



BAB 2
KAJIAN LITERATUR

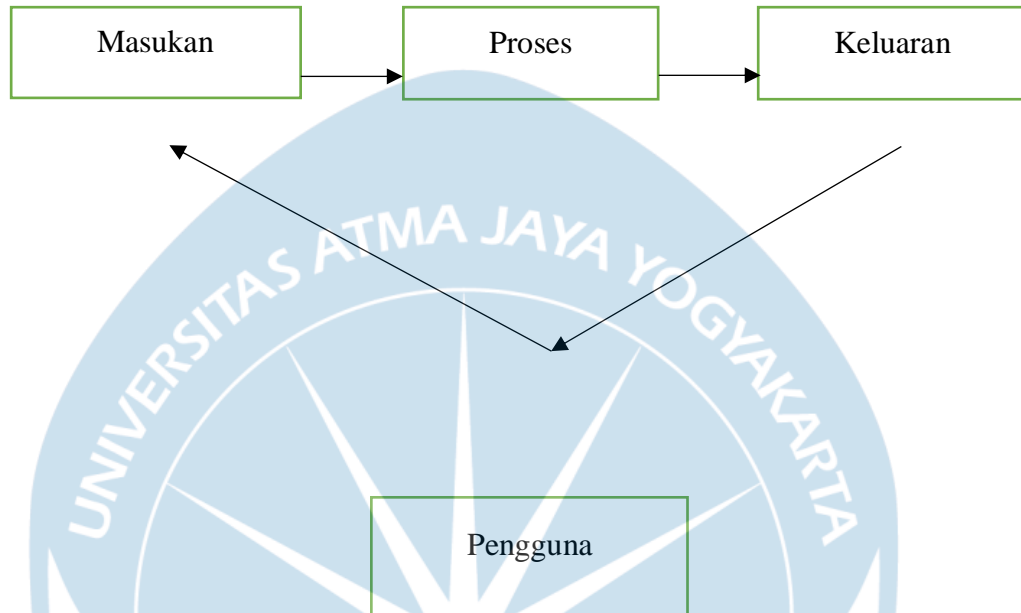
2.1 Akuntansi Manajemen

Menurut Mulyadi (2002:3) akuntansi manajemen didefinisikan sebagai identifikasi, pengukuran, pengumpulan, analisis, pencatatan, interpretasi, dan pelaporan peristiwa ekonomi entitas bisnis untuk digunakan manajemen dalam mengendalikan perencanaan dan pengambilan keputusan. Sedangkan menurut Halim et al., p. (2001, p. 3) Akuntansi manajemen merupakan suatu proses membuat laporan berupa informasi keuangan untuk manajemen dalam rangka menjalankan fungsi manajerial.

2.1.1 Tujuan Akuntansi Manajemen

Menurut Warren et al., p. (2017, p. 3) tujuan dari akuntansi manajerial adalah menyediakan laporan yang relevan dan tepat waktu bagi kebutuhan manajer dan para karyawan dalam pengambilan keputusan.

2.1.2 Model Operasional Akuntansi Manajemen



Menurut Dr Garaika dan Winda Feriyana (2020) pada bagan yang ditunjukkan model operasional akuntansi manajemen, terdapat beberapa unsur atau komponen yang terdiri dari aktivitas – aktivitas seperti masukan, proses, keluaran, dan pengguna. Masukan adalah data yang didokumentasikan berupa transaksi ekonomi yang dilakukan oleh perusahaan seperti jenis bahan baku, biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan lain-lain. Proses adalah mengonversikan data menjadi informasi seperti pengumpulan, pengukuran, perhitungan, penyimpanan, analisis, pengelolaan, dan pelaporan peristiwa-peristiwa ekonomi yang terjadi di perusahaan. Keluaran atau *output* adalah hasil akhir dari proses berisi informasi seperti berupa laporan biaya bahan baku, laporan biaya tenaga kerja, dan laporan biaya lainnya yang akan digunakan oleh pengguna sebagai indikator untuk pengambilan keputusan.

2.2 Biaya

Biaya akan selalu berkaitan dan tidak terlepas dengan proses produksi. Karena, biaya merupakan salah satu unsur atau komponen yang penting sebagai tolak ukur keberhasilan dalam jalannya kegiatan usaha. Berdasarkan standar akuntansi, biaya digunakan sebagai perencanaan dan pengendalian, perbaikan kualitas dan efisiensi, dan pembuatan keputusan yang sifatnya rutin maupun strategis dalam perusahaan.

