

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Akuntansi Biaya

2.1.1. Pengertian Akuntansi Biaya

Akuntansi biaya memiliki pengertian yang sangat banyak, Ada dua pengertian menurut para ahli yang penulis jabarkan antara lain:

“Akuntansi biaya adalah suatu sistem informasi yang mengidentifikasi, menganalisis, dan melaporkan informasi keuangan dan non keuangan yang terkait dengan biaya perolehan atau penggunaan sumber daya dalam suatu organisasi” (IAI, 2019).

Akuntansi biaya adalah bagian dari akuntansi manajemen yang merupakan salah satu dari bidang khusus akuntansi yang menekankan pada penentuan dan pengendalian biaya. Bidang ini terutama berhubungan dengan biaya-biaya untuk memproduksi suatu barang, hingga saat ini masih banyak orang yang beranggapan bahwa akuntansi biaya hanya dapat diterapkan pada bidang manufaktur saja. Walaupun kenyataannya, hampir setiap jenis bidang usaha dapat memperoleh manfaat dari akuntansi biaya. Saat ini akuntansi biaya telah diterapkan pada berbagai bidang kegiatan non manufaktur atau jasa (Sasongko et al., 2019).

Dari pengertian yang telah dipaparkan, maka dapat disimpulkan bahwa akuntansi biaya adalah sistem informasi yang dapat melaporkan informasi keuangan atau non keuangan yang terkait dengan biaya produksi suatu barang dan saat ini diterapkan pada bidang manufaktur, non manufaktur dan jasa.

2.1.2. Tujuan Akuntansi Biaya

Dalam penyelenggaraan perusahaan, akuntansi biaya merupakan komponen penting dari ilmu akuntansi dan telah bertumbuh menjadi *tools of management*, yang berfungsi menyimpan informasi biaya bagi kepentingan manajemen agar dapat melaksanakan fungsinya dengan baik. Menurut (Sasongko et al., 2019) akuntansi biaya diperlukan oleh manajemen untuk tujuan sebagai berikut.

1. Penentuan Harga Pokok

Dalam penentuan harga pokok, biaya-biaya digabung menurut pekerjaan (*job*), unit-unit (*departements*) atau dijabarkan lagi menurut pusat-pusat biaya (*cost pools*), produk-produk dan jasa-jasa.

2. Perencanaan Biaya

Perencanaan merupakan tindakan yang bertujuan merumuskan dan menyusun program operasi yang lengkap dalam rangka sampai tujuan tersebut, termasuk pula proses penentuan strategi yang disusun untuk jangka panjang dan jangka pendek. Akuntansi biaya menyediakan informasi biaya yang dapat mendukung manajemen untuk membuat keputusan operasi jangka pendek dan keputusan alokasi sumber daya jangka panjang dan merumuskan strategi-strategi untuk periode yang akan datang, antara lain mengenai:

- a. Harga jual dan volume penjualan;
- b. Tingkat keuntungan produk;
- c. Pembelian;
- d. Belanja barang modal;
- e. Perluasan pabrik.

3. Pengendalian Biaya

Pengendalian merupakan usaha manajemen untuk sampai tujuan yang telah melakukan perbandingan secara terus-menerus antara hasil yang didapat dengan yang ditetapkan. Perbandingan antara hasil yang sesungguhnya dengan anggaran yang disusun, maka manajemen dapat memenuhi penilaian atas ketepatan usaha dan keahlian dalam memperoleh laba dari berbagai produk. Di samping itu, para manajer dapat mengadakan tindakan perbaikan jika terdapat penyimpangan-penyimpangan yang tidak diinginkan yang timbul dari hasil perbandingan tersebut.

