

## BAB II KAJIAN PUSTAKA

### A. Kajian Teori

#### 1. Definisi Akuntansi Biaya

Akuntansi biaya merupakan suatu bidang khusus, yaitu akuntansi yang bertujuan untuk mencatat, menghitung, menganalisis, mengawasi, dan melaporkan pada manajemen mengenai biaya-biaya yang terjadi selama proses produksi. Akuntansi biaya juga dimaksudkan untuk menentukan harga pokok produksi dan pengendalian biaya produksi, menyusun dan menaksir data biaya, baik biaya sebenarnya maupun biaya-biaya yang ditaksir yang akan digunakan oleh pimpinan perusahaan mengontrol operasi yang akan datang. Akuntansi biaya sebagai kunci atau alat yang penting untuk membantu manajemen dalam melakukan pertimbangan, perencanaan, pengawasan serta sebagai penilaian terhadap kegiatan perusahaan.<sup>1</sup>

Menurut Mulyadi, Akuntansi biaya adalah proses pencatatan, penggolongan, peringkasan dan penyajian biaya pembuatan dan penjualan produk atau jasa dengan cara-cara tertentu serta penafsiran terhadapnya. Abdul Halim mengemukakan definisi akuntansi biaya yaitu akuntansi yang membicarakan penentuan harga pokok (cost) dari suatu produk yang diproduksi (atau dijual di pasar), baik untuk memenuhi pesanan dan pemesan maupun untuk menjadi persediaan barang dagangan yang akan dijual.<sup>2</sup> Tujuan akuntansi biaya adalah untuk menyajikan informasi biaya produksi dari suatu perusahaan, oleh sebab itu maka akuntansi biaya dapatlah diberikan pengertian sebagai proses pencatatan, penggolongan, peringkasan dan penyajian biaya dalam rangka produksi barang atau jasa dengan cara-cara tertentu penafsiran terhadap hasilnya. Akuntansi biaya dalam tujuannya yang lebih luas, di samping untuk pengumpulan dan pelaporan biaya juga untuk

---

<sup>1</sup>Neneng Hartati, *Akuntansi Biaya*, (Bandung: Pustaka Setia, 2017), 47

<sup>2</sup>Neneng Hartati, *Akuntansi Biaya*, 48

perencanaan, pengendalian dan pengambilan keputusan oleh manajemen.

## 2. Tujuan Akuntansi Biaya

Menurut Supriyono, akuntansi biaya bertujuan untuk;

- a. Merencanakan dan mengendalikan biaya.
- b. Menentukan harga pokok produk atau jasa yang dihasilkan perusahaan dengan tepat dan teliti.
- c. Pengambilan keputusan oleh manajemen.
- d. Menyediakan informasi biaya bagi manajemen guna membantu mereka dalam mengelola perusahaan. Penentuan harga pokok produk juga merupakan tujuan dari perusahaan pabrikase yang hanya dapat dilakukan jika diadakan pemisahan antara biaya produksi dan biaya non-produksi.

Untuk mencapai tujuan tersebut, biaya-biaya dalam perusahaan harus dicatat dan digolongkan sedemikian rupa sehingga jelas antara biaya langsung dan biaya tidak langsung yang termasuk biaya produksi dan biaya produksi secara baik dan teliti. Akuntansi biaya bukanlah tujuan, melainkan alat dari manajemen untuk berbagai tujuan dan keperluan yang dibutuhkan manajemen, termasuk pengawasan dan penekanan biaya produk yang dihasilkan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa akuntansi biaya memiliki tiga tujuan pokok berikut :

### 1) Penentuan Harga Pokok Produk

Kinerja akuntansi biaya dalam penentuan harga pokok persatuan produk atau jasa, meliputi:

- a. Mencatat, menggolongkan, dan meringkas biaya-biaya pembuatan produk atau penyerahan jasa.
- b. Biaya yang dikumpulkan dan disajikan adalah biaya yang telah terjadi pada masa yang lalu atau biaya historis.
- c. Ditujukan untuk memenuhi kebutuhan pihak luar perusahaan.
- d. Karena ditujukan untuk kebutuhan pihak luar, akuntansi biaya untuk penentuan harga pokok produk tunduk pada prinsip-prinsip akuntansi yang lazim.

## 2) Pengendalian Biaya

Kinerja akuntansi biaya dalam pengendalian biaya meliputi:

- a. Pengendalian biaya harus didahului dengan penentuan biaya yang seharusnya dikeluarkan untuk memproduksi satu satuan produk.
- b. Jika biaya yang seharusnya ini telah ditetapkan, akuntansi biaya bertugas untuk memantau pengeluaran biaya sesungguhnya sesuai dengan biaya yang seharusnya.
- c. Melakukan analisis penyimpangan sehingga manajer dapat mencari penyebabnya dan dilakukan tindakan koreksi jika perlu.
- d. Untuk memenuhi kebutuhan pihak dalam perusahaan sehingga merupakan bagian dari akuntansi manajemen.

## 3) Pengambilan Keputusan Khusus

Kinerja akuntansi biaya dalam pengambilan keputusan biaya, meliputi:

- a. Pengambilan keputusan khusus menyangkut masa yang akan datang karena informasi yang relevan dengan pengambilan keputusan khusus selalu berhubungan dengan informasi masa yang akan datang.
- b. Akuntansi biaya untuk pengambilan keputusan khusus bertugas untuk menyediakan biaya masa yang akan datang (*Future costs*).
- c. Informasi biaya ini tidak dicatat dalam catatan akuntansi biaya, tetapi hasil dari suatu proses peramalan.
- d. Karena keputusan khusus merupakan sebagian besar kegiatan manajemen perusahaan, laporan akuntansi biaya untuk memenuhi tujuan pengambilan keputusan adalah bagian dari akuntansi manajemen.<sup>3</sup>

## 3. Fungsi dan Manfaat Akuntansi Biaya

Ada beberapa fungsi akuntansi biaya bagi perusahaan, antara lain<sup>4</sup>:

---

<sup>3</sup>Neneng Hartati, *Akuntansi Biaya*, 50

<sup>4</sup>Lili M Sadeli dan Bedjo Siswanto, *Akuntansi Manajemen*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2004), 45

