

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Akuntansi Biaya**

##### 1. Pengertian Akuntansi Biaya

Menurut Mulyadi, akuntansi biaya merupakan proses dari pencatatan, penggolongan, peringkasan, penyajian biaya, pembuatan serta penjualan produk ataupun jasa dengan cara-cara yang telah ditentukan, serta penafsiran terhadapnya.<sup>11</sup>

Proses pencatatan, penggolongan, peringkasan maupun penyajian serta penafsiran informasi biaya tergantung siapa yang menjadi tujuannya. Proses akuntansi biaya dapat ditujukan untuk memenuhi kebutuhan pemakaian eksternal perusahaan.

##### 2. Tujuan Akuntansi Biaya

Adapun Tujuan utama dalam akuntansi biaya adalah :

- a) Penentuan kos produk
- b) Pengendalian biaya
- c) Pengambilan keputusan khusus

Untuk mencapai tujuan-tujuan pada penentuan kos produk yaitu dengan cara mencatat, menggolongkan dan juga meringkas biaya-biaya yang dikeluarkan untuk pembuatan produk ataupun penyerahan jasa.<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup> Mulyadi. Akuntansi Biaya Edisi 5, (Yogyakarta : Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN) 7

<sup>12</sup> Mulyadi., 7

Penentuan biaya yang seharusnya dikeluarkan untuk memproduksi suatu produk harus dilakukan sebelum pengendalian biaya. Akuntansi biaya bertanggung jawab untuk memastikan apakah biaya yang sebenarnya sesuai dengan biaya yang seharusnya keluar jika biaya yang seharusnya sudah ditetapkan. Setelah itu, akuntansi biaya akan menganalisis perbedaan antara biaya yang sebenarnya dan yang seharusnya, dan jika ada perbedaan dalam pencatatan, akan memberikan informasi tentangnya. Dengan menggunakan analisis ini, manajemen dapat mempertimbangkan tindakan koreksi jika ada kesalahan dalam pencatatan atau proses analisis.

Akuntansi biaya untuk pengambilan keputusan khusus menyajikan biaya pada masa depan. Informasi biaya tidak dapat dicatat dalam catatan akuntansi biaya, melainkan hasil dari peramalan, karena keputusan khusus merupakan bagian besar kegiatan manajemen perusahaan.<sup>13</sup>

Tujuan dari adanya akuntansi biaya adalah untuk mengukur pengorbanan nilai masukan guna menghasilkan informasi, sedangkan bagi manajemen yang salah satu manfaatnya adalah dapat mengukur apakah kegiatan usaha yang dijalankan dapat menghasilkan laba. Tanpa informasi biaya, manajemen tidak dapat mengukur tinggi rendahnya nilai pengorbanan ekonomi yang dikeluarkan. Tanpa informasi biaya manajemen tidak mempunyai

---

<sup>13</sup> Mulyadi., 8

dasar yang dapat dijadikan pengalokasian berbagai sumber ekonomi yang dikorbankan dalam menghasilkan sumber ekonomi lain. Akuntansi biaya menyediakan informasi biaya yang memungkinkan manajemen melakukan pengelolaan alokasi berbagai sumber ekonomi untuk menjamin hasil yang memiliki nilai ekonomis yang tinggi dibandingkan dengan nilai masukan yang dikorbankan.<sup>14</sup>

### 3. Klasifikasi Biaya

Dalam akuntansi biaya penggolongan biaya sangat diperlukan untuk dapat mengembangkan data biaya sehingga dapat membantu manajemen dalam mencapai tujuan perusahaan. Penggolongan biaya didasarkan pada hubungan antara biaya dan objek pengeluaran, fungsi pokok perusahaan antara lain: biaya produksi, biaya pemasaran, biaya administrasi dan umum, sesuatu yang dibiayai seperti halnya biaya langsung dan juga biaya tidak langsung, volume kegiatan yaitu biaya variabel dan biaya semi variabel serta biaya semifixed dan biaya tetap, biaya jangka waktu manfaatnya yaitu pengeluaran modal dan pengeluaran pendapatan.<sup>15</sup>

Dalam akuntansi biaya, biaya dapat digolongkan dengan berbagai macam cara. Umumnya penggolongan biaya ini ditentukan atas dasar dan tujuan yang hendak dicapai dengan penggolongan tersebut, karena dalam akuntansi biaya dikenal konsep : “*different costs for different purposes*”

---

<sup>14</sup> Mulyadi., 10

<sup>15</sup> Chelsia F Emor, “The Analysis of Relevant Cost in Decision Making Whether to Buy or Maintain Fixed Assets in PT. Jor Gabrindo Pratama,” Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi 7, no. 1 (2019): 911–20.