Menurut Purwaji (2018) Biaya adalah suatu jenis pengorbanan terhadap sumber ekonomi dalam bentuk satuan nominal dimana hal ini telah terjadi atau akan terjadi untuk memperoleh barang dan jasa. Sedangkan, menurut Dunia et al. (2012) biaya adalah suatu pengeluaran untuk mendapatkan barang atau jasa yang akan bermanfaat di masa yang akan datang atau mempunyai memiliki kegunaan lebih dari satu periode. Mulyadi (2018) mendefinisikan biaya sebagai suatu objek yang diproses dan menghasilkan pemahaman dalam arti luas dan sempit. Dalam pemahaman secara sempit, biaya diartikan sebagai suatu wujud pengorbanan untuk memperoleh aset. Biaya dalam pemahaman secara sempit dapat disebut juga sebagai *cost*. Biaya (*cost*) dapat berubah menjadi beban (*expense*), jika *value* dari suatu barang maupun jasa telah diterima atau habis. Apabila, *value* dari suatu barang maupun jasa belum habis maka dikelompokkan kedalam aset. Sedangkan, dalam arti luas biaya adalah suatu wujud pengorbanan sumber ekonomi, yang dinyatakan dalam satuan nominal uang. Dalam penafsiran arti luas, terdapat beberapa komponen utama, yaitu:

1. Biaya adalah suatu wujud pengorbanan sumber ekonomi
2. Dinyatakan dalam bentuk satuan nominal uang
3. Sudah atau berpotensi akan terjadi di masa depan
4. Pengorbanan tersebut memiliki suatu tujuan

2.1.1 Klasifikasi Biaya

Klasifikasi atau penggolongan biaya merupakan suatu proses pengelompokan biaya secara terstruktur atas keseluruhan komponen dan unsur biaya yang ada, dalam rangka memberikan informasi secara tepat, efisien, dan ringkas. Menurut Purwaji (2018) klasifikasi biaya adalah proses pengklasifikasian dari seluruh aspek biaya secara efisien dan terstruktur, sehingga penjelasan yang diberikan lebih tepat dan relevan. Sedangkan, menurut Siregar dkk (2017) biaya harus diklasifikasikan secara berbeda untuk memberikan informasi yang berbeda pula dalam rangka memenuhi kebutuhan manajerial yang berbeda, walaupun bersumber pada transaksi serupa.

Menurut Mulyadi (2010) klasifikasi biaya dapat digolongkan sebagai berikut:

1. Objek pengeluaran

Dalam pengelompokan ini nama objek pengeluaran adalah dasar dari pengelompokan biaya. Misalnya, objek pengeluaran dalam perusahaan percetakan: biaya kertas, biaya tinta, biaya upah dan gaji, biaya depresiasi mesin, biaya sewa gedung.

2. Fungsi pokok dalam perusahaan

Terdapat tiga fungsi pokok dalam perusahaan manufaktur, yaitu:

1) Biaya produksi

Biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam proses produksi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi

2) Biaya pemasaran

Biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam rangka melaksanakan kegiatan pemasaran produk jadi

3) Biaya administrasi dan umum

Biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan yang bertujuan untuk mengkoordinasikan kegiatan proses produksi dan pemasaran produk

4) Korelasi biaya dengan sesuatu yang dibiayai

Dalam hubungannya dengan sesuatu yang dibiayai, dapat dikelompokkan menjadi:

1) Biaya langsung (*direct cost*)

Biaya yang berkaitan secara langsung dengan produk jadi yang terdiri atas biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung

2) Biaya tidak langsung (*indirect cost*)

Biaya yang tidak secara langsung berhubungan dengan produk jadi yang terdiri atas biaya overhead pabrik

5) Perilaku biaya korelasinya dengan perubahan volume kegiatan

1) Biaya variabel

Biaya yang jumlahnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan

2) Biaya semivariabel

Biaya yang berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan

3) Biaya semifixed

Biaya yang tetap terhadap tingkat volume kegiatan tertentu dan berubah dengan jumlah yang konstan pada volume produksi tertentu

4) Biaya tetap

Biaya yang jumlahnya tetap pada kisaran volume kegiatan tertentu

6) Jangka waktu manfaatnya

1) Pengeluaran modal (*capital expenditure*)

Biaya yang memiliki manfaat lebih dari satu periode akuntansi, contohnya: pengeluaran biaya untuk pembelian aktiva tetap

