

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Riview Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu

Dalam melakukan penelitian ini, penulis mengacu pada 3 (tiga) penelitian dengan tema yang sama dengan mengenai Biaya produksi terhadap harga jual yaitu:

Rizki Nurhuda dari Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI). dengan judul “Analisis Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Harga Jual Furnitur Pada Perusahaan Mustika Jepara Jakarta”. Metode analisis data yang digunakan penulis dengan metode deskriptif. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh persamaan regresi $\hat{Y} = 444.275 + 0,724X$. Nilai koefisien adalah 444.275 menunjukkan bahwa setiap ada kenaikan harga furnitur sebesar 1 juta rupiah, maka akan mengakibatkan kenaikan harga furnitur sebesar Rp 724,-. Dari hasil pengujian hipotesis dengan tarif nyata 5% menunjukkan biaya produksi terhadap harga jual furnitur berpengaruh signifikan pada Mustika Jati Jepara.

Selanjutnya penelitian yang berikutnya dilakukan oleh Usman Kusumah, mahasiswa Universitas Siliwangi (UNSWIL) tahun 2009 dengan judul skripsi “Analisis Pengaruh Biaya Produksi dan Penjualan Air Bersih Terhadap Laba Bersih (Studi Kasus PT. PDAM Tirtanadi)”. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode regresi liner berganda. Berdasarkan hasil penelitian untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari biaya produksi air bersih, dan penjualan air bersih terhadap laba bersih pada PDAM Tirtanadi. Hasil penelitian menunjukkan nilai R² sebesar 0,916 ini berarti sebesar 91,60% laba bersih dipengaruhi oleh variabel biaya produksi dan variabel penjualan air bersih, selebihnya sebesar 8,40% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disebutkan dalam model hasil pengujian hipotesis parsial menunjukkan ketiga variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap laba bersih tingkat signifikansi 5%.

Referensi selanjutnya dari penelitian yang dilakukan oleh Taufik Ibrahim, Jurusan Akuntansi Fakultas Universitas Negeri Semarang tahun 2011 dengan judul “Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Dengan Harga Jual Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Gajah Semarang”. Analisis data menggunakan regresi linier berganda. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh hasil pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap harga jual adalah biaya produksi diketahui $t_{hitung} 6,737 > t_{tabel} 1,671$ dan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga hipotesis pertama (H_1) : Ada pengaruh yang signifikan dan positif antara biaya produksi terhadap harga jual Kacang Atom Cap Gajah Semarang diterima. Biaya promosi diketahui $t_{hitung} 2,195 > t_{tabel} 1,671$ dan tingkat signifikan $0,032 < 0,05$ sehingga hipotesis kedua (H_2) : Ada pengaruh yang signifikan dan positif antara biaya promosi terhadap harga jual Kacang Atom Cap Gajah Semarang diterima. Pengaruh biaya produksi, biaya promosi dan harga jual terhadap volume penjualan diperoleh hasil biaya produksi diketahui $t_{hitung} 4,486 > t_{tabel} 1,672$ dan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga hipotesis ketiga (H_3) : Ada pengaruh yang signifikan dan positif antara biaya produksi terhadap volume penjualan Kacang Atom Cap Gajah Semarang diterima. Biaya promosi diketahui $t_{hitung} 3,102 > t_{tabel} 1,672$ dan tingkat signifikan $0,003 < 0,05$ sehingga hipotesis keempat (H_4) : Ada pengaruh yang signifikan dan positif antara biaya promosi terhadap volume penjualan Kacang Atom Cap Gajah Semarang diterima harga jual diketahui $t_{hitung} 2,561 > t_{tabel} 1,672$ dan tingkat signifikan $0,003 < 0,05$ sehingga hipotesis kelima (H_5) : Ada pengaruh yang signifikan dan positif antara harga jual terhadap volume penjualan Kacang Atom Cap Gajah Semarang diterima. Uji intervening hasil penelitian diketahui pengaruh tidak langsung lebih kecil dari pengaruh langsung maka dikatakan harga jual tidak sebagai variabel intervening pada pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap volume penjualan.

Jurnal ekonomi yang ditulis oleh Abd. Rasyid Lali (Laboratorium Kebijakan dan Kewirausahaan Kehutanan, Fakultas Kehutanan UNHAS) dengan judul “ANALISA BIAYA PRODUKSI MOULDING di PT. RANTE MARIO”.

Dengan abstrack *This watchfulness aim detects and analyze every production cost, production volume, and sales revenue moulding in effort determines production. Data collecting especially done in factory by using two methods that is filed observation, that is direct observation towards production process activity moulding with interview to leadership companies and managers companiest to get get primary data. Data analysis that used in this watchfulness cost classification based on cost character that is use in company at the expense of permanent and variabel cost. Watchfulness result concludes total cost magnitude that taked by industrial account in run the production effort during one year (2006) Rp. 3.676.888.627,- where does permanent cost Rp. 865.225.427,- variabel Rp 2.811.633.200,- break evan point as much as 324,72 m3 with sale value Rp. 1.210.147.450,- and buring years 2006 produce moulding as much as 2651 m3 with sales revenue as big as 2115 m3 with sale value Rp. 7.878.798.000,-.*

Dapat disimpulkan bahwa berdasarkan data yang diperoleh dari hasil analisis yang telah dilakukan pada uraian terdahulu, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Perusahaan mencapai Break Even Point sebanyak 324,72 m3 dengan nilai penjualan adalah sebesar Rp. 1.210.147.450,-. Agar tidak mengalami kerugian dan belum memperoleh keuntungan.
2. Industri PT. Rante Mario Makassar selama tahun 2006 telah memproduksi moulding sebanyak 2651 m3 dengan hasil penjualan sebesar 2115 m3 dengan nilai penjualan Rp. 7.878.798.000,-.

Jurnal Ekonomi yang ditulis oleh Rizki Martusa (Ketua Program Magister Akuntansi Universitas Kristen Maranatha) Lim Ade Nasa (Mahasiswa Jurusan Akuntansi Universitas Kristen Maranatha) dengan judul “PENERAPAN BIAYA STANDAR TERHADAP PENGENDALIAN BIAYA PRODUKSI: STUDI KASUS PADA CV. SEJAHTERA BANDUNG”.

Dengan abstrak *in an effort To control the cost of production to keep prices competitive product in a tight market like today we need a guideline or reference that been set in advance, which is used as a basis for assessing and*

determining what next steps will be determined. Guidelines or standards are guidelines that been determined in advance how much will it cost or required in carrying out the production is production is actually happening at a cost that been determined in advance or who have standardized it will know the difference or variance in the financing of the production process. Differences that occur can be analyzed and can be determined whether the difference or variance may be said to be beneficial (favorable) or unbeneficial (unfavorable). The productions costs are researched and assessed include the cost of raw materials, direct labor costs, and factory overhead costs. This study aims to determine whether the company has set the standard cost has been done in a sustainable difference. Objects in this study were C.V Sejahtera engaged in manufacturing plastic balloons which produces toys in various forms.

Dapat di simpulkan bahwa CV. Sajahtera merupakan perusahaan manufaktur yang memproduksi secara garis besar berdasarkan pesanan sehingga apabila pesanan meningkat akan cenderung mengakibatkan meningkatnya anggaran biaya produksi dan biaya standar, begitu juga sebaliknya jika pesanan menurun.

Dapat dilihat pula dari penelitian ini jika biaya produksi langsung tinggi maka mengakibatkan hasil produksi semakin tinggi, begitu juga sebaliknya jika biaya produksi langsung semakin rendah maka mengakibatkan hasil produksi juga yang rendah. Ada pengaruh signifikan antara biaya bahan baku terhadap hasil produksi.

