*lease payment*), biaya finansial jangka panjang atas properti (*mortgage installment*), serta alokasi sistematis nilai aset berwujud sepanjang masa manfaatnya (*depreciation expense*).
2. Kategori kedua yaitu beban yang berkorelasi proporsional dengan intensitas operasional perusahaan. Semakin tinggi level aktivitas, semakin besar pula akumulasi biaya dalam kelompok ini. Ilustrasinya termasuk ekspenditure untuk distribusi logistik (*freight cost*) dan investasi promosional untuk penetrasi pasar (*marketing expenditure*), yang keduanya berfluktuasi sejalan dengan *volume* transaksi bisnis.
3. Biaya *overhead* semi-variabel, seperti konsumsi energi listrik, pemakaian air industrial, dan *supplies* habis pakai untuk peralatan kantor (*printer consumables*) masuk dalam kategori ini, karena memiliki biaya minimum meskipun tidak berproduksi (*standing charge*), namun meningkat proporsional ketika aktivitas produksi mengalami eskalasi.

2.2. Harga Pokok Produksi

2.2.1. Pengertian Harga Pokok Produksi

Harga pokok produksi merepresentasikan akumulasi seluruh pengeluaran yang dikeluarkan sepanjang siklus manufakturing, mencakup tiga elemen *prime cost* (material langsung, biaya langsung, dan *overhead* pabrik) yang disesuaikan dengan tingkat penyelesaian produk pada akhir periode. Irfania (2020) mengonseptualisasikan bagian ini sebagai kapitalisasi nilai ekonomi yang akan dikonsumsi dalam periode berjalan untuk menghasilkan *revenue stream* perusahaan. Manfaat Informasi Harga Pokok Produksi :

1. sebagai basis formulas *pricing strategy*. Data unit *cost* produksi menjadi salah satu variabel krusial dalam model penetapan harga, yang dikombinasikan dengan pertimbangan pengeluaran non-manufakturing serta faktor-faktor kualitatif seperti positioning produk dan elastisitas permintaan pasar.
2. Kemudian untuk mekanisme *monitoring* dan pengendalian biaya. Setelah *production plan* dieksekusi, manajemen memerlukan sistem *tracking* untuk membandingkan realisasi konsumsi biaya aktual dengan anggaran yang telah dialokasikan. Fungsi akuntansi biaya dalam konteks ini adalah mengakumulasi data biaya aktual sepanjang periode produksi untuk mengidentifikasi varian baik yang paling laris maupun tidak yang

mengindikasikan efisiensi atau inefisiensi operasional.

3. Ketiga, sebagai komponen profitabilitas. Informasi biaya produksi menjadi input esensial dalam perhitungan *gross margin*, yang merepresentasikan kontribusi produk terhadap *coverage fixed cost* dan pembentukan *net income*. Tanpa data *cost of production* yang akurat, analisis profitabilitas produk menjadi tidak dapat dipercaya.
4. Keempat, untuk valuasi persediaan dalam laporan posisi keuangan. Pada saat penyusunan *financial statements*, manajemen berkewajiban menyajikan nilai persediaan baik *finished goods* maupun *work in process* di neraca. Harga pokok produksi menjadi basis pengukuran (*measurement basis*) untuk kapitalisasi nilai persediaan tersebut, yang akan mempengaruhi total aset dan ekuitas dalam *balance sheet* serta penentuan *cost of goods sold* dalam *income statement* ketika produk terjual.

2.2.2. Tujuan Penetapan Harga Pokok Produksi

Tujuan fundamental dari kalkulasi harga pokok produksi adalah menyediakan informasi mengenai total pengeluaran sepanjang siklus manufakturing, yang selanjutnya berfungsi sebagai *input* krusial dalam proses *decision making* manajerial dan formula *pricing strategy*. Secara spesifik, objektif dari perhitungan *cost of goods manufactured* mencakup:

- a. Menentukan Harga Jual Produk
Informasi mengenai unit *cost* produksi memungkinkan manajemen untuk menetapkan harga jual pada level yang mencapai keseimbangan antara daya saing pasar (*market competitiveness*) dan margin keuntungan yang memadai (*adequate profitability*).
- b. Mengukur Efisiensi Produksi
HPP membantu menilai apakah biaya produksi efisien atau boros.
- c. Menentukan Laba atau Rugi
HPP menjadi dasar menghitung laba kotor.
$$\text{Laba Kotor} = \text{Penjualan} - \text{Harga Pokok Produksi}$$

