

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian terdahulu sebagai referensi bagi peneliti dalam melakukan penelitian ini. Dalam beberapa jurnal dibawah ini diuraikan hasil penelitian sebelumnya yang telah dibuat sehingga dijadikan sebagai bahan pertimbangan penelitian ini, adapun penelitian terdahulu sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Aini et.al (2024) yang berjudul “Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode *Job Order Costing* Untuk Menentukan Harga Jual Pada Shareen Bakery” bertujuan untuk menganalisis perhitungan harga pokok produksi (HPP) pada Shareen Bakery menggunakan metode *job order costing* sebagai dasar penentuan harga jual. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan menganalisis data biaya produksi untuk dua skenario pesanan, yaitu 100 pcs dan 500 pcs roti krumpul. Komponen biaya yang dianalisis meliputi biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, dan *overhead* pabrik yang dialokasikan berdasarkan tarif yang ditentukan sebelumnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa metode *job order costing* menghasilkan HPP yang lebih akurat dibandingkan metode perhitungan sebelumnya. Penelitian ini menyimpulkan bahwa penerapan metode *job order costing* dapat meningkatkan akurasi perhitungan HPP, mendukung pengambilan keputusan yang lebih tepat, serta memperkuat daya saing usaha.

2. Penelitian oleh Khoirina et.al (2024) yang berjudul “Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi dengan Metode *job order costing* pada UMKM Genyo Sablon Bojonegoro Tahun 2023” UMKM Genyo Sablon menghadapi masalah dalam menetapkan harga jual karena kekuarangan pengetahuan pengelola mengenai biaya apasaja yang dimasukkan ke dalam perhitungan harga pokok produksi oleh sebab itu penelitian ini bertujuan untuk mengedukasi UMKM Genyo Sablon mengenai biaya produksi untuk setiap pesanan sablon yang diterima. Penelitian ini menggunakan pendekatan secara kuantitatif deskriptif. Melalui perhitungan harga pokok produksi menggunakan *job order costing* pengelola UMKM Genyo Sablon mengetahui biaya produksi yang terkait dengan setiap pesanan sablon, UMKM Genyo Sablon dapat mengoptimalkan penggunaan sumber daya dan mengurangi pemborosan, sehingga dapat meningkatkan efisiensi dalam operasioanl usaha.
3. Penelitian oleh Rasul et.al (2024) yang berjudul “Analisis Perhitungan Harga Pokok produksi Menggunakan Metode *Job Order Costing* (Studi Kasus pada Lentera Konveksi Makasar” bertujuan untuk menganalisis perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode *job order costing* pada Lentera Konveksi Makassar. Fokus penelitian ini adalah harga pokok produksi dengan menggunakan metode *job order costing*. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Lentera Konveksi memiliki perbedaan pada perhitungan harga pokok produksi dengan metode *job order costing*. Dalam memproduksi 500 lembar

almamater, harga pokok produksi yang dihasilkan perusahaan sebesar Rp87.244. Sedangkan perhitungan harga pokok produksi dengan *job order costing* adalah Rp90.813. Perbedaan ini dikarenakan Lentera Konveksi tidak memperhitungkan keseluruhan biaya produksi secara rinci. Terdapat perbedaan dalam penentuan harga jual yang disebabkan karena pemilik usaha Lentera Konveksi tidak menghitung harga jual dengan menggunakan metode yang tepat dan hanya mengacu pada harga pasaran.

4. Penelitian oleh Azis et.al (2025) yang berjudul “Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Dengan Menggunakan Metode *job order costing* pada UMKM Sablon Baju” bertujuan untuk menganalisis perhitungan biaya produksi pada UMKM sablon pakaian menggunakan metode *job order costing*. Metode ini diterapkan untuk menghitung biaya yang mencakup bahan baku, tenaga kerja langsung, dan *overhead* pabrik yang dikeluarkan pada setiap pesanan produksi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan menerapkan metode *job order costing*, UMKM dapat menghitung biaya produksi secara lebih tepat per pesanan, yang berdampak pada kemampuan perusahaan untuk menentukan harga jual yang kompetitif dan akurat. Selain itu, analisis ini juga mengidentifikasi biaya yang perlu dikendalikan untuk meningkatkan efisiensi, yang dapat berkontribusi pada peningkatan profitabilitas perusahaan.

5. Penelitian oleh Rampani et.al (2025) yang berjudul “Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi dan Harga Jual dengan Metode *job order costing* pada Percetakan Fatih” bertujuan untuk menganalisis perhitungan harga pokok produksi dengan metode *job order costing* dan untuk menentukan harga jual. Karena Percetakan Fatih belum menerapkan metode *job order costing*, dalam menghitung harga pokok produksinya Percetakan Fatih menjumlahkan biaya yang dikeluarkan selama melakukan produksi. Jenis penelitian ini deskriptif kuantitatif. Berdasarkan hasil penelitian ini dan kesimpulan bahwa harga pokok produksi menggunakan metode perusahaan diperoleh undangan dengan kualitas yang bagus sebesar Rp.41.302.500 dan undangan biasa sebesar Rp.18.773.000, Sedangkan harga pokok produksi undangan dengan kualitas yang bagus jika dihitung dengan metode *job order costing* diperoleh hasil lebih tinggi sebesar Rp.55.956.750 dan undangan biasa Rp.26.933.075. dan penentuan harga jual dengan metode *job order costing* menambahkan mark-up 30% untuk menentukan harga jual. Perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode *job order costing* menunjukkan biaya lebih tinggi daripada perhitungan yang dilakukan perusahaan, terdapat selisih antara perhitungan perusahaan dengan *job order costing* karena sebelumnya perusahaan tidak memasukkan biaya *overhead* pabrik ke dalam perhitungan harga pokok produksi. Dengan demikian perusahaan dapat menghitung biaya produksi lebih tepat dan akurat.

