

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERFIKIR

1.1 Tinjauan Pustaka Penelitian

1.1.1 Pengertian Akuntansi Biaya

Dalam dunia bisnis, akuntansi biaya digunakan untuk menyediakan informasi bagi perusahaan guna pengendalian biaya. Dengan informasi biaya, perusahaan akan berhasil memperoleh pendapatan, akan mampu mengelola alokasi sumber ekonomi dalam perusahaan agar usahanya mampu menghasilkan laba yang memadai dengan investasi yang dilakukan. Menurut (Mulyadi, 2015, p. 7) Akuntansi biaya adalah proses pencatatan, penggolongan, peringkasan dan penyajian biaya, pembuatan dan penjualan produk atau jasa, dengan cara-cara tertentu, serta penafsiran terhadapnya. Objek kegiatan akuntansi biaya adalah biaya.

Pengertian akuntansi biaya dapat dilihat dari berbagai pandangan. Menurut (Dewi, Sofia Prima & Kristanto, 2006, p. 1) Ditinjau dari aktivitasnya, akuntansi biaya dapat didefinisikan sebagai proses pencatatan, penggolongan, peingkasan dan penyajian biaya-biaya pembuatan dan penjualan barang jadi (produk) atau penyerahan jasa dengan cara-cara tertentu serta menafsirkan hasilnya. Apabila ditinjau dari fungsinya, akuntansi biaya dapat didefinisikan sebagai suatu kegiatan yang menghasilkan informasi biaya yang dapat dipakai sebagai dasar pertimbangan dalam pengambilan keputusan manajemen.

Informasi- informasi biaya yang didapat oleh perusahaan selanjutnya dapat digunakan untuk kepentingan perusahaan maupun kepentingan diluar perusahaan. (Raiborn, Cecily A & Kinney, 2011, p. 4) menjelaskan bahwa “akuntansi biaya mengupas akuntansi keuangan dan akuntansi manajemen serta menyediakan

informasi biaya dari suatu produk untuk kepentingan berbagai pihak, baik itu pihak eksternal maupun pihak internal”.

Tanpa informasi biaya, manajemen tidak memiliki ukuran apakah masukan yang dikorbankan perusahaan sesuai dengan apa yang dihasilkan. Maka dari itu akuntansi biaya berkaitan dengan akuntansi manajemen. (Dunia, Firdaus Ahmad & Abdullah, 2012, p. 4) mendefinisikan bahwa “akuntansi biaya sama dengan akuntansi manajemen namun lebih berfokus pada biaya yang dibutuhkan selama proses produksi berlangsung”.

1.1.2 Tujuan Akuntansi Biaya

Akuntansi biaya bertujuan menyediakan informasi biaya guna memudahkan manajemen dalam mengelola keuangan.

Menurut (Mursyidi, 2010, p. 11) akuntansi biaya merupakan suatu sistem dalam rangka mencapai tiga tujuan utama, yaitu :

- a. Menentukan harga pokok produk atau jasa.
Untuk membuat suatu produk atau memberikan jasa diperlukan pengorbanan sumber ekonomis, yang dapat diperhitungkan dengan nilai uang. Pada saat menghitung komulasi biaya secara sistematis dan hasilnya dapat dipertanggungjawabkan diperlukan ilmu pengetahuan. Akuntansi biaya menyediakan cara-cara tersebut.
- b. Mengendalikan biaya.
Harga pokok produk atau jasa yang dihitung secara akurat, dicatat dan disajikan dalam laporan baik untuk tujuan internal maupun tujuan eksternal dapat dijadikan panduan apakah biaya yang telah dikeluarkan dan diperhitungkan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan. Realisasi dan standar biaya diperbandingkan sehingga dapat diketahui selisih (variances), untuk dapat dianalisis apakah selisih tersebut menguntungkan (favorable) atau tidak menguntungkan (unfavorable). Selisih tersebut dalam batas kewajaran atau melebihi batas kewajaran. Proses ini didukung dengan data dari informasi akuntansi biaya. Pada proses ini akuntansi biaya mempunyai fungsi sebagai alat pengendali biaya.
- c. Memberikan informasi sebagai dasar pengambilan keputusan.
Penentuan harga pokok produk atau jasa dan pengendalian biaya dibutuhkan data yang akurat dan dapat dipercaya, sehingga keputusan yang diambil lebih menguntungkan. Data yang diperlukan antara lain berasal dari informasi yang dihasilkannya akuntansi biaya. Akuntansi biaya memberikan informasi kepada pihak manajemen khusus dalam rangka pengambilan keputusan dalam bidang penentuan harga jual, perencanaan pengembangan produk, pasar, penerimaan pesanan, bahkan memberikan informasi untuk menilai kinerja bagian/ divisi ditinjau dari segi efektivitas dan efisiensi biaya bagian atau divisi yang bersangkutan.

