

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. Akuntansi Biaya

a. Pengertian Akuntansi Biaya

Akuntansi Biaya menurut aktivitasnya berkaitan dengan proses menggolongkan, mencatat, menyajikan serta meringkas biaya ke sebuah proses pembentukan penjualan barang jadi. Selain itu, akuntansi biaya berdasarkan fungsinya didefinisikan semacam kegiatan yang menghasilkan keterangan tentang biaya yang diperlukan dalam pengambilan keputusan. Kesimpulannya, hasil perhitungan data yang dapat diperlukan sebagai dasar pengambilan keputusan dalam menilai kesuksesan perusahaan ialah akuntansi biaya.²⁸

Mulyadi berpendapat akuntansi biaya adalah proses penggolongan, penyajian, pencatatan, dan peringkasan data selama proses pembuatan dan penjualan produk.²⁹

b. Klasifikasi Biaya

Biaya ialah uang atau nilai yang diberikan guna mendapati jasa maupun barang yang diinginkan akan bermanfaat bagi perusahaan di masa depan.³⁰ Pada akuntansi biaya, biaya sendiri dapat dikelompokkan berdasarkan caranya. Penggolongan biaya umumnya dapat diubah

²⁸ I Dewa Tantri Pramawati et al., *Akuntansi Biaya* (Jawa Barat: Media Sains Indonesia, 2021), 2.

²⁹ Mulyadi, *Akuntansi Biaya*, 7.

³⁰ Muniarty et al., *Manajemen Pemasaran*, 1.

menurut tujuan yang akan dituju. Sehingga dalam akuntansi biaya diketahui sebagai konsep “*Different Costs For Different Purpose*” yang dapat diklasifikasikan dengan beberapa cara, di antaranya:

1) Kategori biaya didasarkan objek pengeluaran

Kategori biaya ini dalam studi kasus yang dilakukan oleh peneliti misalnya, semua biaya yang terkait dengan produksi disebut biaya produksi.³¹

2) Kategori biaya didasarkan fungsi pokok dalam perusahaan.

Penggolongan dana berdasarkan fungsi pokok dalam perusahaan dibagi menjadi tiga kelompok, di antaranya:

a) Biaya diperlukan guna mengubah bahan baku menjadi produk siap pakai disebut dengan biaya produksi yang pada umumnya dibagi menjadi tiga komponen: biaya *overhead* pabrik, biaya bahan baku, dan biaya tenaga kerja langsung.

b) Biaya dikeluarkan untuk melakukan kegiatan pemasaran produk dikenal sebagai biaya pemasaran.

c) Biaya administrasi umum adalah yang bertujuan untuk mengatur pemasaran produk dan proses produksi.

3) Kategori yang bersumber pada hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai.

Biaya dapat dikategorikan menjadi dua kelompok berdasarkan hubungannya dengan sumber pembiayaan, yakni:

³¹ Mulyadi, *Akuntansi Biaya*, 13.

- a) *direct cost* atau biaya langsung adalah sesuatu yang terjadi apabila biaya itu didanai. Biaya langsung ini tidak akan terjadi jika sesuatu yang dibiayai tidak ada. Biaya tenaga kerja langsung dan bahan baku langsung ialah aspek dari biaya produksi langsung.
 - b) *indirect cost* atau biaya tidak langsung, dikenal sebagai biaya *overhead* pabrik atau biaya produksi tidak secara langsung yang biayanya tidak hanya diakibatkan oleh sesuatu yang didanai.³²
- 4) Kategori biaya bersumber pada biaya yang berhubungan dengan perubahan kapasitas aktivitas

Menurut perilaku biaya berdasarkan volume aktivitas, biaya dibagi menjadi empat kelompok, di antaranya:

- a) Jumlah total biaya yang berubah sesuai dengan perubahan kapasitas kegiatan disebut biaya variabel.
- b) Perubahan biaya tidak sesuai dengan perubahan kapasitas kegiatan disebut dengan biaya semivariabel. Biaya tetap dan variabel adalah komponen dari biaya semivariabel.
- c) Biaya tetap guna meningkatkan kapasitas kegiatan tertentu dan berubah secara stabil pada kapasitas produksi tertentu ialah biaya *semifixed*.
- d) Biaya tetap didefinisikan sebagai biaya dengan jumlahnya tidak berubah sesuai kapasitas kegiatan tertentu.³³

³² Mulyadi, *Akuntansi Biaya*, 14.