Kemudian baru dapat ditarik kesimpulan jika biaya bahan baku tinggi maka mengakibatkan hasil produksi rendah maka mengakibatkan hasil produksi juga rendah. Selain itu pula terhadap pengaruh yang cukup kecil (tidak signifikan) antara biaya tenaga kerja langsung semakin tinggi maka tidak mengakibatkan hasil produksi semakin tinggi, begitu pula sebaliknya jika biaya tenaga kerja langsung rendah maka tidak mengakibatkan hasil produksi juga rendah.

2.2. Landasan Teori

2.2.1. Pengertian Biaya

Pengertian biaya menurut Ikatan Akuntan Indonesia dikatakan bahwa: “Biaya adalah pengorbanan ekonomis yang diperlukan untuk memperoleh barang dan jasa”.

Sedangkan pengertian biaya menurut Firdaus Ahmad Dunia dan Wasilah (2009:22) mendefinisikan Biaya adalah pengeluaran-pengeluaran atau nilai pengorbanan untuk memperoleh barang atau jasa yang berguna untuk masa yang akan datang, atau mempunyai manfaat melebihi satu periode akuntansi tahunan.

Menurut Mursyidi (2008:14) mendefinisikan Biaya sebagai suatu pengorbanan yang dapat mengurangi kas atau harta lainnya untuk mencapai tujuan, baik yang dibebankan pada saat ini maupun pada saat yang akan datang.

Menurut Bastian Bustami dan Nurlela (2012:7) mendefinisikan Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu.

Menurut Prawironegoro (2009:19) mendefinisikan Biaya adalah kas dan serta yang dikorbankan untuk memproduksi atau memperoleh barang atau jasa yang diharapkan akan memperoleh manfaat atau keuntungan di masa mendatang.

Dari pendapat-pendapat di atas, dapat diambil suatu kesimpulan bahwa biaya produksi adalah pengorbanan ekonomis atau pengeluaran-pengeluaran dari sumber ekonomi yang dapat diukur dalam satuan uang, untuk mencapai tujuan tertentu.

2.2.2. Akuntansi Biaya

Mulyadi (2010:9) mendefinisikan bahwa “Akuntansi Biaya adalah suatu proses pencatatan, penggolongan, peringkasan dan penyajian biaya pembuatan dan penjualan produk atau jasa dengan cara-cara tertentu serta penafsiran terhadapnya”.

Menurut Horngren et al. (2008:3) “*Cost Accounting provides information for management accounting and financial accounting. Cost Accounting measures and reports financial and non financial information relating to the cost acquiring or utilization in organizations*”.

Berdasarkan kedua pendapat di atas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa akuntansi biaya adalah kegiatan yang terdiri dari prosedur sistematis mengenai pencatatan, penggolongan, peringkasan dan penyajian biaya maupun sumber daya yang digunakan dalam operasi perusahaan.

2.2.3. Klasifikasi Biaya

Menurut Firdaus Ahmad Dunia (2009:23): Klasifikasi biaya diperlukan untuk menyampaikan dan menyajikan data biaya agar berguna bagi manajemen dalam mencapai berbagai tujuan.

Sebelum memutuskan bagaimana menghimpun dan mengalokasikan biaya dengan baik, manajemen dapat melakukan pengklasifikasian biaya atas dasar:

1. Objek biaya:
 - a. Produk.
 - b. Departemen.
2. Perilaku biaya.
3. Periode akuntansi.
4. Fungsi manajemen atau kegiatan fungsional.

5. Pengambilan keputusan.

1. a. Objek biaya berdasarkan produk

Kegiatan manufaktur merupakan proses transformasi atas bahan-bahan menjadi barang dengan menggunakan tenaga kerja dan fasilitas pabrik. Biaya-biaya yang terjadi sehubungan dengan kegiatan manufaktur ini disebut biaya produksi (*production cost or manufacturing cost*). Biaya ini diklasifikasikan dalam tiga elemen utama sehubungan dengan produk yang dihasilkan, yaitu : bahan langsung (*direct material*), tenaga kerja langsung (*direct labor*), dan overhead pabrik (*factory overhead*). Pengklasifikasian seperti ini diperlukan untuk tujuan pengukuran laba dan penentuan harga pokok yang akurat atau tepat serta pengendalian biaya.

Dalam bentuk pengklasifikasian yang lain bahan langsung dan tenaga kerja langsung digabungkan atau dijumlahkan menjadi biaya utama yang merupakan biaya-biaya yang secara langsung berhubungan dengan produksi.

Penggabungan atau penjumlahan tenaga kerja langsung dan overhead pabrik disebut konversi (*conversion cost*) yang merupakan biaya-biaya yang mengolah bahan langsung menjadi produk selesai (*finished product*). Meskipun ganda bukan merupakan suatu masalah, karena pengklasifikasian ini merupakan suatu metode analisis untuk membantu manajemen dalam mengendalikan fungsi pengendalian, bukan dimaksudkan untuk tujuan penentuan harga pokok.

Menurut objek pengeluarannya, secara garis besar biaya produksi dibagi menjadi tiga yaitu:

a. Biaya Bahan Langsung

Biaya bahan langsung (*direct material cost*) merupakan biaya perolehan dari seluruh bahan langsung menjadi bahan yang integral yang membentuk barang jadi (*finished goods*) yaitu semua bahan yang dapat diidentifikasi dengan mudah dan ekonomis terhadap

produk yang selesai (*finished product*) atau biasanya bukan merupakan biaya yang berarti dalam menghasilkan produk tersebut. Biaya ini dikelompokkan sebagai elemen biaya overhead pabrik (*factory overhead cost*) atau biaya produksi tidak langsung (*indirect manufacturing cost*).

b. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja langsung (*direct labour cost*) adalah upah dari semua tenaga kerja langsung yang secara fisik baik menggunakan tangan maupun mesin yang ikut dalam proses produksi untuk menghasilkan suatu produk atau barang jadi. Contoh-contoh dari tenaga kerja langsung adalah pekerja-pekerja yang bertugas sebagai operator-operator mesin di pabrik.

c. Biaya Overhead Pabrik

Biaya overhead pabrik (*factory overhead*) adalah semua biaya untuk memproduksi suatu produk selain dari bahan langsung dan tenaga kerja langsung, istilah lain untuk biaya ini adalah biaya produksi tidak langsung (*indirect manufacturing cost*). Istilah ini sesuai dengan sifat biaya overhead pabrik yang terdiri atas berbagai elemen-elemen biaya yang tidak dapat dibebankan secara langsung kepada satuan-satuan, pekerjaan-pekerjaan atau produk-produk tertentu. Dengan demikian biaya-biaya tidak langsung ini dihimpun dan dialokasikan kepada pekerjaan atau produk yang dihasilkan melalui kelompok biaya disebut biaya overhead pabrik. Biaya ini lebih jauh dapat diklasifikasikan dalam tiga unsur pokok yaitu:

- 1) Bahan tidak langsung.
- 2) Tenaga kerja tidak langsung.
- 3) Biaya produksi tidak langsung.

b. Objek Biaya Berdasarkan Departemen

Dalam kategori ini biaya-biaya dikelompokkan menurut departemen-departemen atau unit-unit organisasi yang lebih kecil dimana biaya-biaya tersebut terjadi. Pengelompokan biaya seperti ini dapat membantu manajemen dalam menentukan harga pokok produk yang lebih tepat, dan pada akhirnya dapat mengukur pendapatan dan laba yang layak. Disamping itu juga berguna dalam mengendalikan biaya pabrik, terutama biaya overhead pabrik.