Kesalahan dalam memberikan informasi tentang biaya ini akan berakibat fatal; misalnya produk atau jasa tidak dapat bersaing.

1.1.3 Peran Akuntansi Biaya

Akuntansi biaya menyediakan informasi yang dibutuhkan oleh akuntansi manajemen dan akuntansi keuangan. Akuntansi biaya bisa mengukur, menganalisis dan melaporkan informasi keuangan dan non keuangan yang terkait dengan biaya perolehan atau penggunaan sumber daya dalam suatu organisasi. Contoh: menghitung biaya produk merupakan salah satu fungsi akuntansi biaya yang memenuhi kebutuhan akuntansi keuangan dalam menilai persediaan dan sekaligus kebutuhan akuntansi manajemen dalam membuat keputusan seperti memilih produk yang akan dipasarkan.

(Dewi, Sofia Prima & Kristanto, 2006, p. 1) menjelaskan Akuntansi biaya secara luas dianggap sebagai cara perhitungan atas nilai persediaan yang dilaporkan di neraca dan harga pokok penjualan yang dilaporkan di laporan laba rugi. Pandangan ini membatasi cakupan informasi yang dibutuhkan oleh manajemen untuk pengambilan keputusan menjadi sekedar data biaya produk guna memenuhi aturan pelaporan eksternal. Definisi yang terbatas seperti itu tidak sesuai untuk masa sekarang dan tidak cukup menggambarkan kegunaan informasi biaya. Akuntansi biaya melengkapi manajemen dengan alat yang diperlukan untuk aktivitas-aktivitas perencanaan dan pengendalian, memperbaiki kualitas dan efisiensi serta membuat keputusan yang bersifat rutin dan strategis. Pengumpulan, presensi dan analisis dari informasi mengenai biaya dan keuntungan akan membantu manajemen menyelesaikan tugas berikut :

- a) Membuat dan melaksanakan rencana dan anggaran untuk operasi dalam kondisi-kondisi kompetitif dan ekonomi yang telah diprediksi sebelumnya. Suatu aspek penting dari rencana adalah potensi untuk memotivasi manusia untuk berkinerja secara konsisten dengan tujuan perusahaan.
- b) Menetapkan metode perhitungan biaya yang memungkinkan pengendalian aktivitas, mengurangi biaya dan memperbaiki kualitas.
- c) Mengendalikan kualitas fisik dari persediaan dan menentukan biaya dari setiap produk dan jasa yang dihasilkan, untuk tujuan penerapan harga dan evaluasi kinerja dari suatu produk, departemen atau divisi.
- d) Menentukan biaya dan laba perusahaan untuk satu tahun periode akuntansi atau untuk periode lain yang lebih pendek. Hal ini termasuk menemukan nilai persediaan dan harga pokok penjualan sesuai dengan aturan pelaporan eksternal.
- e) Memilih di antara dua atau lebih alternatif jangka pendek atau jangka panjang, yang dapat mengubah pendapatan atau biaya.

1.1.4 Pengertian Harga Pokok Produksi

Sebuah bisnis yang memproduksi barang perlu menghitung biaya-biaya yang dikeluarkan selama produksi agar bisa melihat informasi biaya yang akan digunakan untuk menentukan harga jual yang akan diberikan kepada konsumen. Menurut (Mursyidi, 2010, p. 14) “Harga pokok adalah nilai/ harga perolehan. Harga pokok suatu aktiva adalah semua nilai uang yang mencakup harga barang dan biaya-biaya yang telah dikeluarkan atau diperhitungkan (misalnya: biaya angkut, biaya asuransi, bea masuk, pajak, biaya perizinan, biaya instalasi) sampai aktiva tersebut dapat dipergunakan atau dijual kembali”.

Metode untuk menentukan harga jual salah satunya dengan mengetahui harga pokok produksi. (Raiborn, Cecily A & Kinney, 2011, p. 56) menjelaskan “Harga pokok produksi (cost of goods manufactured) adalah total produksi biaya barang-barang yang telah selesai dikerjakan dan ditransfer ke dalam persediaan barang jadi selama sebulan periode”.

Bagi pelaku usaha, metode penentuan harga pokok produksi sangat penting untuk diperhatikan. Harga pokok produksi mencakup seluruh biaya-biaya yang dikeluarkan selama proses produksi berlangsung.

(Dewi, Sofia Prima & Kristanto, 2006, p. 13) menjelaskan bahwa harga pokok produksi adalah biaya barang yang dibeli untuk diproses sampai selesai, baik sebelum maupun selama periode akuntansi berjalan. Semua biaya ini adalah biaya persediaan. Biaya persediaan yaitu semua biaya produk yang dianggap sebagai aktiva dalam neraca ketika terjadi dan selanjutnya menjadi harga pokok penjualan ketika produk itu dijual. Harga pokok penjualan mencakup semua biaya produksi yang terjadi untuk membuat barang yang terjual. Biaya produksi dapat digolongkan menjadi tiga yaitu:

- a) Biaya bahan baku
Biaya bahan baku adalah biaya perolehan semua bahan yang pada akhirnya akan menjadi bagian dari objek biaya (barang dalam proses dan kemudian barang jadi) dan yang dapat ditelusuri ke objek biaya dengan cara yang ekonomis. Misalnya pemakaian bahan berupa kulit, benang, paku, lem dan cat pada perusahaan sepatu.

