

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

Pada bab ini Penulis memaparkan beberapa teori dan konsep dari para ahli dan para peneliti sebelumnya tentang teori-teori yang berkaitan dengan variabel-variabel dalam penelitian ini.

2.1.1 Grand Theory

Grand theory (teori besar) merupakan konsep teoritis yang bersifat luas, abstrak, dan komprehensif yang digunakan untuk menjelaskan suatu fenomena secara menyeluruh. Dalam kajian ilmu sosial, *grand theory* berfungsi sebagai kerangka dasar untuk memahami hubungan antara berbagai konsep dan variabel dalam suatu penelitian. *Grand theory* tidak hanya menjelaskan fenomena secara umum, tetapi juga menjadi landasan dalam membangun teori-teori yang lebih spesifik. Sebagaimana dijelaskan dalam jurnal ilmiah, *grand theory* berupaya memberikan pemahaman menyeluruh mengenai struktur, hubungan, dan dinamika yang terjadi dalam suatu sistem sosial. Selain itu, *grand theory* juga dipahami sebagai teori dengan tingkat abstraksi yang tinggi yang mencakup konsep-konsep luas dan menjadi dasar dalam

pengembangan teori tingkat menengah (*middle-range theory*) maupun teori terapan. *Grand theory* membantu peneliti dalam menyusun kerangka pemikiran serta menentukan arah penelitian agar lebih sistematis dan terarah. Dengan demikian, *grand theory* memiliki peran penting sebagai fondasi konseptual yang menghubungkan teori dengan fenomena empiris yang diteliti (Ulfa et al., 2024).

2.1.1.1 Teori Akuntansi Manajemen

Teori Akuntansi Manajemen merupakan cabang akuntansi yang berfokus pada penyediaan informasi keuangan dan non-keuangan bagi pihak internal organisasi, khususnya manajemen, dalam rangka mendukung fungsi perencanaan, pengendalian, dan pengambilan keputusan (Hidayati et al., 2024).

Menurut Hansen et al., (2022:4) Teori Akuntansi Manajemen adalah sebagai berikut:

“The cost management information system is primarily concerned with producing outputs for internal users using inputs and processes needed to satisfy management objectives. The cost management information system has three broad objectives that provide information for: costing out services, products, and other objects of interest to management, planning and control, and decision making”

Berdasarkan Hansen et al., (2022:4) akuntansi manajemen merupakan suatu sistem informasi biaya yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan informasi bagi pengguna internal, khususnya manajemen perusahaan. Sistem ini bertujuan menyediakan informasi yang relevan mengenai biaya produk atau jasa, membantu proses perencanaan dan pengendalian operasional, serta mendukung pengambilan

keputusan manajerial. Berbeda dengan akuntansi keuangan yang berorientasi pada pengguna eksternal dan mengikuti standar pelaporan tertentu, akuntansi manajemen bersifat fleksibel karena disesuaikan dengan kebutuhan organisasi. Oleh karena itu, informasi yang dihasilkan akuntansi manajemen menjadi dasar bagi manajemen dalam mengalokasikan sumber daya secara efektif, mengendalikan biaya, meningkatkan efisiensi operasional, serta menetapkan keputusan strategis, termasuk dalam perhitungan harga pokok produksi dan penetapan harga jual.

Dalam perspektif ini, informasi biaya menjadi salah satu informasi terpenting karena digunakan sebagai dasar dalam berbagai keputusan operasional maupun strategis, termasuk keputusan mengenai penetapan harga jual, pengendalian biaya, evaluasi profitabilitas, dan peningkatan efisiensi usaha. Sistem akuntansi manajemen diwujudkan melalui *Cost Management Information System (CMIS)*, yaitu sistem yang dirancang untuk menghasilkan informasi keuangan maupun non-keuangan yang mendukung kebutuhan manajemen. Oleh karena itu, kualitas keputusan yang diambil oleh manajemen sangat bergantung pada kualitas informasi yang dihasilkan oleh sistem tersebut. Semakin akurat, lengkap, relevan, dan tepat waktu informasi biaya yang tersedia, semakin efektif pula keputusan yang dihasilkan.

Lebih lanjut, Hansen et al., (2022:14) menyatakan bahwa informasi akuntansi manajemen harus mendukung empat aktivitas utama manajemen, yaitu *planning*, *controlling*, *continuous improvement*, dan *decision making*. Dalam proses pengambilan keputusan, manajemen harus memilih alternatif terbaik berdasarkan informasi yang tersedia. Dapat disimpulkan bahwa informasi biaya harus mampu

mencerminkan kondisi ekonomi yang sebenarnya sehingga keputusan yang diambil tidak menimbulkan kesalahan dalam penetapan strategi perusahaan. Informasi biaya yang tidak akurat atau tidak relevan akan meningkatkan risiko terjadinya keputusan yang kurang tepat, seperti kesalahan dalam menentukan harga jual, penilaian profitabilitas produk, maupun alokasi sumber daya perusahaan.

Selain itu, Hansen et al., (2022:6) menjelaskan bahwa perkembangan lingkungan bisnis menuntut sistem akuntansi manajemen untuk tidak hanya berorientasi pada pencatatan biaya produksi, tetapi juga menghasilkan informasi yang mampu menciptakan *customer value* dan *competitive advantage*. Oleh karena itu, sistem manajemen biaya modern mengintegrasikan berbagai pendekatan seperti *activity-based costing*, *value chain analysis*, dan *data analytics* agar informasi biaya menjadi lebih akurat dan lebih relevan dalam mendukung keputusan strategis perusahaan. Informasi tersebut memungkinkan manajemen memahami konsumsi sumber daya secara lebih tepat sehingga dapat menetapkan harga yang kompetitif sekaligus tetap menghasilkan laba yang optimal.

Dalam konteks penelitian ini, Teori Akuntansi Manajemen menjelaskan bahwa efektivitas keputusan manajerial sangat dipengaruhi oleh kualitas informasi yang digunakan. Salah satu bentuk kualitas informasi tersebut adalah akurasi kalkulasi harga pokok produksi, karena HPP yang dihitung secara tepat akan menghasilkan informasi biaya yang mencerminkan biaya produksi sebenarnya. Selain itu, relevansi informasi biaya memastikan bahwa informasi yang digunakan benar-benar sesuai dengan kebutuhan pengambilan keputusan manajemen, khususnya dalam

menentukan harga jual produk. Dengan demikian, apabila akurasi kalkulasi HPP semakin tinggi dan informasi biaya yang tersedia semakin relevan, maka keputusan penetapan harga jual akan menjadi semakin efektif. Sebaliknya, apabila informasi biaya yang digunakan tidak akurat atau tidak relevan, maka keputusan penetapan harga berpotensi menyimpang dari kondisi ekonomi yang sebenarnya sehingga dapat menurunkan daya saing maupun profitabilitas usaha. Oleh karena itu, Teori Akuntansi Manajemen menurut Hansen et al menjadi landasan teoritis yang menjelaskan hubungan antara akurasi kalkulasi HPP, relevansi informasi biaya, dan efektivitas penetapan harga jual pada UMKM sektor makanan dan minuman.

2.1.2 Akuntansi Biaya

2.1.2.1 Pengertian Akuntansi Biaya

Menurut Mulyadi, (2018:7), pengertian akuntansi biaya adalah sebagai berikut:

“Akuntansi biaya merupakan salah satu cabang dari akuntansi manajemen yang berfokus pada proses pengidentifikasian, pencatatan, penggolongan, serta pelaporan biaya yang berkaitan dengan kegiatan produksi atau operasional perusahaan. Akuntansi biaya berperan dalam menyediakan informasi keuangan yang berkaitan dengan biaya guna mendukung proses pengendalian dan pengambilan keputusan manajemen”.

Menurut Krisdiyawati et al., (2025:15), pengertian akuntansi biaya adalah sebagai berikut:

“Akuntansi biaya merupakan proses pencatatan, penggolongan, peringkasan, dan pelaporan biaya yang terjadi dalam kegiatan produksi maupun operasional perusahaan. Informasi yang dihasilkan bertujuan untuk

membantu manajemen dalam menentukan biaya produksi secara akurat serta mendukung pengambilan keputusan”.

Menurut Datar & Rajan, (2024, p. 21), pengertian akuntansi biaya adalah sebagai berikut:

“Cost accounting measures, analyzes, and reports financial and nonfinancial information relating to the costs of acquiring or using resources in an organization.

Dimana artinya akuntansi biaya merupakan proses mengukur, menganalisis, dan melaporkan informasi keuangan maupun non-keuangan yang berkaitan dengan biaya perolehan atau penggunaan sumber daya dalam suatu organisasi. Informasi tersebut digunakan untuk memenuhi kebutuhan pelaporan keuangan sekaligus mendukung pengambilan keputusan manajerial.

Berdasarkan pendapat para ahli dan para peneliti terdahulu, dapat disimpulkan bahwa akuntansi biaya merupakan bagian dari akuntansi manajemen yang berfokus pada proses pencatatan, pengukuran, dan pelaporan biaya untuk menghasilkan informasi yang akurat. Informasi tersebut digunakan untuk berbagai tujuan, seperti penentuan harga pokok produksi, pengendalian biaya, serta pengambilan keputusan manajerial.

2.1.2.2 Tujuan Akuntansi Biaya

Menurut Mulyadi, (2018:7-8) tujuan utama akuntansi biaya adalah menyediakan informasi biaya yang diperlukan oleh manajemen dalam mengelola perusahaan secara efektif dan efisien. Informasi biaya tersebut digunakan sebagai

dasar dalam menentukan harga pokok produk, melakukan pengendalian biaya, menyusun perencanaan, mengevaluasi kinerja, serta mendukung proses pengambilan keputusan manajerial.

Secara lebih rinci, tujuan akuntansi biaya meliputi beberapa aspek berikut.

1. Menentukan Harga Pokok Produk

Tujuan utama akuntansi biaya adalah menghasilkan informasi mengenai harga pokok produk secara akurat. Harga pokok produk diperoleh melalui pengumpulan, penggolongan, pencatatan, dan pengalokasian seluruh biaya produksi yang terdiri atas biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Informasi harga pokok produk sangat penting karena menjadi dasar dalam penentuan harga jual, perhitungan laba, serta penilaian persediaan pada laporan keuangan. Ketepatan dalam menghitung harga pokok produksi akan menghasilkan informasi biaya yang lebih andal sehingga keputusan manajemen dapat dilakukan secara lebih tepat.

2. Mengendalikan Biaya

Akuntansi biaya bertujuan menyediakan informasi yang digunakan sebagai alat pengendalian biaya. Pengendalian biaya dilakukan melalui perbandingan antara biaya yang telah dianggarkan dengan biaya yang benar-benar terjadi selama proses produksi. Apabila terdapat selisih (*variance*), manajemen dapat melakukan analisis terhadap penyebab penyimpangan tersebut sehingga tindakan perbaikan dapat segera dilakukan. Dengan demikian, perusahaan dapat

meningkatkan efisiensi penggunaan sumber daya dan meminimalkan pemborosan biaya.

3. Membantu Perencanaan dan Pengambilan Keputusan

Informasi biaya yang dihasilkan oleh akuntansi biaya juga berfungsi sebagai dasar dalam menyusun berbagai perencanaan perusahaan, seperti penyusunan anggaran produksi, anggaran biaya, maupun target laba. Selain itu, informasi biaya digunakan untuk mendukung pengambilan berbagai keputusan manajerial, antara lain menentukan harga jual produk, menerima atau menolak pesanan khusus, menentukan kombinasi produk yang paling menguntungkan, menghentikan atau melanjutkan suatu produk, serta melakukan evaluasi terhadap efisiensi proses produksi. Oleh karena itu, kualitas informasi biaya akan sangat memengaruhi kualitas keputusan yang diambil oleh manajemen.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa akuntansi biaya tidak hanya berfungsi sebagai alat pencatatan biaya produksi, tetapi juga merupakan sistem informasi yang mendukung efektivitas pengelolaan perusahaan melalui penyediaan informasi biaya yang relevan, akurat, dan tepat waktu.

2.1.2.3 Peran Akuntansi Biaya dalam Pengambilan Keputusan

Menurut Hansen et al., (2022:14), akuntansi biaya merupakan bagian dari sistem informasi manajemen yang menyediakan informasi keuangan maupun non-keuangan untuk membantu manajer dalam menjalankan fungsi perencanaan, pengendalian, dan pengambilan keputusan. Informasi biaya memiliki peran strategis

karena dapat menggambarkan kondisi operasional perusahaan sehingga manajemen mampu memilih alternatif tindakan yang memberikan manfaat ekonomi paling besar. Dalam praktiknya, pengambilan keputusan yang dilakukan manajemen memerlukan informasi biaya yang relevan. Informasi tersebut digunakan untuk mengevaluasi berbagai alternatif keputusan sehingga manajemen dapat memilih tindakan yang memberikan keuntungan optimal bagi perusahaan. Oleh karena itu, akuntansi biaya menjadi salah satu instrumen utama dalam mendukung proses pengambilan keputusan.

Peran akuntansi biaya dalam pengambilan keputusan menurut Hansen et al., (2022:15) antara lain sebagai berikut:

1. Menentukan Harga Jual Produk

Informasi biaya digunakan sebagai dasar dalam menetapkan harga jual yang mampu menutup seluruh biaya produksi sekaligus memberikan laba sesuai target perusahaan. Dengan mengetahui biaya produksi secara akurat, perusahaan dapat menentukan harga jual yang kompetitif tanpa mengorbankan tingkat keuntungan yang diharapkan.

2. Perencanaan Laba

Akuntansi biaya menyediakan informasi mengenai hubungan antara biaya, volume penjualan, dan laba. Informasi tersebut digunakan oleh manajemen untuk menentukan target penjualan, menyusun anggaran, serta merencanakan tingkat laba yang ingin dicapai pada periode tertentu.

3. Evaluasi Efisiensi Operasional

Melalui analisis biaya, manajemen dapat mengevaluasi efisiensi penggunaan bahan baku, tenaga kerja, maupun fasilitas produksi. Informasi tersebut membantu perusahaan mengidentifikasi aktivitas yang tidak memberikan nilai tambah sehingga dapat dilakukan upaya efisiensi biaya.

4. Pengambilan Keputusan Khusus

Akuntansi biaya juga berperan dalam berbagai keputusan jangka pendek, seperti menerima atau menolak pesanan khusus, menentukan produk yang akan diprioritaskan, memutuskan apakah suatu komponen diproduksi sendiri atau dibeli dari pihak luar (*make or buy decision*), menghentikan suatu lini produk, serta menentukan strategi produksi yang paling menguntungkan.

Dengan demikian, Hansen et al., (2022) menegaskan bahwa informasi biaya merupakan dasar yang sangat penting dalam proses pengambilan keputusan manajerial karena mampu memberikan gambaran mengenai konsekuensi ekonomi dari setiap alternatif keputusan yang tersedia.

2.1.2.4 Akuntansi Biaya pada UMKM

Menurut IAI, (2018), tujuan diterbitkannya SAK EMKM adalah memberikan pedoman penyusunan laporan keuangan bagi entitas mikro, kecil, dan menengah agar mampu menghasilkan informasi keuangan yang relevan, andal, dapat dipahami, dan dapat dibandingkan. Dalam kaitannya dengan akuntansi biaya, penerapan SAK

EMKM mengharuskan UMKM melakukan pencatatan seluruh biaya yang berkaitan dengan kegiatan operasional dan produksi secara sistematis. Biaya produksi seperti biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik perlu diidentifikasi serta dicatat secara tepat agar menghasilkan informasi harga pokok produksi yang akurat. Walaupun SAK EMKM tidak mengatur secara rinci metode perhitungan harga pokok produksi seperti *full costing* atau *variable costing*, standar ini menekankan bahwa setiap transaksi harus diakui dan diukur secara andal sehingga nilai persediaan, beban, dan laba yang disajikan dalam laporan keuangan mencerminkan kondisi ekonomi yang sebenarnya.

Bagi UMKM, penerapan akuntansi biaya yang sesuai dengan SAK EMKM memberikan berbagai manfaat. Pertama, pelaku usaha dapat mengetahui besarnya biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi sehingga harga pokok produksi dapat dihitung secara lebih akurat. Kedua, informasi biaya tersebut menjadi dasar dalam menetapkan harga jual yang mampu menutup seluruh biaya produksi sekaligus memberikan laba yang diharapkan. Ketiga, pencatatan biaya yang baik memudahkan pemilik usaha melakukan pengendalian biaya, mengevaluasi efisiensi penggunaan sumber daya, dan meningkatkan profitabilitas usaha. Selain itu, laporan keuangan yang disusun sesuai SAK EMKM juga meningkatkan kredibilitas UMKM ketika mengajukan pembiayaan kepada lembaga keuangan atau menjalin kerja sama dengan investor.

