

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu digunakan untuk melihat bagaimana perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) dan penetapan harga jual pada UMKM telah dikaji dalam penelitian sebelumnya. Penelitian-penelitian tersebut menunjukkan bahwa perhitungan HPP dengan metode yang tepat dapat menghasilkan harga jual yang lebih rasional, namun di sisi lain masih ditemukan UMKM yang belum menghitung biaya produksi secara menyeluruh. Oleh karena itu, penelitian terdahulu berikut dijadikan acuan dalam mendukung penelitian ini.

1. Penelitian oleh (Sariati, 2026) yang berjudul Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode *Full Costing* Dalam Penetapan Harga Jual pada CV. SPH (Seratus Persen Halal) Kecamatan Murung Pudak Kabupaten Tabalong, peneliti melakukan evaluasi mendalam terhadap ketidakakuratan perhitungan biaya produksi pada skala UMKM. Hasil penelitian menunjukkan adanya distorsi biaya yang signifikan, di mana HPP konvensional yang sebelumnya hanya dihitung sebesar Rp10.000,00 ternyata melonjak menjadi Rp12.500,00 setelah dihitung menggunakan metode *full costing*. Kondisi tersebut mengindikasikan terjadinya praktik *underpricing* yang merugikan perusahaan karena tidak seluruh biaya produksi terbebaskan secara tepat. Untuk mengatasi

masalah tersebut, penelitian ini menerapkan metode *cost plus pricing* dengan menentukan margin keuntungan sebesar 30% dari total HPP *full costing*, sehingga diperoleh harga jual yang lebih kompetitif dan rasional. Hasil akhir dari penelitian ini menegaskan bahwa penerapan metode *full costing* bukan hanya sebagai alat bantu hitung, melainkan instrumen strategis untuk menjamin keberlangsungan usaha di wilayah Kabupaten Tabalong melalui penentuan harga yang akurat dan berbasis data.

2. Penelitian oleh (Putri & Darmawan, 2026) yang berjudul Analisis Perbandingan Harga Pokok Produksi dengan Melakukan Metode *Full Costing* dan *Variabel Costing* sebagai Dasar Penentuan Harga Jual Produk (Studi Kasus Susu Kedelai), bertujuan untuk membandingkan efisiensi metode pembebanan biaya terhadap penetapan harga jual. Hasil analisis menunjukkan bahwa perhitungan HPP dengan metode *full costing* menghasilkan nilai sebesar Rp7.500,00 per unit. Sebelum penelitian dilakukan, perusahaan menetapkan harga jual sebesar Rp8.000,00, yang menurut peneliti mengakibatkan margin keuntungan terlalu tipis untuk menutupi seluruh biaya operasional perusahaan. Dengan menerapkan metode *markup pricing* guna menyesuaikan margin keuntungan yang lebih memadai, penelitian ini menyimpulkan bahwa penetapan harga yang hanya didasarkan pada perhitungan konvensional tanpa mempertimbangkan seluruh beban biaya produksi yang terukur akan mengancam kesehatan finansial usaha. Studi ini memberikan kontribusi penting bagi peneliti dalam memahami bahwa pemilihan metode

penetapan harga sangat krusial bagi UMKM berbasis produk minuman agar dapat menjaga margin keuntungan di tengah fluktuasi biaya bahan baku.

3. Penelitian oleh (Sunjaya, Suryati, & Tumini, 2025) yang berjudul Analisis Biaya Produksi dalam Menentukan Harga Jual Menggunakan Metode *Full Costing* pada PT. Citra Karya Beton (Studi Kasus pada PT. Citra Karya Beton di Kabupaten Bekasi), peneliti berfokus pada kompleksitas pembebanan biaya pada entitas bisnis yang memiliki struktur lebih formal. Hasil perhitungan menggunakan metode *full costing* menunjukkan HPP sebesar Rp150.000,00, dan dengan menerapkan metode *cost plus pricing*, perusahaan menetapkan harga jual sebesar Rp180.000,00. Melalui penelitian ini, ditemukan bahwa efisiensi pada biaya *overhead*—yang sering kali diabaikan oleh pelaku usaha kecil—jika dialokasikan secara tepat dan sistematis, memiliki dampak langsung terhadap peningkatan profitabilitas perusahaan. Studi ini memberikan pemahaman mendalam bagi peneliti bahwa bagi entitas bisnis, transparansi dalam pembebanan biaya produksi merupakan kunci utama dalam mempertahankan daya saing harga sekaligus menjamin keberlangsungan usaha dalam jangka panjang.
4. Penelitian oleh (Fitri, Puspitasari, & Dzulhasni, 2025) dengan judul Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Berdasarkan Metode *Full Costing* sebagai Dasar Penentuan Harga Jual (Studi Kasus UMKM Ayakh Ugan di Kota Baturaja), menyoroti pentingnya klasifikasi biaya yang

akurat dalam mencegah distorsi harga. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perhitungan HPP konvensional perusahaan sebesar Rp5.000,00 ternyata memicu risiko *overpricing* pada produk tertentu dibandingkan dengan perhitungan metode *full costing* yang menghasilkan angka Rp6.200,00. Dengan menerapkan metode *cost plus pricing* dan menambahkan margin keuntungan sebesar 25%, peneliti berhasil merumuskan harga jual yang lebih kompetitif dan adil bagi konsumen tanpa harus mengorbankan margin keuntungan UMKM. Studi ini memberikan implikasi penting bagi peneliti bahwa ketelitian dalam memilah komponen biaya produksi dapat membantu pelaku usaha menghindari penetapan harga yang tidak kompetitif, sehingga posisi produk di pasar tetap terjaga.

5. Penelitian oleh (Zurmansyah, Noviriani, & Azmiranti, 2025) yang berjudul Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Dengan Metode *Full Costing* Sebagai Penentuan Harga Jual Bakso, memfokuskan kajian pada sektor bisnis kuliner yang memiliki frekuensi transaksi tinggi. Hasil perhitungan menggunakan metode *full costing* menunjukkan HPP sebesar Rp12.000,00 per porsi. Berdasarkan hasil tersebut, peneliti menerapkan metode *cost plus pricing* dengan menentukan margin keuntungan sebesar 50%, sehingga menghasilkan harga jual akhir sebesar Rp18.000,00 per porsi. Studi ini menyimpulkan bahwa perhitungan biaya yang sistematis dan komprehensif merupakan standar terbaik bagi pelaku usaha kuliner untuk memastikan profitabilitas yang berkelanjutan. Bagi peneliti, hasil

ini menegaskan bahwa penentuan margin yang tepat melalui perhitungan biaya berbasis *full costing* bukan sekadar angka administratif, melainkan fondasi bagi stabilitas finansial dan daya saing produk di tengah pasar yang sangat kompetitif.

