

## **BAB II**

### **PENENTUAN HARGA JUAL**

#### **2.1 Pengertian Harga Jual**

Harga jual merupakan faktor yang penting bagi perusahaan karena harga yang ditetapkan harus bisa menutup semua biaya operasional agar tidak mengalami kerugian. Sedangkan untuk konsumen, harga jual merupakan salah satu faktor untuk memperoleh barang atau jasa yang diinginkan. Menurut Kotler dan Keller (2009, 439), harga jual adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat, karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Sedangkan menurut Supriyono (2011, 314), harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan.

Keputusan dalam menentukan harga jual merupakan hal yang sangat penting bagi pihak manajemen dalam menjual produk atau jasa. Penentuan harga jual bisa dibidang dapat mempengaruhi semua aspek kegiatan dan kelangsungan hidup perusahaan. Harga jual yang tepat dapat memberikan kas yang cukup bagi perusahaan untuk menjalankan bisnis sesuai dengan yang diharapkan.

## 2.2 Metode Penentuan Harga Jual

Dalam menentukan harga jual, ada beberapa metode yang dapat digunakan yang dapat disesuaikan dengan beberapa keadaan. Metode penentuan harga jual, antara lain :

### 1. Penentuan Harga Jual Normal (*Normal Pricing*)

Dalam keadaan normal, metode penentuan harga jual normal sering disebut dengan *cost plus pricing*. Metode *cost plus pricing* yaitu harga jual ditentukan dengan *cost* ditambah dengan keuntungan/*mark up*. *Mark up* merupakan presentase keuntungan yang diharapkan dari total *cost*.

### 2. Penentuan Harga Jual Waktu dan Bahan (*Time and Material Pricing*)

Pada metode *time and material pricing*, perusahaan menentukan tarif tenaga kerja dan tarif dari bahan. Pada dasarnya metode ini juga menggunakan metode *cost plus pricing*, hanya saja biasanya perusahaan yang menggunakan metode ini merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa.

## 2.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga Jual

### 2.3.1 Faktor Biaya

Biaya merupakan faktor dasar yang digunakan pihak manajemen dalam menentukan harga jual suatu produk maupun jasa. Dengan menggunakan konsep biaya dalam menentukan harga jual,

biaya dapat memberikan informasi batas bawah harga atas suatu produk maupun jasa yang dihasilkan perusahaan.

### 2.3.2 Faktor Bukan Biaya

Faktor bukan biaya merupakan faktor yang berasal dari luar perusahaan yang juga dapat mempengaruhi keputusan dalam menentukan harga jual. Faktor ini tidak bisa sepenuhnya dikendalikan oleh perusahaan. Menurut Supriyono (2001), faktor bukan biaya yang bisa mempengaruhi harga jual antara lain :

1. Perekonomian

Kondisi perekonomian sangat mempengaruhi tingkat harga. Misalnya pada kondisi inflasi disaat daya beli uang menurun maka harga jual barang maupun jasa akan naik. Sebaliknya, apabila perekonomian mengalami deflasi maka daya beli uang akan naik dan harga jual jasa maupun produk menjadi lebih rendah.

2. Permintaan dan penawaran pasar

Permintaan dan penawaran pasar harus seimbang agar harga yang dihasilkan sesuai dengan keinginan perusahaan dan sesuai dengan permintaan konsumen.

3. Tindakan atau reaksi pesaing

Tindakan atau reaksi pesaing juga mempengaruhi tingkat harga yang ditetapkan perusahaan. Perusahaan yang menghasilkan

produk maupun jasa yang sama akan bersaing untuk menarik konsumen dengan memberikan harga yang lebih rendah dari perusahaan pesaing.

#### 4. Elastisitas Permintaan

Elastisitas permintaan dan penawaran dapat mempengaruhi penentuan harga jual suatu produk atau jasa. Ketika suatu permintaan bersifat elastis maka keputusan untuk menurunkan harga jual mengakibatkan peningkatan volume penjualan dalam jumlah yang relatif besar. Sebaliknya jika permintaan bersifat inelastic keputusan menurunkan harga jual mengakibatkan peningkatan volume penjualan yang relatif sedikit.

#### 5. Tipe Pasar

Harga jual ditentukan berdasarkan tipe pasar yang dihadapi perusahaan. Tipe pasar yang umum diketahui ada empat yaitu pasar persaingan sempurna, persaingan monopolistik, oligopoli, dan monopoli (Supriyono, 2001, 315).