Dengan demikian, meskipun SAK EMKM tidak secara khusus membahas konsep akuntansi biaya, standar ini memberikan landasan bagi UMKM untuk

menyusun sistem pencatatan biaya yang lebih tertib dan menghasilkan laporan keuangan yang berkualitas. Penerapan akuntansi biaya yang baik akan membantu UMKM memperoleh informasi harga pokok produksi yang akurat, menetapkan harga jual secara tepat, mengendalikan biaya produksi, serta meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dalam pengelolaan usaha.

Menurut Krisdiyawati et al., (2025:8) peran akuntansi biaya pada UMKM adalah sebagai berikut:

“Dalam konteks Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), akuntansi biaya berperan penting dalam membantu pelaku usaha memahami struktur biaya dan menentukan harga jual yang tepat. Penerapan akuntansi biaya pada UMKM memungkinkan pelaku usaha untuk mengidentifikasi komponen biaya secara lebih akurat, sehingga dapat menghindari kesalahan dalam penentuan harga dan meningkatkan profitabilitas usaha. Namun, dalam praktiknya, banyak UMKM yang belum menerapkan akuntansi biaya secara optimal karena keterbatasan pengetahuan dan sumber daya”.

Menurut Rahmadhani et al., (2025), peran akuntansi biaya pada UMKM adalah sebagai berikut:

“UMKM merupakan sektor usaha yang memiliki peran penting dalam perekonomian, namun dalam praktiknya masih menghadapi berbagai kendala dalam penerapan akuntansi biaya. Salah satu permasalahan utama adalah keterbatasan pengetahuan pelaku usaha mengenai akuntansi. Banyak pelaku UMKM yang belum memahami pentingnya pencatatan biaya secara sistematis. Selain itu, keterbatasan sumber daya juga menjadi kendala dalam penerapan akuntansi biaya. Banyak UMKM belum mencatat biaya secara lengkap, terutama biaya overhead, sehingga HPP yang dihasilkan tidak mencerminkan biaya sebenarnya. Hal ini berdampak pada kesalahan dalam penentuan harga jual, yang dapat menyebabkan kerugian atau penurunan daya saing usaha”.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa akuntansi biaya memiliki peran yang sangat penting bagi UMKM dalam mendukung pengelolaan

usaha yang efektif dan berkelanjutan. Penerapan akuntansi biaya sesuai dengan SAK EMKM memungkinkan pelaku UMKM melakukan pencatatan biaya secara sistematis sehingga menghasilkan informasi harga pokok produksi yang akurat sebagai dasar penetapan harga jual, pengendalian biaya, penyusunan laporan keuangan, dan pengambilan keputusan ekonomi. Namun, dalam praktiknya masih banyak UMKM yang menghadapi kendala dalam penerapan akuntansi biaya, terutama karena keterbatasan pengetahuan akuntansi, sumber daya manusia, serta belum optimalnya pencatatan seluruh komponen biaya produksi, khususnya biaya overhead pabrik. Kondisi tersebut menyebabkan perhitungan harga pokok produksi menjadi kurang akurat sehingga berpotensi mengakibatkan kesalahan dalam penentuan harga jual, menurunkan profitabilitas, dan mengurangi daya saing usaha. Oleh karena itu, penerapan akuntansi biaya yang sesuai dengan ketentuan SAK EMKM menjadi faktor penting bagi UMKM untuk meningkatkan kualitas informasi biaya, menghasilkan keputusan bisnis yang lebih tepat, serta mendukung keberlangsungan dan perkembangan usaha.

2.1.3 Harga Pokok Produksi (*Cost of Good Sold*)

2.1.3.1 Pengertian Harga Pokok Produksi (*Cost of Good Sold*)

Menurut Mulyadi, (2018:8), pengertian harga Pokok Produksi (*Cost of Goods Sold*) adalah sebagai berikut:

“Harga pokok produksi merupakan seluruh biaya produksi yang dikeluarkan untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi selama suatu periode. Biaya produksi tersebut terdiri atas tiga unsur utama, yaitu biaya

bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Ketiga unsur biaya tersebut membentuk harga pokok produksi yang menjadi dasar dalam penentuan biaya per unit produk”.

Menurut Datar & Rajan, (2024), pengertian harga Pokok Produksi (*Cost of Goods Sold*) adalah sebagai berikut:

“Cost of Goods Sold (COGS) represents the cost assigned to products that have been completed and sold during an accounting period. It is recognized as an expense when the related goods are sold and is determined based on the inventory costing method used by the company”.

Berdasarkan beberapa pernyataan di atas, dapat disimpulkan bahwa Harga Pokok Produksi (*Cost of Good Sold*) merupakan keseluruhan biaya yang dikeluarkan dalam proses menghasilkan produk yang terdiri atas biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Biaya tersebut dihitung dan dialokasikan ke setiap unit produk sehingga menjadi dasar dalam penentuan nilai persediaan, pengakuan harga pokok penjualan saat produk terjual, serta sebagai informasi yang penting dalam pengambilan keputusan manajerial, khususnya dalam menetapkan harga jual yang tepat dan mencapai laba yang diharapkan.

2.1.3.2 Tujuan Perhitungan HPP

Menurut Mulyadi, (2018:65) tujuan utama perhitungan HPP adalah sebagai berikut:

“Informasi harga pokok produksi merupakan informasi yang sangat penting bagi perusahaan manufaktur karena digunakan sebagai dasar dalam berbagai keputusan manajerial. Perhitungan harga pokok produksi yang akurat memungkinkan manajemen menentukan harga jual yang kompetitif, mengevaluasi efisiensi biaya produksi, menghitung laba atau rugi secara tepat,

serta menilai persediaan produk jadi dan produk dalam proses yang akan disajikan dalam laporan keuangan”.

Menurut Mulyadi, (2018:65) menyatakan bahwa manfaat atau tujuan perhitungan harga pokok produksi meliputi:

1. Menentukan harga jual produk

Dalam penetapan harga jual produk, biaya produksi per unit merupakan salah satu data yang dipertimbangkan, di samping data biaya lain serta data non biaya.

2. Memantau realisasi biaya produksi

Jika rencana produksi untuk jangka waktu tertentu telah diputuskan untuk dilakukan, manajemen memerlukan informasi biaya produksi yang sesungguhnya dikeluarkan dalam pelaksanaan rencana produksi tersebut. Oleh karena itu akuntansi biaya digunakan untuk mengumpulkan informasi biaya produksi, yang dikeluarkan dalam jangka waktu tertentu untuk memantau apakah proses produksi mengonsumsi total biaya produksi sesuai dengan yang dipertimbangkan sebelumnya.

3. Menghitung laba atau rugi secara periodik

Manajemen memerlukan informasi biaya produksi yang telah dikeluarkan untuk memproduksi produk dalam periode tertentu. Informasi laba atau rugi bruto periodik, diperlukan untuk mengetahui kontribusi produk dalam menutup biaya non produksi dan menghasilkan laba atau rugi.

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

Pada saat manajemen dituntut untuk membuat pertanggungjawaban keuangan periodik, manajemen harus menyajikan laporan keuangan berupa neraca dan laporan laba rugi. Di dalam neraca, manajemen harus menyajikan harga pokok produk jadi dan harga pokok produk yang pada tanggal neraca masih proses. Untuk tujuan tersebut, manajemen perlu menyelenggarakan catatan biaya produksi tiap periode.

2.1.3.3 Unsur-unsur HPP

Harga pokok produksi terdiri dari tiga unsur utama, yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Ketiga unsur ini merupakan komponen utama yang harus dihitung secara lengkap untuk menghasilkan HPP yang akurat.

1. Biaya Bahan Baku

Menurut Mulyadi, (2018:275) menjelaskan pengertian bahan baku adalah bahan baku yang merupakan bahan yang membentuk bagian menyeluruh produk jadi. Bahan baku yang diolah dalam perusahaan manufaktur dapat diperoleh dari pembelian lokal, impor, atau dari pengolahan sendiri. Di dalam memperoleh bahan baku, perusahaan tidak hanya mengeluarkan biaya sejumlah harga beli bahan baku saja, tetapi juga mengeluarkan biaya-biaya pembelian, pergudangan, dan biaya-biaya perolehan lain.

Menurut Fauziyyah (2021:75), pengertian biaya bahan baku sebagai berikut: Biaya bahan baku merupakan salah satu dari tiga unsur penyusun biaya produksi (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik). Dalam perusahaan manufaktur, bahan baku terdiri dari dua macam yaitu: bahan langsung dan bahan tidak langsung.

- a. Bahan Baku Langsung merupakan komponen penyusun utama suatu produk jadi. Biasanya bahan baku dapat dengan mudah diidentifikasi dan ditelusuri jumlah dan nilainya karena relatif besar. Contoh : Perusahaan XYZ bergerak dibidang produksi kemeja batik khas Riau, yang menjadi bahan bakunya adalah kain.
- b. Bahan Baku Tidak Langsung merupakan bagian dari bahan baku yang cenderung sulit untuk diidentifikasikan jumlah dan nilainya karena relatif kecil dan tidak konstan. Contoh : Perusahaan XYZ bergerak dibidang produksi kemeja batik khas Riau, yang menjadi bahan baku penolong adalah kancing baju. Bahan baku penolong di dalam kegiatan produksi juga sebagai komponen penyusun biaya produksi sebagai biaya overhead pabrik.

2. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Menurut Mulyadi, (2018:319), pengertian biaya tenaga kerja adalah sebagai berikut:

“Tenaga kerja adalah usaha fisik atau mental yang dilakukan oleh karyawan untuk mengolah bahan baku yang tersedia menjadi barang jadi atau produk. Tenaga kerja yang termasuk dalam penghitungan biaya produksi ke dalam biaya tenaga kerja langsung (*direct labour*) dan biaya tenaga kerja tidak langsung (*indirect labour*). Tenaga kerja langsung

adalah tenaga kerja yang terlihat secara langsung dalam proses produksi dan dapat dibebankan secara layak ke produk yang di produksi. Sedangkan biaya tenaga kerja tidak langsung yang bekerja di pabrik tetapi tidak melakukan pekerjaan pengolahan bahan secara langsung.

3. Biaya Overhead Pabrik

Biaya overhead pabrik menurut Mulyadi, (2018:194) adalah biaya produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung yang dikelompokkan menjadi beberapa golongan berikut :

- a) Biaya bahan penolong.
- b) Biaya reparasi dan pemeliharaan.
- c) Biaya tenaga kerja tidak langsung.
- d) Biaya yang timbul sebagai akibat berlalunya waktu.
- e) Biaya overhead lain yang secara langsung memerlukan pengeluaran uang.

2.1.3.4 Metode Perhitungan HPP

Metode perhitungan HPP merupakan pendekatan yang digunakan untuk menghitung biaya produksi. Pemilihan metode yang tepat akan mempengaruhi akurasi informasi biaya yang dihasilkan.

1. *Full Costing*

Menurut Mulyadi, (2018:17), pengertian metode *full costing* sebagai berikut:

“Metode harga pokok *full costing* adalah metode dalam menentukan harga pokok dengan menghitung keseluruhan elemen biaya produksi. Biaya produksi termasuk biaya bahan baku langsung (*direct material cost*), tenaga kerja langsung (*direct labor cost*) dan biaya overhead (*overhead cost*) yang termasuk biaya overhead variable dan biaya overhead tetap. Metode ini memberikan gambaran menyeluruh terhadap biaya produksi sehingga sering digunakan untuk keperluan penilaian persediaan dan pelaporan keuangan”.

Dengan demikian kos produksi menurut metode *full costing* terdiri dari unsur biaya produksi berikut ini :

Biaya bahan baku	XXX	
Biaya tenaga kerja langsung	XXX	
Biaya overhead pabrik	<u>XXX</u> +	
Total biaya produksi	XXX	
Persediaan dalam proses awal	<u>XXX</u> +	
Harga pokok sebelum disesuaikan		XXX
Persediaan dalam proses akhir		<u>XXX</u> +
Harga pokok produksi		XXX

Pendekatan penetapan biaya yang komprehensif digunakan untuk menilai biaya produk, yang meliputi unsur-unsur biaya produksi (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik variabel, dan biaya overhead pabrik tetap) serta biaya non-produksi (biaya pemasaran, administrasi dan biaya umum).

2. *Variable Costing*

Menurut Mulyadi, (2018:18), pengertian metode *variable costing* adalah sebagai berikut:

“*Variable costing* adalah metode penghitungan biaya produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi variabel seperti biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik variabel”

Dengan demikian kos produksi menurut metode *variable costing* terdiri dari unsur biaya produksi berikut ini :

Biaya bahan baku	XXX
Biaya tenaga kerja langsung	XXX
Biaya overhead pabrik variabel	<u>XXX</u> +
Kos produksi	XXX

Pada pendekatan *variable costing*, harga pokok produksi hanya terdiri atas unsur-unsur biaya produksi yang bersifat variabel, yaitu biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik variabel. Sebaliknya, biaya nonproduksi yang bersifat variabel, seperti biaya pemasaran serta biaya administrasi dan umum variabel, tidak menjadi bagian dari harga pokok produksi. Selain itu, seluruh biaya tetap, baik biaya overhead pabrik tetap maupun biaya pemasaran serta biaya administrasi dan umum tetap, diperlakukan sebagai biaya periode yang dibebankan langsung pada laporan laba rugi pada periode terjadinya.

2.1.3.5 Pentingnya HPP bagi UMKM Sektor Makanan dan Minuman

Menurut Salsabilla et al., (2024:53), pentingnya HPP bagi UMKM sektor minuman sebagai berikut:

“Dalam konteks UMKM sektor minuman, pengelolaan biaya produksi yang baik termasuk perhitungan HPP sangat penting untuk meningkatkan efisiensi operasional dan profitabilitas usaha. Informasi biaya yang akurat membantu pelaku usaha dalam menentukan strategi bisnis yang tepat dan meningkatkan daya saing usaha”.

Menurut Krisdiyawati et al., (2025:150)., pentingnya HPP bagi UMKM sektor minuman sebagai berikut:

“Harga Pokok Produksi (HPP) memiliki peran penting sebagai dasar dalam penentuan harga jual yang tepat, sehingga pelaku usaha dapat memperoleh laba yang optimal serta menghindari kesalahan dalam penetapan harga”.

Menurut Setiawan et al., (2024), pentingnya HPP bagi UMKM sektor minuman sebagai berikut:

“HPP memiliki peran yang sangat penting bagi UMKM, khususnya sektor makanan dan minuman, karena menjadi dasar dalam menentukan harga jual produk. Dalam kondisi persaingan yang ketat, penetapan harga yang tidak tepat dapat menyebabkan kehilangan pelanggan atau kerugian usaha. HPP membantu pelaku usaha dalam mengetahui biaya produksi secara akurat sehingga dapat menentukan harga jual yang kompetitif. Dalam penelitiannya menunjukkan bahwa banyak UMKM mengalami kesulitan dalam menentukan harga jual karena perhitungan HPP yang belum akurat. Selain itu, HPP juga berperan dalam meningkatkan efisiensi produksi dan pengendalian biaya. Dengan mengetahui struktur biaya, pelaku usaha dapat mengidentifikasi komponen biaya yang dapat ditekan”.

Berdasarkan beberapa pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa Harga Pokok Produksi (HPP) memiliki peran yang sangat penting bagi UMKM sektor makanan dan minuman sebagai dasar utama dalam penentuan harga jual yang tepat,

sehingga dapat meningkatkan profitabilitas dan daya saing usaha. Selain itu, HPP juga berfungsi sebagai alat untuk mengetahui struktur biaya secara akurat, meningkatkan efisiensi operasional, serta membantu pengendalian biaya. Ketepatan dalam perhitungan HPP memungkinkan pelaku usaha menetapkan harga yang kompetitif dan menghindari kerugian akibat kesalahan penentuan harga. Dengan demikian, HPP menjadi faktor kunci dalam keberhasilan dan keberlanjutan UMKM, terutama jika didukung dengan penerapan metode perhitungan yang tepat seperti *full costing* guna menghasilkan informasi biaya yang lebih akurat.

2.1.4 Akurasi Kalkulasi Harga Pokok Produksi (HPP)

2.1.4.1 Konsep Akurasi Kalkulasi HPP

Menurut Mulyadi, (2018:17), konsep akurasi kalkulasi HPP sebagai berikut:

“Penentuan harga pokok produksi merupakan cara memperhitungkan seluruh unsur biaya produksi ke dalam harga pokok produk melalui pendekatan *full costing* maupun *variable costing*”.

