

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Akuntansi Biaya

Menurut Mulyadi (2017:7) akuntansi biaya adalah proses pencatatan, penggolongan, peringkasan dan penyajian biaya, pembuatan dan penjualan produk atau jasa, dengan cara-cara tertentu, serta penafsiran terhadapnya. Objek kegiatan akuntansi biaya adalah biaya. Sedangkan menurut Harnanto (2017:4) Akuntansi biaya adalah akuntansi yang difokuskan pada tujuan penyediaan informasi tentang pendapatan dan biaya yang relevan dengan kebutuhan manajemen.

Berdasarkan definisi para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa akuntansi biaya adalah proses pencatatan, penggolongan, peringkasan dan penyajian informasi biaya yang dimulai dari pembuatan sampai dengan penjualan produk atau jasa dengan cara tertentu untuk menghasilkan laporan biaya yang relevan dengan kebutuhan manajemen perusahaan untuk pengambilan keputusan internal perusahaan. Informasi akuntansi biaya dirancang untuk pengambilan keputusan, karena pengambilan keputusan manajemen disesuaikan dengan informasi laporan biaya yang tersaji untuk proses selanjutnya.

1. Tujuan Informasi Akuntansi Biaya

Menurut Iryanie dan Monika (2019:1) Akuntansi biaya memiliki beberapa tujuan, diantaranya sebagai berikut:

- a. Penentuan Harga Pokok Produk
- b. Menyediakan Informasi Biaya Bagi Kepentingan Manajemen
- c. Alat Perencanaan
- d. Pengendalian Biaya
- e. Memperkenalkan Berbagai Metode
- f. Pengambilan Keputusan Khusus
- g. Menghitung Laba Perusahaan Pada Metode Tertentu
- h. Menghitung dan Menganalisa Terjadinya Ketidakefektifan dan Ketidakefisienan
Menganalisis dan menentukan solusi terbaik jika ada perbedaan antara batas maksimum tersebut dengan yang sesungguhnya terjadi.

2. Fungsi Akuntansi Biaya

Menurut Iryanie dan Monika (2019:4) ada beberapa fungsi dari akuntansi biaya, diantaranya sebagai berikut:

- a. Melakukan perhitungan dan pelaporan biaya (harga) pokok suatu produk
- b. Memperinci biaya (harga) pokok produk pada segenap unsur
- c. Memberikan informasi dasar untuk membuat perencanaan biaya dan beban
- d. Memberikan data bagi proses penyusunan anggaran
- e. Memberikan informasi biaya bagi manajemen guna dipakai dalam pengendalian manajemen

2.1.2. Biaya

Menurut Mulyadi (2017:8) secara luas biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu. Sedangkan menurut Harnanto (2017:22) biaya (*Cost*) adalah jumlah uang yang dinyatakan dari sumber-sumber (ekonomi) yang dikorbankan (terjadi dan akan terjadi) untuk mendapatkan sesuatu atau mencapai tujuan tertentu. Biaya adalah kas atau nilai yang setara kas yang dikorbankan untuk produk yang diharapkan dapat membawa keuntungan di masa kini dan masa yang akan datang bagi organisasi (Badriyah, 2015:39)

Dari beberapa pengertian para ahli di atas dapat kita simpulkan bahwa biaya adalah jumlah uang, nilai tukar, pengeluaran, pengorbanan baik yang sudah dilakukan maupun yang akan dilakukan untuk menghasilkan produk atau jasa dengan tujuan tertentu yang bermanfaat untuk perusahaan dan dapat membawa keuntungan di masa kini dan masa yang akan datang bagi perusahaan. Sehingga pengeluaran biaya ini diharapkan dapat menjamin lancarnya kegiatan operasional perusahaan.

1. Manfaat Informasi Biaya

Menurut Iryanie dan Monika (2019:4) ada 4 (empat) manfaat informasi biaya, yaitu:

- a. Perencanaan, yaitu penetapan biaya di awal atas aktivitas yang akan dilaksanakan dikemudian hari dengan acuan biaya-biaya yang sudah dilakukan dan dilaporkan.
- b. Pengawasan, yaitu perbandingan dan evaluasi yang berkelanjutan antara pelaksanaan dan pengawasan, untuk mengetahui seberapa jauh hasil yang telah dicapai perusahaan

- c. Pengukuran Penghasilan (*Income Measurement*), yaitu akumulasi dan alokasi data biaya yang diperlukan dalam menyiapkan laporan keuangan perusahaan dan penetapan penghasilan periodik. (Data HP Produksi, HP Penjualan, dan total penjualan).
- d. Pengambilan Keputusan Bisnis, yaitu melibatkan pilihan serangkaian alternatif, keputusan bisnis yang memegang kunci strategis (keputusan Penetapan Harga Pokok dan Keputusan Investasi).

2. Perbedaan Antara Biaya dan Beban

Biaya adalah kas atau setara kas yang dikeluarkan perusahaan dengan tujuan untuk mendapatkan manfaat atas biaya tersebut. Manfaat tersebut biasanya berupa pendapatan yang diterima perusahaan akibat mengeluarkan biaya.

Beban adalah pengorbanan yang dikeluarkan perusahaan untuk mendapat masa manfaat di masa kini dan di masa yang akan datang. Manfaat yang dimaksud adalah manfaat atas penggunaan sumber daya dan bukan termasuk klasifikasi upaya perusahaan dalam mendapatkan pendapatan.

Dari penjelasan di atas dapat kita simpulkan perbedaan biaya dan beban terdapat pada manfaat yang diperoleh. Manfaat yang diperoleh untuk biaya adalah pendapatan, sedangkan manfaat yang diperoleh untuk beban adalah penggunaan sumber daya.

3. Klasifikasi Biaya

Menurut Iryanie dan Monika, (2019:5) ada 8 (delapan) klasifikasi biaya, yaitu:

a. Unsur Biaya

Pengklasifikasian biaya berdasarkan unsur produk ini dibedakan atas:

1) Biaya Bahan Baku

Menurut Mulyadi (2016:275) Bahan baku merupakan bahan yang membentuk bagian menyeluruh produk jadi. Biaya bahan baku meliputi harga pokok semua bahan yang dapat diidentifikasi dengan pembuatan suatu jenis produk, dengan mudah dapat ditelusuri atau dilihat perwujudannya di dalam produk selesai (Harnanto, 2017: 63). Bahan Baku dibedakan menjadi 2 (dua), yaitu:

- a) Biaya Bahan Baku Langsung, yaitu semua bahan yang dapat dikenal sampai menjadi produk jadi, dapat dengan mudah ditelusuri dan merupakan bahan utama produk jadi

- b) Biaya Bahan Baku Tidak Langsung, yaitu semua bahan yang dimasukkan ke dalam proses produksi yang tidak dapat dengan mudah ditelusuri seperti bahan langsung.

