

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN

DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Biaya Produksi

2.1.1.1 Pengertian Biaya Produksi

Biaya produksi merupakan komponen biaya terbesar dalam sebuah perusahaan pabrik, karena itu pengertian biaya produksi mengandung unsur penting Adapun pengertian biaya produksi itu sendiri menurut Mulyadi (2005: 14) “Biaya produksi biaya yang dikeluarkan oleh fungsi produksi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi”.

Adapun menurut pendapat Garrison et.al yang dialihbahasakan oleh Nuri Hinduan (2006: 51) mengenai biaya produksi yaitu: “Biaya produksi mencakup semua biaya yang terkait dengan pembuatan suatu produk.”

Kesimpulan yang dapat ditarik berdasarkan kedua definisi di atas adalah bahwa biaya produksi merupakan biaya yang dikorbankan atau dikeluarkan untuk menghasilkan suatu produk, karena biaya yang telah dikeluarkan tersebut berhubungan langsung dengan kegiatan memproduksi barang yang ditentukan sebelumnya.

2.1.1.2 Unsur-Unsur Biaya Produksi

Mulyadi (2005: 17) menjelaskan bahwa menurut objek pengeluarannya, secara garis besar biaya produksi ini dibagi menjadi:

- a. Biaya Bahan baku
- b. Biaya tenaga kerja langsung
- c. Biaya *overhead* pabrik

Penjelasan mengenai biaya bahan baku menurut Mulyadi (2005 : 331)

adalah sebagai berikut:

“Menurut prinsip akuntansi yang lazim, semua biaya yang terjadi untuk memperoleh bahan baku dan untuk menempatkannya dalam keadaan siap untuk diolah, merupakan unsur harga pokok bahan baku yang dibeli. Harga pokok bahan baku terdiri dari harga beli yang tercantum dalam faktur dari penjualan ditambah biaya angkatan, biaya-biaya pembelian lain serta biaya yang dikeluarkan untuk menyiapkan bahan baku dalam keadaan siap untuk diolah.”

Sedangkan definisi biaya tenaga kerja menurut Mulyadi (2005 : 343)

adalah sebagai berikut:

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

Adapun definisi biaya *overhead* pabrik menurut Mulyadi (2005 : 229)

adalah sebagai berikut:

“Biaya *overhead* pabrik adalah biaya produksi selain bahan baku dan tenaga kerja langsung (upah langsung).”

2.1.1.2.1 Biaya Bahan Baku

Bahan baku merupakan bahan yang membentuk bagian menyeluruh dari produk jadi. Seperti yang diungkapkan Segel (2002 : 146) dalam Kamus Istilah Akuntansi adalah sebagai berikut :

“Direct Materials (Bahan langsung) merupakan semua bahan yang menjadi bagian integral barang jadi. Contohnya adalah baja yang dipakai untuk membuat mobil dan kayu untuk membuat alat rumah tangga. Bahan langsung merupakan bahan untuk pekerjaan dalam proses sebagai biaya yang dapat diinventarisasikan”.

Menurut Ibnu Subiyanto dan Bambang Suripto (2003 : 39 memberikan definisi mengenai bahan langsung sebagai berikut :

“Bahan langsung adalah bahan yang digunakan untuk produk yang dapat diidentifikasi dengan produk, mudah ditelusuri ke produk dan merupakan biaya yang besar atas produk. Bahan langsung merupakan biaya utama (bersama-sama biaya tenaga kerja langsung) yang dibebankan kepada persediaan barang dalam proses pada saat bahan tersebut digunakan untuk produksi”.

Bahan baku yang diolah dalam perusahaan manufaktur dapat diperoleh dari pembelian atau dari pengolahan sendiri. Di dalam memperoleh bahan baku, perusahaan tidak hanya mengeluarkan biaya sejumlah harga beli, tetapi perusahaan mengeluarkan biaya-biaya pembelian, biaya pergudangan, serta biaya perolehan lainnya. Menurut prinsip akuntansi yang lazim, semua biaya yang terjadi untuk memperoleh bahan baku dan untuk menempatkan dalam keadaan yang siap untuk diolah, merupakan unsur harga pokok bahan baku yang dibeli. Oleh karena itu harga pokok bahan baku terdiri dari harga pokok bahan baku sejumlah yang tercantum dalam faktur pembelian ditambah dengan biaya-biaya lainnya, hingga bahan baku tersebut dalam keadaan yang siap untuk diolah. Tetapi pada umumnya harga pokok bahan baku dicatat sebesar jumlah yang tercantum dalam faktur pembelian saja, hal ini dilakukan karena pembagian biaya pembelian kepada masing-masing jenis bahan baku dalam faktur sering kali memerlukan biaya yang lebih besar dibandingkan dengan manfaat ketelitian perhitungan harga pokok yang diperoleh. Sebagian akibatnya biaya-biaya yang

dikeluarkan untuk memperoleh bahan baku biasanya diperhitungkan sebagai biaya *overhead* pabrik.