Biaya dapat digolongkan menurut :

- a. Penggolongan biaya berdasarkan objek pengeluaran

Dasar yang digunakan dalam penggolongan biaya ini adalah objek pengeluaran, misalnya nama objek pengeluaran merupakan bahan bakar maka seluruh pengeluaran yang berhubungan dengan bahan bakar disebut “biaya bahan bakar”.

- b. Penggolongan biaya berdasarkan fungsi pokok dalam perusahaan

- c. Penggolongan biaya berdasarkan hubungan biaya dengan suatu yang dibiayai.

Suatu yang dibiayai dapat berupa suatu produk ataupun departemen, dengan hal ini dapat dikelompokkan menjadi dua golongan :

- a) Biaya langsung (*direct cost*)

Biaya langsung adalah biaya yang terjadi disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai, biaya langsung terdiri dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.

- b) Biaya tidak langsung (*indirect cost*)

Biaya yang terjadi di satu departemen disebut biaya tidak langsung, tetapi manfaatnya dapat dirasakan oleh lebih dari satu departemen.

- d. Penggolongan biaya berdasarkan perilaku dalam hubungannya dengan perubahan volume aktivitas

Dengan hal ini biaya dapat digolongkan dalam beberapa kelompok anatar lain:

- a) Biaya variabel

Biaya yang terjadi di satu departemen disebut biaya tidak langsung, tetapi manfaatnya dapat dirasakan oleh lebih dari satu departemen.

- b) Biaya *semivariabel*

Biaya *semivariabel* adalah biaya yang jumlah total berubahnya tidak sebanding dengan volume kegiatan.

- c) Biaya *semifixed*

Biaya tetap pada tingkat volume kegiatan tertentu dan dapat berubah secara konstan pada volume produksi tertentu.

- d) Biaya tetap

Biaya tetap adalah biaya yang totalnya tetap dalam kisar volume kegiatan tertentu.

- e. Penggolongan biaya atas dasar jangka waktu manfaatnya

Berdasarkan jangka waktu manfaatnya biaya dapat dibagi menjadi dua kelompok, antara lain :

- a) Pengeluaran modal

Pengeluaran modal adalah biaya yang menghasilkan keuntungan selama lebih dari satu periode akuntansi. Saat

terjadi, biaya ini dibebankan sebagai kos aktiva dan dibebankan dalam tahun-tahun yang menghasilkan keuntungan dengan cara didepresiasi atau diamortisasi.

b) Pengeluaran pendapatan

Pengeluaran pendapatan adalah biaya yang hanya menguntungkan selama periode pengeluaran pendapatan tersebut. Pengeluaran pendapatan ini dibebankan sebagai biaya yang disatukan dengan pendapatan yang diperoleh dari pengeluaran biaya tersebut.<sup>16</sup>

4. Metode Perhitungan Biaya Produksi

Metode penentuan Harga Pokok Produksi adalah cara memperhitungkan unsur-unsur biaya kedalam harga produksi. Dalam perhitungan unsur-unsur biaya kedalam kos produksi terdapat dua pendekatan yaitu *Full costing* dan *variabel costing*.<sup>17</sup>

a. Metode Penentuan Harga Pokok Produksi *Full Costing*

*Full Costing* merupakan metode penentuan kos produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi kedalam kos produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik baik *overhead* pabrik variabel dan juga tetap. Dengan demikian kos produksi menurut metode *Full Costing* terdiri dari unsur-unsur sebagai berikut :

---

<sup>16</sup> Mulyadi, *Akuntansi Biaya Edisi 5* (Yogyakarta : Unit Penerbit dan percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, 2015) 13-16

<sup>17</sup> Mulyadi, *Akuntansi Biaya Edisi 5* (Yogyakarta : Unit Penerbit dan percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, 2015) 17

Biaya bahan baku	xxx
Biaya tenaga kerja langsung	xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik <i>variabel</i>	xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik tetap	<u>xxx</u>
Biaya produksi	xxx

Biaya produksi yang dihitung dengan metode *Full Costing* terdiri dari unsur-unsur kos produksi (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik *variabel* dan biaya *overhead* pabrik tetap) ditambah dengan biaya nonproduksi yaitu (biaya pemasaran, dan biaya administrasi umum).

b. Metode Penentuan Harga Pokok Produksi *Variabel Costing*

*Variabel costing* merupakan metode penentuan kos produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku variabel kedalam kos produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik.