2) Biaya Tenaga Kerja atau Buruh

Menurut Mulyadi (2016:319) tenaga kerja merupakan usaha fisik atau mental yang dikeluarkan karyawan untuk mengolah produk. Biaya tenaga kerja adalah harga yang dibebankan untuk penggunaan tenaga kerja manusia tersebut. Tenaga kerja dibedakan mejadi 2 (dua), yaitu:

- a) Tenaga Kerja Langsung, yaitu semua tenaga kerja yang terlibat dalam proses produksi dan dibebankan secara langsung kepada pesanan atau produk yang bersangkutan melalui suatu rekening (buku besar) produk dalam proses biaya tenaga kerja (Harnanto, 2017:267), dan dapat juga ditelusuri dengan mudah.
- b) Tenaga Kerja Tidak Langsung, yaitu semua tenaga kerja yang terlibat dalam proses produksi produk jadi, tetapi bukan tenaga kerja langsung, sehingga tidak dapat ditelusuri dengan mudah.

3) Biaya *Overhead* Pabrik (Factory Overhead)

Biaya *overhead* pabrik merupakan elemen biaya produksi selain Biaya Bahan Baku (BBB) dan Biaya Tenaga Kerja Langsung (BTL) yang terdiri dari berbagai macam biaya dan semuanya tidak dapat ditelusuri secara langsung kepada produk atau aktivitas lain dalam upaya perusahaan untuk merealisasikan pendapatan (Harnanto, 2017:151). Menurut Mulyadi (2016:194) biaya *overhead* pabrik dikelompokkan menjadi beberapa golongan, diantaranya sebagai berikut:

- a) Biaya bahan penolong
- b) Biaya reparasi dan pemeliharaan
- c) Biaya tenaga kerja tidak langsung
- d) Biaya yang timbul akibat penilaian terhadap aktiva tetap
- e) Biaya yang timbul sebagai akibat berlalunya waktu
- f) Biaya *overhead* pabrik lain yang secara langsung memerlukan pengeluaran uang tunai

b. Hubungan Dengan Produksi

Pengklasifikasian biaya ini dibagi menjadi dua, yaitu:

1) Biaya Prima (*Prime Cost*)

Biaya prima merupakan biaya bahan baku langsung dan biaya tenaga kerja langsung dimana biaya tersebut berhubungan langsung dengan produksi.

2) Biaya Konversi (*Conversion Cost*)

Biaya konversi merupakan biaya yang berhubungan dengan mengolah bahan baku menjadi produk jadi tetapi bukan biaya bahan baku langsung.

c. Hubungan Dengan Volume

Pengklasifikasian biaya berdasarkan hubungannya dengan volume terbagi atas:

1) Biaya Variabel (*Variable Cost*)

Merupakan biaya yang secara total cenderung berubah-ubah secara proposional sesuai dengan perubahan volume produksi sedangkan perunitnya tetap konstan.

2) Biaya Tetap (*Fixed Cost*)

Biaya tetap merupakan biaya yang dalam unit berubah-ubah dan dalam total selalu konstan, meskipun dalam batas interval tertentu

3) Biaya Semi Variabel (*Semi Variable Cost*)

Biaya semi variabel merupakan biaya yang mengandung dua unsur yaitu biaya tetap dan biaya variabel

4) Biaya Penutupan (*Shutdown Cost*)

Biaya penutupan merupakan biaya tetap yang akan dibebankan ketika perusahaan tidak melakukan aktivitas produksi.

d. Pembebanannya Terhadap Departemen

Pengklasifikasian berdasarkan pembebanan terhadap departemen, yaitu sebagai berikut:

1) Departemen Produksi

Merupakan suatu departemen yang secara langsung memberi kontribusi untuk memproduksi suatu produk.

2) Departemen Jasa

Merupakan departemen yang berhubungan dengan proses produksi secara tidak langsung dan berfungsi memberikan jasa (layanan) untuk departemen lain.

e. Daerah Fungsional

Pengklasifikasian berdasarkan daerah fungsional terdiri dari:

1) Biaya Manufaktur

Biaya ini berhubungan dengan produksi suatu barang, dimana biaya manufaktur dimulai dari pembelian bahan baku hingga produk menjadi barang jadi.

2) Biaya Pemasaran

Merupakan biaya yang dibebankan di dalam penjualan suatu barang atau jasa dari keluarnya barang dari gudang sampai ke tangan pembeli.

3) Biaya Administrasi

Merupakan semua biaya pendataan atau pembukuan perusahaan.

f. Periode Pembebanan Terhadap Pendapatan

Pengklasifikasian biaya berdasarkan periode pembebanan terhadap pendapatan, terbagi atas

1) Biaya Produksi

Merupakan biaya yang secara langsung masuk ke dalam proses produksi dan dapat diidentifikasi sampai ke produk jadi

2) Biaya Periodik

Merupakan biaya yang secara tidak langsung berhubungan dengan produk, tetapi bukan biaya bahan baku langsung maupun biaya tenaga kerja langsung.

g. Pertimbangan Ekonomi

Biaya kesempatan merupakan nilai manfaat yang dapat diukur, yang dapat dipilih dengan cara memilih serangkaian tindakan alternatif.

h. Pertimbangannya Dengan Manajemen Puncak

Pengklasifikasian biaya berdasarkan pertimbangan manajemen puncak terdiri dari:

1) Biaya Rekayasa

Merupakan taksiran unsur biaya yang dibebankan dengan jumlahnya yang paling tepat dan wajar. Biaya rekayasa ditetapkan di awal proses produksi.

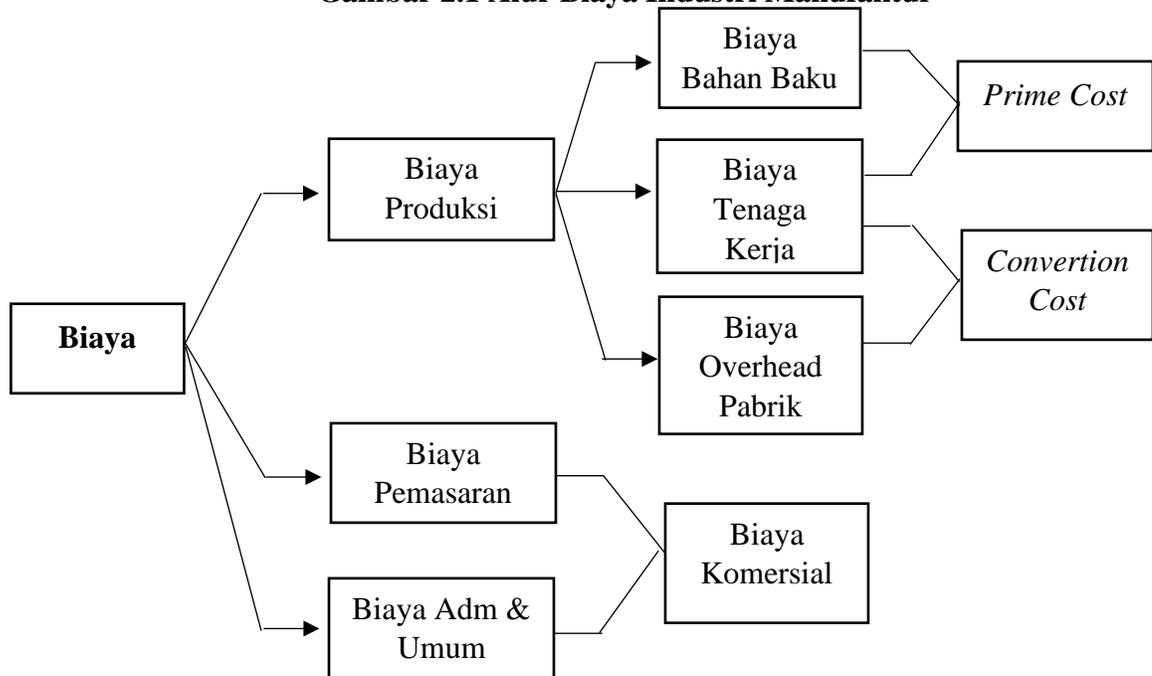
2) Biaya Kebijakan (*Discretionary Cost*)

Merupakan semua unsur biaya yang jumlahnya bervariasi sesuai dengan kebijakan manajer pusat pertanggungjawaban.

