

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Biaya dan Klasifikasi Biaya

2.1.1 Pengertian Biaya

Akuntansi biaya merupakan proses pengidentifikasian, pencatatan, penggolongan, hingga pelaporan biaya yang berkaitan dengan produksi barang maupun jasa untuk menghasilkan informasi yang berguna bagi manajemen dalam pengambilan keputusan Melina (2022). Informasi biaya yang dihasilkan tidak hanya berfungsi sebagai dasar penentuan harga pokok, tetapi juga menjadi landasan dalam menyusun strategi operasional perusahaan. Selain itu menurut Rahmawati (2024), akuntansi biaya berperan sebagai alat pengendalian bagi manajemen untuk memantau efisiensi penggunaan sumber daya serta memastikan setiap biaya yang dikeluarkan mampu memberikan nilai tambah bagi perusahaan. Dengan demikian, akuntansi biaya tidak hanya berfokus pada pencatatan, tetapi juga berorientasi pada peningkatan kinerja perusahaan secara keseluruhan

Biaya dapat diartikan sebagai pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang, baik yang telah terjadi maupun yang akan terjadi untuk tujuan tertentu Harianja (2025). Dalam praktiknya, biaya mencakup berbagai komponen seperti

bahan baku, tenaga kerja, dan biaya overhead yang seluruhnya harus dikelola secara tepat. Ketepatan dalam mengidentifikasi dan mengklasifikasikan biaya menjadi hal yang penting karena akan memengaruhi kualitas informasi yang dihasilkan. Dengan demikian Padang (2024) berpendapat bahwa pengelolaan biaya yang baik sangat berkaitan dengan proses perencanaan, pengendalian, serta evaluasi kinerja perusahaan.

Berdasarkan berbagai pendapat para ahli tersebut, akuntansi biaya dapat dipahami sebagai suatu sistem informasi yang mengelola biaya sebagai bentuk pengorbanan sumber ekonomis untuk mendukung kegiatan operasional perusahaan. Akuntansi biaya tidak hanya berfungsi sebagai alat pencatatan, tetapi juga sebagai sarana pengendalian dan evaluasi efisiensi penggunaan sumber daya. Dengan pengelolaan biaya yang tepat, perusahaan mampu menghasilkan informasi yang akurat sebagai dasar dalam pengambilan keputusan, penetapan harga jual, serta upaya meningkatkan profitabilitas dan daya saing perusahaan.

2.1.2 Klasifikasi Biaya

Pengklasifikasian biaya yang sistematis merupakan syarat mutlak agar laporan biaya dapat diandalkan digunakan secara tepat oleh manajemen. Menurut Mulyadi (2020), dalam perusahaan manufaktur, biaya umumnya dikelompokkan berdasarkan fungsi

pokok perusahaan menjadi dua kategori utama, yaitu biaya produksi dan biaya non-produksi.

1. Biaya Produksi

Menurut Mulyadi (2020), biaya produksi merupakan biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Biaya tersebut mencakup:

a. Biaya bahan baku

Merupakan seluruh biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh material utama yang digunakan secara langsung dalam proses produksi dan menjadi bagian dari produk jadi. Biaya ini bersifat mudah ditelusuri ke produk karena jumlah dan pemakaiannya dapat diukur secara jelas.

b. Biaya Tenaga Kerja Langsung (BTKL)

Biaya tenaga kerja langsung merupakan biaya yang timbul dari penggunaan tenaga kerja yang terlibat secara langsung dalam proses produksi, sehingga kontribusinya dapat ditelusuri secara jelas terhadap produk yang dihasilkan.

c. Biaya Overhead Pabrik (BOP)

Biaya overhead pabrik mencakup seluruh biaya produksi selain biaya bahan baku dan tenaga kerja langsung. Biaya ini bersifat tidak langsung dan umumnya terdiri dari berbagai komponen yang memerlukan dasar alokasi

tertentu agar dapat dibebankan secara proporsional ke produk.