- a. Menyajikan data-data yang dibutuhkan dalam aktivitas pengendalian dan perencanaan untuk memperbaiki efisiensi serta kualitas yang bertujuan untuk menghasilkan keputusan yang bersifat rutin ataupun strategis.
- b. Membuat serta melaksanakan estimasi anggaran untuk operasi dalam kondisi kompetitif serta ekonomis yang telah diprediksi sebelumnya. Hal ini berkaitan erat dengan tujuan perusahaan untuk memperoleh laba sebesar-besarnya melalui jalur yang kompetitif serta konsisten.
- c. Menentukan metode kalkulasi biaya yang akan dikeluarkan atau estimasi biaya serta sebagai sarana pengendali atas aktivitas yang akan dilakukan, memperbaiki kualitas, serta menekan biaya yang akan dikeluarkan.
- d. Mengendalikan kuantitas fisik dari persediaan yang ada dan menentukan biaya dari setiap produk ataupun jasa yang berguna untuk penetapan harga serta evaluasi kinerja dari departemen atau divisi yang berkaitan.
- e. Menentukan biaya serta laba sebuah perusahaan untuk satu periode akuntansi.
- f. Menentukan keputusan jangka panjang ataupun jangka pendek sehingga dapat mengubah biaya ataupun pendapatan

Adapun manfaat akuntansi biaya menurut Yanuardi (2006) adalah menyediakan informasi yang diperlukan oleh manajemen dalam mengelola perusahaan, yaitu sebagai berikut :

**a. Perencanaan dan Pengendalian Laba**

Akuntansi biaya menyediakan informasi atau data biaya masa lalu yang diperlukan untuk menyusun perencanaan Selanjutnya, atas dasar perencanaan tersebut, biaya dapat dikendalikan. Pengendalian ini dipakai sebagai umpan balik untuk perbaikan pada masa yang akan datang.

**b. Penentuan Harga Pokok Produk atau Jasa**

Penetapan harga pokok akan dapat membantu dalam penilaian persediaan, baik persediaan barang jadi maupun barang dalam proses penetapan

harga jual, terutama harga jual yang didasarkan kontrak, walaupun tidak selamanya penentuan harga jual berdasarkan harga pokok.

**c. Penetapan Laba**

Akuntansi biaya membantu manajer dalam pengambilan keputusan yang lebih baik.<sup>5</sup>

**4. Konsep Biaya (Cost) dan Penggolongannya**

Cost adalah kas atau ekuivalen kas yang dikorbankan untuk membeli barang atau jasa yang diharapkan akan memberikan manfaat bagi perusahaan saat sekarang atau untuk periode mendatang.<sup>6</sup> Tidak jauh berbeda, menurut pendapat Dunia dan Wasilah (2009), biaya (cost) adalah pengeluaran-pengeluaran atau nilai pengorbanan untuk memperoleh barang atau jasa yang berguna untuk masa yang akan datang, atau mempunyai manfaat melebihi satu periode akuntansi tahunan.<sup>7</sup> Mulyadi (2015), mendefinisikan biaya dalam arti luas yaitu pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu. Ada 4 unsur pokok dalam definisinya : (1) Biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi, (2) Diukur dalam satuan uang, (3) Yang telah terjadi atau yang secara potensial akan terjadi, (4) Pengorbanan tersebut untuk tujuan tertentu<sup>8</sup>.

Manajemen dalam mengelola perusahaan atau departemennya memerlukan data dan biaya yang akurat. Biaya yang akurat memungkinkan dapat ditentukannya harga produk secara teliti dan tepat. Untuk menentukan harga pokok secara teliti maka biaya perlu diklasifikasikan/digolongkan sehingga dapat dipisahkan antara mana biaya produksi dan mana pula yang bukan biaya produksi. Penggolongan biaya yang tepat adalah dengan menggunakan konsep “different costs for different purposes”, yang

---

<sup>5</sup>Neneng Hartati, *Akuntansi Biaya*, 52

<sup>6</sup>Krismiaji, *Dasar-Dasar Akuntansi Manajemen*, (Yogyakarta: AMP YKPN, 2002), 18

<sup>7</sup>Firdaus A. Dunia dan Wasilah, *Akuntansi Biaya*, ( Jakarta: Salemba Empat, 2009), 22

<sup>8</sup>Mulyadi, *Akuntansi Biaya (edisi ke-5)*, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2015), 13

maksudnya bahwa biaya digolongkan atas dasar tujuan penggunaan dari data biaya tersebut. Penggolongan biaya yang dimaksud antara lain adalah<sup>9</sup> :

**a. Penggolongan Biaya Menurut Objek Pengeluaran**

Dalam cara penggolongan ini, nama objek pengeluaran merupakan dasar penggolongan biaya. Misalnya nama objek pengeluaran adalah bahan bakar, maka semua pengeluaran yang berhubungan dengan bahan bakar disebut dengan “biaya bahan bakar”. Penggolongan ini merupakan penggolongan yang paling sederhana, yaitu berdasarkan penjelasan singkat mengenai suatu objek pengeluaran.

**b. Penggolongan Biaya Menurut Fungsi Pokok Dalam Perusahaan**

Dalam perusahaan manufaktur, ada tiga fungsi pokok, yaitu fungsi produksi, fungsi pemasaran, dan fungsi administrasi & umum. Oleh karena itu dalam perusahaan manufaktur, biaya dapat dikelompokkan menjadi tiga kelompok :

**1) Biaya Produksi**

Merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Contohnya adalah biaya depresiasi mesin dan equipment, biaya bahan baku; biaya bahan penolong, biaya gaji karyawan, biaya langsung maupun yang tidak langsung berhubungan dengan proses produksi. Menurut objek pengeluarannya, secara garis besar biaya produksi ini dibagi menjadi: biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik. Biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung disebut pula dengan istilah biaya utama (*prime cost*), sedangkan biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik sering pula disebut dengan biaya konversi (*conversion cost*), yang merupakan biaya untuk mengkonversi (mengubah) bahan baku menjadi produk jadi.

---

<sup>9</sup>Mulyadi, *Akuntansi Biaya (edisi ke-5)*,14

## 2) **Biaya Pemasaran**

Merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk. Contohnya adalah biaya iklan, biaya promosi, biaya angkutan dari gudang perusahaan ke gudang pembeli, gaji karyawan bagian-bagian yang melaksanakan kegiatan pemasaran.

## 3) **Biaya Administrasi dan Umum**

Merupakan biaya-biaya untuk mengkoordinasi kegiatan produksi dan pemasaran produk. Contoh biaya ini adalah biaya gaji karyawan bagian keuangan, akuntansi, personalia dan bagian hubungan masyarakat, biaya pemeriksaan akuntan.

Jumlah biaya pemasaran dan biaya administrasi dan umum sering pula disebut dengan istilah **biaya komersial** (*sommercial expense*).

