

## **BAB II**

### **PEMBAHASAN**

#### **2.1 Akuntansi Biaya**

Menurut Mulyadi (2015:7), Akuntansi Biaya adalah proses pencatatan, penggolongan, peringkasan, penyajian biaya pembuatan, penjualan produksi dan jasa. dengan cara tertentu, serta penafsiran terhadapnya. Akuntansi biaya dalam tujuannya, penentuan kos produksi, pengendalian biaya, dan pengambilan keputusan khusus. biaya yang dikumpulkan dan disajikan adalah biaya yang telah terjadi di masa yang lalu.

Akuntansi biaya juga menyediakan data yang berkaitan dengan biaya untuk berbagai tujuan salah satunya untuk penetapan harga pokok penjualan maka biaya yang terjadi dalam perusahaan harus digolongkan dan dicatat dengan sebenarnya sehingga memungkinkan penghitungan harga pokok produksi dilakukan secara teliti. Pengendalian biaya harus didahului dengan penentuan biaya tujuannya untuk memantau apakah pengeluaran biaya yang seharusnya dikeluarkan untuk memproduksi suatu produk. akuntansi biaya melakukan analisis penyimpangan biaya sesungguhnya dengan biaya seharusnya dan menyajikan informasi penyebab selisih tersebut.

Akuntansi biaya sangat membantu manajemen dalam klasifikasi biaya, dengan cara pembagian biaya dalam kelompok tertentu menurut persamaan yang ditetapkan oleh manajemen supaya menyajikan informasi yang sesuai kebutuhan manajemen. Pengklasifikasian biaya adalah proses secara sistematis atau keseluruhan elemen yang ada ke dalam golongan tertentu agar dapat memberikan yang punya arti atau lebih penting. Informasi biaya yang ada harus disesuaikan dengan tujuan penggunaan informasi biaya oleh manajemen perusahaan.

### **2.1.1 Pengertian 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. Terdapat empat unsur pokok dalam definisi biaya, diantaranya :

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 akan datang. Pengorbanan sumber ekonomis yang terjadi dapat berupa biaya masa yang lalu dan biaya masa yang akan terjadi. Sedangkan dalam arti singkat biaya bisa diartikan sebagai pengorbanan sumber ekonomi untuk mendapatkan aktiva atau secara tidak langsung untuk memperoleh laba, disebut dengan harga pokok.

Menurut William K. Carter (2009) klasifikasi biaya adalah sangat penting untuk membuat ikhtiar yang berarti atas data biaya. biaya dalam hubungan satu produk dalam proses klasifikasi biaya dan beban dapat dimulai dengan menghubungkan biaya ke tahapan yang berbeda dalam operasi suatu bisnis. biaya operasi terjadi atas dua elemen: biaya produksi dan biaya komersial. berikut akan dibahas ke dua elemen tersebut:

#### **1. Biaya Produksi**

Menurut Mulyadi (2015:3) Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk siap untuk dijual. Contohnya adalah biaya depresiasi mesin dan peralatan, biaya bahan baku, biaya bahan penolong, biaya gaji karyawan yang bekerja dalam bagian bagian, baik yang langsung maupun yang tidak langsung berhubungan berhubungan dalam produksi.

Biaya produksi didefinisikan sebagai jumlah dari tiga elemen biaya yaitu 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 :

a) Biaya Bahan Baku

Menurut prinsip akuntansi semua biaya yang terjadi untuk memperoleh bahan baku dan untuk menemukannya dalam bahan yang siap diolah, salah satu unsur harga pokok bahan baku yang dibeli. Bahan Baku adalah bahan mentah atau bahan yang perlu diolah agar digunakan untuk memproduksi barang jadi, yang secara bentuk dapat diidentifikasi pada barang jadi.

b) Biaya Bahan Penolong

Biaya Bahan penolong adalah bahan-bahan yang biasa digunakan untuk menyelesaikan sebuah produk, tetapi pemakaiannya biasanya lebih kecil sesuai kebutuhan atau sangat susah untuk diketahui dalam produk jadi.

