

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Harga Pokok Produksi

a. Pengertian Harga Pokok Produksi

Harga pokok produksi adalah daftar biaya produksi yang dikeluarkan perusahaan pada periode tertentu, mencakup biaya pengadaan bahan baku, peralatan produksi, bahan pendukung produksi, dan biaya terkait lainnya. Dengan mengetahui harga pokok produksi secara tepat, perusahaan dapat lebih mudah menentukan harga jual produk, mempertimbangkan potensi laba atau rugi, serta menetapkan strategi penjualan yang efektif (Siregar, 2019)

Menurut (Rudianto, 2020), harga pokok produksi adalah seluruh biaya yang timbul dalam proses mengubah bahan baku menjadi barang jadi, yang terdiri dari biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Sementara itu, (Pratiwi, 2021) menyatakan bahwa harga pokok produksi merupakan total akumulasi biaya produksi selama periode tertentu, yang dapat digunakan sebagai dasar penentuan harga jual.

Berdasarkan pengertian-pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa harga pokok produksi adalah seluruh biaya yang digunakan dalam proses produksi pada periode tertentu, yang meliputi biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik.

b. Unsur-Unsur Harga Pokok Produksi

Unsur-unsur dalam perhitungan harga pokok produksi suatu perusahaan menurut meliputi:

1. Biaya bahan baku langsung (*raw material cost*)

Biaya yang dikeluarkan untuk membeli bahan baku utama yang digunakan dalam memproduksi barang. Contoh: biaya pembelian biji kopi pada usaha kedai kopi.

2. Biaya tenaga kerja langsung (*direct labor cost*)

Biaya yang dikeluarkan untuk membayar tenaga kerja utama yang secara langsung mengubah bahan baku mentah menjadi barang jadi. Contoh: gaji barista yang membuat kopi.

3. Biaya *overhead* pabrik (*manufacturing overhead cost*)

Biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi barang selain biaya bahan baku langsung dan biaya tenaga kerja langsung, yang terdiri dari:

- a. Biaya bahan tidak langsung: Biaya pembelian bahan yang dibutuhkan untuk menyelesaikan produk namun penggunaannya sedikit. Contoh: biaya gula atau sirup untuk minuman tambahan.
- b. Biaya tenaga kerja tidak langsung: Biaya membayar gaji tenaga kerja yang tidak secara langsung memproduksi barang, tetapi mendukung proses produksi. Contoh: gaji petugas kebersihan atau pengawas produksi.
- c. Biaya tidak langsung lainnya: Biaya yang secara tidak langsung berkaitan dengan produksi. Contoh: biaya listrik untuk mengoperasikan mesin *espresso*.

c. Manfaat Harga Pokok Produksi

Menurut penelitian (Rudianto, 2020) Manfaat harga pokok produksi adalah sebagai berikut:

1. Menentukan harga jual produk, dalam penentuan harga jual produk, biaya produksi per unit merupakan salah satu informasi yang dipertimbangkan disamping informasi biaya lain serta informasi non biaya.
2. Memantau realisasi biaya produk, jika rencana produksi untuk jangka waktu tertentu telah diputuskan untuk dilaksanakan, manajemen memerlukan informasi biaya produksi yang sesungguhnya dikeluarkan didalam pelaksanaan rencana produksi tersebut. Oleh karena itu, akuntansi biaya digunakan untuk mengumpulkan informasi biaya produksi mengkonsumsi total biaya produksi sesuai dengan yang diperhitungkan sebelumnya.
3. Menghitung laba atau rugi periode, untuk mengetahui apakah kegiatan produksi dan pemasaran perusahaan dalam periode tertentu mampu menghasilkan laba atau mengakibatkan rugi. Manajemen memerlukan informasi biaya produksi yang telah dikeluarkan untuk memproduksi produk dalam periode tertentu.
4. Menentukan harga pokok persediaan produk jadi dan produk dalam proses yang disajikan dalam neraca, pada saat manajemen dituntut untuk membuat pertanggungjawaban keuangan periode, manajemen harus menyajikan laporan keuangan berupa neraca dan laporan laba rugi. Didalam neraca, manajemen harus menyajikan harga pokok persediaan produk jadi dan harga pokok yang ada tanggal neraca masih dalam proses.