B. Deskripsi Teori

1. Akuntansi

Akuntansi merupakan suatu sistem informasi yang menghasilkan laporan keuangan mengenai aktivitas dan kondisi perusahaan. Menurut (Warren, Reeve, dan Duchac, 2017), akuntansi adalah proses penyediaan informasi keuangan yang berguna bagi pihak internal maupun eksternal dalam pengambilan keputusan ekonomi. Akuntansi tidak hanya mencatat transaksi, tetapi juga mengolah dan menyajikan data sehingga menjadi informasi yang relevan dan dapat dipercaya.

Sementara itu, (Mulyadi, 2018) menjelaskan bahwa akuntansi adalah alat yang menyajikan informasi kuantitatif mengenai kegiatan organisasi yang bermanfaat untuk perencanaan, pengendalian, pengambilan keputusan, serta penilaian kinerja. Penekanan Mulyadi terletak pada fungsi akuntansi sebagai bagian dari manajemen yang mendukung efektivitas dan efisiensi operasi perusahaan. Berdasarkan kedua pandangan tersebut, akuntansi dapat dipahami sebagai sistem yang mengolah data keuangan menjadi informasi bernilai guna dalam proses perencanaan, pengawasan, dan pembuatan keputusan.

2. Akuntansi Biaya

Menurut (Mulyadi, 2018), akuntansi biaya adalah proses pencatatan, penggolongan, peringkasan, dan penyajian biaya produksi serta biaya-biaya lainnya yang digunakan dalam kegiatan operasi perusahaan. Akuntansi biaya berfungsi untuk menyediakan informasi biaya yang diperlukan manajemen

dalam proses perencanaan, pengendalian, penentuan harga pokok, serta pengambilan keputusan. Sedangkan menurut (Sujarweni, 2019) akuntansi biaya didefinisikan sebagai bagian dari akuntansi manajemen dalam akuntansi biaya yang terjadi dalam perusahaan yang akhirnya akan menghasilkan informasi yang digunakan manajemen untuk mengambil keputusan.

Akuntansi biaya merupakan salah satu cabang ilmu akuntansi tentang pengelolaan biaya yang menyajikan informasi biaya bagi suatu perusahaan atau organisasi. Pihak internal perusahaan sangat memerlukan perhitungan dan informasi biaya yang akurat guna memperoleh laba dengan cara menekan *cost* secara efektif dan efisien sehingga pemasukan bisa lebih kecil dibandingkan dengan pengeluaran.

Menurut (Mulyadi, 2018) akuntansi biaya memiliki beberapa tujuan utama yang berkaitan dengan penyediaan informasi biaya bagi manajemen untuk menjalankan fungsi perencanaan, pengendalian, dan pengambilan keputusan. Adapun tujuan akuntansi biaya adalah sebagai berikut:

a. Menentukan Harga Pokok Produk

Akuntansi biaya bertujuan menghasilkan informasi mengenai biaya produksi yang terdiri dari biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik. Informasi ini digunakan untuk menghitung harga pokok produk secara akurat, baik produk yang telah selesai maupun yang masih dalam proses.

b. Mengendalikan Biaya Produksi

Akuntansi biaya menyediakan informasi yang memungkinkan manajemen membandingkan biaya aktual dengan biaya standar atau anggaran. Perbandingan ini membantu perusahaan mengidentifikasi penyimpangan (variance) dan mengambil tindakan korektif untuk meningkatkan efisiensi operasional.

c. Menyediakan Informasi untuk Pengambilan Keputusan

Informasi yang dihasilkan akuntansi biaya membantu manajemen dalam memilih alternatif terbaik, seperti menentukan harga jual, menerima atau menolak pesanan khusus, menilai profitabilitas produk, dan menentukan volume produksi yang optimal.

d. Menyusun Anggaran (*Budgeting*)

Data biaya historis yang diperoleh dari akuntansi biaya digunakan sebagai dasar dalam menyusun anggaran produksi dan anggaran operasional lainnya. Dengan demikian, akuntansi biaya mendukung proses perencanaan jangka pendek maupun jangka panjang.

e. Menilai Persediaan

Akuntansi biaya digunakan untuk menentukan nilai persediaan bahan baku, barang dalam proses, dan barang jadi. Penilaian ini penting untuk penyusunan laporan keuangan yang akurat.

3. Biaya

a. Definisi Biaya

Biaya adalah semua pengorbanan sumber daya yang diukur dalam satuan uang untuk mendapatkan manfaat atau menghasilkan suatu produk atau jasa. Menurut Mulyadi (2018), biaya diartikan dalam arti luas sebagai pengorbanan sumber ekonomi, yang dapat diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang mungkin akan terjadi untuk tujuan tertentu. Menurut Agus Purwaji dkk (2016) Biaya adalah suatu bentuk pengorbanan terhadap sumber daya ekonomi yang dinyatakan dalam bentuk satuan uang, di mana hal tersebut mungkin akan terjadi atau sudah terjadi dalam upaya suatu perusahaan untuk mendapatkan barang atau jasa.