b. Biaya Tenaga Kerja

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

a) Biaya Tenaga Kerja Langsung (BTKL)

Biaya Tenaga Kerja Langsung (BTKL) adalah tenaga kerja yang melakukan konversi bahan baku langsung menjadi produk jadi dan dapat dibebankan secara layak ke produk tertentu. Biaya Tenaga Kerja Langsung (BTKL) berupa gaji/upah tenaga kerja yang dipekerjakan untuk memproses atau memproduksi bahan mentah menjadi barang jadi yang siap untuk dijual.

b) Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung (BTKTL)

Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung (BTKTL) juga berupa gaji/upah tenaga kerja bagian produksi yang terlibat secara tidak langsung dalam proses pengerjaan bahan mentah atau belum jadi menjadi produk jadi atau produk yang siap untuk dijual.

c. Biaya Overhead

Biaya overhead pabrik adalah biaya umum selain bahan baku dan tenaga kerja langsung maupun tidak langsung yang umumnya terjadi dalam proses produksi yaitu yang termasuk dalam biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Yang digolongkan dalam Biaya Overhead antara lain :

- a) Biaya Depresiasi
- b) Biaya-Biaya listrik
- c) Biaya Air
- d) Biaya Telepon
- e) Biaya perawatan bagian produksi seperti perbaikan mesin, perawatan AC, televisi, dan masih banyak lagi.
- f) Biaya asuransi bagian produksi
- g) Biaya pengawasan

## 2. Biaya Komersial

Biaya komersial meliputi biaya pemasaran dan biaya administrasi dan umum.

a) Biaya pemasaran adalah biaya-biaya yang terjadi untuk memasarkan produk. Biaya pemasaran biasanya dilakukan setelah produk selesai atau jadi diproses hingga produk terjual dengan cara melakukan pemasaran. dari biaya pemasaran tersebut, diantaranya : biaya pengangkutan penjualan barang, biaya promosi, biaya pelayanan pelanggan, dll.

b) Biaya administrasi dan umum adalah beban yang biasa dikeluarkan dalam rangka mengendalikan organisasi. Biaya yang termasuk dalam biaya administrasi, diantaranya : gaji akuntan, gaji manajer , biaya alat tulis, biaya telpon, dll.

### **2.1.1.1 Perilaku Biaya**

Menurut Mulyadi (2015: 15-16), 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. Contoh biaya variabel yaitu biaya bahan baku, dan biaya tenaga kerja langsung.

#### **b) Biaya Tetap**

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

#### **c) Biaya Step**

Variabel Biaya Step Variable adalah biaya yang jumlah totalnya berubah dengan jarak waktu tertentu karena perubahan volume aktivitas. Kenaikan volume aktivitas dapat menyebabkan kenaikan biaya step variable, tetapi perubahan tidak bersifat instan. Dibutuhkannya waktu tertentu antara perubahan terhadap volume aktivitas dengan perubahan biaya step variable. Sebagai contohnya yaitu biaya tenaga kerja langsung. Penambahan atau pengurangan aktivitas operasi yang akan menyebabkan penambahan atau pengurangan jumlah karyawan, namun perubahan tersebut tidak secara langsung terjadi, karena perubahan yang terjadi ditentukan oleh keputusan manajemen.

#### **d) Biaya Semi**

Variabel Biaya semi variabel adalah biaya yang memiliki unsur perilaku tetap dan variabel. Informasi terhadap perilaku biaya sangat berguna 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

Harga pokok produksi adalah jumlah dari pada produksi yang melekat pada produksi yang dihasilkan yaitu meliputi biaya-biaya yang diperlukan mulai pada saat pengadaan bahan baku tersebut sampai dengan proses akhir produk, yang siap untuk digunakan atau dijual, Biaya-biaya dimaksud ini biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead*. Selain itu dari definisi tersebut adalah dapat diketahui bahwa harga pokok produksi adalah nilai dari pengorbanan yang dilakukan dalam hubungannya dengan proses produksi berdasarkan nilai ganti pada saat pertukaran (Syahrul,2014)

