

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Akuntansi Biaya

Akuntansi merupakan salah satu pengkhususan dalam akuntansi, sama halnya dengan akuntansi keuangan, akuntansi pemerintahan, akuntansi pajak dan sebagainya. Ciri utama yang membedakan antara akuntansi biaya dengan akuntansi lainnya adalah kajian datanya. Akuntansi biaya mengkaji data-data biaya untuk digolongkan, dicatat, dianalisis, dan dilaporkan dalam laporan biaya produksi.

Al. Haryono Jusup (2011:4) “menyatakan bahwa akuntansi merupakan sistem informasi yang mengukur aktivitas bisnis, mengolah data menjadi laporan, dan mengkomunikasikan hasilnya kepada para pengambil keputusan”.

Definisi akuntansi menurut *American Institute of Certified Public Accounting (AICPA)* dalam **Harahap (2007)** “mendefinisikan akuntansi sebagai seni pencatatan, penggolongan, dan pengikhtisaran dengan cara tertentu dalam ukuran moneter, transaksi, dan kejadian-kejadian yang umumnya bersifat keuangan termasuk menafsirkan hasil-hasilnya”.

Sedangkan **Charles T. Horngren. Dan walter T.Horrison** menyatakan bahwa “akuntansi adalah system informasi yang mengukur aktivitas bisnis, memproses data menjadi laporan, dan mengkomunikasikan hasilnya kepada para pengambil keputusan”

Secara garis besar digolongkan menjadi 2 tipe, yaitu akuntansi keuangan dan akuntansi manajemen. Akuntansi biaya bukan merupakan tipe akuntansi sendiri yang

terpisah dari 2 tipe akuntansi tersebut, namun merupakan bagian dari keduanya. Menurut **Mulyadi (2014:2-5)** menjelaskan bahwa “akuntansi dibagi menjadi dua tipe pokok yaitu akuntansi keuangan dan akuntansi manajemen. Akuntansi keuangan menghasilkan informasi terutama untuk memenuhi pihak luar, sedangkan akuntansi manajemen untuk memenuhi kebutuhan manajer”.

Akuntansi secara khusus berkaitan dengan biaya produksi, perhitungan harga pokok produk, perencanaan dan pengendalian biaya dan bagaimana manfaat data biaya dalam pengambilan keputusan khusus. Untuk menentukan harga pokok secara teliti maka biaya perlu diklasifikasi sehingga biaya dapat dipisahkan antara mana biaya produk dan pula biaya yang bukan biaya produksi.

Akuntansi biaya berfungsi sebagai perencanaan mengenai biaya yang akan dikeluarkan perusahaan dalam hubungannya dengan perencanaan dan pengendalian laba, penentuan harga pokok, serta bagi pengambil keputusan oleh manajemen.

2.1.1 Pengertian Akuntansi Biaya

Akuntansi biaya adalah suatu cabang akuntansi yang diperuntukan untuk proses pelacakan, pencatatan, dan analisis terhadap biaya-biaya yang berhubungan dengan segala aktivitas suatu perusahaan untuk menghasilkan barang atau jasa. Biaya didefinisikan sebagai waktu dan sumber daya yang dibutuhkan dan menurut konversi diukur dengan satuan mata uang. Penggunaan kata beban adalah pada saat biaya sudah habis terpakai.

Menurut **Supriyono (2000:12)** akuntansi biaya adalah salah satu cabang akuntansi yang merupakan alat manajemen dalam memonitor dan merekam transaksi

biaya secara sistematis, serta menyajikan informasi biaya dalam bentuk laporan biaya.

Menurut **Mulyadi (2014:7)** akuntansi biaya adalah proses pencatatan, penggolongan, peringkasan dan pengkajian biaya, pembuatan dan penjualan produk atau jasa dengan cara-cara tertentu, serta penafsiran terhadapnya.

Berdasarkan definisi tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan akuntansi biaya adalah ilmu yang mempelajari tentang seni pencatatan, penggolongan, peringkasan dan penyajian biaya pembuatan dan penjualan produk atau jasa dalam bentuk laporan keuangan. Bagi manajemen itu sendiri, nantinya akuntansi biaya dapat dijadikan sebagai alat perencanaan, peramalan, pengawasan dan pembuat keputusan.

2.1.2 Fungsi Akuntansi Biaya

Akuntansi biaya berfungsi sebagai penyedia informasi keuangan yang bermanfaat bagi seseorang untuk dapat mengambil keputusan. **Mulyadi (2012:10)** mengemukakan bahwa:

Akuntansi biaya berfungsi untuk mengukur pengorbanan nilai masukan tersebut guna menghasilkan informasi bagi manajemen yang salah satu manfaatnya adalah untuk mengukur apakah kegiatan usahanya menghasilkan laba atau sisa hasil usaha tersebut. akuntansi biaya juga menghasilkan informasi biaya yang dapat dipakai oleh manajemen sebagai dasar untuk merencanakan alokasi sumber ekonomi yang dikorbankan untuk menghasilkan keluaran.

Akuntansi biaya merupakan alat bantu bagi pihak manajemen didalam fungsi sebagai perencana dan pengendali. Dalam perencanaan, akuntansi biaya membantu manajemen dalam pembuatan anggaran, sedangkan dalam pengendalian, akuntansi biaya membantu manajemen dalam pengambilan keputusan khususnya menyangkut di masa mendatang.

2.1.3 Tujuan Akuntansi Biaya

Tujuan akuntansi biaya adalah perencanaan pengendalian biaya. Penentuan harga pokok produk atau jasa yang dihasilkan perusahaan dengan tepat dan teliti. Pengambilan keputusan manajemen. Menurut **Mulyadi (2012:7)** Akuntansi biaya mempunyai tiga tujuan pokok yaitu, penentuan kos produk, pengendalian biaya, dan pengambilan keputusan khusus.

