

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Akuntansi Manajemen

Akuntansi manajemen, sebagaimana dijelaskan oleh Kholmi (2019), adalah cabang akuntansi yang berfokus pada penyediaan informasi yang dibutuhkan oleh manajemen untuk mengelola organisasi atau perusahaan. Informasi ini berperan penting dalam membantu manajemen memecahkan berbagai permasalahan spesifik yang dihadapi oleh organisasi. Dengan kata lain, akuntansi manajemen bertujuan untuk menyediakan data yang relevan dan akurat guna mendukung pengambilan keputusan strategis dan operasional di dalam perusahaan.

Indriani (2018) mengungkapkan bahwa akuntansi manajemen merupakan sebuah proses yang menghasilkan informasi keuangan yang digunakan oleh manajemen untuk mendukung pengambilan keputusan ekonomi. Informasi ini memungkinkan manajemen menjalankan fungsi-fungsi manajerial dengan lebih efektif dan efisien, seperti perencanaan, pengorganisasian, pengendalian, dan pengambilan keputusan strategis.

Sementara itu, menurut Suropto et al. (2021), akuntansi manajemen adalah proses penyediaan informasi akuntansi yang ditujukan bagi pengguna internal dalam perusahaan, terutama bagi para manajer di berbagai tingkatan dalam organisasi. Informasi yang dihasilkan dari akuntansi manajemen tidak hanya berguna dalam pengambilan keputusan sehari-hari, tetapi juga mendukung pelaksanaan fungsi riset dan pengembangan dalam organisasi. Dengan demikian, akuntansi manajemen menjadi alat penting bagi manajemen dalam mengatur sumber daya perusahaan, meningkatkan efisiensi operasional, dan merancang strategi bisnis yang lebih efektif.

Lalu, menurut Hansen dan Mowen (2021), akuntansi manajemen berfokus pada penyediaan informasi untuk pengguna internal di dalam perusahaan, terutama untuk mendukung pengambilan keputusan strategis dan operasional. Informasi yang dihasilkan dari akuntansi manajemen bersifat internal, sehingga lebih terarah pada kebutuhan manajemen dalam mengelola sumber daya dan meningkatkan kinerja perusahaan secara keseluruhan. Proses ini memungkinkan manajemen untuk memahami kondisi keuangan perusahaan secara menyeluruh, mengidentifikasi potensi masalah, serta merancang strategi untuk meningkatkan daya saing dan profitabilitas perusahaan. Hansen dan Mowen juga menjelaskan bahwa akuntansi manajemen memiliki tiga fungsi utama, yaitu perencanaan, pengendalian, dan pengambilan keputusan. Dalam fungsi perencanaan, akuntansi manajemen berperan dalam membantu manajemen menetapkan tujuan jangka pendek dan jangka panjang serta

menentukan strategi terbaik untuk mencapainya. Proses ini mencakup penganggaran, pengalokasian sumber daya, dan pengembangan strategi yang efektif dan efisien.

Dalam fungsi pengendalian, akuntansi manajemen membantu memastikan bahwa pelaksanaan rencana berjalan sesuai target melalui pengukuran kinerja, evaluasi hasil, dan penyesuaian terhadap penyimpangan yang terjadi. Sementara itu, dalam fungsi pengambilan keputusan, akuntansi manajemen menyediakan informasi yang relevan untuk mendukung manajemen dalam membuat keputusan strategis, seperti pengembangan produk, penetapan harga, pengurangan biaya, dan perencanaan pemasaran (Hansen & Mowen, 2021).

Peran akuntansi manajemen sangat penting dalam mendukung manajemen di semua tingkatan organisasi. Informasi yang dihasilkan dari akuntansi manajemen dapat digunakan untuk mengevaluasi kinerja perusahaan, memperkirakan prospek keuangan di masa depan, serta merancang strategi yang dapat meningkatkan daya saing perusahaan di pasar. Akuntansi manajemen tidak hanya berperan dalam penyusunan laporan keuangan internal, tetapi juga dalam pengembangan strategi bisnis yang komprehensif. Proses pengumpulan dan analisis data dalam akuntansi manajemen mencakup berbagai elemen, seperti laporan keuangan, data produksi, informasi pasar, dan kinerja operasional. Informasi ini kemudian diolah menjadi dasar untuk pengambilan keputusan yang lebih akurat dan terukur. Selain itu, akuntansi manajemen juga berperan dalam pengendalian biaya dan peningkatan efisiensi operasional. Dengan memahami struktur biaya dan kinerja operasional, manajemen dapat mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki dan menerapkan langkah-langkah strategis untuk meningkatkan profitabilitas dan efisiensi perusahaan.

Menurut Mukhzarudfa dan Putra (2019), sistem akuntansi manajemen memiliki tiga tujuan utama yang berperan penting dalam pengelolaan dan pengambilan keputusan di dalam perusahaan. Pertama, akuntansi manajemen bertujuan untuk menyediakan informasi terkait pembiayaan jasa, produk, dan berbagai objek lainnya yang dibutuhkan oleh manajemen. Informasi ini mencakup data keuangan dan sumber daya bisnis yang disajikan dalam format yang lebih mudah dipahami, sehingga para pemangku kepentingan dapat menganalisis laporan keuangan dengan lebih efektif dan akurat (Mukhzarudfa & Putra, 2019). Dengan tersedianya informasi yang jelas dan terstruktur, pihak manajemen dapat membuat keputusan yang lebih tepat terkait alokasi sumber daya dan strategi operasional.

Tujuan kedua dari akuntansi manajemen adalah memberikan informasi yang mendukung perencanaan, pengendalian, evaluasi, dan perbaikan yang berkelanjutan. Akuntansi manajemen menyediakan gambaran yang jelas mengenai biaya dan data statistik yang dapat dimanfaatkan dalam pengelolaan perencanaan bisnis. Informasi ini membantu manajemen dalam menetapkan tujuan perusahaan, mengontrol aktivitas bisnis, mengevaluasi hasil yang telah dicapai, serta melakukan penyesuaian untuk memperbaiki kinerja di masa depan (Mukhzarudfa & Putra, 2019). Dengan adanya

sistem akuntansi manajemen yang efektif, perusahaan dapat menyesuaikan strategi bisnis secara dinamis dan memastikan bahwa proses operasional berjalan sesuai dengan target yang telah ditetapkan.

Tujuan ketiga adalah menyediakan informasi yang dapat mendukung proses pengambilan keputusan. Akuntansi manajemen menjadi alat bantu yang efektif dalam menyelesaikan berbagai tantangan manajerial, seperti analisis biaya dan laba, pengendalian anggaran, dan penyusunan laporan arus kas (Mukhzarudfa & Putra, 2019). Informasi yang dihasilkan dari akuntansi manajemen memungkinkan manajemen untuk menilai risiko, mengidentifikasi peluang, serta mengambil keputusan yang lebih efisien dan terukur. Dengan dukungan data yang akurat dan analisis yang mendalam, perusahaan dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperbaiki struktur biaya, dan merancang strategi pemasaran yang lebih efektif. Oleh karena itu, peran akuntansi manajemen dalam penyediaan informasi yang relevan dan akurat menjadi sangat krusial bagi keberhasilan perusahaan dalam menghadapi dinamika pasar dan persaingan bisnis yang semakin ketat.

2.1.2 Definisi Biaya

Dalam konteks akuntansi, biaya merujuk pada pengeluaran sumber daya keuangan atau nilai ekonomi lainnya yang diukur dalam satuan moneter dan digunakan untuk mencapai tujuan tertentu. Menurut Mulyadi (2018), biaya adalah pengorbanan sumber daya ekonomi yang diukur dalam satuan uang yang telah atau mungkin akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu. Jika biaya tersebut masih memberikan manfaat di masa depan, maka biaya tersebut dianggap sebagai aset (*assets*) dan dicantumkan dalam neraca. Sebaliknya, jika biaya tersebut telah digunakan dalam proses operasional untuk menghasilkan pendapatan dalam satu periode akuntansi, maka biaya tersebut dikategorikan sebagai beban (*expenses*) dan dicantumkan dalam laporan laba rugi.

Firdaus dan Abdullah (2021) juga menambahkan bahwa biaya merupakan pengeluaran atau pengorbanan nilai ekonomi yang bertujuan untuk memperoleh barang atau jasa yang memberikan manfaat jangka panjang atau yang melampaui periode akuntansi tahunan.

Lalu, menurut Hasmi (2020), biaya yang muncul selama proses manufaktur disebut sebagai biaya produksi atau *manufacturing cost*. Biaya produksi ini memiliki pengaruh langsung terhadap perubahan harga pokok produksi, di mana kenaikan atau penurunan biaya akan berdampak pada proses penentuan harga pokok produksi. Biaya memegang peranan penting bagi perusahaan karena berperan dalam menghitung total pengeluaran dan memperkirakan potensi keuntungan dalam periode tertentu. Perhitungan biaya yang akurat memungkinkan perusahaan untuk membuat keputusan bisnis yang lebih tepat dan strategis, sehingga mendukung pengembangan bisnis di masa depan. Oleh karena itu, biaya dapat dianggap sebagai pengorbanan sumber daya ekonomi, baik berupa barang maupun jasa, yang dilakukan untuk memperoleh

pendapatan atau penghasilan, baik pada saat ini maupun di masa mendatang.