3) Biaya Komitmen (*Sunk Cost*)

Merupakan biaya konsekuensi komitmen yang sebelumnya telah dibuat dan yang tidak dapat dihindarkan. Biaya ini bisa juga disebut dengan biaya kesepakatan.

Gambar 2.1 Alur Biaya Industri Manufaktur



Sumber: Ramdhani, *et al* (2020:4)

2.1.3. Harga Pokok Produksi

Menurut Badriyah (2015:61) banyaknya perusahaan dan industri yang bergerak dalam bidang yang sama membuat suhu persaingan meningkat tinggi. Bagi suatu perusahaan, memperoleh laba merupakan tujuan utama untuk kelangsungan hidup dan kemajuan perusahaan. Untuk memperoleh laba ada tiga faktor utama didalam perusahaan yang harus diperhatikan, yaitu jumlah barang yang akan di produksi, biaya per unit untuk memproduksi, dan harga jual per unit produk tersebut. Harga Pokok Produksi merupakan faktor yang penting dalam pertimbangan untuk menentukan harga jual yang nantinya diharapkan untuk memperoleh laba.

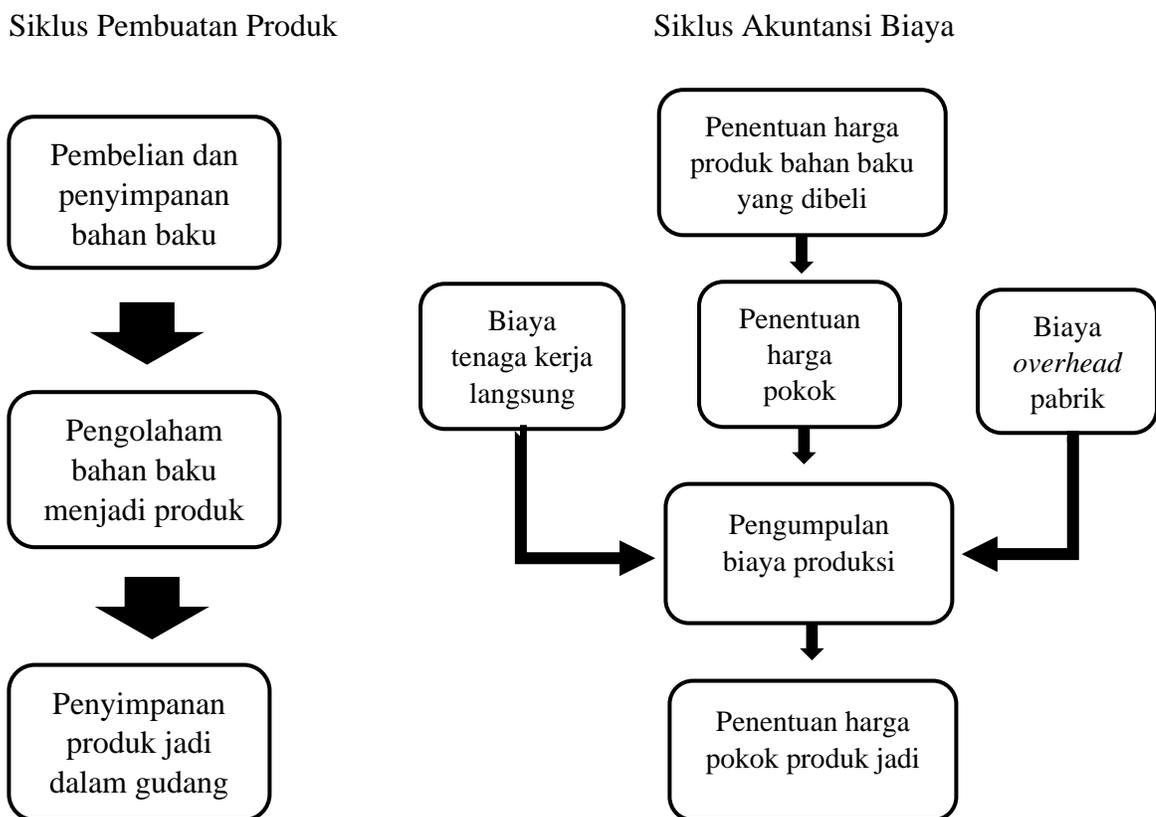
Perhitungan Harga Pokok Produksi yang tepat dan akurat merupakan hal yang harus dilakukan oleh setiap perusahaan agar hasil yang diterima perusahaan sesuai dengan apa yang diharapkan perusahaan, karena tanpa adanya perhitungan Harga Pokok Produksi yang tepat dan akurat, perusahaan akan mengalami masalah dalam penentuan harga jual suatu produk.

Harga pokok produksi merupakan biaya barang yang dibeli untuk di proses sampai selesai, baik sebelum maupun selama priode akuntansi berjalan. Biaya produksi

merupakan keseluruhan beban atau pengorbanan yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk kegiatan produksi. Biaya produksi yakni biaya-biaya yang berhubungan langsung dengan produksi dari suatu produk dari bahan baku sampai produk jadi dan siap dijual. Biaya produksi dapat digolongkan menjadi tiga, yaitu:

1. Biaya bahan baku
2. Biaya tenaga kerja langsung
3. Biaya *overhead* pabrik

Gambar 2.2 Penentuan Harga Pokok Produk



Sumber: Mulyadi (2016:36)

1. Manfaat Harga Pokok Produksi

Menurut Mulyadi (2016:65) dalam perusahaan yang memproduksi massa, informasi harga pokok produksi yang dihitung untuk jangka waktu tertentu bermanfaat bagi manajemen, manfaat tersebut diantaranya yaitu:

a. Menentukan Harga Jual Produk.

Perusahaan yang memproduksi massa memproses produknya untuk memenuhi persediaan di gudang. Dengan demikian biaya produksi dihitung untuk jangka waktu tertentu untuk menghasilkan informasi biaya produksi persatuan produk. Dalam penetapan harga jual produk, biaya produksi per unit merupakan salah satu informasi yang dipertimbangkan di samping informasi biaya lain serta informasi non biaya.

b. Memantau Realisasi Biaya Produksi

Jika rencana produksi untuk jangka waktu tertentu telah diputuskan untuk dilaksanakan, manajemen memerlukan informasi biaya produksi yang sesungguhnya dikeluarkan di dalam pelaksanaan rencana produksi tersebut. Oleh karena itu, akuntansi biaya digunakan untuk mengumpulkan informasi biaya produksi yang dikeluarkan dalam jangka waktu tertentu untuk memantau apakah proses produksi mengkonsumsi total biaya produksi sesuai dengan yang diperhitungkan sebelumnya.

c. Menghitung Laba atau Rugi Periodik.