2. Biaya Non Produksi

Biaya non produksi atau biaya operasional adalah biaya yang tidak berkaitan langsung dengan proses produksi namun diperlukan untuk mendukung keberlangsungan usaha (Mulyadi, 2020). Biaya ini terdiri dari:

a. Biaya Administrasi dan Umum

Merupakan biaya yang timbul untuk mendukung kegiatan pengelolaan dan operasional perusahaan secara keseluruhan. Biaya ini tidak berhubungan langsung dengan proses produksi maupun penjualan, melainkan berkaitan dengan fungsi perencanaan, pengendalian, dan administrasi perusahaan.

b. Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan untuk menunjang kegiatan penjualan dan penyaluran produk kepada konsumen. Biaya ini mencakup seluruh aktivitas yang bertujuan meningkatkan penjualan dan memperluas pasar, serta tidak termasuk dalam biaya produksi.

2.2 Pengertian Harga Pokok Produksi dan Metode Penentuan HPP

2.2.1 Harga Pokok Produksi (HPP)

Dalam menjalankan operasionalnya, perusahaan perlu menetapkan batasan biaya yang jelas terhadap produk yang dihasilkan. Supriyono (2018), mengemukakan bahwa harga pokok produksi merupakan jumlah biaya yang melekat pada barang hasil produksi, yang diukur dengan satuan mata uang berdasarkan pengorbanan kas yang dilakukan perusahaan demi kelancaran proses produksi.

Penentuan harga pokok produksi tidak hanya sekadar perhitungan teknis, melainkan langkah strategis untuk memetakan seluruh pengorbanan ekonomi yang terjadi selama siklus manufaktur. Dengan mengidentifikasi akumulasi biaya produksi secara komprehensif, perusahaan dapat memperoleh gambaran riil mengenai efisiensi operasional dan dampaknya terhadap profitabilitas. Hal ini menjadi krusial bagi manajemen dalam menetapkan harga jual yang kompetitif namun tetap mampu mengamankan target laba yang diinginkan.

Perhitungan harga pokok produksi dapat dilakukan dengan menggunakan tiga metode utama yang digunakan untuk mengakumulasi biaya produksi perusahaan, yaitu :

1. Metode Harga Pokok Sesungguhnya (*Actual Costing*)

Metode harga pokok sesungguhnya menentukan harga pokok produksi per unit berdasarkan seluruh biaya produksi yang benar-benar terjadi selama proses produksi berlangsung. Biaya yang diperhitungkan meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik yang dikeluarkan secara aktual. Keterbatasan metode ini adalah harga pokok produksi baru dapat diketahui setelah seluruh proses produksi selesai, sehingga kurang mendukung pengambilan keputusan secara cepat.

2. Metode Harga Pokok Normal (*Normal Costing*)

Metode harga pokok normal merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang menggabungkan biaya sesungguhnya dan biaya yang ditetapkan di muka. Biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung dibebankan berdasarkan biaya aktual karena dapat ditelusuri secara langsung ke produk. Sementara itu, biaya overhead pabrik dibebankan menggunakan tarif yang ditentukan di awal periode berdasarkan tingkat aktivitas normal, sehingga fluktuasi biaya overhead antarperiode dapat diminimalkan.

3. Metode Harga Pokok Standar (*Standard Costing*)

Metode harga pokok standar menggunakan biaya standar yang telah ditetapkan sebelum proses produksi dimulai. Harga pokok produksi yang dihasilkan mencerminkan biaya yang seharusnya terjadi sesuai dengan standar teknis dan pengalaman periode sebelumnya, bukan biaya aktual. Metode ini umumnya digunakan oleh perusahaan manufaktur berskala besar yang melakukan produksi massal dan menerapkan sistem pencatatan persediaan secara perpetual.

2.2.2 Fungsi Harga Pokok Produksi

Menurut Mulyadi (2020), harga pokok produksi memiliki peran penting dalam perusahaan manufaktur karena digunakan sebagai dasar dalam penetapan harga jual, penentuan laba, pengendalian biaya, serta penyusunan laporan keuangan. Informasi harga pokok produksi juga membantu manajemen dalam menilai efisiensi penggunaan sumber daya dan pengambilan keputusan yang tepat. Adapun fungsi harga pokok produksi adalah sebagai berikut:

1. Dasar penetapan harga jual

Harga pokok produksi digunakan sebagai acuan dalam menentukan harga jual agar perusahaan dapat menutup seluruh biaya produksi dan memperoleh laba yang diharapkan.

2. Dasar penentuan laba

Harga pokok produksi menjadi komponen utama dalam menghitung laba perusahaan melalui selisih antara pendapatan dan biaya produksi.

3. Alat pengendalian biaya

Harga pokok produksi membantu manajemen dalam mengendalikan biaya dengan membandingkan biaya yang direncanakan dan biaya yang terealisasi.

4. Alat evaluasi efisiensi produksi

Informasi harga pokok produksi digunakan untuk menilai tingkat efisiensi proses produksi serta mengidentifikasi adanya pemborosan biaya.

5. Dasar penyusunan laporan keuangan

Harga pokok produksi menjadi dasar dalam penilaian persediaan dan penyusunan laporan keuangan agar kinerja perusahaan dapat tercermin secara wajar.

2.2.3 Tujuan Menghitung Harga Pokok Produksi

Metode harga pokok pesanan merupakan salah satu pendekatan yang digunakan dalam perhitungan harga pokok produksi untuk mencapai tujuan penyediaan informasi biaya yang akurat. Menurut Valentina Monoarfa (2023) metode harga pokok pesanan merupakan metode pengumpulan biaya produksi untuk pesanan tertentu yang bertujuan mengetahui besarnya harga pokok per satuan produk. Dengan demikian, penggunaan metode ini

membantu perusahaan dalam memenuhi tujuan utama perhitungan harga pokok produksi, yaitu menyediakan informasi keuangan yang akurat dan relevan bagi kepentingan pihak internal maupun eksternal perusahaan.

Selain itu, perhitungan harga pokok produksi bertujuan untuk menciptakan transparansi dalam struktur biaya perusahaan. Hal ini memungkinkan manajemen untuk memisahkan antara biaya produksi yang bersifat langsung dan tidak langsung, serta biaya yang berperilaku tetap maupun variabel. Melalui pemetaan tujuan ini, perusahaan dapat menentukan strategi efisiensi yang lebih tajam, seperti menekan pemborosan pada biaya overhead pabrik tanpa harus mengorbankan kualitas produk. Pada akhirnya, tujuan akhir dari seluruh rangkaian perhitungan ini adalah untuk memastikan bahwa laporan laba rugi mencerminkan realitas margin keuntungan yang sebenarnya, serta memberikan nilai yang valid pada akun persediaan dalam laporan posisi keuangan.

2.3 Metode Penentuan Harga Pokok Produksi

Menurut Mulyadi (2020), penentuan harga pokok produksi dengan metode full costing dilakukan dengan membebankan seluruh unsur biaya produksi kedalam produk, mencakup biaya variable maupun biaya tetap. Pendekatan ini secara mendasar berbeda dengan variable costing yang hanya memperhitungkan komponen biaya variable dalam perhitungan harga pokoknya. Akibat dari pembebanan seluruh biaya overhead tetap ke dalam

produk tersebut, hasil perhitungan harga pokok produksi dengan metode *full costing* cenderung akan lebih besar dibandingkan dengan metode *variable costing*.

Perbedaan nilai ini terjadi karna dalam *full costing*, biaya overhead pabrik tetap dianggap sebagai biaya produk (*product cost*) yang melekat pada persediaan, sedangkan dalam *variable costing*, biaya tersebut langsung diakui sebagai biaya periode (*period cost*). Bagi perusahaan, penerapan *full costing* memberikan gambaran biaya yang lebih komprehensif karena seluruh fasilitas produksi yang digunakan diserap sepenuhnya ke dalam setiap unit produk yang dihasilkan. Hal ini sangat penting dalam menjamin bahwa harga jual yang ditetapkan nantinya telah memperhitungkan seluruh investasi biaya yang dikeluarkan selama siklus manufaktur.

