

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka

Pemahaman mengenai hal-hal yang berkaitan dengan penelitian sangat penting agar pelaksanaan penelitian dapat berjalan dengan baik, dimana salah satu unsur dalam pemahaman adalah pengertian-pengertian dari variable-variabel yang terdapat dalam pembahasan penelitian yaitu:

2.1.1 Pengertian Biaya

Pengertian biaya dalam arti luas menurut Mulyadi (2015: 8) biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam semua uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu, sedangkan dalam arti sempit biaya diartikan sumber ekonomis untuk memperoleh aktiva. Biaya mengandung empat unsur pokok, antara lain sebagai berikut :

1. Biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi
2. Diukur dalam satuan uang
3. Yang telah terjadi atau yang secara kemungkinan akan terjadi
4. Pengorbanan tersebut untuk tujuan tertentu

Dengan demikian, biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dengan satuan uang untuk memperoleh barang atau jasa yang diharapkan memberikan manfaat saat ini maupun di masa yang akan datang. Pengorbanan sumber ekonomis tersebut dapat berupa biaya historis dan biaya masa yang akan datang. Sedangkan dalam arti sempit biaya dapat diartikan sebagai pengorbanan

sumber ekonomi untuk memperoleh aktiva atau secara tidak langsung untuk memperoleh penghasilan, disebut dengan harga pokok.

Pada suatu perusahaan, tujuan yang ingin dicapai adalah seberapa besar pendapatan yang diperoleh harus lebih besar daripada biaya yang dikeluarkan. Untuk membantu perusahaan dalam penggunaan modal kerja, maka pihak manajemen dapat menggunakan suatu alat analisis yang disebut analisis laba kotor. Rencana untuk mencapai laba yang diharapkan perusahaan, maka perusahaan perlu membuat anggaran agar benar-benar efektif. Sistem penganggaran yang baik, harus mencakup perencanaan dan pengendalian (Rahmawati, dkk ; 2014)

Menurut Daljono (2011 : 15) klasifikasi biaya menurut hubungannya dengan produk, biaya yang terjadi di perusahaan dapat dikelompokkan berdasarkan hubungannya dengan produk, menjadi biaya produk dan biaya komersial. Biaya produk adalah biaya pembuatan produk. Biaya ini sifatnya melekat pada produk. Berikut akan dibahas kedua jenis biaya tersebut :

1) Biaya Produksi

Biaya produksi ini terdiri dari Biaya Bahan, Biaya Tenaga Kerja, dan Biaya Overhead Pabrik.

a. Biaya Bahan

Biaya Bahan adalah bahan yang digunakan untuk membuat barang jadi.

Biaya bahan merupakan nilai atau besarnya rupiah yang terkandung dalam bahan yang digunakan untuk proses produksi. Biaya bahan dibedakan menjadi :

1. Biaya Bahan Baku

Bahan Baku adalah bahan mentah yang digunakan untuk memproduksi barang jadi, yang secara fisik dapat diidentifikasi pada barang jadi. Contoh : Kayu dalam pembuatan meja, Kain dalam pembuatan baju, dll.

2. Biaya Bahan Penolong

Yang termasuk dalam biaya bahan penolong adalah bahan-bahan yang digunakan untuk menyelesaikan suatu produk, namun pemakaiannya relative kecil atau sangat rumit untuk dikenali diproduksi. Contoh : Lem kayu dalam pembuatan kursi, benang dalam pembuatan baju.

2) Biaya Tenaga Kerja

Biaya Tenaga Kerja (BTK) merupakan gaji/upah karyawan bagian produksi. Biaya ini dibedakan menjadi :

1. Biaya Tenaga Kerja Langsung (BTKL)

Biaya Tenaga Kerja Langsung (BTKL) adalah gaji/upah tenaga kerja yang dipekerjakan untuk memproses bahan menjadi barang jadi.

2. Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung (BTKTL)

Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung (BTKTL) merupakan gaji/upah tenaga kerja bagian produksi yang tidak terlibat secara langsung dalam proses pengerjaan bahan menjadi produk jadi. Sebagai contoh adalah gaji mandor, gaji karyawan keamanan yang

menjaga keamanan lokasi produksi di mana tanpa penjagaan proses produksi dapat terganggu.

3) Biaya Overhead Pabrik (BOP)

Biaya overhead pabrik adalah biaya yang timbul dalam proses produksi selain yang termasuk dalam biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Yang termasuk dalam BOP antara lain :

- 1) Biaya pemakaian supplies pabrik
- 2) Biaya penyusutan minyak pada mesin
- 3) Biaya penyusunan bagian produksi
- 4) Biaya listrik bagian produksi
- 5) Biaya pemeliharaan/perawatan bagian produksi
- 6) Biaya asuransi bagian produksi
- 7) Biaya pengawasan

2. Biaya Komersial

Biaya komersial meliputi biaya pemasaran dan biaya administrasi dan umum.

1. Biaya pemasaran merupakan biaya-biaya yang terjadi dengan tujuan untuk memasarkan produk. Biaya pemasaran dilakukan setelah produk selesai diproses hingga produk terjual. Termasuk dari biaya pemasaran, diantaranya: biaya pengangkutan penjualan barang, biaya promosi, biaya pelayanan pelanggan, dll.
2. Biaya administrasi dan umum merupakan beban yang dikeluarkan dalam rangka mengatur dan mengendalikan organisasi. Biaya yang

termasuk dalam biaya administrasi, antara lain : gaji akuntan, gaji mandor (bukan produksi), biaya alat tulis, biaya telepon, dll.

Klasifikasi biaya menurut Waktu Pengakuan (*timing of recognition*) dibagi menjadi 2 yaitu *product cost* dan *period cost*.

1. *Product Cost* (Biaya Produk)

Adalah biaya yang terjadi dalam rangka membuat produk. Biaya tersebut sifatnya melekat pada produk. *Product cost* akan dipertemukan dengan pendapatan pada periode dimana produk tersebut dijual. Selama produk belum dijual, *product cost* tetap melekat pada produk (persediaan).