B. Landasan Teori

1. Akuntansi Biaya

a. Definisi

Terdapat berbagai definisi mengenai akuntansi biaya yang dikemukakan oleh para ahli dalam literatur akuntansi. Menurut (Mulyadi, 2016), akuntansi biaya adalah proses pencatatan, penggolongan, peringkasan, dan penyajian biaya pembuatan dan penjualan produk atau jasa, dengan cara-cara tertentu, serta penafsiran terhadap informasi tersebut. (Carter & Usry, 2017) mendefinisikan akuntansi biaya sebagai bidang akuntansi yang berfokus pada akumulasi, pengukuran, dan pelaporan informasi biaya guna membantu manajemen dalam perencanaan, pengendalian, serta pengambilan keputusan. Sementara itu, (Horngren, Datar, & Foster, 2018) menjelaskan bahwa akuntansi biaya menyediakan informasi yang diperlukan untuk mengukur biaya dari perolehan sumber daya dan penggunaan sumber daya tersebut dalam proses transformasi ekonomi.

b. Tujuan

Akuntansi biaya dirancang untuk memberikan informasi yang diperlukan bagi pihak internal perusahaan dalam menjalankan operasionalnya. (Mulyadi, 2016) menyatakan bahwa tujuan utama akuntansi biaya adalah untuk penentuan harga pokok produksi, pengendalian biaya, serta pengambilan keputusan khusus. (Hansen & Mowen, 2017) berpendapat bahwa tujuan akuntansi biaya mencakup penyediaan data untuk perencanaan dan pengendalian biaya operasional, serta membantu manajemen dalam menilai efisiensi kinerja perusahaan melalui pembebanan biaya yang akurat. Selain itu, (Sujarweni W. , 2020) menjelaskan bahwa tujuan akuntansi biaya adalah untuk menyajikan informasi biaya yang akurat sebagai dasar dalam penentuan harga jual dan penilaian persediaan dalam laporan keuangan.

Mengenai tujuan akuntansi biaya, (Mulyadi, 2016) menjelaskan bahwa terdapat tiga tujuan utama yang menjadi landasan bagi manajemen dalam mengelola biaya. Tujuan tersebut adalah sebagai berikut:

1) Penentuan Harga Pokok Produk

Menghitung biaya per unit produk secara tepat dengan mengakumulasi seluruh biaya produksi yang terjadi selama proses manufaktur.

2) Pengendalian Biaya

Membandingkan biaya aktual yang terjadi dengan biaya yang dianggarkan atau biaya standar, guna mengevaluasi efisiensi penggunaan sumber daya oleh perusahaan.

3) Alat Pengambilan Keputusan

Menyediakan data biaya yang relevan bagi manajemen untuk mendukung pengambilan berbagai keputusan strategis, seperti penentuan harga jual, strategi produksi, atau keputusan untuk meneruskan atau menghentikan lini produk tertentu.

c. Klasifikasi Biaya

Klasifikasi biaya merupakan proses pengelompokan biaya ke dalam golongan tertentu untuk mempermudah penyusunan informasi biaya dan pengambilan keputusan. Sujarweni (2020) menyatakan bahwa klasifikasi biaya dilakukan berdasarkan kebutuhan informasi manajemen, terutama untuk tujuan penetapan biaya produk dan pelaporan keuangan. Supriyono (2018) menambahkan bahwa klasifikasi biaya yang paling mendasar adalah penggolongan berdasarkan keterkaitannya dengan produk serta perilaku biaya dalam merespons perubahan aktivitas. Sementara itu, Mulyadi (2016) menekankan bahwa klasifikasi biaya yang komprehensif bagi perusahaan manufaktur mencakup penggolongan berdasarkan hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai, fungsi pokok, serta perilaku biaya terhadap volume kegiatan.

Dalam penelitian ini, klasifikasi biaya dirujuk berdasarkan pendapat (Mulyadi, 2016), yaitu:

1) Berdasarkan Hubungan Biaya dengan Sesuatu yang Dibiayai:

a) Biaya Langsung (*Direct Cost*)

Biaya yang terjadi karena adanya sesuatu yang dibiayai, sehingga dapat ditelusuri secara mudah ke unit produk jadi, yang terdiri dari biaya bahan baku langsung dan biaya tenaga kerja langsung.

b) Biaya Tidak Langsung (*Indirect Cost*)

Biaya yang terjadi tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai, sehingga tidak dapat ditelusuri secara spesifik ke satu unit produk tertentu (sering disebut sebagai biaya *overhead* pabrik).

2) Berdasarkan Fungsi dalam Perusahaan

a) Biaya Produksi

Seluruh biaya yang dikeluarkan untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi, yang terdiri dari tiga elemen utama: biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik.

b) Biaya Non-Produksi

Biaya yang berkaitan dengan kegiatan pendukung operasional perusahaan, yaitu biaya pemasaran (biaya

promosi dan distribusi) serta biaya administrasi dan umum (biaya operasional kantor dan gaji staf pendukung).

3) Berdasarkan Perilaku Biaya terhadap Volume Kegiatan

a) Biaya Variabel

Biaya yang jumlah totalnya berfluktuasi secara proporsional atau sebanding dengan perubahan volume kegiatan produksi. Artinya, jika volume produksi meningkat, maka total biaya variabel juga akan meningkat, dan sebaliknya.

b) Biaya Tetap

Biaya yang jumlah totalnya tidak terpengaruh oleh perubahan volume kegiatan dalam rentang kapasitas tertentu. Biaya ini akan tetap konstan dibayarkan oleh perusahaan selama tingkat produksi masih berada dalam batasan kapasitas yang tersedia.

d. Unsur-Unsur Biaya Produksi

Unsur-unsur biaya produksi merupakan komponen pembentuk utama dalam pengolahan bahan baku menjadi produk jadi. Menurut (Yusuf, 2015), akumulasi biaya produksi harus mencakup tiga komponen utama guna menghasilkan informasi biaya yang komprehensif. Sejalan dengan hal tersebut, (Mulyadi, 2016) memberikan perincian ketiga elemen biaya tersebut sebagai berikut:

1) Biaya Bahan Baku Langsung (*Direct Material Cost*)

Biaya perolehan seluruh bahan yang secara fisik menjadi bagian utama dari produk jadi. Biaya ini dapat diidentifikasi secara langsung pada unit produk yang dihasilkan dan jumlahnya mencerminkan proporsi dominan dalam biaya produksi.

2) Biaya Tenaga Kerja Langsung (*Direct Labor Cost*)

Balas jasa (upah atau gaji) yang diberikan kepada tenaga kerja yang terlibat secara fisik dan langsung dalam proses pengolahan bahan baku menjadi produk jadi. Biaya ini mencerminkan kontribusi manusia dalam transformasi fisik produk.

Dalam usaha mikro dan kecil, pemilik usaha sering kali tidak hanya berperan sebagai pemilik modal, tetapi juga terlibat langsung dalam kegiatan produksi. Oleh karena itu, kontribusi tenaga kerja pemilik dapat dipertimbangkan sebagai estimasi biaya tenaga kerja langsung untuk mencerminkan konsumsi sumber daya secara lebih wajar dalam perhitungan harga pokok produksi (Mulyadi, 2016). Berdasarkan definisi tersebut, dalam penelitian ini pemilik usaha diperlakukan sebagai tenaga kerja langsung karena terlibat secara langsung dalam proses produksi. Nilai tenaga kerja pemilik kemudian diestimasi untuk menggambarkan biaya tenaga kerja yang seharusnya muncul

apabila aktivitas tersebut dilakukan oleh tenaga kerja yang dibayar.

3) Biaya *Overhead* Pabrik (*Factory Overhead Cost*)

Seluruh biaya produksi selain biaya bahan baku langsung dan biaya tenaga kerja langsung. Komponen ini mencakup biaya bahan penolong, biaya tenaga kerja tidak langsung, serta biaya fasilitas pabrik lainnya. Dalam konteks analisis biaya, BOP dikelompokkan menjadi:

a) BOP Variabel

Biaya *overhead* yang jumlah totalnya berubah secara proporsional dengan perubahan volume kegiatan produksi, misalnya biaya bahan penolong atau biaya listrik yang digunakan mesin produksi.

b) BOP Tetap

Biaya *overhead* yang jumlah totalnya relatif konstan atau tidak dipengaruhi oleh perubahan volume kegiatan dalam rentang kapasitas tertentu, misalnya biaya penyusutan mesin pabrik atau gaji penyelia (*supervisor*) pabrik.