³³ Mulyadi, *Akuntansi Biaya*, 15.

5) Kategori biaya berdasarkan jangka waktu manfaatnya.

Biaya dibagi menjadi dua kategori berdasarkan jangka waktu pemanfaatannya, di antaranya:

a) *Capital expenditure* atau pengeluaran modal.

Adalah biaya yang menguntungkan selama lebih dari satu periode akuntansi. Pembelian modal terjadi pada saat dihitung sebagai biaya aktiva dan dibebankan pada tahun yang manfaatnya melalui *depreciasi*, *depleksi*, atau *amortasi*. Contoh pembelian aktiva seperti gedung, peralatan, dan biaya R&D atau *research and development*.

b) *Revenue expenditure* atau pengeluaran pendapatan.

ialah biaya yang hanya menguntungkan selama periode akuntansi saat pengeluaran terjadi. Dihitungnya pengeluaran sebagai biaya dan kemudian digabungkan dengan pendapatan yang didapat dari pengeluaran tersebut. Contoh biaya untuk iklan.³⁴

2. Harga Pokok Produksi

a. Pengertian Harga Pokok Produksi

Sejumlah dana yang dikeluarkan sebuah perusahaan selama proses produksi, baik sebelum periode akuntansi sekalipun selama periode akuntansi. Harga pokok penjualan mencakup seluruh biaya produksi yang dilakukan guna membuat produk yang diperjual belikan.³⁵

³⁴ Mulyadi, *Akuntansi Biaya*, 16.

³⁵ Sofia Prima Dewi and Septian Bayu Kristanto, *Akuntansi Biaya* (Bogor: In Media, 2013), 13.

Menurut Chorry dkk, harga pokok produksi ialah harga produksi yang dihitung dari pengelompokan tiga biaya: biaya *overhead* pabrik, biaya bahan baku, dan biaya tenaga kerja. Harga pokok produksi penting guna mempertimbangkan karena mempunyai keuntungan, seperti menetapkan harga jual produk, berfungsi guna mengontrol secara keseluruhan biaya produksi, dan menghitung laba rugi perusahaan yang bersangkutan.³⁶

Sedangkan menurut Siti Patimah dkk harga pokok produksi meliputi biaya tenaga kerja langsung, biaya tidak langsung pabrik, dan biaya bahan baku dijumlahkan dengan persediaan barang dalam proses awal dan dikurangi persediaan barang dalam proses akhir.³⁷

Berdasarkan uraian diatas dapat diartikan jika harga pokok produksi ialah seluruh biaya yang dikeluarkan secara langsung maupun tidak langsung untuk menghasilkan barang dalam jangka waktu tertentu yang terdiri atas total biaya *overhead* pabrik, biaya bahan baku, dan biaya tenaga kerja langsung

b. Unsur-Unsur Harga Pokok Produksi

Dibutuhkan pondasi penilaian guna menetapkan harga pokok produksi yang mutlak. Untuk membuat pengumpulan data biaya dan alokasi menjadi mudah, biaya produksi harus dikategorikan biaya produksi menurut jenis atau objek pembelanjanya. Menurut Firdaus A.

³⁶ Chorry Sulistyowati, *Anggaran Perusahaan: Teori Dan Praktika* (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2020), 124.

³⁷ Muniarty et al., *Manajemen Pemasaran*, 76.

Dunia, Wasilah Abdullah, dan Catur Sasongko dalam Sofia Prima dan Septian Bayu terdapat tiga unsur, di antaranya:³⁸

1) Biaya bahan baku

Dikeluarkan guna membeli semua bahan baku yang memerankan barang dalam proses dan kemudian barang jadi dan dapat dilacak secara ekonomis disebut biaya bahan baku. Misalnya, menggunakan bahan seperti benang, kulit, lem, dan cat untuk bisnis produksi sepatu.