Oleh karena itu, akurasi kalkulasi HPP mencerminkan ketepatan pembebanan seluruh biaya produksi sehingga menghasilkan informasi biaya yang andal.

Menurut Datar & Rajan, (2024:25), konsep akurasi kalkulasi HPP sebagai berikut:

“Sistem akuntansi biaya harus mengukur serta mengalokasikan biaya secara akurat kepada objek biaya agar informasi biaya dapat digunakan dalam pengambilan keputusan manajerial, termasuk penetapan harga”

Berdasarkan uraian dari para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa akurasi kalkulasi harga pokok produksi (HPP) merupakan ketepatan proses identifikasi, pencatatan, pengukuran, dan pembebanan seluruh unsur biaya produksi (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik) secara lengkap, proporsional, dan konsisten sehingga menghasilkan harga pokok produksi yang mencerminkan biaya sebenarnya dan dapat digunakan secara andal dalam pengambilan keputusan manajerial.

2.1.4.2 Konsep Akurasi Perhitungan Biaya (*Cost Accuracy*)

Menurut Datar & Rajan, (2024:47-48), akurasi perhitungan biaya produk ditentukan oleh kemampuan sistem akuntansi biaya dalam mengidentifikasi, mengukur, dan mengalokasikan biaya secara tepat kepada objek biaya (*cost object*). Biaya yang dapat ditelusuri secara langsung, seperti biaya bahan baku langsung (*direct materials*) dan biaya tenaga kerja langsung (*direct labor*), harus dibebankan secara langsung kepada produk. Sementara itu, biaya tidak langsung (*indirect costs* atau *manufacturing overhead*) harus dialokasikan menggunakan dasar alokasi (*cost allocation base*) yang memiliki hubungan sebab-akibat dengan konsumsi sumber daya oleh produk. Pemilihan dasar alokasi yang tepat sangat penting agar biaya yang dibebankan kepada setiap produk mencerminkan penggunaan sumber daya yang sebenarnya.

Lebih lanjut, menurut Datar & Rajan, (2024:168-169) kesalahan dalam proses penelusuran biaya langsung maupun dalam pemilihan dasar alokasi biaya

overhead dapat menimbulkan distorsi biaya (*cost distortion*). Distorsi biaya menyebabkan harga pokok produk menjadi terlalu tinggi (*overcosting*) atau terlalu rendah (*undercosting*), sehingga informasi biaya tidak lagi menggambarkan kondisi ekonomi yang sesungguhnya. Akibatnya, perusahaan berisiko mengambil keputusan manajerial yang kurang tepat, seperti menetapkan harga jual yang tidak kompetitif, melakukan evaluasi profitabilitas produk secara keliru, serta salah dalam menentukan strategi produksi maupun pengendalian biaya. Oleh karena itu, sistem akuntansi biaya harus dirancang agar mampu menghasilkan informasi biaya yang akurat, relevan, dan andal sebagai dasar perencanaan, pengendalian, serta pengambilan keputusan manajemen.

2.1.4.3 Relevansi SAK EMKM terhadap Praktik Kalkulasi HPP pada UMKM

Menurut IAI, (2018) melalui Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah (SAK EMKM), laporan keuangan UMKM disusun menggunakan dasar pengukuran biaya historis (*historical cost*). Penggunaan biaya historis mengharuskan seluruh aset, liabilitas, pendapatan, dan beban diukur berdasarkan biaya perolehan yang sesungguhnya sehingga informasi yang dihasilkan lebih objektif, dapat diandalkan, dan mudah diterapkan oleh entitas mikro, kecil, dan menengah. Pendekatan ini dipilih karena karakteristik transaksi UMKM yang relatif sederhana sehingga tidak memerlukan pengukuran berbasis nilai wajar.

Dalam Bab Persediaan SAK EMKM dijelaskan bahwa biaya perolehan persediaan mencakup seluruh biaya pembelian, biaya konversi, dan biaya lain yang

dikeluarkan hingga persediaan berada pada kondisi dan lokasi siap digunakan atau dijual. Selain itu, entitas diperkenankan menggunakan metode Masuk Pertama Keluar Pertama (MPKP/FIFO) atau rata-rata tertimbang (*weighted average*) dalam menentukan biaya perolehan persediaan. Ketentuan tersebut menunjukkan bahwa proses perhitungan harga pokok produksi harus dilakukan secara sistematis dengan memasukkan seluruh komponen biaya produksi secara lengkap agar nilai persediaan dan harga pokok produksi yang dihasilkan mencerminkan kondisi yang sebenarnya.

Selain itu, IAI menjelaskan bahwa SAK EMKM dikembangkan secara khusus untuk memenuhi kebutuhan pelaporan keuangan UMKM dengan tetap mempertahankan kualitas informasi akuntansi melalui pencatatan yang sederhana namun andal. Oleh karena itu, penerapan SAK EMKM tidak hanya bertujuan menghasilkan laporan keuangan yang sesuai standar, tetapi juga mendukung ketepatan penentuan harga pokok produksi yang menjadi dasar dalam penetapan harga jual, pengendalian biaya, serta pengambilan keputusan manajerial pada UMKM.

2.1.4.4 Dimensi dan Indikator Akurasi Kalkulasi HPP

Akurasi kalkulasi Harga Pokok Produksi (HPP) dapat dilihat melalui beberapa dimensi yang berkaitan dengan ketepatan dalam proses identifikasi, pengukuran, dan pengalokasian biaya produksi.

Menurut Mulyadi, (2018:65), harga pokok produksi merupakan seluruh biaya yang dikorbankan untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi, yang

terdiri atas biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Ketepatan perhitungan harga pokok produksi ditentukan oleh ketepatan dalam mengidentifikasi, mencatat, menggolongkan, mengukur, serta membebankan setiap unsur biaya ke produk yang dihasilkan. Perhitungan HPP yang akurat menghasilkan informasi biaya yang andal sehingga dapat digunakan sebagai dasar penetapan harga jual, pengendalian biaya, penilaian persediaan, dan pengambilan keputusan manajemen.

Dengan demikian, akurasi kalkulasi HPP menurut Mulyadi lebih menekankan pada:

1. ketepatan pencatatan setiap unsur biaya produksi
2. kelengkapan unsur biaya yang dihitung
3. ketepatan metode penentuan harga pokok
4. konsistensi penerapan metode biaya.

Menurut Datar & Rajan, (2024), menjelaskan bahwa sistem akuntansi sebagai berikut:

“Sistem akuntansi biaya harus mampu menghasilkan *cost information* yang *accurately traces and allocates costs to cost objects*. Informasi biaya yang akurat diperoleh apabila biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, dan overhead pabrik diidentifikasi, diukur, serta dialokasikan menggunakan *cost allocation base* yang tepat sehingga biaya produk mencerminkan konsumsi sumber daya yang sebenarnya”.

Menurut Datar & Rajan, akurasi biaya dipengaruhi oleh:

1. *Accuracy of cost measurement* (akurasi pengukuran biaya)
2. *Accuracy of cost assignment* (akurasi pembebanan biaya)
3. *Appropriateness of cost allocation* (ketepatan dasar alokasi biaya)

4. *Consistency of costing methods* (konsistensi metode penentuan biaya)
5. *Usefulness of cost information for decision making* (kegunaan informasi biaya untuk pengambilan keputusan).

Artinya, akurasi kalkulasi HPP tidak hanya berkaitan dengan pencatatan biaya, tetapi juga dengan ketepatan pembebanan biaya tidak langsung kepada produk sehingga menghasilkan informasi biaya yang relevan dan andal bagi pengambilan keputusan.

Berdasarkan pernyataan para ahli di atas maka diambil beberapa indikator dan dimensi antara lain sebagai berikut:

1. Ketepatan pencatatan biaya bahan baku

Menurut Mulyadi, (2018:65) biaya bahan baku merupakan unsur biaya produksi utama yang harus dicatat berdasarkan pemakaian sebenarnya dan harga perolehan yang sesungguhnya. Menurut Datar & Rajan, (2024) *direct material cost* harus dapat ditelusuri (*traceable*) secara akurat kepada produk. Karena itu dimensi ini mengukur sejauh mana perusahaan mencatat biaya bahan baku secara benar. Maka indikatornya yaitu:

- a. Kelengkapan pencatatan pemakaian bahan baku

Mengukur apakah seluruh pemakaian bahan baku dicatat tanpa ada yang terlewat.

- b. Kesesuaian nilai dengan harga perolehan sebenarnya

Mengukur apakah nilai bahan baku menggunakan harga aktual sesuai konsep *historical cost*.

c. Minimnya selisih catatan dengan realisasi lapangan

Mengukur tingkat kesesuaian antara catatan akuntansi dan kondisi fisik.

2. Ketepatan pencatatan biaya tenaga kerja langsung

Biaya tenaga kerja langsung merupakan biaya yang dikeluarkan untuk tenaga kerja yang secara langsung mengolah bahan baku menjadi produk jadi. Menurut Mulyadi, (2018) biaya tenaga kerja langsung harus dicatat berdasarkan tenaga kerja yang benar-benar digunakan dalam proses produksi agar biaya yang dibebankan kepada produk mencerminkan biaya yang sesungguhnya. Ketepatan pencatatan biaya tenaga kerja sangat menentukan keakuratan harga pokok produksi karena kesalahan pencatatan akan menyebabkan biaya produk menjadi terlalu tinggi (*overcosting*) atau terlalu rendah (*undercosting*). Sejalan dengan itu, menurut Datar & Rajan, (2024) biaya tenaga kerja harus dialokasikan (*cost assignment*) kepada objek biaya menggunakan *cost driver* yang tepat, seperti jam kerja langsung (*direct labor hours*) atau jumlah unit produksi, sehingga informasi biaya menjadi lebih akurat dan dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan. Berdasarkan konsep tersebut, dimensi ketepatan pencatatan biaya tenaga kerja langsung diukur melalui indikator berikut.

a. Ketepatan dasar perhitungan tenaga kerja (jam kerja/unit produksi)

Indikator ini mengukur sejauh mana UMKM menggunakan dasar pembebanan biaya tenaga kerja yang sesuai dengan aktivitas produksi, misalnya berdasarkan jam kerja langsung atau jumlah unit yang dihasilkan.

Penggunaan dasar pembebanan yang tepat akan menghasilkan perhitungan biaya tenaga kerja yang lebih akurat

b. Ketepatan pembebanan biaya tenaga kerja ke produk yang benar

Indikator ini mengukur apakah biaya tenaga kerja langsung telah dialokasikan kepada produk yang benar sesuai dengan aktivitas produksi sehingga tidak terjadi kesalahan pembebanan antar produk.

c. Ketepatan pencatatan waktu kerja tenaga kerja

Indikator ini mengukur apakah waktu kerja tenaga kerja dicatat secara akurat melalui kartu jam kerja, daftar hadir, atau sistem pencatatan lainnya sehingga jumlah biaya tenaga kerja yang dibebankan sesuai dengan waktu kerja yang sebenarnya.

3. Ketepatan Pembebanan Biaya Overhead Pabrik

Biaya overhead pabrik merupakan seluruh biaya produksi selain biaya bahan baku langsung dan biaya tenaga kerja langsung yang diperlukan dalam proses produksi. Menurut Mulyadi, (2018) biaya overhead pabrik harus dibebankan kepada produk menggunakan tarif overhead yang telah ditentukan berdasarkan dasar pembebanan tertentu agar harga pokok produksi dapat dihitung secara sistematis. Sementara itu, menurut Datar & Rajan, (2024) biaya overhead harus dialokasikan menggunakan *allocation base* yang mampu mencerminkan konsumsi sumber daya oleh masing-masing produk. Ketidaktepatan dalam pembebanan biaya overhead akan menghasilkan distorsi biaya produk yang dapat memengaruhi penetapan harga jual dan

evaluasi laba perusahaan. Oleh karena itu, dimensi ketepatan pembebanan biaya overhead pabrik diukur melalui indikator berikut:

a. Proporsionalitas alokasi biaya overhead

Indikator ini mengukur apakah biaya overhead dibebankan kepada setiap produk secara proporsional sesuai dengan tingkat penggunaan sumber daya dalam proses produksi.

b. Kejelasan dasar atau tarif alokasi overhead

Indikator ini mengukur apakah perusahaan memiliki dasar pembebanan biaya overhead yang jelas, misalnya berdasarkan jam mesin, jam tenaga kerja langsung, atau jumlah unit produksi.

c. Ketepatan klasifikasi biaya overhead

Indikator ini mengukur apakah seluruh biaya overhead telah diklasifikasikan secara tepat sebagai biaya produksi tidak langsung sehingga tidak terjadi pencampuran dengan biaya administrasi maupun biaya pemasaran.

4. Kesesuaian Metode dengan Standar Akuntansi Biaya

Metode perhitungan harga pokok produksi harus mengikuti prinsip-prinsip akuntansi biaya agar menghasilkan informasi biaya yang relevan dan andal. Menurut Mulyadi, (2018), metode *full costing* maupun *variable costing* digunakan sesuai dengan tujuan perhitungan biaya dan kebutuhan informasi manajemen. Seluruh biaya produksi harus dikumpulkan dan dibebankan kepada produk secara sistematis agar menghasilkan harga pokok produksi

yang akurat. Sejalan dengan itu, menurut Datar & Rajan, (2024) sistem biaya harus menerapkan prinsip *cost accumulation* dan *cost assignment* secara benar sehingga seluruh biaya yang dikonsumsi produk dapat diidentifikasi dan dialokasikan secara tepat. Dengan demikian, dimensi kesesuaian metode dengan standar akuntansi biaya dapat diukur melalui indikator berikut:

a. Kelengkapan unsur biaya yang dijumlahkan

Indikator ini mengukur apakah seluruh komponen biaya produksi, yaitu biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik telah dimasukkan ke dalam perhitungan harga pokok produksi.

b. Kesesuaian metode dengan kaidah akuntansi biaya

Indikator ini mengukur apakah metode yang digunakan dalam menghitung harga pokok produksi telah sesuai dengan konsep akuntansi biaya, seperti penggunaan metode *full costing* atau *variable costing* sesuai tujuan pelaporan.

c. Kepatuhan terhadap prosedur perhitungan biaya

Indikator ini mengukur sejauh mana perusahaan menerapkan tahapan pengumpulan, pencatatan, penggolongan, dan pembebanan biaya sesuai prosedur akuntansi biaya.

5. Konsistensi Penerapan Metode Perhitungan

Konsistensi merupakan salah satu karakteristik penting dalam sistem informasi akuntansi biaya. Menurut Datar & Rajan, (2024), metode

perhitungan biaya harus diterapkan secara konsisten agar informasi biaya dapat dibandingkan antar periode serta mendukung evaluasi kinerja perusahaan. Menurut Mulyadi, (2018) perubahan metode perhitungan biaya sebaiknya tidak dilakukan tanpa alasan yang memadai karena akan mengurangi daya banding informasi biaya. Konsistensi penerapan metode akan meningkatkan keandalan informasi harga pokok produksi sebagai dasar penetapan harga jual, perencanaan laba, dan pengambilan keputusan manajerial. Berdasarkan konsep tersebut, dimensi konsistensi penerapan metode perhitungan diukur melalui indikator berikut:

a. Konsistensi penggunaan metode antar periode

Indikator ini mengukur apakah perusahaan menggunakan metode perhitungan harga pokok produksi yang sama dari satu periode ke periode berikutnya sehingga informasi biaya dapat dibandingkan secara konsisten.

b. Keandalan hasil perhitungan sebagai dasar pengambilan keputusan

Indikator ini mengukur apakah hasil perhitungan harga pokok produksi dipercaya oleh manajemen sebagai dasar dalam menetapkan harga jual, mengevaluasi laba, dan merencanakan produksi.

c. Konsistensi penerapan prosedur perhitungan biaya

Indikator ini mengukur apakah prosedur pengumpulan, pencatatan, penggolongan, dan pembebanan biaya selalu dilakukan dengan cara yang

sama sehingga menghasilkan informasi biaya yang stabil, objektif, dan dapat dipercaya.

2.1.4.5 Dampak Akurasi Kalkulasi HPP

Akurasi kalkulasi Harga Pokok Produksi (HPP) memiliki dampak yang sangat signifikan terhadap kualitas informasi biaya serta efektivitas pengambilan keputusan manajerial.

Menurut Hansen & Mowen, (2019:56), dampak akurasi kalkulasi HPP sebagai berikut:

“Sistem perhitungan biaya yang akurat akan menghasilkan informasi biaya yang andal sehingga dapat digunakan untuk perencanaan, pengendalian, dan pengambilan keputusan yang tepat. Sebaliknya, ketidakakuratan dalam perhitungan biaya dapat menyebabkan distorsi informasi yang berdampak pada kesalahan dalam penetapan harga jual dan evaluasi kinerja perusahaan”.