4. Dasar untuk Pengambilan Keputusan yang Khusus

Akuntansi biaya memberikan informasi biaya yang berbeda agar dapat dibandingkan dengan pendapatan dari berbagai tindakan alternatif yang akan dipilih oleh manajemen. Berdasarkan informasi ini maka manajemen dapat membuat keputusan-keputusan perencanaan yang menyangkut masalah-masalah khusus, seperti:

- a. Membuat produk baru;
- b. Menghentikan atau meneruskan suatu produk;
- c. Menerima atau menolak pesanan-pesanan tertentu;
- d. Membeli atau membuat sendiri;
- e. Menjual langsung atau memproses lebih lanjut sebuah produk.

Dari uraian yang telah dipaparkan, maka dapat disimpulkan tujuan akuntansi ada 4 yaitu: penentuan harga pokok biaya dihimpun dan dirinci dengan melihat produk dan jasa, perencanaan biaya menyusun program operasi lengkap agar mencapai tujuan, pengendalian biaya melakukan perbandingan dengan hasil yang diperoleh dan direncanakan, yang terakhir dasar untuk pengambilan keputusan khusus membandingkan dengan pendapatan dari berbagai alternatif.

2.2. Biaya

2.2.1. Pengertian Biaya

Biaya memiliki berbagai pengertian, Ada dua pengertian menurut para ahli yang penulis jabarkan antara lain:

“Biaya adalah semua pengorbanan yang perlu dilakukan untuk suatu proses produksi, yang dinyatakan dengan satuan uang menurut harga pasar yang berlaku, baik yang sudah terjadi ataupun yang akan terjadi” (Pratama, 2018).

Menurut Mulyadi, “biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi, sedang terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu” (Mane in et al., 2020).

Dari pengertian yang telah dipaparkan, maka dapat disimpulkan biaya adalah pengorbanan untuk suatu proses produksi yang diukur dalam satuan uang untuk tujuan tertentu.

2.2.2. Klasifikasi Biaya

Biaya digolongkan menjadi beberapa macam umumnya penggolongan biaya ditentukan atas dasar tujuan yang hendak dicapai dengan penggolongan tersebut, karena dalam akuntansi biaya dikenal konsep “*different costs for different purpose*”. (Pratama, 2018). Biaya dapat digolongkan menurut:

1. Menurut objek pengeluaran

Dalam cara penggolongan ini, nama objek pengeluaran merupakan dasar penggolongan biaya, misalnya nama objek pengeluaran adalah bahan bakar, maka semua yang berhubungan dengan bahan bakar disebut “biaya bahan bakar”.

2. Menurut fungsi pokok dalam perusahaan

Biaya dalam hubungan dengan perusahaan dapat dikelompokkan menjadi biaya produksi dan biaya non produksi yaitu:

- a. Biaya produksi

Biaya produksi adalah biaya yang digunakan dalam proses produksi yang terdiri dari bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik atau biaya yang mempunyai hubungan langsung dengan suatu produk, dimana biaya ini merupakan bagian dari perusahaan.

- 1) Biaya bahan baku langsung

Biaya bahan baku langsung adalah bahan baku yang merupakan bagian yang tidak dapat di pisahkan dari produk selesai dan dapat ditelusuri langsung kepada produk selesai.

2) Tenaga kerja langsung

Tenaga kerja langsung adalah tenaga kerja yang dapat secara langsung merubah bahan baku menjadi suatu produk dan pembebanan biayanya dapat ditelusuri pada setiap jenis produk yang dihasilkan.

3) Biaya overhead pabrik

Biaya overhead pabrik merupakan biaya yang terjadi atau dibebankan dalam suatu proses produksi selain bahan baku dan tenaga kerja langsung. Biaya ini merupakan bagian dari biaya produksi yang tidak nampak atau tidak dapat ditelusuri secara langsung baik ke produk itu sendiri maupun ke volume produksi. Biaya overhead dapat dikelompokkan menjadi elemen :

a) Bahan tidak langsung (bahan pembantu atau penolong)