Menurut Mulyadi (2015), 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* adalah metode penentuan penentuan kos produksi atau taksiran biaya yang menghitung 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 bersifat *variabel* maupun tetap. dapat diartikan harga pokok produksi menurut metode *full costing* terdiri dari unsur biaya produksi berikut ini:

Biaya bahan baku xx

Biaya tenaga kerja langsung xx

Biaya overhead pabrik variabel xx

Biaya overhead pabrik tetap xx\_

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 adalah metode penentuan harga pokok produksi atau kos produksi yang hanya perhitungannya biaya produksi yang bersifat *variabel* ke dalam harga pokok produksi atau kos produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik variabel. Disimpulkan Harga pokok produksi atau kos produksi menurut metode variabel costing terdiri dari unsur biaya produksi berikut ini :

Biaya bahan baku xx

Biaya tenaga kerja langsung xx

Biaya overhead pabrik variabel xx\_

Harga pokok produk atau kos produksi yang perhitungannya menggunakan 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). 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.

### **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 memenuhi pesanan, bukan untuk memenuhi persediaan di gudang.

Karakteristik Metode Harga Pokok Pesanan :

Karakteristik usaha perusahaan yang produksinya berdasarkan pesanan tersebut di atas berpengaruh terhadap pengumpulan biaya produksinya. Metode pengumpulan 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**

Pemilihan harga jual akan berdampak signifikan terhadap laba yang diharapkan serta kemampuan perusahaan untuk bertahan. Penetapan harga membutuhkan perhitungan yang cermat dan ekstensif yang dibuat sesuai dengan tujuan perusahaan; itu tidak bisa hanya menjadi perkiraan. Penetapan harga adalah proses sekelompok pemasok menetapkan harga tunggal untuk barang atau jasa daripada setiap pemasok memilih harga mereka sendiri secara terpisah. Biaya penggantian item tercermin dalam harga.

Harga juga merupakan jumlah uang yang dibayarkan kepada penjual dan pendapatan dari penjualan barang atau jasa, terutama ketika penjualan tersebut terjadi di bisnis atau organisasi (toko). Harga tidak selalu merupakan apa yang ingin

dibebankan oleh penyedia produk atau layanan, melainkan harga yang disepakati antara penjual dan konsumen. yang memenuhi kebutuhan dan keinginannya karena harga merupakan pendapatan atau pendapatan bagi pemilik usaha atau pedagang. Harga (price) merupakan faktor paling sederhana atau tercepat bagi pemilik usaha atau pedagang.

Ketika harga suatu produk cukup tinggi di pasaran, biasanya berarti kualitas dan merek produk tersebut kuat dan berkesan di mata pelanggan. Sebaliknya, jika harga produk rendah di pasar, itu berarti kualitas produk buruk dan merek tidak dapat diandalkan dan tidak meyakinkan pelanggan. Asumsinya di sini adalah bahwa produk tersebut adalah suatu korporasi atau badan usaha, seperti perusahaan perdagangan, perusahaan manufaktur, perusahaan pertanian, perusahaan jasa, dan lain-lain, agar harga menjadi tolak ukur bagi pelanggan terhadap kualitas dan merek suatu produk Perusahaan tersebut. Pandangan Nabi tentang harga dan pasar. Pemujaan ini merupakan hasil sabda Nabi yang mengandung pengetahuan bahwa harga pasar mengikuti aturan supply and demand (penawaran dan permintaan). Harga adalah hasil kesepakatan antara produsen dan konsumen di pasar yang benar-benar kompetitif. Namun dalam prakteknya, keadaan ini tidak terlalu sering terjadi. Penetapan harga dapat didominasi oleh salah satu pihak lain (seringkali produsen), atau penetapan harga juga dapat dipengaruhi oleh pihak-pihak di luar produsen dan konsumen, seperti pemerintah, pesaing, pemasok, pedagang, asosiasi, dll.

Karena sering diasumsikan bahwa harga pasar tidak sesuai dengan kondisi ekonomi atau kondisi politik secara keseluruhan. Di dunia nyata, mekanisme pasar terkadang tidak berfungsi dengan baik sebagai akibat dari beberapa faktor yang menggangukannya. Karena itu, pemerintah sangat penting untuk administrasi harga.