Dari definisi diatas terdapat 4 unsur pokok penting dalam definisi biaya diatas: Biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi Dinyatakan dalam satuan uang yang sudah terjadi atau secara potensial akan terjadi pengorbanan tersebut untuk tujuan tertentu.

b. Penggolongan biaya menurut fungsi pokok perusahaan

Menurut Mulyadi (2018), Penggolongan biaya menurut fungsi pokok perusahaan sebagai berikut:

1) Biaya produksi

Biaya produksi merupakan seluruh biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi. Menurut Mulyadi (2018) yang termasuk biaya produksi adalah:

- a) Biaya bahan baku langsung (*direct material cost*) merupakan biaya bahan yang menjadi bagian utama dari produk dan mudah ditelusuri ke setiap pesanan.
- b) Biaya tenaga kerja langsung (*direct labor cost*) merupakan biaya untuk tenaga kerja yang terlibat secara langsung dalam proses pembuatan produk.
- c) Biaya *overhead* pabrik merupakan semua biaya produksi selain bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung contohnya seperti listrik, penyusutan alat dan bahan penolong lainnya.

2) Biaya Non-Produksi

Biaya non produksi merupakan biaya yang tidak berhubungan langsung dengan proses produksi, seperti biaya pemasaran, biaya administrasi dan umum, biaya pengiriman.

c. Penggolongan Biaya Menurut Hubungan Biaya dengan Yang Dibiayai

Menurut Mulyadi (2018), biaya dapat digolongkan berdasarkan tingkat keterkaitannya dengan objek yang dibiayai, seperti produk, pesanan, atau departemen tertentu. Penggolongan ini digunakan untuk menentukan apakah suatu biaya dapat ditelusuri langsung kepada objek biaya (*cost object*) atau tidak. Penggolongan biaya menurut hubungan biaya dengan yang dibiayai terbagi menjadi dua yaitu:

1) Biaya Langsung (*Direct Cost*)

Biaya langsung adalah biaya yang dapat diidentifikasi dan ditelusuri secara langsung kepada objek yang dibiayai. Artinya, biaya ini menjadi bagian dari produk atau pesanan tertentu dan jumlahnya berubah sesuai jumlah produksi. Contoh dari biaya langsung adalah biaya bahan baku langsung dan biaya tenaga kerja.

2) Biaya tidak langsung (*Indirect Cost*)

Biaya tidak langsung adalah biaya yang tidak dapat ditelusuri secara langsung pada objek biaya tertentu, karena manfaatnya digunakan untuk mendukung proses produksi secara keseluruhan. Biaya ini biasanya dialokasikan menggunakan dasar tertentu (misalnya jam tenaga kerja, volume produksi, atau jumlah pesanan). Contoh dari biaya tidak langsung seperti listrik, penyusutan peralatan, bahan penolong lainnya.

d. Penggolongan Biaya Menurut Perilakunya dalam Hubungannya dengan Perubahan Volume Aktivitas

Menurut (Mulyadi, 2018), biaya dapat diklasifikasikan berdasarkan bagaimana biaya tersebut berubah ketika volume aktivitas atau jumlah produksi mengalami perubahan. Penggolongan ini penting dalam perencanaan biaya, pengendalian biaya, dan penetapan harga jual. Penggolongan biaya menurut perilakunya dalam hubungannya dengan perubahan volume aktivitas terbagi menjadi tiga yaitu:

1) Biaya Variabel (*Variable Cost*)

Biaya variabel adalah biaya yang berubah secara proporsional dengan perubahan volume aktivitas. Jika produksi meningkat, biaya variabel ikut meningkat; jika produksi menurun, biaya variabel ikut menurun. Contohnya biaya bahan baku

2) Biaya Tetap (*Fixed Cost*)

Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tidak berubah, meskipun volume aktivitas berubah dalam rentang tertentu (*relevant range*). Perubahan hanya terjadi jika kapasitas produksi meningkat atau berkurang secara signifikan. Contoh biaya tetap adalah penyusutan alat, sewa tempat kerja, gaji karyawan tetap.

3) Biaya Semi-Variabel/*Semi-Fixed (Mixed Cost)*

Biaya semi-variabel merupakan gabungan antara biaya tetap dan biaya variabel. Sebagian biaya bersifat tetap, namun bagian lainnya berubah sesuai volume aktivitas. Contohnya, listrik (ada biaya minimum + tambahan sesuai pemakaian), telepon/internet, biaya perawatan alat yang meningkat ketika produksi tinggi.

4. Harga Pokok Produksi

a. Definisi Harga Pokok Produksi

Harga pokok produksi (HPP) merupakan total biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk memproduksi suatu barang hingga barang tersebut siap untuk dijual. Menurut (Bustami, 2019), Harga pokok produksi adalah kumpulan biaya produksi yang terdiri dari bahan baku,

tenaga kerja, dan *overhead* pabrik. Harga pokok produksi mencerminkan seluruh biaya yang digunakan dalam proses produksi dan menjadi dasar dalam menentukan harga jual produk.

Menurut (Mulyadi, 2018), Harga pokok produksi adalah semua biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi suatu barang atau jasa selama periode tertentu. Biaya-biaya ini mencakup biaya-biaya yang diperlukan untuk mengolah bahan baku hingga menjadi produk jadi.

Komponen utama dalam harga pokok produksi meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, *overhead* pabrik. Menurut (Hansen dan Mowen, 2018) komponen harga pokok produksi terdiri dari:

1) Biaya Bahan Baku Langsung

Biaya yang dikeluarkan untuk bahan utama yang secara langsung digunakan untuk membuat produk jadi.

2) Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya yang dikeluarkan untuk membayar tenaga kerja yang secara langsung terlibat dalam proses produksi.