2. Harga Pokok Produksi

a. Definisi

Harga pokok produksi merupakan informasi krusial bagi manajemen dalam menentukan nilai barang jadi yang dihasilkan.

Menurut (Mulyadi, 2016), harga pokok produksi adalah akumulasi biaya-biaya yang dikeluarkan untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap dijual. (Supriyono, 2018) mendefinisikan harga pokok produksi sebagai jumlah total biaya produksi yang dibebankan pada produk yang telah diselesaikan pengerjaannya selama periode akuntansi tertentu. (Siregar, et al., 2019) menjelaskan bahwa harga pokok produksi merupakan total biaya yang melekat pada barang yang diproses, yang meliputi unsur bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, dan alokasi biaya *overhead* pabrik. Selain itu, (Hansen & Mowen, 2012) mengartikan harga pokok produksi sebagai total biaya barang yang diselesaikan selama periode berjalan, yang mencerminkan seluruh sumber daya yang telah dikonsumsi untuk menciptakan unit produk jadi.

b. Fungsi

Bagi perusahaan manufaktur, akurasi dalam menghitung harga pokok produksi merupakan aspek vital yang mendasari berbagai keputusan strategis manajemen terkait pengelolaan efisiensi serta profitabilitas operasional. (Mulyadi, 2016) menjabarkan bahwa fungsi utama dari harga pokok produksi melampaui sekadar pelaporan keuangan, yaitu:

1) Penentuan Harga Jual Produk

Harga pokok produksi menjadi landasan paling dasar dalam menyusun strategi penetapan harga (*pricing strategy*). Dengan mengetahui biaya yang melekat pada satu unit produk, manajemen dapat memastikan bahwa harga jual yang ditetapkan tidak hanya kompetitif di pasar, tetapi juga mampu menutupi seluruh biaya operasional sekaligus menghasilkan margin keuntungan yang ditargetkan.

2) Pemantauan Realisasi Biaya Produksi

Fungsi ini memungkinkan pihak internal untuk melakukan pengendalian biaya. Dengan membandingkan antara harga pokok yang terjadi secara aktual dengan anggaran atau biaya standar yang telah ditetapkan sebelumnya, manajemen dapat mendeteksi adanya penyimpangan atau inefisiensi dalam penggunaan sumber daya produksi.

3) Perhitungan Laba atau Rugi Periodik

Akumulasi harga pokok produksi yang tepat akan menentukan besarnya Harga Pokok Penjualan (*Cost of Goods Sold*) pada akhir periode. Hal ini menjadi variabel penentu dalam menyusun laporan laba rugi yang akurat, sehingga manajemen dapat menilai sejauh mana kinerja finansial perusahaan dalam satu siklus produksi.

4) Penentuan Nilai Persediaan

Fungsi ini sangat krusial dalam pelaporan posisi keuangan. Data harga pokok produksi digunakan untuk mengalokasikan biaya pada persediaan barang dalam proses dan barang jadi yang tersisa, yang akan dicatat sebagai aset perusahaan dalam neraca.

Sejalan dengan hal tersebut, (Harnanto, 2017) menyatakan bahwa data harga pokok produksi merupakan variabel kunci bagi manajemen dalam pengambilan keputusan strategis, seperti keputusan untuk melakukan ekspansi produk atau memperbaiki proses bisnis. Terakhir, (Siregar, et al., 2019) menegaskan bahwa informasi yang dihasilkan dari perhitungan ini membantu manajemen dalam mengevaluasi apakah proses produksi telah mencapai titik efisiensi optimal dalam pemanfaatan bahan baku, tenaga kerja, serta biaya tidak langsung lainnya.

c. Metode Perhitungan Harga Pokok Produksi

Metode penentuan harga pokok produksi merupakan cara yang digunakan perusahaan dalam mengumpulkan dan mengalokasikan biaya-biaya produksi ke dalam unit produk yang dihasilkan. (Mulyadi, 2016) menyatakan bahwa terdapat dua pendekatan utama dalam penentuan harga pokok produksi, yaitu metode *full costing* dan metode *variable costing*.

1. Metode *Full Costing*

(Mulyadi, 2016) mendefinisikan *full costing* sebagai metode penentuan harga pokok produksi yang mengalokasikan

seluruh unsur biaya produksi, baik yang bersifat variabel maupun tetap, ke dalam harga pokok produk. Dengan pendekatan ini, setiap unit produk menyerap seluruh beban produksi yang terjadi, sehingga perhitungan harga pokok yang dihasilkan mencerminkan total pengorbanan sumber daya secara menyeluruh.

Berikut rincian unsur-unsur biaya yang diperhitungkan dalam metode *Full Costing* menurut (Mulyadi, 2016):

Tabel 2.1 Unsur Biaya Metode *Full Costing*

Biaya Bahan Baku	XXX
Biaya Tenaga Kerja Langsung	XXX
Biaya Overhead Pabrik Variabel	XXX
Biaya Overhead Pabrik Tetap	XXX
Kos Produksi	XXX

Sumber: (Mulyadi, 2016)

2. Metode *Variabel Costing*

Berbeda dengan *full costing*, (Mulyadi, 2016) menjelaskan bahwa metode *variable costing* hanya memperhitungkan biaya-biaya produksi yang berperilaku variabel ke dalam harga pokok produk. Biaya *overhead* pabrik tetap tidak dibebankan ke dalam harga pokok produk, melainkan diperlakukan sebagai biaya periode (*period cost*) yang langsung dikurangkan dari pendapatan pada laporan laba rugi.

Metode ini sangat bermanfaat bagi pihak manajemen untuk pengambilan keputusan jangka pendek, seperti penentuan titik impas (*break-even point*) atau keputusan untuk

menerima/menolak pesanan khusus, karena memisahkan dengan jelas perilaku biaya terhadap perubahan volume produksi.

Berikut adalah rincian unsur biaya dalam metode *Variable Costing*:

Tabel 2.2 Unsur Biaya Metode *Variabel Costing*

Biaya Bahan Baku	XXX
Biaya Tenaga Kerja Langsung	XXX
Biaya Overhead Pabrik Variabel	XXX
Kos Produksi	XXX

Sumber: (Mulyadi, 2016)

d. Faktor

Dalam proses penentuan harga pokok produksi, manajemen perlu memahami faktor-faktor fundamental yang memengaruhi besaran biaya yang akan melekat pada setiap unit produk. Menurut (Mulyadi, 2016), faktor-faktor utama yang memengaruhi penentuan harga pokok produksi adalah sebagai berikut:

1) Efisiensi Penggunaan Bahan Baku

Kualitas dan kuantitas bahan baku yang digunakan sangat menentukan harga pokok. Pengendalian atas sisa bahan (*scrap*) dan efisiensi dalam proses pemotongan atau pengolahan akan memengaruhi total biaya bahan baku yang dibebankan pada produk.

2) Produktivitas Tenaga Kerja

Tingkat keterampilan dan efisiensi tenaga kerja langsung dalam mengolah produk memengaruhi lamanya waktu

pengerjaan. Semakin produktif tenaga kerja, maka biaya tenaga kerja per unit akan semakin rendah.

3) Kapasitas Produksi

Penggunaan kapasitas mesin dan fasilitas pabrik yang optimal sangat berpengaruh pada alokasi biaya *overhead* tetap. Jika volume produksi rendah sementara biaya tetap tinggi, maka biaya per unit akan menjadi tinggi karena alokasi beban tetap yang besar.