2) Pengeluaran pendapatan (*revenue expenditure*)

Biaya yang hanya memiliki manfaat dalam periode akuntansi terjadinya pengeluaran biaya tersebut, contohnya: biaya tenaga kerja dan biaya iklan

2.3 Biaya Produksi

Menurut Hansen & Mowen, p. (2004, p. 50) biaya produksi adalah seluruh biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan yang berkaitan dengan proses produksi. Menurut Usry, p. (2005, p. 24) biaya produksi adalah total dari tiga komponen atau unsur biaya yang terdiri atas biaya produksi langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Sedangkan, menurut Sadono (2002) biaya produksi dapat diartikan sebagai semua biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam rangka mendapatkan faktor-faktor produksi dan bahan-bahan mentah untuk memproduksi barang maupun jasa. Dari beberapa definisi menurut para ahli dapat disimpulkan bahwa biaya produksi didefinisikan sebagai keseluruhan biaya yang dibebankan atau dikeluarkan untuk memproduksi barang maupun jasa yang siap untuk dijual ke pasar atau langsung ke tangan konsumen.

2.4 Harga Pokok Produksi

Bagi suatu organisasi atau perusahaan, harga pokok produksi menjadi hal yang sangat penting. Oleh karena itu harga pokok harus dihitung dan diatur dengan tepat, wajar, dan rasional. Atau setidaknya, biaya-biaya yang dibebankan sebagai biaya pengeluaran dapat menunjukkan bahwa pada akhirnya masuk akal jika komponen-komponennya dari nilai pengeluaran itu sendiri dapat didistribusikan dengan cara yang sama, dengan kemampuannya masing-masing.

Menurut Mulyadi (2018) harga pokok produksi merupakan semua biaya yang muncul untuk mengolah bahan baku menjadi barang jadi yang siap untuk dijual. Menurut Priyadi (2006) perhitungan harga pokok produksi diukur melalui

penjumlahan biaya overhead pabrik, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya bahan baku langsung. Sehingga, biaya yang diproses pada produksi disebut sebagai biaya produksi.

2.4.1 Manfaat Informasi Harga Pokok Produksi

Menurut Mulyadi (2018) harga pokok produksi memuat informasi yang berguna bagi para pihak kepentingan perusahaan, yaitu:

1. Mengontrol praktik biaya produksi di lapangan
2. Menghitung dan mengetahui *profit* maupun *loss* perusahaan
3. Menentukan harga jual suatu produk
4. Menentukan harga pokok persediaan suatu produk dalam proses dan produk jadi

2.4.2 Unsur-unsur Harga Pokok Produksi

Harga pokok produksi terdiri atas 3 unsur yang dihitung, yaitu:

1. Bahan Baku

Bahan baku merupakan unsur terpenting yang digunakan atau dipakai pada proses produksi. Yang akan diubah menjadi barang jadi dengan menggunakan tenaga kerja langsung dan overhead pabrik.

- a. Biaya Bahan Baku

Biaya bahan baku adalah biaya yang muncul dari bahan baku yang diproses menjadi barang jadi

b. Biaya Bahan Penolong

Bahan penolong terdiri atas satu atau beberapa bahan yang digunakan dalam proses pengolahan menjadi barang jadi, akan tetapi penggunaannya tidak dapat dilacak karena nilai manfaatnya terlalu kecil. Jika dilakukan pelacakan pada bahan tersebut, maka pemakaiannya menjadi tidak bermanfaat dan efektif. Biaya bahan penolong muncul dalam pengolahan barang atau produk.

2. Tenaga Kerja

a. Biaya Tenaga Kerja Langsung (*Direct Labor*)

Biaya tenaga kerja langsung adalah upah yang diberikan atau yang harus dibayarkan oleh perusahaan kepada karyawannya

b. Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung (*Indirect Labor*)

3. *Overhead* Pabrik

Biaya overhead pabrik merupakan komponen dari biaya produksi selain biaya tenaga kerja tidak langsung maupun biaya bahan tidak langsung. Biaya depresiasi, amortisasi aktiva tetap, Semua biaya produksi tidak langsung akan dibebankan ke produk melalui biaya overhead pabrik.