d. Metode Perhitungan HPP

Dalam penentuan Harga Pokok Produksi (HPP) terdapat beberapa metode yang dapat digunakan. Metode perhitungan HPP merupakan bagian utama dari akuntansi biaya, yang bertujuan untuk menentukan besarnya biaya

suatu barang. Secara umum, terdapat tiga metode perhitungan HPP, yaitu:

a. Metode Harga Pokok Sesungguhnya (*Actual Cost*)

Metode ini menghitung HPP per unit berdasarkan biaya aktual yang benar-benar terjadi, meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Umumnya, metode ini digunakan pada perhitungan harga pokok proses dengan sistem pencatatan persediaan produk jadi secara periodik.

b. Metode Harga Pokok Normal (*Normal Cost*)

Dalam metode ini, biaya bahan baku serta biaya tenaga kerja langsung dihitung berdasarkan biaya aktual karena mudah ditelusuri ke produk tertentu, sedangkan biaya *overhead* pabrik dialokasikan menggunakan tarif yang telah ditentukan sebelumnya. Metode ini biasanya diterapkan dalam sistem harga pokok pesanan (*job order costing*).

c. Metode Harga Pokok Standar (*Standart Costing*)

Metode ini dilakukan dengan menetapkan harga pokok per unit terlebih dahulu berdasarkan standar tertentu. Dengan demikian, biaya yang digunakan bukan biaya aktual melainkan biaya yang seharusnya terjadi. Umumnya, metode ini dipakai oleh perusahaan dengan produksi massal yang menggunakan sistem pencatatan persediaan produk jadi secara perpetual.

e. Penentuan Harga Pokok Produksi

Penentuan Harga Pokok Produksi merupakan proses pembebanan berbagai unsur biaya produksi ke dalam produk yang dihasilkan melalui suatu proses. Artinya, biaya yang dihitung adalah biaya yang melekat pada produk jadi maupun persediaan barang dalam proses. Terdapat dua pendekatan dalam

penentuan HPP, yaitu:

a. *Full Costing*

Full Costing adalah Penentuan HPP yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi, yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik yang bersifat variabel maupun yang bersifat tetap. Dengan demikian kos produksi menurut metode Full Costing terdiri dari unsur biaya produksi berikut ini:

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> +
Total Biaya Produksi	xxx

b. *Variable Costing*

Variable Costing adalah Penentuan HPP yang hanya memasukan unsur-unsur biaya produksi yang bersifat variabel saja seperti berikut ini:

Biaya bahan baku	xxx
Biaya tenaga kerja langsung	xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik variabel	<u>xxx</u> +
Total Biaya Produksi	xxx

2.1.2 Harga Jual

a. Pengertian Harga Jual

Harga jual merupakan komponen penting dalam kegiatan bisnis karena mencerminkan nilai suatu produk atau jasa yang ditawarkan kepada

konsumen serta menjadi sumber utama pendapatan bagi perusahaan. Menurut Rudianto (2020), harga jual adalah sejumlah uang yang digunakan sebagai alat tukar untuk memperoleh barang atau jasa, yang mencerminkan nilai produk di benak konsumen.

Secara akuntansi, harga jual ditentukan dari biaya produksi ditambah biaya nonproduksi dan laba yang diharapkan. Biaya produksi meliputi biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, serta overhead, sedangkan biaya nonproduksi mencakup biaya pemasaran, administrasi, dan distribusi (Mulyadi, 2022).

(Hansen & Mowen, 2019) menjelaskan bahwa harga jual (*selling price*) dihitung dengan cara menambahkan margin laba tertentu di atas total biaya produksi. Pendekatan ini dikenal dengan istilah *cost-plus pricing method*, yaitu metode penetapan harga berdasarkan jumlah total biaya (*cost*) ditambah persentase laba (*markup*) yang diinginkan.