Menurut Mulyadi (2005:308) dalam pencatatan biaya bahan baku yang dipakai dalam produk terdapat dua metode yang dapat digunakan yaitu :

1. Metode mutasi persediaan (*Perpetual Inventor Method*)
2. Metode persediaan fisik (*Physical Inventor Method*)

Dalam metode mutasi persediaan setiap mutasi bahan baku dicatat dalam kartu persediaan. Dalam metode persediaan fisik hanya tambahan persediaan bahan baku dari pembelian saja yang dicatat, sedangkan mutasi berkurangnya bahan baku karena pemakaian tidak dicatat dalam kartu persediaan. Untuk mengetahui berapa biaya bahan baku yang dipakai dalam produk harus dilakukan dengan cara menghitung sisa persediaan bahan baku yang masih di gudang pada akhir periode akuntansi. Harga pokok persediaan awal bahan baku ditambah dengan harga pokok bahan baku yang baru dibeli selama periode tersebut dikurangi dengan harga pokok persediaan bahan baku yang masih ada pada akhir periode merupakan bahan baku yang dipakai dalam periode yang bersangkutan.

Sedangkan metode penentu harga pokok bahan baku yang dipakai dalam produk (*materials Costing Methods*) menurut Mulyadi (2005 : 308) adalah sebagai berikut :

- “1. Metode Identifikasi Khusus (*Spesifik Identificaton Method*)
2. Metode Masuk Pertama Keluar Pertama (*First-In, First-Out Method*).
3. Metode Masuk Terakhir Keluar Pertama (*Last-In, First-Out Method*)
4. Metode Rata-rata Bergerak (*Moving Average Method*)

5. Metode Biaya Standar.
6. Metode Rata-rata Harga Pokok Bahan Baku pada akhir bulan.”

Berikut adalah penjelasan dari masing-masing item adalah sebagai berikut :

1. Metode Identifikasi Khusus (*Spesifik Identificaton Method*).

Dalam metode ini tiap-tiap jenis bahan baku yang ada dalam gudang harus diberi tanda pada harga pokok per satuan berapa bahan baku tersebut dibeli. Dalam metode ini, tiap-tiap jenis bahan baku yang ada di gudang jelas identitas harga pokoknya, sehingga setiap pemakaian bahan baku alat diketahui harga pokok persatuannya secara tepat.

2. Metode Masuk Pertama, Keluar Pertama (*First-In, First-Out Method*).

Metode masuk pertama, keluar pertama menentukan biaya bahan baku dengan anggapan bahwa harga pokok per satuan bahan baku yang masuk pertama dalam gudang digunakan untuk menentukan harga bahan baku yang pertama kali dipakai.

3. Metode Masuk Terakhir Keluar Pertama (*Last-In, First-Out Method*)

Metode masuk terakhir, keluar pertama menentukan harga bahan baku yang dipakai dalam produksi dengan anggapan bahwa harga pokok bahan baku yang terakhir masuk dalam persediaan gudang dipakai untuk menentukan harga pokok bahan baku yang pertama kali dipakai dalam produk.

4. Metode Rata-rata Bergerak (*Moving Average Method*)

Dalam metode ini, persediaan bahan baku yang ada di gudang harga pokoknya dihitung dengan cara membagi total harga pokok dengan jumlah satuannya.

5. Metode Biaya Standar.

Bahan baku yang dibeli dicatat dalam kartu persediaan sebesar harga standar (*Standar price*) yaitu harga taksiran yang mencerminkan harga yang diharapkan akan terjadi di masa yang akan datang.

6. Metode rata-rata harga pokok bahan baku akhir bulan.

Dalam metode ini, pada akhir bulan dilakukan perhitungan harga pokok rata-rata per satuan tiap jenis bahan baku yang ada di gudang. Harga pokok rata-rata per satuan ini kemudian digunakan untuk menghitung harga pokok bahan baku yang dipakai dalam produk bulan berikutnya.

2.1.1.2.2 Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga merupakan salah satu biaya konversi yang merupakan salah satu biaya untuk bahan baku menjadi produk jadi. Definisi biaya tenaga kerja itu sendiri menurut Mulyadi (2005:341) adalah sebagai berikut :

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

sedangkan menurut Ibnu Subiyanto, Bambang Suripto (2002 : 42) adalah :

“Biaya tenaga kerja langsung adalah kompensasi yang diberikan kepada semua karyawan yang terlibat langsung dalam pengolahan produk, mudah

ditelusuri ke produk tertentu dan merupakan biaya yang besar atas produk yang dihasilkan

Jadi biaya tenaga kerja langsung adalah kompensasi atau balas jasa yang diberikan kepada karyawan yang terlibat langsung dalam pengolahan bahan baku menjadi suatu produk jadi.

Ada berbagai macam cara perhitungan upah karyawan dalam perusahaan. Salah satu cara adalah dengan mengalikan tarif upah dengan jam kerja karyawan. Dengan demikian untuk menentukan upah seorang karyawan perlu dikumpulkan data jumlah jam kerjanya selama periode tertentu.

2.1.1.2.3 Biaya *Overhead* Pabrik

Biaya *overhead* pabrik merupakan biaya konversi dalam mengolah bahan baku menjadi suatu produk. Pengertian biaya menurut Segel (2002 : 177) dalam Kamus Istilah Akuntansi adalah sebagai berikut :

“Factory Overhead adalah biaya keseluruhan total kecuali biaya bahan langsung dan upah langsung, juga disebut *overhead* pabrikasi, beban pabrikasi tidak langsung dan upah tidak langsung, antara lain adalah hal-hal lain seperti penyusutan, tunjangan, pajak upah dan asuransi. *Overhead* pabrik merupakan biaya yang dapat dimasukkan ke dalam persediaan yang dibebankan melalui alokasi pada pekerjaan dalam proses.”