2.4.3 Pengumpulan Harga Pokok Produk

Menurut Mulyadi (2009:18) terdapat dua jenis proses produksi, yaitu pendekatan harga pokok pesanan (*job order cost method*) dan pendekatan harga pokok proses (*process cost method*)

1. Metode harga pokok pesanan (*job order cost method*)

Perusahaan yang proses produksinya berdasarkan pesanan, dimana biaya – biaya produksi dikumpulkan untuk pesanan tertentu. Harga pokok produksi per satuan produk yang dihasilkan untuk memenuhi pesanan, dihitung dengan cara membagi total biaya produksi untuk pesanan tersebut dengan jumlah satuan produk dalam pesanan yang bersangkutan

2. Metode harga pokok proses (*process cost method*)

Perusahaan yang proses produksinya berorientasi *massa* atau dalam jumlah banyak, dimana biaya – biaya produksi dikumpulkan pada periode tertentu dan harga pokok produksi per satuan produk yang dihasilkan pada periode tersebut dikalkulasikan dengan cara membagi total biaya produksi pada periode tersebut dengan jumlah satuan produk yang dihasilkan dalam periode yang bersangkutan.

2.4.4 Metode Penentuan Harga Pokok Produksi

Menurut Mulyadi (2009:26) penentuan harga pokok produksi dapat dianalisis menggunakan dua pendekatan yaitu metode *full costing* dan metode *variable costing*. Dengan menggunakan metode *full costing*, biaya produksi yang dianalisis dalam penentuan harga pokok produksi terdiri atas biaya bahan baku,

biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* tetap serta variabel. Sedangkan pada metode *variable costing* biaya produksi yang dianalisis dalam penentuan harga pokok produksi sifatnya hanya variabel, yang terdiri atas biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik variabel.

Menurut Komara & Sudarma (2016) komponen dari harga pokok produk dengan pendekatan *full costing* meliputi:

Biaya Bahan Baku Langsung	Rp. Xxx
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp. Xxx
Biaya Overhead Pabrik Variabel	Rp. Xxx
Biaya Overhead Pabrik Tetap	<u>Rp. xxx</u>₊
Harga Pokok Produksi	Rp. xxx

Sedangkan menurut Komara & Sudarma (2016) unsur-unsur dari harga pokok produk dengan menggunakan pendekatan *variable costing* meliputi:

Biaya Bahan Baku Langsung	Rp. Xxx
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp. Xxx
Biaya Overhead Pabrik Variabel	<u>Rp. xxx</u>₊
Harga Pokok Produksi	Rp. xxx

2.5 Harga Jual

Menurut Kotler & Keller, p. (2009, p. 439) harga jual adalah sejumlah uang yang dibebankan terhadap suatu barang maupun jasa atau jumlah nilai yang ditukar oleh konsumen pada manfaat-manfaat yang dimiliki oleh barang maupun jasa tersebut. Menurut Mulyadi (2017:78) pada dasarnya harga jual harus dapat menutupi biaya penuh dijumlahkan dengan laba yang wajar. Sedangkan, menurut Swastha, p. (2005, p. 241) harga jual adalah sejumlah uang yang akan dibutuhkan untuk memperoleh kombinasi dari produk dan layanan.

2.5.1 Tujuan Penetapan Harga Jual

Harga jual ditetapkan tidak hanya berdasarkan estimasi atau perkiraan saja, akan tetapi harus dikalkulasikan dengan benar dan tepat sesuai dengan target yang sudah dituju oleh perusahaan. Menurut Philip Kotler (2003) dalam penetapan harga jual, perusahaan harus jelas dalam menentukan tujuan yang hendak dicapai. Tujuan tersebut dapat mengarahkan dan memberi kesinambungan terhadap kebijaksanaan yang diambil perusahaan. Suatu perusahaan dapat mencapai tujuan melalui penetapan harga apabila:

1. Memaksimalkan penjualan

Agar dapat menarik perhatian dan minat konsumen, perusahaan harus melakukan penetapan harga produk maupun jasa yang rendah. Dengan penetapan harga jual suatu produk dan jasa yang rendah maka akan menjadi pemicu dalam rangka meningkatkan *demand* dari konsumen

2. Menjaga kualitas dari pelayanan melalui penetapan harga jual

Kualitas layanan dari perusahaan dapat menjadi faktor agar konsumen tetap setia menggunakan produk yang ditawarkan. Salah satu pendekatan yang dapat dilakukan oleh perusahaan adalah dengan menyesuaikan harga produk menjadi lebih terjangkau dibandingkan dengan para pesaingnya

3. Memaksimalkan laba

Pada tahapan penetapan harga jual, perusahaan dapat memperhitungkan presentase laba yang diinginkan pada suatu produk. Dari perhitungan presentase laba tersebut margin keuntungan yang sudah ditargetkan oleh perusahaan dapat tercapai

2.5.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Penetapan Harga Jual

Menurut Kotler & Keller, p. (2009, p. 157) penetapan harga jual suatu produk maupun jasa dipengaruhi oleh faktor internal maupun eksternal.

