

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Teori Perilaku Pasar

Perilaku pasar menurut Kuncoro ialah suatu pola tanggapan yang dilakukan lembaga-lembaga pemasaran untuk mencapai tujuan dalam struktur pasar. Pola tanggapan antar satu lembaga pemasaran terhadap lembaga pemasaran lainnya diterapkan dalam bentuk penetapan harga jual.¹

Teori perilaku pasar mempengaruhi strategi harga jual dengan mempertimbangkan interaksi antara biaya produksi dan permintaan konsumen. Harga pokok produksi menjadi acuan utama dalam menetapkan harga jual, jika biaya meningkat, harga jual juga cenderung naik untuk menjaga margin keuntungan. Selain itu, pemahaman tentang perilaku konsumen membantu perusahaan dalam menentukan harga yang kompetitif, mempertimbangkan nilai yang dirasakan dan kesediaan membayar. Dengan demikian, strategi harga harus seimbang antara biaya, permintaan pasar, dan tujuan perusahaan untuk mencapai hasil optimal dalam penjualan.²

¹ Andi Izmhi Rahayu, "Analisis Struktur, Perilaku, Dan Kinerja Pasar Kopi Arabika Di Kecamatan Bungin Kabupaten Enrekang," *Skripsi* (2019).

² Henri Saragih, "Analisis Strategi Penetapan Harga Dan Pengaruhnya Terhadap Volume Penjualan Pada Pt. Nutricia Indonsesia Sejahtera Medan," *Jurnal Ilmiah METHONOMI*.

Dengan demikian peneliti memilih *grand theory* ini dikarenakan membantu perusahaan memahami bagaimana perubahan dalam harga pokok produksi dapat mempengaruhi harga jual. Misalnya, jika biaya produksi meningkat, perusahaan mungkin perlu menaikkan harga jual untuk mempertahankan margin keuntungan. Dengan memahami teori perilaku pasar, perusahaan dapat merumuskan strategi harga yang kompetitif, mempertimbangkan elastisitas permintaan dan kondisi pasar untuk mengoptimalkan penjualan dan keuntungan.

2. Akuntansi Biaya

a. Definisi Akuntansi Biaya

Akuntansi biaya berkembang dengan cepat seiring perkembangan sejarah manusia dan masyarakat. Konsep akuntansi sangat penting bagi masyarakat modern. Salah satu perkembangan terbaru dalam proses akuntansi adalah akuntansi keuangan. Perusahaan tidak akan pernah lepas dengan akuntansi karena sangat penting dalam proses produksi. Perkembangan industri yang sangat pesat karena kebutuhan akan informasi, maka berkembanglah bidang-bidang lain seperti akuntansi biaya, akuntansi manajemen, auditing, akuntansi perpajakan, akuntansi sektor publik, sistem informasi akuntansi, akuntansi keperilakuan dan perkembangan terakhir khususnya di Indonesia adanya konsep akuntansi Syariah.³

Pengertian Akuntansi Biaya menurut Bastian Bustami dan Nurlela

³ Repo UNPAS, "Pengertian Akuntansi Biaya"

“Akuntansi biaya adalah proses pencatatan, penggolongan, peringkasan dan penyajian biaya, pembuatan dan penjualan produk atau jasa, dengan cara-cara tertentu serta penafsiran terhadapnya. Objek kegiatan akuntansi biaya adalah biaya”.

b. Peran Akuntansi Biaya

Secara historis, akuntansi biaya adalah metode yang digunakan untuk menghitung nilai persediaan, yang hasilnya dilaporkan dalam neraca dan laporan harga pokok penjualan, serta disajikan dalam bentuk laporan laba rugi. Namun, karena adanya keterbatasan, informasi yang dihasilkan oleh akuntansi biaya hanya mencakup data harga pokok produk yang digunakan untuk laporan eksternal. Seiring dengan perkembangan saat ini, data yang dihasilkan oleh akuntansi biaya tidak hanya penting untuk akuntansi keuangan dalam pelaporan, tetapi juga membantu manajemen dalam merencanakan dan mengendalikan kegiatan, meningkatkan kualitas dan efisiensi, serta berfungsi sebagai dasar untuk pengambilan keputusan yang baik, baik secara visual maupun strategis.⁴

c. Tujuan Akuntansi Biaya

Menurut Bustami dan Nurlela, tujuan akuntansi biaya adalah untuk menyediakan informasi biaya yang diperlukan oleh