4) Kebijakan Akuntansi Biaya

Pemilihan metode penentuan harga pokok (seperti *full costing* vs *variable costing*) serta sistem akumulasi biaya (metode harga pokok pesanan vs proses) akan memengaruhi bagaimana biaya dibebankan dan dilaporkan.

5) Perubahan Harga Faktor Produksi

Fluktuasi harga bahan baku di pasar atau perubahan kebijakan upah minimum akan berdampak langsung pada perubahan total biaya produksi secara keseluruhan.

3. Biaya Bersama (*Joint Cost*)

a. Definisi

Menurut (Mulyadi, Akuntansi Biaya, 2016), biaya produk bersama atau biaya bersama (*joint cost*) diartikan sebagai biaya produksi yang dikeluarkan sejak saat awal bahan baku pertama kali diolah hingga mencapai satu titik tertentu di mana berbagai macam

produk dapat dipisahkan identitasnya. Proses ini berlangsung secara serempak dan simultan, sehingga perusahaan menghasilkan dua atau lebih jenis produk yang masing-masing memiliki nilai jual signifikan melalui satu rangkaian prosedur kerja yang menyatu. Dalam sudut pandang ini, biaya bersama dianggap sebagai biaya paket yang secara teknis tidak dapat dihindari kemunculannya untuk menghasilkan output yang beragam dari satu aliran *input* yang sama.

Secara teoritis, biaya bersama mencakup akumulasi dari tiga unsur biaya produksi utama yang terjadi sebelum produk mencapai titik pemisahan (*split-off point*), yaitu:

1) Biaya Bahan Baku Bersama

Merupakan nilai seluruh bahan utama yang dimasukkan ke dalam proses pengolahan awal yang nantinya akan terbagi ke dalam berbagai jenis produk.

2) Biaya Tenaga Kerja Langsung Bersama

Merupakan imbalan jasa yang diberikan kepada tenaga kerja yang menangani proses produksi kolektif sebelum identitas masing-masing produk dapat ditentukan secara mandiri.

3) Biaya Overhead Pabrik Bersama

Mencakup biaya-biaya pendukung seperti penyusutan mesin produksi, biaya energi (listrik/gas), serta biaya bahan penolong yang memfasilitasi jalannya seluruh proses produksi Bersama.

Lebih lanjut, karakteristik fundamental dari biaya bersama terletak pada sifatnya yang tidak dapat ditelusuri secara langsung (*untraceable*) kepada masing-masing produk secara individu selama proses tersebut masih berlangsung. Secara akuntansi, hal ini menciptakan tantangan tersendiri karena tidak ada dasar fisik yang absolut untuk menentukan berapa bagian dari total biaya produksi yang terserap oleh satu jenis produk tertentu sebelum mereka berpisah secara fisik. Oleh karena itu, pengalokasian biaya menjadi sebuah keharusan prosedural agar setiap produk memiliki nilai harga pokok yang wajar dan objektif.

(Mulyadi, 2016) juga menekankan pentingnya membedakan antara biaya bersama (*joint cost*) dengan biaya umum (*common cost*). Jika biaya bersama muncul dari satu proses produksi tunggal yang secara alami menghasilkan berbagai output, maka biaya umum merupakan biaya yang dikeluarkan untuk mendukung operasional berbagai departemen atau lini produk namun tidak berasal dari satu proses pengolahan yang menyatu. Pemahaman mengenai perbedaan ini sangat krusial dalam penelitian akuntansi biaya untuk memastikan bahwa metode alokasi yang dipilih memang didasarkan pada hubungan fisik dan ekonomis yang terjadi di dalam aktivitas produksi yang sedang dianalisis.

b. Tujuan

Alokasi biaya bersama bukanlah sekadar prosedur administratif, melainkan sebuah kebutuhan fundamental dalam akuntansi biaya untuk menghasilkan informasi keuangan yang relevan dan objektif. Menurut (Mulyadi, 2016), tujuan utama dari pengalokasian biaya bersama adalah untuk menghubungkan total biaya produksi yang telah dikeluarkan dengan masing-masing produk yang dihasilkan setelah melewati titik pisah (*split-off point*). Tanpa adanya alokasi yang tepat, perusahaan akan kesulitan dalam menilai kontribusi ekonomi dari setiap varian produk secara individual, karena seluruh biaya masih tertumpuk dalam satu kesatuan angka.

Secara spesifik, Mulyadi menjelaskan bahwa pengalokasian biaya bersama ini dilakukan untuk mencapai beberapa tujuan krusial berikut:

1) Penentuan Harga Pokok Persediaan

Alokasi dilakukan untuk menghitung nilai persediaan produk jadi maupun produk dalam proses yang akan disajikan dalam neraca. Hal ini penting agar aset perusahaan dilaporkan pada nilai yang mencerminkan konsumsi sumber daya produksi yang sebenarnya.

2) Penentuan Laba Periodik

Dengan mengetahui harga pokok produksi untuk setiap jenis produk, manajemen dapat menghitung laba kotor dari masing-masing varian secara akurat. Hal ini memungkinkan pengukuran kinerja keuangan yang lebih presisi pada setiap periode akuntansi.

3) Dasar Penetapan Harga Jual

Alokasi biaya bersama memberikan informasi mengenai batas minimum biaya yang harus ditutup oleh harga jual. Informasi ini menjadi landasan strategis bagi manajemen dalam menentukan kebijakan harga agar tetap kompetitif namun tetap mampu menutup seluruh biaya produksi dan mencapai target profit yang diinginkan.

4) Pengambilan Keputusan Manajemen

Informasi biaya per unit yang dihasilkan dari alokasi membantu manajemen dalam memutuskan apakah suatu varian produk perlu diteruskan produksinya, ditingkatkan volumenya, atau justru dihentikan karena tidak memberikan margin kontribusi yang memadai.

Lebih jauh lagi, alokasi biaya bersama bertujuan untuk mewujudkan keadilan biaya (*cost fairness*) antar produk. Dalam proses produksi yang menghasilkan varian dengan spesifikasi fisik atau volume yang berbeda, pengalokasian mencegah terjadinya fenomena di mana satu produk menyerap beban biaya secara tidak proporsional sehingga terlihat lebih mahal atau lebih murah dari yang seharusnya. Dengan demikian, informasi yang dihasilkan dapat digunakan sebagai alat pertanggungjawaban manajemen serta pemenuhan kebutuhan pelaporan eksternal yang sesuai dengan prinsip akuntansi yang berterima umum.

c. Karakteristik

Memahami karakteristik produk bersama sangat penting untuk membedakannya dengan jenis output produksi lainnya, seperti produk sampingan (*by-product*) atau produk rusak (*spoiled goods*). Menurut Mulyadi (2015), produk bersama memiliki sifat-sifat khusus yang muncul karena kondisi teknis produksinya. Karakteristik ini menjadi dasar bagi akuntan biaya dalam menentukan apakah suatu rangkaian proses produksi harus dikelola menggunakan metode alokasi biaya bersama atau tidak. Tanpa adanya identifikasi karakteristik yang jelas, perusahaan berisiko salah dalam memperlakukan biaya produksi yang berdampak pada ketidakakuratan laporan keuangan.