Sedangkan menurut Abdullah Shahab (2002 : 158-159) dalam buku *Accounting Principles* biaya *overhead* pabrik adalah sebagai berikut :

“Biaya pabrikasi yaitu semua biaya-biaya untuk melaksanakan kegiatan pabrik selain daripada bahan mentah langsung dan upah langsung, misalnya penyusutan mesin (*depreciation machine*), penyusutan bangunan pabrik (*depreciation factory*), asuransi (*insurance*), perawatan dan perbaikan pabrik (*maintenance and repairs*), perlengkapan yang digunakan pabrik (*factory supplies*), gaji pengawas (*superintendence*), administrasi pabrik (*Factory office*), dan lain-lain.”

Jadi biaya *overhead* pabrik adalah biaya tidak langsung yang terjadi dalam produksi. Dalam melakukan pencatatan, biaya *overhead* pabrik dibagi menjadi dua, yaitu pencatatan biaya *overhead* pabrik yang dibebankan kepada produk berdasarkan tarif yang ditentukan di muka dan pencatatan biaya *overhead* sesungguhnya terjadi. Pembebanan produk dengan biaya *overhead* pabrik berdasarkan tarif dicatat dengan mendebet rekening barang dalam proses dan mengkredit rekening biaya *overhead* pabrik yang dibebankan. Biaya *overhead* pabrik yang sesungguhnya terjadi dicatat dengan mendebet rekening kontrol biaya *overhead* pabrik sesungguhnya. Secara periodik biaya *overhead* pabrik yang dibebankan kepada produk berdasarkan tarif dengan biaya *overhead* pabrik sesungguhnya terjadi dibandingkan dan dihitung selisihnya. Perbandingan ini dilakukan dengan menutup rekening biaya *overhead* pabrik yang dibebankan ke dalam rekening biaya *overhead* pabrik sesungguhnya. Selisih yang terjadi antara biaya *overhead* pabrik yang dibebankan kepada produk atas dasar tarif yang ditentukan di muka dengan biaya *overhead* pabrik yang sesungguhnya terjadi merupakan biaya *overhead* pabrik yang lebih atau kurang dibebankan (*over or Underrupplied Factory Overhead Cost*).

Berikut ini penggolongan biaya *overhead* pabrik menurut sifatnya yaitu sebagai berikut :

1. Biaya bahan penolong.

Bahan penolong adalah bahan yang tidak menjadi bagian produk jadi atau bahan yang meskipun produk jadi tetap nilainya relatif kecil bila dibandingkan dengan biaya produk lainnya. Misalnya yang termasuk

bahan penolong dalam perusahaan percetakan adalah bahan perekat, tinta koreksi dan tinta mesin. Bahan penolong dalam perusahaan kertas adalah soda, kaporit, bahan warna dan bahan kimia lainnya.

2. Biaya reparasi dan pemeliharaan

Biaya reparasi dan pemeliharaan berupa biaya suku cadang (*spareparts*), biaya habis pakai (*factory supplies*), dan biaya keperluan perbaikan dan pemeliharaan bangunan pabrik, mesin-mesin dan peralatan, dan aktiva lainnya 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 atas pesanan tertentu. Biaya tenaga kerja tidak langsung terdiri atas upah, tunjangan dan biaya kesejahteraan yang dikeluarkan untuk tenaga kerja tidak langsung tersebut.

Tenaga kerja tidak langsung terdiri atas :

- a. Karyawan yang kerja dalam departemen pembantu seperti departemen pembangkit listrik dan bengkel.
- b. Karyawan yang bekerja dalam departemen produk, seperti kepala departemen produk, karyawan administrasi dan mandor.

4. Biaya yang timbul sebagai akibat penilaian terhadap aktiva tetap.

Biaya-biaya yang termasuk dalam kelompok ini lain adalah biaya depresiasi bangunan pabrik, mesin dan peralatan, alat kerja dan aktiva lainnya yang digunakan di pabrik.

5. Biaya yang timbul sebagai akibat berlalunya waktu

Biaya-biaya yang termasuk dalam kelompok ini antara lain biaya asuransi gedung dan asuransi mesin.

6. Biaya *overhead* pabrik yang secara langsung memerlukan pengeluaran tunai.

Yang termasuk dalam kelompok biaya ini seperti biaya reparasi mesin yang diserahkan kepada pihak di luar perusahaan.

2.1.1.3 Metode Pengumpulan Biaya Produksi

Mulyadi (2005: 35-63) mengemukakan ada dua metode yang dapat digunakan untuk mengumpulkan biaya produksi, yaitu:

- a. Metode harga pokok pesanan (*Job Order Cost Method*)

Perusahaan yang memproduksi berdasar pesanan mengumpulkan harga pokok produksinya dengan menggunakan metode harga pokok pesanan.

Karakteristik usaha perusahaan yang produksinya berdasar pesanan, yaitu:

1. Proses pengolahan produk terjadi secara terpisah.
2. Produk dihasilkan sesuai dengan spesifikasi yang ditentukan oleh pemesan.
3. Produk ditunjukan untuk memenuhi pesanan, bukan untuk memenuhi persediaan di gudang.

