

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Definisi Biaya

Menurut Firdaus dan Wasilah (2012: 22) mendefinisikan biaya sebagai berikut : Biaya adalah pengeluaran-pengeluaran atau nilai pengorbanan untuk memperoleh barang atau jasa yang berguna untuk masa yang akan datang. Sedangkan pengertian biaya menurut Supriyono (2011: 12) adalah harga perolehan yang dikorbankan atau digunakan dalam rangka memperoleh penghasilan (revenue) yang akan dipakai sebagai pengurang penghasilan. Menurut Mulyadi (2014: 8), dalam arti luas biaya adalah “pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu” (Baldrick, et.al (2013: 23), biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat sekarang atau masa yang akan datang.

Dari pengertian biaya menurut beberapa para ahli dapat disimpulkan bahwa biaya adalah pengorbanan ekonomi yang diukur dengan satuan uang dengan maksud untuk mencapai suatu tujuan.

2.2 Klasifikasi Biaya

Klasifikasi biaya sangat diperlukan untuk mengembangkan data biaya yang dapat membantu pihak manajemen dalam mencapai tujuannya. Untuk tujuan perhitungan biaya produk dan jasa, biaya dapat diklasifikasikan menurut tujuan khusus atau fungsi-fungsi. Menurut Mulyadi (2014:13), biaya dapat diklasifikasikan ke dalam lima macam penggolongan biaya yaitu:

2.2.1 Penggolongan biaya menurut objek pengeluaran

Nama objek pengeluaran merupakan dasar penggolongan biaya. Misalnya objek pengeluaran adalah bahan bakar, maka semua pengeluaran yang berhubungan dengannya disebut biaya bahan bakar.

2.2.2 Penggolongan biaya menurut fungsi pokok dalam perusahaan

Biaya dikelompokkan menjadi tiga kelompok berdasarkan fungsi pokok dalam perusahaan yaitu:

a. Biaya Produksi

Merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengelolah bahan baku menjadi produk jadi. Contohnya adalah biaya depresiasi mesin dan ekuipmen, biaya bahan baku, biaya bahan penolong, biaya gaji karyawan yang bekerja dalam bagian-bagian, baik yang langsung maupun tidak langsung berhubungan dengan proses produksi.

b. Biaya Pemasaran

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

c. Biaya Administrasi dan Umum

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

2.2.3 Penggolongan biaya menurut hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai

Dapat dikelompokkan menjadi dua golongan, yaitu:

- a. Biaya Langsung (*Direct Cost*) Biaya yang terjadi, yang penyebab satu-satunya adalah karena adanya sesuatu yang dibiayai. Jika sesuatu yang dibiayai tersebut tidak ada, maka biaya langsung 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. Biaya langsung departemen adalah semua biaya yang terjadi di dalam departemen tertentu. Contohnya adalah biaya tenaga kerja yang bekerja dalam departemen pemeliharaan merupakan biaya langsung departemen bagi departemen pemeliharaan dan

biaya depresiasi mesin yang dipakai dalam departemen tersebut, merupakan biaya langsung bagi departemen tersebut.

- b. Biaya Tidak Langsung (*In Direct Cost*) Biaya yang terjadi tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai. Biaya ini tidak dapat dihubungkan secara langsung pada unit yang diproduksi. Biaya ini dalam hubungannya dengan produk disebut dengan istilah biaya produksi tidak langsung atau biaya overhead pabrik. Contohnya biaya gaji akunting, biaya gaji direktur, biaya gaji bagian HRD.

2.2.4 Penggolongan biaya menurut perilaku biaya dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan.

Dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatannya, biaya dapat digolongkan menjadi:

- a. Biaya Variabel

Merupakan biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Contohnya biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja.

- b. Biaya Semi Variabel

Biaya Semi Variabel adalah biaya yang berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Biaya ini mengandung unsur biaya tetap dan unsur biaya variabel.

c. Biaya Semi *Fixed*

Merupakan biaya yang tetap untuk tingkat volume kegiatan tertentu dan berubah dengan jumlah yang konstan pada volume produksi tertentu.

d. Biaya Tetap

Merupakan biaya yang jumlah totalnya tetap dalam kisar volume kegiatan tertentu.

2.2.5 Penggolongan biaya atas dasar jangka waktu manfaatnya

a. Pengeluaran modal

Pengeluaran modal adalah biaya yang mempunyai manfaat lebih dari satu periode akuntansi. Contoh pengeluaran modal adalah pengeluaran untuk pembelian aktiva tetap, untuk reparasi besar terhadap aktiva tetap, untuk promosi besar-besaran.

b. Pengeluaran pendapatan

Pengeluaran pendapatan adalah biaya yang hanya mempunyai manfaat dalam periode akuntansi terjadinya pengeluaran tersebut. Contoh pengeluaran pendapatan antara lain adalah biaya iklan, biaya telex, dan biaya tenaga kerja.