2. *Period Cost* (Biaya Periode)

Adalah biaya yang terjadi dalam satu kali periode yang tidak ada kaitannya dengan pembuatan produk. Biaya periode sifatnya tidak melekat pada produk dan akan dipertemukan dengan pendapatan untuk menghitung laba rugi pada periode yang bersangkutan. Contoh : Biaya Pemasaran, Biaya Administrasi dan Umum, dll.

2.1.1.1 Perilaku Biaya

Menurut Mulyadi (2014: 15-17) Perilaku biaya adalah perubahan biaya sebagai akibat perubahan volume aktivitas. Perilaku biaya dalam hubungannya dengan perubahan volume aktivitas dibagi dalam empat kelompok yaitu:

a) Biaya Variabel

Biaya Variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume aktivitas. Jika aktivitas mengalami kenaikan, maka total biaya variabel juga mengalami kenaikan. Demikian pula apabila biaya variabel mengalami penurunan maka, total biaya variabel juga mengalami penurunan.

b) Biaya Tetap

Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya konstan dalam kisaran tertentu perubahan volume aktivitas. Perubahan volume aktivitas di atas kisar tertentu tersebut akan mengakibatkan perubahan biaya tetap.

c) Biaya Semi Variabel

Biaya semi variabel adalah biaya yang memiliki unsur perilaku tetap dan variabel. Informasi tentang perilaku biaya sangat bermanfaat untuk perencanaan biaya. Pengambil keputusan dalam proses perencanaan membutuhkan informasi untuk mengestimasi dampak perubahan volume aktivitas terhadap perubahan biaya.

2.1.2 Pengertian Harga Pokok Produksi

Suatu perusahaan baik perusahaan kecil maupun perusahaan besar dalam menentukan harga jualnya terlebih dulu menentukan harga pokok produksi. Hal ini dilakukan untuk memperkirakan laba yang diperoleh dari hasil penjualan produk tersebut. Pengertian harga pokok produksi menurut :

- Raiborn dan Kinney (2011:56) harga pokok produksi adalah “Total produksi biaya barang-barang yang telah selesai dikerjakan dan ditransfer ke dalam persediaan barang jadi selama sebuah periode”.

- Mulyadi (2015:14) Harga pokok produksi adalah “pengorbanan sumber ekonomi untuk pengelolaan bahan baku menjadi produk”.
- Armanto Witjaksono (2013) Harga pokok produksi adalah “Sejumlah nilai aktiva, tetapi apabila selama tahun berjalan aktiva tersebut dimanfaatkan untuk membantu memperoleh penghasilan, aktiva tersebut harus dikonversikan ke beban. Sedangkan harga pokok produksi adalah mewakili jumlah biaya barang yang diselesaikan pada periode tertentu”.

Berdasarkan beberapa pengertian diatas, maka harga pokok produksi adalah penjumlahan pengorbanan sumber ekonomi yang digunakan dalam pengolahan bahan baku menjadi produk. Dalam penghitungan harga pokok produksi, ada suatu pengorbanan sumber ekonomi yang berupa biaya. Dalam arti luas biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu. (Widilestariningtyas, dkk:2012)

Sedangkan dalam arti sempit biaya dapat diartikan sebagai pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh aktiva. Biaya juga dapat diartikan sebagai kos barang atau jasa yang telah digunakan untuk memperoleh pendapatan. Setiap perusahaan yang melakukan penghitungan harga pokok produk mempunyai tujuan yang ingin dicapainya. Adapun tujuan dari penghitungan harga pokok produk adalah:

- a. Untuk memberikan bantuan guna mendekati harga yang dapat dicapai.

- b. Untuk menilai harga-harga yang dapat dicapai atau ditawarkan dari pendirian ekonomi perusahaan itu sendiri.
- c. Untuk menilai penghematan dari proses produksi.
- d. Untuk menilai barang yang masih dikerjakan.
- e. Untuk penetapan yang terus-menerus dan analisis dari hasil perusahaan.

Dari tujuan dalam penghitungan harga pokok produk tersebut dapat disimpulkan bahwa adanya suatu biaya produksi. Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Menurut objek pengeluarannya, secara garis besar biaya produksi ini dibagi menjadi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik.

Menurut Supriyono (2012) pengumpulan harga pokok pada perusahaan manufaktur dapat dikelompokkan sebagai berikut :

1. Metode Harga Pokok Pesanan (*Job Order Cost Method*)

Metode harga pokok pesanan adalah metode pengumpulan harga pokok produk dimana biaya dikumpulkan untuk setiap pesanan atau jasa terpisah dan setiap pesanan dapat dipisahkan identitasnya. Pengelolaan produk dimulai dari pesanan melalui dokumen pesanan penjualan (*sales order*) dan atas dasar pesanan penjualan akan dibuat perintah produksi sesuai dengan pesanan yang bersangkutan.

2. Metode Harga Pokok Proses (*Process Cost Method*)

Metode harga proses adalah metode pengumpulan harga pokok produk dimana biaya dikumpulkan untuk setiap satuan waktu tertentu, misalnya bulan, tahun, semester dan lain-lain. Tujuan produksi untuk mengisi persediaan selanjutnya akan dijual kepada pembeli, oleh karena sifat produk homogen dan standar maka kegiatan produksi dapat dilaksanakan secara terus menerus.

2.1.2.1 Metode Perhitungan Harga Pokok Produksi

Menurut Mulyadi (2014), metode penentuan harga pokok produksi adalah cara memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam harga pokok produksi. Dalam memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam harga pokok produksi, terdapat dua pendekatan yaitu :

1. *Full Costing*

Full costing merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi ke dalam harga pokok produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik, baik yang berperilaku variabel maupun tetap, harga pokok produksi menurut metode *full costing* terdiri dari unsur biaya produksi berikut ini:

Biaya bahan baku	xxx
Biaya tenaga kerja langsung	xxx
Biaya overhead pabrik	xxx
Biaya overhead tetap	xxx
	<hr/>

Harga Pokok Produksi Xxx

Harga pokok produk yang dihitung dengan pendekatan *full costing* terdiri dari unsur harga pokok produksi (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik variabel dan biaya *overhead* pabrik tetap) ditambah dengan biaya non produksi (biaya pemasaran, biaya administrasi dan umum).