Terdapat tiga tujuan pokok akuntansi menurut **Supriyono (2000:14)** Akuntansi bertujuan untuk :

1. Perencanaan dan pengendalian biaya
2. Penentuan harga pokok produk atau jasa yang dihasilkan perusahaan dengan tepat dan teliti
3. Pengambil keputusan oleh manajemen

Adapun menurut **V.Wiratna Sujarweni (2015:3)** terdapat 3 tujuan pokok dalam mempelajari akuntansi biaya adalah memperoleh informasi biaya yang akan digunakan untuk:

1. Penentuan harga pokok produk
2. Perencanaan biaya dan pengendalian biaya
3. Pengambilan keputusan khusus

2.2 Konsep Biaya dan Perilaku Biaya

2.2.1 Pengertian Biaya

Biaya adalah semua pengorbanan yang perlu dilakukan untuk suatu proses produksi yang dinyatakan dengan satuan uang menurut harga pasar yang berlaku, baik yang sudah terjadi maupun yang akan terjadi, **Mulyadi (2014:8)** menyatakan bahwa “pengertian biaya dalam arti luas adalah biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau kemungkinan yang akan terjadi untuk tujuan tertentu”. Terdapat 4 unsur pokok dalam definisi biaya tersebut :

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

Biaya menurut **Maisyah Kholmi & Yuningsih AICPA (2004:11)** sebagai berikut: “biaya adalah pengurangan pada aktiva neto sebagai akibat digunakannya jasa-jasa ekonomi untuk menciptakan penghasilan. Biaya adalah pengorbanan sumber daya atau nilai ekuivalen kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat saat sekarang bagi organisasi”

Terdapat 2 kategori biaya utama menurut **Maisyah & Yuningsih (2004:11)** sebagai berikut :

1. Biaya pengeluaran (*outlay cost*) adalah arus kas masa lampau, sekarang atau yang akan datang.

2. Biaya peluang (*opportunity cost*) adalah manfaat yang diserahkan atau dikorbankan ketika satu alternative dipilih dari beberapa alternative.

Secara terminology biaya dapat dibedakan antara biaya (*cost*) dengan beban (*expense*) *cost* atau *unexpired cost* merupakan pengorbanan sumber ekonomi perusahaan yang digunakan untuk memperoleh barang atau jasa, seperti pembelian bahan baku, sedangkan *expense* atau *expired cost* adalah pengorbanan sumber ekonomi perusahaan yang digunakan untuk mengarahkan penghasilan.

Beban ini terjadi dalam periode terjadinya transaksi dan dapat langsung memberi manfaat pada periode yang bersangkutan, seperti beban penjualan. Dari setiap periode beban dikurangkan dari laporan rugi laba untuk menentukan laba periode tersebut. agar perusahaan tetap eksis dalam bisnisnya, maka pendapatan harus melebihi beban.

Oleh karena itu, pemilik perlu mengetahui biaya dan berbagai kecenderungan pada biaya. Dalam memahami biaya berarti benar-benar mengetahui berapa biaya sesuatu atau beberapa objek. Untuk penyediaan informasi kepada pemilik, pembebanan biaya untuk menentukan biaya objek adalah penting.

2.2.2 Objek Biaya

Objek biaya adalah berbagai produk, jasa, pelanggan, aktivitas, atau unit organisasi dimana biaya dibebankan untuk tujuan manajemen tertentu.

Menurut **Slamet Sodiri Sadikin (2015:24)** Objek biaya adalah apa pun yang menjadi sasaran biaya. Objek biaya dapat berupa produk, departemen, atau kegiatan.

Pada akuntansi kontemporer, aktivitas muncul sebagai objek biaya. Aktivitas adalah suatu unit dasar dari pekerjaan yang dilakukan dalam sebuah organisasi. Aktivitas dapat pula didefinisikan sebagai agregasi dari berbagai tindakan suatu organisasi yang bermanfaat bagi para manajer untuk tujuan perencanaan, pengendalian dan pengambilan keputusan. Aktivitas memainkan peranan yang penting dalam pembebanan biaya ke objek biaya lainnya dan merupakan unsure penting dari system akuntansi manajemen kontemporer. Contoh aktivitas meliputi pemasangan peralatan untuk produksi, pemindahan bahan dan barang, pembelian komponen, pemenuhan pemesanan, perancangan produk, dan pemeriksaan produk.

2.2.3 Klasifikasi Biaya

Menurut **V.Wiratna Sujarweni (2015:10-15)** biaya yang terjadi di perusahaan perlu di telusuri berasal dari mana saja biaya tersebut. angka-angka yang disebut sebagai biaya dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

1. Berdasarkan Pengelompokan biaya
 - a. Biaya pabrikase / pabrik /manufaktur
 - 1) Bahan baku
Adalah biaya bahan yang dikeluarkan untuk memberi bahan baku utama yang dipakai untuk memproduksi barang.
 - 2) Tenaga kerja langsung
Adalah biaya yang dikeluarkan untuk membayar tenaga kerja utama yang langsung berhubungan dengan produk yang diproduksi dari bahan baku mentah menjadi barang jadi.
 - 3) Biaya *overhead* pabrik
Biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi barang. Selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik yang terdiri dari :
 - a. Bahan tidak langsung
Adalah biaya yang dikeluarkan untuk membeli bahan yang dibutuhkan untuk menyelesaikan suatu produk, namun pemakaiannya sedikit.
 - b. Tenaga kerja tidak langsung
Tenaga kerja yang dikeluarkan untuk membayaar gaji tenaga kerja namun tenaga kerja tersebut secara tidak langsung mempengaruhi pembuatan barang jadi.