3) Biaya *Overhead* Pabrik

Biaya-biaya selain bahan baku dan tenaga kerja langsung yang dikeluarkan dalam proses produksi, seperti biaya listrik, penyusutan peralatan, telepon, reparasi dan peralatan, bahan penolong serta biaya *overhead* pabrik lainnya.

Menurut (Mulyadi, 2018) harga pokok produksi meliputi semua pengeluaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengubah bahan baku menjadi produk akhir dalam periode tertentu. Pengeluaran tersebut termasuk biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik. Dalam penjelasannya, Mulyadi menyebutkan bahwa penentuan harga pokok produksi dapat dilakukan dengan dua pendekatan utama, yaitu metode harga pokok pesanan (*job order costing*) dan metode harga pokok proses (*process costing*).

Pertama metode harga pokok pesanan (*job order costing*), pengeluaran untuk produksi dikumpulkan dan ditanggung berdasarkan pesanan tertentu. Setiap pesanan dipandang sebagai satu unit pekerjaan yang berdiri sendiri sehingga biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, dan *overhead* pabrik dicatat secara terpisah menurut kebutuhan setiap pesanan. (Mulyadi, 2018) menegaskan bahwa metode ini digunakan saat produk yang dihasilkan berbeda-beda antara satu pesanan dengan yang lain. Oleh karena itu, sistem ini sangat sesuai untuk industri yang memproduksi barang sesuai permintaan spesifik pelanggan, seperti percetakan, bengkel, konstruksi, dan usaha kecil yang menghasilkan barang unik seperti buket bunga atau kerajinan tangan.

Kedua, metode harga pokok proses (*process costing*) digunakan ketika produk diproduksi melalui sebuah alur produksi yang berkelanjutan dan dalam skala besar. Dalam metode ini, biaya produksi

dikumpulkan untuk setiap departemen atau proses produksi, bukan per pesanan. Menurut (Mulyadi, 2018), metode ini cocok digunakan saat produk yang dihasilkan seragam dan diproduksi dalam jumlah besar, seperti di bidang pengolahan makanan, minuman, kimia, dan tekstil. Biaya yang terkumpul dalam setiap proses kemudian dibagi dengan total unit yang dihasilkan untuk mendapatkan harga pokok per unit.

Dengan demikian, pemilihan metode untuk menentukan harga pokok produksi perlu disesuaikan dengan karakteristik produksi perusahaan. Apabila perusahaan memproduksi barang berdasarkan pesanan tertentu, maka metode *job order costing* adalah pilihan yang paling tepat. Namun, jika perusahaan bergerak dalam produksi massal dan berkesinambungan, maka metode *process costing* lebih sesuai. Kedua metode ini pada dasarnya bertujuan untuk memberikan perhitungan harga pokok yang akurat sehingga perusahaan dapat menetapkan harga jual, mengendalikan biaya, dan mengevaluasi kinerja produksinya dengan lebih baik.

Harga pokok produksi (HPP) berfungsi sebagai dasar penentuan harga jual, pengukuran laba, serta pengendalian biaya produksi. Penentuan harga pokok produksi yang akurat sangat penting agar perusahaan dapat mengetahui secara pasti besarnya biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi, sehingga dapat menjadi dasar dalam penetapan harga jual yang rasional dan kompetitif.

5. *Job Order Costing*

a. Definisi *Job Order Costing*

Job order costing adalah metode penentuan harga pokok produksi yang membebankan biaya produksi pada setiap pesanan secara terpisah. Menurut (Supriyono, 2018), *job order costing* adalah metode akumulasi biaya produksi di mana biaya dikumpulkan untuk setiap pesanan tertentu, karena setiap pesanan memiliki karakteristik dan kebutuhan biaya yang berbeda.

Menurut (Mulyadi, 2018) *job order costing* atau metode harga pokok pesanan adalah metode pengumpulan biaya produksi yang digunakan ketika produk yang dihasilkan dibuat berdasarkan pesanan khusus dari pelanggan, sehingga setiap pesanan harus dicatat dan dihitung biayanya secara terpisah. Dalam sistem ini, perusahaan mengakumulasi biaya produksi baik biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, maupun biaya *overhead* pabrik ke dalam kartu harga pokok pesanan (*job cost sheet*) untuk setiap pesanan yang masuk. Dengan demikian, setiap pesanan akan memiliki harga pokok produksi yang berbeda sesuai dengan jumlah bahan, jam kerja, serta proporsi biaya *overhead* yang dibutuhkan.

Mulyadi (2018) menegaskan bahwa metode ini sangat efektif diterapkan pada bisnis yang memproduksi barang tidak standar (non-massal), bersifat unik, dan dipengaruhi oleh permintaan konsumen,

seperti industri mebel, percetakan, bengkel, konveksi, atau usaha kerajinan.

(Horngren, 2018) juga menjelaskan bahwa *job order costing* adalah sistem penentuan biaya yang mengakumulasi biaya untuk setiap pekerjaan atau batch produksi, sehingga sangat sesuai digunakan pada usaha yang memproduksi barang berdasarkan pesanan pelanggan.