Dari berbagai pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa harga jual adalah hasil perhitungan dari seluruh biaya produksi dan nonproduksi yang ditambah dengan laba yang diharapkan, di mana tingkat laba disesuaikan dengan strategi dan target keuangan perusahaan. Penentuan harga jual yang tepat tidak hanya untuk menutup biaya produksi, tetapi juga untuk menjaga keseimbangan antara daya saing dan keuntungan yang diperoleh.

b. Tujuan Penetapan Harga Jual

Penetapan harga jual merupakan keputusan strategis yang memiliki dampak langsung terhadap posisi produk di pasar, tingkat laba, serta kelangsungan usaha. Menurut (Kotler & Keller, 2018), tujuan utama penetapan harga jual antara lain adalah:

1. Memaksimalkan laba (*profit maximization*) : yaitu menetapkan harga untuk mencapai tingkat laba tertentu yang diharapkan perusahaan.
2. Menjaga kelangsungan usaha (*survival*) : dalam kondisi pasar yang ketat, perusahaan mungkin menetapkan harga yang menutupi biaya agar dapat bertahan.
3. Menjaga dan meningkatkan pangsa pasar (*market share*) : harga kompetitif dapat membantu perusahaan mempertahankan konsumen dan menarik pelanggan baru.
4. Menyesuaikan dengan persepsi nilai konsumen (*value-based pricing*) : harga yang ditetapkan mencerminkan nilai yang dirasakan konsumen terhadap produk.

Menurut Tjiptono (2020), strategi penetapan harga juga digunakan untuk memposisikan produk di pasar dan membentuk citra merek. Harga yang tinggi dapat mencerminkan kualitas dan eksklusivitas, sedangkan harga yang terjangkau menunjukkan orientasi pada volume penjualan dan pasar massal. Dengan demikian, penetapan harga jual tidak hanya berfungsi untuk memperoleh laba, tetapi juga menjadi alat dalam strategi pemasaran dan positioning produk.

Metode *cost-plus pricing method* banyak diterapkan oleh UMKM yang belum memiliki sistem akuntansi biaya yang kompleks. Melalui pendekatan ini harga jual dapat dihitung secara rasional berdasarkan Harga Pokok Produksi (HPP) yang telah ditentukan, kemudian menambahkan persentase laba (*markup*) sesuai target usaha. Metode ini relevan digunakan karena sederhana, transparan, dan dapat menyesuaikan dengan struktur biaya

UMKM sektor makanan dan minuman seperti coffee shop.

c. Laba

Istilah lain dari laba adalah keuntungan atau profit. Laba merupakan salah satu indikator utama yang digunakan untuk menilai keberhasilan suatu perusahaan dalam menjalankan kegiatan usahanya. Menurut (Rudianto, 2020), laba adalah selisih antara pendapatan yang diperoleh dari penjualan dengan seluruh biaya yang dikeluarkan selama periode tertentu. Laba menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan kelebihan nilai atas biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan produksi dan operasional.

Dari sudut pandang ekonomi, (Samuelson & Nordhaus, 2018) menjelaskan bahwa laba merupakan imbalan yang diterima pemilik modal atas risiko yang ditanggung dalam menjalankan usaha, atau peningkatan kekayaan bersih setelah memperhitungkan seluruh biaya, termasuk biaya modal. Dengan demikian, laba dalam perspektif ekonomi mencerminkan hasil akhir dari aktivitas investasi yang berhasil.

Sementara itu, dari perspektif akuntansi, (Hansen & Mowen, 2019) menyatakan bahwa laba (*profit*) adalah selisih antara pendapatan (*revenue*) dengan total biaya (*total cost*) yang digunakan dalam menghasilkan produk atau jasa. Laba digunakan sebagai ukuran efisiensi operasional dan efektivitas manajemen dalam mengelola sumber daya perusahaan.