Untuk mengetahui apakah kegiatan produksi dan pesanan perusahaan dalam periode tertentu mampu menghasilkan laba bruto atau mengakibatkan rugi bruto, manajemen memerlukan informasi biaya produksi yang telah dikeluarkan untuk memproduksi produk dalam periode tertentu. Informasi laba atau rugi periodik diperlukan untuk mengetahui kontribusi produk dalam menutup biaya nonproduksi dan menghasilkan laba atau rugi.

Menentukan harga pokok persediaan produk jadi dan produk dalam proses yang disajikan dalam laporan posisi keuangan. Pada saat manajemen dituntut untuk membuat pertanggungjawaban keuangan periodik, manajemen harus menyajikan laporan keuangan berupa laporan posisi keuangan dan laporan laba rugi. Di dalam laporan posisi keuangan, manajemen harus menyajikan harga pokok persediaan, produk jadi dan Harga Pokok Produk yang pada tanggal laporan posisi keuangan masih dalam proses, untuk tujuan tersebut manajemen perlu menyelenggarakan pencatatan biaya produksi tiap periodik.

2. Penetapan Harga Pokok Produksi

Menurut Mulyadi (2016:17) metode penentuan kos produksi adalah cara memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam kos produksi. Dalam memperhitungkan

unsur-unsur biaya ke dalam kos produksi, terdapat dua pendekatan, yaitu: metode *full costing* dan metode *variable costing*

1. Metode *Full Costing*

Metode *full costing* merupakan metode penentuan kos produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi ke dalam kos produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik, baik yang berperilaku sebagai biaya variabel maupun biaya tetap. Sehingga dapat dikatakan bahwa metode *full costing* merupakan metode penentuan harga pokok yang memasukkan biaya *overhead* pabrik baik yang berlaku tetap maupun variabel. Karena produk yang dihasilkan menyerap jasa biaya *overhead* tetap walaupun tidak secara langsung, maka wajar apabila biaya *overhead* tetap memasuki sebagai komponen pembentukan biaya pokok produksi. Dalam metode *full costing* semua unsur biaya produksi baik biaya tetap maupun variabel dihitung sebagai harga pokok produksi. Dengan demikian kos produksi menurut metode *full costing* terdiri dari unsur biaya produksi, berikut ini:

Tabel 2.1 Kos Produksi Menurut Metode *Full Costing*

Biaya Bahan Baku	xxx
Biaya Tenaga Kerja Langsung	xxx
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik Variabel	xxx
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik Tetap	<u>xxx</u>
Kos Produksi	xxx

Sumber: Mulyadi (2016:18)

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

Tabel 2.2 Kos Produksi dan Kos Produk Menurut *Full Costing*

Biaya Bahan Baku	xxx	
Biaya Tenaga Kerja Langsung	xxx	
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik Variabel	xxx	
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik Tetap	xxx	
Harga Pokok Produksi		xxx
Biaya Administrasi dan Umum	xxx	
Biaya Pemasaran	xxx	
Biaya Komersial		xxx
Total Harga Pokok Produksi		xxx

Sumber: Mulyadi (2016:18)

2. Metode *Variable Costing*

Menurut Mulyadi (2016: 18) metode *variable costing* merupakan metode penentuan kos produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku variabel ke dalam kos produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* variabel. Dengan demikian kos produksi menurut metode *variable costing* terdiri dari unsur biaya produksi sebagai berikut:

Tabel 2.3 Kos Produksi Menurut Metode *Variable Costing*

Biaya Bahan Baku	xxx
Biaya Tenaga Kerja Langsung	xxx
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik Variabel	xxx
Kos Produksi	xxx

Sumber: Mulyadi (2016:19)

Kos produksi yang dihitung dengan pendekatan *variable costing* terdiri dari unsur kos produksi variabel (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik variabel) ditambah dengan biaya nonproduksi variabel (biaya pemasaran, biaya administrasi dan umum variabel) dan biaya tetap (biaya *overhead* pabrik tetap, biaya pemasaran tetap, dan biaya administrasi dan umum tetap) (Mulyadi, 2016:19). Pendekatan metode variabel *costing* tidak diperkenankan untuk pelaporan keuangan kepada pihak luar. Begitu banyak perusahaan yang memakai variabel *costing* ini untuk internal dan format *full costing* untuk eksternal.

Tabel 2.4 Kos Produksi dan Kos Produk Menurut Variabel Costing

Biaya Bahan Baku	xxx	
Biaya Tenaga Kerja Langsung	xxx	
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik Variabel	xxx	
Harga Pokok Produksi		Xxx
Biaya Administrasi dan Umum Variabel	xxx	
Biaya Pemasaran Variabel	xxx	
Biaya Administrasi dan Umum Tetap	xxx	
Biaya Pemasaran Tetap	xxx	
Biaya Komersial		Xxx
Total Harga Pokok Produksi		Xxx

Sumber: Mulyadi (2016:19)

2.1.4. Perbedaan Metode *Full Costing* dan Variabel *Costing*

Perbedaan antara konsep variabel *costing* dengan *full costing* terletak pada tujuan utamanya, yaitu konsep variabel *costing* mempunyai tujuan utama untuk pelaporan internal, tetapi variabel *costing* ini bisa juga digunakan untuk laporan eksternal apabila laporan disusun atas dasar variabel *costing* disesuaikan dengan teknik-teknik tertentu, menjadi laporan yang disusun atas dasar konsep harga pokok penuh (*full costing*), sebab konsep variabel *costing* tidak sesuai dengan prinsip akuntansi yang berlaku umum, sedangkan konsep *full costing* mempunyai tujuan utama untuk pelaporan eksternal. Adanya kedua perbedaan tersebut mengakibatkan perbedaan perlakuan terhadap biaya produksi tetap.

Perbedaan lainnya yaitu terletak pada perlakuan biaya tetap produksi tidak langsung. Dalam metode *full costing* dimasukkan unsur biaya produksi karena masih berhubungan dengan pembuatan produk berdasarkan tarif (*budget*), sehingga apabila produksi sesungguhnya berbeda dengan *budget* maka akan timbul kekurangan atau kelebihan pembebanan. Tetapi pada variabel *costing* memperlakukan biaya produksi tidak langsung tetap bukan sebagai unsur harga pokok produksi, tetapi lebih tepat dimasukkan sebagai biaya periodik, yaitu dengan membebankan seluruhnya ke periode di mana biaya tersebut dikeluarkan sehingga dalam variabel *costing* tidak terdapat pembebanan lebih atau kurang.