#### 6. Pengawasan Pemerintah

Penentuan harga jual juga dipengaruhi oleh aturan dari pemerintah. Pengawasan pemerintah dalam hal ini merupakan penentuan harga maksimum dan minimum untuk suatu produk atau jasa.

#### 7. Citra atau Kesan Masyarakat

Citra atau kesan masyarakat terhadap suatu produk atau jasa dapat meningkatkan harga jual produk atau jasa tersebut.

#### 8. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Perusahaan dijalankan bukan hanya untuk mencari laba, tetapi juga untuk melayani masyarakat. Harga jual yang ditentukan perusahaan berdasarkan tingkat ekonomi masyarakat yang dilayani.

### 2.4 Pengertian Biaya

Biaya merupakan suatu pengorbanan sumber ekonomi di dalam perusahaan untuk memperoleh manfaat di masa sekarang maupun di masa yang akan datang. Dalam arti luas biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu. Dalam arti sempit biaya dapat diartikan sebagai pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh aktiva (Mulyadi, 2015, 8).

Menurut Hansen dan Mowen (2009, 47) biaya adalah kas atau nilai setara kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat saat ini atau di masa depan bagi organisasi. Sedangkan menurut Horngren et al (2006), biaya atau *cost* adalah sumber daya yang dikorbankan/dikeluarkan untuk memperoleh tujuan tertentu, dan biasanya diukur dalam satuan mata uang, dapat berupa *cash* atau *cash equivalent*. Dari definisi-

definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa biaya adalah sumber ekonomi yang dapat diukur dalam satuan uang untuk mendapatkan manfaat di masa sekarang maupun di masa yang akan datang.

## **2.5 Penggolongan Biaya**

Akuntansi biaya menyajikan informasi biaya yang digunakan untuk berbagai macam tujuan. Dalam menggolongkan biaya, biaya harus disesuaikan dengan tujuan dari informasi biaya yang akan digunakan. Menurut Supriyono (2011, 18-36) penggolongan biaya yang sering dilakukan sesuai dengan :

1. Fungsi Pokok dari Kegiatan/Aktivitas Perusahaan
2. Periode Akuntansi
3. Tendensi Perubahannya terhadap Aktivitas/Kegiatan/Volume
4. Objek atau Pusat Biaya yang Dibiayai
5. Tujuan Pengendalian Biaya
6. Tujuan Pengambilan Keputusan

### **2.5.1 Penggolongan Biaya sesuai dengan Fungsi Pokok dari Kegiatan/Aktivitas Perusahaan**

Fungsi pokok dari kegiatan atau aktivitas perusahaan digolongkan menjadi fungsi produksi, fungsi pemasaran, fungsi administrasi dan umum, dan fungsi keuangan. Dari fungsi pokok tersebut, pengelompokan biaya dilakukan menjadi :

1. Biaya Produksi merupakan semua biaya yang berhubungan dengan fungsi produksi. Biaya produksi didapatkan dari penjumlahan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik.
2. Biaya Pemasaran merupakan biaya-biaya yang muncul dari penjualan produk jadi sampai dengan pengumpulan kas.
3. Biaya Administrasi dan Umum merupakan seluruh biaya yang berhubungan dengan kegiatan pengelolaan perusahaan secara keseluruhan.
4. Biaya Keuangan merupakan semua biaya yang berhubungan dengan kegiatan keuangan atau penyediaan dana perusahaan.

#### **2.5.2 Penggolongan Biaya sesuai dengan Periode Akuntansi**

Penggolongan biaya sesuai dengan periode akuntansi dibagi menjadi dua yaitu pengeluaran modal dan pengeluaran penghasilan (Supriyono, 2011, 21).

1. Pengeluaran modal (*Capital Expenditures*) merupakan pengeluaran yang akan dapat memberikan manfaat pada beberapa periode akuntansi yang akan datang. Dalam hal ini pengeluaran yang dimaksud adalah pengeluaran untuk memperoleh aktiva.

2. Pengeluaran Penghasilan (*Revenues Expenditures*) merupakan pengeluaran yang akan memberikan manfaat pada hanya pada periode akuntansi di mana pengeluaran terjadi.