### c. **Penggolongan Biaya Menurut Hubungan Biaya Dengan Sesuatu Yang Dibiayai**

Sesuatu yang dibiayai dapat berupa produk atau departemen. Dalam hubungannya dengan sesuatu yang dibiayai, biaya dapat dikelompokkan menjadi:

#### 1) **Biaya Langsung** (*direct cost*)

Biaya langsung adalah biaya yang terjadi, yang penyebab satu-satunya adalah karena adanya sesuatu yang dibiayai. Jika sesuatu yang dibiayai tersebut tidak ada, maka biaya langsung ini tidak akan terjadi. Dengan demikian biaya langsung akan mudah diidentifikasi dengan sesuatu yang dibiayai. Biaya produksi langsung terdiri dari **biaya bahan baku** dan **biaya tenaga kerja langsung**.<sup>10</sup>

#### 2) **Biaya Tidak Langsung**

Biaya tidak langsung adalah biaya yang terjadinya tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai. Biaya tidak langsung dalam hubungannya dengan produk disebut dengan istilah biaya produksi tidak langsung atau

<sup>10</sup>Mulyadi, *Akuntansi Biaya (edisi ke-5)*,15

biaya *overhead* pabrik. Biaya ini tidak mudah diidentifikasi dengan produk tertentu. Dalam hubungannya dengan departemen, biaya tidak langsung adalah biaya yang terjadi di suatu departemen, tetapi manfaatnya dinikmati oleh lebih dari satu departemen. Contohnya adalah biaya yang terjadi di departemen pembangkit tenaga listrik.

**d. Penggolongan Biaya Menurut Perilaku Dalam Kaitannya Dengan Perubahan Volume Kegiatan**

Ditinjau dari perilaku biaya terhadap perubahan dalam tingkat kegiatan atau volume maka biaya-biaya dapat dikategorikan dalam tiga jenis biaya :<sup>11</sup>

**1) Biaya Variabel (*variable cost*)**

Biaya variabel adalah biaya-biaya yang dalam total berubah secara langsung dengan adanya perubahan tingkat kegiatan atau volume, baik volume produksi ataupun volume penjualan. Disamping itu, biaya variabel mempunyai karakteristik umum yang lain di mana biaya per unitnya tidak berubah. Contoh dari biaya-biaya produksi yang dapat diidentifikasi sebagai biaya variabel adalah biaya bahan baku langsung dan biaya tenaga kerja langsung.

**2) Biaya Tetap**

Adalah biaya-biaya yang secara total tetap tidak berubah dengan adanya perubahan tingkat kegiatan atau volume dalam batas-batas dari tingkat kegiatan yang relevan atau dalam periode waktu tertentu. Biaya tetap per unit akan berubah dengan adanya perubahan volume produksi. Contoh biaya tetap adalah gaji direktur produksi.

**3) Biaya Semi Variabel**

Biaya semi variabel adalah biaya-biaya yang mempunyai atau mengandung unsur tetap dan unsur variabel. Contoh dari biaya semi variabel

---

<sup>11</sup>Firdaus A. Dunia, *Akuntansi Biaya*, 26



adalah biaya listrik, biaya telepon, biaya angkutan, dan lain-lain.<sup>12</sup>

#### 4) **Biaya *Semifixed***

Biaya *semifixed* adalah biaya yang tetap untuk tingkat volume kegiatan tertentu dan berubah dengan jumlah yang konstan pada volume produksi tertentu.<sup>13</sup>

#### e. **Penggolongan Biaya Atas Dasar Jangka Waktu Manfaatnya**

Atas dasar jangka waktu manfaatnya, biaya dapat dibagi menjadi dua:

##### 1) **Pengeluaran Modal (*capital expenditures*)**

Pengeluaran modal adalah pengeluaran yang akan memberikan manfaat/benefit pada periode akuntansi atau pengeluaran yang akan dapat memberikan manfaat pada akuntansi yang akan datang. Contoh dari pengeluaran modal adalah pengeluaran untuk pembelian aktiva.

##### 2) **Pengeluaran pendapatan (*revenue expenditures*)**

Pengeluaran pendapatan adalah pengeluaran yang akan memberikan manfaat hanya pada periode akuntansi ketika pengeluaran itu terjadi. Contoh pengeluaran pendapatan antara lain: biaya iklan, biaya telev, dan biaya tenaga kerja.<sup>14</sup>

#### 5. **Metode Pengumpulan Biaya Produksi**

Biaya produksi (*production cost*) adalah biaya yang dibebankan dalam proses produksi selama suatu periode. Biaya-biaya yang terjadi dalam kegiatan manufaktur disebut biaya produksi (*manufacturing cost*). Dalam suatu proses produksi terdapat elemen biaya, yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya *overhead* pabrik. Biaya-biaya ini perlu dikumpulkan menjadi satu sebagai biaya produksi.

a. **Biaya bahan baku (*raw materials*)**, yaitu biaya untuk barang-barang yang dapat dengan mudah dan langsung diidentifikasi dengan barang jadi.

<sup>12</sup>Firdaus A. Dunia, *Akuntansi Biaya*, 29

<sup>13</sup>Mulyadi, *Akuntansi Biaya (edisi ke-5)*, 16

<sup>14</sup>Neneng Hartati, *Akuntansi Biaya*, 76

Biaya bahan baku terjadi karena adanya pemakaian bahan baku. Semua proses atau siklus yang terjadi dalam memperoleh bahan baku untuk proses produksi baik itu biaya pembelian, biaya angkut dan biaya-biaya lainnya disebut harga pokok bahan baku. Jadi dapat disimpulkan bahwa biaya bahan baku merupakan harga pokok bahan baku yang dipakai dalam produksi untuk membuat barang atau produk. Biaya bahan baku diklasifikasikan dalam dua kelompok yaitu biaya bahan baku langsung dan biaya bahan baku tidak langsung. Contoh bahan baku adalah kayu bagi perusahaan mebel.

- b. **Biaya tenaga kerja langsung (*direct labor*)**, yaitu biaya untuk buruh (tenaga kerja) yang menangani secara langsung proses produksi atau yang dapat diidentifikasi langsung dengan barang jadi. Biaya tenaga kerja untuk proses produksi dibagi menjadi dua yaitu biaya tenaga kerja langsung dan biaya tenaga kerja tidak langsung. Biaya tenaga kerja tidak langsung adalah kompensasi yang dibayarkan kepada para tenaga kerja yang bekerja di pabrik tetapi tidak terlihat dalam melakukan pengolahan bahan baku menjadi produk jadi. Contoh buruh langsung adalah tukang kayu dalam perusahaan mebel.
- c. **Biaya *overhead* pabrik**, yaitu biaya-biaya selain bahan baku dan tenaga kerja langsung. Biaya ini tidak dapat diidentifikasi secara langsung dengan barang yang dihasilkan. Contoh biaya *overhead* pabrik adalah (1) bahan pembantu (kadang-kadang disebut bahan tidak langsung-*indirect materials*) misalnya perlengkapan pabrik (mur, baut, dan pelitur dalam perusahaan mebel; (2) buruh tidak langsung (*indirect labour*) yaitu buruh yang pekerjaannya tidak dapat diidentifikasi secara langsung dengan barang yang dihasilkan misalnya gaji mandor; (3)

pemeliharaan dan perbaikan (*maintenance and repair*); (4) listrik, air, telepon dan lain-lain.<sup>15</sup>