Karakteristik metode harga pokok pesanan, yaitu:

1. Perusahaan memproduksi berbagai macam produk sesuai dengan spesifikasi pemesan dan setiap jenis produk dihitung harga pokok produksinya secara individual.
2. Biaya produksi harus digolongkan berdasarkan hubungannya dengan produk menjadi dua kelompok berikut ini: biaya produksi langsung dan biaya produksi tidak langsung.
3. Biaya produksi langsung terdiri dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung, sedangkan biaya produksi tidak langsung disebut dengan istilah biaya *overhead* pabrik.
4. Biaya produksi diperhitungkan sebagai harga pokok produksi pesanan tertentu berdasarkan biaya sesungguhnya terjadi, sedangkan biaya *overhead* pabrik diperhitungkan ke dalam harga pokok pesanan berdasarkan tarif yang ditentukan di muka.
5. Harga pokok produksi per unit dihitung pada saat pesanan selesai diproduksi dengan cara membagi jumlah biaya produksi yang dikeluarkan untuk pesanan tersebut dengan jumlah unit produk yang dihasilkan dalam pesanan yang bersangkutan.

b. Metode harga pokok proses (*Process Cost Method*)

Merupakan metode pengumpulan biaya produksi yang digunakan oleh perusahaan yang mengolah produknya secara masa. Dalam perusahaan yang memproduksi secara masa, karakteristik produksinya adalah sebagai berikut:

1. Produk yang dihasilkan merupakan produk standar
2. Produk yang dihasilkan dari bulan ke bulan adalah sama

3. Kegiatan produk dimulai dengan diterbitkannya perintah produksi yang berisi rencana produksi standar untuk jangka waktu satu tahun.

Karakteristik metode harga pokok proses

1. Pengumpulan biaya produksi per departemen produksi per periode akuntansi.
2. Perhitungan harga pokok produksi persatuan dengan cara membagi total biaya produksi yang dikeluarkan selama periode tertentu dengan jumlah satuan produk yang dihasilkan selama periode yang bersangkutan.
3. Penggolongan biaya produksi langsung dengan biaya produksi tidak langsung sering kali tidak diperlukan, terutama jika perusahaannya menghasilkan satu macam produk, seperti box, kerajinan tangan lainnya.
4. Biaya *overhead* pabrik terdiri dari biaya produksi selain biaya bahan baku dan bahan penolong dan biaya tenaga kerja baik langsung maupun tidak langsung. Biaya *overhead* pabrik dibebankan kepada produk sebesar biaya yang sesungguhnya terjadi selama periode akuntansi.

2.1.2 Harga Jual

2.1.2.1 Pengertian Harga Jual

Harga jual merupakan salah satu unsur penting bagi perusahaan dalam menentukan volume penjualan, karena melalui suatu harga tertentu pihak perusahaan dapat memproyeksikan berapa barang-barang atau produk yang diminta oleh konsumen serta berapa keuntungan atau laba yang akan diperoleh.

Untuk dapat mengetahui tentang harga jual, maka diterangkan mengenai pengertian dari harga dan penjualan. Pengertian harga menurut Staton dengan Yohanes Lamarto (2003 : 306) yaitu sebagai berikut :

- “1. Harga adalah alat pengukur dasar sebuah sistem ekonomi karena harga mempengaruhi alokasi faktor-faktor produk.
2. Harga adalah nilai yang disebutkan dalam rupiah dan sen atau medium moneter lainnya sebagai alat tukar.
3. Harga adalah jumlah uang (kemungkinan ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanannya yang menyertainya”.

Adapun pengertian harga jual menurut Supriyono (2002 : 335) yaitu :

“Harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan”.

Umumnya harga jual produk ditentukan oleh perimbangan permintaan dan penawaran di pasar, karena permintaan customer atas suatu produk tidak mudah ditentukan, maka faktor yang memiliki kepastian relatif tinggi yang berpengaruh dalam penentuan harga jual adalah biaya. Biaya dapat memberikan informasi batas bawah suatu harga jual harus ditentukan. Dengan demikian manajemen perusahaan senantiasa memerlukan informasi biaya produk.

Adapun manfaat informasi biaya penuh dalam keputusan harga jual menurut Mulyadi (2005 : 346) adalah sebagai berikut :

- “1. Biaya penuh merupakan titik awal untuk mengarungi ketidakpastian yang dihadapi oleh pengambilan keputusan
2. Biaya penuh merupakan dasar yang memberikan perlindungan bagi perusahaan dari kemungkinan kerugian
3. Biaya penuh memberikan informasi yang memungkinkan manajer penentu harga jual, melongok struktur biaya perusahaan pesaing Biaya penuh

merupakan dasar untuk pengambilan keputusan perusahaan memasuki pasar”.

Sedangkan pengertian dari penjualan menurut Segel (2002:404) adalah sebagai berikut :

”*Sale* (penjualan) : penerimaan yang diperoleh dari pengiriman barang dagangan atau dari penyerahan dalam bursa sebagai bahan pertimbangan. Pertimbangan ini dapat dalam bentuk uang tunai, peralatan kas atau harta lainnya. Pendapatan dapat diperoleh pada saat penjualan, karena terjadi pertukaran, harga jual dapat ditetapkan dan bebannya diketahui.”

