

BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Biaya

2.1.1.1 Pengertian Biaya

Biaya ialah “pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi ataupun kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu” (Mulyadi, 2015)

Menurut Hansen & Mowen (2013) biaya yakni “kas ataupun nilai setara kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang ataupun jasa yang diharapkan dapat menghasilkan keuntungan bagi suatu organisasi baik sekarang maupun di masa depan”.

Menurut penafsiran beberapa ahli terhadap istilah tersebut, biaya mengacu pada nilai yang dikeluarkan suatu perusahaan guna menerima barang ataupun jasa yang dihargai dalam satuan mata uang untuk mendapatkan keuntungan.

2.1.1.2 Klasifikasi Biaya

Supaya manajemen dapat mencapai tujuannya dalam menentukan harga pokok barang dan jasa, diperlukan klasifikasi biaya untuk membuat data biaya. Mengelompokkan seluruh komponen biaya ke dalam kategori tertentu yakni proses klasifikasi biaya. Mulyadi (2014:13) mengkategorikan pengeluaran menjadi lima kategori, antara lain:

- a) Biaya berdasarkan Objek Pengeluarannya

Biaya dikategorikan berdasarkan nama objek pengeluarannya. Misalnya, biaya disebut biaya telepon jika nama objek pengeluarannya ditetapkan sebagai biaya telepon; jika nama objek pengeluaran untuk air maka disebut biaya air; jika nama objek pengeluarannya diartikan gaji pegawai maka disebut biaya gaji pegawai; dan seterusnya.

b) Biaya berdasarkan Fungsi Pokok dalam Perusahaan

Biaya ini diklasifikasikan berdasarkan fungsi pokok menjadi tiga kelompok dalam perusahaan antara lain:

1. Biaya Produksi

Biaya yang timbul dalam mengubah bahan mentah menjadi barang jadi yang bisa dipasarkan disebut sebagai biaya produksi. Biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, serta biaya overhead pabrik termasuk dalam total ini.

2. Biaya Pemasaran

Biaya yang berkaitan dengan promosi produk dikenal sebagai biaya pemasaran. ini termasuk biaya pengeluaran yang berhubungan dengan pemasaran, seperti biaya gaji pegawai, periklanan, dan promosi.

3. Biaya Administrasi dan umum

Biaya koordinasi dalam langkah-langkah yang diambil dalam pembuatan dan promosi produk meliputi biaya administrasi dan umum. Gaji karyawan ditentukan, misalnya, oleh pengeluaran untuk departemen akuntansi, sumber daya manusia, dan hubungan dengan masyarakat.

c) Biaya berdasarkan hubungan antara biaya dengan sesuatu yang dibiayai

Sebuah departemen ataupun produk mungkin diartikan sesuatu yang didanai. Terdapat dua kelompok biaya:

1. Biaya Langsung (*Direct Cost*)

Segala sesuatu yang dibiayai mempunyai biaya langsung yang terkait dengannya. Biaya produksi langsung ialah biaya yang berhubungan langsung dengan tenaga kerja. Biaya departemen langsung ialah istilah umum untuk seluruh biaya yang terjadi dalam suatu departemen. Pengeluaran tenaga kerja, misalnya, diartikan beban finansial langsung pada departemen pemeliharaan.

2. Biaya tidak langsung (*In Direct Cost*)

Unit dihasilkan tidak bertanggung jawab langsung atas pengeluaran ini. Biaya overhead di perusahaan ini juga disebut sebagai biaya produksi tidak langsung. Seperti biaya gaji supervisor.

d) Biaya berdasarkan perilaku biaya dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan

Biaya dapat dibagi menjadi beberapa kategori tergantung pada seberapa banyak aktivitas yang dilaksanakan yakni:

1. Biaya variabel

Biaya yang berubah sejalan dengan perubahan volume kegiatan. Contohnya termasuk harga bahan mentah dan tenaga kerja langsung.

2. Biaya Semi Variabel

Biaya variabel tidak sesuai dengan jumlah aktivitas. Baik biaya tetap maupun biaya variabel terdapat dalam biaya ini.