⁴ Ika Dyah Kurniati et al., *Buku Ajar*, 2015. Hal 4

manajemen dalam mengelola perusahaan. Beberapa tujuan utama akuntansi biaya menurut mereka adalah: ⁵

1) Penetapan Harga Pokok

Harga pokok dihitung dan dikelompokkan sebagai biaya produksi barang.

2) Pengambilan Keputusan Khusus

Akuntansi biaya berperan sebagai alat manajemen untuk memantau dan mencatat transaksi biaya secara sistematis serta menyajikan laporan biaya.

3) Menghitung Laba Perusahaan pada Periode Tertentu

Untuk mengetahui laba perusahaan, diperlukan perhitungan biaya yang dikeluarkan, karena biaya merupakan komponen utama dalam penentuan laba.

4) Pengendalian Biaya

Biaya yang direncanakan dibandingkan dengan biaya aktual yang dikeluarkan untuk memproduksi setiap unit produk. Berbagai metode akuntansi biaya dapat dipilih sesuai kebutuhan untuk mencapai hasil yang efisien dan efektif.

⁵ Pipit Mulyah, Dyah Aminatun, Sukma Septian Nasution, Tommy Hastomo, Setiana Sri Wahyuni Sitepu, "*Akuntansi Biaya*". Hal 1

3. Konsep Biaya

a. Definisi Biaya

Konsep biaya merujuk pada nilai tukar, pengeluaran, atau pengorbanan yang dilakukan untuk memperoleh manfaat, sesuai dengan definisi akuntansi. Biaya (*cost*) sering disamakan dengan beban (*expense*), sehingga perlu dibedakan. Biaya (*cost*) adalah pengorbanan sumber daya ekonomi yang diukur dalam bentuk uang untuk memperoleh barang atau jasa yang diharapkan akan memberikan manfaat baik saat ini maupun di masa depan. Sementara itu, beban (*expense*) adalah pengorbanan sumber daya ekonomi yang digunakan untuk mendapatkan pendapatan pada periode terjadinya beban, atau merupakan bagian dari biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan penghasilan.⁶

b. Klasifikasi Biaya

Menurut Nurlala, klasifikasi biaya merupakan "proses pengelompokan biaya secara sistematis dari semua elemen biaya ke dalam kelompok-kelompok tertentu yang lebih ringkas, sehingga dapat memberikan informasi yang lebih singkat dan relevan." Nurlala menyatakan bahwa klasifikasi biaya yang umum digunakan meliputi:⁷

⁶ Kurniati et al., *Buku Ajar*. Hal 8

⁷ "Direct Material)" <https://repository.uin-suska.ac.id/4195/3/BAB%20II.pdf> di akses pada 9 Oktober 2024

1) Biaya terkait dengan produk

Biaya yang secara langsung atau tidak langsung berhubungan dengan pembuatan produk. Biaya ini mencakup bahan baku, tenaga kerja langsung, dan overhead pabrik. Biaya terkait produk ini dibebankan pada produk selama proses produksi dan baru menjadi beban ketika produk tersebut terjual. Contohnya adalah biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.

2) Biaya terkait dengan volume produksi

Biaya ini bervariasi seiring dengan perubahan volume produksi. Biaya terkait volume produksi terdiri dari biaya variabel yang meningkat atau menurun sejalan dengan jumlah unit yang diproduksi, seperti biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, dan biaya listrik untuk menjalankan mesin produksi.