Harga jual pada dasarnya harus dapat menutupi biaya produk yang bersangkutan dengan produk dan menghasilkan laba yang diinginkan oleh perusahaan. Sehingga informasi biaya penuh memberikan manfaat bagi penentuan harga jual.

Penentuan harga jual ini memiliki peranan yang sangat penting karena sering berakibat fatal pada masalah keuangan perusahaan dan akan mempengaruhi kontinuitas usaha perusahaan, karena konsumen menginginkan produk yang berkualitas dengan harga yang murah. Harga merupakan hal yang sensitif, sehingga perlu dipertimbangkan sekali faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan tentang harga jual. Dari pengertian harga dan penjualan dapat disimpulkan bahwa harga jual adalah uang atau nilai yang disebutkan dalam rupiah dan sen atau medium moneter lainnya sebagai alat tukar yang akan diterima atau sebagai pendapatan dengan kompensasi pengiriman atau penyerahan dari suatu produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

2.1.2.2 Metode Penentuan Harga Jual

Dalam penentuan harga jual untuk produknya, Perusahaan Kue “Lintang” menggunakan metode penentuan harga jual (*cost-plus pricing*). Dimana harga jual ditentukan dengan memperhitungkan semua biaya produksi dan non produksi ditambah dengan laba yang diinginkan diatas biaya penuh masa yang akan datang untuk memproduksi dan memasarkan produk. Biaya penuh yang dikeluarkan dalam proses produksi dihitung dengan pendekatan *full costing*. Disamping itu juga harga jual ditentukan oleh keadaan pasar disebabkan Perusahaan Kue “Lintang” ini baru berdiri.

Akan tetapi dalam pengolahan penelitian ini, penulis tidak berdasarkan harga jual normal normal disebabkan sering meningkatnya harga jual yang diakibatkan dan dipengaruhi oleh fluktuasi bahan baku serta keputusan pengolahan dalam hal ini manajer, maka penulis menggunakan harga jual rata-rata dengan rumus pendapatan penjualan dibagi dengan jumlah produk yang terjual.

Berikut ini adalah beberapa metode penentuan harga jual menurut Mulyadi (2001:348) di mana biaya merupakan titik tolak untuk perumusan kebijakan harga jual yaitu sebagai berikut :

1. Penentuan harga jual dalam keadaan normal (*normal pricing*).
2. Penentuan harga jual dalam *cost-type contract*.
3. Penentuan harga jual pesanan khusus (*spesial order pricing*).
4. Penentuan harga jual produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan yang diatur dengan peraturan pemerintah

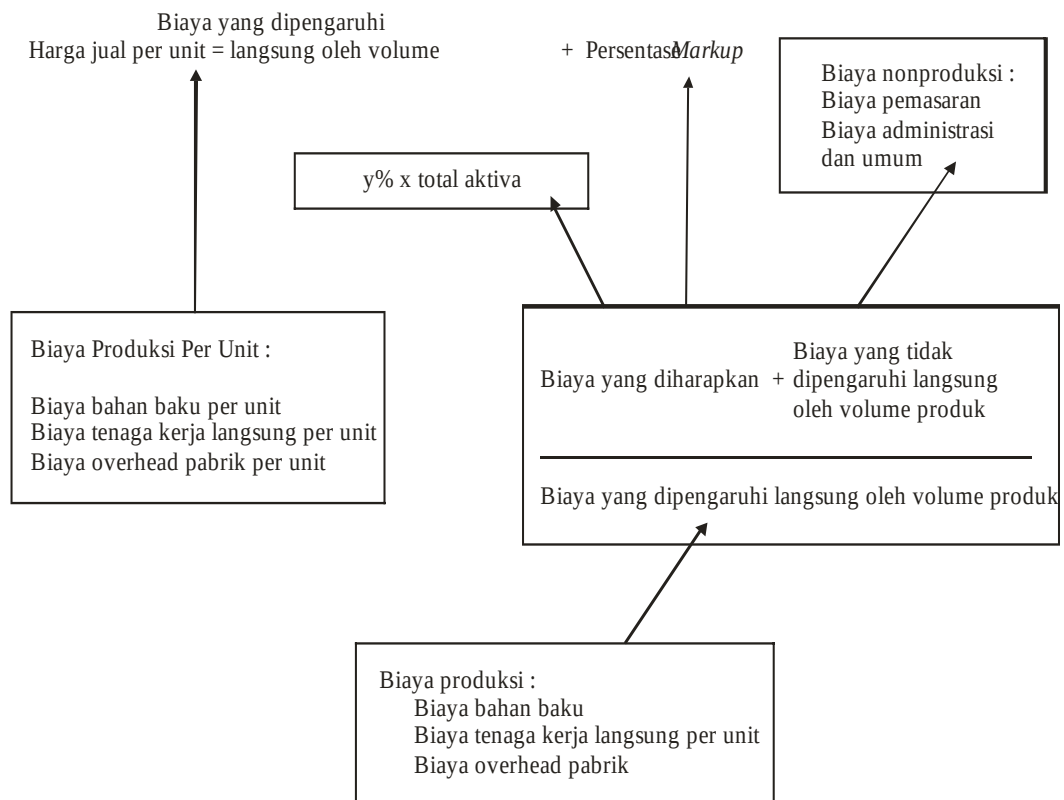
Berikut adalah penjelasan dari penentuan harga jual yaitu sebagai berikut :