3. Biaya Semi Tetap

Biaya variabel yang jumlahnya tetap pada tingkat produksi tertentu dan biaya tetap untuk tingkat aktivitas tertentu.

4. Biaya tetap

Biaya yang jumlah totalnya tidak melebihi kisaran volume yang telah ditentukan.

e) Biaya atas dasar jangka waktu manfaatnya

Biaya yang terbagi menjadi dua kategori berdasarkan:

1. Pengeluaran Modal (*capital expenditures*)

Pengeluaran yang menghasilkan keuntungan selama beberapa periode akuntansi. Pembelian aset tetap, perbaikan aset tetap secara signifikan, dan pengeluaran pemasaran yang signifikan diartikan beberapa contoh belanja modal.

2. Pengeluaran Pendapatan (*revenue expenditures*)

Hanya periode akuntansi saat terjadinya biaya yang menguntungkan. Biaya periklanan dan tenaga kerja diartikan dua contoh pengeluaran pendapatan.

2.1.2 Harga Pokok Produksi

2.1.2.1 Pengertian Harga Pokok Produksi

Dasar penentuan harga jual diartikan harga pokok produksi. Untuk menentukan dari harga jual, Biaya-biaya yang timbul dalam memproduksi barang untuk dijual harus diketahui oleh pelaku usaha. Biaya produksi ialah nama lain dari biaya ini.

Menurut Mulyadi (2014), “harga pokok produksi diartikan biaya yang dikeluarkan dalam pengelolaan bahan baku menjadi produk”.

Bustami & Nurlela (2013), “harga pokok produksi diartikan kumpulan biaya produksi yang terdiri dari bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik”.

Berdasarkan pengertian diatas, Istilah "biaya produksi" mengacu pada semua biaya yang dikeluarkan selama pembuatan barang jadi, termasuk biaya bahan langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik.

2.1.2.2 Komponen Harga Pokok Produksi

Ada tiga bagian penting dalam harga pokok produksi, antara lain:

1. Biaya Bahan Baku Langsung

Bahan baku diartikan bahan yang dipakai untuk menyiapkan barang untuk dijual. Untuk menentukan biaya bahan baku, tambahkan harga pembelian ke setiap biaya yang dikeluarkan sebelum barang siap diproses.

2. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Individu yang terlibat secara langsung pada proses industri disebut sebagai tenaga kerja. Pengeluaran tenaga kerja awal ini dihubungkan dengan tenaga kerja atau sumber daya manusia yang dibutuhkan untuk menghasilkan barang tersebut.

3. Biaya Overhead Pabrik

Segala biaya yang timbul di pabrik yang tidak berhubungan langsung dengan pembelian bahan mentah ataupun pembayaran tenaga kerja langsung

disebut sebagai biaya overhead. Banyak faktor yang tidak berhubungan langsung dengan produksi suatu produk termasuk dalam biaya-biaya ini.

2.1.2.3 Manfaat Menentukan Harga Pokok Produksi

Umumnya menentukan harga pokok produksi guna mengetahui total biaya produk jadi per unit, sehingga bisa didapati untung dan rugi usaha tersebut dari waktu ke waktu. Menurut Mulyadi (2014), Bagi manajemen, akan sangat membantu jika memiliki informasi mengenai perkiraan biaya produksi selama jangka waktu tertentu:

1. Menentukan Harga Jual Produk

Biaya produksi per unit produk dihitung selama periode waktu tertentu dengan menggunakan biaya produksi. Biaya produksi per unit, bersama dengan informasi biaya dan informasi non-biaya lainnya, merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan dalam menghitung harga jual suatu produk.

2. Memantau Realisasi Biaya Produksi

Jika pilihan yang sudah dibentuk untuk melaksanakannya dalam jangka waktu tertentu, manajemen perlu mengetahui biaya produksi aktual yang diperlukan untuk melaksanakan rencana produksi. Akuntansi biaya digunakan untuk mengumpulkan data biaya produksi yang dikeluarkan selama periode waktu tertentu untuk menilai apakah seluruh biaya terkait benar-benar ditanggung oleh proses produksi.