Menurut Purwanto, (2020) yang melakukan penelitian mengenai perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode *full costing* sebagai dasar penetapan harga jual pada suatu usaha manufaktur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa metode yang digunakan perusahaan belum memasukkan seluruh unsur biaya produksi secara lengkap sehingga nilai harga pokok produksi yang dihasilkan lebih rendah dibandingkan apabila dihitung menggunakan metode *full costing*. Kondisi tersebut menyebabkan harga jual yang ditetapkan kurang mencerminkan biaya produksi yang sebenarnya. Temuan tersebut menunjukkan bahwa akurasi kalkulasi harga pokok produksi memiliki peran penting dalam menghasilkan informasi biaya yang tepat. Semakin akurat proses identifikasi, pencatatan, dan pembebanan biaya produksi,

maka semakin tepat pula harga jual yang dapat ditetapkan oleh perusahaan. Oleh karena itu, penerapan metode perhitungan HPP yang sesuai dengan prinsip akuntansi biaya dapat meningkatkan kualitas informasi biaya sebagai dasar pengambilan keputusan manajemen.

Berdasarkan beberapa pernyataan di atas, dapat disimpulkan bahwa akurasi kalkulasi Harga Pokok Produksi (HPP) merupakan faktor yang sangat penting dalam menghasilkan informasi biaya yang andal dan berkualitas. Perhitungan HPP yang dilakukan secara tepat melalui pencatatan, pengukuran, dan pembebanan seluruh unsur biaya produksi secara lengkap akan menghasilkan informasi yang dapat digunakan sebagai dasar penetapan harga jual, pengendalian biaya, evaluasi kinerja, serta pengambilan keputusan manajerial yang lebih efektif. Sebaliknya, ketidakakuratan dalam perhitungan HPP dapat menimbulkan distorsi informasi biaya, menyebabkan kesalahan dalam penetapan harga jual, menghasilkan perhitungan laba yang kurang tepat, serta mengurangi efektivitas keputusan yang diambil oleh manajemen.

2.1.5 Informasi Biaya

2.1.5.1 Pengertian Informasi Biaya

Menurut Hansen et al., (2022:3), pengertian informasi biaya adalah sebagai berikut:

“The cost management information system consists of a set of formal methods developed for planning and controlling an organization's activities and for providing information to support management decision making”

Berdasarkan Hansen et al., (2022:3), informasi biaya merupakan informasi yang dihasilkan oleh *cost management information system*, yaitu suatu sistem yang dirancang untuk menyediakan informasi biaya yang dibutuhkan manajemen dalam menjalankan fungsi perencanaan, pengendalian, dan pengambilan keputusan. Informasi biaya tidak hanya digunakan untuk menghitung biaya produk atau jasa, tetapi juga sebagai dasar dalam mengevaluasi efisiensi operasional, mengendalikan penggunaan sumber daya, menyusun anggaran, serta menentukan kebijakan strategis seperti penetapan harga jual. Dengan demikian, kualitas informasi biaya yang relevan, andal, dan tepat waktu akan meningkatkan efektivitas keputusan manajerial yang diambil perusahaan.

2.1.5.2 Jenis-jenis Informasi Biaya

Informasi biaya dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa jenis berdasarkan tujuan penggunaannya dalam manajemen. Klasifikasi ini penting untuk memastikan bahwa informasi yang digunakan sesuai dengan kebutuhan pengambilan keputusan.

Menurut Tasman, (2024: 22) informasi biaya dapat dibedakan menjadi:

a. Biaya Historis

Biaya yang telah terjadi dan dicatat berdasarkan transaksi masa lalu. Digunakan untuk pelaporan dan evaluasi kinerja karena bersifat objektif dan dapat diverifikasi.

b. Biaya Masa Depan (*Future Cost*)

Biaya yang diperkirakan akan terjadi di masa yang akan datang. Digunakan untuk perencanaan dan pengambilan keputusan, seperti penyusunan anggaran.

c. Biaya Relevan

Biaya yang berhubungan langsung dengan suatu keputusan dan akan berubah akibat keputusan tersebut. Informasi ini penting dalam analisis alternatif karena membantu memilih keputusan yang paling menguntungkan.

Pemahaman terhadap jenis biaya ini penting dalam perencanaan dan pengendalian biaya. Dalam praktik UMKM, pemahaman terhadap jenis-jenis biaya masih terbatas sehingga penggunaan informasi biaya belum optimal dalam pengambilan keputusan. Klasifikasi biaya yang tepat dapat meningkatkan efektivitas penggunaan informasi biaya dalam manajemen.

Berdasarkan pernyataan di atas, dapat disimpulkan bahwa informasi biaya merupakan informasi akuntansi yang dapat diklasifikasikan berdasarkan tujuan penggunaannya dalam mendukung fungsi manajemen, baik untuk perencanaan, pengendalian, evaluasi kinerja, maupun pengambilan keputusan. Dengan demikian, berbagai klasifikasi informasi biaya tersebut saling melengkapi dalam menyediakan informasi yang akurat, relevan, dan andal sebagai dasar bagi manajemen untuk meningkatkan efektivitas pengelolaan biaya dan kualitas pengambilan keputusan.

2.1.5.3 Karakteristik Informasi Biaya yang Berkualitas

Informasi biaya yang berkualitas merupakan syarat utama agar dapat digunakan secara efektif dalam pengambilan keputusan manajerial. Menurut Keiso et al., (2019) karakteristik informasi keuangan yaitu:

1. *Relevance* (Relevansi),

Informasi dikatakan relevan apabila mampu membuat perbedaan dalam keputusan yang diambil pengguna. Informasi yang relevan memiliki kemampuan untuk membantu pengguna memprediksi hasil di masa depan (*predictive value*), mengonfirmasi atau mengoreksi evaluasi sebelumnya (*confirmatory value*), serta mempertimbangkan tingkat materialitas (*materiality*). Dalam konteks informasi biaya, relevansi berarti informasi biaya harus sesuai dengan kondisi aktual dan dapat digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan, seperti menentukan harga jual, menyusun anggaran, atau mengendalikan biaya.

2. *Faithful Representation* (Representasi yang Tepat)

Informasi yang berkualitas harus menggambarkan kondisi ekonomi secara jujur dan lengkap. Menurut Kieso, representasi yang tepat memiliki tiga karakteristik, yaitu:

- a. *Complete* (Lengkap), yaitu mencakup seluruh informasi yang diperlukan pengguna.
- b. *Neutral* (Netral), yaitu disajikan tanpa memihak kepentingan tertentu.

- c. *Free from Error* (Bebas dari Kesalahan Material), yaitu proses penyusunan informasi dilakukan secara benar dan bebas dari kesalahan yang dapat memengaruhi keputusan.

Pada informasi biaya, karakteristik ini berarti seluruh komponen biaya seperti bahan baku, tenaga kerja langsung, dan biaya overhead harus dicatat secara lengkap, objektif, dan akurat.

3. *Comparability* (Dapat Dibandingkan)

Informasi harus memungkinkan pengguna membandingkan kinerja perusahaan antar periode maupun dengan perusahaan lain. Informasi biaya yang disusun menggunakan metode yang konsisten akan memudahkan manajemen mengevaluasi efisiensi biaya dan perubahan harga pokok produksi dari waktu ke waktu.

4. *Verifiability* (Dapat Diverifikasi)

Informasi harus dapat dibuktikan kebenarannya melalui bukti atau proses pemeriksaan oleh pihak lain sehingga menghasilkan kesimpulan yang relatif sama. Dalam informasi biaya, seluruh biaya produksi sebaiknya didukung oleh dokumen seperti faktur pembelian, bukti pembayaran upah, atau laporan penggunaan bahan baku.

5. *Timeliness* (Ketepatan Waktu)

Informasi harus tersedia pada waktu yang tepat agar masih bermanfaat dalam pengambilan keputusan. Informasi biaya yang terlambat disampaikan akan

mengurangi manfaatnya, misalnya ketika manajemen harus segera menentukan harga jual akibat kenaikan harga bahan baku.

6. *Understandability* (Dapat Dipahami)

Informasi harus disajikan secara jelas dan mudah dipahami oleh pengguna yang memiliki pengetahuan memadai mengenai bisnis dan akuntansi. Informasi biaya yang sederhana dan sistematis akan memudahkan pelaku usaha dalam mengevaluasi biaya produksi dan menentukan harga jual.

2.1.5.4 Peran Informasi Biaya dalam Manajemen

Menurut Hansen et al., (2022:14), peran informasi biaya dalam manajemen sebagai berikut:

”peran informasi biaya dalam manajemen adalah menyediakan informasi yang dibutuhkan manajer untuk melaksanakan fungsi-fungsi manajemen secara efektif, yaitu perencanaan (*planning*), pengendalian (*controlling*), perbaikan berkelanjutan (*continuous improvement*), dan pengambilan keputusan (*decision making*). Informasi biaya tidak hanya digunakan untuk menentukan biaya produk atau jasa, tetapi juga membantu manajer memahami faktor-faktor yang memengaruhi biaya (*cost drivers*), mengevaluasi efisiensi aktivitas dan proses, serta mengidentifikasi peluang peningkatan nilai bagi pelanggan dan perusahaan”.

Selain itu Hansen et al., juga menegaskan bahwa informasi biaya yang akurat dan relevan memungkinkan organisasi menggunakan sumber daya secara lebih efektif, meningkatkan produktivitas, mengendalikan biaya, serta mendukung pencapaian keunggulan kompetitif melalui keputusan manajerial yang lebih tepat.

Menurut Tasman, (2024:19), peran informasi biaya dalam manajemen sebagai berikut:

“Informasi biaya berperan dalam mendukung fungsi manajemen seperti perencanaan, pengorganisasian, pengendalian, dan pengambilan keputusan. Informasi biaya juga digunakan untuk menilai efisiensi operasional dan membantu manajemen dalam mengalokasikan sumber daya secara optimal”.

Menurut Ubaidillah, (2021:5), peran informasi biaya dalam manajemen sebagai berikut:

“Informasi biaya memiliki peran sebagai alat pengendalian aktivitas operasional, di mana informasi biaya digunakan untuk membandingkan antara biaya yang direncanakan dengan biaya aktual sehingga dapat diketahui tingkat efisiensi dan penyimpangan yang terjadi. Selain itu, informasi biaya juga berperan dalam meningkatkan efektivitas pengelolaan organisasi melalui pengawasan biaya yang sistematis”.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa peran informasi biaya dalam manajemen mencakup fungsi perencanaan, pengendalian, evaluasi efisiensi, pengalokasian sumber daya, serta pengambilan keputusan yang bertujuan meningkatkan efektivitas dan efisiensi organisasi. Hansen et al. menekankan bahwa informasi biaya mendukung seluruh fungsi manajemen melalui perencanaan, pengendalian, perbaikan berkelanjutan, dan pengambilan keputusan strategis. Tasman menambahkan bahwa informasi biaya juga berfungsi sebagai dasar pengorganisasian dan optimalisasi alokasi sumber daya, sedangkan Ubaidillah lebih menyoroti peran informasi biaya sebagai alat pengendalian operasional melalui perbandingan antara biaya yang direncanakan dengan biaya aktual untuk mengidentifikasi penyimpangan dan meningkatkan efektivitas pengelolaan organisasi.

2.1.6 Relevansi Informasi Biaya

2.1.6.1 Pengertian Relevansi Informasi Biaya

Menurut Hansen et al., (2022:868), pengertian relevansi informasi biaya adalah sebagai berikut:

“Informasi biaya yang relevan merupakan informasi yang berkaitan dengan alternatif keputusan dan digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan manajerial”.

Menurut Keiso et al., (2019:), pengertian relevansi informasi biaya adalah sebagai berikut:

“Informasi yang relevan adalah informasi yang mampu membuat perbedaan dalam keputusan pengguna karena memiliki nilai prediktif dan/atau nilai konfirmasi. Nilai prediktif menunjukkan kemampuan informasi untuk digunakan dalam memprediksi hasil yang akan datang, sedangkan nilai konfirmatori menunjukkan kemampuan informasi dalam mengonfirmasi atau mengoreksi evaluasi sebelumnya. Kedua nilai tersebut saling berkaitan dan menjadi dasar mengapa suatu informasi dianggap berguna bagi penggunaan”.

Berdasarkan pendapat para ahli, relevansi informasi biaya merupakan karakteristik informasi biaya yang menunjukkan sejauh mana informasi tersebut mampu memberikan manfaat dalam mendukung pengambilan keputusan manajerial. Informasi biaya yang relevan harus tersedia pada saat dibutuhkan (*timeliness*), mampu membantu manajemen memprediksi kondisi atau biaya di masa yang akan datang (*predictive value*), memberikan umpan balik untuk mengevaluasi keputusan yang telah diambil (*feedback/confirmatory value*), serta disajikan secara lengkap sehingga dapat menggambarkan kondisi biaya secara menyeluruh.

2.1.6.2 Karakteristik Kualitatif Informasi Akuntansi

Menurut Keiso et al., (2019:2-8), relevansi (*relevance*) merupakan salah satu dari dua karakteristik kualitatif fundamental yang menentukan kegunaan informasi akuntansi dalam pengambilan keputusan. Informasi dikatakan relevan apabila mampu memberikan pengaruh terhadap keputusan ekonomi para pengguna laporan keuangan. Informasi tersebut harus memiliki kemampuan untuk membuat perbedaan dalam proses pengambilan keputusan, baik melalui nilai prediktif (*predictive value*) maupun nilai konfirmatori (*confirmatory value*), atau keduanya sekaligus. Selain itu, tingkat materialitas (*materiality*) suatu informasi juga menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari karakteristik relevansi, karena hanya informasi yang material yang dapat memengaruhi keputusan pengguna. Menurut Keiso et al., menjelaskan bahwa *predictive value* menunjukkan kemampuan informasi akuntansi untuk digunakan sebagai dasar dalam memperkirakan hasil atau kondisi ekonomi di masa yang akan datang. Sebagai contoh, investor dapat menggunakan informasi mengenai sumber daya perusahaan, laba, serta arus kas historis untuk memprediksi prospek arus kas dan kinerja perusahaan pada periode berikutnya. Oleh karena itu, informasi biaya yang memiliki nilai prediktif akan membantu manajemen maupun pemilik usaha dalam menyusun perencanaan, mengendalikan biaya, dan menentukan kebijakan harga jual secara lebih tepat. Selain memiliki nilai prediktif, informasi yang relevan juga harus mempunyai *confirmatory value*, yaitu kemampuan informasi untuk mengonfirmasi atau mengoreksi ekspektasi maupun evaluasi yang telah dibuat sebelumnya. Informasi keuangan yang baru diterbitkan memungkinkan pengguna

membandingkan hasil aktual dengan prediksi yang telah dibuat sehingga dapat menilai apakah keputusan yang diambil sebelumnya sudah tepat atau perlu diperbaiki. Keiso et al., juga menegaskan bahwa *predictive value* dan *confirmatory value* saling berkaitan karena informasi yang digunakan untuk memprediksi kondisi masa depan umumnya juga dapat digunakan untuk mengevaluasi hasil yang telah terjadi.

2.1.6.3 Fungsi Relevansi Informasi Biaya dalam UMKM

Menurut Hansen et al., (2022: 11-14), menjelaskan bahwa *cost management information* merupakan informasi yang dibutuhkan manajemen untuk mengelola biaya secara efektif dalam mencapai tujuan organisasi. Informasi biaya tidak hanya digunakan untuk menghitung biaya produk, tetapi juga mendukung berbagai aktivitas manajerial seperti perencanaan (*planning*), pengendalian (*controlling*), perbaikan berkelanjutan (*continuous improvement*), dan pengambilan keputusan (*decision making*). Selain itu, informasi biaya digunakan untuk menentukan biaya produk, pelanggan, pemasok, aktivitas, maupun proses bisnis sehingga manajemen dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional.

1. *Planning* (Perencanaan)

Fungsi pertama informasi biaya adalah sebagai dasar dalam proses perencanaan. Hansen dan Mowen menjelaskan bahwa informasi biaya digunakan oleh manajemen untuk menyusun rencana operasional maupun strategis perusahaan. Dalam tahap ini, informasi biaya membantu manajer memperkirakan kebutuhan sumber daya, menyusun anggaran, menetapkan target biaya, dan merencanakan

tingkat laba yang ingin dicapai. Perencanaan yang didukung oleh informasi biaya yang relevan memungkinkan perusahaan mengalokasikan sumber daya secara lebih efisien dan mengurangi risiko terjadinya pemborosan. Dalam konteks UMKM, fungsi perencanaan sangat penting karena sebagian besar keputusan usaha masih berada di tangan pemilik. Informasi biaya yang relevan dapat digunakan sebagai dasar untuk memperkirakan biaya produksi, menentukan jumlah produksi, merencanakan kebutuhan bahan baku, serta menetapkan harga jual yang sesuai dengan kondisi pasar. Dengan demikian, informasi biaya menjadi dasar penyusunan strategi usaha yang lebih terarah.