Menurut Badriyah (2015:122-123) perbedaan yang timbul antara metode *full costing* dan variabel *costing* adalah sebagai berikut:

1. Dalam metode *full costing*, perhitungan harga pokok produksi dan penyajian laporan laba rugi didasarkan pada pendekatan fungsi. Sehingga apa yang disebut sebagai biaya produksi adalah seluruh biaya yang berhubungan dengan fungsi produksi, baik langsung tetap maupun variabel. Dalam metode variabel *costing*. Menggunakan pendekatan tingkah laku, artinya perhitungan harga pokok dan penyajian dalam laba rugi didasarkan atas tingkah laku biaya. Biaya produksi dibebani biaya variabel saja, dan biaya tetap dianggap bukan biaya produksi.
2. Dalam metode *full costing*, biaya periode diartikan sebagai biaya yang tidak berhubungan dengan biaya produksi, dan biaya ini dikeluarkan dalam rangka mempertahankan kapasitas yang diharapkan akan dicapai perusahaan, *full costing* mengakui biaya periode sebagai biaya operasi, sedangkan dalam metode variabel *costing* yang dimaksud biaya periode adalah biaya yang setiap periode harus tetap dikeluarkan atau dibebankan tanpa dipengaruhi perubahan kapasitas kegiatan. Variabel *costing* menganggap biaya periode adalah biaya tetap, baik produksi maupun operasi.
3. Menurut metode *full costing*, biaya *overhead* tetap diperhitungkan dalam harga pokok, sedangkan dalam variabel *costing* biaya tersebut diperlakukan sebagai biaya periodik. Sehingga saat produk atau jasa yang bersangkutan terjual, biaya tersebut masih melekat pada persediaan produk atau jasa, sedangkan dalam variabel *costing*, biaya tersebut langsung diakui sebagai biaya pada saat terjadinya.
4. Jika biaya *overhead* pabrik dibebankan pada produk atau jasa berdasarkan tarif yang ditentukan dimuka dan jumlahnya berbeda dengan biaya *overhead* pabrik yang sesungguhnya maka selisihnya dapat berupa pembebanan *overhead* pabrik berlebihan. Menurut metode *full costing*, selisih tersebut dapat diperlakukan sebagai penambah atau pengurang harga pokok yang belum laku (harga pokok persediaan).
5. Dalam metode *full costing*, perhitungan laba rugi menggunakan istilah laba kotor, yaitu kelebihan penjualan atas harga pokok penjualan
6. Dalam metode variabel *costing*, menggunakan istilah margin kontribusi, yaitu kelebihan penjualan dari biaya-biaya variabel

2.1.5. Harga Jual

1. Pengertian Harga Jual

Harga merupakan komponen yang berpengaruh langsung terhadap laba perusahaan. Tingkat harga yang ditetapkan mempengaruhi kualitas barang yang dijual. Selain itu secara tidak langsung harga juga mempengaruhi biaya, karena kuantitas yang terjual berpengaruh pada biaya yang ditimbulkan dalam kaitannya dengan efisiensi produksi (Ramdhan, *et all*, 2020:36). Penetapan harga jual akan mempengaruhi pendapatan total dan biaya total, maka keputusan dan strategis penetapan harga memegang peranan penting dalam setiap perusahaan.

Definisi harga jual adalah biaya atau *cost* ditambah dengan *markup* sebesar persentase tertentu dari biaya tersebut. Menurut Lestari dan Dhyka (2020:158) mendefinisikan Harga Jual sebagai nilai atau angka yang telah menutupi biaya produksi secara utuh dan ditambahkan dengan laba atau keuntungan dalam jumlah yang wajar. Sehingga harga produksi tertutup oleh harga jual dan akan menghasilkan laba atau keuntungan bagi perusahaan.

Menurut Mulyadi (2016:78) “Pada prinsipnya harga jual harus dapat menutupi biaya penuh ditambah dengan laba yang wajar. Harga jual sama dengan biaya produksi ditambah *mark-up*.” Umumnya harga jual produk ditentukan oleh pertimbangan permintaan dan penawaran di pasar, sehingga biaya bukan merupakan penentu harga jual. Karena dengan penentuan harga jual yang bersaing maka akan dapat meningkatkan volume penjualan. Oleh karena itu perlunya perusahaan dapat mempertahankan harga jual yang telah ditetapkan. Sebab dengan harga jual yang tinggi maka akan dapat mempengaruhi permintaan produk dan penjualan. Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa harga jual adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi suatu barang atau jasa ditambah dengan persentase laba yang diinginkan perusahaan, karena itu untuk mencapai laba yang diinginkan oleh perusahaan salah satu cara yang dilakukan untuk menarik minat konsumen adalah dengan cara menentukan harga yang tepat untuk produk yang terjual. Harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk suatu barang dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.

Harga jual adalah sejumlah kompensasi (uang ataupun barang) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi barang atau jasa. Harga jual merupakan satu hal penting, di mana harga merupakan komponen besar dari kepuasan konsumen dan nilai produk adalah apa yang dirasakan konsumen, jadi pembeli membantu menetapkan nilai dari produk. Dari sudut pandang produsen, harga tentu saja mempunyai peranan yang sangat penting. Laba yang akan diperoleh perusahaan dan kelangsungan hidup perusahaan sangat ditentukan oleh seberapa besar pendapatan yang mereka peroleh dan ini tergantung dari berapa banyaknya jumlah produk yang terjual. Banyaknya jumlah penjualan produk sangat di pengaruhi oleh harga jual produk itu sendiri. Jadi harga jual merupakan hal penting atas suatu produk yang dijual baik bagi produsen maupun bagi konsumen.

Harga memiliki dua peranan utama dalam proses pengambilan keputusan para pembeli, diantaranya:

a. Peranan Alokasi

Peranan alokasi dari harga adalah fungsi harga dalam membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat atau utilitas tertinggi yang diharapkan berdasarkan kekuatan membelinya.

b. Peranan Informasi

Peranan informasi dari harga adalah fungsi harga dalam mendidik konsumen mengenal faktor produk, misalnya kualitas.

2. Metode Penentuan Harga

Menurut Lestari dan Dhyka (2020:58) hal-hal penting yang harus diperhatikan dalam menetapkan harga jual dipasaran sebagai bagian dari manajemen harga diantaranya adalah sebagai berikut:

a. Strategi pemasaran yang dijalankan oleh perusahaan.

b. Kualitas dan inovasi produk.

c. Harga pesaing.

d. Ketersediaan serta jumlah harga dari produk pengganti.

Harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atas jasa. harga merupakan satu-satunya unsur bauran

pemasaran yang memberikan pendapatan atau pemasukan bagi perusahaan serta bersifat fleksibel.

Berdasarkan pendapat tersebut, penulis sampai pada pemahaman bahwa harga merupakan sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Lebih jauh lagi, harga adalah sejumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk sejumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

3. Tujuan Penentuan Harga

Menetapkan tujuan berdasarkan harga merupakan suatu yang fleksibel, dapat diubah dengan cepat sejalan dengan perubahan pasar, termasuk masalah persaingan harga. Secara umum, penetapan harga bertujuan untuk mencari laba agar perusahaan dapat berjalan namun dalam kondisi persaingan yang semakin ketat tujuan mencari laba maksimal dalam praktiknya akan sulit dicapai. Oleh karena itu, perusahaan memerlukan tujuan-tujuan. Menurut Ramdhani, dkk (2020:37-38) tujuan penentuan harga yang bersifat ekonomis dan non ekonomis terdiri dari:

a. Memaksimalkan Laba

Penetapan harga biasanya memperhitungkan tingkat keuntungan yang ingin diperoleh. Semakin besar margin keuntungan yang ingin didapat, maka menjadi tinggi pula harga yang ditetapkan untuk konsumen. Dalam menetapkan harga sebaiknya turut memperhitungkan daya beli dan variabel lain yang dipengaruhi agar keuntungan yang diraih dapat maksimum

b. Meraih Pangsa Pasar

Untuk dapat menarik perhatian para konsumen maka perusahaan sebaiknya menetapkan harga yang serendah mungkin. Dengan harga turun, maka akan memicu peningkatan permintaan yang juga datang dari *market share* pesaing atau kompetitor, sehingga ketika pangsa pasar tersebut diperoleh maka harga akan disesuaikan dengan tingkat laba yang diinginkan.