Dalam perusahaan manufaktur (*manufacturing company*) terdapat jenis departemen atau bagian, yaitu sebagai berikut:

a. Departemen produksi (*production department*)

Departemen produksi merupakan unit organisasi dari suatu perusahaan manufaktur dimana proses produksi dilaksanakan secara langsung atas produk, baik dengan tangan maupun menggunakan mesin. Biaya yang terjadi dalam departemen ini seluruhnya dibebankan secara langsung kepada produk yang bersangkutan.

b. Departemen pendukung (*service department*)

Departemen pendukung merupakan suatu unit organisasi yang secara tidak langsung terlibat dalam proses produksi. Departemen ini memberikan jasanya kepada departemen lain dalam perusahaan, baik departemen produksi maupun departemen pendukung lainnya. Yang termasuk dalam departemen pendukung antara lain adalah departemen pemeliharaan, utility, perencanaan dan pengendalian produksi, upah dan gaji, akuntansi biaya, dan lain-lainnya. Semua biaya yang terjadi dalam departemen ini dikelompokkan sebagai overhead pabrik (*factory overhead*).

2. Perilaku Biaya

Ditinjau dari perilaku biaya terhadap pendekatan dalam tingkat kegiatan maka biaya-biaya dapat dikategorikan dalam tiga jenis biaya, yaitu : biaya variabel (variable cost), biaya tetap (fixed cost), dan biaya semi variabel. Agar dapat memudahkan manajemen dalam menyusun perencanaan atau anggaran operasi dan mengendalikan biaya dengan baik maka biaya semi variabel harus dipecahkan menjadi unsur variabel dan unsur tetap, kemudian digabungkan kepada biaya variabel dan biaya tetap. Dengan demikian hanya terdapat dua jenis biaya, yaitu biaya variabel dan biaya tetap. Biaya variabel adalah biaya-biaya yang dalam total berubah secara langsung dengan adanya perubahan tingkat kegiatan atau volume, baik volume produksi ataupun volume penjualan. Disamping itu, biaya variabel mempunyai karakteristik umum yang lain dimana biaya per unitnya tidak berubah.

3. Periode Akuntansi

Dalam pengklasifikasian biaya sehubungan dengan periode akuntansi, biaya-biaya dibebankan berdasarkan waktu atau kapan biaya tersebut dibebankan sebagai pendapatan (revenue). Pengklasifikasian seperti ini berguna bagi manajemen dalam membandingkan beban-beban (expense) dengan pendapatan (revenues) secara langsung dalam menyusun laporan keuangan. Sehubungan dalam periode akuntansi ada dua kelompok biaya:

a. Biaya Produk

Dalam perusahaan manufaktur biaya ini sama dengan biaya produksi yaitu bahan langsung, tenaga kerja langsung, dan overhead pabrik. Biaya-biaya pada saat terjadinya dicatat dan dialokasikan sebagai persediaan. Tetapi apabila terjadi penjualan atas persediaan atau produk, maka biaya dari persediaan akan

menjadi “Harga Pokok Penjualan” yang akan dibandingkan dengan pendapatan yang telah terealisasi dari penjualan tersebut.

b. Biaya Periode

Biaya-biaya yang tidak berkaitan dengan persediaan atau produk tetapi berhubungan dengan periode atau waktu atau periode akuntansi. Biaya periode ini bisa bermanfaat untuk memperoleh pendapatan dari beberapa periode akuntansi yang berjalan. Contohnya biaya ini adalah biaya pemasaran dan biaya administrasi.

4. Fungsi Manajemen Atau Jenis Kegiatan Fungsional

Pengklasifikasian biaya menurut jenis dari kegiatan fungsional bertujuan untuk membantu manajemen dalam perencanaan, analisis, dan pengendalian biaya atas dasar fungsi-fungsi yang ada dalam suatu organisasi perusahaan.

Berdasarkan pada analisis kegiatan fungsional maka biaya yang diklasifikasikan sebagai berikut:

- 1) Biaya Produksi, biaya-biaya yang terjadi untuk menghasilkan produk hingga siap untuk dijual.
- 2) Biaya Penjualan, biaya-biaya yang terjadi untuk menjual suatu produk atau jasa.
- 3) Biaya Umum atau Administrasi, biaya-biaya yang terjadi untuk memimpin, mengendalikan, dan menjalankan suatu perusahaan.

2.2.4. Penggolongan Biaya

Dengan akuntansi biaya, penggolongan biaya ditentukan atas dasar tujuan yang hendak dicapai, dengan penggolongan tersebut biaya dapat digolongkan menurut (Mulyadi, 2012:14-15):

1. Penggolongan Biaya Menurut Objek Pengeluaran.

Dalam cara penggolongan ini, nama objek pengeluaran merupakan dasar penggolongan biaya. Misalnya nama objek pengeluaran adalah bahan bakar, maka semua pengeluaran yang berhubungan dengan bahan bakar disebut “biaya bahan bakar”. Contoh penggolongan biaya atas dasar objek pengeluaran dalam perusahaan kertas adalah sebagai berikut: biaya merang, biaya jerami, biaya gaji dan upah, biaya asuransi, biaya bunga, biaya zat warna.

2. Penggolongan Biaya Menurut Fungsi Pokok Dalam Perusahaan.

Dalam hal ini biaya dapat dikelompokkan menjadi tiga kelompok yaitu: biaya produksi, yaitu biaya-biaya untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap dijual. Biaya ini terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya overhead pabrik.

a. Biaya Pemasaran

Merupakan biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk. Contoh biaya iklan, biaya promosi, biaya angkutan dari gudang perusahaan ke gudang pembeli, gaji karyawan bagian-bagian yang melaksanakan kegiatan pemasaran, biaya contoh (*sample*).

b. Biaya Administrasi dan Umum

Merupakan biaya untuk mengkoordinasi kegiatan produksi dan pemasaran produk. Contoh biaya gaji karyawan bagian keuangan, akuntansi, personalia dan bagian hubungan masyarakat, biaya pemeriksaan akuntan.

c. Biaya Produksi

Merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Contoh biaya depresiasi mesin, biaya bahan baku, biaya bahan penolong, biaya gaji karyawan yang bekerja dalam bagian-bagian yang langsung maupun tidak langsung berhubungan dengan proses produksi.

3. Pengolongan Biaya Menurut Hubungan Dengan Sesuatu Yang Dibiayai.

Sesuatu yang dibiayai dapat berupa produk atau departemen. Dalam hubungan dengan sesuatu yang dibiayai, biaya dapat dikelompokkan menjadi dua golongan, yaitu:

a. Biaya Langsung (*Direct Cost*)

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

b. Biaya Tidak Langsung (*Indirect Cost*)

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.

4. Penggolongan Biaya Menurut Perilakunya Dalam Hubungan Dengan Perubahan Volume Aktivitas.

Dalam hubungannya dengan perubahan volume aktivitas, biaya dapat digolongkan menjadi:

a. Biaya Variabel

Adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Contohnya biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung.

b. Biaya Semi Variabel

Adalah biaya yang berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Biaya ini mengandung unsur biaya tetap dan variabel.

c. Biaya Semi Fixed

Adalah biaya yang tetap untuk volume kegiatan tertentu dan berubah dengan jumlah yang konstan pada volume produksi tertentu.

d. Biaya Tetap

Adalah biaya jumlah totalnya tetap dalam kisaran volume kegiatan tertentu. Contohnya gaji direktur produksi.

5. Penggolongan Biaya Atas Dasar Jangka Waktu Manfaatnya.

Atas dasar jangka waktu manfaatnya, biaya dapat dibagi menjadi dua, yaitu:

a. Pengeluaran Modal

Adalah biaya yang mempunyai manfaat lebih dari satu periode akuntansi (satu tahun kalender).

b. Pengeluaran Pendapatan

Adalah biaya yang hanya mempunyai manfaat dalam periode akuntansi terjadinya pengeluaran tersebut.