2. *Controlling* (Pengendalian)

Fungsi kedua adalah pengendalian (*controlling*). Hansen dan Mowen menyatakan bahwa informasi biaya digunakan untuk memonitor pelaksanaan kegiatan operasional dengan cara membandingkan antara biaya yang direncanakan dengan biaya yang benar-benar terjadi. Hasil perbandingan tersebut memungkinkan manajemen mengidentifikasi penyimpangan (*variance*) serta menentukan tindakan korektif yang diperlukan agar tujuan organisasi tetap tercapai. Melalui fungsi pengendalian, informasi biaya juga membantu perusahaan mengevaluasi efisiensi penggunaan sumber daya. Pada UMKM, pengendalian biaya sangat diperlukan untuk mengurangi pemborosan bahan baku, tenaga kerja, maupun biaya operasional lainnya. Dengan adanya informasi biaya yang relevan, pemilik usaha dapat segera mengetahui apabila terjadi

kenaikan biaya yang tidak wajar sehingga tindakan perbaikan dapat dilakukan lebih cepat.

3. *Continuous Improvement* (Perbaikan Berkelanjutan)

Hansen dan Mowen menjelaskan bahwa informasi biaya juga berfungsi mendukung *continuous improvement* atau perbaikan berkelanjutan. Perusahaan dituntut untuk terus meningkatkan kualitas produk, menekan biaya, mempercepat proses produksi, dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Informasi biaya menjadi dasar dalam mengidentifikasi aktivitas yang tidak memberikan nilai tambah (*non-value-added activities*) sehingga perusahaan dapat melakukan perbaikan proses secara berkelanjutan. Pada UMKM, perbaikan berkelanjutan dapat dilakukan melalui evaluasi biaya produksi secara rutin, pencarian alternatif bahan baku yang lebih ekonomis, peningkatan efisiensi proses produksi, serta pengurangan aktivitas yang tidak memberikan manfaat bagi pelanggan. Dengan demikian, informasi biaya yang relevan tidak hanya digunakan untuk mengetahui besarnya biaya, tetapi juga menjadi alat untuk meningkatkan daya saing usaha.

4. *Decision Making* (Pengambilan Keputusan)

Fungsi yang paling penting dari informasi biaya adalah sebagai dasar pengambilan keputusan. Hansen dan Mowen menjelaskan bahwa informasi biaya digunakan untuk membantu manajer memilih alternatif tindakan yang memberikan manfaat ekonomi paling besar bagi perusahaan. Informasi tersebut digunakan dalam berbagai keputusan, seperti menentukan harga jual, menerima atau menolak pesanan khusus, memilih pemasok, menentukan bauran produk,

hingga melakukan investasi pada teknologi baru. Dalam UMKM, fungsi ini sangat penting karena sebagian besar keputusan bisnis dilakukan langsung oleh pemilik usaha. Informasi biaya yang relevan memungkinkan pemilik usaha menetapkan harga jual berdasarkan biaya yang dikeluarkan, memperkirakan keuntungan yang akan diperoleh, mengevaluasi kelayakan suatu produk, serta memilih strategi usaha yang paling menguntungkan. Oleh karena itu, kualitas keputusan bisnis sangat dipengaruhi oleh kualitas informasi biaya yang tersedia.

2.1.6.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Relevansi Informasi Biaya

IFRS Foundation, (2018:25-31) menjelaskan bahwa suatu informasi akan bernilai relevan apabila mampu memengaruhi keputusan pengguna laporan keuangan. Tingkat relevansi tersebut dipengaruhi oleh beberapa karakteristik informasi yang membuat informasi menjadi berguna (*useful financial information*). Karakteristik tersebut dapat dijadikan dasar dalam menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi relevansi informasi biaya.

1. *Predictive Value* (Nilai Prediktif)

Informasi memiliki nilai prediktif apabila dapat digunakan sebagai dasar untuk memprediksi hasil di masa depan (*future outcomes*). Semakin besar kemampuan informasi biaya dalam membantu memperkirakan laba, biaya produksi, maupun harga jual di masa mendatang, maka semakin tinggi tingkat relevansinya.

2. *Confirmatory Value* (Nilai Konfirmatori)

Informasi juga harus mampu mengonfirmasi atau mengoreksi keputusan yang telah dibuat sebelumnya. Informasi biaya digunakan untuk mengevaluasi apakah keputusan penetapan harga yang telah dilakukan sudah tepat atau perlu diperbaiki.

3. *Materiality* (Materialitas)

Materialitas merupakan bagian dari relevansi. Informasi dianggap material apabila penghilangan atau kesalahan penyajian informasi tersebut dapat memengaruhi keputusan pengguna. Dalam konteks informasi biaya, semakin material informasi biaya terhadap keputusan harga jual, maka semakin tinggi tingkat relevansinya.

4. *Timeliness* (Ketepatan Waktu)

IFRS mengklasifikasikan ketepatan waktu sebagai *enhancing qualitative characteristic*. Informasi harus tersedia ketika keputusan akan dibuat. Informasi biaya yang terlambat akan kehilangan manfaatnya meskipun akurat.

5. *Understandability* (Kemudahan Dipahami)

Informasi yang diklasifikasikan, disajikan, dan dijelaskan secara jelas akan lebih mudah dipahami oleh pengguna. Informasi biaya yang mudah dipahami akan lebih mudah dimanfaatkan dalam pengambilan keputusan.

2.1.6.5 Dimensi dan Indikator Relevansi Informasi Biaya

Menurut Keiso et al., (2019:2-8), relevansi (*relevance*) merupakan salah satu karakteristik kualitatif fundamental yang menjadikan informasi akuntansi berguna

dalam pengambilan keputusan. Suatu informasi dikatakan relevan apabila mampu memengaruhi keputusan pengguna karena memiliki nilai prediktif (*predictive value*), nilai konfirmatori atau umpan balik (*confirmatory value*), atau keduanya. Selain itu, informasi yang relevan harus tersedia pada saat dibutuhkan sehingga tetap memiliki kemampuan memengaruhi keputusan yang akan diambil.

Kieso, Weygandt, dan Warfield juga menjelaskan bahwa informasi yang memiliki *predictive value* membantu pengguna menyusun ekspektasi mengenai kondisi yang akan datang berdasarkan informasi keuangan yang tersedia. Sementara itu, *confirmatory value* memungkinkan pengguna mengevaluasi apakah keputusan atau prediksi sebelumnya telah sesuai dengan kondisi aktual. Dengan demikian, informasi akuntansi tidak hanya berfungsi sebagai dasar prediksi masa depan, tetapi juga sebagai alat evaluasi terhadap hasil yang telah dicapai.

Selanjutnya, *timeliness* merupakan salah satu karakteristik peningkat (*enhancing qualitative characteristic*) yang menyebabkan informasi semakin bermanfaat. Informasi harus tersedia sebelum kehilangan kemampuannya dalam memengaruhi keputusan sehingga pengguna memperoleh informasi pada waktu yang tepat untuk melakukan tindakan ekonomi.

Menurut Hansen et al., (2022), tujuan utama sistem informasi biaya adalah menghasilkan informasi biaya yang memiliki kualitas, relevansi, isi informasi, dan ketepatan waktu sehingga dapat digunakan dalam kegiatan perencanaan, pengendalian, serta pengambilan keputusan manajerial. Sistem biaya yang baik tidak

hanya menghasilkan informasi biaya yang akurat, tetapi juga menghasilkan informasi yang relevan terhadap kebutuhan manajemen.

Hansen & Mowen menjelaskan bahwa sistem *Activity-Based Cost Management* (ABCM) dikembangkan untuk meningkatkan *quality, content, relevance, and timing of cost information*. Informasi biaya yang berkualitas akan membantu manajemen melakukan perencanaan, mengendalikan biaya, mengevaluasi kinerja, serta menentukan keputusan strategis perusahaan. Oleh karena itu, kualitas informasi biaya tidak hanya ditentukan oleh ketepatan perhitungan biaya, tetapi juga oleh kemampuan informasi tersebut dalam mendukung keputusan manajemen secara efektif.

Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Kieso, Weygandt, dan Warfield (2019) serta Hansen et al., dapat disimpulkan bahwa relevansi informasi biaya merupakan kemampuan informasi biaya dalam menyediakan informasi yang berguna bagi manajemen untuk melaksanakan fungsi perencanaan, pengendalian, evaluasi, dan pengambilan keputusan. Informasi biaya yang relevan harus mampu memengaruhi keputusan pengguna melalui penyajian informasi yang tepat waktu, memiliki kemampuan memprediksi kondisi masa mendatang, memberikan umpan balik terhadap hasil yang telah dicapai, menyajikan informasi secara lengkap, serta sesuai dengan kebutuhan keputusan yang dihadapi manajemen.

Mengacu pada teori tersebut, penelitian ini menggunakan lima dimensi utama untuk mengukur Relevansi Informasi Biaya, yaitu:

1. Ketepatan Waktu (*Timeliness*)

Menurut Kieso et al. (2019:2–8), informasi dikatakan relevan apabila tersedia pada saat dibutuhkan sehingga masih mampu memengaruhi keputusan ekonomi. Hansen et al. (2022) juga menjelaskan bahwa informasi biaya harus disajikan tepat waktu agar dapat digunakan dalam perencanaan, pengendalian, dan pengambilan keputusan. Oleh karena itu, dimensi ketepatan waktu dipilih karena informasi biaya yang terlambat akan mengurangi nilai kegunaannya dalam menentukan harga jual maupun mengendalikan biaya produksi. Maka indikatornya:

- a. Ketersediaan informasi biaya tepat waktu: mengukur apakah informasi biaya telah tersedia ketika manajemen membutuhkannya untuk menetapkan harga jual maupun mengambil keputusan operasional.
- b. Penyusunan laporan biaya secara berkala: mengukur konsistensi perusahaan dalam menyusun laporan biaya pada periode tertentu sehingga informasi selalu diperbarui.
- c. Kecepatan penyajian informasi biaya pasca-produksi: mengukur durasi atau jeda waktu antara selesainya proses produksi dengan terbitnya laporan biaya riil.

2. Nilai Prediktif (*Predictive Value*)

Menurut Kieso et al. (2019), informasi memiliki nilai prediktif apabila mampu membantu pengguna memperkirakan kondisi masa depan. Dalam akuntansi biaya, Hansen et al. (2022) menjelaskan bahwa informasi biaya digunakan

sebagai dasar penyusunan anggaran, perencanaan produksi, dan estimasi biaya di masa mendatang. Oleh karena itu, dimensi ini dipilih karena informasi biaya yang relevan harus mampu mendukung proses perencanaan perusahaan. Maka indikator

- a. Kegunaan informasi untuk memperkirakan biaya periode mendatang: mengukur kemampuan informasi biaya dalam membantu perusahaan mengestimasi biaya produksi pada periode berikutnya.
- b. Kegunaan informasi untuk menyusun rencana atau anggaran produksi: mengukur sejauh mana informasi biaya digunakan sebagai dasar penyusunan anggaran dan perencanaan produksi.
- c. Keandalan informasi biaya untuk mendeteksi fluktuasi harga bahan baku: mengukur sensitivitas data biaya dalam memberikan sinyal dini terhadap perubahan harga pasar bahan baku utama agar manajemen dapat melakukan mitigasi.

3. Nilai Umpan Balik (*Feedback/Confirmatory Value*)

Kieso et al. (2019) menjelaskan bahwa informasi memiliki nilai konfirmatori apabila dapat digunakan untuk mengevaluasi apakah keputusan sebelumnya telah sesuai dengan kondisi aktual. Hansen et al. (2022) juga menegaskan bahwa informasi biaya berfungsi sebagai alat evaluasi kinerja dan pengendalian biaya. Oleh karena itu, dimensi ini dipilih karena informasi biaya tidak hanya digunakan untuk merencanakan, tetapi juga mengevaluasi hasil yang telah dicapai. Maka indikatornya:

- a. Kegunaan informasi untuk mengevaluasi kesesuaian biaya dengan rencana: mengukur kemampuan informasi biaya dalam membandingkan biaya aktual dengan anggaran.
- b. Kegunaan informasi untuk perbaikan proses produksi berikutnya: mengukur pemanfaatan informasi biaya sebagai dasar peningkatan efisiensi proses produksi.
- c. Kegunaan informasi dalam mengidentifikasi penyimpangan biaya (*cost variance*): mengukur kemampuan informasi biaya dalam mendeteksi selisih biaya sehingga dapat dilakukan tindakan korektif.

4. Kelengkapan Informasi

Hansen et al. (2022) menyatakan bahwa kualitas informasi biaya dipengaruhi oleh kelengkapan isi (*content*) yang disajikan. Informasi biaya harus mencakup seluruh unsur biaya produksi agar mampu memberikan gambaran yang utuh mengenai biaya yang dikeluarkan perusahaan. Oleh karena itu, dimensi ini dipilih karena informasi yang tidak lengkap dapat menyebabkan kesalahan dalam perhitungan harga pokok produksi maupun penetapan harga jual. Maka indikatornya:

- a. Cakupan seluruh komponen biaya produksi: mengukur apakah informasi biaya telah mencakup biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, dan biaya overhead.
- b. Penyajian rinci per jenis biaya: mengukur tingkat ke rincian informasi biaya sehingga mudah dianalisis.

- c. Kelengkapan informasi pendukung perhitungan biaya: mengukur apakah informasi biaya dilengkapi dengan rincian atau dokumen pendukung yang memadai untuk proses analisis dan pengambilan keputusan.

5. Kesesuaian dengan Kebutuhan Pengambilan Keputusan

Menurut Hansen et al. (2022), tujuan utama sistem informasi biaya adalah menyediakan informasi yang relevan bagi manajemen dalam pengambilan keputusan. Kieso et al. (2019) juga menjelaskan bahwa informasi yang relevan harus mampu memengaruhi keputusan pengguna. Oleh karena itu, dimensi ini dipilih karena kualitas informasi biaya pada akhirnya ditentukan oleh sejauh mana informasi tersebut benar-benar digunakan dalam proses pengambilan keputusan perusahaan. Maka indikatornya:

- a. Kesesuaian informasi dengan kebutuhan penetapan harga jual: mengukur apakah informasi biaya telah memenuhi kebutuhan dalam menentukan harga jual produk.
- b. Peran informasi sebagai pertimbangan utama keputusan usaha: mengukur tingkat penggunaan informasi biaya sebagai dasar pengambilan keputusan manajerial.
- c. Kesesuaian informasi biaya untuk pengendalian biaya dan evaluasi usaha: mengukur apakah informasi biaya dimanfaatkan dalam pengendalian biaya serta evaluasi kinerja usaha.

2.1.6.6 Peran Informasi Biaya dalam Pengambilan Keputusan Manajerial

Menurut Hansen et al., (2022:4) menjelaskan bahwa peran informasi biaya merupakan sistem yang dirancang untuk menghasilkan informasi bagi pengguna internal perusahaan. Sistem ini memiliki tiga tujuan utama, yaitu menentukan biaya produk atau jasa (*costing*), mendukung kegiatan perencanaan dan pengendalian (*planning and control*), serta mendukung pengambilan keputusan (*decision making*). Dengan demikian, informasi biaya tidak hanya berfungsi sebagai dasar penyusunan laporan keuangan, tetapi juga menjadi sumber informasi penting bagi manajemen dalam mengevaluasi kinerja dan memilih alternatif keputusan yang paling menguntungkan.

Selain itu, Hansen et al., (2022:14) juga menjelaskan bahwa informasi yang dihasilkan oleh sistem manajemen biaya harus mampu mendukung proses perencanaan, pengendalian, perbaikan berkelanjutan (*continuous improvement*), dan pengambilan keputusan. Pengambilan keputusan merupakan proses memilih satu alternatif terbaik di antara berbagai pilihan yang tersedia. Oleh karena itu, sistem informasi akuntansi manajemen berperan menyediakan informasi biaya yang relevan sehingga manajer dapat mengambil keputusan yang lebih efektif, termasuk dalam penetapan harga jual, evaluasi efisiensi operasi, dan perencanaan strategi perusahaan. Serta Hansen et al., (2022:32) menegaskan bahwa sistem manajemen biaya modern tidak hanya berorientasi pada perhitungan biaya produksi, tetapi juga memperhatikan seluruh *value chain*, mulai dari penelitian dan pengembangan, desain produk, produksi, pemasaran, distribusi, hingga layanan pelanggan. Informasi biaya yang

mencakup seluruh aktivitas tersebut menghasilkan informasi yang lebih relevan bagi keputusan strategis, seperti analisis profitabilitas dan penetapan harga jual, dibandingkan apabila hanya menggunakan biaya produksi semata.