c. *Return On Investment (ROI)* atau Pengembalian Modal Usaha

Setiap usaha menginginkan tingkat pengembalian modal yang tinggi. ROI yang tinggi dapat dicapai dengan jalan menaikkan profit margin serta meningkatkan angka penjualan. Semakin meningkat angka penjualan maka akan semakin besar peluang perusahaan dalam pengembalian modal.

d. Mempertahankan Pangsa Pasar

Ketika perusahaan memiliki pasar tersendiri, maka perlu adanya penetapan harga yang tepat agar dapat tetap mempertahankan pangsa pasar yang ada.

e. Tujuan Stabilitasi Harga

Dalam pasar yang konsumennya sangat sensitif terhadap harga, bila suatu perusahaan menurunkan harganya, maka para pesaingnya harus menurunkan pula harga mereka. Kondisi seperti ini yang mendasari terbentuknya tujuan stabilitasi harga dalam industri-industri tertentu (misalnya minyak bumi). Tujuan stabilitasi dilakukan dengan jalan menetapkan harga untuk mempertahankan hubungan yang stabil antara harga suatu perusahaan dan harga pemimpin industri.

f. Menjaga Kelangsungan Hidup Perusahaan

Perusahaan yang baik menetapkan harga dengan memperhitungkan segala kemungkinan agar tetap memiliki dana yang cukup untuk tetap menjalankan aktifitas usaha bisnis yang dijalani. Menetapkan harga dengan perhitungan yang tepat sangat diperlukan perusahaan agar tujuan perusahaan dalam menjaga kelangsungan hidup perusahaan tetap terlaksana.

4. Penentuan Harga Jual Produk

Dalam kondisi tertentu, penentuan harga jual merupakan proses yang sangat penting. Karena, harga merupakan salah satu jenis informasi penting yang diterima pelanggan tentang suatu produk. Harga juga berhubungan dengan seluruh tujuan jangka pendek dan jangka panjang sebuah perusahaan. Harga yang nanti akan menentukan terkait tujuan sebuah perusahaan yaitu keuntungan.

Kesalahan dalam menentukan harga jual bisa berakibat fatal bagi perusahaan. Jika harga jual ditentukan terlalu tinggi, konsumen akan enggan membeli produk perusahaan. Jika harga jual terlalu rendah, maka biaya produksi yang dikeluarkan perusahaan tidak akan tertutup sehingga perusahaan bisa mengalami kerugian. Oleh karena itu, harga jual harus ditentukan dengan tepat dan teliti, agar tidak terjadi kesalahan dan perusahaan bisa mendapat keuntungan sesuai dengan yang diharapkan oleh perusahaan.

a. Metode Penetapan Harga Jual

Menurut Ramdhan, *et all* (2020: 38-40) metode penetapan harga terdiri dari 3 (tiga) macam pendekatan, yaitu:

1. Penetapan Harga Berdasarkan Biaya

a. Penetapan Harga Biaya *Plus* (*Cost Plus Pricing Methode*)

Di dalam metode ini, harga jual per unit ditentukan dengan menghitung jumlah seluruh biaya per unit ditambah jumlah tertentu untuk menutupi laba yang dikehendaki pada unit tersebut (perolehan keuntungan yang diinginkan).

Rumus:

Tabel 2.5 Penentuan Harga Biaya *Plus*

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

Sumber: Ramdhani, *et al* (2020:39)

b. Penetapan Harga *Mark-Up* (*Mark-Up Pricing Methode*)

Metode *Mark-Up* ini, harga jual per unit ditentukan dengan menghitung harga pokok pembelian per unit ditambah (*Mark-Up*) jumlah tertentu.

Rumus:

Tabel 2.6 Penentuan Harga *Mark-Up*

$$\text{Harga Jual} = \text{Harga Beli} + \text{Mark-Up}$$

Sumber: Ramdhani, *et al* (2020:39)

c. Penetapan Harga BEP (*Break Event Point*)

Metode penentuan harga berdasarkan keseimbangan antara jumlah total biaya keseluruhan dengan jumlah total permintaan keseluruhan.

Rumus:

Tabel 2.7 Penentu Harga *Break Event Point*

$$\text{BEP} \Rightarrow \text{Total Biaya} = \text{Total Penerimaan}$$

Sumber: Ramdhani, *et al* (2020:39)

2. Penetapan Harga Berdasarkan Harga Pesaing atau Kompetitor

Penentuan harga dilakukan dengan menggunakan harga kompetitor sebagai referensi, dimana dalam pelaksanaannya lebih cocok untuk produk yang standar dengan kondisi pasar oligopoli. Untuk menarik dan meraih para konsumen dan para pelanggan, perusahaan biasanya menggunakan strategi harga. Penerapan

strategi harga jual juga bisa digunakan untuk mensiasati para pesaingnya, misalnya dengan cara menetapkan harga di bawah harga pasar dengan maksud untuk meraih pangsa pasar.

3. Penetapan Harga Berdasarkan Permintaan

Proses penetapan harga yang didasari persepsi konsumen terhadap value/nilai yang diterima (*price value*), sensitivitas harga dan *perceived quality*. Pada analisis ini konsumen diminta untuk memberikan pernyataan dimana konsumen merasa harga murah, terlalu murah, terasa mahal, dan terlalu mahal dan dikaitkan dengan kualitas yang diterima.

b. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Harga Jual

Terdapat tiga faktor utama yang mempengaruhi harga jual produk, yaitu:

a. Pelanggan (*Costomers*).

Pelanggan dapat mempengaruhi harga berdasarkan fitur yang terdapat pada produk serta kualitasnya.

b. Pesaing (*Competitor*).

Perusahaan harus memperhatikan apa yang dilakukan oleh pesaingnya, termasuk harga jual produk mereka, yang bisa menjadi substitusi produk tersebut.

c. Biaya (*Costs*).

Semakin tinggi biaya produksi produk tersebut, maka semakin mahal produk tersebut dijual.

2.2. Penelitian Terdahulu

sebagai acuan dari penelitian ini dikemukakan hasil-hasil penelitian terdahulu yang telah dilaksanakan sebelumnya yaitu:

Anjelina (2021) melakukan penelitian tentang analisis perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode *full costing* sebagai penentu harga jual pada *Home Industy Sepatu AWEL*. Penelitian ini termasuk ke dalam penelitian deskriptif kualitatif. Dalam pengumpulan data penelitian ini menggunakan dua data yaitu data primer dan data sekunder. Hasil analisa yang dilakukan oleh peneliti mengenai perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode *full costing*. Perhitungan harga pokok produksi yang dilakukan *Home Industy* sepatu Awel sebesar Rp 522.184,-/kodi nya, sedangkan

perhitungan Harga Pokok Produksi menggunakan metode *full costing* sebesar Rp 538.726,-/kodi nya. Harga Pokok Produksi yang dihitung menggunakan metode *full costing* menghasilkan nilai yang lebih tinggi dibandingkan dengan perhitungan yang dilakukan oleh *Home Indusry* Sepatu Awel. Perbedaan tersebut karena adanya biaya - biaya yang seharusnya diperhitungkan oleh perusahaan sebagai unsur biaya dalam proses produksi tidak diperhitungkan. Biaya tersebut adalah biaya *overhead* pabrik tetap. Sedangkan metode *full costing* dalam menghitung harga pokok produksi akan membagi biaya *overhead* pabrik menjadi dua kelompok yaitu biaya *overhead* pabrik tetap dan biaya *overhead* pabrik variabel.