Penggunaan metode ini memungkinkan pelaku usaha untuk mengetahui secara rinci biaya yang dikeluarkan untuk setiap produk, sehingga dapat meningkatkan akurasi dalam penentuan harga pokok produksi serta membantu dalam pengambilan keputusan.

b. Karakteristik Metode *Job Order Costing*

Menurut (Mulyadi, 2018) perusahaan yang menggunakan sistem harga pokok pesanan (*job order costing*) memiliki beberapa karakteristik utama sebagai berikut:

1) Produk Dibuat Berdasarkan Pesanan Khusus Pelanggan

Produksi hanya akan dilakukan sesuai dengan permintaan pelanggan. Setiap produk yang dibuat disesuaikan dengan kebutuhan, desain, spesifikasi, dan permintaan pelanggan, sehingga setiap pesanan bersifat individual dan tidak seragam.

2) Setiap Pesanan Diperlakukan Sebagai Unit Biaya Yang Terpisah

Dalam sistem harga pokok pesanan, perusahaan mengumpulkan biaya produksi untuk setiap pesanan secara terpisah

dalam kartu harga pokok pesanan (*job cost sheet*). Hal ini memungkinkan perusahaan mengetahui total biaya yang dikeluarkan untuk masing-masing pesanan.

3) Jenis Produk Tidak Diproduksi Secara Massal

Produk tidak dibuat dalam jumlah besar, volume produksi berubah-ubah sesuai jumlah pesanan yang diterima perusahaan, setiap produk memiliki karakteristik yang berbeda-beda.

4) Biaya Produksi Ditelusuri Langsung Ke Setiap Pesanan

Biaya bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung dibebankan secara spesifik ke pesanan yang memakainya. Sementara biaya *overhead* dialokasikan menggunakan dasar pembebanan yang relevan (seperti jam kerja, jam mesin, atau tarif tertentu).

5) Proses Produksi dan Waktu Penyelesaian Berbeda-Beda Tiap Pesanan

Karena pesanan bersifat unik, tingkat kesulitan dan durasi pengerjaan berbeda untuk setiap order. Tidak ada standar waktu tunggal yang berlaku untuk seluruh produksi.

6) Penentuan Harga Jual Berdasarkan Biaya Tiap Pesanan

Harga jual ditentukan setelah menghitung harga pokok produksi (HPP) per pesanan, ketepatan perhitungan HPP mempengaruhi akurasi penetapan harga jual.

7) Pengendalian Biaya Dilakukan Berdasarkan Order

Pengawasan biaya dilakukan per pesanan untuk memastikan biaya produksi tidak melebihi anggaran dan sesuai dengan spesifikasi pesanan.

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

Menurut (Mulyadi, 2018) kartu harga pokok pesanan (*job order cost sheet*) merupakan catatan yang penting dalam metode harga pokok pesanan yang berfungsi sebagai rekening pembantu untuk mengumpulkan total biaya produksi (bahan baku, tenaga kerja langsung, dan *overhead* pabrik) dari satu pesanan tertentu, yang mencakup informasi pelanggan, jumlah, tanggal, dan rincian biaya, yang digunakan untuk mengumpulkan biaya produksi tiap pesanan produk. Setiap kartu harga pokok pesanan mengumpulkan rincian biaya untuk satu pesanan spesifik dan memfasilitasi pencatatan biaya yang akurat (Dewi dan Kristanto, 2017).

Gambar 2.1. Contoh Kartu Harga Pokok Pesanan (*Job Order Cost Sheet*)

KARTU HARGA POKOK PESANAN					
Nomor Pesanan :		Pemesanan :			
Jenis Pesanan :		Jumlah :			
Tanggal Pesanan :		Harga Jual :			
Tanggal Selesai :					
Biaya Bahan Baku		Biaya Tenaga Kerja		Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	
BBB		Perangkai Bunga		BOP	
Total					

Ringkasan Biaya	Total Biaya
Biaya Bahan Baku	
Biaya Tenaga Kerja	
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	
Total Biaya Produksi	
harga Pokok Produksi Per Pesanan	

Sumber: Mulyadi, 2018

Setiap pesanan akan dicatat dalam kartu pesanan untuk menentukan seberapa besar biaya yang digunakan dalam proses produksi, untuk selanjutnya digunakan dalam pengambilan keputusan. Dalam metode *job order costing*, dokumen utama yang digunakan adalah kartu harga pokok pesanan, dokumen ini berfungsi sebagai wadah

pengumpulan biaya sehingga perusahaan dapat mengetahui secara akurat berapa besar harga pokok produksi (HPP) dari masing-masing pesanan.

Kartu harga pokok pesanan disusun sejak pesanan diterima hingga pesanan selesai diproduksi. Adapun elemen biaya yang dicatat dalam kartu tersebut meliputi:

1) Biaya Bahan Baku Langsung

Pada bagian ini dicatat seluruh pemakaian bahan yang digunakan khusus untuk pesanan tertentu. Pencatatan dilakukan berdasarkan bahan permintaan bahan yang menunjukkan jumlah dan jenis bahan yang diambil dari gudang.

2) Biaya Tenaga Kerja Langsung

Pencatatan tenaga kerja dilakukan berdasarkan kartu jam kerja (*time ticket*), yaitu dokumen yang menunjukkan berapa lama tenaga kerja langsung mengerjakan pesanan tersebut. Total jam kerja kemudian dikalikan dengan tarif upah per jam untuk memperoleh biaya tenaga kerja langsung setiap pesanan.

3) Biaya *Overhead* Pabrik

Biaya *overhead* pabrik tidak dapat ditelusuri langsung ke pesanan tertentu sehingga harus dialokasikan dengan dasar tertentu, seperti jam tenaga kerja langsung, jam mesin, atau tarif *overhead* yang telah ditentukan sebelumnya (*predetermined overhead rate*).

Alokasi *overhead* merupakan komponen penting dalam menentukan HPP yang akurat.

