

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Biaya

Menurut Hansen dan Mowen (2013) mengacu pada jumlah uang tunai atau nilai yang setara yang diberikan sebagai perbandingan untuk suatu barang atau jasa yang diharapkan dapat membantu perusahaan baik saat ini maupun di masa mendatang. Berdasarkan perspektif yang lebih luas Maghfirah dan BZ (2016) memberikan uraian bahwa biaya memiliki nilai finansial atau diterjemahkan dalam mata uang, telah terjadi untuk mencapai tujuan tertentu. Pemahaman ini sejalan dengan Mulyadi (2014) bahwa biaya adalah aset bernilai finansial yang diberikan untuk tujuan tertentu. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa biaya adalah aset finansial, yang diartikan dengan nilai wajar tertentu, yang digunakan untuk menciptakan keuntungan bagi perusahaan dalam rangka mencapai tujuan tersebut.

1. Klasifikasi Biaya

Klasifikasi biaya adalah proses mengkategorikan dan mengatur komponen-komponen biaya guna menyediakan data biaya yang komprehensif bagi para eksekutif bisnis untuk mengelola dan menyajikan operasi mereka. Biaya dapat dikategorikan berdasarkan lima faktor, menurut (Mulyadi 2016):

- a. Biaya berdasarkan objek pengeluaran
- b. Biaya berdasarkan tujuan utama operasi atau aktivitas bisnis.
- c. Keterkaitan antara biaya dan segala sesuatu yang didukung oleh keuangan
- d. Biaya perilaku dan bagaimana kaitannya dengan kuantitas Kegiatan.
- e. Keuntungan dan kerangka waktu.

2. Perilaku Biaya

Dalam Mulyadi (Mulyadi 2016) membagi biaya menjadi empat kategori menurut bagaimana biaya tersebut merespon variasi volume aktivitas, yakni:

- a. Biaya Tetap (*fixed cost*), adalah jenis biaya yang jumlah totalnya tidak berubah meskipun terdapat variasi dalam volume pergerakan, paling tidak pada tingkat tertentu.
- b. Biaya Semi Tetap, merupakan biaya yang nilainya tidak ada berubah pada jumlah output dan tingkat aktivitas tertentu.
- c. Biaya Variabel, ialah biaya yang berubah sesuai dengan jumlah pergerakan. Biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja tetap merupakan dua jenis biaya variabel.
- d. Biaya Semi-Variabel, merupakan biaya yang sangat bervariasi terhadap variasi dalam volume pergerakan. Kombinasi biaya tetap dan biaya variabel dapat berupa biaya semi variabel.

3. Hubungan biaya dengan biaya

Berdasarkan jenis biaya ada 2 macam diantaranya:

1. Biaya Langsung (*Direct Cost*), ialah biaya yang dapat dihitung secara langsung dari barang yang dibuat. Contoh biaya langsung yaitu :
 - a. Gaji pokok, upah lembur dan tunjangan karyawan disebut biaya gaji
 - b. Biaya laundry yang terkait dengan perawatan pakaian.
2. Biaya tidak langsung (*indirect cost*), ialah biaya yang ada tetapi tidak secara khusus terkait dengan hasil. Contoh biaya tidak langsung yaitu:

- a. Biaya administrasi dan umum meliputi biaya yang berpaut dengan operasional perusahaan, seperti biaya penyimpanan pakaian, pengadaan, dan pemeliharaan peralatan.
- b. Biaya penyusutan adalah biaya yang terkait dengan penggunaan aset tetap seperti bangunan, kendaraan, dan inventaris.
- c. Biaya penjualan atau sewa adalah biaya yang terkait dengan pemasaran pakaian adat, seperti iklan.
- d. Biaya air dan listrik meliputi fasilitas/infrastruktur yang ditawarkan dan aktivitas tenaga kerja.