3. Menghitung Laba ataupun Rugi Periode Tertentu

Pihak manajemen memerlukan pengetahuan mengenai biaya produksi yang dikeluarkan selama periode waktu tertentu untuk menghasilkan suatu produk. Penting untuk memahami apakah upaya produksi dan pemasaran suatu bisnis sepanjang waktu menghasilkan laba kotor ataupun kerugian.

4. Menentukan harga pokok persediaan produk jadi dan produk dalam proses yang disajikan dalam neraca.

Meskipun manajemen harus menyampaikan laporan keuangan secara rutin, namun juga perlu menyertakan neraca dan laporan laba rugi. Manajemen diharuskan melaporkan, pada tanggal neraca, harga pokok persediaan produk jadi serta harga pokok barang dalam penyelesaian.

2.1.2.4 Metode Penentuan Harga Pokok Produksi

Menurut Mulyadi (2015), ada dua metode untuk memperhitungkan faktor-faktor yang mempengaruhi harga pokok produksi, yaitu:

1. *Full Costing*

Suatu tata cara penghitungan harga pokok produksi yang memperhitungkan setiap komponen biaya, seperti biaya yang berkaitan dengan bahan baku, tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik, yang meliputi biaya variabel dan biaya tetap.

Biaya Bahan Baku	xxx
Biaya Tenaga Kerja Langsung	xxx
BOP Variabel	xxx
BOP Tetap	<u>xxx +</u>
Harga Pokok Produk	xxx

2. *Variable Costing*

Biaya Bahan Baku	xxx
Biaya Tenaga Kerja Langsung	xxx
BOP Variabel	<u>xxx +</u>
Harga Pokok Produk	xxx

Pendekatan penentuan harga pokok produksi yang hanya mempertimbangkan biaya produksi yang direpresentasikan sebagai variabel, seperti biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, dan biaya overhead variabel.

2.1.3 Harga Jual

2.1.3.1 Pengertian Harga Jual

Harga diartikan jumlah uang yang diperoleh penjual ketika suatu barang ataupun jasa dibeli. Menetapkan harga jual yakni suatu keputusan ataupun rencana bisnis untuk menarik pelanggan dan mempertahankan loyalitas mereka. Tentu saja harga jualnya harus menutupi seluruh biaya produksi.

Menurut (Hansen & Mowen, 2001) mengemukakan “harga jual diartikan jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli ataupun pelanggan atas barang ataupun jasa yang dijual ataupun diserahkan”.

Menurut Mulyadi (2014:74), “pada prinsipnya harga jual harus dapat menutupi biaya penuh ditambah dengan laba yang wajar. Harga jual sama dengan biaya produksi ditambah *mark-up* (peningkatan harga)”.

Jumlah uang yang dikeluarkan oleh suatu perusahaan untuk memproduksi barang atau jasa ditambah persentase keuntungan yang diharapkan dihasilkannya didefinisikan sebagai harga jual, sesuai dengan definisi yang diberikan di atas. Penetapan harga yang sesuai dengan kualitas produk dan kepuasan pelanggan merupakan contoh penetapan harga yang tepat.

2.1.3.2 Metode Penentuan Harga Jual

Metode penentuan harga jual menurut Mulyadi (2015) yakni:

a) Penentuan Harga Jual Normal (*cost plus pricing*)

Metode ini juga disebut *cost plus pricing* sebab % markup, yang dihitung menggunakan rumus tertentu, ditambahkan ke anggaran keseluruhan untuk menetapkan harga jual. Harga jual reguler produk dihitung, yaitu:

$$\text{Harga Jual} = \text{Taksiran biaya penuh} + \text{laba yang diharapkan}$$

Ada dua pendekatan yang dapat digunakan untuk memperkirakan biaya penuh: pendekatan penetapan biaya lengkap atau metode penetapan biaya variabel, yang membagi biaya menjadi dua kategori: biaya yang secara langsung dipengaruhi oleh volume produk, yang menjadi dasar penentuan harga jual, dan biaya yang tidak dipengaruhi oleh laba.