Adapun fungsi utama *job order cost sheet* adalah:

- a) sebagai alat pengumpulan biaya produksi per pesanan,
- b) sebagai dasar untuk menghitung harga pokok produksi,
- c) sebagai dasar untuk menetapkan harga jual,
- d) sebagai alat pengendalian biaya karena perusahaan dapat membandingkan biaya aktual dengan perkiraan biaya,
- e) sebagai dokumentasi perhitungan untuk pelaporan keuangan.

Dengan demikian, Kartu Harga Pokok Pesanan memegang peranan penting dalam sistem *job order costing* karena menghasilkan informasi biaya yang lengkap, terperinci, dan dapat dipertanggungjawabkan untuk setiap pesanan.

6. Harga Jual

Harga jual merupakan jumlah nilai yang dibebankan perusahaan kepada pelanggan sebagai imbalan atas produk atau jasa yang dihasilkan. (Warren, Reeve, dan Duchac 2017) menyatakan bahwa harga jual adalah jumlah yang ditetapkan perusahaan untuk memperoleh keuntungan setelah memperhitungkan seluruh biaya yang timbul dalam proses produksi maupun operasional. Dengan demikian, harga jual harus mampu menutupi keseluruhan biaya serta memberikan laba yang layak bagi perusahaan.

Menurut (Kotler dan Keller) dalam (Sujarweni, 2019) menyatakan bahwa harga jual adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai tukar yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat, karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Sejalan dengan itu, (Mulyadi, 2018) menjelaskan bahwa harga jual ditentukan berdasarkan perhitungan harga pokok produksi yang akurat, kemudian ditambah margin keuntungan sesuai kebijakan perusahaan. Mulyadi menekankan bahwa informasi biaya yang tepat sangat penting dalam proses penentuan harga jual, karena kesalahan dalam perhitungan biaya dapat berakibat pada penetapan harga yang tidak sesuai, sehingga memengaruhi daya saing maupun keuntungan perusahaan.

Menurut (Sujarweni, 2019) keputusan menentukan penentuan harga jual sangat penting dalam perusahaan, hal tersebut akan dapat mempengaruhi laba yang ingin dicapai perusahaan dan juga berpengaruh terhadap kelangsungan operasi perusahaan. Maka dari itu untuk menentukan harga jual yang sesuai perlu dihitung dengan tepat, selalu dievaluasi dan disesuaikan dengan kondisi yang sedang dihadapi perusahaan. Untuk menentukan harga jual ini diperlukan perhitungan yang akurat jika harga jual terlalu rendah maka akan merugikan perusahaan dan apabila harga jual terlalu tinggi juga mengakibatkan hilangnya konsumen. Oleh karena itu penentuan harga jual sangat penting, harga jual pada dasarnya merupakan hasil dari penjumlahan

biaya produksi dengan tingkat laba yang diharapkan, yang disusun secara sistematis untuk memastikan keberlanjutan usaha.

7. Penetapan Harga Jual

a. Pengertian Penetapan Harga Jual

Penetapan harga jual merupakan proses menentukan besarnya harga yang harus dibayarkan oleh konsumen atas suatu produk atau jasa. Menurut (Mulyadi, 2018), penetapan harga jual harus didasarkan pada harga pokok produksi (HPP) yang dihitung secara akurat karena HPP menjadi dasar utama dalam penentuan tingkat keuntungan yang diharapkan perusahaan. (Warren, Reeve, dan Duchac 2017) menambahkan bahwa penetapan harga jual tidak hanya mempertimbangkan biaya, tetapi juga kondisi pasar, permintaan konsumen, harga pesaing, dan strategi perusahaan. Dengan demikian, penetapan harga jual merupakan keputusan strategis yang bertujuan memastikan bahwa harga yang ditetapkan mampu menutupi seluruh biaya serta memberikan laba yang optimal.

b. Tujuan Penetapan Harga Jual

Menurut (Kotler dan Keller) dalam (Sujarweni, 2019) menyatakan bahwa tujuan penetapan harga, yaitu:

1) Kelangsungan Hidup

Perusahaan dapat mengejar kelangsungan hidup sebagai tujuan utamanya, jika mengalami kapasitas lebih, persaingan ketat,

atau perubahan keinginan konsumen. Untuk menjaga agar pabrik tetap beroperasi dan persediaan dapat terus berputar, mereka sering melakukan penurunan harga. Laba kurang penting dibandingkan kelangsungan hidup. Selama harga dapat menutup biaya variabel dan Sebagian biaya tetap, Perusahaan dapat terus berjalan. Dalam jangka Panjang, perusahaan harus dapat, meningkatkan nilainya.

2) Laba Sekarang Maksimum

Banyak perusahaan menetapkan harga yang memaksimalkan labanya sekarang. mereka memperkirakan bahwa permintaan dan biaya sehubungan sebagai alternatif harga dan memilih harga yang akan menghasilkan laba, arus kas, atau pengembalian investasi yang maksimum.

3) Pendapatan sekarang Maksimum

Beberapa perusahaan menetapkan harga yang akan memaksimalkan pendapatan dari penjualan. Maksimalisasi pendapat hanya membutuhkan perkiraan fungsi permintaan. Banyak manajernpercaya bahwa maksimalisasi laba jangka panjang dan pertumbuhan pangsa pasar.