2.1.3 Klasifikasi Biaya

Pengelompokan elemen biaya ke dalam kategori tertentu bertujuan untuk memudahkan pengelolaan dan meningkatkan relevansi informasi yang dihasilkan. Proses ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dan mengelola biaya secara lebih efektif sesuai dengan kebutuhan operasionalnya (Bustami & Nurlela, 2020). Hanif (2018) menjelaskan bahwa terdapat beberapa klasifikasi biaya yang umum digunakan dalam dunia bisnis untuk mendukung pengambilan keputusan strategis dan pelaporan keuangan.

a. Klasifikasi Biaya Berdasarkan Objek Biaya

Klasifikasi ini bertujuan untuk mempermudah perusahaan dalam menelusuri dan mengidentifikasi biaya yang berhubungan langsung dengan produk atau jasa tertentu. Biaya dalam kategori ini terbagi menjadi biaya langsung dan biaya tidak langsung (Garrison et al., 2021).

- a) Biaya langsung adalah biaya yang dapat dengan mudah diidentifikasi dan ditelusuri secara langsung dalam proses produksi atau penyediaan jasa. Biaya ini memiliki hubungan yang erat dengan *output* yang dihasilkan oleh perusahaan. Biaya langsung terdiri dari tiga elemen utama:
 - 1) Bahan langsung – Merupakan bahan baku utama yang digunakan dalam proses produksi untuk menghasilkan produk jadi. Contohnya adalah kayu dalam produksi furnitur atau tepung dalam pembuatan roti.
 - 2) Tenaga kerja langsung – Merupakan biaya yang dikeluarkan untuk membayar pekerja yang secara langsung terlibat dalam proses produksi atau penyediaan jasa. Contohnya adalah upah pekerja di lini produksi.
 - 3) Biaya langsung lainnya – Termasuk biaya tambahan yang secara langsung berkaitan dengan proses produksi, seperti biaya listrik atau bahan pendukung dalam proses produksi (Garrison et al., 2021).
- b) Biaya tidak langsung adalah biaya yang tidak dapat secara langsung diatribusikan atau ditelusuri ke suatu produk atau jasa tertentu. Biaya ini sering kali disebut sebagai biaya *overhead*. Biaya tidak langsung dibagi menjadi tiga kategori utama:
 - 1) Bahan tidak langsung – Merupakan bahan pendukung yang digunakan dalam proses produksi tetapi tidak secara langsung menjadi bagian dari produk jadi. Contohnya adalah pelumas mesin atau bahan pembersih.
 - 2) Tenaga kerja tidak langsung – Merupakan upah yang dibayarkan kepada pekerja yang tidak secara langsung terlibat dalam proses produksi tetapi mendukung aktivitas produksi. Contohnya adalah upah staf keamanan atau teknisi mesin.

- 3) Biaya tidak langsung lainnya – Merupakan biaya tambahan yang mendukung proses produksi tetapi tidak dapat diatribusikan langsung ke produk tertentu, seperti biaya penyusutan mesin dan biaya pemeliharaan fasilitas produksi (Garrison et al., 2021).

b. Klasifikasi Biaya Berdasarkan Aktivitas dalam Perusahaan Manufaktur

Klasifikasi ini digunakan untuk memisahkan biaya produksi dan biaya non-produksi dalam perusahaan manufaktur.

- a) Biaya manufaktur adalah semua biaya yang dikeluarkan dalam proses pembuatan barang atau jasa. Biaya manufaktur terdiri dari bahan langsung, tenaga kerja langsung, dan *overhead* pabrik. Biaya manufaktur berperan dalam menentukan harga pokok produksi dan menilai kinerja operasional perusahaan. Jika biaya manufaktur meningkat, maka harga pokok produksi juga cenderung naik, yang dapat mempengaruhi daya saing produk di pasar (Blocher et al., 2019).
- b) Biaya non-manufaktur adalah biaya yang terkait dengan aktivitas di luar proses produksi, seperti biaya pemasaran dan administrasi. Biaya ini berperan dalam mendukung kegiatan operasional perusahaan dan menciptakan nilai tambah bagi pelanggan. Biaya non-manufaktur meliputi gaji staf administrasi, biaya promosi, biaya pengiriman, dan biaya lainnya yang tidak terkait langsung dengan proses produksi (Blocher et al., 2019).

c. Klasifikasi Biaya Berdasarkan Tujuan Penyusunan Laporan Keuangan

Klasifikasi ini bertujuan untuk memisahkan biaya yang terkait langsung dengan produksi dan biaya yang muncul sebagai akibat dari aktivitas operasional lainnya.

- a) Biaya produk adalah semua biaya yang terkait langsung dengan produksi barang atau jasa, termasuk bahan baku, tenaga kerja langsung, dan *overhead*. Biaya ini melekat pada produk hingga produk tersebut terjual dan dicatat sebagai persediaan dalam neraca. Ketika produk terjual, biaya tersebut dipindahkan ke laporan laba rugi sebagai harga pokok penjualan (HPP) (Datar & Rajan, 2020).
- b) Biaya periode adalah biaya yang tidak terkait langsung dengan proses produksi dan dibebankan langsung ke laporan laba rugi pada periode terjadinya. Biaya periode mencakup biaya administrasi dan penjualan, seperti biaya gaji staf administrasi, biaya iklan, dan biaya pengiriman (Datar & Rajan, 2020).

d. Klasifikasi Biaya Berdasarkan Perilaku Biaya

Klasifikasi ini digunakan untuk memprediksi perubahan biaya berdasarkan volume aktivitas atau tingkat produksi.

- a) Biaya variabel adalah biaya yang berubah secara total seiring dengan perubahan volume produksi atau aktivitas. Jika volume produksi meningkat, biaya variabel juga akan meningkat secara proporsional. Contohnya adalah biaya bahan baku

dan biaya tenaga kerja langsung (Altynbekov et al., 2025).

- b) Biaya tetap adalah biaya yang tetap totalnya meskipun terjadi perubahan dalam volume produksi atau aktivitas. Biaya tetap mencakup biaya sewa, pajak properti, dan asuransi. Meskipun volume produksi meningkat, biaya ini tetap stabil hingga perusahaan mencapai kapasitas maksimum (Altynbekov et al., 2025).
- c) Biaya semi-variabel adalah biaya yang terdiri dari komponen tetap dan komponen variabel. Pada tingkat aktivitas tertentu, biaya ini bersifat tetap, tetapi jika aktivitas melewati batas tertentu, biaya ini akan berubah menjadi variabel. Contohnya adalah biaya listrik yang memiliki tarif tetap tetapi meningkat jika penggunaan melebihi batas yang ditentukan (Altynbekov et al., 2025).

e. Klasifikasi Biaya Berdasarkan Fungsi atau Bentuknya

Klasifikasi ini digunakan untuk memisahkan biaya yang terkait dengan proses produksi dan biaya yang terkait dengan aktivitas operasional lainnya (Purwanti, 2023).

- a) Biaya produksi mencakup semua biaya yang terkait dengan pembuatan produk atau jasa, termasuk bahan baku, tenaga kerja langsung, dan *overhead* produksi. Biaya ini digunakan untuk menghitung harga pokok produksi dan mengevaluasi efisiensi proses produksi (Purwanti, 2023).
- b) Biaya non-produksi adalah biaya yang tidak terkait dengan proses produksi. Biaya ini mencakup:
 - 1) Biaya administrasi – Biaya yang dikeluarkan untuk mendukung aktivitas administratif perusahaan. Contohnya adalah biaya gaji staf kantor dan biaya operasional kantor.
 - 2) Biaya pemasaran – Biaya yang dikeluarkan untuk menjual atau mempromosikan produk atau jasa. Termasuk biaya iklan, promosi, dan komisi penjualan.
 - 3) Biaya distribusi – Biaya yang dikeluarkan untuk memindahkan produk dari pabrik ke pelanggan. Termasuk biaya transportasi dan biaya logistik.
 - 4) Biaya riset dan pengembangan (R&D) – Biaya yang digunakan untuk menciptakan atau meningkatkan produk dan layanan yang sudah ada. Biaya ini berperan penting dalam mendukung inovasi dan daya saing perusahaan (Purwanti, 2023).

Dengan mengklasifikasikan biaya ke dalam kategori yang jelas dan terukur, perusahaan dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang struktur biaya dan pengaruhnya terhadap kinerja keuangan dan operasional. Informasi ini memungkinkan perusahaan untuk melakukan pengendalian biaya yang lebih efektif, menyusun strategi pengurangan biaya, dan meningkatkan daya saing di pasar. Selain itu, pengelolaan biaya yang efektif akan membantu perusahaan meningkatkan efisiensi operasional dan

profitabilitas dalam jangka panjang.

2.1.4 Harga Pokok Produksi

Salah satu faktor utama yang menentukan keberhasilan suatu perusahaan adalah kemampuan dalam mengelola harga pokok produksi. Harga pokok produksi mencerminkan keseluruhan biaya produksi yang dikeluarkan untuk menyelesaikan proses pembuatan suatu produk dalam periode tertentu. Menurut Purnama et al. (2019), harga pokok produksi mencakup seluruh pengorbanan sumber daya ekonomi yang digunakan untuk mengubah bahan mentah menjadi produk jadi. Biaya ini terdiri atas biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik yang dikeluarkan selama proses produksi. Dengan kata lain, harga pokok produksi mencerminkan total pengeluaran yang terjadi dalam proses manufaktur, yang mencakup seluruh aktivitas mulai dari pengadaan bahan mentah hingga produk siap dipasarkan. Bustami dan Nurlela (2020) menambahkan bahwa biaya produksi akan identik dengan harga pokok produksi apabila tidak terdapat persediaan produk dalam proses pada awal maupun akhir periode. Dengan demikian, harga pokok produksi menjadi tolok ukur penting dalam menilai efektivitas dan efisiensi proses produksi di suatu perusahaan.