Hubungan antara penawaran dan permintaan, yang menghasilkan tingkat harga tertentu, adalah mekanisme pasar. Hubungan antara penawaran dan permintaan, yang menghasilkan tingkat harga tertentu, adalah mekanisme pasar. Karena pertukaran ini, setiap properti entitas ekonomi dialihkan dalam bentuk produk dan jasa (konsumen, produsen, pemerintah). Dengan kata lain, salah satu syarat utama berjalannya mekanisme pasar adalah adanya transaksi barter, yang sering disebut perdagangan.

Harga yang adil bagi pembeli dan penjual dapat dicapai dalam pasar persaingan sempurna. Harga yang wajar tidak dapat dicapai jika sistem pasar terganggu. Pelaku pasar akan ragu untuk melakukan perdagangan jika harganya tidak adil, meskipun mereka akan kehilangan uang.

Sedangkan penetapan harga adalah suatu penetapan harga yang ditentukan dengan menambahkan suatu jumlah tertentu pada biaya produksi dan pemasaran. Setiap perusahaan harus memilih harga yang sesuai agar berhasil mengiklankan barang atau jasa. Satu-satunya komponen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan bagi perusahaan adalah harga, sedangkan komponen lainnya (produk, distribusi, dan periklanan) adalah biaya (pengeluaran).

Penetapan harga harus dipertimbangkan dengan cermat karena mempengaruhi apakah barang dan jasa yang dipasok akan dibeli atau tidak. Kesalahan penetapan harga berdampak sangat buruk pada produk yang ditawarkan dan menyebabkan produk tidak laku. Pada saat yang sama, harga terancam oleh tantangan yang tidak terduga karena faktor-faktor termasuk biaya, persaingan, dan permintaan. Di sini, penetapan harga didasarkan pada kebijakan perusahaan itu sendiri daripada penilaian pasar oleh pemerintah.

Tujuan penetapan harga jual

Korporasi harus mengejar tujuan yang berdampak pada perkembangan perusahaan sekaligus menetapkan harga jual. Tujuan perusahaan itu sendiri, yaitu selalu menentukan harga barang dan jasa secepat mungkin, menjadi titik tolak dasar penetapan harga. Setiap perusahaan berusaha mencapai empat tujuan utama ketika menetapkan harga produk: laba maksimum, laba atas investasi yang ditargetkan atau laba atas penjualan bersih, pencegahan atau pengurangan persaingan, dan mempertahankan atau meningkatkan pangsa pasar.

Penetapan harga adalah proses yang dinamis dan biasanya ditentukan dengan mempertimbangkan berbagai tujuan bisnis. Ada enam tujuan yang dapat dicapai oleh perusahaan melalui penetapan harga, sebagai berikut:

a. Bertahan Hidup Ketika dihadapkan dengan tantangan yang disebabkan oleh kelebihan kapasitas, persaingan sengit, atau selera konsumen yang berubah, bisnis memprioritaskan kelangsungan hidup. Mereka sering menurunkan harga untuk menjaga pabrik tetap buka dan persediaan bergerak. Keuntungan dipandang kurang signifikan daripada bertahan hidup.

b. Penjualan tertinggi saat ini Beberapa bisnis menetapkan harga mereka untuk menghasilkan uang sebanyak mungkin. Hanya fungsi permintaan yang perlu diprediksi untuk memaksimalkan penjualan. Banyak manajer berpikir bahwa peningkatan penjualan pada akhirnya akan menghasilkan peningkatan laba dan pangsa pasar.

c. pertumbuhan maksimum dalam penjualan Bisnis lain bertujuan untuk meningkatkan pendapatan. Mereka berpikir bahwa volume penjualan yang lebih besar akan menghasilkan biaya per unit yang lebih rendah dan keuntungan keseluruhan yang lebih banyak dalam jangka panjang. Jika pasar sensitif terhadap harga, mereka akan menetapkan harga terendah. Harga penetrasi pasar adalah ini.