2.1.7 Harga Jual

2.1.7.1 Pengertian Harga Jual

Menurut Mulyadi, (2018:348), pengertian harga jual adalah sebagai berikut:

“Harga jual adalah jumlah yang dibebankan kepada konsumen yang diperoleh dari penjumlahan biaya produksi, biaya non-produksi, serta laba yang diharapkan. Definisi ini menekankan bahwa harga jual merupakan hasil dari perhitungan biaya secara menyeluruh yang ditambah dengan margin keuntungan tertentu”.

Menurut Kotler & Armstrong, (2018) pengertian harga jual adalah sebagai berikut:

“Price is the amount of money charged for a product or service, or the sum of the values that customers give up to gain the benefits of having or using a product or service”.

Berdasarkan pendapat Kotler & Armstrong, (2018) harga jual merupakan sejumlah uang atau nilai yang harus dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat dari suatu produk atau jasa. Dalam perspektif pemasaran, harga tidak hanya mencerminkan biaya yang dikeluarkan perusahaan, tetapi juga nilai (*value*) yang dirasakan oleh pelanggan. Oleh karena itu, penetapan harga jual harus mempertimbangkan biaya produksi, kondisi pasar, tingkat persaingan, serta persepsi konsumen terhadap nilai produk agar perusahaan mampu mencapai laba yang diharapkan sekaligus mempertahankan daya saing di pasar.

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa harga jual merupakan sejumlah nilai atau uang yang dibebankan kepada konsumen atas suatu produk atau jasa, yang ditetapkan dengan mempertimbangkan biaya yang dikeluarkan perusahaan, laba yang diharapkan, serta nilai yang dirasakan oleh konsumen. Menurut Mulyadi, harga jual ditentukan melalui penjumlahan biaya produksi, biaya non-produksi, dan margin laba yang diinginkan sehingga berorientasi pada pendekatan biaya (*cost-based pricing*). Sementara itu, Kotler dan Armstrong menekankan bahwa harga jual tidak hanya mencerminkan biaya, tetapi juga mencerminkan nilai (*value*) yang diterima pelanggan serta harus disesuaikan dengan kondisi pasar dan persaingan. Oleh karena itu, penetapan harga jual yang efektif harus mampu menyeimbangkan antara perhitungan biaya yang akurat, pencapaian laba perusahaan, dan persepsi nilai pelanggan agar tujuan perusahaan serta kepuasan konsumen dapat tercapai secara optimal.

2.1.7.2 Tujuan Penetapan Harga Jual

Tujuan penetapan harga jual merupakan aspek penting dalam manajemen karena berkaitan langsung dengan keberlangsungan usaha, laba, serta daya saing perusahaan.

Menurut Asih et al., (2025), tujuan penetapan harga jual meliputi beberapa hal, yaitu:

“Tujuan utama penetapan harga jual adalah untuk memperoleh laba yang optimal bagi perusahaan. Laba merupakan selisih antara harga jual dan biaya produksi, sehingga penentuan harga jual yang tepat sangat menentukan

tingkat keuntungan. Selain itu, penetapan harga jual bertujuan untuk meningkatkan daya saing perusahaan di pasar. Harga yang kompetitif akan menarik minat konsumen dan meningkatkan volume penjualan. Dengan menetapkan harga yang mampu menutup seluruh biaya dan menghasilkan laba, perusahaan dapat terus beroperasi dan berkembang. Dalam konteks UMKM, tujuan penetapan harga jual sering kali tidak hanya berorientasi pada laba, tetapi juga pada keberlangsungan usaha dan kemampuan bersaing di pasar lokal. Penelitian menunjukkan bahwa penetapan harga jual yang tepat dapat meningkatkan profitabilitas dan daya saing UMKM”.

Menurut Kotler & Armstrong, (2018:62) tujuan penetapan harga jual meliputi beberapa hal, yaitu:

“Kemampuan bertahan, memaksimalkan laba, memaksimalkan pendapatan, memperluas pangsa pasar, serta kepemimpinan kualitas produk. Artinya, perusahaan menetapkan harga tidak hanya untuk memperoleh keuntungan, tetapi juga untuk menjaga eksistensi dan posisi di pasar”.

Menurut Yulianti, (2024:30), tujuan penetapan harga jual meliputi beberapa hal, yaitu:

“Informasi biaya digunakan untuk menentukan harga jual yang tepat guna mencapai laba yang diharapkan serta mendukung pengambilan keputusan manajerial. Penetapan harga jual yang tepat akan membantu perusahaan dalam menutup biaya produksi dan menghasilkan keuntungan yang optimal”.

Berdasarkan beberapa pernyataan tersebut, dapat disimpulkan bahwa tujuan penetapan harga jual tidak hanya berfokus pada perolehan laba, tetapi juga mencakup keberlangsungan usaha, peningkatan penjualan, perluasan pangsa pasar, menghadapi persaingan, serta menjaga posisi perusahaan di pasar. Penetapan harga jual juga berperan sebagai alat strategis yang harus disesuaikan dengan kondisi biaya, permintaan pasar, dan tujuan perusahaan. Dengan demikian, keputusan

penetapan harga yang tepat akan membantu perusahaan mencapai keseimbangan antara profitabilitas dan daya saing.

2.1.7.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Harga Jual

Faktor-faktor yang mempengaruhi harga jual merupakan hal penting dalam proses penentuan harga karena berkaitan langsung dengan kemampuan perusahaan dalam mencapai laba dan bersaing di pasar.

Menurut Ubaidillah, (2021:68), faktor yang mempengaruhi harga jual yaitu:

“Faktor yang mempengaruhi harga jual secara umum dibagi menjadi dua, yaitu faktor biaya dan faktor bukan biaya. Faktor biaya berkaitan dengan seluruh pengorbanan yang dikeluarkan untuk menghasilkan produk, yang menjadi batas bawah dalam penetapan harga jual, sedangkan faktor bukan biaya berasal dari luar perusahaan seperti kondisi pasar dan lingkungan bisnis yang mempengaruhi keputusan harga”.

Menurut Fitri et al., (2025), faktor yang mempengaruhi harga jual yaitu:

“Harga jual dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik internal maupun eksternal. Faktor internal meliputi biaya produksi, target laba, dan strategi perusahaan. Biaya produksi merupakan faktor utama dalam penentuan harga jual, karena harga harus mampu menutup seluruh biaya yang dikeluarkan. Permintaan pasar juga mempengaruhi harga jual. Semakin tinggi permintaan, perusahaan memiliki peluang untuk menetapkan harga yang lebih tinggi. Tingkat persaingan juga menjadi faktor penting. Dalam pasar yang kompetitif, perusahaan harus mempertimbangkan harga pesaing dalam menetapkan harga jual. Selain itu, faktor eksternal seperti kondisi ekonomi dan preferensi konsumen juga mempengaruhi harga jual. Penelitian menunjukkan bahwa faktor biaya dan pasar memiliki pengaruh signifikan terhadap penetapan harga jual pada UMKM. Dalam praktik UMKM, faktor pasar sering kali lebih dominan dibandingkan faktor biaya, sehingga harga jual tidak selalu mencerminkan biaya produksi”.

Berdasarkan pernyataan tersebut, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi harga jual secara umum terdiri dari faktor internal dan faktor

eksternal. Faktor internal terutama mencakup biaya produksi, target laba, dan strategi perusahaan, di mana biaya menjadi dasar utama sebagai batas bawah dalam penetapan harga. Sementara itu, faktor eksternal meliputi kondisi pasar, tingkat permintaan, persaingan, kondisi ekonomi, serta preferensi konsumen yang sangat menentukan tingkat harga yang dapat diterima oleh pasar. Dalam praktiknya, khususnya pada UMKM, faktor pasar sering kali lebih dominan dibandingkan faktor biaya, sehingga harga jual yang ditetapkan tidak selalu mencerminkan biaya produksi secara penuh. Oleh karena itu, penetapan harga jual harus mempertimbangkan secara seimbang antara faktor biaya dan kondisi pasar agar dapat mencapai laba yang diharapkan sekaligus tetap kompetitif.

2.1.7.4 Metode Penetapan Harga Jual

Metode penetapan harga jual terbagi menjadi tiga antara lain sebagai berikut:

1. *Cost Plus Pricing*

Menurut Hansen et al., (2022:920), menyatakan *cost plus pricing* adalah sebagai berikut:

“*cost plus pricing* merupakan metode penetapan harga yang dimulai dengan menghitung biaya produk sebagai dasar harga, kemudian menambahkan *markup* yang cukup untuk menutup biaya nonproduksi serta menghasilkan laba yang diinginkan. Pendekatan ini banyak digunakan ketika perusahaan memiliki informasi biaya yang akurat sehingga harga jual dapat memberikan tingkat keuntungan yang sesuai dengan target perusahaan”.

2. *Market-Based Pricing*

Menurut (Hansen et al., 2022:914), pengertian *market-based pricing* adalah sebagai berikut:

“*market-based pricing* adalah pendekatan penetapan harga yang berorientasi pada kondisi pasar. Harga ditentukan berdasarkan nilai yang dirasakan pelanggan, tingkat permintaan, serta harga yang ditawarkan pesaing, kemudian perusahaan mengelola biaya agar tetap memperoleh laba pada harga pasar tersebut”.

3. *Break-Even Pricing*

Menurut Kotler & Armstrong, (2018:315), menyatakan *break-even pricing*:

“*Break-even pricing* (target return pricing) merupakan metode penetapan harga dengan menetapkan harga pada tingkat yang memungkinkan perusahaan mencapai titik impas atau memperoleh tingkat pengembalian investasi yang ditargetkan”.

2.1.8 Efektivitas Penetapan Harga Jual

2.1.8.1 Konsep dan Tujuan Penetapan Harga Jual

Menurut Kotler & Armstrong, (2018:309) menjelaskan bahwa konsep efektivitas penetapan harga jual sebagai berikut:

“Dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif, perusahaan tidak seharusnya hanya berfokus pada penetapan harga yang rendah untuk menarik konsumen. Sebaliknya, perusahaan perlu menekankan penciptaan nilai (*customer value*) sehingga konsumen bersedia membayar harga yang lebih tinggi apabila manfaat yang diterima dianggap sepadan. Harga menjadi salah satu instrumen strategis dalam pemasaran yang tidak hanya berfungsi sebagai alat transaksi, tetapi juga sebagai indikator nilai produk di mata konsumen. Lebih lanjut, harga merupakan satu-satunya unsur dalam bauran pemasaran (*marketing mix*) yang secara langsung menghasilkan pendapatan (*revenue*),

sedangkan unsur lainnya seperti produk, promosi, dan distribusi justru menimbulkan biaya. Selain itu, harga merupakan elemen bauran pemasaran yang paling fleksibel karena dapat disesuaikan dengan cepat mengikuti perubahan kondisi pasar, permintaan konsumen, maupun strategi pesaing. Fleksibilitas tersebut menjadikan penetapan harga sebagai keputusan yang sangat penting dalam mencapai tujuan pemasaran perusahaan”.

Menurut Mulyadi, (2018) konsep efektivitas penetapan harga jual adalah sebagai berikut:

“Harga jual ditentukan dengan menambahkan laba yang diharapkan di atas biaya penuh (*full cost*) sehingga seluruh biaya perusahaan dapat tertutup dan perusahaan memperoleh laba yang diinginkan”.

Dalam praktiknya, penetapan harga tidak hanya bertujuan untuk menentukan nilai jual suatu produk, tetapi juga merupakan sarana bagi perusahaan untuk memperoleh imbal hasil atas nilai yang telah diciptakannya kepada pelanggan. Harga yang ditetapkan harus mampu mencerminkan manfaat yang diterima konsumen sekaligus memberikan keuntungan yang layak bagi perusahaan. Oleh karena itu, tantangan utama dalam penetapan harga adalah menemukan tingkat harga yang mampu menciptakan keseimbangan antara nilai yang dirasakan konsumen dengan laba yang diharapkan perusahaan. Harga memiliki peran strategis dalam membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan (*customer relationships*). Harga yang sesuai dengan persepsi nilai konsumen akan meningkatkan kepuasan pelanggan, memperkuat loyalitas, serta mendorong keberlanjutan hubungan antara perusahaan dan konsumennya. Sebaliknya, apabila harga yang ditetapkan melebihi nilai yang dirasakan pelanggan, maka konsumen cenderung tidak akan melakukan pembelian.

Oleh karena itu, perusahaan harus memahami persepsi nilai pelanggan sebelum menetapkan harga suatu produk atau jasa (Kotler & Armstrong, 2018:324).

Berkaitan dengan tujuan penetapan harga, menjelaskan bahwa keputusan harga harus diselaraskan dengan tujuan pemasaran dan strategi perusahaan secara keseluruhan. Tujuan tersebut antara lain memperoleh laba yang wajar, mempertahankan pelanggan melalui penciptaan hubungan yang menguntungkan, menghadapi persaingan pasar, memberikan dukungan kepada saluran distribusi, serta mendukung posisi produk di pasar. Selain itu, keputusan harga juga harus mempertimbangkan kondisi permintaan pasar, daya beli konsumen, strategi pesaing, kondisi ekonomi, serta faktor-faktor eksternal lainnya agar harga yang ditetapkan mampu memberikan nilai yang optimal bagi pelanggan sekaligus menjaga keberlangsungan usaha perusahaan. Dalam konteks penelitian mengenai efektivitas penetapan harga jual pada UMKM, konsep yang dikemukakan oleh Kotler & Armstrong, (2018) menunjukkan bahwa harga yang efektif bukan sekadar mampu menutup biaya produksi dan menghasilkan keuntungan, tetapi juga harus mencerminkan nilai yang dirasakan konsumen serta sesuai dengan kemampuan daya beli pasar sasaran.

Berdasarkan pernyataan para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa efektivitas penetapan harga jual merupakan tingkat keberhasilan perusahaan dalam menetapkan harga produk yang mampu memenuhi tujuan ekonomi dan pemasaran secara bersamaan. Dari perspektif pemasaran, harga yang efektif adalah harga yang mampu menciptakan nilai bagi pelanggan, dapat diterima oleh konsumen, serta memiliki daya

saing di pasar sehingga mendukung peningkatan penjualan. Sementara itu, dari perspektif akuntansi biaya, harga jual yang efektif adalah harga yang disusun berdasarkan informasi biaya yang akurat sehingga mampu menutup seluruh biaya yang dikeluarkan perusahaan dan menghasilkan laba sesuai dengan target yang telah ditetapkan.

2.1.8.2 Penetapan Harga Jual Berbasis Biaya

Menurut Mulyadi, (2018:348) penetapan harga jual berbasis biaya adalah sebagai berikut:

”*cost-plus pricing* merupakan metode penentuan harga jual yang dilakukan dengan cara menambahkan laba (*markup*) yang diharapkan di atas biaya penuh (*full cost*) suatu produk atau jasa. Dalam pendekatan ini, biaya penuh dijadikan dasar penetapan harga jual karena seluruh unsur biaya produksi maupun biaya nonproduksi harus dapat dipulihkan melalui pendapatan penjualan. Setelah seluruh biaya tersebut diperhitungkan, perusahaan menambahkan persentase laba yang diinginkan sehingga harga jual tidak hanya mampu menutup seluruh biaya, tetapi juga memberikan tingkat keuntungan yang sesuai dengan sasaran perusahaan”.

Oleh karena itu, keakuratan perhitungan harga pokok produksi menjadi faktor yang sangat penting, karena kesalahan dalam menghitung biaya akan mengakibatkan harga jual yang ditetapkan menjadi terlalu rendah sehingga laba tidak tercapai, atau terlalu tinggi sehingga daya saing produk menurun.