Agil (2021) menjelaskan bahwa harga pokok produksi merujuk pada total biaya barang yang telah selesai diproduksi selama satu periode, yang sering disebut sebagai *cost of goods manufactured* (COGM). Dalam perhitungannya, harga pokok produksi mencakup seluruh biaya produksi langsung dan tidak langsung, ditambah dengan perubahan dalam persediaan produk dalam proses dari awal hingga akhir periode produksi. Artinya, harga pokok produksi tidak hanya mencakup biaya bahan baku dan tenaga kerja, tetapi juga memperhitungkan perubahan dalam tingkat persediaan barang yang sedang diproses.

Menurut Putri (2021), harga pokok produksi mencakup semua biaya yang secara langsung maupun tidak langsung dikeluarkan untuk memproduksi barang atau jasa yang akan dijual kepada pelanggan. Oleh karena itu, pengelolaan harga pokok produksi yang efektif menjadi salah satu indikator keberhasilan perusahaan dalam mengendalikan biaya dan meningkatkan profitabilitas (Caronge et al., 2021). Ketepatan dalam menghitung harga pokok produksi sangat penting karena informasi ini akan digunakan oleh manajemen untuk menetapkan harga jual, mengevaluasi efisiensi operasional, dan menentukan strategi bisnis ke depan.

Komponen utama dalam harga pokok produksi terdiri atas biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik. Darno (2019) menyatakan bahwa biaya bahan baku mencakup semua pengeluaran yang terjadi sejak bahan mentah diterima hingga siap untuk diolah dalam proses produksi. Biaya ini mencakup harga pembelian bahan baku, biaya pengiriman, biaya penyimpanan, dan biaya lainnya yang terkait dengan pengelolaan bahan baku. Dalam proses produksi, tenaga kerja juga memegang peranan penting. Biaya tenaga kerja langsung mencakup seluruh

pengeluaran untuk membayar tenaga kerja yang terlibat langsung dalam proses produksi. Tenaga kerja langsung biasanya menerima kompensasi berupa upah atau gaji. Upah diberikan berdasarkan jam kerja atau volume pekerjaan yang diselesaikan, sedangkan gaji lebih bersifat tetap dan biasanya dikaitkan dengan tanggung jawab pekerjaan yang diemban oleh pekerja. Dalam banyak kasus, biaya tenaga kerja langsung menjadi salah satu komponen utama dalam biaya produksi karena besarnya kontribusi tenaga kerja dalam proses produksi.

Selain biaya bahan baku dan tenaga kerja langsung, harga pokok produksi juga mencakup biaya *overhead* pabrik. Biaya *overhead* pabrik mencakup seluruh pengeluaran yang tidak dapat secara langsung diatribusikan ke suatu produk atau jasa tertentu, tetapi tetap diperlukan dalam proses produksi. Biaya *overhead* pabrik mencakup biaya bahan tidak langsung, tenaga kerja tidak langsung, dan beban pabrik lainnya. Bahan tidak langsung meliputi pengeluaran untuk bahan pendukung yang digunakan dalam proses produksi tetapi tidak menjadi bagian dari produk jadi, seperti pelumas mesin atau pembersih alat produksi. Tenaga kerja tidak langsung mencakup gaji atau upah yang dibayarkan kepada karyawan yang mendukung proses produksi, tetapi tidak terlibat langsung dalam pembuatan produk, seperti staf pemeliharaan atau operator mesin. Beban pabrik lainnya mencakup biaya penyusutan mesin, biaya listrik, biaya pemeliharaan fasilitas, dan biaya administrasi pabrik yang tidak dapat diatribusikan secara langsung ke produk tertentu.

Dalam menghitung harga pokok produksi, perusahaan juga harus mempertimbangkan perubahan dalam tingkat persediaan produk dalam proses (*WIP – Work in Process*) pada awal dan akhir periode. Jika terdapat persediaan produk dalam proses yang belum selesai pada awal periode, maka biaya ini akan ditambahkan ke dalam perhitungan harga pokok produksi. Sebaliknya, jika terdapat produk dalam proses yang masih belum selesai pada akhir periode, maka biaya ini akan dikurangkan dari total biaya produksi. Oleh karena itu, perusahaan harus melakukan penghitungan yang akurat terkait dengan perubahan dalam tingkat persediaan untuk mendapatkan informasi harga pokok produksi yang akurat dan sesuai dengan kondisi aktual di lapangan.

Menurut Suherni (2018), tujuan utama dari perhitungan harga pokok produksi adalah sebagai berikut:

1. Menentukan harga jual produk secara strategis

Perhitungan harga pokok produksi memungkinkan perusahaan untuk menetapkan harga jual produk dengan mempertimbangkan total biaya produksi, biaya tambahan lainnya, serta target keuntungan yang ingin dicapai. Penetapan harga jual yang tepat sangat penting agar produk dapat bersaing di pasar dan memberikan tingkat keuntungan yang diharapkan oleh perusahaan.

2. Sebagai dasar perhitungan biaya untuk produk baru atau pesanan khusus

Informasi mengenai harga pokok produksi membantu perusahaan dalam menghitung biaya yang dibutuhkan untuk memproduksi produk baru atau pesanan khusus. Dengan memahami struktur biaya produksi, perusahaan dapat memperkirakan total biaya yang diperlukan untuk setiap proses produksi, sehingga harga jual yang ditetapkan tetap kompetitif di pasar.

3. Mendukung pengambilan keputusan dalam kebijakan penjualan

Data harga pokok produksi memberikan panduan bagi manajemen dalam menetapkan strategi penjualan yang efektif. Dengan mengetahui biaya produksi yang sebenarnya, manajemen dapat menetapkan harga yang kompetitif, mengatur volume produksi, dan mengoptimalkan margin keuntungan. Oleh karena itu, harga pokok produksi tidak hanya berfungsi sebagai elemen penghitungan biaya, tetapi juga sebagai alat strategis dalam pengelolaan biaya dan penentuan kebijakan penjualan yang efektif.

Menurut Daud (2019), metode pengumpulan biaya produksi yang diterapkan oleh perusahaan sangat dipengaruhi oleh jenis proses produksi yang dijalankan. Secara umum, terdapat dua metode utama yang digunakan dalam perhitungan harga pokok produksi, yaitu:

1. Metode Harga Pokok Pesanan (*Job Order Costing Method*)

Metode ini mengumpulkan dan mencatat biaya produksi berdasarkan setiap pesanan atau kontrak secara terpisah. Setiap pesanan memiliki identitas tersendiri yang memungkinkan perusahaan untuk melacak dan mengalokasikan biaya secara langsung ke pesanan tersebut. Metode ini umumnya digunakan oleh perusahaan yang memproduksi barang atau jasa berdasarkan pesanan khusus dari pelanggan, di mana spesifikasi produk bervariasi sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Dengan metode ini, perusahaan dapat menghitung total biaya produksi secara rinci untuk setiap pesanan, termasuk biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* yang terkait langsung dengan pesanan tersebut. Karena sifat produksinya yang berbasis pesanan, metode ini memungkinkan perusahaan untuk menyesuaikan harga jual berdasarkan biaya aktual yang dikeluarkan dalam proses produksi.

2. Metode Harga Pokok Proses (*Process Costing Method*)

Metode ini mencatat dan mengumpulkan biaya produksi berdasarkan setiap departemen produksi atau pusat biaya tertentu. Biasanya, metode ini digunakan oleh perusahaan yang menjalankan proses produksi secara berkelanjutan atau dalam skala besar, di mana hasil produksi tidak dipesan secara khusus oleh pelanggan melainkan untuk memenuhi kebutuhan persediaan atau pasar. Dalam metode ini, biaya produksi dikumpulkan secara akumulatif berdasarkan tahap-tahap dalam proses produksi. Biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, dan *overhead* dicatat secara periodik dan dibebankan secara merata ke seluruh unit produk yang diproduksi dalam satu periode.

tertentu. Metode ini memungkinkan perusahaan untuk menghitung biaya rata-rata per unit produk, sehingga lebih sesuai untuk perusahaan yang memproduksi barang dalam jumlah besar dengan proses yang standar dan berulang (Garrison et al., 2021).

Pemilihan metode yang digunakan sangat bergantung pada karakteristik produksi perusahaan. Jika perusahaan memproduksi barang berdasarkan pesanan khusus dengan spesifikasi yang berbeda-beda, metode harga pokok pesanan akan lebih efektif karena mempermudah pelacakan dan pengalokasian biaya secara akurat untuk setiap pesanan. Sebaliknya, jika perusahaan memproduksi barang dalam jumlah besar dengan proses produksi yang berkesinambungan dan standar, metode harga pokok proses lebih sesuai karena memungkinkan perusahaan untuk menghitung biaya produksi per unit dengan lebih efisien (Garrison et al., 2021).

2.1.5 Job Order Costing

Metode harga pokok pesanan merupakan sistem akuntansi biaya yang menghitung dan mengakumulasi biaya produksi berdasarkan pesanan tertentu. Dalam sistem ini, setiap pesanan diidentifikasi sebagai suatu *output* yang bertujuan untuk memenuhi permintaan pelanggan tertentu atau untuk mengisi kembali persediaan barang. Metode ini berbeda dengan sistem perhitungan biaya berdasarkan proses, di mana biaya diakumulasikan berdasarkan operasi atau departemen dalam suatu perusahaan.