d. Peluncuran pasar maksimum Banyak perusahaan ingin menetapkan harga untuk diluncurkan ke pasar. Perusahaan menetapkan harga yang wajar bagi beberapa segmen pasar untuk menggunakan material baru. Ketika penjualan turun, perusahaan menurunkan harga untuk mengakomodasi konsumen yang sadar anggaran. Dengan cara ini, perusahaan meluncurkan jumlah pendapatan maksimum dari segmen pasar yang berbeda.

e. Pemimpin dalam Kualitas Produk Sebuah bisnis mungkin bertujuan untuk mengungguli para pesaingnya di pasar untuk kualitas produk dengan memproduksi barang-barang superior dengan harga premium. Pengembalian lebih tinggi dari rata-rata industri ketika kualitas dan harga lebih tinggi.

Dengan adanya tujuan yang jelas Lebih mudah bagi perusahaan untuk memenuhi tujuan jangka pendek dan jangka panjang ketika memiliki misi yang jelas. Pada dasarnya, tidak ada perusahaan yang melakukan operasinya tanpa serangkaian tujuan khusus.

## 2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya

**Tabel 2.1 Hasil Penelitian Sebelumnya**

| <b>JUDUL</b>  | <b>PENELITI<br/>dan<br/>TAHUN</b>         | <b>OBJEK<br/>PENELITIAN</b>       | <b>HASIL</b>  |
|---|---|-----------------------------------|---|
| 1. Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Dalam Harga jual Pada Rajaswa Coffee | Muhammad Basuni dan Khalid Iskandar, 2021 | Rajaswa Coffee- Brebes, Indonesia | Dalam penentuan harga jual pada Rajaswa <i>Coffee</i> dengan menggunakan metode pendekatan <i>full costing</i> . Terdapat perbedaan harga jual. Dimana harga jual menurut perusahaan lebih rendah dari hasil perhitungan menggunakan <i>full costing</i> . Sehingga Rajaswa Coffee memperoleh keuntungan kurang maksimal. |

| <b>JUDUL</b>  | <b>PENELITI<br/>dan<br/>TAHUN</b>   | <b>OBJEK<br/>PENELITIAN</b>  | <b>HASIL</b>   |
|---|---|--|--|
| <p>2.Pengaruh Harga Pokok Produksi Untuk menghadapi peluang dan tantangan Bagi UMKM H.Mashuri Desa Pohgurih Kecamatan Puri Kabupaten Mojokerto di masa Pandemi covid 19</p> | <p>Hari Setiono , M. Bahril Ilmid Daviq, Fakultas Ekonomi – Universitas Islam Majapahit, 2021</p> | <p>Para pelaku bisnis khususnya UMKM Desa Pohgurih Kecamatan Puri Kabupaten Mojokerto di masa Pandemi covid 19</p> | <p>dalam penelitian ini penulis menyimpulkan ternyata banyak selaku usaha UMKM belum mengerti bagaimana melakukan perhitungan harga pokok penjualan, Umumnya mereka baru sadar bahwa pemahaman terkait dengan penetapan harga pokok dan penetapan harga jual suatu produk sangat penting</p> |

| JUDUL   | PENELITI<br>dan<br>TAHUN   | OBJEK<br>PENELITIAN             | HASIL  |
|---|--|---------------------------------|--|
| <p>3. Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Pada Masa Pandemi COVID 19 Pada Mawaddah Bakery Nganjuk</p> | <p>Yayuk Sulistiyo Rini, Andy Kurniawan dan Dyah Ayu Paramitha, 2020</p> | <p>Mawaddah Bakery- Nganjuk</p> | <p>Pada Mawaddah Bakery perhitungan harga pokok produksi sebelum pandemi dan selama masa pandemi terdapat selisih disebabkan adanya pengurangan jumlah produk yang dihasilkan. Dan metode <i>full costing</i> jauh lebih besar dibandingkan dengan metode yang digunakan oleh perusahaan <i>variable costing</i> dalam menentukan harga jual</p> |