Dengan begitu, manajemen tahu apakah kegiatan produksi menguntungkan atau tidak.
- d. Mengendalikan Biaya Produksi
Dengan mengetahui HPP, perusahaan bisa memantau dan menekan biaya yang tidak efisien, seperti bahan terbuang, tenaga kerja berlebih, atau energi boros.
- e. Menyusun Anggaran dan Perencanaan Produksi
HPP digunakan sebagai acuan untuk membuat anggaran biaya produksi di periode berikutnya dan memperkirakan kebutuhan modal serta kapasitas produksi.
- f. Menilai Persediaan Barang
Dalam akuntansi, HPP digunakan untuk menentukan nilai persediaan barang jadi dan barang dalam proses pada akhir periode, agar laporan keuangan akurat.
- g. Membuat Keputusan Manajerial
Data HPP berguna untuk pengambilan keputusan seperti:
 - Menerima atau menolak pesanan khusus
 - Menentukan produk mana yang paling menguntungkan
 - Mempertimbangkan pengguna bahan atau teknologi baru

2.2.3. Tujuan Penentuan Harga Pokok Produksi

Metode *cost of goods manufactured* merepresentasikan cara kerja sistematis

dalam mengalokasikan elemen-elemen pengeluaran ke dalam struktur biaya produksi. Dalam praktik akuntansi manajemen, terdapat dua konsep utama yang digunakan untuk mengkapitalisasi biaya ke dalam nilai persediaan: pendekatan penyerapan *costing* yang menyatukan seluruh komponen biaya manufakturing baik yang bersifat *fixed* maupun *variable* dan pendekatan *direct costing* yang hanya mengakui *cost element*.

- a. Metode *Full Costing* menerapkan prinsip pengintegrasian seluruh elemen biaya manufaktur dalam kalkulasi *cost* produk. Tiga komponen utama yang terakumulasi meliputi pengeluaran untuk *raw material* yang dikonsumsi langsung dalam proses produksi, kompensasi pekerja yang terlibat secara langsung dalam aktivitas manufaktur, serta berbagai beban operasional pabrik yang bersifat *indirect*. Akumulasi dari ketiga komponen tersebut membentuk dasar perhitungan *product cost* secara komprehensif dalam metode ini:

Tabel 2.1. Metode *Full Costing*

Biaya bahan baku	Xxx
Biaya tenaga kerja langsung	Xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik variabel	Xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik tetap	Xxx
Kos produksi	Xxx

Sumber: Jurnal Akuntansi Biaya, 2018

1. Biaya bahan baku mencerminkan total pengeluaran yang diinvestasikan perusahaan dalam procurement komponen primer produksi. Komponen ini memiliki karakteristik antara lain dikonsumsi secara langsung dalam proses transformasi produksi, membentuk proporsi substansial dari komposisi barang jadi.
 2. Biaya tenaga kerja langsung adalah biaya tenaga kerja yang dapat ditelusuri secara langsung pada barang atau jasa yang sedang diproduksi. Sama halnya dengan biaya bahan baku langsung, pengamatan secara fisik dapat digunakan dalam mengukur kuantitas karyawan yang terlibat dalam memproduksi produk.
 3. Biaya *overhead* pabrik (biaya produksi tidak langsung) adalah semua biaya produksi selain biaya bahan baku langsung dan biaya kerja langsung. Contoh biaya *overhead* pabrik, yaitu biaya tenaga kerja langsung, biaya penolong, biaya *utilitas* pabrik.
 4. Biaya *overhead* pabrik dapat dibagi menjadi tiga golongan:
 - a. Biaya *overhead* pabrik tetap
Biaya yang jumlahnya tidak berubah meskipun volume produksi naik atau turun.
 - b. Biaya *overhead* pabrik variabel
Biaya yang jumlahnya berubah sebanding dengan perubahan volume produksi.
 - c. Biaya *overhead* pabrik semi variabel (campuran)
Biaya yang mengandung unsur tetap sekaligus variabel.
- b. Metode Variabel *Costing*
Sistem variable costing menerapkan prinsip alokasi selektif dalam perhitungan manufacturing *cost*, dimana hanya elemen biaya yang berfluktuasi proporsional dengan aktivitas produksi yang diintegrasikan ke

dalam *product cost*. Elemen-elemen ini terdiri dari material langsung, kompensasi tenaga kerja produksi yang bersifat tidak tetap, dan beban overhead pabrik yang berkorelasi dengan volume output.