Bahan tidak langsung adalah bahan yang bukan menjadi unsur utama dalam suatu produk sifatnya hanya sebagai pelengkap atau untuk memperlancar suatu proses produksi, misalnya: bahan-bahan sejenis bahan bakar, dan bahan lain untuk pemeliharaan kapasitas.

b) Tenaga kerja tidak langsung

Tenaga kerja tidak langsung adalah tenaga kerja yang tidak mempunyai akibat langsung pada pembentukan suatu produk, misalnya: supervisor, pegawai bengkel atau pemeliharaan, dan tenaga administrasi pabrik.

c) Biaya tidak langsung lainnya

Biaya tidak langsung lainnya adalah biaya selain bahan tidak langsung dan tenaga kerja tidak langsung yang membantu dalam pengolahan produk selesai, tetapi tidak dapat ditelusuri kepada produk selesai.

b. Biaya non produksi

Biaya non produksi adalah biaya yang tidak berhubungan dengan proses produksi. Biaya non produksi disebut juga biaya non komersial atau biaya operasi. Biaya komersial atau operasi ini juga digolongkan sebagai biaya periode yaitu biaya yang dapat dihubungkan dengan interval waktu. Biaya ini dapat dikelompokkan menjadi elemen:

1) Biaya pemasaran atau penjualan

Biaya pemasaran atau biaya penjualan adalah semua jenis biaya yang berhubungan dengan pelaksanaan dan penjualan produk. Contohnya adalah biaya iklan, biaya promosi dan biaya angkutan dari gudang ke pembeli.

2) Biaya administrasi dan umum

Biaya administrasi merupakan biaya-biaya untuk mengkoordinasi kegiatan produksi dan pemasaran produk. Contoh biaya ini adalah biaya gaji karyawan bagian keuangan, akuntansi, personalia, bagian hubungan masyarakat, biaya pemeriksaan angkutan, dan biaya foto copy.

3. Biaya dalam hubungan dengan volume produksi

Biaya dalam hubungan volume atau perilaku biaya dapat dikelompokkan menjadi elemen:

a. Biaya variabel

Biaya variabel adalah biaya yang secara total meningkat secara proporsional terhadap peningkatan dalam aktivitas dan menurun secara proporsional terhadap penurunan dalam aktivitas. Biaya variabel termasuk biaya bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, beberapa perlengkapan, beberapa tenaga kerja tidak langsung, alat-alat kecil, pengerjaan ulang dan unit yang rusak. Biaya variabel biasanya dapat didefinisikan langsung dengan aktivitas yang menimbulkan biaya.

b. Biaya tetap

Biaya tetap adalah biaya yang secara total tidak berubah saat aktivitas bisnis meningkat atau menurun.

c. Biaya semi variabel

Biaya semi variabel adalah biaya yang memperlihatkan baik karakteristik-karakteristik dari biaya tetap maupun biaya variabel. Contoh biaya tersebut adalah biaya listrik, air, pemeliharaan atau perbaikan mesin, dan asuransi kesehatan.

d. Biaya semi tetap

Biaya semi tetap adalah biaya yang tetap untuk tingkat volume kegiatan tertentu dan berubah dengan jumlah konstanta pada volume produksi tertentu.

4. Biaya dalam hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai

Bagian pabrik dapat dibagi menjadi dua bagian besar, yaitu departemen produksi dan departemen jasa atau pelayanan. Departemen produksi merupakan suatu bagian dalam pabrik yang mempunyai hubungan langsung dengan proses pembentukan produk. Biaya yang terjadi dalam departemen ini

dapat langsung dibebankan dalam harga pokok produk yang dihasilkan dalam departemen tersebut. Sedangkan departemen jasa adalah bagian pabrik yang bersifat memberikan pelayanan atas kelancaran proses produksi yang berlangsung dalam departemen produksi. Sesuatu yang dibiayai dapat berupa produk atau departemen. Biaya dapat dikelompokkan mejadi dua golongan, yaitu :

a. Biaya langsung (*direct cost*)