Beberapa karakteristik fundamental dari produk bersama menurut literatur akuntansi biaya adalah sebagai berikut:

1) Hubungan Fisik yang Erat

Produk-produk dihasilkan secara serempak dari satu proses pengolahan bahan baku yang sama. Secara teknis, produsen tidak dapat menghasilkan hanya satu jenis produk tanpa secara otomatis menghasilkan produk lainnya dalam rangkaian proses tersebut.

2) Nilai Jual yang Relatif Signifikan

Setiap produk yang dihasilkan dari proses bersama memiliki nilai ekonomi atau harga jual yang cukup tinggi dan sebanding satu sama lain. Hal inilah yang membedakan produk bersama

dengan produk sampingan yang nilai jualnya cenderung sangat kecil atau tidak signifikan.

3) Memiliki Titik Pisah (*Split-off Point*)

Terdapat satu tahapan produksi yang jelas di mana produk-produk tersebut mulai menampilkan identitas fisiknya masing-masing sehingga dapat dibedakan antara produk yang satu dengan produk yang lain.

4) Memerlukan Pengolahan Lebih Lanjut

Setelah melewati titik pisah, produk bersama dapat langsung dijual atau memerlukan proses pengolahan tambahan (*further processing cost*) untuk meningkatkan nilai jual atau memenuhi spesifikasi pasar tertentu.

Karakteristik-karakteristik di atas menunjukkan bahwa produk bersama merupakan fokus utama dari aktivitas produksi perusahaan. Sifatnya yang "tak terhindarkan" untuk muncul secara bersamaan menuntut manajemen untuk memiliki ketelitian dalam mengamati aliran biaya sejak awal. Mulyadi menekankan bahwa karena produk-produk ini memiliki nilai jual yang material, maka setiap produk harus menanggung bagian yang adil dari total biaya produksi yang dikeluarkan. Dengan demikian, pengenalan terhadap karakteristik ini bukan sekadar identifikasi fisik, melainkan langkah awal dalam mewujudkan akurasi perhitungan harga pokok produksi yang akan mempengaruhi strategi bisnis secara keseluruhan.

d. Titik Pisah (*Split-off Point*)

Titik pisah atau *split-off point* merupakan sebuah tahapan krusial dalam siklus produksi bersama yang menandai berakhirnya akumulasi biaya bersama dan dimulainya identifikasi produk secara individual. Menurut (Mulyadi, 2016), titik pisah adalah saat di mana berbagai macam produk yang dihasilkan dari satu proses produksi serempak mulai dapat diidentifikasi identitas fisiknya dan dipisahkan menjadi produk-produk yang mandiri. Dalam perspektif akuntansi biaya, momen ini menjadi batas akhir bagi seluruh biaya produksi (bahan baku, tenaga kerja, dan overhead) untuk dikategorikan sebagai biaya bersama (*joint cost*).

Penerapan konsep titik pisah dalam perhitungan harga pokok produksi memiliki fungsi-fungsi utama sebagai berikut:

1) Batas Alokasi Biaya Bersama

Menentukan hingga titik mana biaya produksi harus dikumpulkan menjadi satu kesatuan sebelum akhirnya dialokasikan ke masing-masing produk menggunakan metode tertentu.

2) Identifikasi Produk Secara Mandiri

Menandai saat di mana setiap varian produk mulai memiliki karakteristik fisik dan nilai ekonomi tersendiri yang berbeda satu sama lain.

3) Pemisahan Biaya Produksi Langsung (*Separable Costs*)

Membedakan antara biaya yang dikeluarkan untuk kepentingan bersama dengan biaya yang hanya dikeluarkan untuk varian produk tertentu setelah melewati titik pemisahan (seperti biaya pengemasan khusus atau proses tambahan).

4) Titik Pengambilan Keputusan

Memberikan dasar bagi manajemen untuk memutuskan apakah suatu produk akan langsung dijual pada saat titik pisah atau harus diproses lebih lanjut guna memperoleh nilai tambah yang lebih tinggi.

Lebih lanjut, Mulyadi menekankan bahwa ketelitian dalam menentukan titik pisah akan sangat mempengaruhi akurasi pembebanan biaya. Segala biaya yang terjadi setelah melewati titik pisah tidak lagi dianggap sebagai biaya bersama, melainkan menjadi biaya langsung yang dapat ditelusuri (*traceable*) ke masing-masing produk secara spesifik. Oleh karena itu, identifikasi titik pisah yang tepat merupakan prasyarat utama agar alokasi biaya bersama yang dilakukan peneliti tetap relevan dan tidak menimbulkan distorsi pada angka harga pokok produksi final.

e. Metode

Setelah seluruh biaya bersama yang terjadi hingga titik pisah diakumulasikan, langkah selanjutnya yang harus dilakukan adalah membagikan biaya-biaya tersebut ke masing-masing produk bersama. Menurut (Mulyadi, 2016), terdapat beberapa metode yang dapat

digunakan untuk mengalokasikan biaya bersama, di antaranya adalah metode nilai jual relatif, metode rata-rata biaya per satuan, metode rata-rata tertimbang, dan metode satuan fisik. Pemilihan metode yang tepat sangat bergantung pada karakteristik fisik produk serta tujuan informasi yang ingin dicapai oleh manajemen perusahaan.

Menurut (Mulyadi, 2016), metode ini mengalokasikan biaya bersama kepada produk atas dasar koefisien fisik, yaitu kuantitas bahan baku yang terdapat dalam masing-masing produk. Dalam metode ini, biaya bersama dibagi kepada produk-produk bersama berdasarkan satuan ukuran fisik yang sama, seperti berat (kg), volume (liter/ml), atau ukuran panjang (meter).

Beberapa poin penting mengenai penggunaan metode satuan fisik ini antara lain:

1) Dasar Alokasi yang Objektif

Alokasi dilakukan berdasarkan ukuran fisik yang melekat pada produk, sehingga memberikan gambaran yang jelas mengenai konsumsi bahan baku secara riil oleh setiap varian produk.

2) Kesesuaian dengan Produk Cair

Metode ini sangat relevan digunakan untuk industri yang menghasilkan produk dalam bentuk cair, di mana volume merupakan indikator utama dalam proses produksi dan pengemasan.

3) Penyamaan Satuan Ukuran

Agar alokasi dapat dilakukan secara akurat, seluruh produk yang dihasilkan harus dapat diukur dengan satuan unit fisik yang sama.

4) Proporsionalitas Biaya

Produk yang memiliki kuantitas fisik lebih besar secara otomatis akan menanggung beban biaya bersama yang lebih besar pula, mencerminkan pemanfaatan sumber daya yang lebih dominan.

Secara sistematis, perhitungan alokasi biaya bersama menggunakan metode satuan fisik dapat dinyatakan melalui rumus berikut:

$$\text{Alokasi Biaya Produk} = \frac{\text{Jumlah Satuan Fisik Produk}}{\text{Total Satuan Fisik Seluruh Produk}} \times \text{Total Biaya Bersama}$$

Penerapan metode ini dalam akuntansi biaya bertujuan untuk menciptakan konsistensi dalam pembebanan biaya produksi. Mulyadi menekankan bahwa dengan menggunakan satuan fisik sebagai dasar pembagi, perusahaan dapat menghindari subjektivitas yang sering muncul pada metode nilai jual. Setelah biaya bersama dialokasikan, nilai tersebut akan digabungkan dengan biaya-biaya yang terjadi setelah titik pisah (*separable costs*) guna mendapatkan nilai Harga Pokok Produksi (HPP) yang utuh bagi setiap varian produk secara individual.