2.3. Produksi

2.3.1. Pengertian Produksi

kata produksi berasal dari bahasa Inggris *to produce* yang artinya menghasilkan. Jadi, produksi berarti kegiatan menghasilkan atau menciptakan barang dan jasa. Individu atau kelompok yang melakukan proses produksi tersebut produsen. Sedangkan, barang atau jasa yang dihasilkan dari produksi disebut produk. Lengkapnya, pengertian produksi adalah kegiatan yang dihasilkan oleh orang atau bahan (produsen) untuk menghasilkan atau menambah nilai guna suatu barang atau jasa. Sebagai contoh, petani bekerja di sawah untuk menghasilkan barang atau jasa dan nelayan pergi ke laut untuk menghasilkan barang dan jasa dan nelayan pergi ke laut untuk menangkap ikan. Petani dan nelayan termasuk produsen. Dalam arti yang lain, produksi dapat juga didefinisikan sebagai kegiatan manusia untuk menambah nilai guna barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia.

Sedangkan pengertian produksi dalam ekonomi mengacu pada kegiatan yang berhubungan dengan usaha penciptaan dan penambahan kegunaan atau utilitas suatu barang dan jasa.

Menurut Bastian Bustami dan Nurlela (2012:1) mendefinisikan produksi adalah kegiatan yang dilakukan dalam mentransformasi atau merubah *input* (masukan) menjadi *output* (keluaran).

Menurut Sadono Sukirno (2010:208) biaya produksi adalah semua pengeluaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperoleh faktor-faktor produksi dan bahan-bahan mentah yang akan digunakan untuk menciptakan barang-barang yang diproduksi perusahaan tersebut.

Dengan fungsi produksi adalah menciptakan barang dan jasa sesuai dengan kebutuhan masyarakat pada waktu dengan harga, serta dengan jumlah yang tepat, agar fungsi produksi dapat berperan dengan baik, perencanaan produksi dapat diperhitungkan dengan cermat, perencanaan

produksi meliputi keputusan-keputusan yang menyangkut dengan masalah sebagai berikut:

1. Jenis barang yang akan dibuat.
2. Jenis barang yang harus diproduksi.
3. Penggunaan alat produksi yang tepat.

2.3.2. Proses Produksi

Menurut Bastian Bustami dan Nurlela (2012:1) mendefinisikan bahwa proses produksi yaitu proses pengolahan *input* menjadi *output*.

Yang dimaksud input adalah bahan baku langsung, tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik yang diproses menjadi produk selesai. Dalam perusahaan pabrik proses produksi dapat dilakukan melalui dua cara, yaitu :

1. Beberapa Tahapan Proses Produksi.

Adalah suatu proses produksi yang dilakukan dalam pengolahan produk selesai melalui beberapa departemen atau lebih dari satu departemen. Departemen tersebut terdiri dari departemen produksi, departemen jasa atau dapat membantu sebagai penunjang departemen produksi.

2. Satu Tahapan Proses Produksi.

Adalah suatu proses produksi yang dilakukan dalam pengolahan produk selesai melalui satu departemen atau tahapan produksi.

2.3.3. Biaya Produksi

2.3.3.1. Pengertian Biaya Produksi

Terdapat macam-macam pengertian biaya produksi yang dikemukakan oleh beberapa akuntan. Adapun pengertian biaya produksi yang dikemukakan, sebagai berikut:

Pengertian biaya produksi menurut Supriyono (2011:19) adalah semua biaya yang berhubungan dengan fungsi produksi atau kegiatan pengolahan bahan baku menjadi selesai.

Menurut Bastin dan Nurlela (2012:12) mengemukakan bahwa biaya produksi adalah biaya yang digunakan dalam proses produksi terdiri dari bahan baku langsung, tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik.

Menurut Mulyadi (2012:14) mengemukakan bahwa Biaya Produksi adalah “Merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk di jual”.

2.3.3.2. Macam-Macam Biaya Produksi

Menurut Bastian Bustami dan Nurlela (2012:13) biaya produksi dapat digolongkan secara terminologi biaya, yaitu sebagai berikut:

1. Biaya Utama

Adalah gabungan antara biaya bahan baku langsung dan biaya tenaga kerja langsung.

2. Biaya Konversi

Adalah biaya yang digunakan untuk merubah bahan baku langsung menjadi produk selesai. Biaya ini merupakan gabungan antara biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik.

Menurut Sadono Sukirno (2010:208) biaya produksi adalah yang dikeluarkan setiap perusahaan dapat dibedakan menjadi dua jenis yaitu:

1. Biaya Eksplisit

Adalah semua pengeluaran untuk memperoleh faktor-faktor produksi dan input lain yang dibayar melalui pasaran (pembayaran berupa uang).

2. Biaya Tersembunyi

Adalah nilai faktor-faktor produksi yang dimiliki pengusaha yang digunakan dalam kegiatan memproduksi. Biaya ini tidak dibayar secara eksplisit (dalam bentuk uang) tetapi perlu dipandang sebagai bagian dari biaya.

2.4. Bahan Baku

2.4.1 Pengertian Bahan Baku

Menurut Mulyadi (2009:64) bahan baku adalah bahan pokok atau bahan utama yang diolah dalam proses produksi menjadi produk jadi.

Menurut Bastian Bustami dan Nurlela (2012:12) biaya bahan baku adalah bagian yang tidak dapat dipisahkan dari produk selesai dan ditelusuri langsung kepada produk selesai.

Menurut Firdaus Ahmad Dunia (2009:182) biaya bahan baku adalah salah satu dari tiga elemen biaya dari suatu produk dan biasanya merupakan bagian yang sangat besar dan berarti jumlah biaya produksi dari suatu perusahaan manufaktur.

Bahan baku merupakan bahan yang membentuk bagian menyeluruh produk jadi. Bahan baku yang diolah perusahaan manufaktur dapat diperoleh dari pembelian atau jadi pengolahan sendiri. Didalam memperoleh bahan baku, perusahaan tidak hanya mengeluarkan biaya sejumlah harga beli bahan baku saja, tetapi juga mengeluarkan biaya-biaya pembelian, pergudangan, dan biaya-biaya perolehan lain. Timbul masalah

mengenai unsur biaya apa saja yang diperhitungkan sebagai harga pokok bahan baku yang dibeli.

Menurut Henry Simamora (2012;42), bahan baku langsung (*direct material*) adalah bahan baku yang menjadi bagian integral produk jadi perusahaan dan dapat ditelusuri dengan mudah. Biaya bahan baku langsung merupakan biaya bahan-bahan yang secara langsung digunakan dalam proses produksi untuk mewujudkan suatu macam produk jadi siap dipasarkan atau siap diserahkan kepada pemesan. Contoh:

1. Kain dalam pembuatan pakaian.
2. Karet dalam pembuatan beban.
3. Kulit dalam pembuatan sepatu.

Menurut William K Carter (2009;42), bahan tidak langsung adalah bahan baku yang diperlukan untuk penyelesaian suatu produk tetapi tidak diklasifikasikan sebagai bahan baku langsung, karena bahan baku tersebut tidak menjadi bagian dari barang jadi karena secara jumlah signifikan.

Melalui suatu proses produksi yaitu dengan menggunakan tenaga kerja dan biaya overhead pabrik bahan-bahan yang diubah menjadi barang jadi. Biaya bahan baku yang dipakai dalam produksi menjadi dari harga pokok yang dihasilkan, atau dalam istilah akuntansi disebut harga pokok produksi (*cost of goods manufactured*).

2.5. Biaya Tenaga Kerja

2.5.1. Pengertian Biaya Tenaga Kerja

Menurut Bastian Bustami dan Nurlela (2012:207) tenaga kerja adalah daya kerja fisik maupun mental yang merupakan sumbangsih manusia untuk menghasilkan suatu produk atau jasa tertentu.