### 2.5.3 Penggolongan Biaya sesuai dengan Tendensi Perubahannya terhadap Aktivitas/Kegiatan/Volume

Dalam hubungannya dengan tendensi perubahan terhadap volume kegiatan, biaya dapat dikelompokkan menjadi :

1. Biaya tetap (*fixed cost*) yaitu biaya yang jumlah totalnya tetap dan tidak dipengaruhi oleh perubahan aktivitas atau volume kegiatan. Pada biaya tetap, semakin tinggi volume kegiatan maka semakin rendah biaya satuan (*unit cost*) begitupun sebaliknya.
2. Biaya variabel (*variable cost*) yaitu biaya yang jumlah totalnya mengalami perubahan sebanding dengan perubahan aktivitas atau volume kegiatan. Pada biaya variabel, volume kegiatan tidak mempengaruhi *unit cost* seperti pada biaya tetap sehingga *unit cost* konstan.
3. Biaya semi variabel (*semi variable cost*) yaitu biaya yang jumlah totalnya mengalami perubahan yang tidak sebanding dengan perubahan aktivitas atau volume kegiatan.

#### **2.5.4 Penggolongan Biaya sesuai dengan Objek atau Pusat Biaya yang Dibiayai**

Objek atau pusat biaya dapat dihubungkan dengan produk dan departemen. Dalam hubungan dengan departemen, biaya dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu :

1. Biaya langsung (*Direct cost*) yaitu biaya yang dibebankan secara langsung pada suatu objek biaya dan manfaatnya dapat diidentifikasi kepada objek atau pusat biaya tertentu.
2. Biaya tidak langsung (*Indirect cost*) yaitu biaya yang tidak dibebankan secara langsung pada suatu objek biaya. Biaya tidak langsung merupakan biaya yang manfaatnya dapat dinikmati oleh beberapa objek atau pusat biaya.

#### **2.5.5 Penggolongan Biaya untuk Tujuan Pengendalian Biaya**

Pengendalian informasi biaya yang ditunjukkan kepada manajemen dapat dikelompokkan menjadi (Supriyono, 2011, 35) :

1. Biaya terkendalikan (*Controllable cost*) yaitu biaya yang secara langsung dapat dipengaruhi oleh seorang pemimpin tertentu dalam waktu tertentu.
2. Biaya tidak terkendalikan (*Uncontrollable cost*) yaitu biaya yang tidak dapat dipengaruhi oleh seorang pemimpin/pejabat tertentu dalam jangka waktu tertentu.

### 2.5.6 Penggolongan Biaya sesuai dengan Tujuan Pengambilan Keputusan

Dalam pengambilan sebuah keputusan, biaya merupakan hal yang sangat penting untuk dipertimbangkan. Manajemen perlu mempertimbangkan biaya yang relevan dan tidak relevan agar tidak mengalami pemborosan. Dalam hubungannya dengan pengambilan keputusan, biaya dikelompokkan menjadi :

1. Biaya relevan (*Relevant cost*) yaitu biaya yang terjadi pada suatu alternatif dan harus diperhitungkan dalam pengambilan keputusan. Biaya relevan memiliki ciri-ciri yaitu biaya di masa yang akan datang. Hilton & Platt (2011, 606) menjelaskan bahwa ada 2 kriteria penting yang perlu dimiliki oleh biaya relevan :
  - a. Berpengaruh terhadap masa depan
  - b. Berbeda dengan alternatif lainnya

Salah satu contoh dari biaya relevan yaitu *out of pocket cost* atau biasa disebut dengan biaya tunai. *Out of Pocket Cost* merupakan biaya yang memerlukan pengeluaran kas (Supriyono, 2011).

2. Biaya tidak relevan (*Irrelevant cost*) yaitu biaya yang tidak berbeda dengan suatu alternatif. Maka dari itu, biaya ini tidak perlu diperhitungkan dalam pengambilan keputusan.

## 2.6 Out of Pocket Cost

*Out of Pocket Cost* merupakan salah satu biaya relevan dari berbagai pemilihan alternatif. *Out of Pocket Cost* merupakan biaya yang memerlukan pengeluaran kas (Supriyono, 2011). Sedangkan menurut Hansen dan Mowen (2007), *out of pocket cost* atau biaya tunai adalah biaya yang memerlukan pengeluaran uang tunai. Dari definisi di atas, dapat disimpulkan biaya tunai atau *out of pocket cost* adalah biaya yang memerlukan pengeluaran kas sekarang atau dalam jangka waktu dekat akibat dari keputusan manajemen.

Biaya operasional yang merupakan *out of pocket cost* meliputi gaji karyawan, biaya listrik, biaya air, dan biaya-biaya lain yang memerlukan pengeluaran kas. Tidak semua biaya memerlukan adanya aliran kas keluar, contohnya beban depresiasi aktiva. Pada saat aktiva diperoleh, harga perolehan termasuk dalam biaya tunai, tetapi masa setelahnya biaya depresiasi aktiva bukan lagi merupakan biaya tunai.