Menurut Mulyadi (2020) secara sistematis, perhitungan harga pokok produksi menurut metode *full costing* dapat dirumuskan sebagai berikut:

Biaya bahan baku	Rp. xxx
Biaya tenaga kerja langsung	Rp. xxx
Biaya overhead pabrik tetap	Rp. xxx
Biaya overhead pabrik variable	<u>Rp. xxx</u> +
Harga pokok produksi	Rp. xxx

2.4 Pengertian Harga Jual dan Metode Harga Jual

2.4.1 Definisi Harga Jual

Penentuan harga jual yang tepat yaitu harga jual yang mampu menutupi semua biaya langsung maupun tidak langsung

dalam proses produksi dan mendapatkan laba yang maksimal (Meroekh et al., 2018). Selain sebagai alat untuk menutup biaya dan memperoleh laba, harga jual juga berfungsi sebagai indikator posisi produk di pasar. Harga jual mencerminkan kualitas, nilai kegunaan, dan citra yang ditawarkan perusahaan kepada konsumen. Oleh karena itu, penetapan harga jual tidak hanya bersifat teknis akuntansi, tetapi juga bersifat strategis untuk menentukan volume penjualan yang diinginkan.

2.4.2 Tujuan dan Faktor yang Mempengaruhi Harga Jual

Tujuan utama penetapan harga jual adalah untuk menjamin keberlangsungan operasional perusahaan melalui pemulihan biaya (*cost recovery*) dan pencapaian target profitabilitas. Selain itu, penetapan harga bertujuan untuk mempertahankan posisi pasar dan menghadapi persaingan.

Dalam mencapai tujuan tersebut, terdapat beberapa faktor krusial yang harus dipertimbangkan oleh manajemen:

1. Faktor Internal (Kendali Perusahaan)

a. Biaya Produksi

Merupakan dasar utama (*floor price*). Harga jual tidak boleh lebih rendah dari harga pokok produksi (HPP) agar perusahaan tidak merugi.

b. Target Laba

Besaran keuntungan yang diinginkan oleh pemilik perusahaan untuk pengembangan bisnis di masa depan.

c. Tujuan Perusahaan

Misalnya, apakah perusahaan ingin melakukan penetrasi pasar dengan harga murah atau membangun citra kualitas premium (eksklusif).

2. Faktor Eksternal (Luar Kendali Perusahaan)

a. Harga Pesaing

Perusahaan manufaktur atau bengkel bubut harus memantau harga pasar untuk jasa sejenis agar produknya tetap kompetitif dan tidak ditinggalkan pelanggan.

b. Permintaan Pelanggan

Kemampuan dan daya beli masyarakat atau perusahaan mitra yang menggunakan jasa/produk tersebut.

c. Kondisi Ekonomi

Inflasi atau kenaikan harga bahan baku di pasar yang memaksa perusahaan untuk menyesuaikan harga jual secara periodik.

2.4.3 Metode *Cost-Plus Pricing*

Metode *cost-plus pricing* merupakan teknik penetapan harga jual yang paling umum digunakan oleh perusahaan manufaktur karena sifatnya yang praktis dan berbasis pada data biaya internal. Menurut Putri et al. (2024), metode *cost plus pricing*

merupakan salah satu metode penetapan harga jual dengan menambahkan persentase laba yang diharapkan perusahaan ke dalam total biaya atau biaya penuh produk. Persentase tambahan atau *markup* tersebut ditujukan untuk menutup biaya non-produksi (biaya komersial) serta menghasilkan laba bersih yang diharapkan oleh perusahaan.

Pendekatan full costing mengakui seluruh unsur biaya produksi, baik biaya tetap maupun variabel, sebagai dasar dalam penentuan harga pokok produksi. Secara teknis, rumus *cost plus pricing* dapat dinyatakan sebagai berikut (Supriyono, 2018).