4. Aset Tetap dan Penyusutan

a. Definisi

Menurut (Mulyadi, 2016), aset tetap adalah kekayaan yang dimiliki perusahaan yang memiliki wujud fisik, mempunyai masa manfaat lebih dari satu tahun, dan digunakan dalam kegiatan operasional normal perusahaan untuk menghasilkan pendapatan. Dalam perspektif akuntansi biaya, aset tetap tidak diperoleh dengan tujuan untuk dijual kembali sebagai bagian dari kegiatan operasional rutin, melainkan untuk dimanfaatkan kapasitas produksinya guna mendukung terciptanya produk atau jasa. Oleh karena itu, pengadaan aset tetap dipandang sebagai sebuah investasi jangka panjang yang nilainya akan dialokasikan secara sistematis ke dalam biaya produksi melalui mekanisme penyusutan.

Secara lebih rinci, suatu kekayaan perusahaan dapat diklasifikasikan sebagai aset tetap apabila memiliki karakteristik fundamental sebagai berikut:

1) Mempunyai Wujud Fisik

Aset tersebut dapat dilihat dan diraba secara nyata (berwujud), sehingga dibedakan dengan aset tidak berwujud seperti hak paten atau *goodwill*.

2) Masa Manfaat Lebih dari Satu Tahun

Aset tetap harus memiliki umur ekonomis yang panjang, yaitu memberikan manfaat produktif bagi perusahaan dalam jangka waktu lebih dari satu periode akuntansi (satu tahun).

3) Digunakan dalam Operasi Perusahaan

Aset tersebut harus secara aktif digunakan dalam proses produksi atau kegiatan operasional lainnya, bukan merupakan barang dagangan atau investasi pasif.

4) Nilainya Cukup Material

Aset tersebut harus memiliki nilai perolehan yang cukup besar sesuai dengan skala usaha perusahaan.

Terkait dengan klasifikasi tersebut, perusahaan perlu mempertimbangkan aspek materialitas dalam pengakuan sebuah aset. Berdasarkan (Ikatan Akuntan Indonesia., 2020), informasi bersifat material jika penghilangan atau kesalahan penyajiannya dapat mempengaruhi keputusan yang dibuat oleh pengguna utama laporan keuangan bertujuan umum atas dasar laporan keuangan tersebut. Dalam konteks aset tetap, prinsip ini memberikan batasan bahwa tidak semua barang berwujud dengan masa manfaat lebih dari satu tahun harus dikapitalisasi dan disusutkan secara formal. Apabila suatu barang memiliki nilai perolehan yang tidak signifikan dibandingkan dengan total biaya operasional secara keseluruhan, maka barang tersebut dapat langsung dibebankan sebagai biaya pada periode berjalan (seperti biaya perlengkapan atau biaya bahan penolong) demi efisiensi pelaporan tanpa mengurangi relevansi informasi yang dihasilkan.

b. Fungsi

Penyusutan atau depresiasi merupakan konsekuensi logis dari penggunaan aset tetap dalam proses produksi. Menurut (Mulyadi, 2016), penyusutan adalah proses alokasi harga perolehan aset tetap menjadi beban selama masa manfaat aset tersebut secara sistematis dan rasional. Penting untuk dipahami bahwa dalam akuntansi, penyusutan bukan merupakan upaya penilaian kembali aset (*valuation*), melainkan sebuah prosedur alokasi biaya (*cost allocation*) untuk memperhitungkan penurunan kapasitas atau manfaat ekonomi suatu aset seiring dengan berjalannya waktu dan intensitas pemakaian. Penyusutan aset tetap memiliki fungsi yang sangat krusial dalam struktur biaya perusahaan, antara lain:

1) Alokasi Biaya Produksi

Fungsi utama penyusutan adalah untuk mendistribusikan harga perolehan aset yang besar ke dalam periode-periode penggunaan aset tersebut. Hal ini memastikan bahwa biaya yang dibebankan pada produk mencerminkan nilai alat yang dikonsumsi selama proses pembuatan.

2) Penerapan Prinsip Penandingan (*Matching Principle*)

Penyusutan membantu perusahaan untuk menandingkan beban penggunaan aset dengan pendapatan yang dihasilkan dari penggunaan aset tersebut pada periode yang sama.

3) Pencadangan Dana Penggantian Aset

Secara konsep ekonomi, penyusutan berfungsi sebagai mekanisme untuk menyisihkan sebagian pendapatan guna mengumpulkan dana yang nantinya akan digunakan untuk membeli aset baru ketika aset yang lama sudah habis umur ekonomisnya.

4) Dasar Perhitungan Harga Pokok Produksi yang Akurat

Dalam metode *full costing*, penyusutan mesin dan peralatan produksi merupakan unsur biaya tetap yang wajib diperhitungkan. Tanpa adanya penyusutan, nilai Harga Pokok Produksi (HPP) akan menjadi terlalu rendah, karena biaya pemanfaatan alat-alat produksi dianggap nol.

Dengan demikian, penyusutan berfungsi untuk memberikan gambaran yang lebih realistis mengenai profitabilitas usaha. Melalui penyusutan, manajemen dapat mengetahui beban operasional yang sebenarnya dan menghindari pengambilan keputusan yang salah akibat informasi biaya yang tidak lengkap.

c. Faktor

Besarnya beban penyusutan yang dialokasikan pada setiap periode akuntansi tidak ditentukan secara subjektif, melainkan didasarkan pada perhitungan atas beberapa variabel utama. Menurut Mulyadi (2015), terdapat tiga faktor fundamental yang sangat menentukan besarnya beban penyusutan yang harus diakui oleh perusahaan dalam perhitungan harga pokok produksi, yaitu:

1) Harga Perolehan (*Acquisition Cost*)

Merupakan total keseluruhan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk memperoleh suatu aset tetap hingga aset tersebut siap untuk digunakan dalam kegiatan operasional. Harga perolehan tidak hanya mencakup harga beli barang yang tertera pada faktur, tetapi juga mencakup biaya-biaya tambahan seperti biaya pengiriman, biaya asuransi selama perjalanan, biaya pemasangan, hingga biaya uji coba mesin. Seluruh akumulasi biaya ini menjadi dasar utama dalam perhitungan penyusutan.

2) Nilai Sisa atau Residu (*Salvage Value*)

Merupakan estimasi nilai tunai yang dapat diperoleh perusahaan jika aset tetap tersebut dijual atau dipertukarkan pada saat masa manfaatnya telah habis. Dalam praktik akuntansi tertentu, perusahaan sering kali menetapkan nilai residu sebesar nol dengan asumsi bahwa pada akhir umur ekonomisnya, aset tersebut tidak lagi memiliki nilai jual yang signifikan atau akan digunakan hingga benar-benar habis fungsinya.

3) Umur Ekonomis atau Masa Manfaat (*Useful Life*)

Merupakan taksiran jangka waktu pemakaian aset tetap dalam kegiatan operasional perusahaan. Penentuan umur ekonomis didasarkan pada pertimbangan fisik (keausan) maupun fungsional (ketertinggalan teknologi). Agar penentuan umur ekonomis bersifat objektif dan dapat dipertanggungjawabkan

dalam laporan keuangan, peneliti dapat merujuk pada standar masa manfaat yang ditetapkan oleh pemerintah melalui (Kementerian Keuangan Republik Indonesia, 2023), yang mengelompokkan aset tetap berdasarkan kategori umur tertentu, yaitu:

Tabel 2.3 Kategori Umur Ekonomis

No	Jenis	Penjelasan	Umur Ekonomis
1	Mebel dan Peralatan	Meja, kursi, lemari, rak, dan perlengkapan sejenis yang terbuat dari kayu, rotan, atau bahan ringan lainnya.	4 Tahun
2	Mesin Kantor	Mesin ketik, kalkulator, telepon, telepon seluler (HP), printer, dan mesin faksimili.	
3	Alat Perlengkapan Khusus	Perkakas (timbangan, alat segel, bor tangan), alat dapur, dan alat-alat bengkel kecil.	
4	Alat Pengangkutan Darat	Alat angkutan darat yang tidak menggunakan motor seperti sepeda, becak, atau gerobak.	
5	Mesin Ringan	Mesin jahit, mesin obras, mesin pemroses makanan skala kecil, dan alat semprot.	
6	Harta Tidak Terdaftar	Harta berwujud bukan bangunan yang tidak tercantum secara spesifik dalam daftar lampiran peraturan.	