Unsur-unsur biaya pada metode penentuan *variabel costing* sebagai berikut :

Biaya bahan baku	xxx
Biaya tenaga kerja langsung	xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik <i>variabel</i>	<u>xxx</u>
Biaya produksi	xxx

Biaya produk yang dihitung dengan pendekatan *variabel costing* terdiri dari unsur-unsur kos produksi variabel (biaya bahan

baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik variabel) ditambah dengan biaya non produksi variabel yaitu (biaya pemasaran *variabel* dan biaya administrasi dan umum *variabel*) biaya tetap (biaya *overhead* pabrik tetap, biaya pemsaram tetap, dan biaya administrasi umum tetap).<sup>18</sup>

## **B. Penentuan Harga Pokok Produksi**

### **1. Definisi Harga Pokok Produksi**

Harga pokok produksi merupakan jumlah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk memproduksi suatu barang dengan jangka waktu yang ditentukan.<sup>19</sup>

Harga pokok produksi merupakan salah satu indikator penting yang sangat menentukan keberhasilan suatu perusahaan, baik dagang maupun jasa dan manufaktur. HPP berkaitan dengan indikator-indikator kesuksesan suatu usaha, seperti keuntungan kotor dan juga bersih.<sup>20</sup>

Harga pokok produksi dihitung dengan menjumlahkan seluruh biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam proses produksi yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan juga biaya *overhead* pabrik yang tetap maupun *variabel*.<sup>21</sup>

---

<sup>18</sup> Mulyadi, 18-19

<sup>19</sup> M. K. Mukti and A. Rahayui, "Perhitungan Harga Pokok Produksi Dengan Metode Harga Pokok Proses Pada Usaha Mochi Padasuka," *Jurnal Ekonomi, Manajemen & Akuntansi* 8, no. 2 (2022): 87–93.

<sup>20</sup> Batubara, "Penentuan Harga Pokok Produksi Berdasarkan Metode Full Costing Pada Pembuatan Etalase Kaca Dan Aluminium Di UD Istana Aluminium Manado."

<sup>21</sup> Mulyadi, *Akuntansi Biaya Edisi 5* (Yogyakarta : Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, 2015), 275

## 2. Komponen Harga Pokok Produksi

Harga pokok produksi meliputi keseluruhan bahan langsung, tenaga kerja langsung, dan *overhead* pabrik yang dikeluarkan untuk memproduksi barang atau jasa.

Harga pokok produksi terdiri atas tiga komponen utama, yaitu :

- a. Bahan baku langsung yang meliputi : biaya pembelian bahan, potongan pembelian, biaya angkut pembelian, biaya penyimpanan, dan lain-lain.
- b. Tenaga kerja langsung yang meliputi semua biaya upah karyawan yang terlibat secara langsung dalam proses pembuatan bahan baku menjadi barang jadi atau barang yang siap dijual.
- c. Biaya *overhead* pabrik meliputi semua biaya-biaya diluar dari biaya perolehan biaya bahan baku langsung dan upah langsung.<sup>22</sup>

## 3. Tujuan Penentuan Harga Pokok Produksi

Penentuan harga pokok produksi digunakan untuk menghitung biaya produksi setiap unitnya. Biaya produksi per unit dapat digunakan sebagai dasar menentukan harga jual yang wajar. Harga pokok produksi memiliki berbagai manfaat, diantaranya sebagai berikut :

- a. Menentukan harga jual produk

Untuk menentukan harga pokok produksi, Anda harus mengetahui biaya produksi per unit. Oleh karena itu, mengetahui biaya produksi per unit akan menjadi faktor yang akan mempengaruhi harga jual produk.