1. Penentuan harga jual keadaan normal (*normal pricing*).

Dalam keadaan normal, manajer penentu harga jual memerlukan informasi biaya penuh masa yang akan datang sebagai dasar penentuan harga jual produk atau jasa. Metode penentuan harga jual normal sering kali disebut dengan istilah *cost-plus pricing*, karena harga jual ditentukan dengan menambah biaya masa yang akan datang dengan suatu persentase *markup* (tambahan di atas jumlah biaya) yang dihitung dengan formula tertentu. Harga jual produk atau produk atau jasa dalam keadaan normal ditentukan dengan formula sebagai berikut :

Harga jual per unit = Taksiran total biaya + Laba yang diharapkan

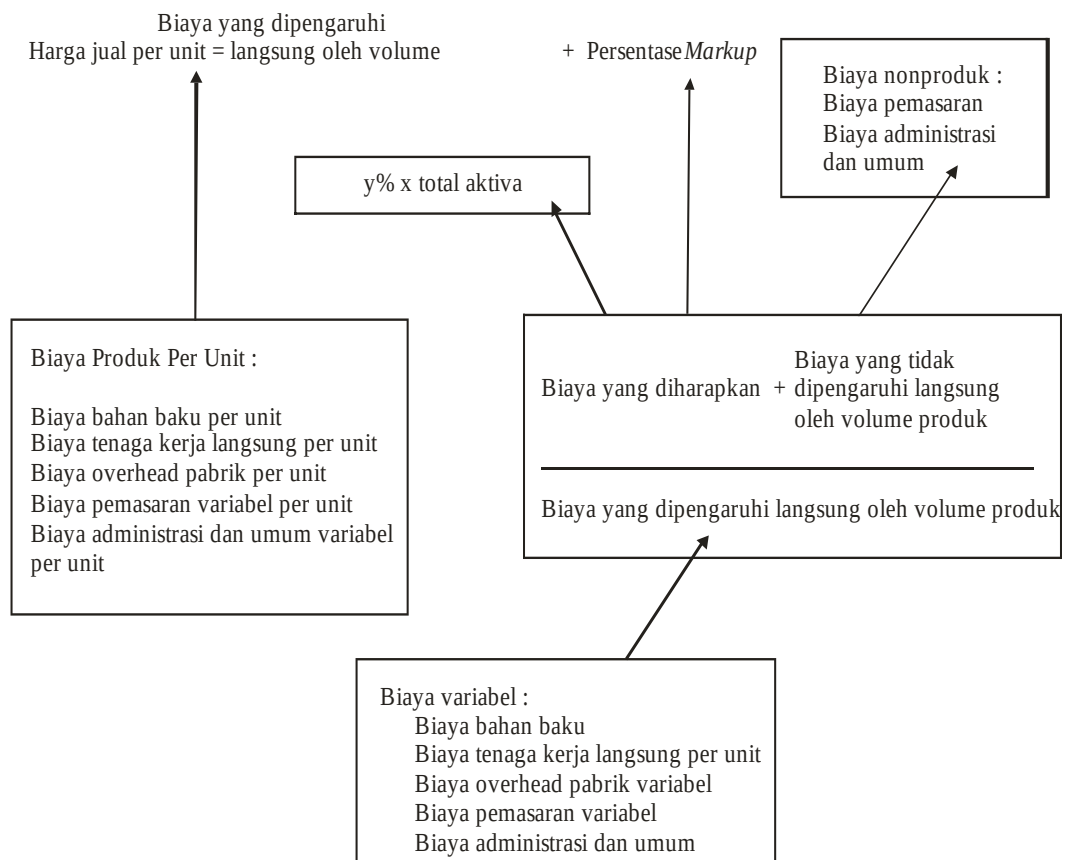
Dengan demikian ada unsur yang diperhitungkan dalam penentuan harga jual adalah taksiran total biaya dan laba yang diharapkan. Taksiran total biaya dapat dihitung dengan menggunakan dua pendapat yaitu *full costing* dan *variabel costing*. Terdapat perbedaan konsep langsung dan tidak langsung biaya dengan volume antara metode *full costing* dan *variabel costing*. Konsep biaya yang berhubungan langsung dengan volume menurut metode *full costing* adalah berupa biaya produk, sedangkan biaya yang tidak berhubungan langsung adalah berupa biaya non produk. Dengan demikian rumus perhitungan harga jual per unit menurut pendekatan *full costing* adalah sebagai berikut :



Sumber : Mulyadi (2005 : 354)

Gambar 2.1
Perhitungan Harga Jual Dengan Pendekatan *Full Costing*

Dalam pendekatan *variabel costing* biaya yang dipengaruhi langsung oleh volume produk terdiri atas biaya variable, sedangkan biaya yang tidak dipengaruhi oleh produk terdiri dari biaya tetap. Dengan demikian menurut pendekatan *variabel costing* harga jual per unit ditentukan dengan formula sebagai berikut :



Sumber : Mulyadi (2005 : 356)