2.1.8.3 Dimensi dan indikator Efektivitas Penetapan Harga Jual

Menurut Kotler & Armstrong, (2018:308), harga (*price*) merupakan sejumlah uang yang dibayarkan pelanggan untuk memperoleh manfaat dari suatu

produk atau jasa. Penetapan harga merupakan salah satu keputusan pemasaran yang paling penting karena harga secara langsung memengaruhi pendapatan, laba perusahaan, daya saing produk, serta persepsi konsumen terhadap nilai produk. Oleh karena itu, perusahaan harus menetapkan harga secara tepat dengan mempertimbangkan biaya, kondisi pasar, tujuan perusahaan, serta karakteristik konsumen. Kotler & Armstrong, (2018:309) juga menjelaskan bahwa dalam menetapkan harga, perusahaan dapat menggunakan *cost-based pricing*, yaitu metode penetapan harga yang didasarkan pada seluruh biaya yang dikeluarkan perusahaan ditambah tingkat laba yang diharapkan. Selain itu, perusahaan juga perlu mempertimbangkan *competition-based pricing*, yaitu kondisi harga yang ditetapkan oleh pesaing agar produk tetap memiliki daya saing di pasar. Penetapan harga yang efektif tidak hanya mampu menutup biaya produksi, tetapi juga menghasilkan keuntungan, diterima oleh konsumen, serta mendukung keberlangsungan perusahaan.

Menurut Mulyadi, (2018), harga jual merupakan sejumlah nilai yang ditetapkan perusahaan untuk memperoleh penggantian atas seluruh biaya yang telah dikeluarkan dalam menghasilkan produk sekaligus memperoleh laba yang diharapkan. Dalam akuntansi biaya, penetapan harga jual didasarkan pada informasi harga pokok produksi yang akurat sehingga harga yang ditetapkan mampu menutup seluruh biaya produksi dan memberikan tingkat keuntungan sesuai tujuan perusahaan.

Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Kotler & Armstrong, (2018) serta Mulyadi, (2018), dapat disimpulkan bahwa efektivitas penetapan harga jual merupakan kemampuan perusahaan dalam menetapkan harga jual yang mampu mencapai tujuan ekonomi perusahaan melalui keseimbangan antara aspek biaya, laba, kondisi pasar, dan kebutuhan konsumen. Penetapan harga yang efektif tidak hanya berorientasi pada penentuan besarnya harga, tetapi juga pada kemampuan harga tersebut dalam menutup seluruh biaya produksi, menghasilkan laba sesuai target, bersaing di pasar, diterima oleh konsumen, serta menjamin keberlangsungan usaha dalam jangka panjang.

Menurut Kotler & Armstrong, (2018:309-312), keberhasilan penetapan harga dipengaruhi oleh tujuan penetapan harga (*pricing objectives*), metode penetapan harga berbasis biaya (*cost-based pricing*), penetapan harga berdasarkan persaingan (*competition-based pricing*), serta pertimbangan terhadap persepsi nilai pelanggan (*customer value*). Sementara itu, Mulyadi (2018) menjelaskan bahwa harga jual harus ditentukan berdasarkan informasi biaya yang akurat agar seluruh biaya produksi dapat dipulihkan dan perusahaan memperoleh laba sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Oleh karena itu, penelitian ini mengintegrasikan kedua teori tersebut sehingga menghasilkan lima dimensi yang dianggap mampu merepresentasikan efektivitas penetapan harga jual.

1. Kemampuan Menutup Biaya Produksi

Dimensi kemampuan menutup biaya produksi dipilih karena tujuan paling mendasar dalam penetapan harga jual adalah memastikan seluruh biaya yang

dikeluarkan perusahaan dapat dipulihkan melalui pendapatan penjualan. Menurut Mulyadi, (2018) harga jual harus ditentukan berdasarkan informasi biaya yang akurat agar seluruh biaya produksi dapat ditutup sekaligus memberikan dasar yang tepat dalam memperoleh laba. Sejalan dengan itu, menurut Kotler & Armstrong, (2018) melalui pendekatan *cost-based pricing* bahwa harga ditetapkan dengan mempertimbangkan seluruh biaya yang dikeluarkan perusahaan kemudian ditambah tingkat keuntungan yang diinginkan. Dengan demikian, efektivitas penetapan harga jual dapat dinilai dari kemampuan harga dalam menutup seluruh biaya produksi sehingga kegiatan operasional perusahaan dapat berlangsung secara berkelanjutan. Maka indikatornya:

- a. Harga jual mampu menutup seluruh biaya produksi: mengukur kemampuan harga jual dalam mengembalikan seluruh biaya produksi yang telah dikeluarkan perusahaan.
- b. Harga jual berada di atas harga pokok produksi: mengukur apakah harga jual telah memberikan selisih positif dibandingkan harga pokok produksi sehingga perusahaan tidak mengalami kerugian.
- c. Harga jual mempertimbangkan seluruh unsur biaya produksi: mengukur apakah seluruh biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, dan overhead telah dijadikan dasar dalam penetapan harga jual.

2. Pencapaian Laba yang Diharapkan

Dimensi ini dipilih karena tujuan penetapan harga jual bukan hanya mengembalikan biaya produksi, tetapi juga menghasilkan keuntungan sesuai

sasaran perusahaan. Menurut Kotler & Armstrong, (2018), salah satu tujuan strategi harga adalah *target profit pricing*, yaitu menetapkan harga agar laba yang diperoleh sesuai dengan target yang telah direncanakan. Pendapat tersebut didukung oleh Mulyadi, (2018) yang menjelaskan bahwa informasi biaya menjadi dasar dalam menentukan harga jual agar perusahaan memperoleh margin laba yang diinginkan. Oleh karena itu, efektivitas harga jual dapat dilihat dari kemampuan perusahaan mencapai target keuntungan secara konsisten. Maka indikatornya:

- a. Margin laba sesuai target usaha: mengukur kesesuaian laba yang diperoleh dengan target perusahaan.
- b. Dukungan terhadap pertumbuhan laba: mengukur kemampuan harga jual dalam meningkatkan keuntungan usaha dari waktu ke waktu.
- c. Harga jual memberikan keuntungan yang memadai: mengukur apakah harga jual mampu menghasilkan keuntungan yang dianggap layak oleh perusahaan.

3. Daya Saing Harga di Pasar

Dimensi daya saing harga dipilih karena keberhasilan harga jual tidak hanya ditentukan oleh kondisi internal perusahaan, tetapi juga dipengaruhi oleh persaingan pasar. Menurut Kotler & Armstrong, (2018), perusahaan perlu mempertimbangkan harga pesaing melalui pendekatan *competition-based pricing* agar produk tetap kompetitif. Mulyadi, (2018) juga menjelaskan bahwa dalam menentukan harga jual perusahaan perlu mempertimbangkan kondisi

pasar tanpa mengabaikan pencapaian laba. Oleh karena itu, efektivitas harga jual dapat diukur dari kemampuan perusahaan menetapkan harga yang kompetitif sehingga tetap menarik dibandingkan produk pesaing. Maka indikatornya:

- a. Kemampuan bersaing dengan produk sejenis: mengukur tingkat daya saing harga dibandingkan produk sejenis.
- b. Pertimbangan harga pesaing dalam penetapan harga: mengukur sejauh mana perusahaan memperhatikan harga pesaing ketika menentukan harga jual.
- c. Kemampuan mempertahankan posisi harga di pasar: mengukur kemampuan perusahaan mempertahankan harga yang tetap kompetitif di tengah perubahan kondisi pasar.

4. Kesesuaian dengan Daya Beli Konsumen

Dimensi ini dipilih karena harga yang efektif harus menciptakan keseimbangan antara kemampuan konsumen membayar dan tujuan perusahaan memperoleh laba. Menurut Kotler & Armstrong, (2018), harga merupakan unsur penting dalam pembentukan *customer value*. Harga yang terlalu tinggi dapat menurunkan minat beli, sedangkan harga yang terlalu rendah dapat menurunkan persepsi kualitas produk. Mulyadi, (2018) juga menjelaskan bahwa harga jual harus tetap dapat diterima konsumen tanpa mengabaikan tujuan perusahaan memperoleh keuntungan. Oleh karena itu, efektivitas harga jual juga tercermin

dari kemampuan perusahaan menetapkan harga yang sesuai dengan karakteristik konsumen sasaran. Maka indikatornya:

- a. Kesesuaian harga dengan kemampuan konsumen sasaran: mengukur kesesuaian harga dengan kemampuan daya beli konsumen.
- b. Penerimaan konsumen terhadap harga yang ditetapkan: mengukur tingkat penerimaan konsumen terhadap harga produk.
- c. Kesesuaian harga dengan nilai manfaat produk: mengukur apakah konsumen menilai harga yang dibayarkan sebanding dengan manfaat yang diterima.

5. Mendukung Keberlangsungan Usaha

Dimensi keberlangsungan usaha dipilih karena tujuan akhir penetapan harga bukan hanya memperoleh keuntungan jangka pendek, tetapi juga menjaga kelangsungan operasional perusahaan. Menurut Kotler & Armstrong, (2018), salah satu tujuan strategi penetapan harga adalah *survival*, yaitu mempertahankan keberlangsungan perusahaan dalam menghadapi persaingan dan perubahan pasar. Mulyadi, (2018) menjelaskan bahwa harga jual yang disusun berdasarkan informasi biaya yang tepat akan membantu perusahaan mempertahankan operasional serta mencapai tujuan usaha secara berkelanjutan. Oleh karena itu, efektivitas harga jual dapat dilihat dari kontribusinya terhadap keberlangsungan usaha dalam jangka panjang. Maka indikatornya:

- a. Dukungan terhadap operasional jangka panjang: mengukur kemampuan harga jual dalam menjaga kelangsungan aktivitas operasional perusahaan.

- b. Kontribusi terhadap daya tahan usaha di tengah persaingan: mengukur kemampuan harga jual dalam membantu perusahaan bertahan menghadapi persaingan.
- c. Kemampuan mendukung keberlanjutan usaha: mengukur kemampuan harga jual dalam menjaga keberlangsungan usaha melalui pencapaian pendapatan yang memadai.

2.1.8.4 Peran Efektivitas Harga Jual dalam Kinerja UMKM

Menurut Kotler & Armstrong, (2018:312), peran efektivitas harga jual dalam kinerja UMKM sebagai berikut:

“Harga memiliki peran strategis dalam meningkatkan kinerja usaha, termasuk UMKM, karena harga memengaruhi persepsi nilai pelanggan, permintaan pasar, dan tingkat keuntungan. Penetapan harga yang tepat akan meningkatkan volume penjualan serta loyalitas pelanggan, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan kinerja bisnis secara berkelanjutan”.

Menurut Hansen & Mowen, (2019:510), peran efektivitas harga jual dalam kinerja UMKM sebagai berikut:

“Efektivitas harga jual sangat berperan dalam kinerja perusahaan karena berkaitan dengan kemampuan perusahaan dalam mencapai target laba melalui pengendalian biaya dan penentuan margin yang tepat. Informasi biaya yang akurat akan menghasilkan harga yang kompetitif sehingga dapat meningkatkan profitabilitas dan kinerja usaha secara keseluruhan”.

Menurut Rizki et al., (2024), peran efektivitas harga jual dalam kinerja UMKM sebagai berikut:

“Efektivitas penetapan harga jual memiliki peran penting dalam meningkatkan kinerja UMKM, khususnya dalam hal profitabilitas dan daya saing. Dengan harga yang efektif, pelaku usaha dapat memperoleh

keuntungan yang optimal dan menjaga keberlangsungan usaha. Selain itu, harga yang tepat juga membantu dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas konsumen. Dalam kondisi persaingan yang ketat, kemampuan dalam menetapkan harga yang efektif menjadi keunggulan kompetitif bagi UMKM. Selain itu, harga yang efektif juga membantu dalam perencanaan dan pengembangan usaha di masa depan”.

Berdasarkan pendapat para ahli dan peneliti terdahulu, dapat disimpulkan bahwa efektivitas harga jual memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan kinerja UMKM. Harga yang ditetapkan secara tepat mampu memengaruhi persepsi nilai pelanggan, meningkatkan permintaan, serta mendorong volume penjualan dan loyalitas konsumen. Di sisi lain, efektivitas harga juga berkaitan erat dengan kemampuan perusahaan dalam mencapai target laba melalui pengendalian biaya dan penentuan margin yang optimal. Selain meningkatkan profitabilitas, harga yang efektif juga memperkuat daya saing usaha dan mendukung keberlangsungan serta pertumbuhan UMKM. Dengan demikian, efektivitas penetapan harga jual menjadi faktor strategis yang tidak hanya berdampak pada kinerja keuangan, tetapi juga pada keunggulan kompetitif dan pengembangan usaha secara berkelanjutan.

2.1.9 UMKM Sektor Makanan dan Minuman

2.1.9.1 Pengertian Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah UMKM

Menurut Tambunan, (2021:11),, pengertian UMKM adalah sebagai berikut:

“Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan kelompok usaha produktif yang memiliki karakteristik berbeda dengan usaha besar, baik dari sisi skala usaha, modal, jumlah tenaga kerja, maupun kapasitas produksinya”.

Dalam konteks pembangunan ekonomi, UMKM dipandang sebagai sektor yang memiliki kontribusi penting terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan pemerataan pendapatan masyarakat. Oleh karena itu, UMKM menjadi salah satu pilar utama dalam struktur perekonomian Indonesia.

2.1.9.2 Karakteristik UMKM Sektor Makanan dan Minuman

Menurut Tambunan, (2021:15), UMKM memiliki beberapa karakteristik yang membedakannya dengan perusahaan besar, yaitu:

1. Skala usaha relatif kecil
2. Modal usaha terbatas
3. Menggunakan teknologi yang relatif sederhana
4. Pengelolaan usaha masih bersifat keluarga
5. Pencatatan administrasi dan keuangan masih sederhana
6. Kualitas sumber daya manusia relatif rendah
7. Akses terhadap sumber pembiayaan formal masih terbatas

Karakteristik tersebut menyebabkan UMKM lebih fleksibel dalam menghadapi perubahan pasar, namun juga lebih rentan terhadap berbagai kendala usaha.

2.1.9.3 Permasalahan Umum UMKM Sektor Makanan dan Minuman

Menurut Tambunan, (2021), perkembangan UMKM di Indonesia masih menghadapi berbagai kendala, antara lain:

1. Keterbatasan modal usaha
2. Sulit memperoleh akses pembiayaan dari lembaga keuangan;
3. Rendahnya kualitas sumber daya manusia
4. Keterbatasan teknologi produksi
5. Lemahnya manajemen dan administrasi usaha
6. Keterbatasan akses pasar
7. Rendahnya kemampuan inovasi produk
8. Terbatasnya kemampuan pemasaran

Permasalahan tersebut menjadi faktor yang memengaruhi daya saing UMKM sehingga diperlukan dukungan pemerintah, lembaga keuangan, dan berbagai pihak untuk meningkatkan kapasitas usaha.

2.1.9.4 Peran UMKM dalam Perekonomian Daerah (Jawa Barat)

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), khususnya industri mikro dan kecil, memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung perekonomian Provinsi Jawa Barat. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS, 2026) Jawa Barat, industri mikro dan kecil merupakan salah satu sektor yang mampu bertahan dan beradaptasi terhadap berbagai perubahan kondisi ekonomi. Keberadaan UMKM tidak hanya menjadi sumber kegiatan ekonomi masyarakat, tetapi juga memberikan kontribusi dalam menciptakan kesempatan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta memperkuat struktur perekonomian daerah. Oleh karena itu, pengembangan UMKM

menjadi salah satu aspek penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan di Jawa Barat.

Selain berkontribusi terhadap penyerapan tenaga kerja, UMKM juga berperan dalam meningkatkan aktivitas produksi dan mendorong berkembangnya sektor-sektor ekonomi strategis, termasuk sektor makanan dan minuman yang menjadi salah satu sektor unggulan di Provinsi Jawa Barat. BPS Provinsi Jawa Barat (2024) menjelaskan bahwa perkembangan industri mikro dan kecil memberikan dampak positif terhadap peningkatan nilai tambah ekonomi daerah karena mampu memanfaatkan sumber daya lokal, menciptakan peluang usaha baru, serta meningkatkan daya saing produk lokal. Dengan demikian, keberadaan UMKM menjadi salah satu faktor pendukung dalam memperkuat perekonomian regional dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Lebih lanjut, Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat (2026) menegaskan bahwa penyediaan data statistik mengenai kondisi UMKM sangat penting sebagai dasar penyusunan kebijakan pembangunan ekonomi daerah. Informasi mengenai karakteristik, perkembangan, dan kinerja UMKM digunakan oleh pemerintah dalam merumuskan program pembinaan, pemberdayaan, dan peningkatan daya saing usaha mikro dan kecil agar mampu berkembang secara berkelanjutan. Dengan adanya kebijakan yang didukung oleh data yang akurat, diharapkan UMKM dapat terus meningkatkan kontribusinya terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, serta pemerataan pembangunan di Provinsi Jawa Barat.