Menurut Firdaus dan Abdullah (2021), metode harga pokok pesanan adalah sistem akuntansi biaya yang menghimpun atau mencatat biaya berdasarkan pekerjaan atau pesanan tertentu. Sistem ini cocok untuk pekerjaan yang bersifat khusus dan unik, di mana barang atau jasa yang diproduksi memiliki spesifikasi tertentu yang diminta oleh pelanggan. Dalam metode ini, biaya produksi dikumpulkan berdasarkan pesanan tertentu, dan harga pokok produksi per unit dihitung dengan membagi total biaya produksi dengan jumlah unit produk dalam pesanan tersebut. Oleh karena itu, metode ini umumnya digunakan oleh perusahaan yang memproduksi barang atau jasa yang bersifat custom atau dibuat sesuai dengan permintaan pelanggan.

Metode harga pokok pesanan sangat sesuai untuk diterapkan pada perusahaan yang memproduksi produk berdasarkan pesanan dengan spesifikasi yang berbeda-beda untuk setiap *batch* produksi. Istilah "pesanan" atau *job order* dalam konteks ini merujuk pada pekerjaan atau produksi tertentu, bukan semata-mata pada pesanan pelanggan. Bahkan dalam situasi di mana perusahaan tidak menerima pesanan langsung dari pelanggan, perusahaan tetap dapat menerapkan metode ini untuk memproduksi barang dengan spesifikasi yang telah dirancang sendiri. Perusahaan manufaktur yang biasanya menggunakan metode harga pokok pesanan meliputi perusahaan pembuat furnitur, percetakan, dan industri kerajinan. Di sektor jasa, metode ini umum digunakan oleh kantor akuntan, firma hukum, tukang jahit, dan hotel (jika biaya dihitung berdasarkan tamu atau layanan tertentu) (Suwandi, 2024).

Dalam sistem harga pokok pesanan, harga pokok produksi dihitung setelah produk selesai dibuat. Hal ini disebabkan karena setiap produk biasanya memerlukan sumber daya yang berbeda, tergantung pada spesifikasi dan desain produk yang ingin dihasilkan. Oleh karena itu, setiap produk memiliki harga pokok dan harga jual yang bervariasi.

Dalam kalkulasi biaya dengan metode harga pokok pesanan, setiap pesanan dianggap sebagai satu unit akuntansi yang dicatat dalam sistem. Biaya bahan baku, upah tenaga kerja, dan biaya *overhead* yang digunakan untuk menyelesaikan pesanan tersebut dibebankan langsung ke pesanan dengan menggunakan nomor pesanan atau nomor *order*. Setiap biaya yang timbul dicatat dalam kartu induk pesanan yang berisi informasi tentang semua biaya bahan, upah, dan biaya *overhead* yang dibebankan untuk menyelesaikan pesanan tersebut.

Biaya bahan baku langsung dan biaya tenaga kerja langsung dibebankan ke pesanan berdasarkan biaya aktual yang dikeluarkan. Hal ini memungkinkan karena biaya bahan baku dan tenaga kerja langsung merupakan biaya yang dapat ditelusuri secara akurat ke setiap pesanan. Sebagai contoh, dalam proses produksi furnitur, biaya kayu yang digunakan untuk setiap pesanan dapat dicatat dan ditelusuri secara langsung karena kebutuhan kayu akan berbeda untuk setiap desain furnitur yang dipesan oleh pelanggan.

Sementara itu, biaya *overhead* pabrik dibebankan ke pesanan berdasarkan tarif yang telah ditentukan sebelumnya atau *predetermined overhead rate*. Tarif ini dihitung berdasarkan anggaran yang telah disusun sebelumnya. Biaya *overhead* pabrik merupakan biaya tidak langsung, sehingga tidak dapat ditelusuri secara langsung ke pesanan tertentu. Sebagai contoh, biaya listrik yang digunakan dalam proses produksi sulit untuk ditelusuri secara langsung ke setiap pesanan karena konsumsi listrik dicatat dalam satu periode tertentu, sedangkan pesanan diselesaikan dalam periode yang berbeda-beda. Oleh karena itu, biaya *overhead* pabrik dibebankan dengan menggunakan tarif alokasi yang telah ditentukan di awal periode.

Penerapan metode harga pokok pesanan memberikan keunggulan dalam pengendalian biaya dan evaluasi kinerja produksi. Karena setiap pesanan dicatat dan dianalisis secara terpisah, perusahaan dapat melakukan pengendalian biaya secara lebih rinci dan mengevaluasi efisiensi penggunaan sumber daya dalam setiap pesanan. Dengan mengetahui harga pokok produksi yang akurat, perusahaan dapat menentukan harga jual yang kompetitif dan meningkatkan margin keuntungan. Selain itu, informasi yang dihasilkan dari metode harga pokok pesanan memungkinkan manajemen untuk membuat keputusan strategis terkait dengan pengelolaan biaya dan peningkatan efisiensi operasional.

Dengan demikian, metode harga pokok pesanan tidak hanya berguna untuk menghitung biaya produksi, tetapi juga berperan sebagai alat untuk mendukung pengendalian biaya, pengambilan keputusan strategis, dan peningkatan profitabilitas.

perusahaan. Penerapan metode ini sangat efektif pada perusahaan yang memproduksi barang atau jasa yang bersifat unik atau dipesan berdasarkan spesifikasi tertentu oleh pelanggan. Dengan sistem pencatatan biaya yang rinci dan terstruktur, metode ini memungkinkan perusahaan untuk memonitor penggunaan sumber daya, mengidentifikasi area inefisiensi, dan meningkatkan efisiensi proses produksi secara keseluruhan.

Metode harga pokok pesanan merupakan pendekatan yang efektif untuk memperkirakan pengeluaran secara terperinci sebelum proses produksi dimulai. Dengan menerapkan metode ini, perusahaan dapat melakukan evaluasi secara menyeluruh terhadap tawaran produksi yang diterima, sehingga mempermudah proses pengambilan keputusan. Melalui perhitungan harga pokok pesanan, perusahaan dapat mengetahui secara pasti jumlah biaya yang diperlukan dalam proses produksi dan memperkirakan potensi keuntungan yang dapat diperoleh (Linov, 2023).

Komponen harga pokok produksi (HPP) dalam sistem *job order costing* terdiri atas tiga kelompok biaya utama:

a. Biaya Bahan Baku Langsung

Biaya bahan baku langsung merupakan komponen utama dalam sistem harga pokok pesanan yang mencerminkan seluruh biaya atas bahan mentah yang digunakan secara langsung dalam proses produksi suatu pesanan tertentu. Karakteristik utama dari biaya ini adalah kemudahannya untuk ditelusuri secara fisik dan akuntansi ke masing-masing pesanan. Dalam sistem ini, penggunaan bahan baku dicatat secara sistematis melalui dokumen internal seperti permintaan bahan dan bukti pengeluaran Gudang (Garrison et al., 2021). Penghitungan biaya bahan baku langsung dilakukan dengan mengalikan kuantitas bahan yang digunakan dengan harga satuan bahan yang berlaku, sebagaimana dirumuskan berikut:

$$\text{Biaya Bahan Baku} = \text{Kuantitas Bahan} \times \text{Harga satuan Bahan}$$

b. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja langsung adalah seluruh biaya upah yang dibayarkan kepada tenaga kerja yang secara langsung terlibat dalam proses pembuatan suatu pesanan. Dalam sistem *job order costing*, biaya ini merupakan komponen biaya langsung karena dapat diidentifikasi dan ditelusuri secara eksklusif ke *job* atau pesanan tertentu. Pencatatan dilakukan melalui alat dokumentasi seperti *time ticket* atau *job time report*, yang mencatat jumlah jam kerja dan aktivitas yang dilakukan. Perhitungan biaya tenaga kerja langsung diperoleh dari perkalian antara jumlah jam kerja aktual dengan tarif upah per jam yang ditetapkan:

$$\text{Biaya Tenaga Kerja} = \text{Jam Kerja} \times \text{Tarif Upah per Jam}$$

c. Biaya Overhead Pabrik

Biaya *overhead* pabrik merupakan seluruh biaya produksi yang tidak dapat ditelusuri secara langsung ke satu pesanan tertentu, dan oleh karena itu termasuk dalam kategori biaya tidak langsung. Biaya ini meliputi elemen-elemen seperti biaya utilitas, penyusutan aset tetap, perawatan fasilitas produksi, dan lain sebagainya. Dalam metode *job order costing*, biaya *overhead* tidak dibebankan secara aktual melainkan melalui proses alokasi menggunakan *predetermined overhead rate*, yang dihitung di awal periode berdasarkan estimasi biaya dan basis aktivitas yang relevan (misalnya jam kerja langsung, jam mesin, atau total biaya bahan). Pada penelitian ini biaya *overhead* pabrik yang dialokasikan adalah sebagai berikut

$$\text{Biaya Overhead Pabrik} = \text{Biaya Bahan Penolong} + \text{Biaya Depresiasi} + \text{Biaya Listrik}$$

Sehingga berikut ini adalah alokasi perhitungan harga pokok produksi dalam penelitian ini:

Komponen Biaya	Jumlah (Rp)
Biaya Bahan Baku	xxx
Biaya Tenaga Kerja Langsung	xxx
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	xxx
Total Harga Pokok Produksi	xxx

Selanjutnya, untuk menentukan harga pokok produksi per unit, rumus yang digunakan adalah:

$$\text{Harga Pokok Produksi per Unit} = \frac{\text{Harga Pokok Produksi}}{\text{Jumlah Unit Produksi}}$$

Dengan menggunakan metode ini, perusahaan dapat menghitung biaya produksi secara akurat untuk setiap unit produk yang dihasilkan. Perhitungan ini memungkinkan perusahaan untuk menetapkan harga jual yang lebih kompetitif, mengendalikan biaya produksi, dan meningkatkan margin keuntungan secara efektif.