1. Faktor internal yang mempengaruhi penetapan harga jual:

- a) Tujuan Perusahaan
- b) Strategi bauran perusahaan
- c) Biaya
- d) Pertimbangan organisasi

2. Faktor eksternal yang mempengaruhi penetapan harga jual:

- a) *Demand* dan *Supply*
- b) *Cost*, *price*, dan penawaran pesaing

- c) Kondisi ekonomi

2.5.3 Metode Penetapan Harga Jual

Menurut Swastha & Handoko, p. (2009, p. 154) harga jual dapat ditentukan menggunakan metode atau pendekatan yang paling sederhana yaitu;

1. *Cost Plus Pricing Method* (**BIAYA TOTAL + MARGIN = HARGA JUAL**)

Pada pendekatan ini penjual atau produsen menentukan harga jual untuk satu unit produk yang besarnya sama dengan jumlah biaya per unit ditambah dengan suatu jumlah untuk menutup laba yang ditargetkan (margin) pada unit produk tersebut.

2. *Mark Up Pricing* (**HARGA BELI + MARK UP = HARGA JUAL**)

Pada pendekatan ini penjual atau produsen menentukan harga jual produknya dengan cara menambahkan *markup* yang diinginkan pada harga beli per satuan unit produk

1. Penentuan Harga Jual Oleh Penjual atau Produsen

Pada pendekatan ini penentuan harga jual suatu produk, penjual atau produsen berorientasi pada biaya. Biaya per unit produk dihitung dengan menambahkan *markup* tertentu yang sudah ditentukan. Penjual atau produsen menggunakan perhitungan yang dianggap cocok, berdasarkan pengamatan atas produk yang dihasilkan.

2.6 Laba

Laba merupakan komponen yang penting bagi suatu perusahaan, karena rasio dari laba dapat menggambarkan kondisi kinerja dari perusahaan tersebut secara keseluruhan. Menurut Suwardjono (2005) laba didefinisikan sebagai imbalan atas usaha perusahaan dalam memproduksi barang dan jasa. Sedangkan, menurut Hanafi, p. (2010, p. 32) laba adalah indikator atau ukuran keberhasilan dari suatu perusahaan.

2.6.1 Jenis-jenis laba

Menurut Kasmir (2013:303) laba dikelompokkan menjadi 2 jenis yaitu:

1. Laba Kotor (*Gross Profit*)

Laba yang diperoleh sebelum dikurangi dengan biaya-biaya yang merupakan *expense* bagi perusahaan

2. Laba Bersih (*Net Profit*)

Laba yang diperoleh setelah dikurangi dengan biaya-biaya yang menjadi *expense* bagi Perusahaan



2.7 Penelitian Terdahulu

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

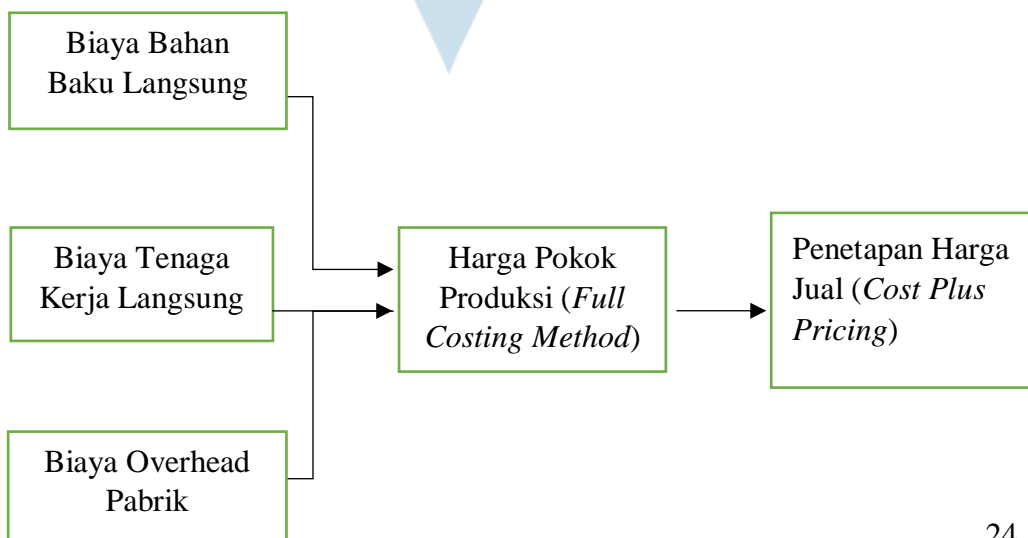
No	Peneliti	Judul	Metode	Isi
1	Nailatun Nafisah, A. Manaf Dientri, Novi Darmayanti Wahyu	ANALISIS PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUKSI DENGAN METODE FULL COSTING DAN VARIABLE	Peneliti menggunakan metode deskriptif kuantitatif	Perhitungan Harga Pokok Produksi menggunakan metode <i>full</i> <i>costing</i> memiliki angka nominal