$\text{Biaya Total} + \text{Margin (\% laba)} = \text{Harga Jual}$
--

Penerapan metode ini memberikan keuntungan bagi manajemen dalam hal kepastian pemulihan biaya. Dengan memastikan bahwa setiap unit produk yang terjual telah mencakup seluruh biaya produksi ditambah margin laba, perusahaan dapat meminimalisir risiko kerugian dan menjamin stabilitas arus kas untuk keberlanjutan operasional jangka panjang.

2.5 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini merujuk pada beberapa studi terdahulu yang relevan sebagai landasan teoretis. Meski memiliki kesamaan ruang lingkup, kebaruan penelitian ini terletak pada perbedaan objek, variabel, periode, serta teknik pengambilan sampel. Studi-studi tersebut berfungsi sebagai referensi komplementer yang dirinci sebagai berikut ;

Table 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Tahun Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Anggreni (2025)	Analisis Penetapan Harga Jual Produk Keripik Pisang Berdasarkan Metode <i>Full Costing</i> dan <i>Cost Plus Pricing</i> pada UMKM Kirpish Mandiri	Kuantitatif dengan pendekatan deskriptif	Terdapat perbedaan antara perhitungan UMKM dengan metode <i>full costing</i> , di mana UMKM belum memasukkan biaya penyusutan aset tetap. Harga jual menurut <i>cost plus pricing</i> lebih rendah (Rp 12.193) dibanding harga UMKM (Rp 13.000). Hal ini terjadi karena UMKM menetapkan

				<i>markup</i> laba terlalu tinggi (lebih dari 50%) tanpa dasar perhitungan biaya yang akurat
2.	Deby & Saputra (2024)	Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi dengan Metode Full Costing dan Penentuan Harga Jual dengan Pendekatan Cost Plus Pricing	Deskriptif kuantitatif	Terdapat understated cost pada metode UMKM karena mengabaikan biaya penyusutan. HPP Full Costing (Rp676) lebih tinggi dari UMKM (Rp624). Menariknya, harga jual Cost Plus Pricing justru lebih rendah dari harga pasar perusahaan, menunjukkan adanya ruang untuk menurunkan

				harga demi meraih pangsa pasar tanpa rugi.	
3.	Choerotunnisa et al (2024)	Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi dalam Menentukan Harga Jual melalui Metode Cost Plus Pricing dengan Pendekatan Full Costing pada UMKM Tahu Ceria Sari	Deskriptif eksploratif dengan sumber data primer	Metode Costing menghasilkan HPP yang lebih tinggi karena memasukkan seluruh beban overhead (tetap & variabel). Selisih harga jual mencapai Rp6.950 per cetak.	Full
				Penelitian menyimpulkan bahwa metode ini lebih menjamin keberlangsungan usaha (sustainability)	

				karena semua biaya ter-cover.
4.	Pusung (2024)	Penerapan Metode Cost Plus Pricing dengan Pendekatan Full Costing dalam Menentukan Harga Jual pada Gloria Cake and Cookies	Deskriptif kualitatif	Perusahaan mengabaikan depresiasi bangunan dan alat. Perhitungan peneliti menghasilkan harga jual Rp56.109 (dengan laba ~14%), sementara perusahaan hanya menjual Rp55.000. Selisih ini menunjukkan bahwa perusahaan selama ini mendapatkan laba yang lebih kecil dari yang mereka asumsikan.

5.	W Taroreh & Pangemanan (2021)	Analisis Penentuan Harga Jual Menggunakan Metode Cost Plus Pricing dengan Pendekatan Full Costing pada CV. Verel Tri Putra Mandiri	Deskriptif kualitatif	Penelitian menemukan bahwa perusahaan menetapkan harga hanya berdasarkan estimasi pasar dan harga pesaing. Akibatnya, harga yang ditetapkan perusahaan lebih tinggi dari perhitungan Cost Plus Pricing. Hal ini berisiko menurunkan daya saing karena harga tidak mencerminkan efisiensi biaya produksi yang sebenarnya.
----	-------------------------------	--	-----------------------	--

Sumber: Berbagai jurnal penelitian (2026)