2. *Variabel Costing*

Variabel costing merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku variabel ke dalam harga pokok produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik variabel. Dengan demikian harga pokok produksi menurut metode *variabel costing* terdiri dari unsur biaya produksi berikut ini :

Biaya bahan baku	xxx
Biaya tenaga kerja langsung	xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik variabel	xxx

Harga Pokok Produksi	xxx

Harga pokok produk yang dihitung dengan pendekatan *variabel costing* terdiri dari unsur harga pokok produksi variabel (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik variabel) ditambah dengan biaya non produksi variabel (biaya pemasaran variabel dan biaya administrasi

dan umum variabel) dan biaya tetap (biaya *overhead* pabrik tetap, biaya pemasaran tetap, biaya administrasi dan umum tetap).

2.1.3 Siklus Akuntansi Biaya pada Perusahaan Dagang, Jasa dan Manufaktur

Siklus akuntansi biaya dalam suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh siklus kegiatan usaha perusahaan tersebut. Siklus kegiatan perusahaan dagang dimulai dengan pembelian barang dagangan dan tanpa melalui pengolahan lebih lanjut diakhiri dengan penjualan kembali barang dagangan tersebut. Dalam perusahaan tersebut, siklus akuntansi biaya dimulai dengan pencatatan harga pokok barang dagangan yang dibeli dan berakhir dengan penyajian harga pokok barang dagang yang dijual. Tujuan akuntansi biaya dalam perusahaan dagang adalah untuk menyajikan informasi harga pokok barang dagangan yang dijual, biaya administrasi dan umum serta biaya pemasaran.

Siklus kegiatan perusahaan jasa dimulai dengan persiapan penyerahan jasa dan berakhir dengan penyerahan jasa kepada pemakainya. Dalam perusahaan tersebut, siklus akuntansi biaya dimulai dengan pencatatan biaya persiapan penyerahan jasa dan berakhir dengan disajikannya harga pokok jasa yang diserahkan. Akuntansi biaya dalam perusahaan jasa bertujuan menyajikan informasi harga pokok per satuan jasa yang diserahkan kepada pemakai jasa.

Siklus kegiatan perusahaan manufaktur dimulai dengan pengolahan bahan baku di bagian produksi dan berakhir dengan penyerahan produk jadi ke bagian gudang. Dalam perusahaan tersebut, siklus akuntansi biaya dimulai dengan

pencatatan harga pokok bahan baku yang dimasukkan dalam proses produksi, dilanjutkan dengan pencatatan biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik yang dikonsumsi untuk produksi, serta berakhir dengan disajikannya harga pokok produk jadi yang diserahkan oleh bagian produksi ke bagian gudang. Akuntansi biaya dalam perusahaan manufaktur bertujuan untuk menyajikan informasi harga pokok produksi per satuan produk jadi yang diserahkan ke bagian gudang.

2.1.4 Metode Harga Pokok Pesanan

Pengumpulan biaya produksi dalam suatu perusahaan dipengaruhi dengan karakteristik kegiatan produksi perusahaan tersebut. Oleh karena itu sebelum dibahas metode harga pokok pesanan, perlu diuraikan lebih dulu karakteristik kegiatan usaha perusahaan yang produksinya berdasarkan pesanan yang berpengaruh terhadap metode pengumpulan biaya produksi.

Perusahaan yang produksinya berdasarkan pesanan mengolah bahan baku menjadi produk jadi berdasarkan pesanan dari luar atau dari dalam perusahaan. Karakteristik usaha perusahaan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Proses pengolahan produk terjadi secara terputus-putus. Jika pesanan yang satu selesai dikerjakan, proses produksi dihentikan dan mulai dengan pesanan berikutnya.
2. Produk dihasilkan sesuai dengan spesifikasi yang ditentukan oleh pemesan. Dengan demikian pesanan yang satu dapat berbeda dengan pesanan yang lain (heterogen).

3. Produksi ditujukan untuk meemnuhi pesanan, bukan untuk memenuhi persediaan di gudang.

2.1.4.1 Karakteristik Metode Harga Pokok Pesanan

Karakteristik usaha perusahaan yang produksinya berasarkan pesanan tersebut di atas berpengaruh terhadap pengumpulan biaya produksinya. Metode pengupulan biaya produksi dengan metode harga pokok pesanan yang digunakan dalam perusahaan yang produksinya berdasarkan pesanan memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Perusahaan memproduksi berbagai macam produk sesuai dengan spesifikasi pemesan dan setiap jenis produk perlu dihitung harga pokok produksinya secara individual.
2. Biaya produksi harus golongan 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 langsung diperhitungkan sebagai harga pokok produksi pesanan tertentu berdasarkan biaya yang 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 di produksi dengan cara membagi jumlah biaya produksi yang dikeluarkan

untuk pesanan tersebut dengan jumlah unit produk yang dihasilkan dalam pesanan yang bersangkutan.

Dalam perusahaan yang produksinya berdasarkan pesanan, informasi harga pokok produksi per pesanan bermanfaat bagi manajemen untuk :

1. Menentukan harga jual yang akan dibebankan kepada pemesan.
2. Mempertimbangkan penerimaan atau penolakan pesanan.
3. Memantau realisasi biaya produksi.
4. Menghitung laba atau rugi tiap pesanan.
5. Menentukan harga pokok persediaan produk jadi dan produk dalam proses yang disajikan dalam neraca.

2.1.5 Harga Jual

2.1.5.1 Pengertian Harga Jual

Keputusan penetapan harga jual sangat penting, karena selain mempengaruhi laba yang ingin dicapai perusahaan juga mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan. Penetapan harga tidak hanya sekedar perkiraan saja, tetapi harus dengan perhitungan yang cermat dan teliti yang harus diselesaikan dengan sasaran yang dituju oleh perusahaan. Penetapan harga adalah pembentukan suatu harga umum untuk suatu barang atau jasa oleh suatu kelompok pemasok yang bertindak secara bersama-sama, sebagai kebalikan atau pemasok yang menetapkan harganya sendiri secara bebas. Harga merupakan nilai pengganti suatu barang.

Menurut Supriyono (2012:314) mendefinisikan harga adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan.