Maulana (2021) melakukan penelitian tentang analisis perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode *full costing* dan *variable costing* dalam memaksimalkan *gross profit* pada CV. Selaras Inti Prima Kandang Bogor. Penelitian ini termasuk ke dalam penelitian deskriptif kualitatif. Dalam pengumpulan data penelitian ini menggunakan dua data yaitu data primer dan data sekunder. Hasil analisa yang dilakukan oleh peneliti mengenai perhitungan harga pokok produksi ayam marinasi dengan menggunakan metode *full costing* dan *variable costing*. Perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode *full costing* dan *variable costing* menghasilkan harga produksi yang berbeda disetiap kandang Bogor. Rata-rata harga produksi menggunakan metode *full costing* sebesar Rp 18.118,-/kilogram, sedangkan perhitungan menurut metode *variable costing* rata-rata harga produksinya sebesar Rp 16.351,-/kilogram. Perhitungan biaya produksi menggunakan metode *full costing* menghasilkan harga pokok produksi lebih tinggi dibandingkan dengan metode *variable costing*. Perbedaan tersebut akibat adanya biaya-biaya yang tidak dimasukkan ke dalam perhitungan metode *variable costing*. Biaya tersebut adalah biaya *overhead* pabrik tetap. Sedangkan metode *full costing* dalam menghitung biaya produksi memasukkan semua untuk biaya ke dalam perhitungan dan membagi biaya *overhead* pabrik menjadi dua kelompok, yaitu biaya *overhead* pabrik tetap dan biaya *overhead* pabrik variabel.

Fadli dan Rizka (2020) melakukan penelitian tentang analisis perhitungan harga pokok produksi berdasarkan metode *full costing* (Studi kasus pada UKM Digital Printing Prabu). Penelitian ini termasuk kedalam penelitian deskriptif. Teknik pengambilan data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu dengan data primer dan sekunder. Hasil

penelitian memperlihatkan perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode *full costing* menghasilkan nilai yang lebih tinggi dari perhitungan harga pokok produksi berdasarkan metode UKM Digital Printing Prabu. Harga pokok produksi menggunakan metode *full costing* sebesar Rp 19.293,- sedangkan metode UKM Digital Printing Prabu sebesar Rp 13.976,- hal ini disebabkan UKM Digital Printing Prabu hanya memasukkan biaya bahan baku fleci China, biaya tenaga kerja dan biaya *overhead* listrik saja, dan tidak memasukkan biaya bahan baku lainnya seperti biaya tinta, biaya lem, dan biaya mata ayam. Dan biaya *overhead* lainnya seperti biaya penyusutan peralatan produksi, biaya sewa tempat, biaya solven, dan biaya *tissue* dalam penentuan harga pokok produksi.

Saputri (2020) melakukan penelitian tentang analisis perhitungan harga pokok produksi sebagai dasar penentuan harga jual produk pada usaha kecil dan menengah (UKM DLIVE INDUSTRIES). Penelitian ini termasuk penelitian deskriptif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Hasil analisis yang dilakukan oleh peneliti mengenai perhitungan harga pokok produksi UKM Dlive Industries dengan penelitian menggunakan metode *full costing*. Perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode perusahaan UKM Dlive Industry untuk 150 pcs kaos sablon dengan biaya produksi sebesar Rp 8.263.800,-. Sedangkan biaya produksi menggunakan metode *full costing* sebesar Rp 8.966.299,-. Selisih perhitungan harga pokok produksi antara perhitungan dengan metode UKM Dlive Industries dan menggunakan metode *full coating* adalah Rp 702.499,-. Terdapat perbedaan perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode UKM Dlive Industries dan metode *full costing* dikarenakan ada beberapa biaya yang seharusnya diperhitungkan sebagai unsur biaya dalam produksi tetapi oleh pihak UKM tidak diperhitungkan sehingga terjadi perbedaan di biaya produksi antara perhitungan UKM Dlive Industries dengan menggunakan metode *full costing*.

Kartanegara (2019) melakukan penelitian tentang analisis harga pokok produksi pada PT Adiana Mitra Sejahtera Jakarta. Penelitian ini termasuk kedalam penelitian deskriptif. Data yang diambil dalam proses penelitian menggunakan dua data yaitu data sekunder dan data primer. Hasil Analisa yang dilakukan oleh peneliti mengenai perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode *full costing*. Perhitungan

harga pokok produksi yang dilakukan oleh PT Adiana Mitra Sejahtera menghasilkan harga yang lebih besar dibandingkan dengan menggunakan metode *full costing*. Hasil perhitungan harga pokok produksi yang dilakukan PT Adiana Mitra Sejahtera sebesar Rp 174.171.144,-, sedangkan hasil perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode *full costing* sebesar Rp 163.453.864,- terdapat selisih dari perhitungan harga pokok produksi sebesar Rp 10.717.280,-. Terdapat beberapa point perbedaan dalam perhitungan harga pokok produksi yang dilakukan PT. Adiana Mitra Sejahtera dengan perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode *full costing*. Perbedaan tersebut terjadi pada perhitungan biaya produksi, perhitungan biaya tenaga kerja langsung, dan perhitungan biaya *overhead* pabrik.

Ukmariah (2018) melakukan penelitian tentang analisis perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode *full costing* dan *variable costing* sebagai penentu harga jual pada rumah potong ayam Bibilintik di Kelurahan Semplak Kecamatan Bogor Barat. Penelitian ini menggunakan penelitian komparatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan dua data yaitu data sekunder dan data primer. Hasil analisa yang dilakukan oleh peneliti mengenai perhitungan harga pokok produksi ayam marinasi dengan menggunakan metode *full costing* dan *variable costing*. Perhitungan menggunakan metode *full costing* menghasilkan harga pokok produksi yang lebih besar dibandingkan dengan metode *variable costing*. Harga pokok produksi per kilogram ayam marinasi menurut metode *full costing* sebesar Rp 21.008,- sedangkan menurut perhitungan *variable costing* sebesar Rp 20.789,- dalam metode *variable costing* tidak memasukkan biaya-biaya seperti biaya depresiasi mesin, bangunan, dan kendaraan. Harga jual menurut perusahaan juga memiliki perbedaan dengan metode *cost plus pricing*. Rumah potong ayam Bibilintik menetapkan berdasarkan perkiraan sehingga tidak ada persentase khusus yang ditetapkan perusahaan.