Taksiran biaya penuh bisa dilaksanakan dengan dua metode dengan persamaan yakni:

1. Metode *Full Costing*

Metode *full costing* mendasarkan harga jual pada estimasi biaya komprehensif, yang memperhitungkan biaya produksi seperti biaya bahan baku, biaya overhead pabrik, biaya tenaga kerja langsung (variabel dan tetap), serta biaya yang dipengaruhi langsung oleh volume produk dan non-produksi. Biaya administrasi, umum, pemasaran diartikan biaya yang tidak langsung dipengaruhi oleh volume suatu produk.

Penentuan *mark-up* pada setiap perusahaan berbeda, bisnis dengan risiko tinggi cenderung memiliki margin lebih tinggi daripada bisnis dengan risiko yang rendah.

2. Metode *Variable Costing*

Metode ini menggunakan harga pokok variabel harga pokok barang menjadi dasar penghitungan harga jual dalam metode ini. Dengan menggunakan metode ini, harga jual dihitung berdasarkan perkiraan seluruh biaya, yang mencakup biaya tetap dan variabel (biaya yang tidak langsung dipengaruhi oleh volume produk). Beberapa contoh biaya variabel adalah biaya pemasaran variabel dan biaya produksi variabel (bahan bahan baku, tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik variabel). Sedangkan biaya tetap dicirikan sebagai biaya administrasi dan umum, biaya overhead pabrik tetap, dan biaya pemasaran tetap. Semua biaya harus ditutupi oleh markup tambahan supaya bisnis dapat mendapatkan keuntungan yang ditargetkan.

b) Penentuan Harga Jual dalam Cost-type Contract

Harga jual dalam kontrak jenis biaya diartikan suatu perjanjian pembuatan produk/jasa dimana pembeli menyetujui untuk membeli suatu barang ataupun jasa dengan biaya berdasarkan total biaya produsen ditambah persentase keuntungan yang telah ditentukan.

c) Penentuan Harga Jual Pesanan Khusus

Pesanan yang biasanya tidak dilaksanakan pada perusahaan tetapi tetap diterima. Sebab pesanan khusus seringkali dalam jumlah yang lebih banyak, pembeli sering kali memesannya dan meminta diskon dari harga jual biasa.

2.1.4 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

UU UMKM awalnya memenuhi kriteria dari UMKM didasarkan oleh modal bersih serta hasil dari penjualan tahunan. Namun, UU Ciptaker merubah kriteria tersebut. Dalam UU Ciptaker, pengukuran didasarkan dana usaha serta hasil penjualan tahunan. UU ini mengubah separuh ketentuan UU Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UU UMKM). Salah satu ketentuan direvisi terkait dengan kriteria UMKM ini. Namun, UU Cipta Kerja hanya menentukan kriteria, tidak mendefinisikan selaku detail. Oleh sebab itu, hanya undang-undang yang diatur dalam kebijakan pemerintah (PP). PP UMKM menjawab hal tersebut, tepat pasal 35-36 PP UMKM 2021.

Pasal ini mengklasifikasi UMKM berdasarkan pada model perusahaan serta hasil penjualan tahunan. Kriteria ini diterapkan bagi golongan UMKM yang baru

mau didirikan setelah PP UMKM berlaku. Beberapa kriteria penjualan tahunan digunakan untuk mengelompokkan UMKM sebelum PP ini berlaku.