2.3 Harga Pokok Penjualan (HPP)

2.3.1 Pengertian Harga Pokok Penjualan

Harga pokok penjualan mengacu pada sekumpulan biaya dan ongkos angkut, baik langsung maupun tidak langsung, yang berkaitan dengan penyediaan barang atau jasa (Mulyadi, 2009). Jumlah barang yang terjual, yaitu setengah dari stok yang masih tersedia pada akhir hari, merupakan harga pokok penjualan menurut (Hery 2012). Metode perhitungan harga pokok penjualan (HPP) pada perusahaan perdagangan yaitu:

$HPP = \text{Persediaan Awal} + \text{Pembelian Bersih} - \text{Persediaan Akhir}$
--

2.2 Penjualan

Menurut Philip Kotler “perdagangan komoditas berharga antara individu dan bisnis merupakan teknik manajemen sosial yang disebut penjualan yang digunakan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan.” Sedangkan menurut (Mulyadi 2008) suatu bisnis terlibat dalam penjualan sebagai suatu proses untuk menjual produk atau layanan guna menghasilkan pendapatan dari transaksi tersebut. Penjualan dapat dianggap sebagai pengalihan dan penugasan hak kepemilikan produk atau layanan dari penjual kepada pembeli.

Berdasarkan penjelasan yang diberikan diatas, penjualan dapat didefinisikan sebagai tindakan atau proses penjualan barang, produk, atau layanan kepada klien atau pelanggan. Strategi ini melibatkan pengenalan dan dampak terhadap konsumen, serta menawarkan saran untuk membantu mereka dalam mengubah ekspektasi mereka sesuai dengan produk yang dijual dan mencapai kesepakatan harga yang menguntungkan bagi semua orang. Secara umum, penjualan terbagi dalam dua kategori, yaitu:

a. Penjualan Tunai

Dalam penjualan tunai, pembeli membayar segera atas produk atau layanan yang telah diterimanya. Pembayaran untuk penjualan tunai dapat dilakukan dengan uang tunai, cek, kartu kredit atau debit, atau bentuk pembayaran langsung lainnya.

b. Penjualan Kredit

Penjualan kredit adalah transaksi antara penjual dan pembeli dimana pembeli menunaikan barang dalam jangka waktu tertentu setelah pengiriman.

2.3.2 Langkah-langkah Mengukur Harga Pokok Penjualan

Adapun Langkah-langkah untuk mengukur harga pokok penjualan ialah meliputi:

- a. Menghitung Persediaan Awal, persediaan awal diperoleh melalui jumlah barang yang masih tersedia pada awal periode. Jumlah ini dapat diperoleh dari pengumpulan buku persediaan dan apabila tidak memiliki buku persediaan maka dapat dihitung dengan cara:

$$\text{Persediaan Awal} = \text{Jumlah Fisik persediaan} \times \text{Harga perunit}$$

- b. Menghitung Pembelian Bersih, beberapa komponen yang digunakan dalam perhitungan pembelian bersih meliputi penjualan kotor, potongan harga, pengembalian uang pembelian, dan diskon pembelian. Cara menghitung pembelian bersih:

$$\begin{aligned} \text{Pembelian Bersih} \\ &= (\text{pembelian} + \text{ongkos angkut pembelian}) - (\text{retur pembelian} \\ &\quad + \text{potongan pembelian}) \end{aligned}$$

- c. Menghitung Persedian Akhir, persediaan yang masih ada untuk akhir periode atau akhir tahun yang berjalan.

$$\text{Persediaan Akhir} = \text{Persedian awal} + \text{Pembelian} - \text{Penjualan}$$

2.3.3 Metode Perhitungan Persediaan

Adapun kesepakatan-kesepakatan yang berpautan dengan adanya persediaan barang dagang dan otomatis memengaruhi HPP yaitu:

- Harga perolehan produk yang dibeli akan naik tergantung pada moda transportasi dan metode pembayaran, apakah tunai atau kredit.
- Penjualan barang dagang secara tunai maupun kredit
- Retur atau pengembalian barang dagang karena alasan tertentu
- Potongan pembelian
- Potongan penjualan

Terdapat beberapa metode dalam perhitungan harga pokok penjualan dalam pengelolaan persediaan yaitu:

- Metode FIFO (First In, First Out)

Metode ini sering kali menghasilkan penurunan HPP saat terjadi inflasi harga. Barang inventaris pertama yang masuk gudang (pembeli pertama) adalah barang pertama yang dijual menggunakan pendekatan ini. Harga pokok penjualan (HPP) ditentukan oleh harga inventaris yang dibeli selama periode sebelumnya.