4) Pertumbuhan Sekarang Maksimum

Perusahaan lainnya ingin memaksimalkan unit penjualan. Mereka percaya bahwa volume penjualan yang lebih tinggi akan menghasilkan biaya per unit yang lebih rendah dan laba jangka

Panjang yang lebih tinggi. Mereka menetapkan harga rendah dengan mengkomsumsi bahwa pasar sensitif terhadap harga. Ini disebut penetapan harga penetrasi pasar.

5) *Skimming* Pasar Maksimum

Skimming pasar hanya mungkin dalam kondisi adanya sejumlah pembelian yang memiliki permintaan tinggi, biaya per unit untuk memproduksi volume kecil tidaklah sedemikian tinggi, sehingga dapat mengurangi keuntungan penetapan harga maksimal yang dapat diserap pasar, harga yang tinggi tidak menarik lebih banyak pesaing, harga tinggi menyatakan citra produk superior.

6) Kepemimpinan Mutu Produk

Perusahaan mungkin mengarahkan untuk menjadi pemimpin dalam hal mutu produk pasar, dengan membuat produk yang bermutu tinggi dan menetapkan harga yang lebih tinggi akan mendapatkan Tingkat pengembalian yang lebih tinggi dari rata-rata industrinya.

Menurut (Setyawati, 2022) terdapat beberapa tujuan penetapan harga jual antara lain yaitu:

- 1) Bertahan: adalah ketika suatu perusahaan tidak mengambil langkah-langkah untuk meningkatkan laba ketika menghadapi kondisi pasar yang tidak menguntungkan. Usaha ini dilakukan untuk kelangsungan hidup perusahaan.

- 2) Memaksimalkan laba Penentuan harga bertujuan untuk memaksimalkan laba dalam periode tertentu. Memaksimalkan penjualan Penentuan harga bertujuan untuk membangun pangsa pasar dengan melakukan penjualan pada harga awal yang merugikan.
- 3) *Prestise* Tujuan penentuan harga di sini adalah untuk memposisikan jasa perusahaan tersebut sebagai produk yang eksklusif.
- 4) Pengembangan atas investasi (ROI): Tujuan penentuan harga didasarkan atas pencapaian pengembalian atas investasi (*return on investment*) yang diinginkan.

c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga Jual

Menurut Kotler dan Keller dalam (Sujarweni, 2019), keputusan penetapan harga jual pada suatu perusahaan dipengaruhi baik dari faktor internal maupun faktor eksternal, yaitu:

1) Faktor Internal

Faktor internal yang mempengaruhi penetapan harga meliputi

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

2) Faktor Eksternal

Faktor eksternal yang mempengaruhi keputusan penetapan harga meliputi;

- a) Pasar dan permintaan
 - b) Biaya, harga, dan penawaran pesaing
 - c) Keadaan perekonomian
- d. Metode Penetapan Harga Jual

Dalam menentukan harga jual terdapat beberapa metode yang dapat digunakan, menurut (Sujarweni, 2019) dalam menetapkan harga terdapat beberapa metode sebagai berikut:

Metode penentuan harga jual yang berdasarkan biaya dalam bentuk yang paling sederhana yaitu:

1) Metode *Cost-Plus Pricing*

Metode ini menetapkan harga jual berdasarkan total biaya produksi ditambah persentase keuntungan tertentu. Metode ini adalah yang paling banyak digunakan pada usaha kecil maupun manufaktur. Perhitungan dilakukan dengan rumus:

$$\text{Harga Jual} = \text{Total biaya} + (\text{persentase mark up} \times \text{biaya total})$$

2) Metode *Mark Up Pricing*

Mark Up Pricing banyak digunakan pedagang. Para pedagang akan menentukan harga jual dengan cara menambahkan keuntungan yang diinginkan pada harga beli per satuan. Dalam perhitungannya metode *Mark Up Pricing* dapat dilakukan dengan:

$$\text{Harga Jual} = \text{Harga beli} + \text{Mark Up (keuntungan yang diinginkan)}$$

3) Penetapan Harga BEP (*Break Even Poin*)

Metode penetapan harga berdasarkan keseimbangan antara jumlah total biaya keseluruhan dengan jumlah biaya total permintaan keseluruhan. Adapun rumus penetapan harga BEP (*Break Even Poin*) adalah:

$\text{BEP} \Rightarrow \text{Total biaya} = \text{Total Permintaan}$

e. Strategi Penetapan Harga Jual

Untuk penetapan harga jual yang tepat diperlukan sebuah strategi yang tepat pula, menurut (Sujarweni, 2019) strategi penetapan harga adalah tahapan dimana perusahaan menggolongkan produk atau jasa yang dihasilkan menjadi 2 yaitu produk baru atau produk yang belum memiliki konsumen tetap atau produk yang sudah memiliki pangsa pasar.

1) Produk Baru

Dalam menetapkan strategi penetapan harga yang efektif untuk produk baru atau tahap pengenalan ini terdapat dua alternatif strategi penetapan harga yaitu:

a) Harga Mengapung (*Skimming Price*)

Mematok harga tinggi pada produk yang dihasilkan, diharapkan dapat menutupi biaya dan menghasilkan laba maksimum. Perusahaan memberikan keyakinan dengan harga

mahal produk perusahaan berkualitas. Pendekatan ini dapat digunakan pada perusahaan yang menghasilkan produk dengan minim pesaing. *Skimming* ini dapat membatasi permintaan konsumen sampai perusahaan siap memproduksi secara masal. Cara ini dapat juga mengangkat produk mempunyai kualitas yang sangat tinggi. (Sujarweni, 2019)

b) Harga Penetrasi

Mematok harga rendah untuk menciptakan permintaan yang banyak dari konsumen. Strategi ini diterapkan pada Perusahaan yang menjual barang dan jasa yang tidak mempunyai nilai tinggi. Pendekatan ini juga sangat sesuai pada pasar yang sensitif harga. (Sujarweni, 2019)