| <b>JUDUL</b>   | <b>PENELITI<br/>dan<br/>TAHUN</b>  | <b>OBJEK<br/>PENELITIA<br/>N</b>                   | <b>HASIL</b>  |
|--|--|--|---|
| <p>4.Pengaruh<br/>Pandemi<br/>Covid-19<br/>Terhadap<br/>Volume<br/>Penjualan PT.<br/>Surabaya<br/>Makmur Jaya<br/>Tahun 2020</p> | <p>Mutmainna<br/>h, Amin<br/>Sadiqin,<br/>STIE<br/>Mahardhika<br/>Surabaya,<br/>2020</p> | <p>PT. Surabaya<br/>Makmur Jaya<br/>Tahun 2020</p> | <p>Dari hasil penelitian yang dilakukan penulis, dapat di analisis bahwa arus barang masuk dan keluar serta hasil (volume) penjualan mengalami penurunan yang cukup signifikan dimulai tahun 2020 yang merupakan awal Pandemi Covid-19 di Indonesia. Merebaknya pandemik covid 19 sejak awal tahun 2020 membuat tantangan kian berat, daya beli masyarakat semakin tertekan sehingga akan berdampak terhadap permintaan produk,dan pergerakan barang yang semakin sempit.</p> |

| JUDUL  | PENELITI<br>dan<br>TAHUN                | OBJEK<br>PENELITIAN   | HASIL  |
|--|---|---|--|
| <p>5.Pengaruh Covid-19 Terhadap Faktor yang Membentuk Perilaku Konsumen Untuk Membeli Kebutuhan Pokok Di Samarinda, 2020</p> | <p>Martinus<br/>Robert<br/>Hutauruk</p> | <p>dampak COVID-19 terhadap faktor-faktor penentu perilaku konsumen atau masyarakat untuk melakukan pembelian barang kebutuhan pokok di kota Samarinda.</p> | <p>dari analisis yang dilakukan penulis Bauran pemasaran dari sudut pandang konsumen dalam masa PSBB sebagai antisipasi terhadap pandemi COVID-19 menunjukkan bahwa customer solution dan convenience berdampak secara langsung terhadap psychological secara positif dan signifikan dan secara tidak langsung terhadap buying decision melalui mediasi physiological juga berdampak positif dan signifikan.</p> |

| <b>JUDUL</b>   | <b>PENELITI<br/>dan<br/>TAHUN</b>                            | <b>OBJEK<br/>PENELITIA<br/>N</b>  | <b>HASIL</b>  |
|--|--|---|---|
| <p>6. Analisis Harga Pokok Produksi Dan Harga Pokok penjualan Jagung Di Kecamatan Sekampung Udik Kabupaten Lampung Timur</p> | <p>Fitri Solekhah, Wan Abbas Zakaria, Lina Marlina, 2018</p> | <p>Terhadap Harga Pokok Produksi Dan Harga Pokok Penjualan Jagung Di kecamatan Sekampung Udik Kabupaten Lampung timur</p> | <p>Kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan penulis yaitu usaha tani jagung di Desa Sidorejo Kecamatan Sekampung Udik Kabupaten Lampung Timur sudah menguntungkan (dilihat dari harga jual petani responden sebesar Rp 1.741,04 meskipun masih di bawah harga acuan pembelian menurut Peraturan Menteri Perdagangan RI) serta R/C rata-rata di atas 1,20 yang berarti bahwa setiap Rp 1,00 yang dikeluarkan akan menghasilkan Rp 1,20. Tidak ada perbedaan harga pokok produksi antar keempat merek benih jagung yang ditanam oleh petani responden.</p> |