3) Biaya terkait dengan departemen produksi

Biaya ini dialokasikan ke berbagai departemen yang terlibat dalam proses produksi. Setiap departemen mungkin memiliki biaya tersendiri seperti biaya tenaga kerja dan biaya overhead, yang dibutuhkan untuk menjalankan kegiatan di departemen tersebut.

4) Biaya terkait dengan periode waktu

Biaya ini dikaitkan dengan periode tertentu dan bukan dengan volume produksi. Biaya tersebut harus dibebankan pada periode terjadinya, seperti biaya administrasi dan biaya pemasaran. Misalnya, gaji karyawan kantor, biaya sewa gedung

5) Biaya terkait dengan pengambilan keputusan.

Biaya ini berfungsi sebagai dasar pertimbangan dalam pengambilan keputusan manajerial. Kategori biaya ini membantu dalam mengevaluasi opsi yang berbeda dan memilih alternatif terbaik. Biaya terkait dengan pengambilan keputusan meliputi biaya relevan (biaya yang akan berubah karena keputusan yang diambil), biaya oportunitas (nilai dari pilihan yang tidak diambil), dan biaya tidak relevan (biaya yang tidak dipengaruhi oleh keputusan tertentu).

4. Harga Pokok Produksi

a. Pengetian Harga Pokok Produksi

Menurut Bustami Bastian dan Nurlela Harga pokok produksi merupakan total biaya yang terkait dengan proses produksi, yang meliputi bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Selain itu, harga pokok produksi juga mencakup persediaan produk dalam proses awal dikurangi dengan persediaan produk dalam proses akhir. Dengan kata lain, harga pokok produksi

adalah total biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh barang dan memprosesnya hingga selesai, baik sebelum maupun selama periode akuntansi yang sedang berlangsung.⁸

Menurut Pianda, terdapat dua metode yang digunakan untuk melakukan perhitungan harga pokok produksi, yaitu:

1) Perhitungan berdasarkan pesanan

Perhitungan harga pokok produksi berdasarkan pesanan (*job order costing*) dilakukan kalau kegiatan produksinya didasarkan atas pesanan. Dengan kata lain, produksi baru dilakukan apabila telah diterima pesanan dari konsumen. Dengan demikian jumlah produk yang dihasilkan sesuai dengan jumlah yang dipesan oleh konsumen. Berikut perhitungan berdasarkan pesanan (*job order costing*):

Harga Pokok Pesanan = Total biaya produksi : Jumlah satuan produk yang dipesan

Perhitungan di atas digunakan dengan menjumlahkan semua penggunaan biaya produksi sesuai dengan jumlah pesanan produk dalam suatu produksi.

⁸ Melati et al., “Perhitungan Harga Pokok Produksi Berdasarkan Metode Full Costing Untuk Penetapan Harga Jual Produk Pada CV. Silvi MN Paradilla Parengan.”

2) Perhitungan berdasarkan produksi

Cara perhitungan harga pokok produksi dengan menjumlahkan seluruh kombinasi biaya-biaya sebagai berikut:

Biaya Bahan Baku	xxx
Biaya Tenaga Kerja Langsung	xxx
Biaya Overhead Pabrik	<u>xxx</u>
Total HPP	xxx

Berdasarkan definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa harga pokok produksi ialah biaya langsung maupun biaya tidak langsung yang dikeluarkan untuk memproduksi suatu barang selama periode tertentu. Secara umum terdapat tiga komponen yang masuk dalam perhitungan harga pokok produksi, yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik.⁹

b. Komponen Harga Pokok Produksi

- 1) **Biaya Bahan Baku:** Menurut Dewi dan Kristanto, biaya bahan baku adalah biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh bahan-bahan yang akan diolah menjadi barang, mulai dari proses hingga menjadi barang jadi. Biaya ini dapat dilacak secara ekonomis ke objek biaya.