2) Biaya tenaga kerja langsung

Dibayarkan pada tenaga kerja langsung artian ini diperuntukkan guna menunjuk orang yang terlibat secara langsung dalam proses pembuatan bahan baku menjadi produk akhir. Biaya tenaga kerja ini mencakup imbalan untuk seluruh tenaga kerja dalam proses manufaktur, yang ditelusuri ke barang dalam proses kemudian barang jadi.

3) Biaya *overhead* pabrik

Dikenal sebagai biaya produksi tidak langsung, keseluruhan biaya manufaktur yang terkait dengan objek biaya tetapi tidak dapat ditelusuri secara langsung. Biaya ini di antaranya:

- a) Pengeluaran tenaga kerja tidak langsung (seperti upah mandor, gaji manajer, dan satpam pabrik)

³⁸ Dewi and Kristanto, *Akuntansi Biaya*, 13.

- b) Pengeluaran bahan baku penolong (seperti bahan pewarna, penyedap rasa, dan lain-lain)
- c) Pengeluaran pemeliharaan dan reparasi mesin pabrik
- d) Pengeluaran perawatan gedung pabrik
- e) Pengeluaran akumulasi penyusutan mesin pabrik.

c. Metode Pengumpulan Harga Pokok Produksi

Ada dua metode untuk mengumpulkan harga pokok produksi: metode harga pokok pesanan atau *job order costing method* dan metode harga pokok proses atau *process costing method*.

1) Metode Harga Pokok Pesanan atau *Job Order Costing Method*

Metode harga pokok pesanan ialah suatu sistem akuntansi biaya yang terus menerus yang menggabungkan biaya menurut pekerjaan tertentu. Meskipun setiap pekerjaan memiliki ciri unik, ada beberapa hal yang sama yang dimiliki oleh semua pekerjaan sistem ini, di antaranya:

- a) Semua pekerjaan harus diidentifikasi berdasarkan karakteristik fisik dan biayanya, sehingga pengeluaran mampu dikecualikan dan dicatat dengan akurat.
- b) Pemakaian atau permintaan tenaga kerja langsung atau bahan baku ditentukan berdasarkan nomor pekerjaan.
- c) Biaya produksi, yang dikenal sebagai *overhead* pabrik, dibebankan secara tidak langsung pada setiap pekerjaan dengan tarif yang telah ditetapkan sebelumnya.

- d) Setiap pekerjaan memiliki kartu harga pokok yang menggabungkan serta menyimpulkan biaya yang memuat pada pekerjaan yang bersangkutan.
- e) Laba atau rugi serta biaya produk ditentukan untuk setiap pekerjaan.³⁹

2) Metode Harga Pokok Proses atau *Process Costing Method*

Perusahaan yang memproduksi massa menggunakan metode biaya proses atau metode *process costing method*. Cara ini mengumpulkan biaya produksi periode tertentu, dan biaya produksi disatukan serta dijumlahkan dengan membagi total biaya produksi dengan jumlah satuan produk yang diproduksi selama periode tertentu.⁴⁰ Ciri khas metode ini, diantaranya:

- a) Tidak seperti metode harga pokok pesanan, perhitungan dihitung berdasarkan departemen atau acuan biaya, bukan pekerjaan pesanan
- b) Dalam prosesnya, setiap departemen menerima akun barang untuk biaya produksi atau pengelolaan
- c) Jumlah unit barang yang diproses oleh setiap divisi harus ditunjukkan ke bentuk tingkat yang menyesuaikan. dengan menyatukan jumlah unit yang dianggap selesai serta jumlah unit yang belum selesai dengan tingkat periode yang disesuaikan.
- d) Biaya per unit dihitung menurut divisinya.

³⁹ Dunia, Abdullah, dan Sasongko, *Akuntansi Biaya*, 59.

⁴⁰ Mulyadi, *Akuntansi Biaya*, 17.