---

<sup>22</sup> Sitty Rahmi Lasena“ *ANALISIS PENENTUAN HARGA POKOK PRODUKSI PADA PT. DIMEMBE NYIUR AGRIPRO,*” *Jurnal Sains Dan Seni ITS* 6, no. 1 (2017): 51–66,

b. Memantau Realisasi biaya produk

Untuk menentukan harga pokok produksi, Anda harus mengetahui biaya produksi per unit. Ini adalah faktor yang akan mempengaruhi harga jual produk.

c. Menghitung laba atau rugi bruto periode tertentu

Manajemen harus menghitung laba atau rugi untuk mengetahui apakah kegiatan produksi dan pemasaran perusahaan menghasilkan laba atau rugi. Harga pokok produksi dan laba bersih terkait erat, dengan volume produksi menentukan laba, dan biaya produksi menentukan keuntungan. Dengan kata lain, volume produksi menentukan laba, dan output (produksi) meningkatkan rugi bruto. Informasi ini penting untuk mengukur produk.<sup>23</sup>

d. Menentukan harga pokok persediaan produk jadi dan produk dalam proses

Pada tanggal neraca disajikan, manajemen harus mencatat harga pokok produk jadi dan produk dalam dalam laporan keuangan. Biaya produksi yang diterapkan pada produk yang belum selesai laku dijual, yang disajikan dalam neraca sebagai harga pokok persediaan produk yang sedang dalam proses<sup>24</sup>

---

<sup>23</sup> Carter William, *Akuntansi Biaya*: Buku 1 Edisi 14 (Jakarta: Salemba Empat, 2012), 129.

<sup>24</sup> Mulyadi, *Akuntansi Biaya Edisi 5* (Yogyakarta : Unit Penerbit dan percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, 2015) 65

#### 4. Metode Penentuan Harga Pokok Produksi

##### a. *Job Order Costing* (Produk berdasarkan Pesanan)

Metode harga pokok produksi *job order costing* merupakan salah satu metode yang dapat diterapkan dalam perusahaan yang menggunakan produksi terputus-putus. Dimana dalam metode ini, biaya-biaya dikumpulkan berdasarkan pesanan dan terpisah sesuai dengan pesanan masing-masing. Perhitungan biaya berdasarkan pesanan suatu sistem akuntansi yang menelusuri biaya pada unit individual atau pekerjaan, kontrak, tumpukan produk atau pesanan pelanggan yang spesifik sesuai *request* dari masing-masing pelanggan.

Adapun karakteristik metode *job order costing* adalah sebagai berikut :

- 1) Sifat proses produksi yang dilakukan secara terputus-putus dan tergantung pada custom pesanan yang diterima
- 2) Spesifikasi dan bentuk produk tergantung pada pesanan pelanggan
- 3) Pencatatan biaya produksi masing-masing pesanan dilakukan pada kartu biaya pesanan secara terperinci untuk masing-masing pesanan
- 4) Total biaya produksi untuk setiap elemen biaya dikalkulasi setelah pesanan selesai

- 5) Biaya per unit dihitung dengan membagi total biaya produksi yang terdiri dari bahan baku langsung, tenaga kerja langsung dan juga biaya *overhead* pabrik.
- 6) Umumnya akumulasi biaya yang digunakan adalah biaya normal
- 7) Produk yang sudah selesai dapat disimpan digudang atau diserahkan pada pemesanan.<sup>25</sup>

b. Proses *Costing* (Produk berdasarkan proses)

Metode Harga Pokok Proses merupakan metode penentuan harga pokok produk dengan cara mengumpulkan biaya produksi setiap departemen yang terjadi selama periode tertentu, setelah itu membaginya dengan jumlah satuan produk yang dihasilkan. Biasanya metode ini digunakan oleh perusahaan yang memproduksi produknya secara massal.

a) Karakteristik Metode Harga Pokok Proses

Berikut karakteristik dari metode harga pokok proses :

- 1) Proses produksi dilakukan secara terus-menerus
- 2) Produk yang dihasilkan merupakan produk standar yang bersifat homogen atau seragam
- 3) Tujuan produksi adalah mengisi persediaan, bukan untuk memenuhi pesanan

---

<sup>25</sup> Salman Alfarisi and Gideon Setyo Budiwitjaksono Boediono, "Evaluasi Penerapan *Job Order Costing* Dalam Penentuan Harga Pokok Produksi," *Small Business Accounting Management and Entrepreneurship Review* 1, no. 1 (2021): 46–55, <https://doi.org/10.61656/sbamer.v1i1.50>.