Menurut Firdaus Ahmad Dunia (2009:182) biaya bahan baku adalah salah satu dari tiga elemen biaya dari suatu produk dan biasanya merupakan bagian yang sangat besar dan berarti jumlah biaya produksi dari suatu perusahaan manufaktur.

Bahan baku merupakan bahan yang membentuk bagian menyeluruh produk jadi. Bahan baku yang diolah perusahaan manufaktur dapat diperoleh dari pembelian atau jadi pengolahan sendiri. Didalam memperoleh bahan baku, perusahaan tidak hanya mengeluarkan biaya sejumlah harga beli bahan baku saja, tetapi juga mengeluarkan biaya-biaya pembelian, pergudangan, dan biaya-biaya perolehan lain. Timbul masalah mengenai unsur biaya apa saja yang diperhitungkan sebagai harga pokok bahan baku yang dibeli.

Melalui suatu proses produksi yaitu dengan menggunakan tenaga kerja dan biaya overhead pabrik bahan-bahan yang diubah menjadi barang jadi. Biaya bahan baku yang dipakai dalam produksi menjadi harga pokok yang dihasilkan, atau dalam istilah akuntansi disebut harga pokok produksi (*cost of goods manufactured*).

2.5.2. Klasifikasi Biaya Tenaga Kerja

Menurut Firdaus Ahmad Dunia (2009:226) mengemukakan bahwa biaya tenaga kerja terdiri atas dua elemen utama, adalah sebagai berikut:

1. Biaya Tenaga Kerja Langsung (*Direct Labour*)

Adalah yaitu biaya tenaga kerja yang dapat diidentifikasi dengan suatu operasi atau proses tertentu yang diperlukan untuk menyelesaikan produk-produk dari perusahaan. Oleh karena itu, semua biaya tenaga kerja langsung dibebankan secara langsung kepada komponen-komponen dari barang jadi atau produk-produk yang dihasilkan. Biaya ini merupakan elemen biaya-biaya bahan langsung disebut biaya sebagai biaya utama (*prime cost*) dan dengan biaya overhead pabrik disebut sebagai biaya konversi (*conversion costs*).

2. Biaya Tidak Langsung (*Indirect Labour*)

Adalah adalah semua biaya tenaga kerja yang secara tidak langsung terlibat dalam proses produksi, dengan demikian biaya ini tidak diidentifikasi secara khusus kepada suatu operasi atau proses produksi tertentu. Biaya ini terdiri atas biaya-biaya tenaga kerja yang terjadi dalam departemen-departemen pendukung seperti departemen pembeli, departemen pemeliharaan, departemen waktu, departemen pengendalian waktu. Di samping itu, termasuk biaya tenaga kerja dari pekerja-pekerja tertentu dalam departemen produksi seperti mandor, pemeriksa, pengangkut bahan, petugas administrasi atau pencatat, dan termasuk pula tenaga kerja pelengkap lainnya yaitu pegawai gudang dan kantor pabrik.

2.5.3. Sistem Biaya Tenaga Kerja

Menurut Firdaus Ahmad Dunia (2009:228) mengungkapkan bahwa kegiatan dalam sistem biaya tenaga kerja, meliputi:

1. Pencatatan Waktu Hadir

Berdasarkan cara pembayaran yang dilakukan kepada pekerja, biasanya tenaga kerja dapat dibedakan atas dua kategori yaitu: tenaga kerja harian bagi mereka yang dibayar perhari atau berdasarkan jam kerja dan tenaga kerja yang digaji secara bulanan. Pencatatan waktu untuk tenaga kerja harian sangat diperlukan karena jumlah imbalan jasa mereka adalah bersifat variabel berdasarkan kepada catatan waktu tersebut. Sedangkan tenaga kerja yang digaji secara bulanan, pencatatan ini berguna dalam menentukan pembayaran lembur. Pencatatan waktu hadir mempunyai dua tujuan:

- a. Menghimpun data yang dipakai sebagai dasar untuk membuat daftar gaji dan upah.

- b. Menghimpun data yang dipakai sebagai dasar untuk pendistribusi biaya tenaga kerja berbagai tujuan biaya, seperti pekerjaan-pekerjaan, proses departemen dan pusat-pusat biaya.

2. Pembuatan Daftar Gaji Upah

Sistem pembuatan daftar gaji dan upah meliputi rangkaian prosedur dalam mengumpulkan informasi gaji dan upah yang diperlukan untuk menentukan dan menghitung penghasilan bruto dan potong-potongan, menyiapkan cek, dan melakukan pembayaran. Fungsi pembuatan daftar gaji dan upah dilakukan oleh bagian gaji dan upah dalam jumlah bruto dan jumlah bersih, menyiapkan cek untuk setiap pegawai, dan membuat laporan kepada manajemen. Prosedur dalam pembuatan daftar gaji dan upah yang dilaksanakan oleh bagian gaji dan upah adalah sebagai berikut:

- a. Menerima data jumlah jam untuk tenaga kerja harian atau jam-jaman dan tenaga kerja yang digaji secara bulanan.
- b. Menerima data-data perubahan dalam tarif dan pemotongan gaji dan upah.
- c. Menerima data-data mengenai perubahan dan pemotongan gaji dan upah.
- d. Menghitung gaji bruto dan gaji bersih, dan upah bruto dan upah bersih.

3. Prosedur Pembayaran

Bagian keuangan atau bendaharawan meneliti daftar gaji dan upah diterima dari bagian gaji dan upah. Berdasarkan kepada daftar gaji dan upah yang telah diperiksa, bendaharawan melakukan pembayaran gaji dan upah, membuat dan menyetujui bukti kas keluar (*cash payment voucher*).

- a. Para pegawai menandatangani daftar gaji dan upah sebagai bukti pembayaran.

- b. Pembayaran gaji dan upah kepada pegawai diberikan dalam amplop gaji dan upah.
- c. Bukti kas keluar bersama dengan daftar gaji dan upah kemudian dikirimkan ke bagian akuntansi biaya.

2.6. Harga Pokok Produksi

2.6.1. Pengertian Harga Pokok Produksi

Dalam industri, harga pokok produksi merupakan jumlah yang sangat besar dibandingkan dengan biaya-biaya usaha lainnya. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu bekerja secara cermat dan teliti dalam menggunakan dan menentukan besarnya harga pokok produksi agar dapat dilakukan penekanan biaya produksi. Adanya kecermatan dan ketelitian dalam bekerja memungkinkan adanya efisiensi bagi perusahaan tanpa menurunkan produktivitas dan kualitas produk yang dihasilkan. Adanya kecermatan dalam penentuan harga pokok produk ada efisien kerja dapat berakibat pada rendahnya harga pokok produk yang dihasilkan tanpa menurunkan kualitas produk tersebut. Rendahnya harga pokok produk (tanpa menurunkan atau mengurangi kualitas) jika dibandingkan dengan harga pokok produk perusahaan lain yang sejenis, memungkinkan untuk memperoleh laba yang diharapkan. Kondisi inilah yang memungkinkan untuk memperoleh laba yang dapat digunakan untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan.

Menurut Don R. Hansen (2009:60) mendefinisikan Harga Pokok Produksi adalah kegiatan yang mencerminkan total biaya manufaktur yang diselesaikan selama periode berjalan. Total biaya manufaktur pada barang dalam proses awal yang menghasilkan total biaya manufaktur, kemudian biaya pada barang dalam proses akhir dikurangi dari total biaya manufaktur.

Sedangkan menurut Sukirno (2008:207) mendefinisikan Harga Pokok Produksi adalah semua pengeluaran yang dilakukan perusahaan untuk memperoleh faktor-faktor produksi dan bahan mentah yang akan digunakan untuk menciptakan barang-barang yang diproduksi untuk perusahaan tersebut.