**Tabel 2.1 Daftar dokumen sumber yang melibatkan biaya.**

<b>Biaya</b>	<b>Contoh Dokumen Sumber</b>
Bahan baku	Faktur pembelian, permintaan bahan baku
Tenaga kerja	Kartu absensi atau kartu jam kerja
<i>Overhead</i> pabrik	Faktur pemasok, tagihan listrik, jadwal depresiasi

Pengumpulan biaya (*cost accumulation*) produksi tersebut bergantung pada cara berproduksi :

- 1) Perusahaan yang memproduksi suatu produk berdasarkan pesanan (*order*) akan melaksanakan kegiatannya setelah pesanan diterima, misalnya perusahaan percetakan, furniture dan lain-lain. Perusahaan ini akan mengumpulkan biaya produksi sesuai dengan biaya produksi untuk setiap jenis pesanan. Cara ini disebut dengan pengumpulan biaya produksi berdasarkan pesanan (***Job Order Costing***).
- 2) Ada pula perusahaan yang memproduksi produknya berdasarkan produksi massa melakukan pengolahannya secara kontinyu/terus menerus dalam rangka memenuhi permintaan pasar atau persediaan di gudang. Misalnya perusahaan tekstil, sepatu, makanan, dan minuman. Dalam perusahaan ini biaya produksi dikumpulkan secara periodik (harian, mingguan, atau bulanan) untuk setiap departemen produksi. Cara seperti ini disebut pengumpulan biaya produksi berdasarkan proses/masa/periodik (***Process Costing***).

---

<sup>15</sup>Soemarso S.R, *Akuntansi: Suatu Pengantar*, (Jakarta:Salemba Empat, 2009), 271

**Tabel 2.2** *Perbedaan karakteristik job order costing dengan process costing.*

<b>Uraian</b>	<b>Perusahaan yang berproduksi atas dasar pemesanan (Job Order Costing)</b>	<b>Persusahaan yang berproduksi massa (Process Costing)</b>
<b>Proses pengolahan produk</b>	Terputus-putus (intermitten)	Terus menerus (kontinu)
<b>Produk yang dihasilkan</b>	Bergantung spesifikasi pemesan	Produk standar
<b>Produksi ditujukan untuk</b>	Memenuhi pesanan	Mengisi persediaan
<b>Penghitungan biaya produksi</b>	Dihitung untuk setiap pesanan.	Dihitung setiap bulan atau periode penentuan harga pokok produk
<b>Penghitungan harga pokok persatuan</b>	Apabila pesanan telah selesai produksi	Pada akhir bulan/periode penentuan harga pokok produk
<b>Rumus perhitungan harga pokok per satuan</b>	Jumlah biaya produksi yang telah dikeluarkan untuk pesanan tertentu dibagi dengan jumlah satuan produk yang diproduksi dalam pesanan yang	Jumlah biaya produksi yang telah dikeluarkan selama bulan/periode tertentu dibagi dengan jumlah satuan produk yang dihasilkan selama

	bersangkutan	bulan/periode yang bersangkutan
<b>Contoh perusahaan</b>	Perusahaan percetakan, mebel, kontraktor, dan lain-lain	Perusahaan kertas, semen, tekstil, dan lain-lain

### 6. Harga Pokok Produksi

Produksi adalah kegiatan manusia untuk menghasilkan barang dan jasa yang kemudian dimanfaatkan oleh konsumen. Secara teknis, produksi adalah proses mentransformasikan *input* menjadi *output*. M.N Siddiqi berpendapat bahwa produksi merupakan penyediaan barang dan jasa dengan memperhatikan nilai keadilan dan kemaslahatan bagi masyarakat. Produksi mempunyai peranan penting dalam menentukan taraf hidup manusia dan kemakmuran suatu bangsa. Al-Qur'an telah meletakkan landasan yang sangat kuat terhadap produksi. Dalam Al-Qur'an dan Sunnah Rasul banyak dicontohkan bagaimana umat Islam diperintahkan untuk bekerja keras dalam mencari penghidupan agar mereka dapat melangsungkan kehidupannya dengan lebih baik, seperti dalam surah (QS Al-Qashas [28] : 73)

وَلْتَبْتَغُوا مِنْ فَضْلِهِ وَلِعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ

Artinya : “Supaya kamu mencari karunia Allah, mudah-mudahan kamu bersyukur”<sup>16</sup>

Kata-kata *ibtaghu* pada ayat ini bermakna keinginan, kehendak yang sungguh-sungguh untuk mendapatkan sesuatu yang menunjukkan usaha yang tak terbatas. Sedangkan *fadl* (karunia) berarti perbaikan ekonomi yang menjadikan kehidupan manusia secara ekonomis mendapatkkan kelebihan dan kebahagiaan. Ayat ini menunjukkan, bahwa mementingkan kegiatan produksi

<sup>16</sup>Referensi: <https://tafsirweb.com/7123-surat-al-qashash-ayat-73.html>

merupakan prinsip yang mendasar dalam dalam ekonomi Islam.<sup>17</sup>

Harga pokok produksi merupakan jumlah biaya yang dikeluarkan dalam memproduksi barang dan jasa, baik biaya bahan baku, tenaga kerja maupun yang lainnya dan merupakan penjumlahan tiga unsur biaya produksi: bahan baku, upah langsung, dan overhead pabrik. Metode penentuan harga pokok produksi bergantung pada sifat pengolahan produk didasarkan atas pesanan dan pengolahan yang merupakan produksi masa. Perhitungan harga pokok produksi yang tepat akan memperoleh harga jual yang tepat pula, memperlancar pemasarannya dan pada akhirnya perusahaan dapat berkembang dengan cepat sehingga kontinuitas perusahaan akan terjamin. Menurut Mulyadi, harga pokok merupakan pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh aktiva. Harga pokok juga digunakan untuk menunjukkan pengorbanan sumber ekonomi dalam pengolahan bahan baku menjadi produk. Karena pembuatan produk tersebut bertujuan mengubah aktiva (berupa persediaan bahan baku) menjadi aktiva lain (persediaan produk jadi) maka pengorbanan bahan baku tersebut, yang berupa biaya bahan baku, membentuk harga pokok produksi.