2.3 Pengertian Harga Pokok Produksi

Menurut Mulyadi (2010:17) Harga pokok produksi adalah biaya yang dikeluarkan dalam pengelolaan bahan baku menjadi produk. Harga pokok produksi atau disebut juga harga pokok adalah pengorbanan sumber ekonomi

yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau kemungkinan terjadi untuk memperoleh penghasilan. Sedangkan menurut Bustami dan Nurlela (2013: 48) Harga pokok produksi adalah kumpulan biaya produksi yang terdiri dari bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik.

Untuk perusahaan manufaktur elemen harga pokok produksinya terdiri dari biaya operasional dan biaya tenaga kerja langsung karena keluaran (output) yang dihasilkan antara perusahaan manufaktur dan jasa berbeda, maka penentuan harga pokoknya juga berbeda. Sedangkan untuk perusahaan jasa tidak mempunyai bahan baku sehingga sistem penentuan harga pokoknya relatif sederhana tidak sama seperti perusahaan manufaktur yang mempunyai bahan baku.

2.4 Unsur-Unsur Harga Pokok Produksi

Dalam memproduksi suatu produk akan diperlukan beberapa biaya untuk mengolah bahan mentah menjadi produk jadi. Biaya produksi meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya *overhead* pabrik.

2.4.1 Biaya Bahan Baku

Pengertian biaya bahan baku menurut Salman (2013: 26) adalah besarnya penggunaan bahan baku yang dimasukkan ke dalam proses produksi untuk menghasilkan produk jadi.

Bahan baku meliputi bahan-bahan yang dipergunakan untuk memperlancar proses produksi atau disebut bahan baku penolong dan bahan baku pembantu. Bahan baku dibedakan menjadi bahan baku langsung dan bahan baku tidak

langsung. Bahan baku langsung disebut dengan biaya bahan baku, sedangkan bahan tidak langsung disebut biaya overhead pabrik.

Dalam memperoleh bahan baku, perusahaan tidak hanya mengeluarkan biaya sejumlah harga beli saja, tetapi juga mengeluarkan biaya pembelian, pergudangan, dan biaya perolehan lainnya. Harga bahan baku terdiri dari harga beli ditambah dengan biaya-biaya pembelian dan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk menyiapkan bahan baku tersebut dalam keadaan siap di olah. Biaya bahan baku langsung adalah semua biaya bahan yang membentuk bagian integral dari barang jadi dan yang dapat dimasukkan langsung dalam kalkulasi biaya produk.

2.4.2 Biaya Tenaga Kerja

Biaya tenaga kerja dibagi menjadi dua kelompok yaitu biaya tenaga kerja langsung dan biaya tenaga kerja tidak langsung. Biaya tenaga kerja langsung adalah balas jasa yang diberikan kepada karyawan pabrik yang manfaatnya dapat diidentifikasi pada produk yang dihasilkan. Sedangkan biaya tenaga kerja tidak langsung adalah balas jasa yang diberikan kepada karyawan pabrik, akan tetapi manfaatnya tidak dapat diidentifikasi pada produk yang dihasilkan. Biaya tenaga kerja langsung menurut Salman (2013: 26) adalah biaya yang harus dikeluarkan untuk membayar pekerja yang terkait langsung dengan proses produksi untuk menghasilkan produk jadi.

Biaya tenaga kerja yang digunakan adalah jumlah biaya yang dibayarkan kepada setiap karyawan yang terlibat secara langsung dalam proses produksi. Dimana sistem pembayaran yang digunakan adalah sistem pembayaran upah karyawan.

2.4.3 Biaya *Overhead* Pabrik

Biaya *overhead* pabrik menurut Salman (2013: 26) adalah biaya produksi yang dikeluarkan perusahaan selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Biaya *overhead* pabrik meliputi biaya bahan pembantu atau penolong, biaya penyusutan aktiva pabrik, biaya sewa gedung pabrik, dan biaya *overhead* lain-lain.

2.5 Metode Penentuan Harga Pokok Produksi

Menurut Mulyadi (2014: 26) menyatakan terdapat dua metode dalam penentuan harga pokok produksi yaitu dengan metode *full costing* dan metode *variable costing*.

2.5.1 *Full Costing*

Yaitu metode penentuan harga pokok produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi ke dalam harga pokok produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik, baik yang bersifat variabel maupun tetap yang dibebankan ke produk atas dasar tarif yang ditentukan di muka pada kapasitas normal atau atas dasar biaya *overhead* pabrik sesungguhnya. Metode perhitungan harga pokok penuh juga berguna untuk keperluan pelaporan pada pihak eksternal.