Berdasarkan beberapa pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa laba merupakan kelebihan pendapatan atas biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam suatu periode tertentu, yang berfungsi sebagai ukuran keberhasilan dan dasar pengambilan keputusan ekonomi bagi manajemen,

investor, dan pihak terkait lainnya.

d. Metode Menentukan Harga Jual

Menurut Mulyadi (2022) ada beberapa metode dalam penentuan harga jual, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Penentuan Harga Normal (*normal pricing*). Dalam keadaan normal, harga jual ditentukan atas biaya penuh masa yang akan datang dan ditambahkan atas laba yang diharapkan. Penentuan harga jual normal biasa disebut dengan *cost-plus pricing*, taksiran biaya penuh dapat dilakukan dengan dua pendekatan yaitu *Full costing* dan *Variable costing*.
2. *Cost Type Contract*. Kontrak pembuatan produk atau jasa yang pihak pembeli setuju untuk membeli produk atau jasa pada total biaya yang sesungguhnya dikeluarkan oleh produsen ditambah dengan laba yang dihitung sebesar persentase tertentu dari total biaya sesungguhnya tersebut.
3. Penentuan Harga Jual Pesanan Khusus (*special order pricing*). Pesanan diterima oleh perusahaan diluar pesanan reguler perusahaan. Pesanan reguler adalah pesanan yang dibebani tugas untuk menutup seluruh biaya tetap yang akan terjadi dalam tahun anggaran. Pesanan khusus adalah diperkirakan tidak hanya mengeluarkan biaya variabel saja, namun merupakan biaya tetap, karena harus beroperasi diatas kapasitas yang telah tersedia.
4. Penentuan Harga Jual Waktu dan Bahan. Penentuan harga jual dan bahan ini pada dasarnya merupakan *cost-plus pricing*. Harga jual ditentukan sebesar harga jual perubah dan ditambah laba yang diharapkan. Metode

harga jual seperti ini digunakan oleh perusahaan bengkel mobil, dok kapal, dan perusahaan lain yang menjual jasa reparasi dan bahan, dan suku cadang sebagai pelengkap penjualan jasa.

Metode penentuan harga jual produk pada penelitian ini menggunakan cost plus pricing. Metode cost plus pricing merupakan metode penentuan harga jual yaitu dengan menghitung biaya produksi perunit dan menentukan laba yang diinginkan perusahaan kemudian perusahaan bisa menentukan harga jual produknya . Harga jual yang didasarkan pada perhitungan cost plus pricing dapat dilakukan perhitungan dengan rumus:

$$\text{Harga Jual} = \text{Taksiran Biaya Penuh} + \text{Laba yang diinginkan}$$

Perhitungan taksiran biaya dapat dilakukan melalui dua pendekatan yaitu full costing dan variable costing. Pada pendekatan full costing, untuk dasar menentukan harga jual melalui biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, overhead pabrik (variabel dan tetap), administrasi dan umum, serta pemasaran yang merupakan kegunaan dari taksiran total biaya. Sedangkan pada pendekatan variable costing, taksiran total biaya yang digunakan sebagai dasar menentukan harga jual meliputi biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, overhead pabrik variabel, administrasi umum, dan pemasaran.

2.1.3 Penelitian Terdahulu

1. (Lestari & Prihanisetyo, 2025). Perhitungan Harga Pokok Produksi (*Full Costing*) Sebagai Dasar Penetapan Harga Jual Pada Pabrik Keripik Tempe Ibu Novi Di Kelurahan Gunung Samarinda Baru.

Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui cara mengelola data keuangan dari “pabrik keripik tempe ibu Novi” Balikpapan, mengetahui perhitungan HPP yang digunakan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) keripik tempe ibu Novi jika menggunakan perhitungan metode Full Costing, dan untuk menganalisis perbandingan perhitungan HPP yang digunakan UMKM keripik tempe ibu Novi dan perhitungan HPP dengan metode Full Costing. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*). Data diperoleh dengan melakukan wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif yang artinya menganalisis dengan merinci dan menjelaskan keterkaitan data penelitian dalam bentuk kalimat. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa HPP dan harga jual keripik tempe pada UMKM keripik tempe ibu Novi menunjukkan hasil yang berbeda. Apabila menggunakan metode Full Costing harga jual akan mengalami kenaikan ini disebabkan karena dalam metode *Full Costing* menghitung semua biaya yang berkaitan dengan proses produksi.