Dengan demikian, harga pokok produksi atau *products cost* merupakan elemen penting untuk menilai keberhasilan (*performace*) dari perusahaan dagang ataupun manufaktur. Harga pokok produksi berkaitan dengan indikator tentang kesuksesan perusahaan, misalnya laba kotor penjualan, laba bersih. Harga pokok produksi pada dasarnya menunjukkan harga pokok produk (barang dan jasa), yang diproduksi dalam periode akuntansi tertentu. Hal ini berarti harga pokok produksi merupakan bagian dari harga pokok, yaitu harga pokok dari produk yang terjual dalam suatu periode akuntansi. Menurut Mulyadi, tujuan penghitungan harga pokok produk, yaitu :

---

<sup>17</sup>Rozalinda, *Ekonomi Islam: Teori dan Aplikasinya Pada Aktivitas Ekonomi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), 111 - 112

- a. Memberikan bantuan ntuk mendekati harga yang dapat dicapai.
- b. Menilai harga-harga yang dapat dicapai atau ditawarkan dari pendirian ekonomi perusahaan.
- c. Menilai penghematan dari proses produksi.
- d. Menilai barang yang masih dikerjakan.
- e. Penetapan yang terus menerus dan analisis dari hasil perusahaan.

Sedangkan manfaat dari mengetahui harga pokok produksi yaitu :

- a. Menghitung nilai persediaan barang jadi.
- b. Menghitung harga pokok penjualan.
- c. Dasar menentukan harga jual.
- d. Menentukan penawaran harga jual suatu kontrak penjualan.
- e. Memenangkan persaingan di pasar.<sup>18</sup>

Harga pokok produksi yang dihitung dan proses akuntansi biaya dapat dilakukan dengan dua alternatif metode. Dua alternatif metode yang dimaksud, digunakan sesuai dengan tujuan masing-masing manajemen yang memerlukan data harga pokok produksi tersebut. Adapun kedua alternatif metode perhitungan harga pokok produksi tersebut adalah:<sup>19</sup>

**a. Full Costing**

*Full costing* merupakan metode penentuan kos poduksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi ke dalam kos produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik, baik yang berperilaku variabel maupun tetap. Dengan demikian kos produksi menurut metode *full costing* terdiri dari unsur biaya produksi berikut ini:

Biaya Bahan Baku.....	xx
Biaya Tenaga Kerja.....	xx
Biaya <i>overhead</i> pabrik variabel.....	xx
Biaya <i>overhead</i> pabrik tetap.....	xx
Harga Pokok Produksi.....	xx

---

<sup>18</sup>Neneng Hartati, *Akuntansi Biaya*, 130 - 131

<sup>19</sup>Abdul Halim, *Dasar-Dasar Akuntansi Biaya*, (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2007), 19

Kos produk yang dihitung dengan pendekatan *full costing* terdiri dari unsur kos produksi (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik variabel, dan biaya *overhead* pabrik tetap) ditambah dengan biaya nonproduksi (biaya pemasaran, biaya administrasi dan umum).

Manfaat penetapan harga pokok penjualan dengan metode *full costing* diantaranya yaitu :

- 1) Dalam pengerjaannya lebih mudah dan sederhana karena semua biaya dimasukkan dalam perhitungan tanpa menghiraukan biaya yang bersifat semi variabel.
- 2) Digunakan untuk laporan ekstern karena sudah menjadi prinsip akuntansi Indonesia 1984 (Ikatan Akuntansi Indonesia) bahwa harga pokok barang yang diproduksi meliputi semua bahan langsung yang dipakai, upah langsung serta biaya produksi tidak langsung, dengan menghitung saldo awal dan saldo akhir barang dalam pengolahan. Hal ini berarti bahwa perhitungan dan pelaporan biaya produksi didasarkan pada konsep *full costing*.

**b. Variable Costing**

*Variable costing* merupakan metode penentuan kos produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku variabel ke dalam kos produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik variabel. Dengan demikian kos produksi menurut metode *variable costing* terdiri dari unsur biaya produksi berikut ini :

Biaya Bahan Baku.....	xx
Biaya Tenaga Kerja Langsung.....	xx
Biaya <i>overhead</i> pabrik variabel.....	xx
Harga Pokok Produksi.....	xx

Kos produk yang dihitung dengan pendekatan *variable costing* terdiri dari unsur kos produksi variabel (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik variabel) ditambah dengan biaya nonproduksi variabel (biaya pemasaran variabel dan biaya administrasi dan



umum variabel) dan biaya tetap (biaya *overhead* pabrik tetap, biaya pemasaran tetap, biaya administrasi dan umum tetap).<sup>20</sup>

Perbedaan yang paling utama antara harga pokok produksi konvensional dengan harga pokok variabel adalah perlakuan terhadap biaya *overhead* pabrik yang tetap. Metode *variable costing* hanya biaya produk yang berubah-ubah sesuai dengan output saja yang diperlukan sebagai biaya produksi yang langsung berkaitan dengan *output* yang dihasilkan.<sup>21</sup>

## 7. Harga Jual

Kotler dan Keller (2009:439) menyatakan 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.<sup>22</sup> Penetapan harga jual produk memerlukan berbagai pertimbangan yang terintegrasi. Mulai dari biaya produksi, biaya operasional, target laba yang diinginkan oleh perusahaan, daya beli masyarakat, harga jual pesaing, kondisi perekonomian secara umum, elastisitas harga produk dan sebagainya. Karena itu penentuan harga jual produk perusahaan haruslah merupakan kebijakan yang harus benar-benar dipertimbangkan secara matang dan terintegrasi. Kebijakan harga yang dipilih perusahaan akan berpengaruh secara langsung terhadap berhasil tidaknya perusahaan mencapai tujuannya. Kebijakan harga jual produk dan biaya akan selalu berubah-ubah sejalan dengan perubahan biaya produk dan kondisi pasar.<sup>23</sup> Tujuan penetapan harga suatu produk perlu ditentukan, agar tujuan perusahaan dapat tercapai. Penetapan harga selalu merupakan masalah bagi setiap perusahaan, karena tidak merupakan suatu kewenangan yang mutlak dari seorang pengusaha. Ada beberapa

<sup>20</sup>Mulyadi, *Akuntansi Biaya (edisi ke-5)*,19

<sup>21</sup>I Gusti Putu Darya MM, *Akuntansi Manajemen*, (Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2019), 59

<sup>22</sup>Reza Woran, dkk., "Penentuan Harga Jual Produk Dengan Menggunakan Metode Cost Plus Pricing Pada UD. Vanela", *Jurnal EMBA* 2, no. 2 (2014): 1661