Dalam penerapan *job order costing*, pengumpulan biaya produksi dipengaruhi oleh bagaimana perusahaan menjalankan aktivitas produksinya. Menurut Suwandi (2024), terdapat tiga karakteristik utama dalam sistem *job order costing*, yaitu:

1. Produksi Berdasarkan Pesanan

Proses produksi dalam sistem *job order costing* dilakukan berdasarkan pesanan khusus dari pelanggan. Produk yang dihasilkan disesuaikan dengan spesifikasi dan kebutuhan yang diminta oleh pelanggan. Karena proses produksi bersifat tidak kontinu, produksi hanya dimulai setelah perusahaan menerima pesanan dan akan

berakhir ketika pesanan tersebut telah selesai diproduksi. Setiap pesanan memiliki desain dan proses yang unik, sehingga *output* produksi antar pesanan dapat berbeda satu sama lain.

2. Penghitungan Biaya Produksi untuk Setiap Pesanan

Dalam sistem ini, biaya produksi dicatat dan dikumpulkan secara terpisah untuk setiap pesanan yang diterima. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk menghitung total biaya produksi secara spesifik untuk setiap pesanan, termasuk biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik yang berhubungan dengan pesanan tersebut. Dengan adanya pencatatan yang rinci ini, perusahaan dapat mengetahui secara akurat total pengeluaran untuk setiap pesanan dan menetapkan harga jual yang sesuai.

3. Penggunaan Kartu Harga Pokok Pesanan (*Job Order Cost Sheet*)

Perusahaan menggunakan kartu harga pokok pesanan sebagai alat untuk mencatat semua informasi biaya yang terkait dengan pesanan tertentu. Kartu ini mencakup data penting seperti nama pelanggan, jumlah pesanan, tanggal penyelesaian, serta rincian biaya produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik yang telah ditentukan sebelumnya. Kartu ini menjadi dasar dalam pengendalian dan evaluasi biaya produksi untuk setiap pesanan.

Karakteristik ini menunjukkan bahwa metode *job order costing* cocok diterapkan oleh perusahaan yang menghasilkan produk dengan spesifikasi unik atau produk yang dibuat berdasarkan pesanan khusus. Metode ini memungkinkan perusahaan untuk mengelola biaya produksi secara lebih terperinci, memantau pengeluaran secara spesifik untuk setiap pesanan, serta menetapkan harga jual yang sesuai dengan biaya produksi yang telah dikeluarkan. Selain itu, sistem ini juga mempermudah perusahaan dalam melakukan analisis kinerja biaya dan meningkatkan efisiensi proses produksi.

2.1.6 *Job Order Costing Sheet*

Dalam sistem *job order costing*, setiap pesanan diperlakukan sebagai entitas akuntansi yang terpisah, di mana setiap pesanan memiliki spesifikasi yang unik dan memerlukan pencatatan biaya secara terpisah untuk menentukan harga pokok produk secara akurat. Karena variasi dalam spesifikasi setiap pesanan, dibutuhkan pengumpulan data biaya produksi yang rinci dan spesifik. Oleh karena itu, kartu harga pokok pesanan (*job order cost sheet*) digunakan sebagai alat bantu dalam mencatat dan mengelola biaya produksi untuk setiap pesanan secara terperinci dan sistematis. Kartu ini mencatat berbagai elemen biaya produksi, seperti biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik, yang semuanya dihubungkan dengan nomor pesanan tertentu (Mulyadi, 2018).

Dalam *job order costing*, setiap pesanan diperlakukan sebagai unit akuntansi tersendiri yang menerima alokasi biaya sesuai dengan kebutuhan spesifiknya.

Informasi mengenai biaya yang dikeluarkan untuk setiap pesanan khusus ini dicatat dalam kartu harga pokok pesanan, yang dapat berbentuk fisik (lembaran kertas) maupun dalam format digital atau elektronik. Meskipun beberapa pesanan dapat diproses secara bersamaan di lini produksi, setiap kartu harga pokok pesanan mencatat dan mengelompokkan biaya yang dikeluarkan hanya untuk satu pesanan tertentu. Dengan cara ini, perusahaan dapat melakukan pencatatan biaya secara akurat dan terperinci, sehingga memudahkan proses perhitungan harga pokok dan evaluasi efisiensi produksi (Suwandi, 2024).

Dengan demikian, kartu harga pokok pesanan memiliki peran penting dalam memudahkan pencatatan dan pengendalian biaya produksi. Penggunaan kartu ini membantu perusahaan dalam melacak pengeluaran dan memantau efisiensi proses produksi pada tingkat pesanan individual. Pencatatan biaya yang akurat ini tidak hanya mempermudah proses perhitungan harga pokok produk, tetapi juga mendukung pengambilan keputusan yang lebih baik dalam pengelolaan biaya produksi dan strategi harga. Sebagai gambaran lebih jelas, berikut ini disajikan contoh format kartu harga pokok pesanan pada gambar 2.1 di bawah ini:

Kartu Harga Pokok Pesanan					
No Pekerjaan		Pemesan		:	
Jenis Pesanan		Jumlah		:	
Tgl Pesanan		Harga Jual		:	
Bahan Baku		Tenaga Kerja Langsung		Overhead	
Keterangan	Nilai	keterangan	Nilai	Keterangan	Nilai
TOTAL					
Ringkasan Biaya		Total Biaya			
Bahan Baku					
Tenaga Kerja Langsung					
Overhead Pabrik					
Total Biaya Produksi					
Harga Pokok Produksi Per-Unit					

Gambar 2. 1 *Job Order Costing Sheet*

2.1.7 Harga Jual

Penetapan harga jual merupakan keputusan yang sangat krusial bagi sebuah perusahaan karena keputusan ini secara langsung memengaruhi pencapaian laba dan kelangsungan bisnis dalam jangka panjang. Harga jual yang ditetapkan secara tepat akan mendukung perusahaan dalam mencapai target keuntungan dan mempertahankan daya saing di pasar. Sebaliknya, penetapan harga yang kurang tepat dapat menimbulkan risiko kerugian atau kehilangan pangsa pasar. Jika harga jual ditetapkan terlalu rendah, perusahaan berisiko mengalami kerugian karena tidak mampu menutup biaya produksi dan operasional. Di sisi lain, jika harga jual terlalu tinggi, perusahaan mungkin akan kehilangan pelanggan karena konsumen beralih ke produk pesaing yang menawarkan harga lebih kompetitif. Oleh karena itu, proses penentuan harga jual

harus dilakukan dengan hati-hati dan mempertimbangkan berbagai faktor internal dan eksternal, termasuk struktur biaya, kondisi pasar, perilaku konsumen, dan strategi bisnis perusahaan (Suwandi, 2024)

Menurut Danela (2021), harga merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Harga yang kompetitif dan sesuai dengan nilai yang dirasakan konsumen dapat meningkatkan daya tarik produk di pasar. Dalam industri yang memiliki tingkat persaingan tinggi, penentuan harga jual menjadi semakin kompleks karena perusahaan harus mencari keseimbangan antara menawarkan harga yang menarik untuk konsumen sekaligus memastikan bahwa harga tersebut mencakup seluruh biaya produksi dan operasional serta menghasilkan keuntungan yang wajar.

Hartatik (2019) menekankan pentingnya fleksibilitas dalam strategi penetapan harga. Dalam lingkungan pasar yang kompetitif dan terus berubah, perusahaan harus mampu menyesuaikan harga dengan cepat untuk merespons dinamika pasar, termasuk perubahan harga bahan baku, biaya tenaga kerja, serta strategi harga yang diterapkan oleh pesaing. Fleksibilitas dalam strategi penetapan harga juga memungkinkan perusahaan untuk menarik lebih banyak pelanggan melalui strategi promosi harga atau diskon tanpa mengorbankan margin keuntungan secara keseluruhan. Selain itu, fleksibilitas harga memungkinkan perusahaan untuk menjaga stabilitas bisnis dengan menyesuaikan harga berdasarkan permintaan pasar dan segmentasi konsumen yang berbeda.

Dengan demikian, penetapan harga jual bukan sekadar menentukan angka nominal, tetapi merupakan bagian dari strategi bisnis yang kompleks dan dinamis. Perusahaan harus mampu melakukan evaluasi berkelanjutan terhadap kebijakan harga, memperhitungkan perubahan kondisi pasar, dan menyesuaikan strategi harga untuk memastikan daya saing dan profitabilitas jangka panjang. Kombinasi antara analisis biaya yang akurat, pemahaman terhadap perilaku konsumen, dan respons yang cepat terhadap dinamika pasar akan membantu perusahaan dalam menetapkan harga yang optimal dan mendukung keberhasilan bisnis di tengah persaingan yang ketat.