Biaya langsung adalah biaya yang terjadi, yang penyebab satu-satunya adalah karena adanya sesuatu yang dibiayai. Jika sesuatu yang dibiayai tersebut tidak ada, maka biaya langsung tidak akan terjadi. Biaya produksi langsung terdiri dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.

b. Biaya tak langsung (*indirect cost*)

Biaya tidak langsung adalah biaya yang terjadi tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai. Biaya tidak langsung dalam hubungannya dengan produk disebut dengan istilah biaya produksi tidak langsung atau biaya overhead pabrik

Biaya dalam hubungannya dengan departemen biaya dibagi menjadi dua yaitu :

1.) Biaya langsung departemen

Biaya langsung departemen adalah biaya yang terjadi dan langsung dibebankan pada departemen yang bersangkutan di mana biaya tersebut terjadi.

2.) Biaya tidak langsung departemen.

Biaya tidak langsung departemen adalah biaya yang terjadi dan tidak dapat langsung dibebankan ke suatu departemen, namun dibebankan ke departemen yang menikmatinya melalui alokasi dan distribusi biaya.

5. Biaya dalam hubungan dengan periode waktu

Dalam hubungan dengan periode waktu biaya dapat dikelompokkan menjadi biaya pengeluaran modal dan biaya pengeluaran pendapatan.

a. Biaya pengeluaran modal

Pengeluaran modal adalah pengeluaran dikapitalisir, artinya pengeluaran yang ditangguhkan pembebanannya. Pengeluaran ini adalah apa yang disebut dengan harga pokok yang membentuk atau dianggap sebagai aktiva. Pengeluaran modal akan dibebankan terhadap penghasilan pada beberapa periode akuntansi melalui alokasi.

b. Biaya pengeluaran pendapatan

Pengeluaran pendapatan adalah pengeluaran yang langsung dianggap sebagai beban dan mengurangi pendapatan pada periode akuntansi dimana pengeluaran tersebut terjadi. Pengeluaran untuk memperoleh aktiva yang mempunyai masa manfaat lebih dari satu periode akuntansi dapat dinyatakan sebagai pengeluaran pendapatan, karena nilainya yang relatif kecil.

2.3.Harga Pokok Produksi

2.3.1. Pengertian Harga Pokok Produksi

Harga Pokok Produksi memiliki banyak pengertian dari para ahli. Ada dua pengertian menurut para ahli yang dijabarkan penulis antara lain:

“Harga pokok produksi adalah seluruh biaya baik secara langsung maupun tidak langsung yang dikeluarkan untuk memproduksi barang atau jasa yang merupakan operasi utama perusahaan dalam suatu periode tertentu” (Sangadah & Kartawidjaja, 2020).

“Harga pokok produksi atau *product cost* merupakan elemen penting untuk menilai keberhasilan (*performance*) dari perusahaan dagang maupun manufaktur” (Manein et al., 2020).

Dari pengertian yang telah dipaparkan, maka dapat disimpulkan bahwa harga pokok produksi adalah semua biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dagang atau perusahaan manufaktur untuk menghasilkan barang atau jasa.

2.3.2. Unsur-Unsur Harga Pokok Produksi

Menurut Mulyadi, menyatakan bahwa Unsur-unsur biaya produksi dibagi menjadi 3 (Andriani, 2018), yaitu:

1) Biaya Bahan Baku

“Biaya bahan baku adalah biaya yang membentuk bagian menyeluruh produk jadi. Bahan baku yang diolah dalam perusahaan manufaktur dapat diperoleh dari pembelian lokal, impor, atau dari pengolahan sendiri”.

2) Biaya Tenaga Kerja

“Tenaga kerja adalah biaya merupakan usaha fisik atau mental yang dikeluarkan karyawan untuk mengolah produk. Biaya tenaga kerja adalah harga yang dibebankan untuk penggunaan tenaga kerja manusia tersebut”.