<sup>23</sup>Rudianto, *Akuntansi Manajemen*, (Jakarta: Grasindo, 2013), 231

tujuan di dalam penetapan harga produk, diantaranya adalah :

**a. Untuk mendapatkan *share* pasar**

Perusahaan dapat menetapkan tingkat harga tertentu untuk mendapatkan atau meningkatkan *share* pasar. Strategi ini dilakukan perusahaan karena dengan perkiraan tingkat keuntungan akan meningkat pada masa yang akan datang. Oleh karena itu banyak perusahaan yang melakukan penetrasi (penerobosan) pasar dengan menetapkan harga produknya sangat rendah dari harga pasaran. Kenaikan tingkat keuntungan pada masa yang akan datang akan tercapai apabila : (1) harga yang rendah akan menarik banyak pembeli, (2) meningkatkan produksi dan omzet penjualan, (3) harga yang rendah akan mendesak para pesaing.<sup>24</sup>

**b. Untuk memperoleh laba maksimum**

Salah satu tujuan dalam penetapan harga produk adalah untuk memperoleh laba jangka pendek yang maksimum. Caranya yaitu dengan menentukan tingkat harga dengan memperhatikan total hasil penerimaan penjualan dan total biaya.

**c. Untuk memanfaatkan keuntungan**

Perusahaan mengambil manfaat untuk memperoleh suatu keuntungan dari tersedianya para pembeli untuk membayar produknya dengan harga yang tinggi, karena produknya memberikan nilai yang lebih baik bagi para pembeli. Tujuan ini dapat tercapai apabila; (1) harga tinggi diimbangi dengan mutu produk yang baik, (2) biaya produksi dan distribusi per satuan tidak terlalu tinggi, (3) adanya pembeli yang besar dengan permintaan inelastis, (4) tidak timbul para pesaing baru.

**d. Untuk mempromosikan produk**

Perusahaan menetapkan harga khusus yang rendah dengan tujuan untuk meningkatkan atau mendorong penjualan produknya. Menetapkan harga rendah untuk suatu macam produk maksudnya selain mempromosikan produknya agar

---

<sup>24</sup>Ating Tedjasutisna, *Pelajaran Pemasaran I*, (Bandung:CV. Armico, 1994), 127

terkenal juga agar langganan mau membeli produk-produk lainnya.

**e. Untuk mencapai tingkat hasil penerimaan penjualan maksimum**

Perusahaan menetapkan harga produknya untuk memaksimalkan penerimaan penjualan produk masa itu. Tujuan ini dapat tercapai dengan melaksanakan kombinasi harga dan kuantitas produk yang besar.

**f. Untuk mencapai keuntungan yang ditargetkan**

Perusahaan menetapkan harga tertentu untuk dapat mencapai tingkat laba yang berupa “rate of return”.<sup>25</sup>

Swastha (2010:154) menyatakan bahwa metode penentuan harga jual yang berdasarkan biaya dalam bentuk yang paling sederhana, yaitu:

**1) Cost plus pricing**

Penentuan harga jual cost plus pricing, biaya yang digunakan sebagai dasar penentuan, dapat didefinisikan sesuai dengan metode penentuan harga pokok produk yang digunakan. Dalam menghitung cost plus pricing, digunakan rumus : **Harga jual = Biaya total + Margin**

**2) Mark up pricing**

Mark up pricing banyak digunakan oleh para pedagang. Para pedagang akan menentukan harga jualnya dengan cara menambahkan mark up yang diinginkan pada harga beli per satuan. Presentase yang ditetapkan berbeda untuk setiap jenis barang.

**3) Penentuan harga oleh produsen**

Dalam metode ini, harga yang ditetapkan oleh perusahaan adaah awal dari rangkaian harga yang ditetapkan oleh perusahaan-perusahaan lain dalam saluran distribusi. Karena itu, penetapan harga oleh produsen memegang peranan penting dalam menentukan harga akhir barang. Dalam menetapkan harga jualnya, produsen dapat berorientasi pada biaya. Proses penetapan harga dimulai dengan menghitung

---

<sup>25</sup>Ating Tedjasutisna, *Pelajaran Pemasaran 1*, 128

biaya per unit barang yang dihasilkan, kemudian menambahkan sejumlah mark up tertentu. Produsen menggunakan rumus yang mereka anggap cocok bagi mereka, tentunya berdasarkan pengamatan atas produk yang dihasilkannya. Setiap produk mempunyai pola biaya yang berbeda satu sama lainnya. Budiarto (2011:90) menyatakan *cost plus pricing* adalah penetapan harga dengan menambahkan sejumlah (presentase) tertentu dari harga jual atau biaya sebagai keuntungannya.<sup>26</sup>

### 8. Konsep Harga Jual Dalam Islam

Menurut Rachmat Syafei, harga hanya terjadi pada akad, yakni sesuatu yang direlakan dalam akad, baik lebih sedikit, lebih besar, atau sama dengan nilai barang. Biasanya, harga dijadikan bahan penukar barang yang diridhai oleh kedua pihak yang akad. Dari pengertian di atas dapat dijelaskan bahwa harga merupakan sesuatu kesepakatan mengenai transaksi jual beli barang/jasa yang ditawarkan oleh pihak penjual kepada pihak pembeli. Menurut Ibnu Taimiyah yang dikutip oleh Yusuf Qardhawi : “Penentuan harga mempunyai dua bentuk; ada yang boleh dan ada yang haram. Tas’ir ada yang zalim itulah yang diharamkan dan ada yang adil, itulah yang dibolehkan.”<sup>27</sup> Standar alat tukar (uang) sangat penting untuk menentukan sesuatu harga yang setara dalam jual beli, karena jika harga itu senilai dengan barang yang dibeli pembeli kemudian dilanjutkan dengan serah terima atau ijab qabul yang sah disertai saling ridha meridhai, maka terjadilah keadilan harga dalam jual beli. Sesuai dengan firman Allah ﷻ dalam QS. An-Nisa [2] : 29 yang berbunyi :<sup>28</sup>

<sup>26</sup>Reza Woran, dkk., “Penentuan Harga Jual Produk Dengan Menggunakan Metode Cost Plus Pricing Pada UD. Vanela”, 1662

<sup>27</sup>Birusman Nuryadin, “Harga Dalam Perspektif Islam” , *Jurnal Mazahib* IV, no. 1 (2007): 93

<sup>28</sup>Supriadi, *Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam*, (Bogor: Guepedia Publisher, 2018), 8

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ بِجَارَةٍ عَنْتَرَضٍ مِنْكُمْ ۖ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Hai orang-orang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamumu dengan jalan yang bati, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”<sup>29</sup>