Dari pengertian di atas kata dapat mengambil garis besar bahwa Harga Pokok Produksi adalah biaya-biaya yang seharusnya dikeluarkan dalam untuk memproduksi suatu barang atau jasa yang dinyatakan dalam satuan uang.

Secara umum, perhitungan harga pokok produksi memiliki manfaat sebagai berikut:

1. Untuk menghitung harga jual produk.
2. Untuk membantu realisasi biaya produk,
3. Untuk mengetahui laba rugi produk.
4. Untuk menentumkan harga pokok persediaan produk jadi dalam produk dalam proses yang disajikan dalam neraca.

Menurut Hansen Mowen (2009:40), unsur-unsur yang membentuk Harga Pokok Produksi atau jasa adalah *“The only cost assigned to goods and service completed are the manufacturing costs of direct materail, direct labor and overhead”*.

Unsur-unsur biaya produksi atau jasa menurut Hansen Mowen (2009:42), dapat diklasifikasikan dalam tiga jenis, yaitu:

1. Biaya Bahan Baku

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

ditelusuri atau dilihat perwujudannya didalam produk jadi. Biaya bahan baku memiliki bagian yang disignifikan dari total biaya suatu produk.

2. Biaya Tetap Kerja Langsung

Tenaga kerja merupakan kegiatan fisik yang dilakukan oleh karyawan untuk mengolah suatu produk. Biaya tenaga kerja langsung meliputi biaya-biaya yang berkaitan dengan penghargaan dalam bentuk upah yang diberikan kepada semua tenaga kerja yang secara langsung ikut serta dalam ditelusuri secara langsung pada produk dan upah yang diberikan merupakan bagian yang besar dalam memproduksi produk.

3. Biaya *Overhead*

Pada umumnya dalam suatu perusahaan biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung merupakan biaya produksi langsung. Semua biaya selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung yang berhubungan dengan produksi adalah biaya produksi tidak langsung. Istilah lain sesuai dengan biaya sifat biaya overhead yang tidak dapat atau sulit untuk ditelusuri secara langsung kepada produk atau aktivitas-aktivitas pekerjaan. Biaya tidak langsung ini terkumpul dalam suatu kategori yang disebut biaya overhead pabrik (BOP) dan membutuhkan suatu proses alokasi yang adil untuk tujuan perhitungan harga pokok produksi atau jasa.

2.6.2. Metode Pengumpulan Harga Pokok Produksi

Pengumpulan harga pokok produksi sangat ditentukan oleh cara produksi. Perusahaan yang memproduksi berdasarkan pesanan melaksanakan pengolahan produknya atas dasar pesanan yang diterima dari pihak luar. Sedangkan perusahaan yang berproduksinya berdasarkan produksi massa melaksanakan pengolahan produksinya untuk memenuhi persediaan di gudang. Menurut Mulyadi (2009:216) secara garis besar, cara

memproduksi produk dapat dibagi menjadi dua macam yaitu : Metode Harga Pokok Pesanan (*Job Order Costing Method*) dan Metode Harga Pokok Proses (*Process Cost Method*).

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

Dalam metode ini biaya-biaya produksi dikumpulkan untuk pesanan tertentu dan harga pokok produksi per satuan produk yang dihasilkan untuk memenuhi pesanan tersebut dihitung dengan cara membagi total biaya produksi untuk pesanan tersebut dengan jumlah satuan produk dalam pesanan bersangkutan.

Menurut Mulyadi (2009:38) menyatakan bahwa pengumpulan biaya produksi dengan metode harga pokok pesanan yang digunakan dalam perusahaan yang produksinya berdasarkan pesanan memiliki karakteristik sebagai berikut:

- a. Perusahaan memproduksi berbagai macam produk sesuai dengan spesifikasi pemesan dan setiap jenis produk perlu dihitung harga pokoknya secara individual.
- b. Biaya produksi harus dipisahkan menjadi dua golongan pokok yaitu biaya produksi langsung dan tidak langsung.
- c. Biaya produksi langsung terdiri dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja, sedangkan biaya produksi tidak langsung disebut dengan istilah biaya overhead pabrik.
- d. Biaya langsung diperhitungkan sebagai harga pokok pesanan tertentu berdasarkan biaya yang sesungguhnya terjadi, sedangkan biaya overhead pabrik diperhitungkan ke dalam harga pokok pesanan berdasarkan tarif yang ditentukan di muka.
- e. Harga pokok pesanan, harga pokok dikumpulkan untuk setiap pesanan sehingga jumlah biaya produksi akan dihitung setiap pesanan selesai.

2. Metode Harga Pokok Proses

Dalam metode ini biaya-biaya produksi dikumpulkan untuk periode tertentu dan harga pokok produksi per satuan yang dihasilkan dalam periode tersebut dihitung dengan cara membagi total biaya produksi untuk periode bersangkutan.

Menurut Mulyadi (2009:217), menyatakan bahwa karakteristik metode harga pokok proses antara lain sebagai berikut:

- a. Pengumpulan biaya produksi dilakukan per departemen produksi per periode akuntansi.
- b. Perhitungan harga pokok produksi per satuan dengan cara membagi total biaya produksi yang dikeluarkan selama periode tertentu dengan jumlah satuan produk yang dihasilkan selama periode bersangkutan. Perhitungan ini dilakukan setiap akhir periode akuntansi.
- c. Pembebanan dipesan antara biaya langsung dengan biaya tidak langsung tidak diperlukan.
- d. Biaya overhead pabrik dibebankan kepada produk atas dasar biaya yang sesungguhnya terjadi.
- e. Biaya overhead pabrik terdiri dari biaya produksi selain biaya bahan baku dan tenaga kerja langsung.

Perbedaan antara Metode Harga Pokok Pesanan dengan Metode Harga Pokok Proses terletak pada dua hal berikut ini:

1. Dasar Penentuan Harga Pokok Produk

Adalah setiap produk yang dipesan, sedangkan dasar penentuan harga pokok produk dengan metode harga pokok proses adalah setiap periode tertentu.

2. Waktu Penentuan Harga Pokok Produk

Harga pokok ditentukan saat pesanan telah selesai diproduksi sedangkan jika menggunakan harga pokok proses, harga pokok ditentukan saat akhir periode.

2.6.3. Metode Perhitungan Harga Pokok Produksi

Informasi harga pokok produksi yang dihitung dalam jangka waktu tertentu bermanfaat bagi manajemen untuk menentukan harga jual produk, memantau realisasi produk, menghitung laba atau rugi periodik serta menentukan harga pokok persediaan produk jadi dan produk dalam proses yang disajikan dalam neraca.

Mengidentifikasi karakteristik metode harga pokok, yaitu biaya produksi dikumpulkan per departemen produksi per periode akuntansi. Harga pokok produksi per satuan dihitung dengan membagi total biaya produksi yang dikeluarkan selama periode waktu tertentu dengan jumlah satuan produk yang dihasilkan selama periode yang bersangkutan. Perhitungan dilakukan setiap akhir periode akuntansi. Pembebanan biaya produksi langsung dan biaya produksi tidak langsung seringkali tidak diperlukan, terutama jika perusahaan hanya menghasilkan satu macam produk, karena hanya produksi per satuan dihitung setiap akhir bulan, maka umumnya biaya overhead pabrik dibebankan kepada produk atas biaya yang sesungguhnya terjadi selama periode akuntansi tertentu. Biaya overhead pabrik terdiri atas biaya produksi selain biaya bahan baku dan biaya penolong, serta biaya tenaga kerja baik langsung maupun tidak langsung.