Komara dan Ade (2016) melakukan penelitian tentang analisis penentuan harga pokok produksi dengan metode *full costing* sebagai dasar penetapan harga jual di CV. Salwa Meubel. Penelitian ini termasuk kedalam penelitian deskriptif kuantitatif. Teknik pengambilan data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu dengan data sekunder dan data promer. Perhitungan harga pokok produksi yang dilakukan CV Salwa masih menggunakan metode yang sederhana sehingga antara metode perusahaan dengan metode

full costing terdapat selisih setiap periodenya. Hasil perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode CV Salwa Meubel di bulan Januari sebesar Rp 3.248.000,- sedangkan hasil perhitungan harga pokok produksi bulan Januari menggunakan metode *full costing* sebesar Rp 3.378.346,23,- selisih ini disebabkan karena CV. Salwa Meubel tidak mencantumkan biaya-biaya yang tidak langsung dikeluarkan untuk produksi namun termasuk dalam proses produksi, seperti biaya penyusutan mesin dan biaya penyusutan kendaraan. Sehingga terjadi selisih antara perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode perusahaan CV. Salwa Meubel dengan perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode *full costing*.

Tabel 2.8. Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul	Variable	Hasil
Anjelina (2021)	Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi dengan Menggunakan Metode <i>Full Costing</i> Sebagai Penentuan Harga Jual Pada <i>Home Industy</i> Sepatu Awel	Harga Pokok Produksi <i>Full Costing</i> , Harga Jual	Hasil analisa yang dilakukan oleh peneliti mengenai perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode <i>full costing</i> menghasilkan nilai yang lebih tinggi dibandingkan dengan perhitungan yang dilakukan oleh <i>Home Industy</i> Sepatu Awel. Perbedaan tersebut karena adanya biaya - biaya yang seharusnya diperhitungkan oleh perusahaan sebagai unsur biaya dalam proses produksi tidak diperhitungkan. Biaya tersebut adalah biaya overhead pabrik tetap.
Maulana (2021)	Analisis Biaya Produksi Menggunakan Metode <i>Full Costing</i> dan <i>Variable Costing</i> dalam memaksimalkan Gross Profit pada CV. Selaras Inti Prima Kandang Bogor	Biaya Produksi <i>Full Costing Variable Costing</i> Gross Profit	Hasil analisa yang dilakukan oleh peneliti mengenai perhitungan harga pokok produksi ayam marinasi dengan menggunakan metode <i>full costing</i> dan <i>variable costing</i> . Perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode <i>full costing</i> dan <i>variable costing</i> menghasilkan harga produksi yang berbeda disetiap kandang Bogor. Perhitungan biaya produksi menggunakan metode <i>full costing</i> menghasilkan harga pokok produksi lebih tinggi dibandingkan dengan metode <i>variable costing</i> . Perbedaan tersebut akibat adanya biaya-biaya yang tidak dimasukkan ke dalam perhitungan metode <i>variable costing</i> . Biaya tersebut adalah biaya <i>overhead</i> pabrik tetap. Sedangkan metode <i>full costing</i> dalam menghitung biaya produksi memasukan semua untuk biaya ke dalam perhitungan.
Fadli dan Rizka (2020)	Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Berdasarkan Metode <i>Full Costing</i> (Studi Kasus UKM)	Harga Pokok Produksi <i>Full Costing</i>	Hasil penelitian memperlihatkan perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode <i>full costing</i> menghasilkan nilai yang lebih tinggi dari perhitungan harga pokok produksi berdasarkan metode UKM Digital Printing Prabu. Hal ini disebabkan UKM Digital Printing Prabu hanya memasukan biaya bahan baku fleci china saja, biaya tenaga kerja dan biaya overhead listrik

	Digital Printing Prabu)		saja, dan tidak memasukan biaya bahan baku lainnya seperti biaya tinta, biaya lem, dan biaya mata ayam. Dan biaya overhead lainnya seperti biaya penyusutan peralatan produksi, biaya sewa tempat, biaya solven, dan biaya tissue dalam penentuan harga pokok produksi
Saputri (2020)	Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Sebagai Dasar Penentuan Harga Jual Produk pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM Dlive Industries)	Harga Pokok Produksi Harga Jual	Hasil analisis yang dilakukan oleh peneliti mengenai perhitungan harga pokok produksi UKM Dlive Industries dengan penelitian menggunakan metode <i>full costing</i> . Terdapat perbedaan perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode UKM Dlive Industries dan metode <i>full costing</i> dikarekana ada beberapa biaya yang seharusnya diperhitungkan sebagai unsur biaya dala produksi tetapi oleh pihak UKM tidak di perhitungkan sehingga terjadi perbedaan di biaya produksi antara perhitungan UKM Dlive Industries dengan menggunakan metode <i>full costing</i> .
Kartanegara (2019)	Analisi Harga Pokok Produksi pada PT. Adiana Mitra Sejahtera Jakarta	Harga Pokok Produksi	Hasil Analisa yang dilakukan oleh peneliti mengenai perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode <i>full costing</i> . Perhitungan harga pokok produksi yang dilakukan oleh PT Adiana Mitra Sejahterema menghasilkan harga yang lebih besar dibandingkan dengan menggunakan metode <i>full costing</i> . Perbedaan tersebut terjadi pada perhitungan biaya produksi, perhitungan biaya tenaga kerja langsung, dan perhitungan baiaya <i>overhead</i> pabrik.
Ukmariah (2018)	Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi dengan Menggunakan Metode <i>Full Costing</i> dan <i>Variable Costing</i> sebagai Penentu Harga Jual pada Rumah Potong Ayam Bibilintik	Harga pokok Produksi <i>Full Costing</i> <i>Variable Costing</i> Harga Jual	Hasil analisa yang dilakukan oleh peneliti mengenai perhitungan harga pokok produksi ayam marinasi dengan menggunakan metode <i>full costing</i> dan <i>variable costing</i> . Perhitungan menggunakan metode <i>full costing</i> menghasilkan harga pokok produksi yang lebih besar dibandingkan dengan metode <i>variable costing</i> . Dalam metode <i>variable costing</i> tidak memasukan biaya-biaya seperti biaya depresiasi mesin, bangunan, dan kendaraan. Harga jual menurut perusahaan juga memiliki perbedaan dengan metode <i>cost plus pricing</i> . Rumah potong ayam bibilintik menetapkan berdasarkan perkiraan sehingga tidak ada persentase khusus yang ditetapkan perusahaan.
Komara dan Ade (2016)	Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Dengan Metode Full Costing Sebagai Dasar Penetapan Harga Jual Pada CV. Salwa Meubel	Harga Pokok Produksi <i>Ful Costing</i> Harga Jual	Perhitungan harga pokok produksi yang dilakukan CV Salwa masih menggunakan metode yang sederhana sehingga antara metode perusahaan dengan metode <i>full costing</i> terdapat selisih setiap periodenya. selisih ini disebabkan perusahaan tidak mencantumkan biaya-biaya yang tidak langsung dikeluarkan untuk produksi namun termasuk dalam proses produksi, seperti biaya penyusutan mesin dan biaya penyusutan kendaraan

Sumber: Penelitian Terkait (2022)

2.3. Kerangka Konseptual Penelitian

Sekarang dalam Sugiyono (2019: 95) kerangka pemikiran merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka berfikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis pertautan antara variabel yang akan diteliti. Di bawah ini adalah gambaran kerangka konseptual yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

Gambar 2.3 Kerangka Konseptual Penelitian



Sumber: Peneliti (2022)