Oleh sebab itu, harga adalah instrumen penting dalam jual beli, ketika harga yang ditawarkan itu wajar dan sesuai dengan mekanisme pasar serta aturan yang berlaku maka akan terjadi keadilan harga. Namun, jika harga itu ditetapkan dengan cara batil yang dimasuki unsur-unsur politik, syahwat mencari keuntungan sebanyak-banyaknya, maka yang akan terjadi adalah ketidakadilan harga. Hal ini sesuai dengan yang dilakukan oleh Rasulullah menolak untuk membuat kebijakan penetapan harga manakala tingkat harga di Madinah tiba-tiba naik. Akan tetapi, Rasulullah sering melakukan inspeksi ke asar untuk mengecek harga dan mekanisme pasar. Seringkali dalam inspeksinya beliau menemukan praktek bisnis yang tidak jujur, sehingga beliau menegurnya.<sup>30</sup>

**B. Hasil Penelitian Terdahulu**

Adapun hasil dari penelitian terdahulu adalah sebagai berikut :

**Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti & Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian	Persamaan Penelitian
1.	Sitty Rahmi Lasena. “Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Pada PT.	PT. Dimembe Nyiur Agripro menerapkan metode full	Perbedaan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis pada Konveksi	Persamaan penelitiannya adalah terletak pada penggunaan dua metode

<sup>29</sup>Referensi: <http://tafsirweb.com/category/0-04-surat-an-nisa>

<sup>30</sup>Supriadi, *Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam*, 10

	<p><b>Dimembe Nyiur Agripro</b><sup>31</sup></p>	<p><i>costing</i> dalam menentukan harga pokok produksinya, dimana semua biaya yang terjadi dalam proses produksi dibebankan dalam perhitungan harga pokok produksi. Perhitungan hpp berdasarkan <i>variable costing</i> yang dibuat oleh penulis, ditemukan hasil yang berbeda dengan perhitungan perusahaan yang menggunakan <i>full costing</i>. Perbedaan tersebut berasal dari perlakuan terhadap biaya <i>overhead</i> yang tetap maupun variabel pada metode <i>full costing</i>.</p>	<p>Expose Padurenan adalah diketahui bahwa konveksi Expose Padurenan mempunyai perhitungan harga pokok tersendiri. Metode menurut konveksi Expose Padurenan lebih menyerupai perhitungan harga pokok produksi menurut metode <i>variable costing</i>.</p>	<p>perhitungan harga pokok produksi yaitu <i>full costing</i> dan <i>variable costing</i> untuk mengetahui perbedaan hasil perhitungan hpp dari masing-masing metode.</p>
--	--	--	---	---

<sup>31</sup> Sitty Rahmi Lasena, “Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Pada PT. Dimembe Nyiur Agripro”, *Jurnal EMBA* 1, no. 3, (2013) : 585 -592

<p>2.</p>	<p>Pradana Setiadi, dkk., <b>“Perhitungan Harga Pokok Produksi Dalam Penentuan Harga Jual Pada CV. Minahasa Mantap Perkasa”</b>,<sup>32</sup></p>	<p>Dalam menghitung harga jual produknya, CV. Minahasa Mantap Perkasa menggunakan metode tradisional yaitu dengan menghitung besarnya biaya yang digunakan dalam proses produksi (biaya bahan baku, tenaga kerja, biaya <i>overhead</i> pabrik) lalu dibagi dengan sejumlah produk yang dihasilkan (sesuai volume produksi). Untuk menentukan laba, perusahaan menghendaki laba sebesar 30% dari harga pokok per unit produknya. Dalam perhitungan</p>	<p>Perbedaan yang terdapat didalam penelitian tersebut dengan yang terdapat di konveksi Expose Padurenan adalah CV.Minahasa mengikutsertakan biaya <i>overhead</i> pabrik didalam perhitungan biaya produksinya, sedangkan konveksi Expose tidak memperhitungkan pengeluaran biaya <i>overhead</i> didalam metode perhitungan biaya produksinya.</p>	<p>Dalam penelitian tersebut, persamaan yang terdapat pada CV.Minahasa dengan di konveksi ExposePadurenan adalah dalam hal metode pengumpulan biaya produksinya sama-sama menggunakan metode <i>proces costing</i>.</p>
-----------	---	--	--	---

<sup>32</sup>Pradana Setiadi, dkk., “Perhitungan Harga Pokok Produksi Dalam Penentuan Harga Jual Pada CV. Minahasa Mantap Perkasa”, *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi* 14, no. 2(2014):70 - 79

		<p>metode <i>full costing</i>, terdapat perbedaan nominal harga jual yang didapat dengan nominal harga jual yang ditentukan oleh perusahaan. Hal tersebut dikarenakan dalam metode <i>full costing</i>, biaya <i>non-produksi</i> yang tidak dihitung oleh perusahaan diikutsertakan didalam perhitungan biaya produksi, sehingga harga jual yang didapat lebih besar dan menimbulkan selisih dengan harga jual yang dihitung oleh pihak perusahaan.</p>		
3.	<p>Axel Johannes Henry Pelealu, dkk., "<b>Analisis Perhitungan Harga Pokok</b></p>	<p>Ketrina's Home Industry didalam perhitungan</p>	<p>Perbedaan dari Ketrina's Home Industry dengan Konveksi</p>	<p>Persamaan dari hasil penelitian tersebut dengan penelitian di konveksi Expose</p>



	<p><b>Produksi Dengan Menggunakan Metode Full Costing Sebagai Dasar Perhitungan Harga Jual (Studi Kasus Pada Ketrina's Home Industry)<sup>33</sup></b></p>	<p>biaya produksinya telah melibatkan biaya <i>overhead</i> pabrik, namun biaya <i>overhead</i> pabrik yang bersifat tetap tidak diikutsertakan dalam perhitungan biaya produksinya. Hasil yang diperoleh dari perhitungan biaya produksi dengan perhitungan perusahaan dan dengan metode <i>full costing</i> pun berbeda. Ketrina's Home Industry juga tidak melibatkan biaya <i>non-produksi</i> didalam metode penentuan harga jualnya yang, yang</p>	<p>Expose mengenai keberadaan biaya <i>non-produksi</i> berupa pemasangan iklan. Dikarenakan konveksi Expose memang tidak menggunakan sarana promosi dalam bentuk apapun termasuk berupa iklan, sebab produknya telah terpasarkan hingga luar Pulau Jawa melalui pelanggannya yang kebanyakan adalah distributor. Jadi, bentuk promosi yang ada pada konveksi Expose murni mengandalkan pemasar dari mulut ke mulut (<i>word of mouth</i>) dan testimoni</p>	<p>adalah sama-sama memilih usaha rumahan (UMKM) sebagai objek penelitian dan sama-sama tidak membebankan biaya promosi (dalam hal ini pemasangan iklan) kedalam kos produksi untuk menentukan harga jual.</p>
--	--	--	--	--