| <b>JUDUL</b>   | <b>PENELITI<br/>dan<br/>TAHUN</b>                            | <b>OBJEK<br/>PENELITIAN</b>  | <b>HASIL</b>  |
|--|--|--|---|
| <p>7.Akuntansi<br/>Perhitungan<br/>Harga Pokok<br/>Penjualan<br/>Dengan<br/>Metode<br/>Pesanan Untuk<br/>Menentukan<br/>Harga Jual</p> | <p>Indria<br/>Widyastuti ,<br/>Dewi Mita,<br/>tahun 2018</p> | <p>Terhadap<br/>perhitungan<br/>Harga pokok<br/>Penjualan<br/>Dengan<br/>Menggunakan<br/>Metode<br/>Pesanan Untuk<br/>menentukan<br/>Harga jual<br/>(studi kasus<br/>pada PT. Seoul<br/>Precision<br/>Metal)</p> | <p>Kesimpulan dari<br/>Penelitian tersebut,<br/>Perhitungan biaya<br/>bahan baku<br/>langsung yang<br/>digunakan untuk<br/>memproduksi setiap<br/>pesanan pelanggan<br/>sangatlah penting<br/>untuk mengetahui<br/>harga bahan baku<br/>dan jumlah yang<br/>terpakai untuk<br/>proses produksi per<br/>1000 pcs dengan<br/>nilai tukar rupiah<br/>yang update<br/>terhadap dollar dan<br/>dengan pencatatan<br/>persediaan bahan<br/>baku yang akurat</p> |

| <b>JUDUL</b>  | <b>PENELITI<br/>dan<br/>TAHUN</b>            | <b>OBJEK<br/>PENELITIAN</b>  | <b>HASIL</b>  |
|---|--|--|---|
| <p>8.Pengaruh Biaya Produksi, Harga Pokok Penjualan, Good Corporate Governance Dan Company Growth Terhadap Laba Penjualan Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2019</p> | <p>Fransisca Hanita Rusgowan, Tahun 2021</p> | <p>Pada Perusahaan Manufaktur subsektor makanan Dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2019</p> | <p>simpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut:<br/>1. Variabel biaya produksi berpengaruh terhadap laba penjualan. 2. Variabel harga pokok penjualan berpengaruh terhadap laba penjualan. 3. Variabel ukuran dewan direksi dan asset growth berpengaruh negatif terhadap laba penjualan. 4. Variabel ukuran komite audit berpengaruh terhadap laba penjualan. 5. Variabel sales growth berpengaruh terhadap laba penjualan.</p> |

Menurut Muhammad Basuni dan Khalid (2020), dalam penentuan harga jual pada Rajaswa *Coffee* dengan menggunakan metode pendekatan *full costing*. Terdapat perbedaan harga jual. Dimana harga jual menurut perusahaan lebih rendah dari hasil perhitungan menggunakan *full costing*. Sehingga Rajaswa *Coffee* memperoleh keuntungan kurang maksimal.

Menurut Imdid David et al (2021), selaku usaha UMKM belum mengerti bagaimana melakukan perhitungan harga pokok penjualan, Umumnya mereka baru sadar bahwa pemahaman terkait dengan penetapan harga pokok dan penetapan harga jual suatu produk sangat penting.

Menurut Dyah Ayu Paramitha (2020), Pada Mawaddah Bakery perhitungan harga pokok produksi sebelum pandemi dan selama masa pandemi terdapat selisih disebabkan adanya pengurangan jumlah produk yang dihasilkan. Dan metode *full costing* jauh lebih besar dibandingkan dengan metode yang digunakan oleh perusahaan *variable costing* dalam menentukan harga jual.

Membandingkan harga pokok produksi yang dilakukan oleh perusahaan dengan metode *full costing*. dimana temuan peneliti terdahulu menyimpulkan bahwa metode *full costing* lebih disarankan karena semua biaya dalam produksi dihitung dalam metode *full costing* sehingga lebih mendapatkan keuntungan dibandingkan metode perhitungan oleh perusahaan. perhitungan harga pokok produksi untuk menentukan harga jual metode *full costing* dengan hasil yang lebih tinggi dari hasil perhitungan metode harga pokok produksi yang dilakukan oleh perusahaan atau metode variabel *costing*. hal ini disebabkan ada beberapa unsur biaya yang tidak masuk dalam perhitungan harga pokok produksi oleh metode perusahaan atau metode variabel.