- e) Saat produksi selesai di satu divisi, jumlah unit dan biaya dipindahkan ke divisi gudang barang jadi.
- f) Menggunakan formulir laporan biaya produksi untuk mengumpulkan, menggambarkan, dan menjumlahkan biaya secara total dan per unit menurut tiap divisi.⁴¹

d. Metode Penentuan Harga Pokok Produksi

Ada dua metode dalam memperhitungkan bagian dari perhitungan ke dalam biaya produksi, yaitu metode biaya variabel dan metode biaya penuh. Metode ini dikenal sebagai metode penetapan biaya produk. Rinciannya adalah sebagai berikut:⁴²

1) Metode *Full Costing*

Full costing ialah pendekatan untuk menetapkan biaya produksi yang menggabungkan segala bagian biaya produksi ke dalam biaya produksi, termasuk biaya karyawan langsung, *overhead* pabrik, dan biaya bahan baku yang bersifat tetap dan variabel. Oleh karena itu biaya produksi menurut metode *full costing* terdiri atas unsur biaya produksi diantaranya:⁴³

Biaya Bahan Baku	Rp xxx
Biaya Karyawan Langsung	Rp xxx
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik Variabel	Rp xxx
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik Tetap	<u>Rp xxx</u>
Biaya Produksi	<u>Rp xxx</u>

⁴¹ Dunia, Abdullah, dan Sasongko, *Akuntansi Biaya*, 96-97.

⁴² Mulyadi, *Akuntansi Biaya*, 17.

⁴³ *Ibid*, 18.

2) Metode *Variabel Costing*

Variabel Costing ialah suatu metode dalam penentuan biaya produksi yang memperhitungkan biaya produksi dengan berperilaku variabel yang terdiri dari biaya *overhead* pabrik variabel, biaya karyawan langsung, dan bahan baku. Oleh karena itu, biaya produksi menurut metode ini terdiri dari elemen biaya produksi diantaranya: ⁴⁴

Biaya Bahan Baku	Rp xxx
Biaya Karyawan Langsung	Rp xxx
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik Variabel	<u>Rp xxx</u>
Biaya Produksi	<u>Rp xxx</u>

3. Harga Pokok Pesanan (*Job Order Costing*)

a. Pengertian Harga Pokok Pesanan (*Job Order Costing*)

Firdausi Ahmad dkk berpendapat harga pokok pesanan merupakan suatu sistem pencatatan akuntansi yang mengelompokkan biaya menurut suatu pesanan tertentu. Pada sistem ini sesuai dengan barang atau jasa yang dibuat sesuai dengan keinginan pemesan.⁴⁵ Menurut Mulyadi, metode harga pokok pesanan adalah sistem perhitungan berdasarkan pesanan yang mengumpulkan biaya produksi untuk suatu pesanan. Harga pokok produksi per satuan dihitung dengan membagi biaya produksi total untuk pesanan tersebut dengan jumlah satuan produk yang terlibat dalam pesanan tersebut.⁴⁶ Perhitungan metode *job order costing* dirumuskan antara lain:

⁴⁴ Mulyadi, *Akuntansi Biaya*, 19.

⁴⁵ Dunia, Abdullah, dan Sasongko, *Akuntansi Biaya*, 58.

⁴⁶ Mulyadi, *Akuntansi Biaya*, 37.

Biaya Produksi Pesanan:	
Taksiran Biaya Bahan Baku	Rp xxx
Taksiran Biaya Karyawan Langsung	Rp xxx
Taksiran Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	<u>Rp xxx +</u>
Taksiran total Biaya Produksi	Rp xxx
Biaya Non produksi:	
Taksiran Biaya Administrasi dan umum	Rp xxx
Taksiran Biaya Pemasaran	<u>Rp xxx +</u>
Taksiran Biaya Non produksi	<u>Rp xxx +</u>
Taksiran total Harga Pokok Pesanan	<u>Rp xxx</u>

b. Karakteristik *Job Order Costing*

Keunikan bisnis perusahaan yang produksinya berdasarkan pesanan berdampak pada pengelompokan biaya produksi, menurut Mulyadi. Keunikan ini termasuk dalam metode harga pokok pesanan yang digunakan oleh perusahaan yang produksinya berdasarkan pesanan. Perusahaan ini mempunyai ciri dengan berikut:

- 1) Perusahaan membuat produk sesuai dengan permintaan pelanggan, dan untuk setiap jenis barang, harga pokok produksinya dihitung.
- 2) Biaya produksi dikategorikan berlandaskan hubungan dengan dua kelompok: tidak langsung dan produksi langsung.
- 3) Biaya produksi tak langsung, yang dikenal sebagai *overhead* pabrik, terdiri dari biaya bahan baku dan biaya karyawan tak langsung.
- 4) Biaya *overhead* pabrik dihitung ke dalam harga pokok produksi pesanan tertentu yang didasarkan dengan tarif yang ditetapkan di muka. Di sisi lain, biaya produksi langsung dihitung dengan harga pokok produksi pesanan khusus yang didasarkan pada biaya yang asli.