Berikut laporan harga pokok produksi dengan metode *full costing* :

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

2.5.2 *Variable Costing*

Yaitu metode penentuan harga pokok produksi yang hanya memeperhitungkan unsur biaya produksi yang bersifat variabel ke dalam harga pokok produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik variabel. Dalam metode ini biaya *overhead* tetap tidak diperhitungkan sebagai biaya periode yang akan dibebankan dalam laporan Laba Rugi tahun berjalan. Metode *variable costing* ini banyak diterapkan bagi keperluan internal, karena metode ini dianggap konsisten dengan asumsi perilaku biaya yang digunakan dalam pengambilan keputusan manajemen.

Berikut laporan harga pokok produksi dengan metode *variable costing* :

Biaya bahan baku	xx
Biaya tenaga kerja langsung	xx
Biaya <i>overhead</i> pabrik variabel	<u>xx</u>
Harga pokok produksi	xx

1.6 Pengertian Harga Pokok Penjualan

Menurut Bastian dan Nurlela (2013: 49) Harga pokok penjualan adalah harga pokok produk yang sudah terjual dalam periode waktu berjalan yang diperoleh dengan menambahkan harga pokok produksi dengan persediaan produk selesai awal dan mengurangi dengan persediaan produk selesai akhir. Harga pokok penjualan juga terikat pada periode waktu tertentu.

Harga pokok penjualan akan berpengaruh pada laporan laba rugi yang mana laporan laba rugi antara perusahaan manufaktur dan perusahaan dagang berbeda ditinjau dari penentuan harga pokok penjualannya. Pada perusahaan manufaktur penentuan harga pokok penjualan dihitung berdasarkan harga pokok produksi, sedangkan pada perusahaan dagang hanya berupa pembelian barang dagang dari perusahaan lain untuk menjalankan usaha dagangnya, tidak melakukan pemrosesan terhadap barang yang dibeli.

Harga pokok produk	xx
Persediaan produk jadi awal	<u>xx</u>
Harga pokok persediaan tersedia untuk dijual	xx
Persediaan produk jadi akhir	<u>(xx)</u>
Harga Pokok Penjualan	xx

Sumber: Bastian dan Nurlela

Gambar 2.1
Laporan Harga Pokok Penjualan Perusahaan Manufaktur

Persediaan awal barang dagangan		xx
Pembelian		xx
Beban angkut pembelian		xx
		<u>xx</u>
Retur pembelian	xx	
Potongan pembelian	<u>xx</u>	
		<u>(xx)</u>
Jumlah pembelian bersih		<u>xx</u>
Barang tersedia dijual		xx
Persediaan akhir barang dagangan		<u>(xx)</u>
Harga Pokok Penjualan		xx

Sumber : Bastian dan Nurlela

Gambar 2.2
Laporan Harga Pokok Penjualan Perusahaan Dagang

1.7 Pengertian Harga Pokok Jasa

Menurut Radit Umar (2015) Pada perusahaan jasa terdapat dua kemungkinan, kemungkinan oertama adalah ketika proses pemberian jasa akan mengkonsumsi bahan baku, tenaga kerja, dan *overhead*. Apabila ketiga biaya tersebut dikeluarkan oleh perusahaan pemberi kerja, maka perhitungan harga pokok jasa akan meliputi ketiga biaya tersebut. Kemungkinan kedua adalah ketika tidak terdapat bahan baku dan *overhead*, maka harga pokok jasa hanya meliputi biaya tenaga kerja untuk menyiapkan jasa tersebut.

Perusahaan jasa bisa beroperasi tanpa menggunakan bahan baku dan *overhead*, namun perusahaan pasti menggunakan biaya tenaga kerja. Contoh konsultan hukum, konsultan keuangan, konsultan pajak. Jadi pada perusahaan jasa

besarnya harga pokok jasa sebesar biaya-biaya operasional yang dibutuhkan saat penyerahan jasa. Contoh biaya administrasi, upah untuk tenaga kerja.