Sumber: (Kementerian Keuangan Republik Indonesia, 2023)

Ketepatan dalam menentukan ketiga faktor di atas akan sangat berpengaruh terhadap nilai beban penyusutan setiap bulannya. Jika salah satu variabel tidak ditentukan dengan akurat, maka alokasi biaya tetap dalam struktur biaya overhead pabrik akan mengalami distorsi, yang pada akhirnya mengakibatkan nilai Harga Pokok Produksi (HPP) menjadi kurang relevan.

d. Metode Perhitungan Penyusutan

Metode garis lurus merupakan metode penyusutan yang paling sederhana dan paling sering digunakan dalam praktik akuntansi, terutama bagi usaha kecil dan menengah. Menurut (Mulyadi, 2016), dalam metode ini, beban penyusutan periodik dihitung dengan membagi harga perolehan aset tetap (setelah dikurangi nilai sisa) dengan taksiran umur ekonomisnya. Karakteristik utama dari metode ini adalah jumlah beban penyusutan yang dialokasikan setiap periodenya berjumlah sama besar selama umur ekonomis aset tersebut masih berlaku.

Pemilihan metode garis lurus dalam penelitian ini didasarkan pada beberapa keunggulan teoritis dan praktis, yaitu:

1) Kemudahan Perhitungan

Prosedur perhitungannya sangat sederhana sehingga meminimalisir risiko kesalahan matematis dalam penentuan biaya tetap.

2) Konsistensi Beban

Menghasilkan beban biaya yang stabil setiap periodenya, sehingga memudahkan manajemen dalam melakukan perencanaan dan pengendalian biaya produksi.

3) Kesesuaian dengan Aset Tetap Sederhana

Sangat cocok untuk aset yang memberikan manfaat ekonomi secara merata sepanjang waktu, seperti peralatan produksi dan bangunan.

Secara matematis, rumus perhitungan penyusutan dengan metode garis lurus menurut Mulyadi adalah sebagai berikut:

$$\text{Beban Penyusutan Per Periode} = \frac{\text{Harga Perolehan} - \text{Nilai Sisa}}{\text{Umur Ekonomis}}$$

Dalam penerapan metode ini, peneliti harus memastikan bahwa data harga perolehan dan estimasi umur ekonomis telah ditentukan dengan benar. Jika aset tersebut tidak memiliki nilai sisa yang signifikan, maka variabel \$N\$ dalam rumus di atas dapat dianggap nol, sehingga seluruh harga perolehan akan dialokasikan habis sebagai beban penyusutan selama masa manfaatnya.

e. Kedudukan Biaya Penyusutan

Dalam akuntansi biaya, khususnya saat menggunakan metode *full costing*, seluruh biaya yang terjadi dalam proses produksi harus diklasifikasikan dengan tepat untuk menentukan harga pokok produk yang akurat. Menurut Mulyadi (2015), biaya overhead pabrik (BOP) adalah biaya produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Biaya penyusutan aset tetap yang digunakan dalam departemen produksi (seperti mesin, peralatan, dan bangunan pabrik) dikategorikan sebagai salah satu unsur utama dalam biaya overhead pabrik. Hal ini dikarenakan aset tetap tersebut memberikan dukungan

fasilitas bagi kelancaran proses produksi meskipun tidak secara fisik melekat pada produk akhir.

Lebih lanjut, dalam struktur biaya produksi, penyusutan memiliki kedudukan sebagai Biaya Overhead Pabrik Tetap (*Fixed Factory Overhead*). Hal ini dikarenakan besarnya beban penyusutan yang diakui setiap periodenya cenderung stabil dan tidak dipengaruhi secara langsung oleh naik turunnya volume produksi, terutama jika menggunakan metode garis lurus. Dalam metode *full costing*, kedudukan penyusutan sangatlah penting karena metode ini mensyaratkan semua unsur biaya produksi, baik yang bersifat variabel maupun tetap, diperhitungkan dalam penentuan harga pokok produksi.

5. Harga Jual

a. Definisi

Harga jual merupakan nilai moneter yang ditetapkan oleh perusahaan atas produk yang ditawarkan kepada konsumen sebagai kompensasi atas biaya-biaya yang dikeluarkan serta margin keuntungan yang diharapkan. Menurut (Sujarweni W. , 2020), harga jual adalah sejumlah nilai yang harus dibayarkan oleh pembeli untuk memperoleh barang atau jasa, yang mencakup total biaya produksi, biaya non-produksi, serta tingkat keuntungan yang diinginkan perusahaan.

Pandangan ini diperkuat oleh (Hery, 2022) yang menyatakan bahwa harga jual merupakan kesepakatan nilai ekonomi atas suatu produk yang mencerminkan upaya perusahaan dalam memberikan nilai tambah, yang harus mampu menutupi seluruh beban operasional dan memberikan imbal hasil yang memadai bagi keberlangsungan usaha. Sejalan dengan hal tersebut, (Rudianto, 2022) menekankan bahwa harga jual bukan sekadar angka di pasar, melainkan hasil dari kalkulasi cermat atas harga pokok produksi ditambah dengan komponen laba yang ditentukan secara strategis untuk menjaga daya saing dan profitabilitas jangka panjang perusahaan.

b. Fungsi

Menurut (Sujarweni W. , 2020), fungsi penetapan harga jual yang tepat mencakup aspek-aspek berikut:

- 1) Menjamin kelangsungan hidup perusahaan melalui pencapaian pendapatan yang mampu menutup seluruh biaya produksi dan non-produksi.
- 2) Mencapai target profitabilitas yang telah direncanakan oleh manajemen melalui margin keuntungan yang proporsional.
- 3) Membangun posisi produk di pasar agar dapat bersaing dengan kompetitor tanpa mengabaikan kualitas.
- 4) Sebagai instrumen evaluasi kinerja untuk mengetahui apakah proses produksi sudah berjalan efisien.