2.1.10 Penelitian Terdahulu

Tinjauan hasil penelitian terdahulu adalah kajian terhadap hasil karya tulis yang relevan dengan penelitian ini yang diuraikan secara singkat dan selanjutnya akan dijadikan rujukan guna melengkapi penelitian. Beberapa peneliti terdahulu yang pernah melakukan penelitian mengenai akurasi kalkulasi HPP dan relevansi informasi biaya terhadap efektivitas penetapan harga jual pada UMKM yang relevan dengan penelitian ini disajikan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No .	Nama Peniliti (Tahun)	Judul	Hasil Peneltian
1	Romadhon et al. (2025)	Menembus Kompetisi Pasar: Analisis Keakuratan Penentuan Harga Jual Berbasis HPP UMKM	Keakuratan HPP berpengaruh positif terhadap startegi harga jual UMKM
2	Marisya (2024)	Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode Full Costing Untuk Menentukan Harga Jual Pada UMKM Tempe Pak Rasman Oku Selatan	Perhitungan HPP berpengaruh positif terhadap harga jual serta dengan penggunaan metode <i>full costing</i> menghasilkan perhitungan yang lebih akurat karena memasukkan seluruh unsur biaya produksi, termasuk biaya overhead pabrik.
3	Maarip dan Hidayatulloh (2022)	Menggunakan Informasi Akuntansi dan Keberhasilan UMKM Bidang Kuliner	Penggunaan informasi akuntansi berpengaruh positif terhadap keberhasilan UMKM bidang kuliner
4	Sari dan Happy (2024)	Pengaruh Biaya Produksi dan HPP terhadap Harga Jual UMKM Desa Trayeman	Penerapan HPP berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan harga jual UMKM Desa Teryaman, sedangkan biaya produksi berpengaruh positif signifikan terhadap harga jual UMKM Desa Teryaman

No .	Nama Peneliti (Tahun)	Judul	Hasil Penelitian
5	Nur et al. (2025)	Analisis Biaya Relevan Terhadap Keputusan Harga Jual Produk (Studi Kasus pada Coffee Shop Kopituh)	Penggunaan biaya yang relevan berpengaruh terhadap keputusan harga jual agar produk tetap kompetitif dan menguntungkan
6	Nurhanifah et al. (2025)	Analisis HPP dalam Menentukan Harga Jual dan Laba pada UMKM Sayapku	Perhitungan HPP berpengaruh positif dalam menentukan harga jual dan laba
7	Andistran et al., (2025)	Analisis Biaya Produksi Terhadap Keputusan Penetapan Harga Jual Pada UMKM Tenun Heybajo di Labuan Bajo	Informasi biaya produksi yang lebih lengkap dan akurat berpengaruh positif terhadap keputusan penetapan harga jual
8	Effendi dan Pratiwi (2024)	Analisis Penentuan Biaya Produksi Sebagai Dasar Penetapan Harga Jual pada UMKM Kerupuk Jangek KIA	Penentuan biaya produksi berpengaruh sebagai dasar penetapan harga jual
9	Nurfadilah (2022)	Pengaruh Biaya Budidaya Kepiting terhadap Penetapan Harga Jual (Studi Pada Petani Tambak Desa Latonro Kecamatan Cenrana Kabupaten Bone)	Pengungkapan biaya berpengaruh positif terhadap penetapan harga jual
10	Budiyanto (2022)	Analisis Penentuan HPP dan Harga Jual pada UMKM MI GLOSOR CV. Taruna Bogor Periode Juni 2021	Penentuan HPP tidak berpengaruh besar (Negatif) terhadap harga jual karena faktor eksternal (kuantitas pesanan) lebih dominan

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1. Pengaruh Akurasi Kalkulasi HPP Terhadap Efektivitas Penetapan Harga Jual

Akurasi kalkulasi harga pokok produksi merupakan tingkat ketepatan dalam mengidentifikasi, mengukur, menggolongkan, dan membebankan seluruh unsur biaya produksi yang terdiri atas biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik ke dalam harga pokok suatu produk. Informasi harga pokok produksi yang akurat menjadi dasar bagi manajemen dalam mengambil berbagai keputusan, salah satunya adalah keputusan penetapan harga jual. Menurut Mulyadi, (2018:8) dalam *Akuntansi Biaya*, harga pokok produksi merupakan seluruh biaya yang dikorbankan untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi, sedangkan penentuan harga pokok produksi yang tepat melalui metode *full costing* maupun *variable costing* akan menghasilkan informasi biaya yang andal sebagai dasar penentuan harga jual. Pembahasan tersebut terdapat pada bab mengenai Penentuan Harga Pokok Produk.

Sejalan dengan itu, Hansen et al., (2022) menjelaskan bahwa informasi biaya yang akurat memiliki peranan penting dalam fungsi perencanaan, pengendalian, dan pengambilan keputusan manajemen. Salah satu keputusan yang sangat bergantung pada ketepatan informasi biaya adalah keputusan penetapan harga jual. Informasi biaya yang tidak akurat akan menyebabkan manajemen menetapkan harga yang terlalu rendah sehingga laba tidak tercapai atau terlalu tinggi sehingga produk kehilangan daya saing di pasar. Pendapat tersebut diperkuat oleh Datar & Rajan,

(2024) yang menyatakan bahwa sistem akuntansi biaya bertujuan menghasilkan informasi biaya yang akurat untuk mendukung berbagai keputusan strategis perusahaan, termasuk keputusan penetapan harga jual produk.

Secara konseptual, efektivitas penetapan harga jual sangat dipengaruhi oleh kualitas informasi biaya yang digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan. Harga pokok produksi merupakan komponen utama dalam penyusunan harga jual karena mencerminkan seluruh pengorbanan ekonomi yang dikeluarkan untuk menghasilkan suatu produk. Apabila seluruh unsur biaya produksi dihitung secara lengkap dan tepat, maka harga pokok produksi akan mencerminkan biaya yang sebenarnya sehingga harga jual yang ditetapkan mampu menutup seluruh biaya produksi, menghasilkan laba sesuai target, tetap kompetitif di pasar, serta sesuai dengan nilai yang diterima konsumen. Sebaliknya, apabila terjadi kesalahan dalam menghitung harga pokok produksi, seperti tidak memasukkan biaya overhead atau kesalahan dalam pembebanan biaya produksi, maka harga pokok produksi menjadi lebih rendah atau lebih tinggi dari kondisi sebenarnya. Kondisi tersebut dapat menyebabkan harga jual yang ditetapkan menjadi tidak efektif karena tidak mampu menutup seluruh biaya produksi atau justru terlalu tinggi sehingga mengurangi daya saing produk. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat akurasi kalkulasi harga pokok produksi, maka semakin efektif pula penetapan harga jual yang dilakukan oleh pelaku usaha.

Berdasarkan penelitian Romadhon et al., (2025) hasil penelitian menunjukkan bahwa penentuan harga jual yang didasarkan pada harga pokok produksi (HPP)

melalui penerapan metode *full costing* dan *cost plus pricing* mampu menghasilkan harga jual yang lebih akurat karena seluruh komponen biaya produksi telah diperhitungkan. Namun, penelitian juga menemukan bahwa penerapan *cost plus pricing* dapat menyebabkan harga jual menjadi lebih tinggi sehingga UMKM perlu mempertimbangkan kondisi pasar dan loyalitas pelanggan dalam menentukan harga jual agar tetap kompetitif. Dengan demikian, penetapan harga jual yang efektif tidak hanya bergantung pada keakuratan HPP, tetapi juga memerlukan strategi pemasaran dan analisis pasar sebagai pendukung keputusan. Selanjutnya, penelitian oleh Marisyah, (2022) pada UMKM Tempe Pak Rasman menunjukkan bahwa perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode *full costing* menghasilkan nilai harga pokok produksi yang lebih akurat dibandingkan metode yang diterapkan oleh pelaku usaha. Setelah seluruh biaya produksi diperhitungkan, harga jual yang ditetapkan menjadi lebih realistis karena telah mampu menutup seluruh biaya produksi sekaligus memberikan keuntungan sesuai dengan yang diharapkan. Penelitian oleh Sari & Happy, (2025) menunjukkan bahwa harga pokok produksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga jual UMKM Desa Trayeman. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa semakin akurat perhitungan harga pokok produksi, semakin efektif penetapan harga jual karena harga yang ditetapkan mampu mencerminkan seluruh biaya produksi serta mendukung pencapaian laba yang diharapkan.

Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Mulyadi (2018), Hansen et al. (2022), dan Datar & Rajan, (2024), dapat dipahami bahwa harga pokok produksi merupakan dasar utama dalam penetapan harga jual. Informasi harga pokok produksi

yang akurat akan menghasilkan informasi biaya yang relevan dan andal sehingga keputusan harga jual menjadi lebih tepat. Temuan tersebut diperkuat oleh berbagai penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa penerapan perhitungan harga pokok produksi secara lengkap melalui metode *full costing* menghasilkan harga pokok produksi yang lebih akurat sehingga mampu menjadi dasar penetapan harga jual yang lebih efektif. Dengan demikian, secara teoritis maupun empiris dapat disimpulkan bahwa akurasi kalkulasi harga pokok produksi memiliki pengaruh positif terhadap efektivitas penetapan harga jual. Semakin tinggi tingkat akurasi dalam menghitung harga pokok produksi, maka semakin efektif penetapan harga jual karena harga yang ditetapkan mampu menutup seluruh biaya produksi, mencapai target laba, memiliki daya saing di pasar, serta sesuai dengan kemampuan dan nilai yang dirasakan oleh konsumen.

2.2.2. Pengaruh Relevansi Informasi Biaya Terhadap Efektivitas Penetapan Harga Jual

Relevansi informasi biaya merupakan karakteristik informasi akuntansi yang menunjukkan kemampuan informasi dalam membantu pengambilan keputusan ekonomi melalui penyediaan informasi yang tepat waktu, memiliki nilai prediktif, nilai umpan balik, dan berkaitan langsung dengan keputusan yang akan diambil. Menurut Keiso et al., (2019:2-8), informasi dikatakan relevan apabila mampu memengaruhi keputusan pengguna karena memiliki *predictive value*, *confirmatory (feedback) value*, dan disajikan secara *timely*. Informasi yang relevan membantu

pengguna mengevaluasi kondisi saat ini sekaligus memprediksi konsekuensi keputusan di masa mendatang. Dalam akuntansi biaya, Datar & Rajan, (2024) menjelaskan bahwa informasi biaya yang relevan merupakan informasi yang berhubungan langsung dengan suatu keputusan dan mampu membantu manajemen memilih alternatif tindakan yang paling menguntungkan. Informasi biaya yang relevan menjadi dasar dalam berbagai keputusan manajerial, salah satunya adalah keputusan penetapan harga jual. Oleh karena itu, informasi biaya yang akurat, lengkap, dan sesuai dengan kondisi aktual akan menghasilkan keputusan harga yang lebih rasional dibandingkan keputusan yang didasarkan pada informasi biaya yang tidak memadai.

Efektivitas penetapan harga jual sangat dipengaruhi oleh kualitas informasi biaya yang dimiliki perusahaan. Informasi biaya yang relevan memungkinkan pelaku usaha mengetahui besarnya biaya produksi, perubahan biaya, serta kondisi operasional secara aktual sehingga harga jual dapat ditetapkan berdasarkan data yang akurat, bukan sekadar perkiraan atau mengikuti harga pesaing. Informasi biaya yang memiliki nilai prediktif dapat digunakan untuk memperkirakan perubahan biaya produksi pada periode berikutnya, sedangkan informasi yang memiliki nilai umpan balik dapat digunakan untuk mengevaluasi apakah harga yang telah ditetapkan mampu mencapai target laba yang diinginkan. Selain itu, penyajian informasi biaya secara tepat waktu memungkinkan pelaku usaha segera menyesuaikan harga apabila terjadi kenaikan harga bahan baku, biaya tenaga kerja, maupun biaya overhead produksi. Dengan demikian, semakin relevan informasi biaya yang dimiliki

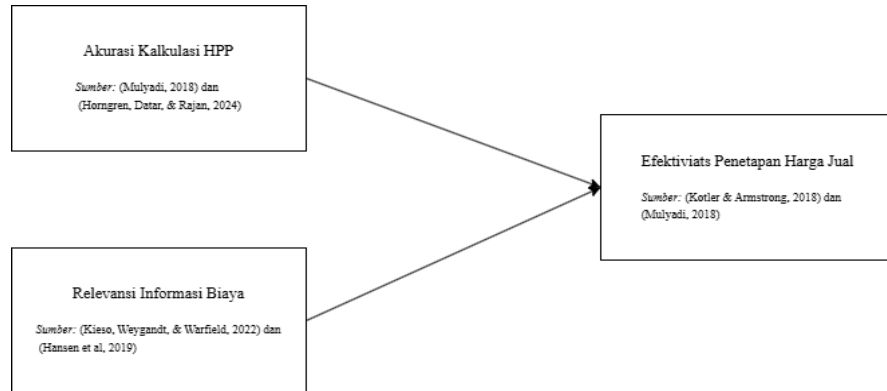
perusahaan, maka semakin efektif pula penetapan harga jual karena harga yang ditetapkan mampu menutup seluruh biaya produksi, menghasilkan laba sesuai target, serta tetap kompetitif di pasar.

Penelitian yang dilakukan oleh Maarip & Hidayatulloh, (2022) menunjukkan bahwa informasi biaya memiliki peranan penting dalam mendukung pengambilan keputusan manajerial, khususnya dalam penentuan harga pokok produksi dan harga jual. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penentuan harga pokok produksi berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan UMKM, karena informasi mengenai biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead diperlukan sebagai dasar dalam menentukan harga jual serta target pencapaian omzet. Selain itu, penentuan harga jual juga terbukti berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan UMKM, yang menunjukkan bahwa keputusan harga yang didasarkan pada informasi biaya yang tepat akan meningkatkan kinerja usaha. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa semakin relevan informasi biaya yang dimiliki pelaku usaha, yaitu informasi yang lengkap, sesuai dengan kondisi aktual, dan berguna dalam pengambilan keputusan, maka semakin efektif pula penetapan harga jual yang dilakukan karena harga yang ditetapkan mampu menutup biaya produksi, mencapai target laba, dan meningkatkan daya saing usaha.

Sejalan dengan itu, Nur et al., (2025), relevansi informasi biaya berpengaruh positif terhadap penetapan harga jual. Informasi biaya yang relevan, meliputi biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead, menjadi dasar dalam menghitung Harga Pokok Produksi (HPP) serta menentukan harga jual

menggunakan metode *Cost Plus Pricing*. Dengan informasi biaya yang akurat dan sesuai kondisi aktual, perusahaan dapat menetapkan harga jual yang kompetitif sekaligus mampu mencapai target laba yang diharapkan. Penelitian oleh Andistan et al. (2025) menunjukkan bahwa penerapan informasi biaya yang lebih lengkap tersebut menjadi dasar dalam penetapan harga jual menggunakan metode *cost plus pricing*, sehingga harga yang ditetapkan mampu menutup seluruh biaya produksi, mencapai target laba, dan tetap kompetitif di pasar. Temuan ini relevan dengan penelitian ini karena menunjukkan bahwa kualitas informasi biaya merupakan faktor penting dalam meningkatkan efektivitas penetapan harga jual pada UMKM.

Berdasarkan beberapa hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa relevansi informasi biaya berpengaruh positif terhadap efektivitas penetapan harga jual. Semakin relevan dan lengkap informasi biaya yang digunakan oleh UMKM, maka semakin tepat pula harga jual yang dihasilkan. Hal ini terjadi karena informasi biaya yang akurat mencerminkan kondisi produksi yang sebenarnya, sehingga membantu pelaku usaha dalam menghindari kesalahan penetapan harga, menjaga margin keuntungan, serta meningkatkan daya saing produk di pasar. Dengan demikian, relevansi informasi biaya merupakan faktor penting dalam mendukung efektivitas penetapan harga jual pada UMKM.



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran ini menggambarkan hubungan antar variabel-variabel utama yang memengaruhi efektivitas penetapan harga jual. Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari akurasi kalkulasi HPP dan relevansi informasi biaya, sedangkan variabel dependen adalah efektivitas penetapan harga jual.

2.3 Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian dan tujuan penelitian yang diturunkan dari pemikiran yang telah dibuat. Dengan demikian hipotesis yang di ajukan oleh peneliti yaitu:

H1: Akurasi kalkulasi HPP berpengaruh positif terhadap efektivitas penetapan harga jual pada UMKM sektor makanan dan minuman.

H2: Relevansi informasi biaya berpengaruh positif terhadap efektivitas penetapan harga jual pada UMKM sektor makanan dan minuman.