No	Peneliti	Judul	Metode	Isi
	Winarno, Hairudin (2021)	COSTING SEBAGAI DASAR PENETAPAN HARGA JUAL PRODUK		yang jauh lebih tinggi, dibandingkan metode <i>variable costing</i> .
2	Alviani Lestari, Sita Ita Rosita, dan Tri Marlina (2019)	ANALISIS PENERAPAN METODE <i>FULL COSTING</i> DALAM PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUKSI UNTUK PENETAPAN HARGA JUAL	Peneliti menggunakan metode analisis kualitatif, dimana peneliti berusaha untuk menggambarkan secara jelas keadaan objek yang diteliti berdasarkan data yang dikumpulkan kemudian melakukan	Perhitungan harga jual menurut UMKM lebih rendah apabila dibandingkan dengan metode <i>Full Costing</i>

No	Peneliti	Judul	Metode	Isi
			analisis atas objek tersebut	
3	Eko Purwanto dan Sinta Sukma Watini (2020)	Analisis Harga Pokok Produksi menggunakan metode <i>Full Costing</i> dalam penetapan harga jual (studi kasus unit usaha regar fruit)	Peneliti menggunakan metode studi kasus	Perhitungan biaya menggunakan metode <i>full costing</i> memiliki keunggulan, yaitu penjumlahan semua biaya menjadi alat analisis yang tepat dalam penetapan harga jual
4	Sinta Anggreani dan I Gede Sudi Adnyana (2020)	Penentuan Harga Pokok Produksi Dengan Metode <i>Full Costing</i> Sebagai Dasar Penetapan Harga Jual Tahu An Anugrah	Peneliti menggunakan metode analisis deskriptif yang bersifat analisis	Dengan metode <i>full costing</i> , hasil perhitungan menjadi lebih tepat dan akurat yang dapat memberikan keuntungan pada perkembangan usaha

No	Peneliti	Judul	Metode	Isi
5	Gilbert Thenu, Hendrik Manossoh, dan Treesje Runtu (2021)	Analisis Harga Pokok Produksi dengan Metode Full Costing Dalam Penetapan Harga Jual Pada Usaha Kerupuk Rambak Ayu	Peneliti menggunakan metode analisis data deskriptif	Hasil perhitungan menggunakan metode <i>full costing</i> menjadi lebih akurat, karena biaya yang dikeluarkan menjadi lebih rinci, hal tersebut berpengaruh pada penetapan harga dan laba yang dihasilkan

2.8 Kerangka Konseptual



Penelitian ini dilakukan pada CV Chrisma Grafindo. Berikut adalah tahapan dari penelitian:

1. Data yang berisi informasi biaya-biaya produksi yang diperoleh dari CV CHRISMA GRAFINDO akan dikumpulkan
2. Kemudian komponen dari biaya-biaya produksi akan diklasifikasikan dan dikelompokkan sesuai dengan biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik dalam bentuk tabel
3. Setelah biaya-biaya tersebut dikelompokkan selanjutnya akan diolah dan dianalisis dengan menghitung harga pokok produksinya menggunakan pendekatan *full costing method*
4. Selanjutnya harga jual dari lini produk dapat ditetapkan dengan menggunakan pendekatan *cost plus pricing method*
5. Harga jual dari lini produk amplop akan dibagi dengan jumlah pesanan yang dipesan oleh klien **GMAX HENZZLE WINTER** sebanyak 24.000 *pcs* dan 40.000 *pcs*, sehingga harga dari lini produk amplop dapat ditetapkan per *pcs* nya.