1.8 Komponen Harga Pokok Jasa

Menurut Wati Aris Astuti dan Gyan Herliana (2010) Sumber pendapatan utama dari jenis usaha jasa pengiriman barang adalah Pendapatan Jasa Pengiriman Barang dan Pendapatan Jasa *Packing* Barang. Jika ada pendapatan lain yang sifatnya merupakan pendapatan utama, maka bisa ditambahkan juga sesuai kebutuhan. Dalam dua sumber pendapatan yang dijelaskan di atas maka harga pokoknya juga harus ada dua yaitu Harga Pokok Jasa Pengiriman Barang dan Harga Pokok Jasa *Packing* Barang. Sub *account* dari Harga Pokok Jasa Pengiriman Barang adalah:

- a. Uang makan supir
- b. Gaji/upah supir dan kurir
- c. Tenaga kerja angkut
- d. *Service* dan *maintenance* kendaraan
- e. Penyusutan kendaraan
- f. Biaya lain-lain yang terkait langsung dengan pengiriman barang

Ada beberapa jasa pengiriman yang tidak melakukan pengangkutan sendiri melainkan menggunakan jasa angkutan lain, maka biaya yang dikeluarkan untuk membayar ongkos angkut tersebut menjadi komponen harga pokok dengan nama Ongkos Angkut. Adapun Sub *account* dari Harga Pokok Jasa *Packing* Barang adalah:

- a. Bahan baku *packing*

- b. Bahan perlengkapan *packing*
- c. Tenaga kerja *packing*
- d. *Overhead packing* lainnya

Sedangkan biaya lain-lain yang tidak terkait langsung bisa dimasukkan ke dalam kelompok biaya administrasi dan umum.

1.9 Penetapan Harga

Menurut Horngren, Datar dan Foster (2008: 516) mengatakan bahwa keputusan dalam menentukan harga ada dua yaitu:

2.9.1 Diskriminasi Harga

Adalah pengenaan harga yang berbeda kepada beberapa pelanggan atas produk-produk yang pada dasarnya sama. Hal yang terpenting untuk memungkinkan diskriminasi harga pada kondisi tertentu: (1) jika kondisi persaingan memang menuntut demikian, dan (2) jika biaya memungkinkan harga yang lebih rendah. Kedua hal tersebut penting bagi para akuntan karena harga lebih rendah yang ditawarkan kepada pelanggan harus dijustifikasi oleh penghematan biaya yang dapat diidentifikasi. Contoh seperti jasa penerbangan, dimana permintaan akan tiket pesawat datang dari dua sumber yaitu: pebisnis dan wisatawan. Para pebisnis harus melakukan perjalanan untuk melakukan bisnis bagi perusahaan mereka, sehingga permintaan mereka untuk perjalanan lewat udara adalah relatif tidak sensitif terhadap harga. Tidak sensitifnya permintaan terhadap perubahan harga disebut tidak elastisnya permintaan.

Bagi para wisatawan yang suka menghabiskan waktu akhir minggu di tempat tujuan mereka karena membayar tiket mereka sendiri jauh lebih sensitif terhadap harga. Sangat menguntungkan bagi perusahaan penerbangan apabila membebaskan ongkos yang rendah untuk mendorong permintaan di antara para wisatawan.

2.9.2 Penentuan Harga Beban Puncak

Adalah praktek membebaskan harga yang lebih tinggi atas produk atau jasa yang sama saat permintaan atasnya mendekati batasan fisik kapasitas untuk memproduksi produk atau jasa tersebut. Harga yang dibebankan selama periode dimana permintaan atas kapasitas produksi adalah tinggi mewakili apa yang bersedia di bayar pelanggan untuk produk atau jasa tersebut. Harga ini adalah lebih besar daripada harga yang dibebankan saat kelebihan kapasitas itu tersedia.

1.10 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penentuan Harga

Menurut Horngren, Datar dan Foster (2008: 494) Harga dari sebuah produk atau jasa bergantung pada permintaan dan penawaran. Tiga pengaruh atas permintaan dan penawaran adalah:

2.10.1 Pelanggan

Pelanggan mempengaruhi harga melalui pengaruh mereka pada permintaan atas suatu produk atau jasa. Harga yang terlalu tinggi dapat menyebabkan pelanggan menolak produk suatu perusahaan dan memilih produk pengganti atau yang bersaing.

2.10.2 Pesaing

Tidak ada bisnis yang tanpa pesaing. Perusahaan harus menyadari tindakan dari para pesaingnya. Pada satu sisi, produk alternatif atau produk pengganti kompetitor dapat mempengaruhi permintaan dan memaksa perusahaan untuk menurunkan harganya. Di sisi lain, sebuah perusahaan tidak memiliki pesaing dapat menetapkan harga yang lebih tinggi, sehingga perusahaan harus mampu memperkirakan biaya pesaingnya dan informasi yang penting dalam menetapkan harga.

2.10.3 Biaya

Biaya mempengaruhi harga karena mempengaruhi penawaran. Semakin rendah biaya produksi sebuah produk terhadap harga yang di bayar pelanggan, semakin besar kuantitas produk yang bersedia ditawarkan oleh perusahaan.