<sup>33</sup>Axel Johannes Henry Palealu, dkk., “Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Dengan Menggunakan Metode Full Costing Sebagai Dasar Perhitungan Harga Jual (Studi Kasus Pada Ketrina's Home Industry)”, *Jurnal Administrasi Bisnis*6, no. 2(2018): 34 - 40

		sebenarnya didalam perusahaan tersebut terdapat biaya untuk pemasangan iklan.	kualitas dari langganan. Sehingga dalam hal promosi konveksi Expose tidak mempunyai kos tersendiri.	
4.	Indro Djumali, <b>“Perhitungan Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode Variable Costing Dalam Penentuan Harga Jual Pada PT. Sari Malalugis Bitung”</b> <sup>34</sup>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga jual produk menurut perusahaan dan menurut hasil evaluasi dengan metode <i>variable costing</i> diketahui bahwa terdapat selisih harga yang menjadikan harga jual rata-rata perusahaan tinggi dibandingkan dengan harga jual rata-rata menurut metode <i>variable costing</i> .	Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama menggunakan metode <i>variable costing</i> untuk mengetahui perbandingan harga pokok produksi pada perusahaan.	Perbedaannya adalah hasil dari perhitungan hpp dengan penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan di konveksi Expose Padurenan. Hasil perbandingan hpp di konveksi Expose Padurenan dengan <i>variable costing</i> lebih tinggi daripada hasil hpp yang dihitung oleh konveksi Expose Padurenan. Hal tersebut dikarenakan Biaya <i>overhead</i> yang dihitung oleh konveksi Expose Padurenan adalah biaya yang bersifat tetap dan lebih rendah daripada biaya <i>overhead</i> yang berseifat variabel.
5.	Nienik Hsamsul,	Perbandingan	Persamaannya	Perbedaannya

<sup>34</sup> Indro Djumali, “Perhitungan Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode *Variable Costing* Dalam Proses Penentuan Harga Jual Pada PT. Sari Malalugis Bitung” *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi* 14, no. 2 (2014): 82-91

	<p><b>“Perbandingan Harga Pokok Produksi Full Costing Dan Variable Costing Untuk Harga Jual CV. Pyramid”<sup>35</sup></b></p>	<p>metode <i>full costing</i> dan <i>variable costing</i> dalam perhitungan harga pokok produksi pada perusahaan untuk penentuan harga jual menunjukkan bahwa metode <i>full costing</i> memiliki angka nominal jauh lebih tinggi dalam perhitungan harga pokok produksi dari pada metode <i>variable costing</i>, karena disebabkan pada perhitungan metode <i>full costing</i> memasukkan semua akun biaya baik yang bersifat tetap maupun <i>variable</i>.</p>	<p>adalah pada metode <i>full costing</i> jauh lebih tinggi daripada metode lainnya. Hal tersebut dikarenakan pada metode <i>full costing</i> memperlakukan semua biaya sebagai unsur biaya produksi. Selain itu, perusahaan juga tidak cermat dalam mengolongkan biaya dengan baik.</p>	<p>adalah pada perhitungan hpp untuk produknya. CV. Pyramid mempunyai produk yang berbeda jenis, sedangkan konveksi Expose Padurenan menghitung produk yang sejenis. Sehingga perhitungan yang dilakukan oleh CV. Pyramid dibuat satu persatu berdasarkan jenis produk.</p>
--	---	---	--	---

<sup>35</sup> Nienik Hsamsul, “Perbandingan Harga Pokok Produksi Full Costing Dan Variable Costing Untuk Harga Jual CV. Pyramid”, *Jurnal EMBA* 1, no. 3 (2013) : 366-373

### C. Kerangka Berfikir

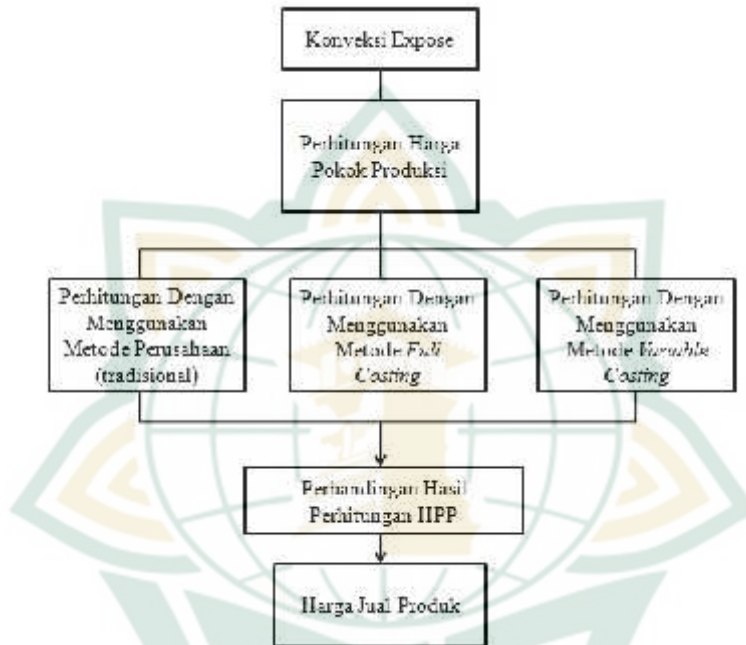
Kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka berfikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis peraturan antar variabel yang akan diteliti. Kerangka berfikir yang dihasilkan dapat berupa kerangka berpikir yang asosiatif/hubungan maupun komparatif/perbandingan.<sup>36</sup> Kerangka berfikir dalam penelitian ini adalah dalam bentuk komparatif/perbandingan, dimana penulis akan membandingkan hasil dari perhitungan harga pokok produksi pada konveksi Expose melalui dua metode, yaitu metode menurut perusahaan dan metode menurut teori *full costing* dan *variable costing*. Dari hasil perhitungan kedua metode tersebut, akan dapat ditetapkan harga jual produk pada konveksi Expose. Berikut adalah gambaran konseptual dari kerangka berfikir penelitian ini:



---

<sup>36</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 283

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Berikir Perhitungan Harga Pokok Produksi Pada**  
**Konveksi Expose.**



#### **D. Pertanyaan Penelitian**

1. Bagaimana perhitungan harga pokok produksi dengan metode perusahaan ?
2. Bagaimana perhitungan harga pokok produksi dengan metode *full costing* ?
3. Bagaimana perhitungan harga pokok produksi dengan metode *variable costing* ?
4. Bagaimana hasil perbandingan dari ketiga metode penentuan harga pokok produksi ?