- Metode LIFO (Last In, First Out)

Metode ini menafsirkan bahwa inventaris produk terakhir yang masuk gudang (pembeli terakhir) akan menjadi yang paling pertama dirilis untuk dijual. Ketika harga naik, biaya barang yang dijual (COGS) sering kali lebih tinggi karena ditentukan oleh harga perolehan inventaris terkini.

- Metode Average (Rata-rata bergerak)

Metode ini menentukan HPP dengan menggunakan perhitungan berdasarkan harga satuan rata-rata dari semua stok saat ini. Harga satuan ditentukan dengan menggabungkan harga persediaan sebelumnya dan saat ini setiap kali persediaan baru dibeli. Biaya barang yang dijual untuk penjualan kemudian dihitung menggunakan harga satuan ini.

Perhitungan HPP dengan menggunakan beberapa strategi pada akhirnya adalah untuk mengetahui keuntungan perusahaan. Dalam perusahaan yang melakukan pertukaran, HPP akan muncul dalam laporan laba/rugi perusahaan,

sehingga beberapa waktu sebelum laporan laba/rugi perusahaan dibuat, laporan HPP harus dimulai dengan dibuat sebagai berikut.

Perusahaan..... Laporan Harga Pokok Penjualan Per.....	
Persediaan Barang Jadi (awal)	Rp xx
Pembelian Bersih	Rp xx +
Harga Pokok Barang yang Tersedia Dijual	Rp xx
Persediaan Barang Jadi (akhir)	Rp xx -
Harga Pokok Penjualan	Rp xx

Setelah memberikan Harga Pokok Penjualan (HPP) maka boleh dilanjutkan dengan adanya laporan laba/rugi perusahaan dagang sebagai berikut:

Perusahaan..... Laporan Laba/Rugi Per.....	
Pendapatan	Rp.xx
Harga Pokok Penjualan	Rp.xx -
Laba Kotor	Rp.xx
Biaya	Rp.xx -
Laba Bersih Sebelum Pajak	Rp.xx

2.3.4 Laba

Laba adalah suatu keuntungan yang diperoleh oleh satu bisnis dari hasil operasi bisnisnya setelah diminimalisir segala biaya dan pengeluaran yang terkait dengan kegiatan operasional tersebut (Suwandi 2016). Secara umum, pengurangan biaya atau pengeluaran yang dibayarkan oleh perusahaan atau entitas untuk menghasilkan pendapatan dari pendapatan yang diterima oleh perusahaan atau entitas tersebut menghasilkan laba. Profitabilitas suatu organisasi atau operasi komersial diukur berdasarkan labanya. Adapun Jenis-jenis laba adalah sebagai berikut:

- Laba Kotor (*Gross Profit*)**
Laba kotor adalah variasi antara pendapatan penjualan dan biaya langsung untuk menciptakan atau memasarkan suatu produk. Laba kotor menunjukkan margin laba sebelum memperhitungkan biaya operasional tambahan.
- Laba Bersih (*Net Profit*)**
Laba bersih adalah laba setelah diminimalisir semua biaya operasional, seperti biaya produksi, administrasi, dan penjualan, bunga, pajak, dan faktor lain yang memengaruhi profitabilitas perusahaan
- Laba Operasional (*Operating Profit*)**
Laba operasional adalah selisih antara pendapatan operasi dan pengeluaran operasi suatu perusahaan, yang mencakup biaya administrasi, penjualan, produksi, dan biaya lain yang terkait dengan aktivitas intinya
- Laba Sebelum Bunga, Pajak, Depresiasi, dan Amortisasi (EBITDA - *Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation, and Amortization*)**
Metrik eksekusi yang mengukur keuntungan beberapa waktu lalu dalam akuntansi untuk bunga, biaya, devaluasi, dan amortisasi adalah keuntungan beberapa waktu lalu dalam bunga, biaya, penurunan, dan amortisasi. Metrik ini memberikan ikhtisar tentang efisiensi operasional dasar dari suatu perdagangan.

2.3.5 Harga Jual

Harga jual adalah jumlah nilai jual yang ditawarkan untuk memperoleh manfaat atau keuntungan, atau jumlah uang yang dibayarkan oleh pembeli untuk fitur dan preferensi produk (Kotler Keller, 2009). Sementara itu, (Kamaruddin, 2013) mendefinisikan harga pokok penjualan sebagai keseluruhan nilai jual dan markup yang ditetapkan oleh perusahaan.

2.3.6 Metode Penentuan Harga Jual

Biaya lain-lain adalah biaya yang tidak berpautan dengan bisnis inti perusahaan. Biaya tambahan meliputi biaya administrasi dan biaya layanan lainnya. Ada beberapa metode yang sering dipakai dalam penafsiran penawaran menurut (Mulyadi 2001), meliputi:

- Cost Plus Pricing* adalah salah satu cara menghitung biaya penawaran melalui estimasi, yaitu dengan menambahkan margin keuntungan ke total biaya menggunakan rumus tertentu.
- Mark Up Pricing* adalah penambahan harga jual yang ditentukan dengan menambahkan margin keuntungan yang diinginkan pada harga pokok per unit. Penyajian keuntungan bervariasi dari satu hal ke hal lainnya.
- Break Event Point* adalah selisih antara biaya total dengan komponen estimasi secara keseluruhan.

2.3.7 Cost Plus Pricing

Estimasi Cost Plus Pricing atau biaya plus strategi jaminan biaya penawaran di mana perusahaan menyertakan keunggulan tertentu terhadap perolehan produk dari penjualnya. Dengan menetapkan biaya-plus, perusahaan dapat memilih biaya untuk klien mereka. Estimasi biaya-plus menggunakan persamaan berikut untuk menentukan biaya penawaran:

$$\text{Harga Jual} = \text{Total Biaya} + (\text{Total Biaya} \times \text{Margin Keuntungan})$$

Dimana margin dan biaya didapat dari rumus berikut:

$$\text{Margin} = \frac{\text{Harga Jual} + \text{Harga Beli}}{\text{Harga Jual}}$$

$$\text{Biaya Per Unit} = \frac{\text{Total Biaya}}{\text{Jumlah Unit Yang Diproduksi}}$$

$$\text{Total Biaya} = \text{HPP Baraing} + \text{Upah Tenaga Kerja} + \text{Biaya Overhead}$$

2.4 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Metodologi	Hasil Penelitian
1.	B.F.W Taroreh, (2021)	Analisis Harga Menggunakan Metode Cost Plus Pricing Dengan Pendekatan Full Costing Pada Cv. Verel Tri Putra Mandiri	Pendekatan Deskriptif Kualitatif	Menurut hasil studi, harga jual perusahaan agak berbeda dari metodologi penetapan harga biaya-plus, yang menggunakan dua strategi perhitungan biaya penuh yang terpisah. Harga jual perusahaan lebih besar dari harga pasar untuk ketiga kategori produk dalam sampel studi. Secara khusus, perbedaannya melebihi 10% untuk roti kacang (18,23%), roti keju (16,13%), dan roti cokelat (14,74%). Dalam contoh ini, pendekatan penetapan harga biaya-plus, yang merupakan cara ilmiah untuk menetapkan harga penjualan, menghasilkan hasil yang sangat berbeda dari metode perusahaan. Ini karena, berbeda dengan perhitungan berbasis biaya, perusahaan mengandalkan harga pasar dan metode estimasi berdasarkan pengalaman pemilik bisnis sebelumnya. Hal ini menyebabkan variasi harga yang