Undang-undang yang berlaku saat ini mengenai syarat usaha mikro, kecil dan menengah adalah Peraturan Pemerintah No. 7 Tahun 2021 mengenai Kemudahan, Perlindungan, serta Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

Berikut beberapa kriteria UMKM berdasarkan modal usaha diatur dalam pasal 35 ayat (3) PP 7 tahun 2021 antara lain:

1. Mikro : Memiliki modal usaha maksimum Rp 1 Miliar tidak tertera tanah serta bangunan tempat usaha.
2. Kecil : Memiliki modal usaha diantara Rp 1 Miliar - Rp 5 Miliar tidak tertera tanah serta bangunan tempat usaha.
3. Menengah : Memiliki modal usaha lebih dari Rp 5 Miliar – Rp 10 Miliar.

Kriteria UMKM terbaru berdasarkan hasil penjualan tahunan diatur pada pasal 35 ayat (5) PP 7 tahun 2021 :

1. Mikro : Memiliki hasil penjualan tahunan maksimum Rp 2 Miliar.
2. Kecil : Memiliki hasil penjualan tahunan diantara Rp 2 Miliar – Rp 15 Miliar.
3. Menengah : Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 15 Miliar – Rp 50 Miliar.

2.2 Penelitian Terdahulu

Berikut susunan penelitian sebelumnya yang disajikan dalam model tabel :

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Hasil
1	Dina Nur Safitri Tahun : 2023	“Perhitungan Harga Pokok Produk dengan Menerapkan Metode Variable Coasting Sebagai Dasar Penentuan Harga Jual (Studi Kasus UD. Barokah)”	UD. Barokah memakai perhitungan full costing tetapi belum melaksanakan pencatatan atas perhitungan harga pokok produk. Dari hasil yang didapatkan penulis, metode variabel costing dapat dilaksanakan oleh UD. Barokah jika mendapatkan pesanan khusus diatas kapasitas normal dari penjualan
2	1. Nur Ifana 2. Sarah Yuliarini Tahun : 2020	“Penerapan Metode Variabel Costing dalam Penetapan Harga Pokok Produksi pada pelaku UMKM (Studi Kasus Pada UMKM Alpujabar yang Tergabung dalam Rumah Batik Putat Jaya”	Dalam menetapkan harga produk, UMKM Alpujabar menggunakan perhitungan yang sederhana. Dari hasil didapatkan penulis metode penetapan biaya variabel dalam perhitungan harga pokoknya bisa diterapkan oleh perusahaan sebab dapat dijadikan dasar kebijakan perusahaan dalam menentukan harga jualnya
3	1. Yakies Szahro 2. Teguh Purwanto Tahun : 2021	“Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Dalam Penetapan Harga Jual Produk Pada UKM Keripik Pedas Moreng-Moreng di Sidoarjo”	Dalam perhitungan harga pokok produksi UKM Keripik Pedas Moreng-Moreng, penulis menggunakan Metode Full Costing dan Variable costing yang mana diperoleh HPP yang sama

			pada beberapa varian produk keripik.
4	1. Sri Indah 2. Lud Dina Ekasari 3. Yakrima Susanti Gono Ate	“Perhitungan harga pokok produksi guna mmentukan harga jual dengan menggunakan variabel costing method (studi kasus pada UKM Donat Kentang Tlogomas di Kota Malang)”	Hasil penelitian memperlihatkan biaya produksi pada UKM Donat Kentang Tlogomas Kota Malang pada tahun 2019 tergolong tinggi, menurun pada tahun 2020, dan berangsur-angsur meningkat pada tahun 2021. Harga jual yang ditetapkan pada tahun-tahun tersebut tetap sama, namun % keuntungan tidak berbeda nyata. Dengan demikian, terlihat UKM telah menetapkan harga jual yang maksimal.
5	1. Imamatin Listya Putri 2. M. Zikwan 3. Istianatun Najmiyah Tahun : 2023	“Analisis Harga Pokok Produksi dengan Metode Variabel Costing pada Produk Roti Ariska Desa Curah Kalak Jangkar Situbondo”	Dari hasil penelitian, metode penentuan harga pokok produksi UKM Roti Ariska menggunakan estimasi biaya produksi untuk memastikan HPP sama untuk semua varian rasa produk, dibandingkan dengan metode penetapan biaya variabel, sehingga menghasilkan HPP yang berbeda untuk setiap varian.