3) Biaya Overhead Pabrik

“Biaya Overhead pabrik adalah biaya produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung”. Biaya overhead pabrik dapat digolongkan dengan tiga cara penggolongan, antara lain:

a. Penggolongan biaya overhead pabrik menurut sifatnya

Biaya-biaya produksi yang termasuk dalam biaya overhead pabrik dapat digolongkan menjadi beberapa golongan yaitu:

1) Biaya Bahan Penolong

Bahan Penolong adalah bahan yang tidak menjadi bagian produk jadi atau bahan meskipun menjadi bagian produk jadi tetapi nilainya relatif kecil bila dibandingkan dengan harga pokok produksi tersebut.

2) Biaya Reparasi dan Pemeliharaan

Biaya reparasi dan pemeliharaan berupa biaya suku cadang (*sparepart*), biaya habis pakai (*factory supplies*) dan harga perolehan jasa dari pihak luar perusahaan untuk keperluan perbaikan dan pemeliharaan emplasemen, perumahan, bangunan produk, mesin-mesin dan peralatan, kendaraan, perkakas laboratorium dan aktiva tetap lain yang digunakan untuk keperluan pabrik.

3) Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung

Tenaga kerja tidak langsung adalah tenaga kerja pabrik yang upahnya tidak dapat diperhitungkan secara langsung kepada produk atau pesanan tertentu. Biaya tenaga kerja tidak langsung terdiri dari upah, tunjangan dan biaya kesejahteraan yang dikeluarkan untuk tenaga kerja tidak langsung tersebut.

4) Biaya yang timbul sebagai akibat penilaian terhadap aktiva tetap

Biaya yang termasuk dalam kelompok ini antara lain adalah biaya-biaya yang depresiasi emplasemen pabrik, bangunan pabrik, mesin dan equipment, perkakas labotarium, alat kerja, dan aktiva tetap lain yang digunakan pabrik.

5) Biaya yang timbul akibat berlalunya waktu

Biaya yang termasuk kelompok ini antara lain adalah biaya asuransi gedung atau emplasemen, asuransi mesin atau peralatan, asuransi kendaraan, asuransi kecelakaan karyawan, dan biaya amortisasi kerugian.

6) Biaya overhead pabrik lain yang secara langsung memerlukan pengeluaran uang tunai

Biaya overhead pabrik yang termasuk dalam kelompok ini antara lain adalah biaya reparasi yang diserahkan kepada pihak luar perusahaan, dan biaya listrik PLN.

b. Penggolongan biaya overhead pabrik menurut perilakunya dalam hubungan dengan perubahan volume produksi

Ditinjau dari perilaku unsur-unsur biaya overhead pabrik dalam hubungannya dengan volume kegiatan, biaya overhead pabrik dibagi menjadi tiga golongan:

1) Biaya Overhead Pabrik Tetap

Biaya overhead pabrik tetap adalah biaya overhead pabrik yang tidak berubah dalam kisaran perubahan volume kegiatan tertentu.

2) Biaya Overhead Pabrik Variabel

Biaya overhead pabrik variabel adalah biaya overhead pabrik yang sebanding dengan perubahan volume kegiatan.

3) Biaya Overhead Pabrik Semivariabel

Biaya overhead pabrik semivariabel adalah biaya overhead pabrik yang tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan.

c. Penggolongan Biaya Overhead Pabrik Menurut Hubungannya dengan Departemen

Ditinjau dari hubungannya dengan departemen-departemen yang ada dalam pabrik, biaya overhead pabrik dapat digolongkan menjadi dua kelompok:

1) Biaya overhead pabrik langsung departemen

Biaya overhead pabrik langsung departemen adalah biaya overhead yang terjadi dalam departemen tertentu dan manfaatnya hanya dapat dinikmati oleh departemen tersebut.

2) Biaya overhead pabrik tidak langsung departemen

Biaya overhead pabrik tidak langsung departemen adalah biaya overhead pabrik yang manfaatnya dinikmati lebih dari satu departemen.

2.4. Harga Pokok Penjualan

2.4.1. Pengertian Harga Pokok Penjualan

Harga Pokok Penjualan memiliki berbagai pengertian, Ada dua pengertian menurut para ahli yang penulis jabarkan antara lain:

“Harga Pokok Penjualan (HPP) adalah biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh barang dagang atau bisa juga disebut harga perolehan dari barang yang dijual” (Sangadah & Kartawidjaja, 2020).

“Harga pokok penjualan adalah harga patokan atau pokok yang dimiliki oleh penjual ketika dia akan menjual suatu barang” (Ariefiansyah & Utami, 2012).

Dari pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh barang dari barang yang dijual.

2.4.2. Unsur-Unsur Harga Pokok Penjualan

(Sangadah & Kartawidjaja, 2020) Ada beberapa unsur-unsur pembentuk harga pokok penjualan yang perlu dipahami. Unsur- unsur tersebut antara lain:

1. Persediaan Awal Barang Dagangan

Persediaan awal barang dagangan merupakan persediaan barang dagangan yang tersedia pada awal suatu periode atau tahun buku berjalan. Saldo persediaan awal perusahaan dagang terdapat pada neraca saldo periode berjalan atau pada neraca awal perusahaan atau laporan neraca tahun sebelumnya.

2. Persediaan Akhir Barang Dagangan

Persediaan akhir barang dagangan merupakan persediaan barang-barang pada akhir suatu periode atau tahun buku berjalan. Saldo persediaan akhir perusahaan akan diketahui dari data penyesuaian perusahaan pada akhir periode.

3. Pembelian Bersih

Pembelian bersih merupakan seluruh pembelian barang dagangan yang dilakukan perusahaan baik secara tunai maupun kredit.

4. Biaya Bahan Baku

Bahan baku merupakan dasar yang akan digunakan untuk membentuk bagian yang menyeluruh menjadi produk jadi. Bahan baku yang digunakan dapat diperoleh melalui pembelian lokal, impor atau lokal. Biaya bahan baku meliputi harga pokok semua bahan yang dapat diidentifikasi dengan pembuatan suatu jenis produk.

5. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja langsung atau upah langsung adalah biaya yang dibayarkan kepada tenaga kerja langsung. Istilah tenaga kerja langsung digunakan untuk menunjuk tenaga kerja (buruh) yang terlibat secara langsung dalam proses pengolahan bahan baku menjadi barang jadi.

6. Biaya Overhead Pabrik

Biaya ini terdiri dari berbagai jenis, misalnya: bahan pembantu, tenaga kerja tidak langsung, gaji, listrik, telepon, perlengkapan pabrik, pemeliharaan dan perbaikan, asuransi, penyusutan bangunan pabrik, penyusutan mesin-mesin pabrik, penyusutan kendaraan pabrik, penyusutan peralatan pabrik dan lain-lain.

2.4.3. Perhitungan Harga Pokok Penjualan

(Sangadah & Kartawidjaja, 2020) Perhitungan Harga Pokok Penjualan yang tepat dan akurat mempengaruhi nilai laba yang didapatkan perusahaan atau kerugian yang ditanggung perusahaan. Oleh karena itu, semakin tepat perhitungan HPP yang dilakukan akan menghasilkan laporan laba rugi perusahaan yang semakin akurat.

Perhitungan HPP merupakan perbandingan seluruh biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan barang yang dijual dengan hasil dari barang-barang yang dijual (nilai-nilai dan harga jual).

Proses pengolahan dari bahan baku menjadi barang jadi menimbulkan *cost-cost* lain: di antaranya “biaya tenaga kerja langsung” dan “biaya overhead pabrik”.

Alur perhitungan “Harga Pokok Penjualan perusahaan manufaktur melalui 3 tahapan, mengikuti aluran produksi, yang terdiri dari :

1. Tahap 1. Perhitungan “Total Biaya Produksi”

$$\text{Total Biaya Produksi} = \text{Biaya Bahan Baku} + \text{Biaya Bahan Penolong} + \text{Biaya Tenaga Kerja Langsung} + \text{Biaya Overhead Produksi}$$

2. Tahap 2. Perhitungan “Harga Pokok Produksi”

$$\text{Harga Pokok Produksi} = \text{Total Biaya Produksi} : \text{Jumlah Produk yang Dijual}$$

3. Tahap 3. Perhitungan “Harga Pokok Penjualan”

$$\text{Harga Pokok Penjualan} = \text{Harga Jual} \times \text{Jumlah Produk yang Dijual}$$

2.4.4. Metode Perhitungan Harga Pokok Penjualan

(Ariefiansyah & Utami, 2012) Perusahaan manufaktur yang melakukan kegiatan produksi hanya pada saat ada pesanan, namun ada juga perusahaan manufaktur yang melakukan produksi massal. Dalam perhitungan harga pokok, kedua jenis perusahaan manufaktur melakukan 2 macam metode antara lain:

1. Metode Harga Pokok Pesanan

Dari sisi pengumpulan dan penghitungan biaya, perusahaan manufaktur yang hanya memproduksi sesuai pesanan ini lebih simpel karena perusahaan hanya akan menghitung biaya-biaya tersebut hanya pada saat ada yang memesan.

Perhitungan secara umumnya adalah seperti ini:

$$\text{Harga pokok per satuan} = \frac{\text{Jumlah biaya produksi setiap pesanan}}{\text{Jumlah produk yang dipesan}}$$

2. Metode Harga Pokok Proses

Perusahaan manufaktur yang menggunakan metode harga pokok proses adalah perusahaan manufaktur yang memproduksi secara massal. Produknya sama dari waktu ke waktu.

Perhitungan secara umumnya adalah seperti ini:

$$\text{Harga pokok per satuan} = \frac{\text{Jumlah biaya produksi selama periode tertentu}}{\text{Jumlah satuan produksi yang dihasilkan selama periode tertentu}}$$

2.5. Harga Jual

2.5.1. Pengertian Harga Jual

Harga Jual memiliki pengertian yang sangat banyak. Ada dua pengertian menurut para ahli yang dijabarkan penulis antara lain:

Menurut Achmad menyatakan bahwa “harga jual adalah harga yang diperoleh dari penjumlahan biaya produksi total ditambah dengan mark up yang digunakan untuk menutup biaya overhead pabrik perusahaan” (Arifin, 2016).

Menurut Supriyono mendefinisikan “harga jual sebagai jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan” (Aniroh, 2019).

Dari pengertian yang telah dipaparkan, maka dapat disimpulkan bahwa harga jual adalah harga yang diperoleh dan dibebankan kepada pembeli atau pelanggan.

2.5.2. Tujuan Penetapan Harga Jual

Menurut Fandi Tjiptono dalam Achmad mengemukakan bahwa penetapan harga jual mempunyai beberapa tujuan (Arifin, 2016), yaitu:

1. Tujuan berorientasi pada laba. Asumsi teori ekonomi klasik menyatakan bahwa setiap perusahaan selalu memilih harga jual yang dapat menghasilkan harga jual paling tinggi. Tujuan ini dikenal dengan istilah maksimalisasi laba. Maksimalisasi laba sangat sulit dicapai karena sangat sukar sekali untuk dapat memperkirakan secara akurat jumlah penjualan yang dapat dicapai pada tingkat harga jual tertentu.
2. Tujuan berorientasi pada volume. Harga jual ditetapkan sedemikian rupa agar dapat mencapai volume penjualan (dalam ton, kg, dan lain-lain), nilai penjualan (Rp) atau pangsa pasar (absolut maupun relatif).
3. Tujuan berorientasi pada citra. Citra (*Image*) suatu perusahaan dapat dibentuk melalui strategi penetapan harga jual. Perusahaan dapat menetapkan harga jual tinggi untuk membentuk atau mempertahankan citra prestisius. Harga rendah dapat digunakan untuk membentuk citra nilai tertentu.
4. Tujuan stabilisasi harga jual. Tujuan stabilisasi dilakukan dengan jalan menetapkan harga untuk mempertahankan hubungan yang stabil antara harga suatu perusahaan dan harga pemimpin industri.