Gambar 2.2
Perhitungan Harga Jual Dengan Pendekatan *Variable Costing*

2. Penentuan harga jual dalam *cost-type contract*

Cost tipe contract adalah kontrak pembuatan produk atau jasa, yaitu pihak pembeli setuju membeli produk atau jasa pada harga yang didasarkan pada total biaya yang sesungguhnya dikeluarkan oleh produsen ditambah dengan laba yang dihitung sebesar persentase tertentu dari total biaya sesungguhnya yang telah dikeluarkan untuk memproduksi dan memasarkan produk. Dalam penentuan harga jual, perusahaan harus memperhitungkan biaya yang dikeluarkan, yang terdiri atas biaya langsung

dan biaya tidak langsung proyek, misalnya jumlah masing-masing biaya adalah sebagai berikut : biaya langsung proyek sebesar Rp. 1.000.000,00 dan biaya tidak langsung proyek Rp. 200.000,00 sehingga total biaya proyek tersebut adalah sebesar Rp. 1.200.000,00. Untuk menentukan harga jual proyek adalah dengan menambahkan persentase laba yang diharapkan (misalnya sebesar 20 %), maka harga proyek dapat diketahui melalui penjumlahan total biaya proyek yaitu Rp. 1.200.000,00 ditambah dengan laba yang diharapkan dari total biaya proyek yaitu $20\% \times 1.200.000,00 = \text{Rp. } 240.000,00$. Jadi harga jual proyek yang dibebankan kepada pembeli adalah sebesar Rp. 1.440.000,00.

3. Penentuan harga jual pesanan khusus (*special order pricing*)

Pesanan khusus merupakan pesanan yang diterima oleh perusahaan di luar pesanan reguler perusahaan. Biasanya konsumen yang melakukan pesanan khusus ini meminta harga di bawah harga normal, bahkan sering kali harga yang diminta berada di bawah harga pokok produk karena pesanan khusus mencakup jumlah yang besar. Dalam keadaan seperti ini, yang perlu dipertimbangkan oleh manajer penentu harga jual adalah:

- a. Pesanan reguler adalah pesanan yang dibebani tugas menutup seluruh biaya tetap yang akan terjadi dalam tahun anggaran. Dengan demikian jika manajer penentu harga jual yakin bahwa seluruh biaya tetap akan ditutupi oleh pesanan reguler maka pesanan khusus dibebaskan dari kewajiban memberikan kontribusi dalam menutup biaya tetap. Misalnya kapasitas produk belum seluruhnya dipakai dan masih mampu untuk melayani

pesanan khusus, manajer penentu harga dapat menerima harga jual normal bahkan di bawah harga pokok produk, asalkan harga jual tersebut masih berada di atas biaya variabel. Dalam keadaan ini harga jual yang berada di atas biaya variabel untuk memproduksi dan memasarkan produk masih mampu menghasilkan laba kontribusi. Karena seluruh biaya tetap akan ditutupi dari pesanan reguler maka setiap tambahan laba kontribusi dari pesanan khusus akan mengakibatkan tambahan laba bersih perusahaan.

- b. Jika misalnya dengan penerimaan pesanan khusus, perusahaan diperkirakan tidak hanya akan mengeluarkan biaya variabel saja namun memerlukan biaya tetap karena harus beroperasi di atas kapasitas yang tersedia maka harga jual pesanan khusus harus di atas biaya variabel ditambah dengan kenaikan biaya tetap karena pesanan khusus tersebut.
4. Penentu harga jual produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan yang diatur oleh pemerintah.

Produk atau jasa yang dihasilkan untuk memenuhi kebutuhan pokok masyarakat luas seperti listrik, telepon, air, transportasi dan lain-lain diatur dengan peraturan pemerintah. Harga jual produk dan jasa tersebut ditentukan berdasarkan total biaya di masa yang akan datang ditambah dengan laba yang diharapkan. Dalam penentuan harga jual normal total biaya yang dipakai sebagai dasar penentuan harga jual dihitung dengan menggunakan adalah satu pendekatan *full costing*. Dalam penentuan harga jual yang diatur dengan peraturan pemerintah total biaya yang dipakai sebagai dasar penentu harga jual dihitung dengan pendekatan *full costing*,

karena pendekatan *variabel costing* tidak diterima sebagai prinsip akuntansi yang lazim. Dalam penentuan harga jual per satuan produk atau jasa sama dengan penentuan harga jual dengan *cost-plus pricing* dengan pendekatan *full costing* yaitu dengan formula sebagai berikut :

Perhitungan markup :

Biaya administrasi dan umum	Rp.	xxx	
Biaya pemasaran		xxx	
Laba yang diharapkan : $y \% \times \text{Total aktiva awal tahun anggaran}$		xxx	+
Jumlah		xxx	
Biaya Produk		xxx	
Persentase Markup		x %	

Perhitungan harga jual :

Biaya Produk	Rp.	xxx	
Markup : $x \% \times \text{Biaya Produk}$		xxx	+
Jumlah harga jual		xxx	
Volume produk		xxx	
Harga jual per unit		xxx	

2.2 Kerangka Pemikiran

Dalam perusahaan manufaktur biaya produksi merupakan sumber biaya yang terdiri dari tiga unsur biaya yaitu biaya bahan langsung, biaya pekerja langsung dan biaya *overhead* pabrik. Menurut Usry-Hammer (2000 : 37) yang disadur kembali oleh Alfonsus Sirait dan Herman Wibowo oleh karena itu penekanan biaya dan biaya produksi sangat penting agar dapat menekan biaya produksi yang diharapkan dapat meningkatkan harga jual.