- b) Biaya tenaga kerja langsung
Biaya tenaga kerja langsung atau upah langsung adalah biaya yang dibayarkan kepada tenaga kerja langsung. Istilah tenaga kerja langsung digunakan untuk menunjuk tenaga kerja (karyawan) yang terlibat secara langsung dalam proses pengolahan bahan baku menjadi barang jadi. Biaya tenaga kerja langsung meliputi kompensasi atas seluruh tenaga kerja manufaktur yang dapat ditelusuri ke objek biaya (barang dalam proses dan kemudian barang jadi) dengan cara yang ekonomis. Misalnya upah yang dibayarkan kepada karyawan bagian pemotongan atau bagian perakitan atau bagian pengecatan pada perusahaan mebel. pada perusahaan mebel.
- c) Biaya overhead pabrik (biaya produksi tidak langsung) adalah seluruh biaya manufaktur yang terkait dengan objek biaya namun tidak dapat ditelusuri ke objek biaya (barang dalam proses dan kemudian barang jadi) dengan cara yang ekonomis. Contoh biaya overhead pabrik antara lain:
- a) Biaya tenaga kerja tidak langsung (upah mandor, upah satpam pabrik, gaji manajer pabrik)
 - b) Biaya bahan baku penolong (pelumas, bahan pembersih)
 - c) Biaya reparasi dan pemeliharaan mesin pabrik
 - d) Biaya pemeliharaan gedung pabrik
 - e) Biaya penyusutan mesin pabrik biaya yang terjadi di bagian penjualan dan pemasaran atau bagian umum dan administrasi tidak digolongkan sebagai biaya produksi, karena biaya-biaya tersebut tidak dikeluarkan/digunakan dalam proses produksi sehingga tidak termasuk ke dalam biaya overhead pabrik. Biaya yang terjadi di bagian penjualan dan pemasaran atau bagian umum dan administrasi termasuk ke dalam biaya periode (period cost)/ beban komersial (commercial expense)/ total beban operasi (total operating expense) yaitu biaya-biaya yang terkait secara tidak langsung dengan akuisisi atau produksi barang. Biaya yang berhubungan langsung dengan transfer barang ke lokasi pembeli dan pengubahan barang tersebut ke kondisi yang siap dijual disebut biaya produk (product cost)/ total biaya manufaktur (total manufacturing cost). Beban komersial ditambah dengan total biaya manufaktur disebut total biaya operasi (total operating cost). Biaya utama (prime cost) adalah semua biaya produksi langsung yang terdiri dari biaya bahan baku langsung dan biaya tenaga kerja langsung. Biaya konversi (conversion cost) adalah semua biaya produksi yang terjadi untuk mengubah bahan baku menjadi barang jadi. Biaya ini terdiri dari biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik.

1.1.5 Manfaat Informasi Harga Pokok Produksi

Perhitungan harga pokok produksi sangat penting untuk menghadapi persaingan dengan usaha lain sejenis.

(Widilestariningtyas, Ony ; Anggadini, Sri Dewi ; Firdaus, 2012, p. 39) dalam perusahaan yang berproduksi massa, informasi harga pokok produksi yang dihitung untuk jangka waktu tertentu bermanfaat bagi manajemen untuk:

1. Menentukan harga jual produk
Perusahaan yang berproduksi bertujuan memproses produknya untuk memenuhi persediaan digudang dengan demikian biaya produk dihitung untuk jangka waktu tertentu untuk menghasilkan informasi biaya produksi per satuan produk. Biaya produksi per unit merupakan salah satu data yang dipertimbangkan untuk menentukan harga jual produk.
2. Memantau realisasi biaya produksi

Informasi biaya produksi yang dikeluarkan dalam jangka waktu tertentu digunakan untuk memantau apakah proses produksi mengkonsumsi total biaya produksi sesuai dengan apa yang diperhitungkan sebelumnya. Dalam hal ini, informasi biaya produksi digunakan untuk membandingkan antara perencanaan dengan realisasi.