5. Tujuan-tujuan lainnya. Harga dapat pula ditetapkan dengan tujuan mencegah masuknya pesaing, mempertahankan loyalitas pelanggan, mendukung penjualan ulang, atau menghindari campur tangan pemerintah.

2.5.3. Faktor yang Dipertimbangkan dalam Penetapan Harga Jual

Faktor-faktor yang mempengaruhi penentuan harga jual yaitu: laba, biaya produksi, dan faktor ekstern. Sedangkan secara umum ada dua faktor utama yang perlu dipertimbangkan dalam menetapkan harga jual yaitu: faktor internal perusahaan dan faktor lingkungan eksternal perusahaan (Arifin, 2016).

1. Faktor internal perusahaan yang dipertimbangkan dalam menetapkan harga jual akan meliputi:
 - a. Tujuan pemasaran perusahaan. Tujuan ini bisa berupa maksimalisasi laba, mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, meraih pangsa pasar yang besar, menciptakan kepemimpinan dalam kualitas, mengatasi persaingan, melaksanakan tanggung jawab sosial dan lain-lain.
 - b. Strategi bauran pemasaran. Harga hanyalah salah satu komponen dari bauran pemasaran. Oleh karena itu, harga perlu dikoordinasikan dan saling mendukung dengan bauran pemasaran lainnya, yaitu: produk, distribusi, dan promosi.
 - c. Biaya sebagai faktor yang menentukan harga minimal yang harus ditetapkan agar perusahaan tidak mengalami kerugian. Oleh karena itu, setiap perusahaan pasti menaruh perhatian pada aspek struktur biaya (tetap dan variabel), serta jenis-jenis biaya lainnya.

- d. Organisasi dalam hal ini manajemen perlu memutuskan siapa di dalam organisasi yang harus menetapkan harga.
2. Faktor eksternal perusahaan yang dipertimbangkan dalam menetapkan harga jual akan meliputi:
 - a. Sifat pasar dan permintaan, setiap perusahaan perlu memahami sifat pasar. Memperhatikan sifat pasar dan permintaan yang dihadapinya akan diupayakan melalui serangkaian pertanyaan apakah pasar termasuk pasar persaingan sempurna, persaingan monopolistik, oligopoli, atau monopoli. Faktor lain yang tidak kalah pentingnya adalah elastisitas permintaan.
 - b. Persaingan, merupakan kekuatan pokok yang memengaruhi persaingan dalam suatu industri menurut Porter (1985) ada lima, yaitu: persaingan dalam industri yang bersangkutan, produk substitusi, pemasok, pelanggan dan ancaman pendatang baru. Informasi yang dibutuhkan untuk menganalisis karakteristik persaingan yang dihadapi antara lain:
 - 1) Jumlah perusahaan dalam industri
 - 2) Ukuran relatif setiap anggota dalam industri
 - 3) Diferensiasi produk
 - 4) Kemudahan untuk memasuki industri tersebut
 - 5) Unsur-unsur lingkungan eksternal lainnya. Selain faktor-faktor tersebut, perusahaan juga perlu memperhatikan faktor kondisi ekonomi (inflasi, boom atau resesi, tingkat bunga), kebijakan dan peraturan pemerintah dan aspek sosial (kepedulian terhadap lingkungan).