⁹ Dewi Maya Sari, Meutia Handayani, and Zaharatun Nighisa, "Analisa Perhitungan Harga Pokok Produksi Dengan Metode Job Order Costing (Studi Kasus Pada Perabot Semantok Perkasa Banda Aceh)," *Jurnal Penelitian Ekonomi Akuntansi (JENSI)* 6, no. 2 (2022): 136–149. *Jurnal Penelitian Ekonomi Akuntansi (JENSI)*.

Contoh bahan baku termasuk penggunaan kain dan benang.

- 2) Biaya Tenaga Kerja: Biaya tenaga kerja adalah pengeluaran yang terkait dengan penggunaan tenaga kerja dalam kegiatan produksi perusahaan.
- 3) Biaya Overhead Pabrik: Biaya overhead, yang juga dikenal sebagai biaya produksi tidak langsung, adalah biaya yang dikeluarkan untuk mendukung suatu produk tetapi tidak dapat langsung ditelusuri ke objek biaya tertentu.¹⁰

5. Job Order Costing

Job order costing merupakan salah satu metode yang dapat digunakan untuk menghitung harga pokok produksi atas produk yang dibuat berdasarkan pesanan. Carter menyatakan bahwa semua biaya yang dikeluarkan untuk proses produksi dalam metode *job order costing* diakumulasikan untuk setiap pesanan pelanggan yang terpisah. Oleh karena itu, perhitungan atas biaya produksi akan lebih akurat. Mulyadi mengemukakan syarat-syarat penggunaan metode *job order costing* sebagai berikut:

¹⁰ Rita Oktaviyani Putri and Arwan Gunawan, "Metode Job Order Costing Dalam Perhitungan Harga Pokok Produksi," *Prosiding The 12th Industrial Research Workshop and National Seminar 12* (2021): 1183–1189, <https://jurnal.polban.ac.id/ojs-3.1.2/proceeding/article/view/2904>. hal. 1184,

- a. Setiap pesanan pekerjaan atau produk harus memiliki identitas yang jelas dan harga pokok pesanan perlu ditentukan secara individual.
- b. Biaya produksi harus dibagi menjadi dua kategori, yaitu biaya produksi langsung dan biaya produksi tidak langsung. Biaya produksi langsung mencakup biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja, sedangkan biaya produksi tidak langsung mencakup semua biaya produksi lainnya selain bahan baku dan tenaga kerja langsung.
- c. Biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung harus dibebankan atau dihitung secara langsung pada pesanan yang bersangkutan, sementara biaya produksi tidak langsung (overhead) dibebankan pada pesanan tertentu berdasarkan tarif yang telah ditentukan sebelumnya.
- d. Harga pokok untuk setiap pesanan ditentukan setelah pesanan selesai diproduksi.
- e. Harga pokok per unit produk dihitung dengan membagi total biaya produksi yang dibebankan pada pesanan tertentu dengan jumlah unit produk dalam pesanan tersebut.

Job order costing adalah sistem perhitungan biaya yang digunakan oleh perusahaan yang memproduksi berbagai jenis barang sesuai dengan permintaan pembeli dalam periode tertentu. Dalam menjalankan operasi bisnis, perusahaan yang memproduksi

barang sesuai dengan pesanan biasanya menerapkan kebijakan pisah batas (*cut off*) sebagai dasar untuk menyusun laporan laba rugi, sehingga dapat mengetahui pendapatan, biaya, harga pokok produksi, dan keuntungan yang diperoleh secara berkala. Selain itu, perusahaan juga sebaiknya mencatat semua pesanan yang telah selesai diproduksi maupun yang masih dalam proses hingga akhir periode akuntansi.¹¹

6. Harga Jual Produk

a. Pengertian Harga Jual

Pengetian Harga Jual produk menurut Bustami dan Nurlela harga jual merupakan nominal yang ditetapkan oleh sebuah perusahaan terhadap suatu produk yang dijual dengan harapan dapat mencapai tujuan perusahaan dalam mencapai laba. Harga jual adalah harga yang diperoleh dari penjumlahan biaya produksi total ditambah dengan *mark up* yang digunakan untuk menutup biaya overhead pabrik perusahaan.¹²