2) Produk yang Telah Beredar

Menurut (Sujarweni, 2019) strategi penetapan harga untuk produk lama yang telah beredar, tahapannya berada pada tiga tingkatan berikutnya setelah pengenalan yakni:

a) Tahap Pertumbuhan

Penjualan produk meningkat terus pada waktu ke waktu, selain itu pesaing mulai muncul. Strategi pada masa tumbuhnya Perusahaan sebaiknya tetap mempertahankan harga produk sesuai pasar. Ketika pertumbuhan mulai menurun, strategi yang pas adalah mulai menurunkan harga

untuk mendorong penjualan sekaligus menghadapi persaingan yang semakin ketat.

b) Tahap Kematangan

Pada tahap ini perusahaan harus benar-benar responsif terhadap situasi pasar, konsumen maupun pesaing. Penetapan harga pada tahap ini menggunakan pendapat konsumen dan mendiskonkan produk atau jasa yang dihasilkan. Hal ini diharapkan perusahaan dapat menjaga loyalitas konsumen agar dapat meningkatkan permintaan dan laba.

c) Tahap Penurunan

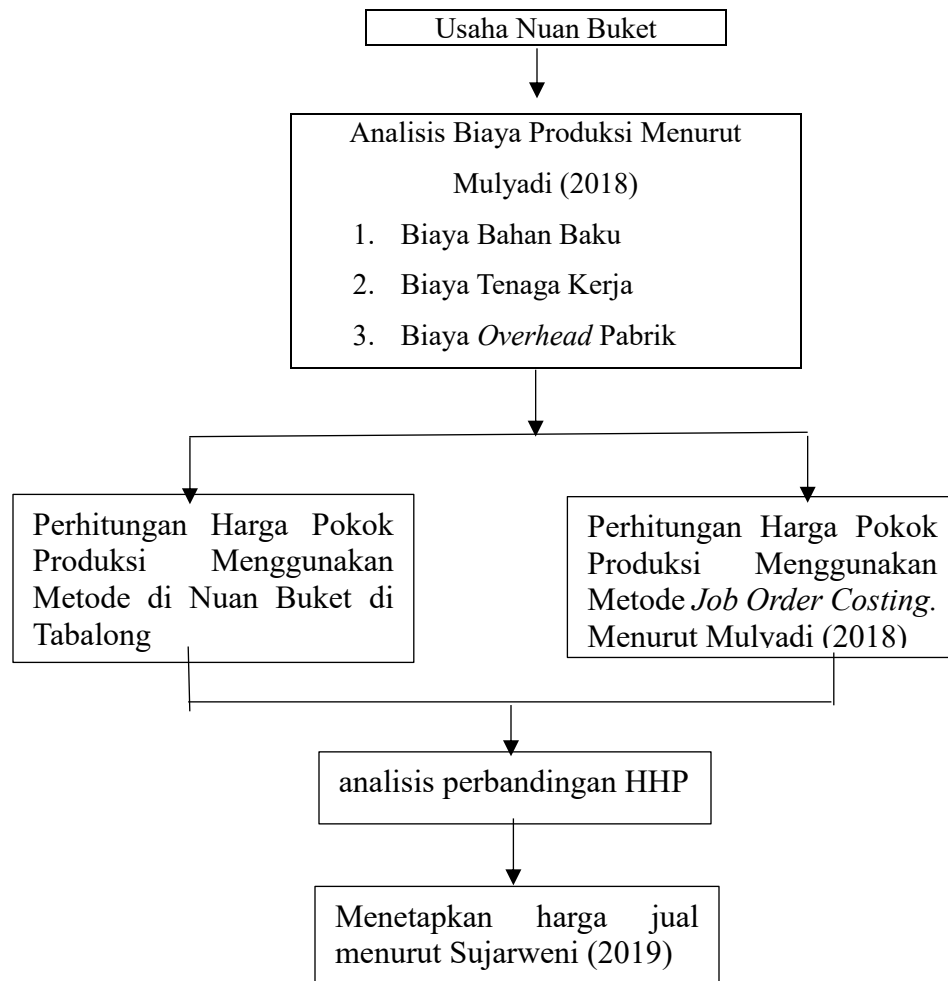
Tahap ini merupakan Dimana permintaan konsumen menurun terus menerus. Strategi yang ditetapkan Perusahaan pada tahap ini sebaiknya mendiskonkan produk dan mempertahankan harga produk. Namun untuk memperoleh keuntungan, perusahaan dapat memotong biaya-biaya yang dikeluarkan untuk produk, misalnya biaya promosi.

C. Kerangka Konseptual

Harga pokok produksi berkaitan erat dengan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik (variabel atau tetap) yang perlukan untuk proses produksi. Alat analisis yang dipakai peneliti adalah metode *job order costing* untuk menghitung harga pokok produksi. Metode *job order*

costing merupakan metode perhitungan untuk menentukan harga pokok produksi sesuai dengan pesanan yang dibuat, dengan metode *job order costing* setiap pesan dihitung dengan berapa banyak bahan baku yang dihabiskan, berapa lama dan seberapa besar tingkat kesulitan dari suatu produk serta keuntungan yang diinginkan sehingga perhitungan harga pokok produksi dan harga jual menjadi lebih akurat.

Gambar 2.2. Kerangka Konseptual



Sumber: Data diolah, 2026