Tabel 2.2. Metode *Variable Costing*

Biaya bahan baku	Xxx
Biaya tenaga kerja langsung	Xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik variabel	Xxx
Kos produksi	<u>Xxx</u>

Sumber: Jurnal Akuntansi Biaya, 2018

2.2.4. Manfaat Harga Pokok Produksi

Identifikasi harga pokok produksi memegang peranan vital dalam konteks perusahaan yang menjalankan operasi produksi. Fungsi utamanya adalah memetakan total pengeluaran riil yang terabsorpsi selama proses manufaktur produk. Sejumlah kegunaan strategis dari kalkulasi cost produksi mencakup:

- Menentukan Harga Jual Produksi
Dengan mengetahui HPP, perusahaan bisa menentukan harga jual yang wajar agar memperoleh keuntungan tanpa merugikan konsumen.
- Mengukur Efisiensi Produksi
HPP membantu mengevaluasi apakah proses produksi sudah efisien atau masih boros, misalnya terlalu banyak bahan terbuang atau biaya tenaga kerja terlalu tinggi.
- Menentukan Laba atau Rugi
Dengan membandingkan HPP dan harga jual, perusahaan bisa menghitung berapa besar keuntungan yang diperoleh per unit produk.
- Perencanaan dan Pengendalian Biaya
Data HPP menjadi dasar untuk membuat anggaran produksi serta mengendalikan biaya agar tidak melebihi batas yang ditetapkan.
- Pengambilan Keputusan Manajerial
Manajemen dapat memutuskan apakah suatu produk layak diteruskan, perlu modifikasi, atau dihentikan produksinya berdasarkan HPP dan laba yang dihasilkan,
- HPP juga digunakan untuk menilai kinerja bagian produksi, misalnya membandingkan antara biaya rencana dan biaya aktual.

2.2.5. Komponen Harga Pokok Produksi

Elemen-elemen dalam perhitungan *manufacturing cost*, sebagaimana diuraikan Firmansyah dalam publikasi *Cost Accounting* (2013:58), diidentifikasi melalui pengasosiasian *expenditure* terhadap berbagai fase dalam aktivitas operasional bisnis. Pada penutupan periode operasional, organisasi perlu melaksanakan *stock opname* fisik terhadap *raw material inventory*, *work in process*, serta *finished goods inventory*. Selanjutnya, di akhir periode akuntansi, perusahaan menyusun *statement of cost of goods manufactured* yang merangkum total biaya produksi. Dalam praktik akuntansi sederhana, struktur *product cost* terakumulasi dari tiga kategori utama: *direct material cost*, *direct labor expenditure*, dan *factory overhead expenses*

2.3. Harga Jual

2.3.1. Pengertian Harga Jual

Konsep pricing secara fundamental merujuk pada aktivitas pertukaran ekonomi atas barang dan layanan. Dinamika transaksi ini melibatkan dua pihak yakni produsen yang mengkonfigurasi *selling value* dengan *margin* keuntungan tertentu, dan konsumen

yang mengakuisisi utilitas produk melalui transfer sesuai valuasi yang ditetapkan. Dalam literatur marketing, Alma (2016:169) mendefinisikan harga sebagai ekuivalen moneter dari *worth* suatu produk. Definisi ini sejalan dengan penelitian Kotler yang mengkarakterisasi price sebagai *monetary charge* yang dibebankan pada *offering* tertentu (dalam Sunyoto, 2017:131)

2.3.2. Tujuan Penetapan Harga Jual

Penetapan harga jual tidak hanya menentukan berapa konsumen harus membayar, tetapi juga merupakan strategi bisnis penting untuk mencapai tujuan perusahaan. Berikut tujuan-tujuan utamanya:

- a. Memperoleh Keuntungan (*Profit*)
Tujuan utama penetapan harga jual adalah untuk menutup semua biaya produksi (HPP) dan memperoleh laba (keuntungan) yang diinginkan.
- b. Menjaga dan Mempertahankan Konsumen
Penetapan harga jual yang kompetitif dapat menarik konsumen baru serta mempertahankan pelanggan lama. Harga yang terlalu tinggi bisa membuat pelanggan beralih ke pesaing, sedangkan harga terlalu rendah bisa menurunkan citra produk.
- c. Menjaga Kelangsungan Usaha
Harga jual yang tepat membantu perusahaan tetap bertahan dengan menutupi semua biaya operasional dan menghasilkan laba untuk pengembangan usaha.
- d. Menguasai atau Memperluas Pangsa Pasar
Kadang perusahaan menetapkan harga jual lebih rendah dari pesaing (strategi penetrasi pasar) untuk memperluas pasar dan meningkatkan *volume* penjualan.
- e. Menyesuaikan dengan Kondisi Pasar dan Daya Beli
Harga jual disesuaikan agar sesuai dengan kemampuan beli konsumen dan kondisi ekonomi, supaya produk laku tanpa mengorbankan keuntungan.
- f. Menunjukkan Kualitas Produk
Harga juga bisa menjadi cerminan nilai dan kualitas produk. Produk premium biasanya dijual dengan harga tinggi untuk menegaskan citra eksklusif dan mutu tinggi.

2.3.3. Biaya Sebagai Dasar Penentuan Harga Jual

Biaya merepresentasikan alokasi *resource* ekonomi yang terukur secara moneter, diinvestasikan untuk mengakuisisi barang atau layanan dalam rangka mencapai objektif spesifik seperti produksi *output*, operasional bisnis, atau penyediaan *service*. Secara esensial, *cost* mencerminkan nilai dari berbagai elemen yang dialokasikan (dana, waktu, effort, material, dan lainnya) untuk memperoleh benefit di periode kini atau prospektif. Klasifikasi umum dari biaya terbagi dalam 3 kategori utama, yakni:

- a. Biaya Produksi (*Manufacturing Cost*)
Keseluruhan *expenditure* yang dialokasikan dalam proses transformasi *input* menjadi *finished goods*. Komponen *manufacturing cost* meliputi:
 - Direct material cost: komponen primer yang dikonsumsi dalam produksi (misalnya: tepung terigu, ikan segar, telur).
 - Direct labor cost: kompensasi pekerja yang terlibat langsung dalam proses pengolahan bahan menjadi barang jadi.
 - Factory overhead: pengeluaran pendukung produksi bersifat indirect, mencakup *utilities* (listrik dan air), *auxiliary materials*, serta *depreciation equipment*.
- b. Biaya Non-Produksi (*Non-Manufacturing Expense*)
Pengeluaran yang tidak berkaitan secara langsung dengan aktivitas produksi, namun esensial untuk operasional perusahaan. Kategori ini terdiri dari:

- *Marketing expense*: alokasi untuk *advertising*, *promotional activities*, *distribution channel*, dan *sales personnel compensation*.
- *Administrative expense*: meliputi *office staff salary*, *office supplies*, *telecommunication charges*, dan *overhead* kantor.

2.3.4. Metode Penentuan Harga Jual

Harga jual (*Selling price*) merepresentasikan nilai moneter yang wajib dibayarkan buyer untuk mengakuisisi produk atau layanan tertentu. Dalam mengonfigurasi *selling price*, organisasi perlu mempertimbangkan *manufacturing cost*, *target profit margin*, dan dinamika market *conditions*. Secara fundamental, strategi pricing dapat dikategorikan menjadi 3 pendekatan, yakni:

1. Metode Berbasis Biaya (*Cost-Based Pricing*)
Valuasi produk dikonstruksi dengan mengakumulasi total *production cost* dan menambahkan *desired profit margin* yang ditargetkan perusahaan.
2. Metode Berbasis Pasar (*Market-Based Pricing*)
Penetapan harga didasarkan pada analisis kondisi persaingan pasar dan *benchmark* harga kompetitor, bukan *exclusively* dari kalkulasi biaya internal. Objektifnya adalah menjaga daya saing produk dan *alignment* dengan *purchasing power* konsumen.
3. Metode Berbasis Permintaan (*Demand-Based Pricing*)
Ketika *demand* mengalami eskalasi, harga dapat ditingkatkan; sebaliknya, saat *demand* menurun, *adjustment* harga ke bawah dapat dilakukan.

2.4. Penelitian Terdahulu

Sebagai referensi komparatif untuk memastikan riset ini memiliki fondasi akademik yang solid. Beberapa hasil penelitian relevan yang dapat digunakan sebagai tinjauan pustaka dalam konteks kajian ini meliputi:

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No.	Judul; Nama; Publikasi	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi dengan Menggunakan Metode <i>Full Costing</i> Pada UMKM San Roti; Wahyu Bagus Putra, Y & Elok Fitriya; 2024	Untuk melakukan <i>assessment</i> dan evaluasi terhadap kalkulasi <i>manufacturing cost</i> di UMKM San Roti melalui penerapan pendekatan <i>absorption costing</i> .	Temuan riset ini mengindikasikan bahwa kalkulasi <i>manufacturing cost</i> melalui pendekatan <i>absorption costing</i> menghasilkan valuasi biaya yang lebih presisi dibandingkan dengan sistem perhitungan yang diaplikasikan UMKM San Roti.

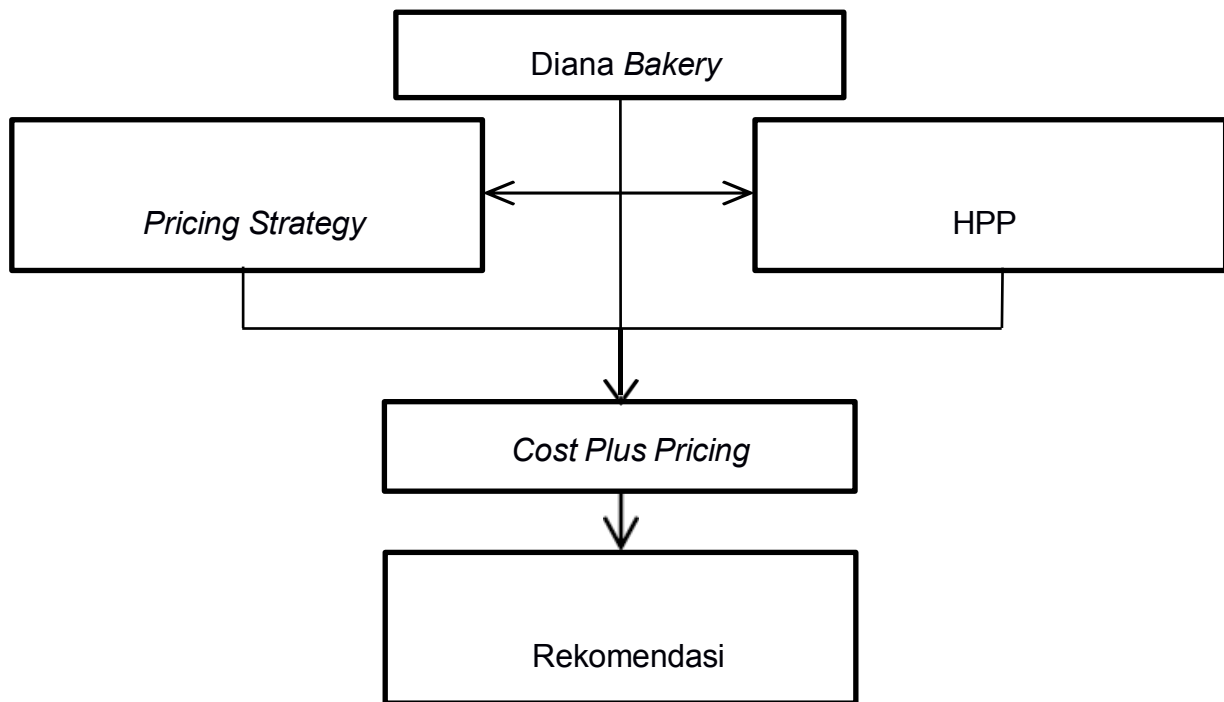
2	Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Roti Tawar Menggunakan <i>Variabel Costing</i> Dalam Penetapan Harga Jual; Siskan Ariyanti, W.R & Risnawati; 2023	Guna mengidentifikasi kalkulasi <i>manufacturing cost</i> produk roti tawar dalam aktivitas produksi Diana Bakery serta menetapkan <i>selling price</i> melalui penerapan metode <i>direct costing</i>. Studi ini juga berorientasi untuk melakukan analisis komparatif antara hasil kalkulasi <i>product cost</i> berdasarkan <i>framework</i> teoretis dengan sistem perhitungan yang diimplementasikan Perusahaan BNS Bakery.	Temuan riset ini mengindikasikan bahwa <i>production cost</i> roti di BNS Bakery mencapai IDR 11.397 per unit produk. Dengan menginkorporasikan target <i>profit margin</i> sebesar 50%, <i>selling price</i> per unit roti tawar seharusnya berada pada level IDR 17.095. Namun demikian, BNS Bakery mengaplikasikan harga jual sebesar IDR 19.500, sehingga terdapat <i>gap pricing</i> sebesar IDR 2.405 antara valuasi harga berdasarkan kalkulasi <i>direct costing</i> dengan harga aktual yang diterapkan perusahaan. Studi ini mengkonklusikan bahwa <i>pricing strategy</i> BNS Bakery menghasilkan <i>selling price</i> yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan hasil perhitungan menggunakan pendekatan <i>variable costing</i>
3	Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Roti Menggunakan Metode <i>Full Costing</i>; Erik Susanto, & N.N; 2021	Studi ini berorientasi untuk mengidentifikasi disparitas antara sistem perhitungan <i>product cost</i> yang diimplementasikan Jo Bakery dengan kalkulasi berdasarkan metode <i>full costing</i> yang <i>compliant</i> terhadap standar akuntansi, serta menganalisis implikasinya terhadap penetapan <i>selling price</i> produk.	Temuan riset ini mengindikasikan bahwa kalkulasi <i>manufacturing cost</i> melalui pendekatan <i>absorption costing</i> di Jo Bakery menghasilkan valuasi yang lebih tinggi ketimbang sistem perhitungan yang diaplikasikan perusahaan secara internal. Implementasi metode <i>full costing</i> menghasilkan total <i>production cost</i> Jo Bakery sebesar Rp 2.913.011.000 untuk volume produksi 3.900.000 unit roti sepanjang periode tahunan, yang ekuivalen dengan unit cost Rp 896,31 per <i>piece</i>.

4	Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Dalam Menetapkan Harga Jual Pada <i>Holland Bakery Boulevard</i> Manado; Cindy Shelly Lumowa, J.J. Tinangon, Anneke Wangkar; 2020	Studi ini berorientasi untuk melakukan analisis komparatif antara <i>pricing strategy</i> yang diimplementasikan perusahaan dengan pendekatan <i>absorption costing</i> berdasarkan <i>production cost report</i> , serta menyediakan rekomendasi yang <i>applicable</i> bagi perusahaan dalam optimalisasi <i>cost management</i> dan penetapan harga jual yang lebih efisien	Hasil analisis memperlihatkan bahwa sistem perhitungan <i>product cost Holland Bakery Boulevard</i> Manado mengalami keterbatasan.
5	Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode <i>Full Costing</i> Untuk Menentukan Harga Jual	Bertujuan menganalisis kalkulasi <i>production cost</i> dengan metode <i>absorption costing</i> pada UMKM Tempe Pak Rasman, Oku Selatan.	Hasil analisis memperlihatkan bahwa terdapat <i>gap</i> signifikan antara perhitungan <i>product cost</i> menggunakan metode <i>full costing</i> dengan praktik kalkulasi yang diterapkan perusahaan.

Sumber: Diolah Penulis

2.5. Kerangka Berpikir

Diana Bakery merupakan unit usaha yang mentransformasi *raw material*, komponen dasar, dan *semi-finished goods* menjadi produk dengan nilai tambah ekonomis yang lebih superior untuk utilitasnya. Diana Bakery terkategori sebagai *small-scale industry*. Diana Bakery belum mengimplementasikan pemahaman dan praktik kalkulasi *manufacturing cost* secara komprehensif, sehingga setelah dilakukan *assessment* perhitungan, dapat disimpulkan bahwa:



Gambar 2.1. Kerangka Berpikir

Sumber: Diolah Penulis