Jika kita melihat dari definisi di atas nampak jelas bahwa yang menjadi sumber biaya produksi yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan

biaya *overhead* pabrik. Oleh karena itu perusahaan harus dapat menekan biaya-biaya tersebut agar biaya produksi tidak bengkak.

Untuk lebih memahami pengertian biaya produksi, maka terlebih dahulu perlu diketahui pengertian biaya produksi itu sendiri. Biaya produksi merupakan biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi barang jadi yang siap untuk dijual (Mulyadi, 2004: 14). Dari pengertian tersebut dapat kita ketahui bahwa yang menjadi indikator biaya produksi adalah biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik.

Pihak manajemen diharuskan untuk mengoptimalkan penggunaan biaya produksi manufaktur dengan seefisien mungkin agar dapat menghasilkan produk yang berkualitas dengan harga yang bersaing. Pihak manajemen harus melakukan pendekatan secara sistematis dan rasional dan mengoptimalkan biaya produksi tersebut melalui suatu informasi yang dapat dipercaya sebagai dasar untuk pengambilan keputusan.

Salah satu permasalahan dalam perusahaan manufaktur adalah penentuan besarnya harga jual. Meskipun tidak semua perusahaan manufaktur bermasalah dalam harga jual, akan tetapi penentuan harga jual harus tetap diperhatikan karena berdampak pada daya beli masyarakat. Harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan (Supriyono, 2002 : 335).

Adapun perusahaan yang tidak menghadapi persoalan dalam penentuan harga jual adalah perusahaan yang memproduksi barang sejenis dengan perusahaan lain dan telah memiliki harga pasar asli. Namun tidak demikian halnya dengan perusahaan lain, penentuan harga jual merupakan proses yang sangat

penting. Kesalahan penentuan harga jual akan berakibat fatal. Jika ditentukan terlalu mahal, maka pelanggan akan enggan membeli produk perusahaan dan akan berpindah ke perusahaan lain. Sebaliknya, jika harga jual ditentukan terlalu rendah (murah), maka biaya produksi yang dikeluarkan oleh perusahaan tidak akan tertutup sehingga perusahaan akan mengalami kerugian.

Salah satu penyebab tidak efisiennya proses produksi yang selama ini dilaksanakan disebabkan oleh adanya biaya produksi terlalu besar dan tidak dapat diimbangi dengan hasil penjualan. Apalagi dalam dunia bisnis sekarang ini, dimana tingkat persaingan antar perusahaan sejenis sangat ketat sehingga memaksa pihak perusahaan untuk menetapkan harga jual tertentu untuk memenangkan persaingan di pasar. Penetapan harga jual ini harus diimbangi pula dengan dipertahankannya mutu produk. Oleh karena itu, konsep efisiensi berkaitan dengan seberapa jauh proses mengkonsumsi masukan untuk menghasilkan keluaran tertentu. Yang mana, “efisiensi merupakan rasio antara keluaran dengan masukan suatu proses, dengan fokus perhatian pada konsumsi masukan.” Mulyadi dan Johny Setiawan (2001: 378).

Sebagian dari penentu besarnya harga jual juga ditentukan oleh besarnya kecilnya biaya produksi sehingga kebijakan besar kecilnya harga jual yang diambil perusahaan akan selalu memperhatikan seberapa besar biaya produksi agar kerugian dapat dihindarkan.

Menurut Supriyono, (2002:335) Harga Jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan. Sehingga indikator untuk menentukan harga jual adalah besarnya harga pokok produk ditambah dengan laba yang diharapkan.

Salah satu cara untuk menghindari terjadinya kerugian, pada pendekatan umum dalam menentukan harga adalah dengan menambahkan angka perkiraan laba (*mark-up*) pada angka harga pokok. Yang dimaksud dengan *mark-up* adalah selisih antara harga jual dengan harga pokok produk. *Mark-up* biasanya berupa persentase tertentu dari harga pokok produk (Krismiaji, 2002:354). Dengan demikian harga jual dapat ditentukan sebagai berikut:

$$\text{Harga Jual} = \text{Harga Pokok} + (\text{Persentase Mark-up} \times \text{Harga Pokok})$$

atau lebih jelasnya harga jual ditentukan dengan menghitung harga pokok produk ditambah dengan laba yang diharapkan.

Dari penjelasan di atas kita dapat melihat betapa perlunya pihak manajemen dalam melakukan penekanan terhadap biaya produksi perusahaan agar biaya produksi dapat mewujudkan tujuan perusahaan yaitu jika produk yang dihasilkan bermutu baik, maka akan diperoleh harga jual yang tinggi dengan begitu perusahaan dapat memiliki keunggulan bersaing apalagi dengan perusahaan sejenis sehingga perusahaan dapat memaksimalkan laba.

2.3 Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, penulis mengemukakan hipotesis sebagai berikut: “Biaya Produksi Berpengaruh Signifikan Terhadap Harga Jual” Suatu studi kasus pada Perusahaan Kue “Lintang” di Kota Tasikmalaya.