5) Harga pokok produksi per unit dapat dihitung dengan membagi total biaya produksi yang sudah di habiskan untuk pesanan dengan jumlah unit produk yang diproduksi ada pesanan tersebut.⁴⁷

c. Manfaat Informasi Harga Pokok Pesanan

Perusahaan melakukan proses produksinya berlandaskan pesanan, memiliki manfaat penjelasan harga pokok produksi berdasarkan pesanan ialah sebagai berikut:

- 1) Menetapkan harga jual pada *customer*
- 2) Mempertimbangkan penolakan pesanan ataukah menerima permintaan
- 3) Menaksir rugi ataukah laba disetiap permintaan
- 4) Menetapkan harga pokok produk dalam proses dan persediaan barang.⁴⁸

4. Harga Jual

a. Pengertian Harga Jual

Harga jual merupakan proses memutuskan apa yang akan didapat ketika menjual sebuah produk. Jumlah yang dipergunakan untuk mendapati satu set kombinasi barang dan jasa adalah ketika harga satu barang dibeli oleh konsumen dan hasilnya memuaskan, maka dapat diukur dengan nilai rupiah. Keputusan harga jual sendiri terkait dengan kebijakan penetapan harga dari produk atau jasa suatu organisasi dalam

⁴⁷ Mulyadi, *Akuntansi Biaya*, 38.

⁴⁸ *Ibid.*

waktu singkat, dan dipengaruhi oleh tingkat keuntungan, dan tujuan organisasi.⁴⁹

b. Metode Penentuan Harga Jual

Kebijakan untuk menentukan harga jual produk atau jasa suatu organisasi, biasanya terjadi dalam jangka pendek. Keputusan ini dapat dipengaruhi oleh pemanfaatan kapasitas, kebijakan harga, dan tujuan organisasi. Penentuan harga jual berdasarkan pendekatannya dibagi menjadi tiga, diantaranya :

1) *Cost Plus Pricing*

Pendekatan ini juga bisa disebut dengan *normal pricing* karena presentase *mar-kup* yang telah ditetapkan dimuka ditambah dengan angka harga pokok guna menetapkan harga jual. Dengan demikian harga jual bisa ditentukan diantaranya:

$$\text{Harga Jual} = \text{Taksiran Biaya Penuh} + \text{Laba Yang Diharapkan}$$

sehingga ada dua unsur yang ditaksir dalam penentuan harga jual yaitu taksiran biaya penuh dengan laba yang diinginkan, dua unsur tersebut dapat diperhitungkan dalam penentuan harga jual dengan dua pendekatan *full costing* dan *variabel costing*.⁵⁰

⁴⁹ Muniarty et al., *Manajemen Pemasaran*, 133.

⁵⁰ *Ibid.*, 134–35.

2) *Mark Up Pricing*

Penentuan harga ini berlandaskan total biaya semuanya yang sudah dikeluarkan dengan *mark-up* tertentu sebagai laba. Dengan demikian harga jual dapat ditentukan sebagai berikut:

$$\text{Biaya Per Unit} = \text{Biaya variabel} + \text{Biaya tetap/Penjualan per Unit}$$

3) *Target Return Pricing*

Menetapkan harga jual berlandaskan profit yang diharapkan dan penanaman modal yang ditanam. Dengan demikian harga jual dapat ditentukan sebagai berikut:⁵¹

$$\text{Volume Titik Impas} = \text{Harga tetap/Biaya Variabel}$$

⁵¹ S.E.M.M. Nurmin Arianto, *Manajemen Pemasaran* (Surabaya: Cipta Media Nusantara, 2022), 95.