Selain perspektif di atas, para ahli lainnya turut menekankan pentingnya fungsi harga jual dalam konteks operasional dan strategis. (Harnanto, 2017) menyatakan bahwa harga jual berfungsi sebagai proteksi margin keuntungan guna memastikan perusahaan memiliki imbal hasil yang memadai untuk pengembangan usaha di masa depan. Senada dengan hal tersebut, Mardjani (2019) menegaskan bahwa dalam ekosistem UMKM, harga jual berfungsi sebagai sinyal nilai bagi konsumen sekaligus menjadi penentu apakah produk tersebut dapat diterima oleh pasar tanpa harus mengurangi margin laba yang ditargetkan. Terakhir, (Mulyadi, 2016) menambahkan bahwa fungsi harga jual juga sangat krusial sebagai alat kendali, di mana data harga jual menjadi tolok ukur bagi manajemen untuk mengevaluasi apakah efisiensi produksi yang dilakukan telah berjalan optimal atau memerlukan perbaikan di titik-titik tertentu.

c. Metode Penetapan Harga Jual

Menurut (Sujarweni W. , 2020) terdapat tiga metode utama dalam penetapan harga jual yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan operasional dan profitabilitasnya, yaitu:

1) Metode penetapan harga jual berdasarkan biaya

Dalam metode penentuan harga jual yang berdasarkan biaya memiliki bentuk yang paling sederhana namun paling umum digunakan karena memberikan kepastian bagi perusahaan

untuk menutupi seluruh beban operasional. Metode ini dibagi menjadi tiga pendekatan:

a) *Cost plus pricing* method

Dalam penentuan harga jual *cost plus pricing*, biaya yang digunakan dijadikan sebagai dasar dalam penentuan, maka dapat didefinisikan sesuai dengan metode penentuan harga pokok produk yang digunakan. Metode ini sangat ideal bagi perusahaan manufaktur untuk memastikan bahwa margin laba dapat ditentukan secara pasti di atas total biaya produksi. Dalam menghitung *cost plus pricing*, digunakan rumus:

$$\textbf{Harga Jual} = \textbf{Biaya Total} + \textbf{Margin}$$

b) *Mark up pricing* method

Mark up pricing banyak digunakan oleh para pedagang atau perusahaan dagang. Para pedagang akan menentukan harga jualnya dengan cara menambahkan *mark up* yang diinginkan pada harga beli per satuan. Persentase yang ditetapkan berbeda untuk setiap jenis barang tergantung pada tingkat perputaran barang dan biaya operasional toko. Dalam menghitung harga jual, menggunakan rumus:

$$\textbf{Harga Jual} = \textbf{Harga Beli} + \textbf{Mark Up}$$

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

Penetapan harga berdasarkan keseimbangan antara jumlah total biaya keseluruhan dengan jumlah total penerimaan keseluruhan. Metode ini bertujuan untuk menentukan titik di mana perusahaan tidak memperoleh keuntungan namun juga tidak menderita kerugian, yang berfungsi sebagai batas bawah dalam penetapan harga. Rumusnya adalah:

$$\text{Harga Jual} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Harga Jual per Unit} - \text{Biaya Variabel per Unit}}$$

2) Metode penetapan harga jual berdasarkan harga pesaing

Penetapan harga dilakukan dengan menggunakan harga pesaing sebagai bahan referensi utama. Dalam metode ini, perusahaan tidak hanya fokus pada biaya internal, tetapi juga pada bagaimana konsumen memandang nilai produk dibandingkan dengan kompetitor. Untuk memenangkan persaingan dan meraih konsumen sebanyak-banyaknya digunakan strategi harga. Strategi harga jual ini misalnya menetapkan harga di bawah harga pasar (*penetration pricing*) dengan maksud untuk meraih pangsa pasar secara cepat, atau menetapkan harga yang sama dengan pasar untuk menjaga stabilitas kompetitif.

3) Penetapan harga berdasarkan permintaan

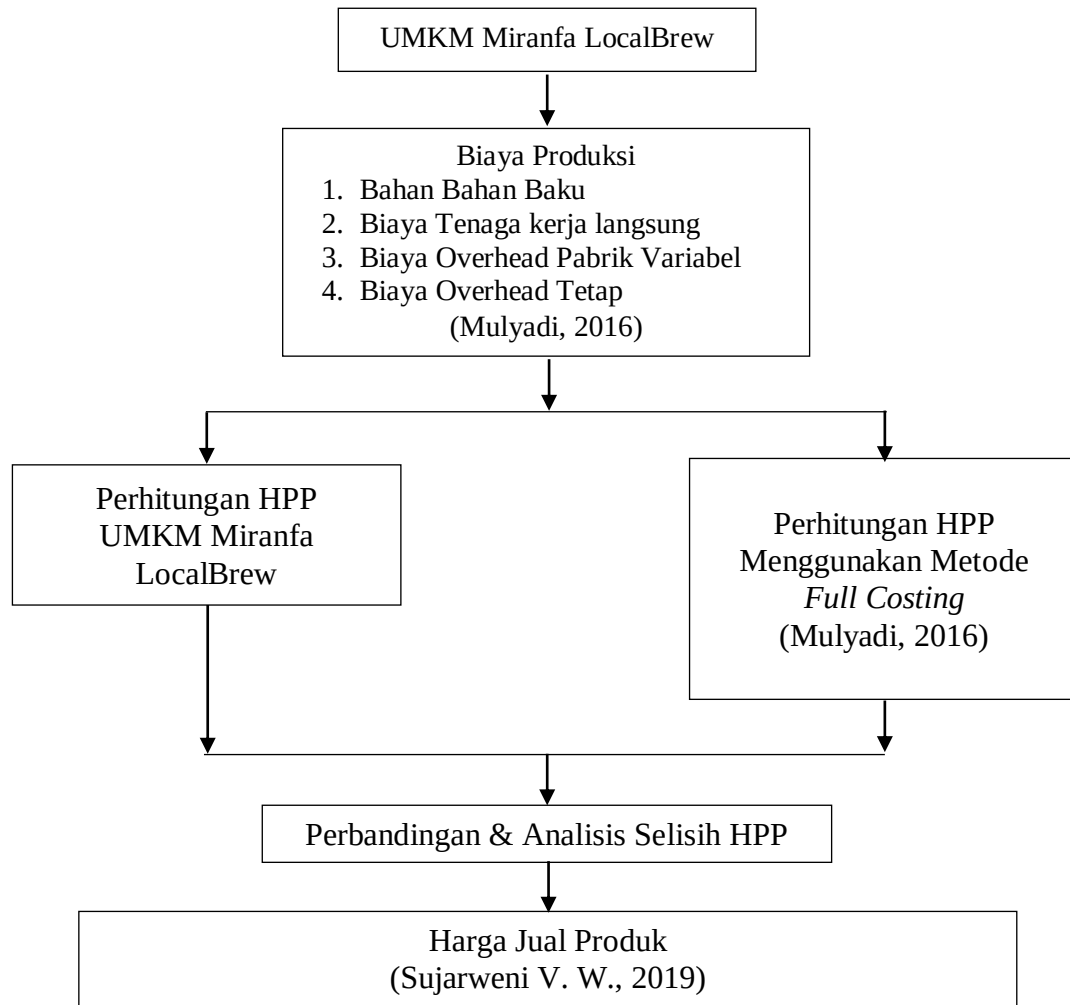
Penetapan harga jual dilakukan dengan menganalisis persepsi dan perilaku konsumen terhadap produk. Fokus utamanya adalah memahami nilai yang dirasakan pelanggan

(*customer-perceived value*). Konsumen diminta untuk memberikan pernyataan atau pendapat apakah mereka merasa harga yang ditawarkan termasuk kategori murah, terlalu murah, terasa mahal, atau terlalu mahal, yang kemudian dikaitkan dengan kualitas produk yang diterima. Metode ini sangat dipengaruhi oleh elastisitas permintaan, di mana perusahaan harus jeli melihat apakah perubahan harga sedikit saja akan berdampak besar pada penurunan jumlah unit yang terjual.

C. Kerangka Konseptual

Menurut (Sugiyono, 2022), kerangka konseptual adalah suatu model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka ini merupakan sintesa tentang hubungan antar variabel yang disusun berdasarkan teori-teori yang telah dideskripsikan. Dibawah ini adalah gambaran kerangka konseptual yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual



Sumber: Data diolah, 2026