2. (Rizki et al., 2024). Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Berdasarkan Metode *Full Costing* Dalam Menentukan Harga Jual (Studi Kasus Ukm Bolu Harum Wangi)

Penelitian tersebut bertujuan untuk menganalisis perhitungan biaya produksi berdasarkan metode Full Costing pada UMKM Harum Wangi Cake. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa perhitungan biaya produksi dasar yang diterapkan oleh UMKM Harum Wangi Cake belum mengacu pada metode Full Costing. Perbedaan biaya produksi antara

perusahaan dengan metode Full Costing disebabkan oleh perbedaan alokasi biaya, yang menunjukkan adanya keunggulan dalam menghitung biaya produksi berdasarkan metode Full Costing. Untuk dapat menentukan harga pokok penjualan, biaya produksi harus dihitung pada awal setiap bulan berdasarkan laporan penjualan periode sebelumnya.

3. (Basyir et al., 2025). Penerapan Metode *Mark-Up Pricing* Berbasis *Full Costing* dalam Menentukan Harga Jual Produk (Studi Kasus Peternakan Ayam Broiler)

Penelitian yang dilakukan oleh Basyir, Pratiwi, Palupi, dan Ermawati (2025) bertujuan untuk menilai perbedaan antara harga jual produk menurut perusahaan dan harga jual yang dihitung dengan metode *mark-up pricing* berbasis *full costing*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perhitungan harga jual menurut perusahaan sebesar Rp20.000, sedangkan dengan metode *mark-up pricing* menghasilkan nilai Rp23.776,98. Perbedaan tersebut terjadi karena perusahaan belum memperhitungkan seluruh biaya produksi, terutama biaya overhead tetap dan variabel. Penelitian ini menegaskan pentingnya metode *full costing* untuk memberikan perhitungan biaya yang lebih akurat serta menghasilkan keputusan penetapan harga jual yang mampu mencerminkan struktur biaya yang sesungguhnya, sehingga dapat menghindari *underpricing* dan *overpricing* dalam kegiatan usaha.

4. (Alamsa et al., 2024). Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi untuk Menentukan Harga Jual Produk (Studi Kasus pada Akar Coffe)

Penelitian oleh Alamsa, Mappangile, dan Andi'lolo (2024) menganalisis penentuan harga pokok produksi di kedai Akar Coffe dengan menggunakan pendekatan full costing untuk menentukan harga jual produk

yang optimal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan signifikan antara harga jual yang dihitung dengan pendekatan sederhana dan metode full costing. Pendekatan sederhana menghasilkan harga jual Rp9.802 per cup untuk produk Akar Coffe Hot dan Rp12.849 untuk Akar Coffe Ice, sedangkan dengan metode full costing diperoleh harga jual lebih tinggi, yaitu Rp12.581 dan Rp14.037 per cup. Hal ini menunjukkan bahwa metode full costing lebih komprehensif dalam memperhitungkan seluruh komponen biaya produksi, sehingga mampu memberikan hasil perhitungan harga jual yang lebih realistis dan menguntungkan bagi pelaku UMKM.

5. (Marisyah, 2022). Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode Full Costing Untuk Menentukan Harga Jual Pada UMKM Tempe Pak Rasman Oku Selatan

Penelitian tersebut dilakukan pada UMKM Tempe milik pak rasman. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis perbandingan antara perhitungan harga pokok produksi yang ditetapkan oleh pihak perusahaan dengan perhitungan menggunakan metode *full costing* dan menganalisis hasil perhitungan dengan menggunakan metode full costing yang telah dilakukan.

Metode penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah wawancara, observasi, dokumentasi dan studi pustaka. Hasil perhitungan harga pokok produksi dengan perhitungan metode full costing lebih besar dari perhitungan metode harga pokok produksi perusahaan sebesar Rp.13.320.620 Perbedaan ini terjadi karena perusahaan tidak menghitung semua biaya *overhead* pabrik secara terperinci oleh karena itu disarankan sebaiknya Umkm menghitung semua biaya overhead variabel

maupun tetap secara rinci dan menggunakan perhitungan metode *full costing*.