No	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Metodologi	Hasil Penelitian
				besar antara ketiga kategori produk yang tercakup dalam sampel penelitian.
2.	Andika Saputra, (2022)	Analisis Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode Full Costing dan Penerapan Harga Jual Menggunakan Metode Cost Plus Pricing Pada UD. Smart Batu Tering	Pendekatan Deskriptif Kuantitatif	Dengan menggunakan tol yang diambil sebagai acuan, analisis menemukan bahwa harga jual UD Keen Batu Tering tidak sesuai dengan keinginan pemilik. Pemilik mengharapkan keuntungan sebesar 60% dengan estimasi keuntungan sebesar Rp. 14.351 atau harga jual per bungkus sebesar Rp. 38.269, tetapi ternyata berbeda dengan harga jual sebenarnya sebesar Rp. 35.000 per bungkus yang menghasilkan keuntungan sebesar Rp. 11.082.
3.	Fahriani, (2023)	Analisis Harga Pokok Produk Metode Full Costing Dan Penentuan Harga Jual Udang Vaname Cost Plus Metode Pricing	Pendekatan Deskriptif Kualitatif	Berdasarkan hasil investigasi, keseluruhan strategi perhitungan biaya menghasilkan biaya produksi sebesar Rp. 21.671.000, sedangkan metode perhitungan biaya produksi lebih lanjut menghasilkan biaya produksi sebesar Rp. 49.317 per kilogram. Akan tetapi, cara petani udang vaname menentukan biaya

No	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Metodologi	Hasil Penelitian
				produksi sebesar Rp. 55.000 per kilogram tidak didukung oleh data. Perhitungan biaya produksi juga memperkirakan biaya produksi sebesar Rp. 5.983 berbeda dengan biaya yang ditetapkan oleh pemilik berdasarkan nilai pasar.
4.	Zafirah, A. F., & Putri, R. L. (2022)	Analisis Penentuan Harga Jual Jasa <i>Make Up</i> Dan <i>Hairdo</i> Menggunakan Model <i>Cost Plus Pricing</i> (Studi Kasus Pada Salon Ima <i>Skincare Dan Make Up</i> Desa Kenongo Kecamatan Wlingi Kabupaten Blitar)	Pendekatan Kualitatif	Pendekatan biaya penawaran memungkinkan pemilik untuk menetapkan batas manfaat ideal sebesar 20% untuk setiap paket manfaat yang diiklankan. Strategi estimasi biaya-plus menghasilkan kenaikan sebesar \$300.000 dalam biaya paket menyusun kontrak untuk pemilik perusahaan paket kontrak yang menawarkan manfaat. Karena kenaikan ini, biaya permintaan untuk paket penyusun kontrak saat ini adalah \$1.800.000. Dengan menggunakan metode estimasi biaya-plus, paket kontrak 1 mencakup biaya penawaran yang diiklankan sebesar \$2.640.000, yang \$440.000 lebih banyak dari target manfaat 20%. Strategi estimasi biaya-plus menetapkan biaya

No	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Metodologi	Hasil Penelitian
				penawaran paket kontrak 2 sebesar \$4.200.000 karena biaya penawaran pasar adalah \$700.000 lebih rendah dari biaya-plus. Di sisi lain, strategi biaya plus digunakan untuk menghitung biaya penawaran bundel kontrak 3, yang berjumlah \$6.600.000,00 atau \$1.100.000 lebih rendah dari biaya pameran.
5.	R.W.Ramadhan, L.Setyowati (2023)	Analisis Perhitungan Harga Pokok dan Harga Jual pada UD.Barokah Kesamben	Pendekatan Deskriptif Kualitatif	Berdasarkan penelusuran, biaya dan biaya penawaran UD.Barokah dipengaruhi oleh biaya overhead pabrik, namun biaya yang ditetapkan oleh perusahaan besar sudah sesuai dengan keunggulan yang diharapkan oleh UD.Barokah, yaitu antara Rp 700 sampai dengan Rp 800 per kg.