- c. **Biaya tidak langsung lainnya**
Biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi barang yang secara tidak langsung berkaitan dengan produksi barangnya.
- b. **biaya komersial**
Biaya komersial terdiri dari 2 yaitu :
 - 1) **Biaya pemasaran**
biaya-biaya yang dikeluarkan untuk keperluan melaksanakan kegiatan pemasaran atau promosi produk.
 - 2) **Biaya administrasi**
biaya-biaya yang dikeluarkan untuk mengkoordinasi dan mengendalikan kegiatan produksi dan pemasaran produk.
- 2. **Berdasarkan Perilaku biaya**
klasifikasi biaya berdasarkan perilaku biaya dibagi menjadi 4 yaitu :
 - a. **Biaya Variabel**
biaya yang jumlahnya berubah-ubah, namun perubahannya sebanding dengan perubahan volume produksi/penjualan.
 - b. **Biaya Tetap**
biaya yang tidak berubah jumlahnya walaupun jumlah yang diproduksi/dijual berubah dalam kapasitas normal.
 - c. **Biaya Semi Variabel**
biaya yang jumlahnya ada yang berubah-ubah sesuai dengan perubahan kuantitas dan ada tarif tetapnya.
 - d. **Biaya Bertingkat**
biaya yang dikeluarkan sifatnya tetap harus dikeluarkan dalam suatu rentang produksi.
- 3. **Berdasarkan pengambilan keputusan**
klasifikasi biaya berdasarkan pengambilan keputusan dibagi menjadi 2 yaitu:
 - a. **Biaya Relevan**
biaya yang harus direncanakan terlebih dahulu karena biaya ini akan mempengaruhi pengambilan keputusan perusahaan masa mendatang.
 - b. **Biaya tidak Relevan**
biaya yang tidak berbeda diantara alternative tindakan yang sudah ada. biaya ini tidak akan mempengaruhi keputusan dan akan tetap sama jumlahnya tanpa memperhatikan alternative yang dipilih. oleh karena itu biaya tidak relevan tidak harus dipertimbangkan dalam pembuatan keputusan. biaya yang tidak perlu diperhitungkan karena tidak mempengaruhi pengambilan keputusan.
- 4. **Berdasarkan sesuatu yang dibiayai**
klasifikasi biaya sesuai dengan sesuatu yang dibiayai dibagi menjadi 2 yaitu:
 - a. **biaya langsung (*direct cost*)** adalah biaya yang manfaatnya langsung dapat diidentifikasi pada produk yang dibuat. biaya produksi langsung terdiri atas biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.
 - b. **biaya tidak langsung (*indirect cost*)** adalah biaya yang manfaatnya tidak dapat diidentifikasi kepada produk yang dibuat. biaya produksi tidak langsung adalah biaya *overhead*.
- 5. **Biaya kesempatan (*opportunity cost*)**
manfaat yang akan diperoleh jika salah satu alternatif dipilih dari beberapa alternatif yang ada. atau dengan kata lain pendapatan yang tidak jadi diperoleh karena telah memilih salah satu alternatif dari beberapa alternatif yang tersedia. untuk mengambil keputusan memilih salah satu alternatif seharusnya mempertimbangkan biaya dan pendapatan yang akan muncul.

Biaya dapat diklasifikasikan dari berbagai aspek, menurut **Slamet Sugiri**

Sodikin (2015:21-29) bahwa biaya dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

1. **Klasifikasi biaya berdasar fungsi perusahaan**
Untuk menjalankan usaha dengan baik, perusahaan membagi-bagi kegiatan berdasarkan fungsi-fungsi pokok. Pada perusahaan pemanufakturan, misalnya, kegiatan dibagi ke dalam fungsi produksi dan fungsi nonproduksi. Fungsi produksi bertugas dan bertanggung jawab untuk memproduksi barang yang berkualitas tertentu. Sedangkan fungsi nonproduksi, yang juga disebut fungsi komersial, terdiri atas fungsi administrasi dan fungsi pemasaran. Fungsi administrasi melakukan kegiatan-kegiatan akuntansi, personalia, penggajian, dan lain sebagainya. Fungsi pemasaran bertugas melakukan kegiatan dalam rangka memasarkan hasil produksi, melakukan promosi penjualan, melakukan penjualan barang, dan menentukan saluran distribusi.
2. **Klasifikasi biaya berdasar perioda penandingan**
Akuntansi (keuangan) menggunakan konsep proper matching cost against revenues. Agar konsep penandingan biaya terhadap pendapatan diterapkan wajar, maka perlu pembagian biaya menjadi biaya produk (product cost) dan biaya perioda (period cost). Biaya produk adalah biaya untuk memperoleh atau membuat barang/produk. Biaya perioda adalah biaya yang diidentifikasi dengan interval waktu tertentu karena tidak diperlukan untuk memperoleh barang/produk yang akan dijual.
3. **Klasifikasi biaya berdasar dapat ditelusurinya objek biaya**
Objek biaya adalah apa pun yang menjadi sasaran biaya. Objek biaya dapat berupa produk, departemen, atau kegiatan. Untuk penilaian persediaan dalam perusahaan pemanufakturan, misalnya, objek biayanya adalah produk selesai atau produk yang sedang diproses. Akuntansi manajemen menggunakan beberapa objek biaya dengan pemilihan spesifik, bergantung pada sifat bisnis dan kehendak manajemen. Jika objek biayanya adalah produk, maka dikenal biaya langsung produk dan biaya taklangsung produk. Jika objek biayanya adalah departemen maka dikenal biaya langsung departemen dan biaya taklangsung departemen.
4. **Klasifikasi biaya berdasar perubahan volume kegiatan**
Ditinjau dari hubungannya dengan perubahan volume kegiatan, biaya dapat dibagi menjadi biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap (fixed cost) adalah biaya yang jumlah totalnya tetap, tidak berubah untuk suatu periode tertentu. Biaya variabel (variable cost) adalah biaya yang jumlah totalnya bervariasi secara proporsional dengan variasi volume kegiatan, tetapi jumlah per unitnya tetap.
5. **Klasifikasi biaya berdasar kemampuan manajer untuk mengendalikannya**
Dipandang dari sudut dapat atau tidaknya biaya dikendalikan oleh seorang manajer, biaya digolongkan menjadi biaya terkontrol (controllable cost) dan biaya terkontrol (uncontrollable cost). Biaya terkontrol adalah biaya yang secara signifikan dapat dipengaruhi dan dikendalikan oleh manajer tertentu pada periode tertentu. Biaya takterkontrol adalah biaya yang secara signifikan tidak dapat dipengaruhi dan dikendalikan oleh manajer tertentu pada periode tertentu.
6. **Klasifikasi biaya berdasar pengambilan keputusan**
Klasifikasi lain yang penting adalah pembedaan ke dalam biaya relevan (relevant cost) dan biaya tak relevan (irrelevant cost), biaya terhindarkan (avoidable cost) dan biaya takterhindarkan (unavoidable cost). Biaya relevan adalah biaya yang akan terjadi di masa mendatang dan berbeda diantara berbagai alternatif keputusan. Biaya takrelevan adalah biaya yang tidak memenuhi salah satu atau kedua-duanya dari kriteria biaya relevan. Biaya terhindarkan adalah biaya yang dapat dihindarkan jika satu alternatif keputusan diambil. Biaya takterhindarkan seperti biaya penyusutan yang terjadi.
7. **Klasifikasi biaya berdasar dampak keputusan terhadap kas keluar**