Metode perhitungan harga pokok produksi adalah cara memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam harga pokok produksi. Dalam memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam harga pokok produksi, menurut Abdul Halim Bambang Sopomo (2009:35) dan Darsono Prawironogoro (2009:94) terdapat dua pendekatan yaitu Pendekatan Full Costing dan Pendekatan Variabel Costing.

1. Metode Full Costing

Menurut Abdul **Halim dan Bambang Supomo (2008:35)** menyatakan bahwa metode Full Costing atau metode konvensional:

“Metode penentuan harga pokok produksi yang membebankan semua unsur biaya produksi baik yang bersifat tetap maupun variabel kepada produk atau jasa”.

Lalu menurut **Darsono Prawironegoro (2008:94)**, menyatakan bahwa kalkulasi biaya produksi penuh dengan (Full Costing) ialah:

“Pengorbanan sumber daya untuk menghasilkan barang atau jasa dimana unsur-unsurnya adalah biaya bahan langsung, upah langsung dan seluruh biaya overhead pabrik baik tetap maupun variabel”.

Adapun formulasi dari metode Full Costing dibawah ini:

Biaya bahan Baku	xxx
Biaya Tenaga Kerja Langsung	xxx
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik Variabel	xxx
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik Tetap	xxx
	—
Harga Pokok Produksi	xxx

Gambar 2.1 Metode *Full Costing*

2 Metode Variabel Costing

Menurut **Abdul Halim dan Bambang Supomo (2008:35)**, menyatakan bahwa:

“Penentuan harga variabel (*Variabel Costing*) merupakan metode penentuan harga pokok produk yang membebankan unsur biaya produksi yang bersifat variabel saja”.

Sedangkan **Darsono Prawironegoro (2008:94)**, mengartikan bahwa:

“Penentuan harga pokok produksi dengan menggunakan Metode Variabel Costing adalah pengorbanan sumber daya untuk menghasilkan barang atau jasa di mana hanya memperhitungkan biaya overhead pabrik variabel”.

Adapun informasi dari metode *Variabel Costing* adalah sebagai berikut:

Biaya Bahan Baku	xxx
Biaya Tenaga Kerja Langsung	xxx
Biaya Overhead Pabrik Variabel	xxx
	—
Harga Pokok Produksi	xxx

Gambar 2.2 Metode *Variabel Costing*

Dari kedua alternatif diatas, dapat dilihat bahwa metode full costing untuk biaya tetap maupun biaya variabel dibebankan pada produk yang diproduksi atas dasar tarif yang ditentukan sebelumnya, sedangkan didalam metode variabel costing harga pokok produksi ditentukan berdasarkan biaya produksi yang bersifat variabel. Namun pada dasarnya metode ini hanya membedakan atas perlakuan biaya overhead pabrik.

2.6.4. Hubungan Harga Pokok Produksi Dengan Harga Jual

Penentuan harga pokok produksi bagi perusahaan merupakan elemen dasar dalam menentukan oleh perusahaan terlalu tinggi, dapat mengakibatkan beralihannya konsumen pada produk yang lain yang sejenis.

Namun jika harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan terlalu rendah, akan mengakibatkan perusahaan mengalami kesulitan dalam menutup biaya sebagai berikut:

- a. Pelanggan
Perusahaan harus selalu mengkaji dan mempelajari masalah yang dapat mempengaruhi penepatan harga jual dari sudut pandangan pelanggan.
- b. Pesaing
Perusahaan harus cepat tanggap terhadap pesaing dengan cara meramalkan reaksi pesaing, analisa biaya pesaing dalam membuat produksi karena adanya pesaing atau tidak, akan sangat mempengaruhi keputusan perusahaan tentang harga jual produk.
- c. Biaya
Perusahaan juga harus memikirkan bagaimana menentukan harga jual yang tepat, agar konsumen tidak ke pesaing.

2.7. Penjualan

2.7.1. Pengertian Penjualan

Dalam dunia perdagangan, faktor kunci yang sangat menentukan dalam mendukung aktivitas usaha adalah penjualan. Faktor inilah yang menjadi kunci sekaligus indikator apakah sebuah usaha perdagangan dapat dikatakan mengalami kemajuan atau sebaliknya, mengalami kemunduran. Bahkan bila dikaitkan dengan proses produksi dalam suatu perusahaan, hampir bisa dipastikan tanpa adanya penjualan atau pemasaran dari produk yang dihasilkan, perusahaan tersebut akan mengalami kerugian.

Penjualan adalah suatu kegiatan yang ditunjukkan untuk mencari pembelian atau mempengaruhi dan memberi petunjuk agar pembeli dapat menyesuaikan kebutuhannya dengan produksi yang ditawarkan serta mengadakan perjanjian mengenai harga yang menguntungkan bagi kedua belah pihak. Adapun 4 (empat) syarat untuk menjual adalah

- a. Ada calon pembeli dan penjual.
- b. Proses interaksi dan persepsi.
- c. Menjajaki sebuah transaksi atau pertukaran kepentingan.
- d. Barang, jasa, ide, gagasan, rencana, keyakinan, prinsip.

Bagi perusahaan pada umumnya memiliki 3 (tiga) tujuan dalam penjualan. yaitu sebagai berikut:

- a. Mencapai penjualan tertentu.
- b. Mendapatkan laba tertentu.
- c. Menunjang pertumbuhan perusahaan.

Pengertian penjualan menurut **Leny Sulistiyowatu (2010:270)** bahwa penjualan dapat diartikan:

“Penjualan adalah pendapatan yang berasal dari penjualan produk perusahaan, disajikan setelah dikurangi potongan penjualan dan retur penjualan”.

Sedangkan menurut **Teguh Santosa (2011:8)** mengatakan bahwa penjualan:

“Penjualan adalah ilmu dan seni dipengaruhi pribadi yang dilakukan oleh pihak penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang dan jasa yang ditawarkan. Jadi, dengan adanya penjualan maka akan tercipta suatu perputaran jasa antara pembeli dan penjual itu sendiri.

Menurut **Philip Kotler dan Gary Armstrong (2008:12)** mengatakan bahwa:

“Konsep penjualan (*selling concept*) yang menyatakan bahwa konsumen tidak akan membeli produk perusahaan kecuali jika produk itu dijual dalam skala penjualan dan usaha promosi yang besar”.

2.7.2. Jenis Penjualan

Menurut Sugiono, Soenarn dan Kusumawati (2010:133) : Penjualan bersih merupakan selisih antara penjualan baik yang dilakukan secara tunai maupun kredit dengan retur penjualan dan potongan penjualan.

Penjualan dibagi menjadi dua bagian yaitu:

a. Penjualan Tunai

Penjualan tunai yaitu penjualan yang dilakukan pada saat terjadinya penyerahan barang dan penjualan kepada pembeli atau pada saat terjadinya transaksi jual beli.

b. Penjualan Kredit

Penjualan kredit yaitu penjualan yang pembayarannya dilakukan selang beberapa waktu setelah penyerahan barang dan penjualan kepada pembeli.

2.7.3. Fungsi Penjualan

Penjualan memiliki beberapa fungsi menurut (Mulyadi, 2005:348 - 351), antara lain :

- a. Fungsi Perencanaan dan Pengembangan Produk
Pihak penjualan harus menawarkan produk yang akan memenuhi kebutuhan serta keinginan para pembeli.
- b. Fungsi Mencari Kontrak
Fungsi ini mencakup tindakan mencari dan mengalokasikan pembeli yang dilakukan oleh penjualan kontrak dan mempertahankannya dengan pembelian.
- c. Fungsi Penciptaan Permintaan
Fungsi ini mencakup semua usaha khusus yang dilakukan oleh penjualan untuk merangsang para pembeli supaya membeli produk-produk mereka.
- d. Fungsi Mengadakan Perundingan
Syarat serta kondisi penjualan harus dirundingkan oleh para penjualan dan pembeli.