Karakteristik metode harga pokok proses berdasarkan proses pengumpulan biaya, antara lain sebagai berikut :

- 1) Biaya produksi dikumpulkan pada setiap periode tertentu dan dicatat pada akun barang dalam proses.
  - 2) Harga pokok produk satuan dihitung pada setiap akhir periode tertentu
  - 3) Jika produk diolah melalui lebih dari satu departemen harga pokok produk pada departemen sebelumnya akan menambah harga produk pada departemen berikutnya sampai menjadi produk jadi.
  - 4) Laporan harga pokok produksi dipakai untuk menghitung biaya produksi satuan atau keseluruhan.
5. Prosedur penentuan Harga Pokok Produksi menggunakan metode Harga pokok Proses
- a. Mengumpulkan data produksi setiap produk dalam periode tertentu untuk Menyusun laporan produksi serta menghitung produksi ekuivalen dan harga pokok satuan
  - b. Mengumpulkan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya *overhead* pabrik untuk setiap jenis produk dalam periode tertentu.
  - c. Menghitung harga pokok satuan setiap elemen biaya, yaitu jumlah elemen biaya tertentu dibagi produksi ekuivalen dari elemen biaya yang bersangkutan

- d. Menghitung harga pokok produk selesai yang dipindahkan ke gudang ke departemen berikutnya dan menghitung harga pokok barang dalam proses akhir.<sup>26</sup>

### C. Penetapan Harga Jual

#### 1. Pengertian Harga Jual

Harga jual adalah jumlah yang dikenakan oleh suatu unit usaha kepada pembeli untuk barang atau jasa yang dijual, harga jual merupakan biaya produksi ditambah biaya non-produksi dan laba yang diharapkan, sehingga dapat disimpulkan bahwa harga jual mencakup seluruh biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam memproduksi barang atau jasa ditambah dengan persentase laba yang diinginkan.<sup>27</sup>

Harga jual, atau harga penjualan, adalah harga yang mencakup biaya produksi dan distribusi serta keuntungan yang diinginkan. Dengan kata lain, harga jual adalah total biaya yang dikenakan kepada konsumen untuk menutupi biaya produksi, biaya non-produksi, dan keuntungan yang diharapkan perusahaan.<sup>28</sup>

Harga jual adalah nilai yang diberikan oleh perusahaan kepada pembeli atau pelanggan untuk produk yang dihasilkannya. Bisnis sangat penting untuk menghitung harga jual dengan jelas dan tepat

---

<sup>26</sup> Dwi Harti (2019) *praktikum akuntansi Perusahaan manufaktur*, Jakarta : Ciracas, Erlangga

<sup>27</sup> Teti Purnama Sari, Reva Maria Valianti, and Muhamad Aryo Arifin, "Analisis Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Harga Jual Pada PT Ultra Milk Jaya Industri Tbk Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia," *Jurnal Media Akuntansi (Mediasi)* 3, no. 2 (2021): 260–68, <https://doi.org/10.31851/jmediasi.v3i2.5496>.

<sup>28</sup> Deri Firmansyah, Hari Mulyadi, and Dwinanto Priyo Susetyo, "Penentuan Harga Jual: Harga Pokok Produksi Dan Ekspektasi Laba," *Jkbn (Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen)* 9, no. 2 (2023): 202–15, <https://doi.org/10.31289/jkbn.v9i2.8808>.

karena perhitungan yang akurat akan menghasilkan keuntungan yang diharapkan perusahaan. Laba yang diharapkan dapat dihitung bersamaan dengan harga pokok produksi yang telah ditetapkan, sehingga harga jual produk yang tepat dapat diperoleh. Oleh karena itu, setiap pelaku usaha disarankan untuk mempertimbangkan dengan cermat harga pokok produksi dan harga jual produk mereka.<sup>29</sup>

## 2. Faktor-Faktor yang mempengaruhi Penetapan Harga Jual

Ada beberapa Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Harga Jual yang dapat mempengaruhi keputusan tentang harga jual yaitu :