Menurut Bhimani et al. (2019), terdapat tiga faktor utama yang memengaruhi keputusan dalam menetapkan harga jual suatu produk, yaitu:

1. **Pelanggan (*Customers*)**

Persepsi pelanggan terhadap harga merupakan faktor utama yang harus dipertimbangkan oleh manajer dalam menentukan harga jual. Tingkat sensitivitas pelanggan terhadap harga dapat memengaruhi keputusan mereka dalam membeli atau mencari alternatif lain jika harga yang ditetapkan dianggap terlalu tinggi. Oleh karena itu, memahami perilaku dan respons pelanggan terhadap perubahan harga dan karakteristik produk sangat penting dalam membangun loyalitas konsumen. Penetapan harga yang tepat, yang mencerminkan nilai yang dirasakan oleh pelanggan, dapat memperkuat hubungan jangka panjang dengan konsumen dan meningkatkan daya

saing perusahaan di pasar.

2. **Pesaing (*Competitors*)**

Strategi penetapan harga perusahaan juga sangat dipengaruhi oleh kebijakan harga yang diterapkan oleh pesaing. Jika pesaing menurunkan harga produk mereka, perusahaan mungkin terdorong untuk menyesuaikan harga agar tetap kompetitif dan mampu mempertahankan pangsa pasar. Sebaliknya, jika perusahaan ingin mematok harga yang lebih tinggi dibandingkan pesaing, maka produk atau layanan yang ditawarkan harus memiliki keunggulan kompetitif yang jelas dan mampu memberikan nilai tambah bagi pelanggan. Dengan diferensiasi produk yang tepat, perusahaan dapat mempertahankan harga premium tanpa kehilangan daya tarik di mata konsumen.

3. **Biaya (*Cost*)**

Biaya produksi merupakan dasar utama dalam menentukan harga jual produk. Umumnya, perusahaan menetapkan harga jual yang mencakup seluruh biaya produksi dan operasional, ditambah dengan margin keuntungan yang diinginkan. Namun, dalam kondisi pasar yang kompetitif, perusahaan sering kali dihadapkan pada tekanan untuk menyesuaikan harga agar tetap bersaing. Oleh karena itu, perusahaan perlu melakukan analisis biaya yang akurat dan mencari cara untuk mengoptimalkan proses produksi agar dapat menetapkan harga yang kompetitif tanpa mengorbankan profitabilitas.

2.1.8 Metode Penentuan Harga Jual

Menurut Sujarweni (2019), terdapat tiga metode utama yang dapat digunakan oleh perusahaan dalam menetapkan harga jual produk atau jasa. Metode-metode ini mencakup penentuan harga jual berdasarkan biaya, harga pesaing, dan permintaan konsumen. Setiap metode memiliki pendekatan yang berbeda dan cocok digunakan dalam situasi pasar serta strategi bisnis yang berbeda. Berikut adalah penjelasan rinci mengenai ketiga metode tersebut:

1. **Metode Penentuan Harga Jual Berdasarkan Biaya**

Metode penentuan harga jual berdasarkan biaya dilakukan dengan menghitung total biaya produksi dan menambahkan margin keuntungan yang diinginkan. Pendekatan ini memastikan bahwa perusahaan dapat menutup seluruh biaya produksi sekaligus mendapatkan keuntungan yang layak. Dalam metode ini, terdapat beberapa pendekatan spesifik, yaitu:

a. ***Cost Plus Pricing Method***

Dalam metode *cost plus pricing* atau *absorption cost pricing*, harga jual ditentukan dengan menambahkan persentase *markup* pada total biaya produksi. Persentase *markup* ini umumnya dihitung berdasarkan target pengembalian investasi atau *Return on Investment* (ROI) yang diinginkan oleh perusahaan. ROI dihitung dengan membagi target laba operasi tahunan dengan total investasi modal, yang mencakup aset jangka panjang dan jangka pendek. Besarnya *markup* yang diterapkan

bisa berbeda-beda tergantung pada jenis produk, lini produk, atau jasa yang ditawarkan. Selain itu, perusahaan juga harus mempertimbangkan kondisi pasar, tingkat persaingan, risiko bisnis, dan kebijakan pemerintah dalam menetapkan besarnya *markup*.

b. *Mark-Up Pricing Method*

Metode *mark-up pricing* banyak digunakan oleh pedagang atau pengecer. Dalam metode ini, harga jual ditentukan dengan menambahkan persentase *markup* yang diinginkan pada harga beli per unit produk. Besarnya persentase *markup* yang diterapkan dapat berbeda tergantung pada jenis barang dan kondisi pasar. Metode ini memungkinkan perusahaan untuk mendapatkan keuntungan tetap dengan cara yang sederhana dan langsung.

c. *Penetapan Harga Break-Even Point (BEP)*

Metode penetapan harga berdasarkan keseimbangan atau *break-even point* (BEP) berfokus pada menentukan harga jual pada titik di mana total pendapatan sama dengan total biaya produksi. Tujuan dari metode ini adalah untuk memastikan bahwa perusahaan tidak mengalami kerugian dalam kegiatan operasionalnya. Metode ini membantu perusahaan menentukan volume penjualan minimum yang harus dicapai agar dapat menutup biaya tetap dan biaya variabel, sehingga perusahaan bisa mencapai titik impas atau *break-even*.

2. Metode Penentuan Harga Jual Berdasarkan Harga Pesaing

Metode ini melibatkan penetapan harga jual dengan mempertimbangkan strategi harga yang diterapkan oleh pesaing. Strategi ini sangat efektif dalam kondisi pasar oligopoli, yaitu pasar di mana penawaran satu jenis barang dikuasai oleh beberapa perusahaan besar. Dalam situasi persaingan yang ketat, perusahaan mungkin memilih untuk menetapkan harga yang lebih rendah dari pesaing untuk menarik lebih banyak pelanggan dan memperluas pangsa pasar. Sebaliknya, jika perusahaan ingin menetapkan harga yang lebih tinggi dari pesaing, maka produk atau layanan yang ditawarkan harus memiliki keunggulan kompetitif yang jelas dan memberikan nilai tambah yang dirasakan oleh pelanggan.

3. Metode Penentuan Harga Jual Berdasarkan Permintaan

Metode penentuan harga berdasarkan permintaan berfokus pada analisis perilaku dan persepsi konsumen terhadap harga dan nilai produk. Dalam metode ini, perusahaan melakukan riset pasar untuk mengetahui bagaimana konsumen menilai harga yang ditawarkan.

Konsumen biasanya diminta untuk memberikan tanggapan mengenai apakah harga yang ditetapkan dianggap murah, terlalu murah, wajar, mahal, atau terlalu mahal jika dibandingkan dengan manfaat yang mereka peroleh dari produk tersebut. Berdasarkan hasil survei dan umpan balik dari konsumen, perusahaan dapat menyesuaikan harga jual agar selaras dengan ekspektasi pelanggan dan nilai yang

dirasakan. Dengan memahami persepsi konsumen terhadap harga, perusahaan dapat menetapkan harga yang mampu menarik minat konsumen sekaligus mempertahankan profitabilitas.

2.1.9 Metode *Cost-plus pricing*

Metode *cost-plus pricing* adalah pendekatan penetapan harga jual dengan menambahkan margin keuntungan yang diinginkan ke total biaya produksi per unit. Proses ini melibatkan perhitungan biaya produksi per unit, penentuan besarnya laba yang diinginkan, dan penetapan harga jual akhir. Pendekatan ini sering disebut sebagai pendekatan *cost plus markup*, di mana harga jual ditentukan dengan menambahkan sejumlah *markup* pada harga pokok produk sesuai dengan elemen-elemennya (Garrison et al., 2023). Dalam penerapan metode *cost-plus pricing*, biaya yang digunakan sebagai dasar penentuan harga jual dapat didefinisikan sesuai dengan metode perhitungan harga pokok produk yang digunakan. Perusahaan dapat memilih pendekatan *full costing* atau *variable costing* dalam menghitung harga pokok produksi, yang kemudian akan mempengaruhi perhitungan harga jual (Sujarweni, 2019).

Menurut Purnama et al. (2019), metode *cost-plus pricing* digunakan dengan menghitung total biaya produksi, termasuk biaya non-produksi jika ada, lalu menambahkan persentase laba yang telah ditentukan oleh perusahaan. Pendekatan ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap produk yang dijual mampu menutupi biaya produksi serta memberikan kontribusi positif terhadap laba perusahaan. Metode ini banyak digunakan dalam berbagai industri karena kesederhanaan dan kejelasannya dalam menghitung harga jual produk.

Selain itu, Meroekh et al. (2018) menekankan bahwa metode *cost-plus pricing* melibatkan perhitungan biaya produksi per unit yang diikuti dengan penetapan tingkat laba yang diinginkan oleh perusahaan sebelum menentukan harga jual produk. Pendekatan ini memberikan kerangka kerja yang terstruktur dan sistematis bagi perusahaan dalam menentukan harga jual yang mampu mendukung profitabilitas.

Dalam konteks UMKM, penerapan metode *cost-plus pricing* dapat dilakukan dengan berbagai pendekatan dalam menentukan basis biaya. Hal ini memungkinkan UMKM untuk memiliki fleksibilitas dalam menetapkan harga jual berdasarkan biaya produksi yang dikeluarkan dan laba yang ingin dicapai (Purnama et al., 2019). Dengan begitu, UMKM dapat menetapkan harga yang kompetitif tanpa mengorbankan profitabilitas.