Setelah harga pokok produksi dihitung, perusahaan menentukan harga jual dengan menambahkan margin keuntungan atau markup di atas HPP. Markup ini biasanya dinyatakan dalam bentuk persentase atau jumlah tetap. Rumus untuk menentukan harga jual adalah:

¹¹Winona Fahira Aundri, "Penetapan Job Order Costing Dalam Penetapan Harga Pokok Produksi Pada Nimetler Project," *Jurnal Acitya Ardana* 1, no. 2 (2022): 196–199., hal.196

¹² Ibid, hal 211

Harga Jual = Harga Pokok Produksi + *Mark up* (Keuntungan)

b. Tujuan Penetapan Harga Jual

Menurut Philip Kotler dalam menetapkan harga jual, perusahaan perlu memiliki kejelasan mengenai tujuan yang ingin dicapai, karena tujuan tersebut akan memberikan panduan dan keselarasan pada kebijakan yang diambil. Ada lima tujuan yang dapat dikejar oleh perusahaan melalui penetapan harga, yaitu:

1. Kemampuan untuk bertahan
2. Memaksimalkan laba saat ini
3. Memaksimalkan pendapatan
4. Kemerahan pasar maksimum
5. Kepemimpinan dalam kualitas produk

c. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga Jual

Keputusan mengenai penetapan harga di sebuah perusahaan dipengaruhi oleh faktor internal maupun dari faktor eksternal, yaitu:

a. Faktor internal

Faktor internal yang mempengaruhi penetapan harga meliputi:

1. Tujuan perusahaan
2. Strategi bauran pemasaran
3. Biaya

4. Pertimbangan organisasi

b. Faktor eksternal

Faktor eksternal yang mempengaruhi keputusan penetapan harga meliputi:

1. Pasar dan permintaan
2. Biaya, harga, dan penawaran pesaing
3. Keadaan perekonomian.¹³

Biaya yang terkait dengan produksi barang harus di catat dengan akurat dan dikelompokkan sesuai dengan perilaku biaya.

Metode Penentuan Harga Jual Produk

Basu swastha menjelaskan bahwa metode penentuan harga jual yang berdasarkan biaya dalam bentuk yang paling sederhana, yaitu:

a. *Cost-plus pricing method*

Dalam metode ini, penjual atau produsen menetapkan harga jual untuk setiap unit barang menjumlah biaya per unit ditambah dengan suatu jumlah untuk menutup laba yang di inginkan (Margin) pada unit tersebut menggunakan rumus:

$$\text{Harga Jual} = \text{Biaya Total} + \text{Margin Keuntungan}$$

¹³ Melati et al., "Perhitungan Harga Pokok Produksi Berdasarkan Metode Full Costing Untuk Penetapan Harag Jual Produk Pada CV. Silvi MN Paradilla Parengan."

Metode penetapan harga *mark up* sering digunakan oleh para pedagang. Dengan menentukan harga jual dengan menambahkan *mark up* yang diinginkan pada harga beli per unit. Presentase yang ditentukan bervariasi untuk setiap jenis barang. Dalam menghitung harga jual menggunakan rumus:

$$\text{Harga Jual} = \text{Harga Beli} + \text{Mark Up}$$

b. Penentuan Harga oleh Produsen

Dalam metode ini, harga yang ditetapkan oleh perusahaan menjadi dasar bagi serangkaian harga yang ditentukan oleh perusahaan-perusahaan lain dalam saluran distribusi. Oleh karena itu, penetapan harga oleh produsen sangat penting dalam menentukan harga akhir barang. Dalam menetapkan harga jual, produsen dapat berfokus pada biaya. Proses penetapan harga dimulai dengan menghitung biaya per unit barang yang diproduksi, kemudian menambahkan *mark-up* tertentu. Produsen menggunakan rumus yang dianggap sesuai untuk mereka, berdasarkan pengamatan terhadap produk yang dihasilkan. Setiap produk memiliki pola biaya yang berbeda satu sama lain.