Penentuan harga jual berhubungan dengan (Supriyono, 2012:314) :

1. Kebijakan Penentuan harga jual (*Pricing policies*)
2. Keputusan Penentuan harga jual (*pricing decision*)

Kebijakan penentuan harga jual adalah pernyataan sikap manajemen terhadap penentuan harga jual produk atau jasa. Kebijakan tersebut tidak menentukan harga jual, namun menetapkan faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dan aturan dasar yang perlu diikuti dalam penentuan harga jual. Keputusan penentuan harga jual adalah penentuan harga produk dan jasa suatu organisasi yang umumnya dibuat untuk jangka pendek. Keputusan ini dipengaruhi oleh kebijakan penentuan harga jual, pemanfaatan kapasitas, dan tujuan organisasi.

Harga juga dapat didefinisikan sebagai jumlah uang yang diterima oleh penjual dan hasil penjualan suatu produk barang atau jasa, yaitu penjualan yang terjadi pada perusahaan atau tempat usaha (bisnis). Harga tersebut tidak selalu merupakan harga yang diinginkan oleh penjual produk barang atau jasa tersebut, tetapi merupakan harga yang benar-benar terjadi sesuai dengan kesepakatan antara penjual dan pembeli.

Harga merupakan pendapatan atau pemasukan bagi pengusaha atau pedagang, maka ditinjau dari segi konsumen, harga merupakan suatu pengeluaran atau pengorbanan yang mesti dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan produk yang diinginkan guna memenuhi kebutuhan dan keinginan dari konsumen tersebut. Bagi pengusaha atau pedagang, *price* (harga) paling mudah atau cepat

disesuaikan dengan keadaan pasar sedangkan *product*, *place* dan *promotion* memerlukan waktu yang lebih lama dan panjang untuk disesuaikan dengan keadaan pasar, harga dapat memberikan penjelasan kepada konsumen mengenai kualitas produk dan merek dari produk tersebut.

Apabila harga suatu produk di pasaran adalah cukup tinggi, hal ini menandakan bahwa kualitas produk tersebut adalah cukup baik dan merek produk di benak konsumen adalah cukup bagus dan meyakinkan. Sebaliknya apabila harga suatu produk di pasaran adalah rendah, maka ini menandakan bahwa kualitas produk tersebut adalah kurang baik dan merek produk tersebut kurang bagus dan kurang meyakinkan di benak konsumen. Jadi harga bisa menjadi tolak ukur bagi konsumen mengenai kualitas dan merek dari suatu produk, asumsi yang dipakai disini adalah bahwa suatu usaha atau badan usaha baik usaha dagang, usaha manufaktur, usaha agraris, usaha jasa dan usaha lainnya menetapkan harga produk dengan memasukkan dan mempertimbangkan unsur modal yang dikeluarkan untuk produk tersebut. Teori Nabi tentang harga dan pasar. Kekaguman ini dikarenakan, ucapan Nabi Muhammad SAW itu mengandung pengertian bahwa harga pasar itu sesuai dengan hukum *supply and demand* (penawaran dan permintaan).

Dalam pasar persaingan sempurna, harga terbentuk dari kesepakatan produsen dan konsumen. Akan tetapi, pada kenyataannya kondisi ini jarang terjadi. Salah satu pihak lain (umumnya produsen) dapat mendominasi pembentukan harga atau pihak lain di luar produsen dan konsumen (misalnya pemerintah, pesaing, pemasok, distributor, asosiasi, dan sebagainya) turut berperan dalam pembentukan harga tersebut.

Tetapi, seringkali harga pasar yang tercipta dianggap tidak sesuai dengan kebijakan dan keadaan perekonomian secara keseluruhan. Dalam dunia nyata mekanisme pasar terkadang tidak dapat berjalan dengan baik karena adanya berbagai faktor yang mendistorsinya. Untuk itu, pemerintah memiliki peran yang besar dalam melakukan pengelolaan harga.

Mekanisme pasar adalah terjadinya interaksi antara permintaan dan penawaran yang akan menentukan tingkat harga tertentu. Mekanisme pasar adalah terjadinya interaksi antara permintaan dan penawaran yang akan menentukan tingkat harga tertentu. Adanya interaksi tersebut akan mengakibatkan terjadinya proses transfer barang dan jasa yang dimiliki oleh setiap objek ekonomi (konsumen, produsen, pemerintah). Dengan kata lain, adanya transaksi pertukaran yang kemudian disebut sebagai perdagangan adalah satu syarat utama dari berjalannya mekanisme pasar.

Pasar yang bersaing sempurna dapat menghasilkan harga yang adil bagi penjual maupun pembeli. Apabila mekanisme pasar terganggu, maka harga yang adil tidak akan tercapai. Jika harga tidak adil membuat pelaku pasar enggan bertransaksi, meskipun bertransaksi mereka akan menanggung kerugian.

Sedangkan penetapan harga adalah harga yang ditentukan berdasarkan biaya produksi dan pemasaran yang ditambah dengan jumlah tertentu. Agar dapat sukses dalam memasarkan suatu barang atau jasa, setiap perusahaan harus menetapkan harganya secara tepat. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan,

sedangkan ketiga unsur lainnya (produk, distribusi, dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya (pengeluaran).

penetapan harga dilakukan oleh kekuatan-kekuatan pasar, yaitu kekuatan permintaan dan kekuatan penawaran. Dalam konsep Islam, pertemuan permintaan dengan penawaran tersebut haruslah terjadi secara rela sama rela, tidak ada pihak yang merasa terpaksa untuk melakukan transaksi pada tingkat harga tertentu.

Penetapan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga merupakan salah satu penyebab laku tidaknya produk dan jasa yang ditawarkan. Kekeliruan dalam menetapkan harga maka akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan dan mengakibatkan tidak lakunya produk tersebut. Seiring dengan itu, ketidakpastian dari semua kekuatan yang tidak terprediksi, seperti biaya, kompetisi dan permintaan akan mengancam penetapan harga dengan berbagai kesukaran yang tersembunyi.

Penetapan harga disini bukanlah seperti penetapan ta[‘]sir (penetapan harga oleh pihak pemerintah), namun penetapan harga ini didasarkan atas kebijakan perusahaan itu sendiri.