- a. Faktor laba yang diinginkan
- b. Faktor produk atau penjualan produk tersebut
- c. Faktor biaya dan produk tersebut
- d. Faktor dari luar perusahaan (Konsumen)<sup>30</sup>

Menurut Ibnu Taimiyah, harga yang adil adalah nilai barang yang dibayarkan pada waktu dan tempat yang sama untuk barang yang sama. Menurut Ibnu Taimiyah, keadilan adalah memastikan bahwa setiap transaksi tidak akan merugikan atau menyakiti pihak lain. Dengan harga yang adil, kedua pihak dalam transaksi akan puas, dan tidak ada pihak yang dirugikan. Dalam Islam, perdagangan harus dilakukan secara etis, dan berdasarkan prinsip ekonomi Syariah, Islam melarang praktik

---

<sup>29</sup> Yustitia and Adriansah, "Pendampingan Penentuan Harga Pokok Produksi (HPP) Dan Harga Jual Pada UMKM Di Desa Sawahkulon."

<sup>30</sup> Siregar, *Akuntansi Biaya Edisi 2*, (Jakarta : Salemba Empat)

yang menghasilkan keuntungan yang berlebihan, perdagangan yang tidak adil, serta tindakan yang merugikan orang lain. Selain itu, prinsip ini menekankan penerapan keadilan dan kejujuran dalam semua kegiatan ekonomi.<sup>31</sup>

Ketidajelasan dalam penetapan harga dapat menyebabkan berbagai konsekuensi. Tindakan penetapan harga yang melanggar etika dapat membuat pelaku usaha tidak disukai oleh pembeli, bahkan dapat memicu reaksi negatif yang merusak reputasi usaha. Penetapan harga yang tidak sesuai dengan harapan pembeli dapat mengakibatkan penolakan dari sebagian atau seluruh pembeli.<sup>32</sup>

### 3. Tujuan Penetapan Harga Jual

Tujuan penetapan Harga Jual adalah sebagai berikut :

#### a. Kelangsungan hidup

Perusahaan dapat mengejar kelangsungan hidup sebagai tujuan utamanya, jika mengalami kapasitas lebih, persaingan ketat, atau perubahan keinginan konsumen. Untuk menjaga agar pabrik tetap beroperasi dan persediaan dapat terus berputar, mereka sering melakukan penurunan harga. Laba kurang penting dibandingkan kelangsungan hidup. Selama harga dapat menutup biaya variabel dan sebagian biaya tetap, perusahaan dapat terus

---

<sup>31</sup> Dwi Ratmono and Adriana Pradopowati, "Determinan Fraud Belanja Bantuan Sosial Pemerintah Daerah," *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, no. 165 (2016): 42–62, <https://doi.org/10.18202/jamal.2016.12.7024>.

<sup>32</sup> Yustitia and Adriansah, "Pendampingan Penentuan Harga Pokok Produksi (HPP) Dan Harga Jual Pada UMKM Di Desa Sawahkulon."

berjalan. Tetapi kelangsungan hidup hanyalah tujuan jangka pendek. Dalam jangka panjang, perusahaan harus dapat meningkatkan nilainya.

b. Laba sekarang maksimum

Banyak perusahaan menetapkan harga yang memaksimalkan labanya sekarang. Mereka memperkirakan bahwa permintaan dan biaya sehubungan sebagai alternatif harga dan memilih harga yang akan menghasilkan laba, arus kas, atau pengembalian investasi yang maksimum.

c. Pendapatan sekarang maksimum

Beberapa perusahaan menetapkan harga yang akan memaksimalkan pendapatan dari penjualan. Maksimalisasi pendapatan hanya membutuhkan perkiraan fungsi permintaan. Banyak manajer percaya bahwa maksimalisasi pendapatan akan menghasilkan maksimalisasi laba jangka panjang dan pertumbuhan pangsa pasar.

d. Pendapatan sekarang maksimum

Sebagian perusahaan menetapkan harga produk dengan tujuan untuk memaksimalkan pendapatan dari penjualan. Strategi ini hanya memerlukan estimasi terhadap fungsi permintaan pasar. Banyak manajer meyakini bahwa pendekatan maksimalisasi pendapatan merupakan cara yang efektif untuk meningkatkan hasil penjualan secara keseluruhan.