Klasifikasi biaya yang lebih spesifik lagi adalah *sunk cost* dan *out of pocket cost*. *sunk cost* adalah biaya yang telah dikeluarkan dan yang tidak dapat diubah oleh keputusan sekarang atau masa yang akan datang. *out of pocket cost* adalah biaya yang membutuhkan pengeluaran kas di masa mendatang akibat keputusan sekarang atau keputusan yang akan datang.

8. Klasifikasi lain

biaya kesempatan (*opportunity cost*) adalah manfaat potensial yang hilang atau dikorbankan karena dipilihnya satu alternatif keputusan tertentu.

Slamet Sugiri Sodikin (2015:21-29) menjelaskan bahwa, biaya dapat diklasifikasi dari pelbagai aspek sehingga dapat dijumpai perbedaan antara biaya produksi, biaya pemasaran/penjualan, dan biaya administrasi dan umum, antara biaya produk dan biaya perioda; antara biaya langsung dan biaya tak langsung; antara biaya tetap dan biaya variabel; antara biaya terkedali dan biaya takterkendali; antara biaya relevan dan biaya takrelevan; antara *sunk cost* dan *out-of-pocket cost*.

Menurut Mulyadi (2014:13-17) Biaya dapat digolongkan sebagai berikut :

a. Objek pengeluaran

Penggolongan ini merupakan penggolongan yang paling sederhana, yaitu berdasarkan penjelasan singkat mengenai suatu objek pengeluaran, misalnya pengeluaran yang berhubungan dengan telepon disebut “biaya telepon”.

b. Fungsi pokok dalam perusahaan

Biaya dapat digolongkan menjadi tiga kelompok yaitu:

1. Biaya produksi, yaitu semua biaya yang berhubungan dengan fungsi produksi, atau kegiatan pengolahan bahan baku menjadi produk selesai. Biaya produksi dapat digolongkan ke dalam biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya *overhead* pabrik.
2. Biaya pemasaran, adalah biaya-biaya yang terjadi untuk melakukan kegiatan pemasaran produk, contohnya biaya iklan, promosi, dan lain sebagainya.
3. Biaya administrasi dan umum, yaitu biaya-biaya untuk mengkoordinasikan kegiatan-kegiatan produksi dan pemasaran produk, contohnya gaji bagian akuntansi, gaji bagian personalia dan lain-lain.

c. Hubungan biaya dengan sesuatu yang di biayayai

Ada dua golongan, yaitu :

- 1) Biaya langsung (*direct cost*), merupakan biaya yang terjadi dimana penyebab satu-satunya adalah karena ada sesuatu yang harus di biayayai. Dalam kaitanya dengan produk, biaya langsung terdiri dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.
- 2) Biaya tidak langsung (*indirect cost*) biaya yang terjadi tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayayai, dalam hubungannya dengan produk, biaya tidak langsung dikenal dengan biaya *overhead* pabrik.

d. Prilaku biaya dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan

Biaya dibagi menjadi empat, yaitu :

- 1) Biaya tetap (*fixed cost*) biaya yang jumlahnya tetap tidak dipengaruhi kegiatan volume kegiatan atau aktivitas sampai tingkat kegiatan tertentu, contohnya : gaji direktur produksi.
- 2) Biaya variabel (*variable cost*) biaya yang jumlah totalnya berubah secara sebanding perubahan volume kegiatan atau aktivitas, contoh: biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung.
- 3) Biaya semi variabel, biaya yang jumlah totalnya berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Biaya semi variabel mengandung unsur biaya tetap dan biaya variabel. Contoh : biaya listrik yang digunakan.
- 4) Biaya semi fixed, biaya yang tetap untuk tingkat volume kegiatan tertentu dan berubah dengan jumlah nilai yang konstan pada pada volume produksi tertentu.

e. Jangka waktu manfaatnya

Biaya dibagi menjadi dua bagian yaitu :

- 1) Pengeluaran modal (*capital expenditure*), yaitu pengeluaran yang akan memberikan manfaat/benefit pada periode akuntansi atau pengeluaran yang akan dapat memberikan manfaat pada periode akuntansi yang akan datang.
- 2) Pengeluaran pendapatan (*revenue expenditure*), pengeluaran yang akan memberikan manfaat hanya pada periode akuntansi dimana pengeluaran itu terjadi.