2.1.5.2 Tujuan Penetapan Harga Jual

Menurut (Supriyono, 2012 : 314-315) Di dalam menentukan harga jual, sebuah perusahaan pasti memiliki tujuan yang akan dicapainya yang akan berpengaruh terhadap perkembangan perusahaan tersebut. Tujuan penetapan harga pada dasarnya berawal dari tujuan perusahaan itu sendiri yang selalu berusaha menetapkan harga barang dan jasa secepat mungkin.

Secara mendasar terdapat empat tujuan utama dalam penetapan harga produk yang ingin dicapai oleh setiap perusahaan antara lain mendapatkan laba maksimum, mendapatkan pengembalian investasi yang ditargetkan atau pengembalian pada penjualan bersih, mencegah atau mengurangi persaingan dan mempertahankan atau memperbaiki *market share*.

Penetapan harga merupakan suatu proses yang dinamis dan biasanya ditentukan setelah mempertimbangkan berbagai tujuan perusahaan. Ada enam tujuan yang dapat diperoleh dari perusahaan melalui penetapan harga yaitu sebagai berikut:

a. Bertahan

Perusahaan berusaha untuk bertahan sebagai sasaran utama mereka jika menghadapi kesulitan yang diakibatkan kelebihan kapasitas persaingan yang sangat ketat, atau perubahan selera konsumen. Agar pabrik tetap berjalan, dan persediaan terus berputar, mereka sering mengurangi harga. Keuntungan dianggap kurang penting daripada bertahan agar tetap hidup.

b. Keuntungan sekarang yang maksimum

Banyak perusahaan-perusahaan menetapkan harga yang akan memaksimalkan keuntungan sekarang. Mereka memperkirakan bahwa permintaan dan biaya berhubungan dengan harga alternatif dan memilih harga yang menghasilkan keuntungan sekarang, arus kas atau tingkat pengembalian atas investasi yang maksimum.

c. Pendapatan sekarang yang maksimum

Beberapa perusahaan akan menetapkan harga untuk memaksimalkan pendapatan penjualannya. Memaksimalkan pendapatan hanya perlu memperkirakan fungsi permintaan. Banyak manajer percaya bahwa memaksimalkan pendapatan akan membawa keuntungan maksimum dan pertumbuhan pangsa pasar dalam jangka panjang.

d. Pertumbuhan penjualan yang maksimum

Perusahaan-perusahaan lain ingin memaksimalkan unit penjualan. Mereka yakin bahwa volume penjualan yang lebih tinggi akan membawa kepada biaya per unit yang lebih rendah dan keuntungan jangka panjang yang lebih tinggi. Mereka akan menetapkan harga terendah, dengan asumsi bahwa pasar adalah sensitif terhadap harga. Hal ini disebut penetapan harga yang menembus pasar (*market penetration pricing*).

e. Peluncuran pasar maksimum

Banyak perusahaan yang suka menetapkan harga untuk meluncurkan pasar. Perusahaan menetapkan harga yang sesuai untuk beberapa segmen pasar untuk memakai bahan baru. Setiap kali penjualan menurun, perusahaan menurunkan harga untuk menyesuaikan dengan konsumen yang sensitif terhadap harga. Dengan cara ini, perusahaan meluncurkan jumlah penerimaan maksimum dari berbagai segmen pasar.

f. Kepemimpinan mutu produk

Sebuah perusahaan mungkin ingin menjadi pemimpin dalam hal mutu produk di pasar, dengan membuat produk yang bermutu tinggi dan menetapkan

harga yang lebih tinggi dari pesaingnya. Mutu dan harga yang lebih tinggi akan mendapatkan tingkat pengembalian yang lebih tinggi dari rata-rata industrinya.

Dengan adanya tujuan yang jelas dari sebuah perusahaan maka akan mempermudah perusahaan untuk mencapai target, baik untuk jangka pendek maupun jangka panjang. Karena pada dasarnya tidak ada satupun suatu perusahaan dalam menjalankan usahanya tanpa adanya tujuan-tujuan yang pasti.

2.1.6 Tinjauan Empiris

Penelitian yang penulis lakukan pada dasarnya merujuk pada beberapa penelitian terdahulu antara lain:

1. Bintang Komara, Ade Sudarma (2016 yang berjudul “Analisis penentuan harga pokok produksi dengan metode *full costing* sebagai dasar penetapan harga jual pada CV Salwa Mebel”. Hasil menunjukkan bahwa perhitungan harga pokok produksi dan penentuan harga jual pada CV Salwa Meubel masih sederhana dan belum terperinci dalam pengklasifikasian biayanya, Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa dari perhitungan harga pokok produksi berdasarkan teori akuntansi dengan menggunakan metode *full costing* pada setiap produk pesanan masih dapat menghasilkan laba atau keuntungan dengan harga jual yang bersaing (kompetitif), pada CV Salwa Meubel, perhitungan harga pokok produksi tidak berpengaruh besar terhadap harga jual karena ada faktor lain yang mempengaruhi yaitu proporsi pemesanan dan persentase laba yang

diinginkan. Semakin banyak kuantiti pesanan maka perhitungan harga pokok produksi semakin tinggi sedangkan persentase laba semakin kecil.

2. Mifta Maghfirah, Fazli Syam BZ (2016 yang berjudul “Analisis perhitungan harga pokok produksi dengan penerapan metode *full costing* pada UMKM Kota Banda Aceh”. Hasil menunjukkan bahwa perolehan harga pokok produksi menggunakan metode *full costing* telah mencakup semua biaya kegiatan produksi selama proses produksi terjadi, sehingga harga pokok produksi menunjukkan angka yang lebih besar dibandingkan dengan perhitungan harga pokok produksi. Yang dilakukan oleh usaha tahu di kota Banda Aceh, walaupun masih terdapat biaya *overhead* pabrik yang belum dimasukkan seperti biaya tenaga kerja tidak langsung dikarenakan pemimpin perusahaan juga terlibat dalam proses produksi.
3. Indro Djumali, Jullie J. Sondakh, Lidia Mawikere, (2014 yang berjudul “Perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode variabel costing dalam proses penentuan harga jual pada PT. Sari Malalugis Bitung”. Hasil menunjukkan bahwa Perhitungan harga pokok produksi perusahaan dengan metode harga pokok proses dengan pendekatan *variable costing*, tujuannya untuk memberikan perbandingan yang tepat dalam menentukan keputusan produksi yang efektif dalam waktu yang relatif singkat. Dalam proses pengolahan ikan yang dilakukan perusahaan tanpa menunggu ada tidaknya pesanan pelanggan. Namun, bukan berarti perusahaan mengesampingkan permintaan atau keinginan konsumen. Hal ini dikarenakan, melimpahnya bahan baku disekitar untuk diproduksi atau dihasilkan tergantung pada

permintaan konsumen serta situasi dan kondisi saat itu. Penentuan harga jual yang dibebankan kepada konsumen didasarkan pada taksiran laba yang diharapkan perusahaan guna memenuhi kebutuhan operasional dan mendapatkan keuntungan yang lebih memadai.