e. Pertumbuhan penjualan maksimum

Beberapa perusahaan lainnya memilih strategi untuk memaksimalkan jumlah unit yang terjual. Mereka berkeyakinan bahwa peningkatan volume penjualan akan menurunkan biaya produksi per unit dan pada akhirnya menghasilkan keuntungan jangka panjang yang lebih besar. Untuk mencapai hal ini, perusahaan menetapkan harga serendah mungkin dengan asumsi bahwa konsumen sangat peka terhadap perubahan harga. Strategi ini dikenal dengan istilah *penetration pricing* atau penetapan harga penetrasi pasar.

f. *Skimming* pasar maksimum

Strategi *market skimming* hanya dapat diterapkan dalam situasi di mana terdapat sekelompok konsumen dengan tingkat permintaan yang tinggi. Selain itu, biaya produksi per unit untuk jumlah produksi yang terbatas tidak terlalu besar, sehingga tidak secara signifikan mengurangi potensi keuntungan dari penetapan harga tinggi. Dalam strategi ini, harga yang tinggi juga tidak serta-merta menarik banyak pesaing untuk masuk ke pasar, serta dapat memperkuat persepsi konsumen bahwa produk tersebut memiliki kualitas yang unggul atau bernilai premium.

g. Kepemimpinan mutu produk

Suatu perusahaan dapat memilih untuk memposisikan diri sebagai pemimpin dalam hal kualitas produk di pasar dengan cara menawarkan produk berkualitas tinggi dan menetapkan

harga yang lebih tinggi dibandingkan para pesaingnya. Strategi ini didasarkan pada keyakinan bahwa kombinasi antara mutu unggulan dan harga premium akan menghasilkan tingkat pengembalian yang lebih besar dibandingkan rata-rata industri.<sup>33</sup>

#### 4. Metode Penetapan Harga Jual

Metode penetapan harga jual yang didasarkan pada biaya merupakan bentuk pendekatan paling mendasar atau sederhana, yaitu:

- a. *Cost plus pricing method*
- b. *Mark up pricing method*
- c. Penentuan harga oleh produsen

Biaya (*cost*) adalah elemen krusial yang perlu diperhitungkan dalam proses penetapan harga jual suatu produk atau jasa. Secara umum, harga jual ditentukan dengan menjumlahkan seluruh komponen biaya yang dikeluarkan, kemudian ditambahkan sejumlah nilai tertentu yang dikenal sebagai *mark-up* atau margin keuntungan. Cara penentuan harga jual tersebut dikenal dengan Pendekatan *Cost-Plus*. Pengertian *Cost Plus* adalah nilai biaya tertentu ditambah dengan kenaikan (*mark-up*) yang ditentukan. Dalam konsep perhitungan harga pokok dikenal dua pendekatan yaitu:

---

<sup>33</sup> Jessica Claudia Moray, David Paul Elia Saerang, and Treesje Runtu, “Penetapan Harga Jual Dengan Cost Plus Pricing Menggunakan Pendekatan Full Costing Pada UD Gladys Bakery,” Jurnal EMBA 2, no. 2 (2014): 1272–83. <https://doi.org/10.35794/emba.v2i2>

a. Perhitungan harga pokok penuh (*Full costing*).

Dalam pendekatan ini harga pokok produksi terdiri dari biaya-biaya yang berkaitan dengan pembuatan produk baik dan bersifat variable maupun yang bersifat tetap

- 1) Bahan baku langsung
- 2) Upah langsung
- 3) Biaya *overhead* pabrik – variable
- 4) Biaya *Overhead* pabrik – tetap.

b. Perhitungan harga pokok variable (*Variable costing*).

Dalam pendekatan ini yang dimasukkan sebagai komponen harga pokok produk adalah seluruh biaya-biaya yang bersifat *variabel*. Biaya *variabel* tersebut adalah:

- 1) Biaya bahan baku langsung
- 2) Biaya tenaga kerja langsung
- 3) Biaya penjualan *variabel*
- 4) Biaya umum dan administrasi variabel<sup>34</sup>

---

<sup>34</sup> Cristianty dkk, "PENENTUAN HARGA JUAL PRODUK DENGAN MENGGUNAKAN METODE COST PLUS PRICING PADA UD. SINAR SAKTI "3 1,2,3" 2, no. 3 (2014): 208–17. <https://doi.org/10.35794/emba.2.3.2014.5434>