Secara keseluruhan, metode *cost-plus pricing* merupakan instrumen yang efektif bagi perusahaan dalam menjaga stabilitas operasional. Dengan menetapkan harga yang memperhitungkan seluruh elemen biaya dan margin keuntungan yang diharapkan, perusahaan dapat mempertahankan kelangsungan bisnis sekaligus mencapai target laba yang diinginkan (Meroekh et al., 2018).

Rumus yang digunakan dalam metode *cost-plus pricing* adalah sebagai berikut:

$$\text{Harga Jual} = \text{Harga Pokok Produksi} + (\% \text{Markup} \times \text{HPP})$$

2.2 Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan perhitungan harga pokok produksi dengan metode *job order costing* dan penetapan harga jual dengan *cost-plus pricing* yang diringkaskan dalam tabel berikut ini:

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti, Tahun, dan Judul Penelitian	Variabel yang Diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1.	Muhammad Daud, 2019 Analisis Penerapan Metode <i>Job Order Costing</i> Terhadap Harga Pokok Produksi PT Parahyang Teknika Persada Bandung	<i>Job Order Costing</i> (X), Harga Pokok Produksi (Y)	Harga Pokok Produksi, <i>Job Order Costing</i> , Harga Jual	Kuantitatif dengan pendekatan deskriptif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan memproduksi 20 unit mesin Instalasi Pengolahan Air Limbah dengan kapasitas 0,5 m ³ /jam. Terdapat selisih antara perhitungan harga pokok produksi perusahaan dan metode <i>job order costing</i> . Menurut perusahaan, total harga pokok produksi sebesar Rp1.777.200.000 dengan harga per unit Rp88.860.000, sedangkan metode <i>job order costing</i> menghasilkan total Rp1.785.149.985 dengan harga per unit Rp89.257.499. Perbedaan ini menunjukkan selisih

No	Nama Peneliti, Tahun, dan Judul Penelitian	Variabel yang Diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
					total Rp7.949.985 atau Rp397.399 per unit, dengan metode <i>job order costing</i> memberikan hasil yang lebih tinggi.
2.	Aghan Yunardo Sazangka, 2019 Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Dengan Menggunakan <i>Job Order Costing</i> Dalam Menentukan Harga Jual Produk (Study Pada CV. Twins Company Semarang)	<i>Job Order Costing</i> (X), Harga Pokok Produksi (Y), Harga Jual (Y)	Harga Pokok Produksi, <i>Job Order Costing</i> , Harga Jual	Kuantitatif dengan pendekatan deskriptif	Hasil penelitian menunjukkan adanya perbedaan perhitungan harga pokok produksi antara metode perusahaan dan metode <i>job order costing</i> . Menurut perhitungan perusahaan, total harga pokok produksi sebesar Rp97.810.800, sedangkan perhitungan dengan metode <i>job order costing</i> mencapai Rp106.100.000. Selisih ini terjadi karena Perusahaan belum merinci komponen biaya produksi secara detail. Dengan menetapkan <i>mark-up</i> sebesar 20%, keuntungan yang diperoleh menggunakan metode <i>job order costing</i> adalah Rp128.340.000.

No	Nama Peneliti, Tahun, dan Judul Penelitian	Variabel yang Diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
3.	Musleh, 2019 - Analisis Penentuan Harga Jual dengan Metode <i>Cost Plus Pricing</i> dalam Meningkatkan Laba yang Dihasilkan Pedagang Asongan di Taman Sangkareang Kota Mataram	<i>Cost Plus Pricing</i> (X), Harga Jual (Y)	Harga Pokok Produksi, <i>Job Order Costing</i> , Harga Jual	Kuantitatif dengan pendekatan deskriptif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan metode <i>cost plus pricing</i> pada pedagang asongan di Taman Sangkareang, Kota Mataram, efektif dalam meningkatkan laba yang dihasilkan. Sebelumnya, penetapan harga jual hanya didasarkan pada perkiraan dan pengalaman, namun setelah menerapkan metode <i>cost plus pricing</i>, harga jual dihitung berdasarkan biaya produksi yang mencakup biaya bahan baku, tenaga kerja, dan biaya tambahan, ditambah margin keuntungan tertentu. Dengan metode ini, peningkatan laba pedagang mencapai sekitar 20%–30%.

No	Nama Peneliti, Tahun, dan Judul Penelitian	Variabel yang Diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
4.	Fia Hilmiyati et al., 2019 - Peranan <i>Job Order Costing</i> dalam Menentukan HPP dan Harga Jual (Studi Kasus pada Percetakan Berkah)	<i>Job Order Costing</i> (X), Harga Pokok Produksi (Y), Harga Jual (Y)	Harga Pokok Produksi, <i>Job Order Costing</i> , Harga Jual	Kuantitatif dengan pendekatan deskriptif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan metode <i>job order costing</i> pada Percetakan Berkah dalam menentukan harga pokok produksi pada pesanan map rekap medis di Rumah Sakit PMC bulan September 2019 menghasilkan total harga pokok produksi sebesar Rp8.669.388 dengan harga pokok produksi per unit sebesar Rp2.200. Dengan <i>mark-up</i> sebesar 40%, harga jual per unit yang ditetapkan menjadi Rp3.100. Penerapan metode ini memberikan hasil yang lebih akurat dalam penetapan harga jual dan meningkatkan potensi keuntungan sebesar 40%.

No	Nama Peneliti, Tahun, dan Judul Penelitian	Variabel yang Diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
5.	Ayu Silvi Nur Alvia, 2020. Penentuan Harga Pokok Produksi dengan Implementasi <i>Job Order Costing Method</i> dalam Menetapkan Harga Jual Produk (Studi pada UMKM Konveksi Pakaian UD. Peternakan Sandangan Malang)	<i>Job Order Costing</i> (X), Harga Pokok Produksi (Y)	Harga Pokok Produksi, <i>Job Order Costing</i> , Harga Jual	Kualitatif dengan pendekatan deskriptif	Hasil penelitian ini menunjukkan adanya perbedaan dalam perhitungan harga pokok produksi yang dilakukan oleh perusahaan dibandingkan dengan metode <i>job order costing</i> . Perusahaan tidak merinci dan mengelompokkan komponen biaya produksi dengan detail, seperti biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya <i>overhead</i> pabrik. Hal ini mengakibatkan harga pokok produksi yang dihitung tidak akurat dan berdampak pada penetapan harga jual yang tidak optimal. Dengan menerapkan metode <i>job order costing</i> , perhitungan harga pokok produksi menjadi lebih akurat, yang memungkinkan penetapan harga jual yang lebih tepat dan keuntungan yang lebih sesuai.

No	Nama Peneliti, Tahun, dan Judul Penelitian	Variabel yang Diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
6.	Syaiful Arif et al., 2021. Metode Penetapan Harga Jual Produk Sepatu Berdasarkan <i>Cost-plus Pricing Method</i> pada CV. Tritunggal Sidoarjo	<i>Cost-plus Pricing</i> (X), Harga Jual (Y)	Harga Pokok Produksi, <i>Job Order Costing</i> , Harga Jual	Kualitatif dengan pendekatan deskriptif	Penelitian ini membandingkan harga jual produk sepatu BTS BALI dengan menggunakan metode <i>cost-plus pricing</i> . Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga jual berdasarkan <i>cost-plus pricing</i> lebih rendah daripada harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan. Perbedaan ini disebabkan karena perusahaan tidak memperhitungkan semua biaya produksi secara rinci, sementara metode <i>cost-plus pricing</i> memberikan hasil yang lebih akurat dan bersaing dengan harga pasar.

No	Nama Peneliti, Tahun, dan Judul Penelitian	Variabel yang Diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
7.	Fitri Maharani Ritonga, 2021 Analisis Penerapan Harga Pokok Produksi Dengan Menggunakan Metode <i>Job Order Costing</i> (Studi Kasus Pada Galeri Ulos Sianipar Dan UKM Bersama)	<i>Job Order Costing</i> (X), Harga Pokok Produksi (Y)	Harga Pokok Produksi, <i>Job Order Costing</i> , Harga Jual	Kuantitatif dengan pendekatan deskriptif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan telah menerapkan metode <i>job order costing</i> dalam menentukan harga pokok produksi, namun penerapannya belum maksimal. Beberapa biaya, seperti biaya pembungkus ulos, masih salah dikategorikan sebagai biaya bahan baku langsung, padahal seharusnya dimasukkan sebagai biaya <i>overhead</i> pabrik. Selain itu, perusahaan menggabungkan seluruh biaya <i>overhead</i> tanpa perincian yang jelas. Perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode <i>job order costing</i> sebesar Rp13.595.000 dengan harga per unit Rp226.583, sedangkan perhitungan perusahaan sebesar Rp10.815.000 dengan harga per unit Rp180.250.