Mulyadi (2014:13-17) menjelaskan bahwa dalam akuntansi biaya, biaya digolongkan dengan berbagai macam cara. Umumnya penggolongan biaya ini ditentukan atas dasar tujuan yang hendak dicapai dengan penggolongan tersebut, karena dalam akuntansi biaya dikenal konsep “*different cost for different purposes*”.

2.3 Biaya Produksi

Menurut Mulyadi (2015:16) biaya produksi merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam pengolahan bahan baku menjadi produk.

1. Unsur-unsur biaya produksi

Unsur-unsur biaya dalam laporan harga pokok produksi biasanya terbagi ke dalam tiga golongan yaitu biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik.

a. Biaya bahan baku

Menurut **Mulyadi (2015:275)** “biaya bahan baku merupakan bahan yang membentuk bagian menyeluruh produk jadi”. Pengertian lain yang dinyatakan oleh **Mursyidi (2010:51)** “tentang biaya bahan langsung adalah biaya produksi yang terdiri dari biaya langsung (*direct materials*) dan biaya tenaga kerja langsung (*direct labour*)”.

Menurut **Mulyadi (2015:282)** perlakuan terhadap biaya angkutan dapat dibebankan sebagai berikut :

1. Biaya angkutan diperlukan sebagai tambahan harga pokok bahan baku yang dibeli
2. Biaya angkutan tidak diperlakukan sebagai tambahan harga pokok yang dibeli, namun diperlakukan sebagai unsur biaya *overhead* pabrik.

b. Biaya tenaga kerja langsung

Menurut **Mulyadi (2015:319)** “biaya tenaga kerja merupakan salah satu biaya konversi, disamping biaya *overhead* pabrik, yang merupakan salah satu biaya untuk mengubah bahan baku menjadi produk”.

c. Biaya *overhead* pabrik

Menurut **Mulyadi (2015:194)** “secara sederhana dapat dinyatakan bahwa biaya *overhead* pabrik mencakup semua biaya pabrikasi kecuali yang dicatat sebagai biaya langsung, yaitu bahan baku langsung dan biaya tenaga kerja langsung”.

Penggolongan biaya *overhead* pabrik menurut sifatnya **Mulyadi (2015:194)** “Dalam perusahaan yang produksinya berdasarkan pesanan, biaya *overhead* pabrik

adalah biaya produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Biaya-biaya produksi yang termasuk biaya *overhead* pabrik di kelompokkan menjadi beberapa golongan berikut ini:

a. Biaya bahan penolong.

Bahan penolong adalah bahan yang tidak menjadi bagian produk jadi atau bahan yang meskipun menjadi bagian produk jadi tetapi nilainya relatif kecil bila dibandingkan dengan harga pokok produksi tersebut.

b. Biaya reparasi dan pemeliharaan.

Biaya reparasi dan pemeliharaan berupa biaya suku cadang (*spareparts*), biaya bahan habis pakai (*factory supplies*) dan harga perolehan jasa dari pihak luar perusahaan untuk keperluan perbaikan dan pemeliharaan emplasemen, perusahaan, bangunan pabrik, mesin-mesin dan ekuipmen, kendaraan, perkakas laboratorium, dan aktiva tetap lain yang digunakan untuk keperluan pabrik.

c. Biaya tenaga kerja tidak langsung.

Tenaga kerja tidak langsung adalah tenaga kerja pabrik yang upahnya tidak dapat diperhitungkan secara langsung kepada produk atau pesanan tertentu.

d. Biaya yang timbul sebagai akibat pemeliharaan terhadap aktiva tetap.

Biaya-biaya yang termasuk dalam kelompok ini antarlain adalah biaya-biaya depresiasi emplasmen pabrik, bangunan pabrik, mesin dan ekuipmen, perkakas laboratorium, alat kerja, dan aktiva tetap lain yang digunakan pabrik.

e. Biaya yang timbul sebagai akibat berlalunya waktu.

Biaya yang timbul sebagai akibat berlalunya waktu. Biaya-biaya yang termasuk dalam kelompok ini antara lain adalah biaya-biaya asuransi gedung dan emplasemen, asuransi mesin ekuipmen, asuransi kendaraan, asuransi kecelakaan karyawan, dan biaya amortisasi kerugian *trial-run*.

f. Biaya *overhead* pabrik lain yang secara langsung memerlukan pengeluaran uang tunai.

Biaya *overhead* pabrik lain yang secara langsung memerlukan pengeluaran uang tunai. Biaya *overhead* pabrik yang termasuk kedalam kelompok ini antara lain adalah biaya reparasi diserahkan kepada pihak luar perusahaan, biaya listrik PLN dan sebagainya.

2.4 Harga Pokok Produksi

Dalam sebuah perusahaan, baik itu perusahaan besar ataupun perusahaan kecil perlu menentukan harga pokok bagi produk yang dihasilkan, karena harga pokok itu merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi penentuan dasar harga jual dari

suatu produk. Selain itu, harga juga digunakan untuk menentukan besarnya perolehan. Suatu harga pokok dapat diketahui jumlahnya dari jumlah biaya produksi yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk memproduksi suatu produk tersebut.

2.4.1 Pengertian Harga Pokok Produksi

Penentuan harga pokok produksi bertujuan untuk mengetahui biaya yang akan dikorbankan dalam hubungannya dengan pengolahan bahan baku menjadi barang jadi atau jasa yang siap untuk dijual dan dipakai. Harga pokok produksi sangat penting bagi suatu perusahaan, karena merupakan salah satu elemen yang dapat dipakai sebagai pedoman dan sumber informasi bagi pimpinan dalam mengambil keputusan.

Mulyadi (2010:17) menyatakan bahwa metode penentuan harga pokok produksi adalah cara perhitungan unsur-unsur biaya ke dalam harga pokok produksi. Dalam memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam harga pokok produksi terdapat dua pendekatan yaitu *full costing* dan *variable costing*. *full costing* merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi ke dalam harga pokok produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik, baik yang berperilaku variabel maupun tetap, dengan demikian harga pokok produksi menurut *full costing* terdiri dari unsur biaya produksi.

Mulyadi (2010:18) menyatakan bahwa *variable costing* adalah merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku variabel ke dalam harga pokok produksi, yang terdiri dari bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhad* pabrik variabel.

Dari pernyataan di atas dapat diambil sebuah kesimpulan bahwa harga pokok produksi adalah biaya-biaya yang digunakan selama proses produksi dimana biaya-biaya tersebut terdiri dari biaya bahan langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhad* pabrik.

Harga pokok produksi berfungsi sebagai dasar dalam menentukan harga jual. Untuk menetapkan harga jual, penting bagi perusahaan untuk mengetahui besarnya biaya yang dibutuhkan untuk memproduksi barang yang akan dijual. Biaya tersebut sering disebut sebagai harga pokok produksi.

Dari uraian di atas dapat diketahui bahwa harga pokok produksi merupakan biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan suatu barang atau jasa. Harga pokok memiliki fungsi sebagai berikut :

1. Harga pokok sebagai penentuan harga jual

Harga pokok merupakan hal penting yang perlu diketahui oleh perusahaan karena harga pokok dapat memberikan pengaruh terhadap penentuan harga jual produk.

2. Harga pokok sebagai dasar penetapan laba

Apabila perusahaan telah membuat perhitungan harga pokok maka perusahaan dapat menetapkan laba yang diharapkan yang akan mempengaruhi tingkat harga jual suatu produk tertentu.

3. Harga pokok sebagai dasar penilaian efisiensi

Harga pokok dapat dijadikan dasar untuk mengontrol pemakaian bahan, upah dan biaya produksi tidak langsung. Hal ini dapat dilakukan dengan menetapkan harga pokok standar terlebih dahulu dan kemudian

membandingkan dengan harga pokok yang actual atau yang sebenarnya terjadi. Apakah terdapat selisih antara perhitungan kedua harga pokok tersebut, apabila ada selisih negative berarti proses produksi yang dilaksanakan belum efisien dan perusahaan perlu mengetahui penyebab terjadinya selisih tersebut, sehingga dapat diambil tindakan koreksi untuk memperbaiki kesalahan tersebut. sedangkan bila ada selisih positif maka perlu ditelusuri lebih lanjut atas selisih tersebut apakah karena perusahaan telah menjalankan proses produksi secara efisien atau perhitungan harga pokok standar yang kurang tepat.

4. Harga pokok sebagai dasar pengambilan keputusan manajemen.

Harga pokok merupakan suatu pedoman penting sekaligus sebagai suatu dasar untuk pengambilan keputusan khusus perusahaan, misalnya:

- a. Menetapkan perubahan harga penjualan
- b. Menetapkan penyesuaian proses produksi
- c. Menetapkan strategi persaingan di pasaran luas
- d. Merencanakan ekspansi perusahaan
- e. Pengambilan keputusan manajemen, seperti apakah akan membeli atau membuat sendiri suatu suku cadang, apakah menerima suatu pesanan khusus dengan harga khusus atau tidak.

2.4.2 Metode Pengumpulan Biaya Produksi

Metode pengumpulan biaya produksi menurut **Mulyadi (2007:17)** sebagai berikut :

- a. Perusahaan yang memproduksi berdasarkan pesanan, mengumpulkan kos produksinya dengan menggunakan metode kos pesanan (*job order cost method*). Dalam metode ini biaya-biaya produksi dikumpulkan untuk pesanan tertentu dan kos produksi persatuan produk yang dihasilkan untuk memenuhi pesanan tersebut dihitung dengan cara membagi total biaya produksi untuk pesanan tersebut dengan jumlah satuan produk dalam pesanan yang bersangkutan.
- b. Perusahaan yang memproduksi massal, mengumpulkan kos produksinya dengan menggunakan metode kos proses (*process cost method*). Dalam metode ini biaya-biaya produksi dikumpulkan dalam periode tertentu dan kos produksi per satuan produk yang dihasilkan dalam periode tersebut dihitung dengan cara membagi total biaya produksi untuk periode tersebut dengan jumlah satuan produk yang dihasilkan dalam periode yang bersangkutan”.

Menurut **Supriyono (2000:37)** “menyebutkan metode harga pokok proses adalah metode pengumpulan Harga Pokok Produksi yang biayanya dikumpulkan untuk setiap satuan waktu tertentu”. Pada metode ini perusahaan menghasilkan produk yang homogeny dan jenis produk yang bersifat standar. Ada dua metode yang umum digunakan yaitu metode *average cost* dan metode *First In First Out (FIFO)*.

Menurut **Daljono (2011:34)** “ada dua jenis utama dalam membebankan biaya ke produk. Kedua jenis tersebut adalah:

- a. **Metode penentuan Harga Pokok Pesanan**
 Pada metode ini, yang menjadi objek biaya (*cost object*) adalah unit produk individual, *bacth*, atau kelompok produk dalam satu *job*. Umumnya manajer menghendaki adanya informasi tentang berapa harga pokok produk untuk setiap jenis produk/*bacth*/kelompok atau setiap kelompok pesanan, karena setiap pesanan/kelompok/job tersebut memiliki spesifikasi yang berbeda. Produk yang perhitungan harga pokoknya menggunakan metode ini, umumnya merupakan produk pesanan.
- b. **Metode penentuan Harga Pokok Proses**
 Pada metode harga pokok proses, yang menjadi objek biaya adalah produk yang bersifat massa (*masses product*) dimana tiap unitnya identik”.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa metode pengumpulan data banyak metode yang dipakai yaitu salah satunya metode dengan harga pokok

pesanan, metode harga pokok proses, metode *average cost* dan metode *First In First Out (FIFO)*.

2.4.3 Metode Perhitungan Harga Pokok Produksi

Menurut **Mulyadi (2014:17-19)** Metode penentuan biaya produksi adalah cara memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam kos produksi. dalam memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam kos produksi terdapat dua pendekatan : *full costing* dan *variable costing*.

a. *Full costing*

Merupakan metode penentuan kos produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi kedalam kos produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik, baik yang berperilaku fariabel maupun tetap. Dengan demikian kos produksi menurut metode *full costing* terdiri dari unsur biaya produksi berikut ini :

| | |
|--|-----------|
| Biaya Bahan Baku | xx |
| Biaya Tenaga Kerja Langsung | xx |
| Biaya <i>Overhead</i> pabrik <i>variabel</i> | xx |
| Biaya <i>Overhead</i> pabrik tetap | <u>xx</u> |
| Kos Produksi | <u>xx</u> |

Kos produk yang dihitung dengan pendekatan *full costing* terdiri dari unsur kos 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).

b. *Variable Costing*

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

| | |
|---------------------------------------|-----------|
| Biaya Bahan Baku | xx |
| Biaya Tenaga Kerja Langsung | xx |
| Biaya <i>Overhead</i> pabrik variabel | <u>xx</u> |
| Kos produksi | <u>xx</u> |

Kos produk yang dihitung dengan pendekatan *variable costing* terdiri dari unsur kos produksi *variable* (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik *variable*) ditambah dengan biaya non-produksi *variable* (biaya pemasaran *variable* dan biaya administrasi dan umum *variable*) dan biaya tetap (biaya *overhead* pabrik tetap, biaya pemasaran tetap, biaya administrasi dan umum tetap).

Metode penentuan kos produksi adalah cara memperhitungkan unsur-unsur biaya kedalam kos produksi yang terdapat pendekatan yaitu *full costing* dan *variable costing*. *Full costing* adalah penentuan kos produksi yang dihitung

semua unsur biaya produksi ke dalam kos produksi, seperti biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik baik variabel maupun tetap. Dan sedangkan *variable costing* adalah penentuan kos produksi yang hanya menghitung biaya produksi yang berperilaku variabel saja.

2.5 Harga Jual

2.5.1 Pengertian Harga Jual

Menurut **Supriyono (2000:211)** harga jual merupakan jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan.

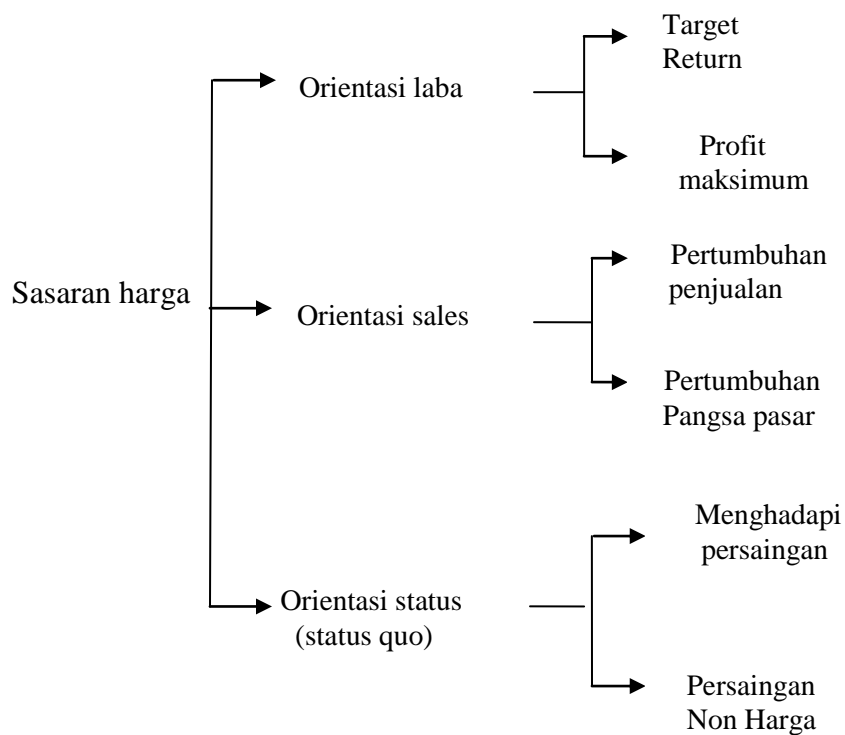
Menurut **Mulyadi (2005)** harga jual adalah besar harga yang akan dibebankan kepada konsumen yang diperoleh atau dihitung biaya-biaya ditambah biaya non produksi dan ditambahkan dengan laba yang diharapkan.