3. Menghitung laba atau rugi periodik
Laba atau rugi bruto dihitung dengan membandingkan antara harga jual produk per satuan dengan biaya produksi per satuan. Informasi laba atau rugi bruto periodik diperlukan untuk mengetahui kontribusi produk dalam menutup biaya non produksi dan menghasilkan laba atau rugi.
4. Menentukan harga pokok persediaan produk jadi produk proses yang disajikan dalam neraca
Saat manajemen dituntut untuk membuat pertanggungjawaban secara periodik, manajemen harus menyediakan laporan keuangan berupa neraca dan laporan laba rugi yang didalamnya terdapat informasi harga pokok persediaan produk jadi dan harga pokok persediaan produk dalam proses. Biaya yang melekat pada produk jadi yang belum terjual, dalam neraca disajikan dalam harga pokok persediaan produk jadi. Biaya produksi yang melekat pada produk yang pada tanggal neraca masih dalam proses pengerjaan disajikan dalam neraca sebagai harga pokok persediaan produk dalam proses.

1.1.6 Metode Penentuan Harga Pokok Produksi

Metode perhitungan harga pokok produksi merupakan cara yang digunakan dalam menghitung unsur-unsur biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam proses produksi. Dalam memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam harga pokok produksi, (Mursyidi, 2010, p. 30) menyebutkan terdapat dua metode yaitu full costing dan variabel costing.

1. Full costing

Full costing merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi ke dalam harga pokok produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik, baik yang berperilaku variabel maupun tetap. Dengan demikian 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 variable	xx
Biaya overhead pabrik tetap	xx
Harga pokok produksi	<u>xx</u>

Ditambah dengan biaya non produksi (biaya pemasaran, biaya administrasi dan umum).

Penentuan harga pokok berdasarkan full costing pada umumnya ditujukan untuk kepentingan penyusunan laporan keuangan untuk pihak eksternal.

2. Variabel costing

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

Biaya bahan baku	xx
Biaya tenaga kerja langsung	xx
Biaya overhead pabrik variabel	xx
Harga pokok produksi	<u>xx</u>

Penentuan harga pokok berdasarkan variable costing pada umumnya ditujukan untuk pihak manajemen dalam rangka pengambilan kebijakan harga.

Metode full costing dan variabel costing akan menghasilkan informasi umum yang sama apabila semua produk laku terjual seluruhnya pada suatu periode

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

1.1.7 Penetapan Harga Jual Produk

Penetapan harga jual produk sangat penting bagi perusahaan karena erat hubungannya dengan pendapatan yang akan diperolehnya. Untuk mengetahui harga jual, lebih dahulu harus dihitung biaya produksi per unit, yang kemudian untuk menetapkan kebijakan mengenai harga jual produk tersebut. Menurut (Lestari, Wiwik & Permana, 2017, p. 158) “Harga jual merupakan angka yang sudah menutupi biaya produksi secara utuh dan ditambahkan dengan laba atau keuntungan dalam jumlah yang wajar”.

Dalam penentuan harga jual perusahaan perlu memperhatikan metode yang digunakan agar penentuan harga jual tidak sampai merugikan perusahaan.

(Krismiaji & Aryani, 2011, p. 325) menyatakan bahwa pendekatan umum dalam penentuan harga jual adalah menambahkan angka perkiraan laba (markup) pada harga pokok. Markup adalah selisih antara harga jual dan harga pokok produk. Markup biasanya berupa presentase tertentu dari harga pokok produk. Pendekatan ini disebut dengan cost plus pricing karena presentase markup yang telah ditentukan dimuka ditambahkan pada angka harga pokok untuk menentukan harga jual.

(Samryn, 2012, p. 352) menambahkan setelah menghitung harga pokok produk, selanjutnya dalam penetapan harga jual adalah menerapkan markup. Markup adalah selisih antara harga jual suatu produk atau jasa dengan harga pokoknya. Selisih ini biasanya dinyatakan sebagai presentase dari biaya yang dapat diperhitungkan, dari beban pokok penjualan atau bisa juga berdasarkan harga pokok bahan langsung yang terpakai.

Cara menentukan harga jual yang paling sederhana adalah menambahkan sejumlah markup atas harga pokok produk yang akan dijual. Sesuai dengan elemennya pendekatan ini disebut pendekatan cost plus markup. Misalnya biaya perusahaan X berjumlah Rp. 1.000,-. Jika menginginkan laba Rp. 100,-, maka perusahaan harus menjual produknya dengan harga Rp. 1.100,- yang terdiri dari unsur cost Rp. 1.000,- dan plus Rp. 100,-.

Metode penentuan harga jual yang tepat dapat membawa perusahaan menghadapi persaingan dengan perusahaan lain sejenis.

Menurut (Mulyadi, 2015, p. 65) Perusahaan yang memproduksi massa memproses produknya untuk memenuhi persediaan di gudang. Dengan demikian biaya produksi dihitung untuk jangka waktu tertentu untuk menghasilkan informasi biaya produksi per satuan produk. Dalam penetapan harga jual produk, biaya produksi per unit merupakan salah satu informasi yang dipertimbangkan disamping informasi biaya lain serta informasi non biaya.

1.1.8 Pertimbangan Penetapan Harga Jual

Penentuan harga jual suatu produk dalam sebuah usaha akan mempengaruhi laba dan pendapatan yang didapat.

Maka dari itu dalam penentuan harga jual diperlukan pertimbangan yang matang. (Lestari, Wiwik & Permana, 2017, p. 158) menyatakan ada beberapa hal penting yang harus diperhatikan dalam menetapkan harga jual adalah sebagai berikut :

1. Strategi pemasaran yang dijalankan perusahaan
Semakin baik strategi pemasaran yang dilakukan, akan memungkinkan pihak perusahaan untuk menyajikan tawaran harga lebih ramah kepada konsumen. Laba akan tertutupi dari kemampuan dan strategi pemasaran kreatif yang dijalankan oleh pihak perusahaan.
2. Kualitas dan inovasi produk
Apabila perusahaan yakin bahwa kualitas produknya berada di atas rata-rata dengan tawaran inovasi yang cukup baik, maka perusahaan bisa menetapkan harga jual yang lebih tinggi dari harga pasar.
3. Harga pesaing
Harga pesaing jika tidak diperhatikan maka akan berdampak pada tidak lakunya produk di pasaran.
4. Ketersediaan serta jumlah harga dari produk pengganti

Semakin banyak tingkat ketersediaan jumlah barang pengganti serta harganya yang juga terjangkau konsumen, artinya perusahaan harus semakin bisa menekan harga jual agar mampu bersaing dengan produk-produk di pasaran.

1.1.9 Prosedur Penetapan Harga Jual

Selain memerlukan pertimbangan yang matang dalam penentuan harga jual, agar penentuan harga jual berjalan dengan lancar maka perlu memperhatikan prosedur yang akan dijalankan oleh sebuah usaha.

Menurut (Lestari, Wiwik & Permana, 2017, p. 160) di dalam proses penetapan harga jual suatu produk, perusahaan hendaknya mengikuti prosedur yang terdiri dari enam langkah pokok yaitu :

1. Memilih sasaran harga
Misalnya bertahan hidup, maksimalisasi keuntungan jangka pendek, volume penjualan, permintaan pasar, unggul dalam pangsa pasar, persaingan.
2. Menentukan permintaan
Perusahaan menentukan permintaan yang akan memperlihatkan jumlah produk yang akan dibeli di pasar dalam periode tertentu, pada berbagai tingkat harga.
3. Memperkirakan biaya
Perusahaan memperkirakan perilaku biaya pada berbagai tingkat produksi dan perilaku biaya dalam kurva pengalamannya.
4. Menganalisis biaya, harga dan penawaran pesaing
Dengan mengetahui biaya, harga dan kualitas pesaing, perusahaan dapat menggunakan sebagai titik orientasi untuk menetapkan harga.
5. Memilih metode penetapan harga
Perusahaan memilih salah satu dari berbagai metode harga yaitu: maksimalisasi laba, tingkat pengembalian atas modal yang digunakan, biaya konversi, margin kontribusi dan biaya standar
6. Memilih harga akhir
Harga merupakan keputusan penting perusahaan yang menyangkut banyak hal antara lain: kemampuan menutup biaya, kemampulabaan, kinerja dan kemampuan penetrasi pasar.

1.1.10 Aspek Hukum Penetapan Harga

Harga merupakan aspek penting dalam dunia usaha. Tetapi penetapan harga untuk suatu produk tidak semata-mata untuk mendapatkan keuntungan yang banyak melainkan adanya sebuah aturan atau hukum dalam menetapkan suatu harga produk maupun jasa.

(Samryn, 2012, p. 353) menjelaskan aspek hukum penetapan harga ditetapkan pada tanggal 5 Maret 1989 dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 2001 tentang Larangan

Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Dalam pasal 5 diterapkan bahwa pelaku usaha dilarang membuat perjanjian yang mengakibatkan pembeli yang satu harus membayar dengan harga yang berbeda dari harga yang harus dibayar oleh pembeli lain untuk barang dan/atau jasa yang sama. Dalam pasal 7 ditetapkan bahwa pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menerapkan harga di bawah pasar, yang dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat. Dalam pasal 8 ditetapkan bahwa pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain yang memuat persyaratan bahwa penerima barang dan/atau jasa tidak akan menjual atau memasok kembali barang dan/atau jasa yang diterimanya, dengan harga yang lebih rendah daripada harga yang telah diperjanjikan, sehingga dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat.

Misalnya sebuah perusahaan subdistributor membeli sebuah mobil dari main dealer dengan harga Rp 100.000.000,- tidak dibolehkan menjual mobil tersebut dengan harga di bawah Rp 100.000.000,- dengan alasan strategi pemasaran. Pelanggaran terhadap pasal-pasal tersebut diancam pidana denda serendah-rendahnya Rp 5.000.000.000,- dan setinggi-tingginya Rp 25.000.000.000,- atau pidana kurungan pengganti denda selama-lamanya 5 bulan.

Namun demikian, penerapan pasal-pasal ini tidak selalu menjadi satu-satunya solusi perselisihan dagang karena para pelaku bisnis pada umumnya sangat mengedepankan pentingnya hubungan baik dalam kelangsungan usahanya. Sebelum terjadi perselisihan hukum yang lebih jauh mereka umumnya memilih penyelesaian secara mufakat. Cara antisipasi penyelesaian perselisihan ini biasanya diikat dengan memasukannya sebagai salah satu pasal dalam perjanjian bisnis. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

NO	NAMA PENELITI/ TAHUN	JUDUL	METODE PENELITIAN	PERSAMAAN	PERBEDAAN	HASIL PENELITIAN
1.	Iin Sriyani/ 2018	Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Dengan Metode Full Costing dan Variabel Costing	Metode penelitian terdahulu adalah deskriptif kualitatif. Deskriptif kualitatif merupakan salah satu metode yang masuk ke dalam pendekatan kualitatif dimana tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengungkapkan kejadian atau fakta, keadaan, fenomena, variable dan keadaan yang terjadi saat penelitian berlangsung dengan apa yang sesungguhnya terjadi.	Menghitung Perhitungan Harga Pokok Produksi Full Costing	Peneliti terdahulu menghitung Perhitungan Harga Pokok Produksi Full Costing dan Variable Costing. Peneliti hanya menggunakan metode Full Costing.	Perhitungan dengan menggunakan metode full costing memperoleh hasil yang lebih tinggi dibandingkan dengan metode variable costing yang disebabkan oleh perbedaan perlakuan biaya overhead pabrik. Dimana pada metode full costing semua elemen biaya baik biaya tetap maupun variable dimasukkan ke dalam produk, sementara pada metode variable costing hanya biaya yang bersifat variable saja. Sehingga terjadi perbedaan perlakuan terhadap biaya overhead pabrik tetap. (Sriyani, 2018)
2.	Nur	Analisis	Metode Penelitian	Metode	Metode yang	Perhitungan yang dihasilkan

.	Sarifillah/ 2019	Perhitungan Harga Pokok Produksi Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Tahu Bapak Paiman	terdahulu adalah deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang disusun dalam rangka memberikan gambaran secara sistematis tentang informasi ilmiah yang berasal dari subyek atau obyek penelitian. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas social sikap kepercayaan, persepsi, dan orang secara individual maupun kelompok.	analisis yang digunakan yaitu Perhitungan Harga Pokok Produksi Full Costing	digunakan peneliti terdahulu yaitu metode deskriptif kualitatif sedangkan peneliti menggunakan metode kuantitatif.	menggunakan metode perusahaan lebih rendah dari pada metode full costing dan variable costing. Selisih nilai harga pokok produksi dari ketiga metode tersebut yaitu sebesar Rp 1 dan Rp 0,5. (Sarifillah, 2019)
3.	Ruthia Bahri, Rahmawaty	Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi dalam Menentukan Harga Jual Produk (Studi Empiris Pada UMKM	Metode analisis yang diterapkan peneliti terdahulu adalah analisis deskriptif. Metode ini merupakan metode yang menguraikan dan menggambarkan suatu data atau keadaan yang melukiskan serta menjelaskan keadaan yang	Metode analisis yang digunakan yaitu Perhitungan Harga Pokok Produksi Full Costing	Peneliti terdahulu membandingkan Perhitungan Harga Pokok Produksi Full Costing dan Variable Costing. Peneliti hanya menggunakan metode Full Costing.	Hasil menunjukkan bahwa perolehan harga pokok produksi menggunakan metode full costing maupun variable costing lebih tepat digunakan UMKM untuk memperoleh peningkatan laba. (Bahri, 2019)

		Dendeng Saoi di Banda Aceh	dituangkan menjadi sebuah kesimpulan dalam menjawab permasalahan yang akan dipecahkan \.			
--	--	----------------------------	--	--	--	--

1.2 Kerangka Pemikiran

Harga pokok produksi merupakan hal yang harus ada dalam sebuah usaha. (Raiborn, Cecily A & Kinney, 2011, p. 56) menyatakan harga pokok produksi (cost of goods manufactured) merupakan penjumlahan keseluruhan biaya yang dikeluarkan selama proses produksi hingga produk masuk dalam persediaan barang jadi selama periode tertentu. Unsur-unsur dalam harga pokok produksi yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik.

Menentukan harga pokok produksi pasti memerlukan informasi biaya yang akan digunakan untuk menghitung harga pokok produksi. Menurut (Mursyidi, 2010, p. 15) biaya dapat diklasifikasikan menjadi biaya yang sifatnya berhubungan langsung dengan suatu produk yang dihasilkan, dan biaya yang mempunyai hubungan tidak langsung dengan suatu produk. Biaya yang mempunyai hubungan langsung dengan suatu produk dikenal dengan nama biaya produksi.

Unsur-unsur biaya yang digunakan dalam perhitungan harga pokok produksi diantaranya Biaya Bahan Baku, Biaya Tenaga Kerja dan Biaya Overhead Pabrik.

Biaya bahan baku digunakan untuk membeli keperluan yang menjadi bahan baku utama dalam proses produksi. Menurut (Dewi, Sofia Prima & Kristanto, 2006, p. 19) bahan baku merupakan bahan yang membentuk bagian menyeluruh dari produk jadi. Biaya yang timbul akibat pemakaian bahan baku disebut biaya bahan baku.

Biaya tenaga kerja dikeluarkan perusahaan berdasarkan tenaga yang diberikan oleh karyawan. Menurut (Dewi, Sofia Prima & Kristanto, 2006, p. 27) biaya

tenaga kerja adalah biaya yang dikeluarkan sebagai akibat pemanfaatan tenaga kerja dalam melakukan produksi.

Biaya overhead pabrik digunakan untuk biaya selain bahan baku dan biaya tenaga kerja. Menurut (Dewi, Sofia Prima & Kristanto, 2006, p. 31) biaya overhead pabrik didefinisikan sebagai biaya bahan baku tidak langsung penolong, tenaga kerja tidak langsung dan semua biaya pabrik lainnya yang tidak dapat secara nyata didefinisikan dengan atau dibebankan langsung ke pesanan, produk atau objek lainnya yang spesifik.

Kumpulan unsur-unsur biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi merupakan biaya produksi. Menurut (Mulyadi, 2015, p. 14) biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual.

Dengan mengetahui biaya produksi perusahaan dapat meminimalisir kerugian dan biaya yang tidak perlu dikeluarkan selama proses produksi. Menurut (Bustami, 2013, p. 49) Kumpulan biaya produksi yang terdiri dari bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik ditambah persediaan produk dalam proses awal dan dikurang persediaan produk dalam proses akhir.

Faktor yang mempengaruhi biaya produksi akan bergantung pada keputusan yang dibuat oleh perusahaan agar dapat diketahui biaya yang timbul dari keputusan tersebut. Dalam menentukan biaya produksi perlu diketahui faktor-faktor yang mempengaruhi biaya produksi. Menurut (Munandar, 2001, p. 96) adalah sebagai berikut :

1. Kuantitas dan kualitas barang yang diproduksi selama periode tertentu.

Kuantitas barang yang diproduksi adalah jumlah barang yang akan diproduksi oleh perusahaan dalam periode tertentu, besar kecilnya jumlah barang yang akan di produksi tergantung pada jumlah permintaan konsumen di pasar. Kualitas barang yang diproduksi adalah mutu dari suatu produk yang dipengaruhi oleh kualitas pemilihan bahan baku serta proses produksinya.

2. Kapasitas mesin dan peralatan produksi yang tersedia, serta kemungkinan perluasan diwaktu yang akan datang.

Kapasitas mesin dan peralatan produksi yang tersedia jumlahnya harus mencukupi untuk proses produksi dalam periode tertentu, serta melakukan perluasan dengan cara menambah jumlah mesin atau mungkin dengan meningkatkan kapasitas produk dari mesin dan peralatan produksi lainnya.

3. Tenaga yang tersedia (baik kualitas maupun kuantitas) dan kemungkinan perluasannya di waktu yang akan datang.

Tenaga kerja yang dipekerjakan harus mempunyai keahlian atau kualitas di bidangnya masing-masing. Perusahaan akan merekrut karyawan apabila dimungkinkan terjadi perluasan usahanya di waktu yang akan datang.

4. Modal kerja yang dimiliki perusahaan dan kemungkinan penambahannya di waktu yang akan datang.

Modal kerja yang dimiliki oleh perusahaan dengan seiring berjalannya waktu akan terjadi peningkatan atau penambahan di waktu yang akan datang, hal ini terjadi karena perusahaan sudah mengalami kemajuan pesat dalam menjalankan usahanya.

5. Fasilitas-fasilitas lain yang dimiliki perusahaan dan kemungkinan penambahannya di waktu yang akan datang.

Fasilitas-fasilitas yang dimiliki perusahaan sekarang ini dengan berjalannya waktu akan menyesuaikan tingkat kebutuhan perusahaan di waktu yang akan datang, dengan cara meningkatkan jumlah fasilitas-fasilitas serta kualitasnya untuk mendukung kemajuan perusahaan.

6. Luas perusahaan yang optimal yaitu kapasitas produksi yang memberikan biaya produksi rata-rata per unit yang paling rendah.

Luas perusahaan yang optimal yang dimaksud adalah luas perusahaan yang dapat memberikan hasil kapasitas produksi dengan biaya produksi rata-rata per unit yang paling rendah.

7. Kebijakan perusahaan di bidang persediaan barang jadi antara lain : fluktuasi penjualan, fasilitas tempat penyimpanan, risiko kerugian yang timbul selama barang dalam penyimpanan, biaya-biaya yang timbul dalam rangka penyimpanan, tingkat perputaran persediaan barang jadi di waktu yang lalu, lamanya waktu memproduksi, dan modal kerja yang dimiliki perusahaan.

8. Kebijakan perusahaan dalam menetapkan pola produksi selama periode tertentu, yaitu pola produksi stabil, pola produksi bergelombang sesuai dan setingkat dengan gelombang dari pola penjualan, dan pola produksi yang bergelombang secara lebih moderat daripada gelombang dari pola penjualan.

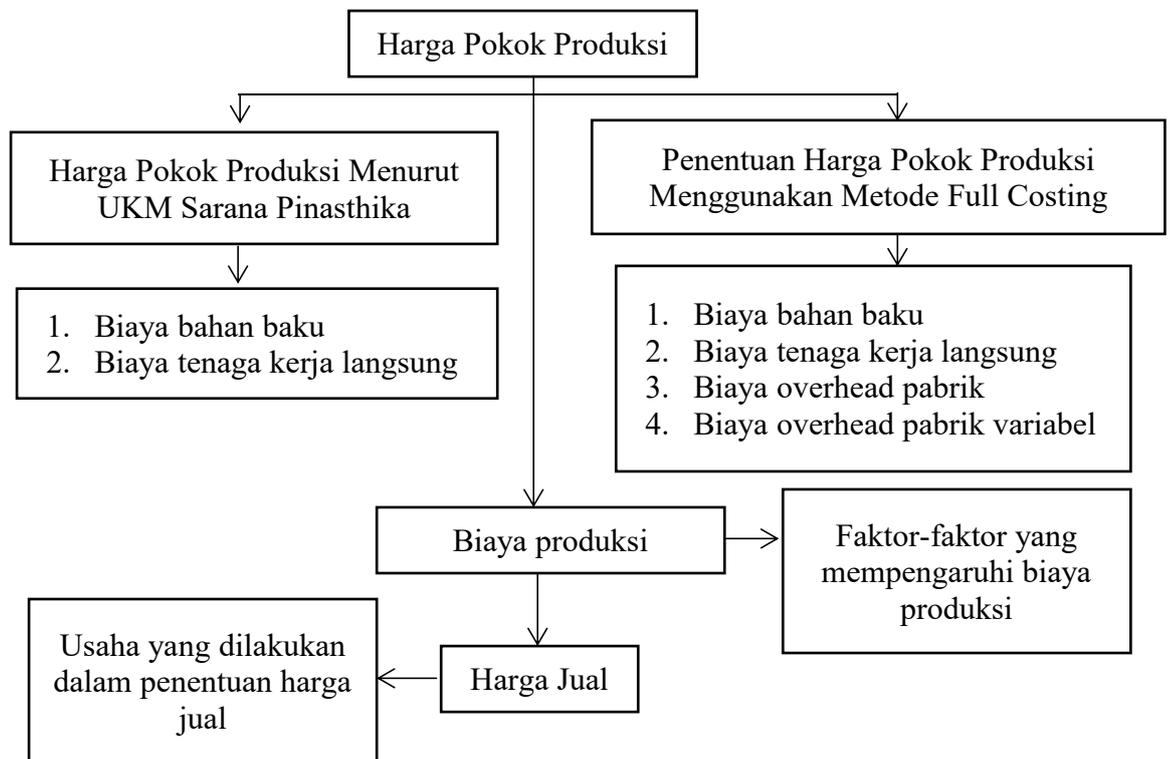
Dalam menentukan harga pokok produksi terdapat 2 metode yaitu full costing dan variabel costing. Full costing adalah penentuan harga pokok produk yang

memperhitungkan semua unsur biaya produksi sedangkan variabel costing merupakan penentuan harga pokok produk yang hanya memasukan unsur-unsur biaya produksi yang bersifat variabel.

Sebelum produk dipasarkan, perusahaan perlu menentukan harga yang akan diberikan kepada konsumen yang sudah termasuk biaya selama proses produksi seperti biaya bahan baku, tenaga kerja, dan biaya lainnya yang disebut dengan harga jual. Menurut (Lestari, Wiwik & Permana, 2017, p. 158) Harga jual merupakan angka yang sudah menutupi biaya produksi secara utuh dan ditambahkan dengan laba atau keuntungan dalam jumlah yang wajar.

Alur kerangka berpikir yang akan menggambarkan bagaimana Usaha Kecil Menengah (UKM) saat belum menggunakan dan saat menggunakan metode perhitungan harga pokok produksi adalah sebagai berikut :

Gambar 1. Alur Kerangka Berpikir



Sumber : Data diolah peneliti, Desember 2020