Menurut Martinus Robert Hutauruk (2020), Bauran pemasaran dari sudut pandang konsumen dalam masa PSBB sebagai antisipasi terhadap pandemi COVID-19 menunjukkan bahwa customer solution dan convenience berdampak secara langsung terhadap psychological secara positif dan signifikan dan secara tidak langsung terhadap buying decision melalui mediasi physiological juga berdampak positif dan signifikan.

Menurut Mutmainnah, Amin Sadiqin (2020) pandemi COVID 19 dari peraturan pemerintah yang menerapkan regulasi *lockdown* atau Pembatasan Sosial Berskala Besar di beberapa kota yang mengakibatkan aktivitas masyarakat pada umumnya begitu sangat dibatasi dan kerja dirumah saja di perkantoran yang diisi 50% itu sangat berdampak pada volume penurunan penjualan yang tajam. Ilustrasi sederhananya dari kajian dilapangan adalah penghasil limbah atau masyarakat itu sendiri lebih banyak berdiam di rumah sehingga tidak ada limbah yang dihasilkan kemudian pengumpul yang biasa mengambil limbah tersebut tentu berkurang yang akan diserahkan ke pemanfaat akhir.

Menurut Fitri Solekhah, Wan Abbas Zakaria, dan Lina Marlina (2018) yaitu harga pokok produksi jagung per kilogram yaitu sebesar Rp 1.383,00 untuk Bisi-18, Rp 1.379,28 untuk NK-33, Rp 1.448,77 untuk Pioneer-27 dan Rp 1.359,52 untuk DK-95. Harga pokok penjualan jagung per kilogram dengan margin keuntungan 15,00 persen untuk jenis benih Bisi-18 sebesar Rp 1.590,45, Rp 1.586,18 untuk NK-33, Rp 1.666,09 untuk Pioneer-27 dan Rp 1.560,00 untuk DK-95. Jadi, usahatani jagung di Desa Sidorejo Kecamatan Sekampung Udik Kabupaten Lampung Timur sudah menguntungkan (dilihat dari harga jual petani responden sebesar Rp 1.741,04 meskipun masih di bawah harga acuan pembelian menurut Peraturan Menteri Perdagangan RI) serta R/C rata-rata di atas 1,20 yang berarti bahwa setiap Rp 1,00 yang dikeluarkan akan menghasilkan Rp 1,20. Tidak ada perbedaan harga pokok produksi antar keempat merek benih jagung yang ditanam oleh petani responden.

Menurut Indria Widyastuti dan Dewi Mita (2018) Metode Pesanan Untuk Menentukan Harga Jual pada *PT.Seoul Precision Metal* , Bahwa dalam setiap proses perhitungan *PT.Seoul Precision Metal* pasti melibatkan pihak-pihak yang ada dalam struktur organisasi, tetapi masih terdapat pihak pihak yang terkait belum terlalu kompeten dalam bidangnya dan masih terjadi double job sehingga ketika melakukan pekerjaan tidak maksimal.

Perhitungan biaya bahan baku langsung yang digunakan untuk memproduksi setiap pesanan pelanggan sangatlah penting untuk mengetahui harga bahan baku dan jumlah yang terpakai untuk proses produksi per 1000 pcs dengan nilai tukar rupiah yang update terhadap dollar dan dengan pencatatan persediaan bahan baku yang akurat. Bahan baku wire untuk model screw set part no AGG75620701 juga digunakan untuk model lain sehingga pencatatan FIFO berdasarkan diameter wire dan cukup berjalan dengan baik.

Menurut Fransisca Hanita Rusgowanto (2021) Pengaruh Biaya Produksi, Harga Pokok Penjualan, *Good Corporate Governance* Dan *Company Growth* Terhadap Laba Penjualan Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2019. Variabel biaya produksi berpengaruh terhadap laba penjualan, Variabel harga pokok penjualan berpengaruh terhadap laba penjualan, Variabel ukuran dewan direksi dan *asset growth* berpengaruh negatif terhadap laba penjualan, Variabel ukuran komite audit berpengaruh terhadap laba penjualan., *Variabel sales growth* berpengaruh terhadap laba penjualan.