2.7.4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan

Didalam prakteknya perencanaan penjualan itu dipengaruhi oleh beberapa faktor. Menurut Basu Swastha (2009:129), faktor-faktor tersebut yaitu:

1. Kondisi dan Kemampuan Penjualan
Transaksi jual beli atas barang atau jasa itu pada prinsipnya melibatkan dua pihak yaitu penjualan pada pihak dan pembeli pada pihak yang kedua. Di sini penjual harus dapat menyakinkan pembeli agar dapat berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan. Untuk maksud tersebut penjual harus dapat beberapa masalah penting yang berkaitan yaitu:
 - a. Jenis dan karakteristik barang yang akan ditawarkan.

- b. Harga produk.
- c. Syarat penjualan seperti: pembayaran, pengantaran, pelayanan dan sebagainya.

2. Kondisi Pasar

Pasar sebagai kelompok pihak pembeli atau pihak yang menjadi sasaran dalam penjualan dapat pula mempengaruhi kegiatan penjualan. Adapun faktor-faktor kondisi pasar yang perlu diperhatikan adalah:

- a. Jenis pasarnya, apabila pasar konsumen, pasar industri, pasar penjual, pasar pemerintah, ataukah pasar internasional.
- b. Kelompok pembeli atau segmen pasarnya.
- c. Daya beli konsumen.
- d. Frekuensi pembeliannya.
- e. Keinginan atau kebutuhan.

3. Modal

Akan lebih sulit bagi penjual untuk menjual barang apabila barang yang dijual belum dikenal oleh calon pembeli atau apabila lokasi pembeli jauh dari tempat penjual dalam keadaan seperti ini, penjual harus memperkenalkan dulu /membawa barangnya ketempat pembeli. Untuk melaksanakan maksud tersebut diperlukan adanya saran serta usaha seperti alat transportasi. Tempat peraga baik didalam maupun diluar perusahaan. Usaha promosi dan sebagainya dapat dilakukan apabila penjual memiliki sejumlah modal yang diperlukan oleh perusahaan.

4. Kondisi Organisasi Perusahaan

Pada perusahaan yang besar, biasanya masalah penjualan ini ditangani oleh bagian penjualan yang dipegang oleh ahli bidang penjualan, lain halnya dengan perusahaan kecil dimana masalah penjual yang ditangani oleh orang yang melakukan fungsi-fungsi lain. Hal ini

disebabkan karena jumlah tenaga kerjanya lebih sedikit, sistem organisasinya lebih sederhana, masalah yang dihadapi serta sarana yang dimilikinya juga tidak sekomplek perusahaan besar, biasanya masalah penjualan ini di tangani oleh pimpinan dan tidak diberikan pada yang lain.

5. Faktor Lain

Faktor-faktor lain seperti periklanan, peragaan, kampanye pemberian hadiah. Namun untuk melaksanakannya diperlukan dana yang tidak sedikit. Bagi perusahaan yang memiliki modal yang kuat dalam kegiatan ini secara rutim dapat dilakukan, sebaliknya perusahaan kecil jarang melakukan karena memiliki modal sedikit.

2.8. Harga Jual

2.8.1. Pengertian Harga Jual

Umumnya harga jual ditetapkan oleh pembeli dan penjual yang saling bernegosiasi. Dimana penjual akan meminta harga yang lebih tinggi dari pada yang mereka harapkan, sementara pembeli akan menawarkan kurang dari pada yang mereka harapkan akan mereka bayar. Melalui tawar menawar akhirnya akan sampai pada harga yang disepakati.

Harga jual yang ditetapkan sedikit di atas biaya variabel saja hanya dapat diterima dalam jangka pendek dan dalam kondisi tertentu. Dalam jangka panjang, seluruh biaya adalah relevan untuk menetapkan harga jual dan harus dipertimbangkan secara eksplisit agar tujuan laba jangka panjang dapat dicapai.

Menurut Supriyono (2009:332) mengatakan harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit produk atau sejumlah nilai yang dipertukarkan konsumen untuk mafaat memiliki atau menggunakan produk.

Menurut Mursid (2010:78) mengatakan bahwa harga jual merupakan alat utama untuk dengan produk saingan.

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa harga jual yang dimaksud dalam penelitian ini adalah nilai akhir barang yang merupakan penjumlahan dan biaya-biaya produksi dan biaya lain untuk memproduksi suatu barang ditambah sejumlah keuntungan yang diinginkan.

2.8.2. Hakikat Penetapan Harga Jual

Umumnya harga ditetapkan oleh pembeli dan penjual yang saling bernegosiasi. Dimana penjual akan meminta harga yang lebih tinggi dari pada yang mereka harapkan, sementara pembeli akan menawarkan kurang dari pada yang mereka harapkan akan membayar melalui tawar-menawar akhirnya akan sampai pada harga yang disepakati.

Menurut Henry Simamora (2009) ada 3 (tiga) faktor dasar membatasi keputusan penetapan harga pasar di setiap negara :

1. Biaya produk yang menjadi harga terendah atau harga minimal.
Mungkin saja menetapkan harga sebuah produk dibawah batas biayanya, namun sedikit perusahaan yang mampu melakukan hal ini untuk jangka waktu yang lama.
2. Harga kompetitif untuk produk-produk yang terbandingkan menciptakan sebuah pagu pasar atau batas sebuah harga.
3. Antara dasar harga dan pagu harga untuk sebuah produk terdapat terdapat harga optimal yang merupakan fungsi permintaan produk sebagaimana ditentukan oleh kemauan dan daya beli konsumen.

2.8.3. Tujuan Penetapan Harga Jual

Tujuan penetapan harga kadang ditentukan oleh keputusan bisnis ada penetapan posisi sebelumnya. Ada 4 (empat) tujuan, antara lain:

1. Maksimasi Laba Usaha

Banyak organisasi yang memutuskan laba usaha untuk memuaskan para pemegang saham dan menyediakan dana untuk ekspansi dan pengembangan produk. Perusahaan menaksirkan permintaan dan biaya yang berhubungan dengan harga-harga alternatif dan memilih harga yang menghasilkan laba usaha maksimal, arus, atau tingkat imbalan atas investasi. Untuk memaksimalkan laba usaha, perusahaan membutuhkan data jumlah unit yang dapat dijual pada harga berbeda ditambah estimasi biaya variabel dan biaya tetap.

2. Maksimasi Pendapatan

Perusahaan yang ingin mencapai pertumbuhan pasar sering bersedia mengorbankan sedikit laba usaha demi volume penjualan yang lebih tinggi. Karena sulit mengukur permintaan, beberapa perusahaan mungkin yakin bahwa lebih mudah memaksimalkan pendapatan penjualan daripada memaksimalkan laba usaha yang sifatnya lebih abstrak. Harga yang lebih rendah serta diiringi dengan maksimasi pendapatan dapat pula digunakan untuk menangkal kompetitor memasuki pasar. Selain itu, banyak manajer yang menyakini bahwa maksimasi pendapatan akan menyebabkan maksimasi laba usaha jangka panjang dan pertumbuhan pangsa pasar.

3. Maksimasi Pangsa Pasar

Tujuan maksimasi pasar untuk memegang posisi pasar akan mengorbankan pendapatan dan laba usaha. Dibawah kondisi seperti ini, perusahaan ditekan untuk mempertahankan pangsa pasarnya dari keseluruhan bisnis guna menopang citranya, terlepas dari apapun imbasnya terhadap laba usaha. Maksimasi pangsa pasar paling baik dipakai paling baik dipakai tatkala perusahaan mempunyai arus kas dan ekspansi fasilitas produksi.