Dari definisi tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa penentuan harga jual bukan sekedar kegiatan pemasaran atau aspek keuangan melainkan tulang punggung keberlangsungan perusahaan. Hal ini disebabkan karena harga jual akan mempengaruhi volume penjualan atau jumlah pembeli, selain itu juga akan mempengaruhi jumlah pendapatan perusahaan. Harga jual merupakan jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada konsumen atas produk maupun jasa yang dijual, dengan harapan harga jual yang dibebankan tersebut dapat menutupi biaya penuh yang bersangkutan dengan produk atau jasa tersebut dan dapat menghasilkan laba yang diharapkan perusahaan, harga jual yang dibebankan atas produk yang dijual haruslah tepat, dan harga jual yang tepat haruslah harga jual yang

sesuai dengan kualitas produk yang dijual, serta harga jual tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.

2.5.2 Tujuan Penetapan Harga Jual

Pada dasarnya penetapan harga yang ditargetkan, mengandung tujuan-tujuan tertentu, misalnya contoh yang digambarkan oleh (Jerome Mc Carty) dalam buku kamaruddin Ahmad “Akuntansi Manajemen” (147-148) yakni sebagai berikut :



Gambar 2.1
Tujuan penetapan harga jual

2.5.3 Formulasi Penetapan Harga Jual

Kebijakan penetapan harga jual yang didasarkan pada biaya menggunakan formula penetapan harga jual berikut ini : **Mulyadi (2015:65)**

| | |
|---|----------------|
| Taksiran biaya produksi untuk jangka waktu tertentu | Rp xx |
| Taksiran biaya nonproduksi untuk jangka waktu tertentu | <u>Rp xx</u> + |
| Taksiran total biaya untuk jangka waktu tertentu | Rp xx |
| Jumlah produk yang dihasilkan untuk jangka waktu tertentu | <u>xx</u> : |
| Taksiran harga pokok produk per satuan | Rp xx |
| Laba per unit yang diinginkan | <u>xx</u> + |
| Taksiran harga jual yang dibebankan kepada pembeli | Rp xx |

Dari formulasi tersebut, terlihat bahwa informasi taksiran biaya produksi per satuan akan dikeluarkan untuk memproduksi produk dalam jangka waktu tertentu dipakai sebagai salah satu dasar untuk menentukan harga jual per unit produk yang akan dibebankan kepada pembeli.

2.6 Keterkaitan Harga Pokok Produksi untuk Menentukan Harga Jual dengan Menerapkan Metode Full costing

Metode perhitungan harga pokok produksi adalah cara memperhitungkan biaya produksi ke dalam harga pokok produksi. Dalam memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam harga pokok produksi terdapat dua pendekatan yaitu metode *full costing* dan metode *variable costing*.

Menurut **Mursyidi (2010:29-30)** “*full costing (absorption costing)* adalah penentuan harga pokok produk yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik yang bersifat variabel (*variable cost*) maupun bersifat tetap (*fixed cost*)”.

Dengan kata lain biaya yang melekat pada produk jadi maupun persediaan barang dalam proses itu terdiri dari :

- Biaya bahan baku langsung
- Biaya tenaga kerja langsung
- Biaya *overhead* pabrik variabel
- Biaya *overhead* pabrik tetap

Sedangkan *variable costing/direct costing* menurut **Mursyidi (2010:29-30)** adalah “penentuan harga pokok produk yang hanya memasukkan unsur-unsur biaya produksi yang bersifat variabel”, yaitu :

- Biaya bahan baku langsung
- Biaya tenaga kerja langsung
- Biaya *overhead* pabrik variabel

Biaya produksi yang bersifat tetap pada *variable costing* diperlukan sebagai biaya periodik, artinya dibebankan sepenuhnya sebagai biaya periode akuntansi dimana biaya tersebut terjadi.

Penentuan harga pokok berdasarkan *variable costing* pada umumnya ditujukan untuk pihak manajemen dalam rangka pengambilan kebijakan harga, sedangkan berdasarkan *full costing* pada umumnya ditujukan untuk kepentingan penyusunan laporan keuangan untuk pihak eksternal. Kedua metode ini akan menghasilkan informasi umum yang sama apabila semua produk laku terjual pada seluruhnya pada

satu periode akuntansi. Perbedaan akan terjadi apabila masih ada persediaan produk awal dan akhir periode akuntansi.

Perbedaan pokok antara kedua metode tersebut terletak pada perlakuan terhadap biaya produksi yang bersifat tetap dan akan berakibat pada perhitungan harga pokok produk dan penyajian laporan laba rugi.

Dengan menggunakan metode di atas sehingga mampu menentukan harga jual produk sesuai dengan biaya-biaya (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik) yang telah dihitung menggunakan metode *full costing*.

Biaya-biaya yang telah dihitung akan mendapatkan hasil untuk penentuan harga pokok produksi selain itu dapat mengetahui penetapan harga jual. Menurut **Mulyadi (2005)** harga jual adalah besar harga yang akan dibebankan kepada konsumen yang diperoleh atau dihitung biaya-biaya ditambah biaya nonproduksi dan ditambahkan dengan laba yang diharapkan.

Hansen dan Mowen yang dialih bahasakan oleh **Benyamin Molan** dalam skripsi **Galih R. (2017:35)** mendefinisikan “harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan”.

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa harga jual adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi suatu barang atau jasa ditambah dengan persentase laba yang diinginkan perusahaan, karena itu untuk mencapai laba yang diinginkan oleh perusahaan salah satu cara yang dilakukan untuk menarik minat

konsumen adalah dengan cara menentukan harga yang tepat untuk produk yang terjual. Harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk suatu barang dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen, dengan demikian keterkaitan Harga Pokok Produksi untuk Menentukan Harga Jual dengan menerapkan metode *full costing* sangat erat kaitanya, dengan perhitungan yang tepat diharapkan perusahaan bisa mendapat laba atau keuntungan sesuai dengan apa yang diharapkan.