4. Helmina Batubara, (2017) yang berjudul “Penentuan Harga pokok produksi berdasarkan metode *full costing* pada pembuatan etalase kaca dan alumunium di UD. Istana Alumunium Manado”. Hasil menunjukkan bahwa dalam penentuan harga pokok produksi perusahaan dengan memasukan semua biaya ke dalam biaya produksi yaitu bahan baku, tenaga kerja langsung, overhead pabrik, perlengkapan kantor, dan transportasi total harga pokok produksi perusahaan setelah dihitung menggunakan metode *full costing* diperoleh harga yang lebih rendah. Perbedaan nilai yang dihasilkan disebabkan oleh pembebanan biaya overhead pabrik pada perusahaan lebih tinggi dari pembebanan overhead dengan metode *full costing*.
5. Nailatun Nafisah, (2016, yang berjudul “Analisis perhitungan harga pokok produksi dengan metode *full costing* dan variabel costing sebagai dasar penetapan harga jual produk”. Hasil menunjukkan bahwa Metode penentuan harga pokok produksi untuk menentukan harga jual yang dilakukan oleh perusahaan sangat kurang relevan, dikarenakan perusahaan hanya menghitung biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Metode *variable costing* belum dapat digunakan dalam menghitung harga pokok produksi dalam menentukan harga jual produk, dikarenakan metode

variable costing hanya memperhitungkan biaya variabel saja. Metode *full costing* dapat digunakan dalam menghitung harga pokok produksi dalam menentukan harga jual kaos pilkada pada CV STARNINE, dikarenakan metode *full costing* telah memperhitungkan seluruh biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan selama memproduksi kaos pilkada baik biaya variabel maupun biaya tetap. Perbandingan perhitungan harga pokok produksi antara metode yang digunakan oleh perusahaan, metode *full costing* dan metode variable costing menunjukkan metode *full costing* memiliki angka nominal jauh lebih tinggi daripada metode yang digunakan oleh perusahaan dan metode variable costing, karenadalam perhitungan harga pokok produksi pada metode full costing memasukkan semua biaya baik yang bersifat variabel maupun tetap.

6. Sintia Anggreani, (2020), yang berjudul “Penentuan harga pokok produksi dengan metode *full costing* sebagai dasar penetapan harga jual pada UKM tahu An Anugrah” hasil menunjukkan bahwa UKM Tahu AN Anugrah melakukan perhitungan harga pokok produksi Tahu Putih dan Tahu Kuning dengan metode yang masih sederhana sejak berdirinya. Perhitungan harga pokok produksi tersebut hanya memasukkan biaya-biaya yang terlihat saja, seperti biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung tanpa menghitung biaya overhead. Biaya overhead tersebut baik yang berperilaku tetap seperti biaya penyusutan kendaraan maupun berperilaku variabel seperti biaya kayu bakar, solar, gas, listrik, air dan transportasi belum mereka perhitungkan. Penentuan harga pokok produksi dengan metode *full costing* dilakukan

dengan menghitung semua komponen biaya yang termasuk ke dalam biaya produksi. Biaya-biaya tersebut meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead. Biaya overhead tersebut baik yang berperilaku tetap seperti biaya penyusutan kendaraan maupun berperilaku variabel seperti biaya kayu bakar, solar, gas, listrik, air dan transportasi. Perhitungan harga pokok produksi dengan metode yang dilakukan UKM tahu AN Anugrah dibandingkan dengan metode *full costing* memberikan hasil yang berbeda.

7. Rika Sylvia, (2018) yang berjudul “Analisis perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode *full costing* dan variabel costing sebagai dasar penetapan harga jual pada Tahu Mama Kokom pekanbaru”. Hasil menunjukkan bahwa Berdasarkan hasil perhitungan yang dilakukan Mama Kokom dengan menggunakan perhitungan sendiri (metode perusahaan), maka harga pokok produksi tahu per potongnya adalah Rp. 190,42,-. Dengan menggunakan metode *full costing* harga pokok produksi tahu per potongnya adalah Rp. 190,78,-. sedangkan menggunakan metode variable costing harga pokok produksi tahu per potongnya adalah Rp. 190,62,- Hasil perhitungan antara ketiga metode tersebut diketahui perhitungan yang diterapkan Mama Kokom lebih rendah dibandingkan dengan metode *full costing* dan variable costing. Hal ini dikarenakan pemilik usaha tidak mengetahui cara perhitungan harga pokok produksi yang tepat, yaitu tidak memasukkan biaya-biaya secara tepat kedalam perhitungan harga pokok produksinya misalnya biaya penyusutan

dan biaya overhead pabrik untuk biaya bahan penolong pada kain saring tahu tidak dimasukkan ke dalam perhitungan harga pokok produksi.

Untuk lebih jelasnya perbedaan dan penelitian penulis dengan penelitian terdahulu dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.1
Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

No	Penelitian Terdahulu	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber
1	Bintang Komara, (2016) Judul: Analisis penentuan harga pokok produksi dengan metode <i>full costing</i> sebagai dasar penetapan harga jual	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel: Harga pokok produksi (X) Sebagai variabel independen Dan Penetapan harga jual (Y) sebagai variabel dependen • Menggunakan Metode Deskriptif 	<ul style="list-style-type: none"> • Lokasi penelitian 	perhitungan harga pokok produksi tidak berpengaruh besar terhadap harga jual karena ada faktor lain yang mempengaruhi yaitu proporsi pemesanan dan persentase laba yang diinginkan oleh perusahaan.	JAMMI – Jurnal Akuntansi UMMI Volume 1 Nomor 1 Maret-Agustus 2020
2	Mifta Maghfirah (2016) Judul: Analisis perhitungan harga pokok produksi dengan penerapan metode <i>full costing</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Harga pokok produksi sebagai variabel (X) • Menggunakan metode Deskriptif 	<ul style="list-style-type: none"> • Lokasi penelitian • Variabel (Y) yaitu penerapan metode <i>Full costing</i> • Membandingkan perhitungan harga 	Perhitungan Harga pokok produksi menggunakan metode <i>full costing</i> telah mencakup semua biaya kegiatan produksi selama proses produksi terjadi, sehingga harga pokok produksi menunjukkan angka yang lebih	Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Syiah Kuala

				pokok produksi UMKM dan dengan metode <i>full costing</i>	besar dibandingkan dengan perhitungan harga pokok produksi yang dihitung oleh UMKM Kota Banda Aceh.	
3	Indro Djumali (2014) Judul: Perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode variabel costing dalam proses penentuan harga jual	• Menggunakan metode Deskriptif	• Lokasi penelitian • Hanya melakukan perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode variabel costing	Perhitungan harga pokok produksi perusahaan dengan metode variabel costing yang bertujuan untuk memberikan perbandingan yang tepat dalam menentukan keputusan produksi yang efektif dalam waktu yang relative singkat. Penentuan harga jual yang dibebankan kepada konsumen didasarkan oleh taksiran laba yang diharapkan perusahaan guna memenuhi kebutuhan operasional dan mendapatkan keuntungan yang lebih memadai.	Jurnal berkala ilmiah efisiensi Volume 14 No.2 Mei 2014 ISSN: 4187-8029	
4	Helmina Batubara (2013) Judul: Penentuan Harga pokok produksi berdasarkan	Menggunakan metode deskriptif kualitatif	Lokasi penelitian	Hasil penelitian yang dilakukan terhadap metode penentuan harga pokok produksi dengan metode perusahaan, penulis menemukan	Jurnal EMBA Vol.1 No.3 September 2013 Hal. 217-224 ISSN: 2303-1174	

	metode <i>full costing</i> pada pembuatan etalase kaca dan alumunium di UD. Istana Alumunium Manado			memasukkan semua biaya ke dalam biaya produksi yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik dan biaya administrasi & umum seperti biaya perlengkapan kantor dan biaya transportasi, total harga pokok produksi perusahaan Rp. 55.738.625. Hal ini menyebabkan penentuan harga pokok produksi jadi lebih tinggi dan berdampak terhadap penentuan harga jual.	
5	Nailatun Nafisah (2016) Judul: Analisis perhitungan harga pokok produksi dengan metode <i>full costing</i> dan variabel costing sebagai dasar penetapan harga jual produk	<ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan 2 metode perhitungan harga pokok produksi yaitu metode <i>full costing</i> dan metode variabel costing • Menggunakan metode analisis deskriptif kuantitatif 	<ul style="list-style-type: none"> • Lokasi Penelitian 	Metode penentuan harga pokok produksi untuk menentukan harga jual yang dilakukan oleh perusahaan sangat kurang relevan, dikarenakan perusahaan hanya menghitung biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung, kemudian metode variabel costing belum bisa digunakan dalam	Jurnal ilmiah Vol. 4 No,1 April 2021 Universitas Islam Darul ‘Ulum Lamongan ISSN: 3928-0492

				<p>menghitung harga pokok produksi dalam menentukan harga jual produk dikarenakan metode variabel costing hanya menghitung biaya variabel saja. Oleh karena itu metode <i>full costing</i> dapat digunakan dalam menghitung harga pokok produksi dalam menentukan harga jual kaos pada CV STARNINE dikarenakan metode ini telah memperhitungkan seluruh biaya-biaya variabel maupun variabel tetap.</p>	
6	<p>Sintia Anggreani (2020) Judul: Penentuan harga pokok produksi dengan metode <i>full costing</i> sebagai dasar penetapan harga jual</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Menentukan harga pokok produksi dengan menggunakan metode <i>full costing</i> • Variabel (X) yaitu Harga pokok produksi berpengaruh sebagai dasar penetapan harga jual (Y) 	<ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan metode deskriptif kualitatif • Lokasi Penelitian 	<p>UKM Tahu AN Anugrah melakukan perhitungan harga pokok produksi Tahu Putih dan Tahu Kuning dengan metode yang masih sederhana sejak berdirinya. Perhitungan harga pokok produksi tersebut hanya memasukkan biaya-biaya yang terlihat saja, seperti biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung</p>	<p>Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan Vol. 8 No. 1 2020 Hal 9-16 IBI Kesatuan ISSN: 2337-7852</p>

				<p>tanpa menghitung biaya overhead. Biaya overhead tersebut baik yang berperilaku tetap seperti biaya penyusutan kendaraan maupun berperilaku variabel seperti biaya kayu bakar, solar, gas, listrik, air dan transportasi belum mereka perhitungkan. Penentuan harga pokok produksi dengan metode <i>full costing</i> dilakukan dengan menghitung semua komponen biaya yang termasuk ke dalam biaya produksi, biaya-biaya tersebut meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik.</p>	
7	<p>Rika Sylvia (2018) Judul: Analisis perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode <i>full costing</i> dan variabel costing</p>	<p>Menggunakan metode deskriptif kuantitatif</p>	<p>Lokasi Penelitian</p>	<p>Berdasarkan hasil perhitungan yang dilakukan Mama Kokom dengan menggunakan perhitungan sendiri (metode perusahaan), maka harga pokok produksi tahu per potongnya adalah</p>	<p>Jurnal Ekonomi dan Manajemen Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur Vol.12 No.1 Januari 2018</p>

sebagai dasar penetapan harga jual	Rp. 190,42,-. Dengan menggunakan metode <i>full costing</i> harga tahu per potongnya adalah Rp. 190,78,-. Sedangkan menggunakan metode variabel costing harga pokok produksi tahu per potongnya adalah Rp.190,62,- Hasil perhitungan antara ketiga metode tersebut diketahui perhitungan yang diterapkan Mama Kokom lebih rendah dibandingkan dengan metode full costing dan variable costing. Hal ini dikarenakan pemilik usaha tidak mengetahui cara perhitungan harga pokok produksi yang tepat, yaitu tidak memasukkan biaya-biaya secara tepat kedalam perhitungan harga pokok produksinya misalnya biaya penyusutan dan biaya overhead pabrik untuk biaya bahan
---	---

				penolong pada kain saring tahu tidak dimasukkan ke dalam perhitungan harga pokok produksi.	
8	Nienik Hestika (2013) Analisis Perbandingan metode <i>full costing</i> dan variabel <i>costing</i> dalam perhitungan harga pokok produksi untuk penentuan harga jual pada CV. Pyramid	Sama-sama melakukan penelitian tentang bagaimana menghitung biaya produksi dengan menggunakan metode variabel <i>costing</i> dan <i>full costing</i>	Penulis hanya berfokus pada perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode variabel <i>costing</i>	Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang tepat dalam perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode variabel <i>costing</i> .	Jurnal EMBA Vol.1 No.3 September 2013 Hal. 366-373 ISSN: 2303-1174

2.2 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan hasil observasi di lapangan UMKM Kepatok *Roastery* penentuan Harga pokok produksi maupun Harga Jual masih berdasarkan pengalaman saja sehingga seringkali perhitungan Harga pokok produksinya tidak tepat. Ketidaktepatan dalam perhitungan harga pokok produksi ini diakibatkan oleh tidak rincinya biaya-biaya yang masuk ke dalam biaya produksi termasuk biaya *overhead*.

Tidak rincinya biaya-biaya untuk dialokasikan sebagai biaya produksi kedalam suatu produk, termasuk biaya *overhead*, dapat mengakibatkan

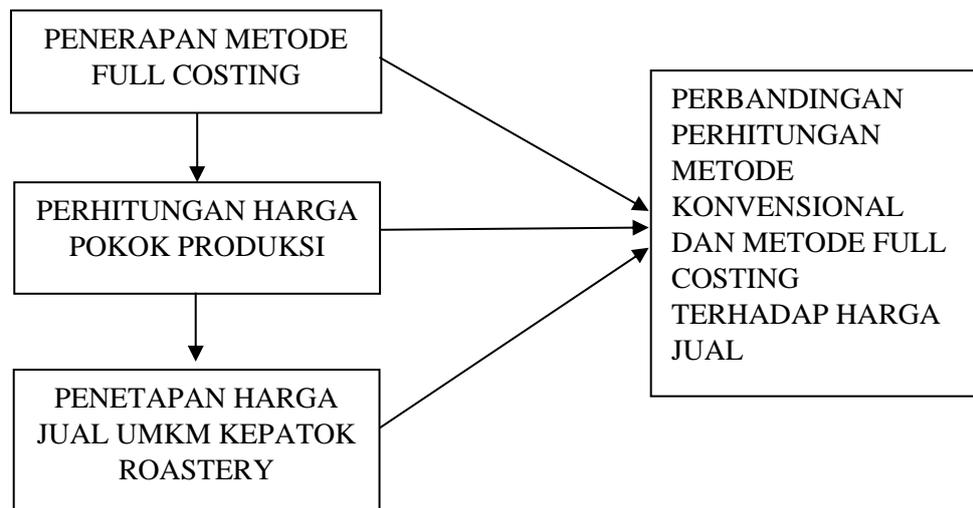
kesalahan dalam perhitungan harga pokok produksi yang berimplikasi pada kesalahan penetapan harga jual. Jika UMKM Kepatok *Roastery* masih menggunakan metode tersebut dalam perhitungan harga pokok produksinya, maka akan dihasilkan perhitungan harga pokok produksi yang tidak akurat, sehingga penetapan harga jual produk pun tidak tepat yang mengakibatkan profit menjadi tidak optimal.

Harga jual satu produk ditentukan dari harga pokok produksi, jika perhitungan harga pokok produksi tidak tepat maka akan mempengaruhi penentuan harga jual produk tidak tepat juga. Misalnya perhitungan harga pokok produksi yang terlalu tinggi, akan mengakibatkan harga suatu produk tidak mampu bersaing di pasar. Begitu juga sebaliknya jika perhitungan harga pokok produksi rendah maka akan menghasilkan penentuan harga produk yang rendah pula dan dapat mengakibatkan perusahaan tidak akan mencapai laba yang maksimal walaupun harga jual dapat bersaing di pasar. Namun, di tengah kondisi perekonomian saat ini ketika harga-harga tengah naik tentu akan sangat sulit bagi perusahaan untuk menetapkan harga jual yang murah atas produk yang diproduksinya dengan kualitas yang masih tetap sama, hal ini dikarenakan biaya untuk memproduksi barang untuk produk tersebut tentu juga akan naik karena pengaruh kenaikan harga-harga yang terjadi, dalam hal ini perusahaan dituntut untuk bisa mengambil keputusan yang tepat akan permasalahan ini agar perusahaan tidak mengalami kerugian.

Harga pokok produksi merupakan bagian terpenting yang harus dihitung oleh perusahaan untuk dapat menetapkan harga jual. Terdapat beberapa metode dalam perhitungan harga pokok produksi menurut kaidah akuntansi biaya,

diantaranya metode *full costing* dan *variabel costing*. Menurut Mulyadi (2012 : 16) dalam perhitungan harga pokok produksi dengan metode *full costing*, semua biaya yang termasuk untuk memproduksi suatu produk dimasukkan ke dalam perhitungan harga pokok produksi, biaya tersebut antara lain biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja dan biaya *overhead* pabrik baik tetap maupun variabel.

Dalam perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode *full costing*, biaya tetap merupakan biaya yang dimasukkan kedalam perhitungan harga pokok produksi karena biaya tetap merupakan biaya yang melekat kepada produk, baik produk jadi atau produk yang masih dalam proses dan biaya tetap tersebut baru dapat habis ketika produk sudah terjual. Maka dari itu perusahaan dapat menghitung harga pokok produksinya dengan akurat dan dapat menghasilkan harga jual produk yang tepat dan dapat bersaing di pasaran.



Gambar: 2.1 Kerangka Pemikiran.