No	Nama Peneliti, Tahun, dan Judul Penelitian	Variabel yang Diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
					Selisih sebesar Rp2.780.000 ini terjadi karena perusahaan belum memasukkan beberapa biaya <i>overhead</i> pabrik.
8.	Febdwi Suryani dan Christyia Antoinette Putiharjo, 2023 Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Dengan Menggunakan Metode <i>Job Order Costing</i> Pada Cv. Rumah Sablon Pekanbaru	<i>Job Order Costing</i> (X), Harga Pokok Produksi (Y)	Harga Pokok Produksi, <i>Job Order Costing</i> , Harga Jual	Kuantitatif dengan pendekatan deskriptif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengumpulan biaya bahan baku dan tenaga kerja langsung di CV. Rumah Sablon Pekanbaru sudah sesuai dengan teori akuntansi biaya. Namun, perhitungan dan pembebanan biaya <i>overhead</i> pabrik kurang tepat karena hanya dibebankan secara tunai untuk setiap pesanan, tanpa memasukkan unsur non-kas seperti penyusutan gedung dan peralatan produksi. Selain itu, terdapat perbedaan dalam pembebanan biaya <i>overhead</i> antara metode perusahaan dan <i>job order Costing</i> . Perusahaan membebankan biaya <i>overhead</i>

No	Nama Peneliti, Tahun, dan Judul Penelitian	Variabel yang Diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
					berdasarkan pengeluaran aktual, sedangkan <i>job order costing</i> menghitungnya berdasarkan tarif yang telah ditentukan sebelumnya menggunakan dasar pembebanan bahan baku.
9.	Muhamad Iqbal Nugraha, 2023 - Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode <i>Job Order Costing</i> Dalam Menentukan Harga Jual Pada CV. Rizki Purnama Jaya Cimindi	<i>Job Order Costing</i> (X), Harga Pokok Produksi (Y)	Harga Pokok Produksi, <i>Job Order Costing</i> , Harga Jual	Harga Pokok Produksi, <i>Job Order Costing</i> , Harga Jual	Hasil penelitian menunjukkan bahwa CV Rizki Purnama Jaya masih menggunakan metode sederhana dalam perhitungan harga pokok produksi dengan membebankan seluruh komponen produksisecara langsung. Perhitungan harga pokok produksi dengan metode sederhana untuk produk PDL loreng VELBED DENIR adalah Rp153.000, PDL loreng VELBED WOOLWR sebesar Rp184.500, dan PDL loreng premium velbed WOOL888 sebesar

No	Nama Peneliti, Tahun, dan Judul Penelitian	Variabel yang Diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
					Rp262.500. Dengan metode <i>job order costing</i> , hasil perhitungan harga pokok produksi adalah Rp153.858 untuk PDL loreng VELBED DENIR, Rp184.960 untuk PDL loreng VELBED WOOL WR, dan Rp268.787 untuk PDL loreng premium velbed WOOL Rp. 888.
10.	Tarisa Suwandi, 2024 Penentuan Harga Pokok Produksi Dengan Implementasi <i>Job Order Costing Method</i> Dalam Menetapkan Harga Jual Pada Umkm Sandal Di Tamansari Kabupaten Bogor	<i>Job Order Costing</i> (X), Harga Pokok Produksi (Y)	Harga Pokok Produksi, <i>Job Order Costing</i> , Harga Jual	Kuantitatif dengan pendekatan deskriptif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan metode <i>job order costing</i> pada UMKM Sandal di Tamansari, Kabupaten Bogor, mampu meningkatkan akurasi dalam penentuan harga pokok produksi dan penetapan harga jual yang lebih efektif. Perhitungan biaya produksi dibagi ke dalam tiga kategori utama, yaitu biaya bahan baku (seperti kain, lem, sol), biaya tenaga kerja langsung (upah tukang dan pekerja), dan biaya <i>overhead</i>

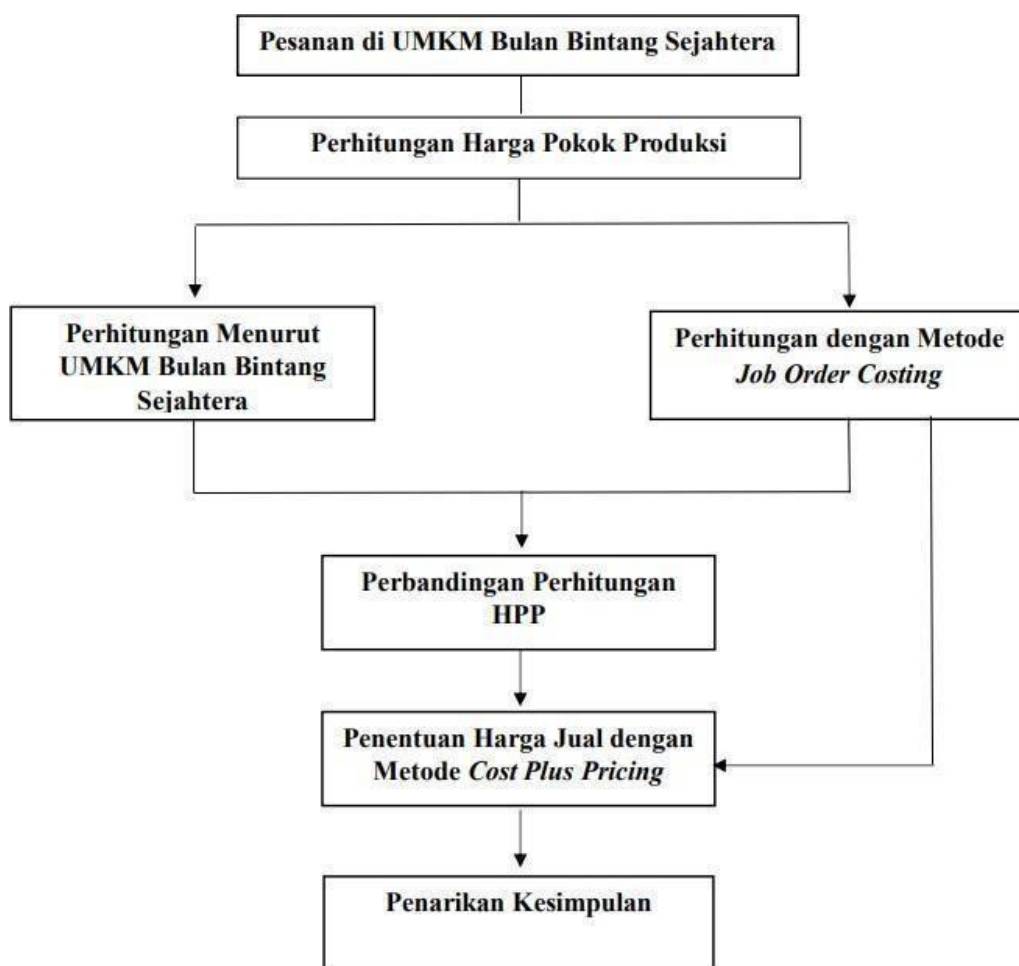
No	Nama Peneliti, Tahun, dan Judul Penelitian	Variabel yang Diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
					pabrik (biaya listrik, air, dan penyusutan alat produksi). Sebelumnya, UMKM Sandal hanya memperhitungkan biaya bahan baku dan tenaga kerja langsung tanpa memasukkan biaya <i>overhead</i> pabrik, sehingga hasilnya kurang akurat. Setelah menerapkan metode <i>job order costing</i>, perhitungan harga pokok produksi menjadi lebih akurat, seperti pada pesanan Velissa 90 kodi yang sebelumnya hanya dihitung sebesar Rp272.600 per kodi menjadi Rp298.600 per kodi, pesanan Sabrina 80 kodi dari Rp283.100 per kodi menjadi Rp290.100 per kodi, dan pesanan Leticia 120 kodi dari Rp307.600 per kodi menjadi Rp331.350 per kodi. Dalam penetapan harga jual, UMKM Sandal sebelumnya hanya

No	Nama Peneliti, Tahun, dan Judul Penelitian	Variabel yang Diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
					memperkirakan harga jual berdasarkan pengalaman, namun setelah menerapkan metode <i>Cost Plus Pricing</i> , harga jual menjadi lebih terstruktur, seperti pesanan Velissa 90 kodi menjadi Rp380.000 per kodi, pesanan Sabrina 80 kodi menjadi Rp355.000 per kodi, dan pesanan Leticia 120 kodi menjadi Rp400.000 per kodi. diatribusikan secara tepat, sehingga dapat menetapkan harga jual produk berdasarkan analisis yang lebih akurat.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya dalam pendekatan penentuan harga jual. Penelitian sebelumnya cenderung hanya berfokus pada perhitungan harga pokok produksi (HPP) tanpa menerapkan metode *cost-plus pricing* atau sebaliknya, menerapkan metode *cost-plus pricing* tanpa menghitung HPP secara rinci. Sebaliknya, penelitian ini mengintegrasikan perhitungan HPP yang sistematis dengan penerapan metode *cost-plus pricing*, sehingga memberikan pendekatan yang lebih terstruktur dan menyeluruh dalam menentukan harga jual. Dengan demikian, penelitian ini menawarkan strategi yang tidak hanya memperhitungkan biaya produksi secara detail, tetapi juga mempertimbangkan margin keuntungan secara sistematis untuk menghasilkan penentuan harga yang lebih akurat dan optimal.

2.3 Kerangka Pemikiran

Penelitian membutuhkan konsep yang jelas dan terstruktur untuk menentukan sistematika dalam menjalankan seluruh proses penelitian. Konsep yang terdefinisi dengan baik akan menjadi landasan utama dalam menyusun kerangka penelitian, sehingga setiap tahapan dapat berjalan secara terarah dan konsisten. Kerangka berpikir yang sistematis berperan penting dalam memandu peneliti untuk mengidentifikasi permasalahan, merumuskan tujuan, menentukan metode yang tepat, dan mengarahkan proses pengumpulan serta analisis data. Dalam penelitian ini yang berfokus pada analisis perhitungan harga pokok produksi (HPP) dan penentuan harga jual dengan metode *job order costing* dan *cost-plus pricing*, kerangka berpikir yang membantu dalam menyusun analisis penelitian secara akurat. Adapun kerangka pemikiran dari penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran