

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Harga Pokok Produksi

2.1.1 *Pengertian Harga Pokok Produksi*

Dalam pembuatan produk terdapat dua kelompok biaya, yaitu biaya produksi dan biaya nonproduksi. Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam pengolahan bahan baku menjadi produk sedangkan biaya nonproduksi merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan nonproduksi seperti kegiatan pemasaran serta kegiatan administrasi dan umum.

Menurut Hansen dan Mowen, biaya produksi adalah biaya yang berhubungan dengan produk barang atau penyediaan jasa, sedangkan biaya nonproduksi adalah biaya yang berhubungan dengan fungsi penjualan dan administrasi.¹ Biaya produksi membentuk harga pokok produksi, yang digunakan untuk menghitung harga pokok produk jadi dan harga pokok produk yang pada akhir periode akuntansi masih dalam proses. Biaya nonproduksi ditambahkan pada harga pokok produksi untuk menghitung total harga pokok produk.

¹ Don R. Hansen dan Maryanne M. Mowen. *Manajemen Biaya Akuntansi Dan Pengendalian*. Jakarta. 2000:45

Mulyadi, yang membedakan pengertian biaya dalam arti luas sebagai harga pokok dalam bukunya Akuntansi Biaya mengatakan bahwa harga pokok adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu.² Sedangkan Supriyono mengartikan istilah harga pokok sebagai jumlah pengeluaran dan beban yang diperkenankan, langsung atau tidak langsung untuk menghasilkan barang atau jasa di dalam kondisi dan tempat di mana barang tersebut dapat dipergunakan atau dijual.³

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa harga pokok produksi terdiri dari biaya produksi yang dianggap melekat pada setiap unit produksinya. Jadi untuk mendapatkan laba yang optimal, perusahaan harus memperhatikan biaya-biaya yang merupakan unsur harga pokok produksi.

2.1.2 Unsur-Unsur Harga Pokok Produksi

Harga pokok produksi terdiri dari biaya-biaya yang terjadi sehubungan dengan proses produksi. Secara umum harga pokok produksi terdiri dari tiga unsur utama, yaitu bahan baku, biaya

² R.A. Supriyono. Akuntansi Biaya: Perencanaan Dan Pengendalian Biaya Serta Pembuatan Keputusan. Jakarta. 1993:286

³ Mulyadi. Akuntansi Biaya. Yogyakarta. 2000:3

tenaga kerja langsung, dan biaya overhead. Rinciannya adalah sebagai berikut:

Bahan Baku	Persediaan Awal	XXX
	Pembelian	<u>XXX</u>
	Tersedia untuk Dipakai	XXX
	Persediaan Akhir	<u>(XXX)</u>
Bahan Baku yang digunakan untuk Produksi		XXX
Biaya Tenaga Kerja Langsung		XXX
Biaya Overhead		<u>XXX</u>
Total Biaya Produksi		XXX
Barang dalam Proses Awal		<u>XXX</u>
		XXX
Barang dalam Proses Akhir		<u>(XXX)</u>
Harga Pokok Produksi		XXX

Untuk perusahaan yang bergerak di bidang perumahan, unsur-unsur pembentuk harga pokok produksi terdiri dari:

1. Biaya Perolehan Tanah
2. Biaya Pengolahan Tanah
3. Biaya Prasarana
4. Biaya Sarana Umum
5. Biaya Perencanaan
6. Biaya Pemasaran
7. Biaya Pengelolaan
8. Biaya Pembangunan Rumah
9. Biaya Administrasi
10. Biaya Akta Jual-Beli Tanah

2.1.3 Metode Penentuan Harga Pokok Produksi

Penentuan harga pokok produksi sangat dipengaruhi oleh cara produksi. Secara garis besar, cara memproduksi suatu produk dapat dibagi menjadi dua macam: produksi atas dasar pesanan dan produksi massa. Perusahaan yang memproduksi berdasarkan pesanan melaksanakan pengolahan produknya atas dasar pesanan yang diterima dari pihak luar. Sedangkan perusahaan yang memproduksi massa melaksanakan pengolahan produksinya untuk memenuhi persediaan di gudang. Metode penentuan harga pokok produksi dibagi menjadi dua, yaitu:

1. Metode Harga Pokok Pesanan (*Job Order Costing Method*)

Metode harga pokok pesanan adalah metode pengumpulan harga pokok produk, di mana biaya dikumpulkan untuk setiap pesanan, kontrak atau jasa secara terpisah, dan setiap pesanan atau kontrak dapat dipisahkan identitasnya.⁴

Pengolahan produk akan dimulai setelah datangnya pesanan dari langganan atau pembeli melalui dokumen pesanan penjualan (*sales order*), yang memuat jenis dan jumlah produk yang dipesan, spesifikasi pesanan, tanggal pesanan diterima dan harus diserahkan. Atas dasar pesanan penjualan

⁴ R.A Supriyono. Akuntansi Biaya: Pengumpulan Biaya Dan Penentuan Harga Pokok. Yogyakarta. 1999:36

akan dibuat perintah produksi (*production order*) untuk melaksanakan kegiatan produksi sesuai dengan pesanan pembeli.

Perusahaan yang memproduksi berdasarkan pesanan mengumpulkan harga pokok produksinya dengan menggunakan metode harga pokok pesanan. Dalam metode ini, harga pokok dikumpulkan untuk setiap pesanan sesuai dengan biaya yang dinikmati oleh setiap pesanan, jumlah biaya produksi pesanan akan dihitung pada saat produk selesai.⁵

Perusahaan yang produksinya berdasar pesanan memproses produknya sesuai dengan spesifikasi pemesan dan proses produksinya terputus-putus untuk memenuhi pesanan. Untuk mengumpulkan biaya produksi tiap pesanan produk, digunakan kartu harga pokok (*job order cost sheet*).

L. Rayburn, dalam bukunya Akuntansi Biaya dengan Menggunakan Pendekatan Manajemen Biaya mendefinisikan kartu harga pokok sebagai dokumen dasar dalam kalkulasi harga pokok pesanan yang mengakumulasikan biaya-biaya untuk setiap pekerjaan (*job*).⁶

⁵ *Ibid*

⁶ L. Gayle Rayburn. Akuntansi Biaya: Dengan Menggunakan Pendekatan Manajemen Biaya. Terjemahan Alfonsus Sirait. Jakarta. 1999:197

Kartu harga pokok ini berfungsi sebagai rekening pembantu. Biaya produksi untuk mengerjakan pesanan tertentu dicatat secara rinci di dalam kartu harga pokok pesanan yang bersangkutan. Biaya produksi langsung, dicatat dalam kartu harga pokok pesanan secara langsung. Sedangkan biaya produksi tidak langsung dicatat berdasarkan suatu tarif tertentu.

Dalam setiap kartu harga pokok dicantumkan nomor pesanan atau produksi untuk memudahkan dalam pengecekan terhadap surat permintaan bahan dan kartu jam kerja yang diinginkan untuk satu pekerjaan. Kartu biaya ini akan berbeda untuk setiap perusahaan baik dalam bentuk, isi, maupun susunannya (Matz dan Usry, 1990:57).

2. Metode Harga Pokok Proses (*Process Cost Method*)

Metode harga pokok proses adalah metode pengumpulan harga pokok produk, di mana biaya dikumpulkan untuk setiap satuan waktu tertentu, misalnya: bulan triwulan, semester, atau tahun.⁷

Pada metode ini perusahaan menghasilkan produk yang homogen, bentuk produk bersifat standar, dan tidak tergantung oleh spesifikasi yang diminta pembeli. Kegiatan produksi perusahaan ditentukan oleh *budget* produksi atau *schedule* untuk satuan waktu tertentu yang sekaligus digunakan sebagai dasar oleh bagian produksi untuk melaksanakan produksi.

Tujuan produksi untuk mengisi persediaan yang selanjutnya akan dijual kepada pembeli, oleh karena sifat produk yang homogen dan bentuknya standar maka kegiatan produksi dapat dilaksanakan secara *continue*.

Jumlah total biaya pada harga pokok proses dihitung setiap akhir periode dengan menjumlah semua elemen biaya yang dinikmati produk dalam satuan waktu yang bersangkutan. Untuk menghitung biaya, jumlah total biaya produksi pada satuan waktu tertentu dibagi jumlah produk yang dihasilkan pada satuan waktu yang sama.

Perbedaan antara metode harga pokok pesanan dengan harga pokok proses dapat dilihat sebagai berikut:

1. Pengumpulan biaya produksi.

Metode harga pokok pesanan mengumpulkan biaya produksi menurut pesanan, sedangkan metode harga pokok proses

mengumpulkan biaya produksi per departemen produksi per periode akuntansi.

2. Perhitungan harga pokok produksi per satuan.

Metode harga pokok pesanan menghitung harga pokok produksi per satuan dengan cara membagi total biaya yang dikeluarkan untuk pesanan tertentu dengan jumlah satuan produk yang bersangkutan. Perhitungan ini dilakukan pada saat pesanan telah selesai diproduksi. Sedangkan metode harga pokok proses menghitung harga pokok produksi per satuan dengan cara membagi total biaya produksi yang dikeluarkan selama periode tertentu dengan jumlah satuan produk yang dihasilkan selama periode yang bersangkutan. Perhitungan ini dilakukan setiap akhir periode akuntansi (biasanya akhir bulan).

3. Penggolongan biaya produksi.

Dalam metode harga pokok pesanan, biaya produksi langsung dipisahkan menjadi biaya produksi langsung dan tidak langsung. Biaya produksi langsung dibebankan kepada produk berdasar biaya yang sesungguhnya terjadi, sedangkan biaya produksi tidak langsung dibebankan kepada produk berdasarkan tarif yang ditentukan di muka. Dalam metode harga pokok proses, pembedaan biaya produksi langsung dan tidak langsung seringkali tidak diperlukan terutama jika

perusahaan hanya menghasilkan satu macam produk. Karena harga pokok per satuan produk dihitung setiap akhir bulan, maka pada umumnya biaya overhead pabrik dibebankan kepada produk atas dasar biaya yang sesungguhnya terjadi.

4. Unsur biaya yang dikelompokkan dalam biaya overhead pabrik. Dalam metode harga pokok pesanan, biaya overhead pabrik terdiri dari biaya bahan penolong, biaya tenaga kerja tidak langsung, dan biaya produksi lain selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Dalam metode ini biaya overhead dibebankan kepada produk atas dasar tarif yang ditentukan di muka. Dalam metode harga pokok proses biaya overhead pabrik terdiri dari biaya produksi selain biaya bahan baku dan bahan penolong, serta biaya tenaga kerja baik langsung maupun tidak langsung. Biaya overhead pabrik ini dibebankan kepada produk sebesar biaya yang sesungguhnya terjadi selama periode akuntansi tertentu.

2.1.4 Manfaat Informasi Harga Pokok Produksi

Berdasarkan metode pengumpulannya, manfaat informasi harga pokok produksi dibagi menjadi dua:

1. Manfaat informasi harga pokok produksi per pesanan
 - a. Menentukan harga jual yang akan dibebankan kepada pemesan.

Manajemen perusahaan konstruksi merupakan contoh pihak yang memanfaatkan informasi biaya yang dihasilkan dengan metode harga pokok pesanan. Dalam perusahaan tersebut, biaya dihitung menurut proyek dan digunakan untuk mengajukan penawaran harga yang akan dibebankan kepada pemilik proyek dalam proses pelelangan proyek (tender). Jika pelelangan proyek dimenangkan oleh perusahaan konstruksi tersebut maka metode harga pokok pesanan digunakan untuk mengumpulkan biaya proyek yang sesungguhnya dikeluarkan untuk pengendalian biaya proyek.

Dari formula tersebut terlihat bahwa informasi taksiran biaya produksi yang akan dikeluarkan untuk memproduksi pesanan yang diinginkan oleh pemesan, dipakai sebagai salah satu dasar untuk menentukan harga jual yang akan dibebankan kepada pemesan.

b. Mempertimbangkan penerimaan atau penolakan pesanan.

Ada kalanya harga jual produk yang dipesan oleh pemesan telah terbentuk di pasar, sehingga keputusan yang perlu dilakukan oleh manajemen adalah menerima atau menolak pesanan. Untuk memungkinkan pengambilan keputusan tersebut, manajemen memerlukan informasi total harga pokok pesanan yang akan diterima tersebut. Informasi total harga pokok pesanan memberikan dasar perlindungan bagi manajemen, agar di dalam menerima pesanan perusahaan tidak mengalami kerugian. Tanpa memiliki informasi total harga pokok pesanan, manajemen tidak memiliki jaminan apakah harga yang diminta oleh pemesan dapat mendatangkan laba bagi perusahaan.

c. Memantau realisasi biaya produksi.

Jika pesanan telah diputuskan untuk diterima, manajemen memerlukan informasi biaya produksi yang sesungguhnya dikeluarkan untuk memenuhi pesanan tertentu. Oleh karena itu, akuntansi biaya digunakan untuk mengumpulkan informasi biaya produksi tiap pesanan yang diterima untuk memantau apakah proses produksi untuk memenuhi pesanan tersebut menghasilkan total biaya produksi pesanan sesuai dengan yang diperhitungkan sebelumnya.

d. Menghitung laba atau rugi tiap pesanan.

Untuk mengetahui apakah pesanan tertentu dapat menghasilkan laba atau rugi bruto, manajemen memerlukan informasi biaya produksi yang telah dikeluarkan untuk memproduksi pesanan tersebut. Informasi laba atau rugi bruto tiap pesanan diperlukan untuk mengetahui kontribusi tiap pesanan dalam menutup biaya nonproduksi dan menghasilkan laba atau rugi. Oleh karena itu, metode harga pokok pesanan digunakan oleh manajemen untuk mengumpulkan informasi biaya produksi yang sesungguhnya dikeluarkan oleh tiap pesanan guna menghasilkan informasi laba atau rugi bruto tiap pesanan.

e. Menentukan harga pokok persediaan produk jadi dan produk dalam proses yang disajikan dalam neraca.

Pada saat manajemen dituntut untuk membuat pertanggungjawaban keuangan periodik, manajemen harus menyajikan laporan keuangan berupa neraca dan laporan laba-rugi. Di dalam neraca, manajemen harus menyajikan harga pokok persediaan produk jadi dan harga pokok produk yang pada tanggal neraca masih dalam proses. Untuk tujuan tersebut, manajemen perlu menyelenggarakan catatan biaya produksi tiap pesanan. Berdasarkan catatan biaya produksi

produksi yang melekat pada pesanan yang telah selesai diproduksi namun pada tanggal neraca belum diserahkan kepada pemesan. Di samping itu, berdasarkan catatan tersebut, manajemen dapat pula menentukan biaya produksi yang melekat pada pesanan yang pada tanggal neraca masih dalam proses pengerjaan.

Biaya yang melekat pada pesanan yang telah selesai diproduksi namun pada tanggal neraca belum diserahkan kepada pemesan disajikan dalam neraca sebagai harga pokok persediaan produk jadi. Biaya yang melekat pada pesanan yang belum selesai pada tanggal neraca disajikan sebagai harga pokok persediaan produk dalam proses.

2. Manfaat informasi harga pokok produksi per proses

a. Menentukan harga jual produk.

Biaya produksi dihitung untuk jangka waktu tertentu untuk menghasilkan informasi biaya produksi per satuan produk. Dalam penetapan harga jual produk, biaya produksi per unit merupakan salah satu data yang dipertimbangkan di samping data biaya lain serta data nonbiaya.

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. Pengumpulan biaya produksi untuk jangka waktu tertentu tersebut dilakukan dengan menggunakan metode harga pokok proses.

c. Menghitung laba atau rugi periodik.

Untuk mengetahui apakah kegiatan produksi dan pemasaran 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 bruto periodik diperlukan untuk mengetahui kontribusi produk dalam menutup biaya nonproduksi dan menghasilkan laba atau rugi.

d. Menentukan harga pokok produk jadi dan produk dalam proses yang disajikan dalam neraca.

Di dalam neraca, manajemen harus menyajikan harga pokok persediaan produk jadi dan harga pokok produk yang pada tanggal neraca masih dalam proses. Untuk tujuan tersebut, manajemen perlu menyelenggarakan catatan biaya produksi tiap periode.

Penentuan harga pokok produk merupakan proses pembebanan biaya produksi ke produk yang diproduksi (Garrison, 2000:88). Metode penentuan harga pokok produksi adalah cara memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam harga pokok produksi (Mulyadi, 2000:13).

Dalam memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam harga pokok produksi terdapat dua pendekatan, yaitu:

1. *Full costing approach*

Pendekatan *full costing* memperhitungkan semua unsur biaya produksi ke dalam harga pokok produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik baik yang berperilaku tetap maupun variabel.

2. *Variable costing approach*

Pendekatan *variable costing* hanya memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku variabel ke dalam harga pokok produksi, yang terdiri dari: biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik variabel.

2.2 Harga Jual

2.2.1 *Pengertian Harga Jual*

Salah satu keputusan tersulit yang dihadapi oleh manajemen perusahaan adalah mengenai penetapan harga jual. Pada umumnya biaya tidak menentukan harga jual suatu produk atau jasa. Harga jual suatu produk terbentuk di pasar sebagai suatu interaksi antara jumlah permintaan dan penawaran. Permintaan merupakan suatu sisi dari persamaan penetapan harga, sementara penawaran adalah sisi lainnya. Karena pendapatan harus menutup biaya penuh untuk menghasilkan laba, maka banyak perusahaan terlebih dahulu menetapkan biaya sebelum menentukan harga. Mereka menghitung biaya periodik dan menambahkan laba yang diinginkan. Pendekatan ini tidak berbelit-belit dan biasanya terdapat beberapa biaya dasar dan *mark up*. Menurut Hanser dan Mowen (2000:287) *mark up* adalah persentase yang dibebankan kepada biaya dasar termasuk

diantaranya adalah laba yang diinginkan dan setiap biaya yang tidak termasuk dalam biaya dasar.

Dalam era kompetisi yang semakin tajam, banyak perusahaan mengubah strategi pemasarannya dengan meletakkan kepuasan *customers* sebagai prioritas utama dalam mengarahkan kegiatan bisnis. Dalam situasi seperti ini, harga jual harus ditentukan berdasarkan informasi biaya penuh dari produk atau jasa yang dihitung secara cermat. Manajemen puncak memerlukan informasi biaya penuh untuk memperhitungkan konsekuensi laba dari setiap alternatif harga jual yang terbentuk di pasar. Oleh karena itu, manajemen puncak harus memperoleh jaminan bahwa harga jual produk atau jasa yang dijual di pasar dapat menutup biaya penuh untuk menghasilkan produk atau jasa tersebut dan dapat menghasilkan laba wajar.

Harga jual merupakan sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan kombinasi dari barang beserta layanannya. Sedangkan Pass, dkk (2001:599) dalam kamus lengkap ekonomi mengemukakan: *Selling Price* (harga jual) adalah harga yang ditawarkan oleh sebuah perusahaan atas produk yang dijualnya. Harga jual biasanya ditetapkan pada suatu tingkat yang mencakup biaya produksi (*production cost*), biaya penjualan (*selling cost*), dan tingkat laba margin (*profit margin*) yang layak.

Satu-satunya faktor yang memiliki kepastian relatif tinggi yang berpengaruh pada harga jual adalah biaya, karena biaya memberikan informasi batas bawah suatu harga jual harus ditentukan. Perusahaan yang menetapkan harga jual di bawah harga pokok akan mengalami kerugian yang akan berdampak pada kelangsungan hidup perusahaan.

2.2.2 Unsur-Unsur Harga Jual

Jika pendekatan *full costing* yang digunakan dalam penentuan *cost* produk, harga jual produk harus dapat menutup biaya penuh, yang merupakan jumlah biaya produksi dan biaya non produksi ditambah dengan laba wajar. Jika pendekatan *variable costing* digunakan dalam penentuan *cost* produk, harga jual produk harus dapat menutup taksiran biaya penuh yang merupakan jumlah biaya variabel (biaya produksi variabel dan biaya non produksi variabel) dan biaya tetap (biaya produksi tetap dan biaya non produksi tetap) yang akan dikeluarkan ditambah dengan laba wajar. Laba wajar ditentukan sebesar tarif kembalian investasi yang diharapkan.

Unsur-unsur harga jual dapat ditentukan berdasarkan pendekatan *full costing* dan pendekatan *variable costing*.

1. Unsur harga jual dengan pendekatan *full costing*

Hasil penjualan	
Harga jual per unit x volume	xxx
Biaya produk yang dijual	
Biaya produksi per unit x volume	<u>(xxx)</u>
Laba bruto	xxx
Biaya nonproduksi	<u>(xxx)</u>
Laba bersih yang diinginkan	xxx

2. Unsur harga jual dengan pendekatan *variable costing*

Hasil penjualan	
Harga jual per unit x volume	xxx
Biaya variabel	
Biaya variabel per unit x volume	<u>(xxx)</u>
Laba bruto	xxx
Biaya tetap	<u>(xxx)</u>
Laba bersih yang diinginkan	xxx

2.2.3 Metode Penentuan Harga Jual

Salah satu cara untuk menghindari kerugian adalah dengan berusaha memperoleh pendapatan yang (paling tidak) dapat menutup biaya penuh. Dengan demikian, manajer penentu harga jual bertanggungjawab untuk menetapkan harga jual produk atau jasa yang dapat memberikan perlindungan bagi perusahaan dari

kemungkinan kerugian. Berikut ini akan diuraikan 4 (empat) metode penentuan harga jual, yaitu:

1. Penentuan harga jual normal (*normal pricing*).

Dalam keadaan normal, manajer penentu harga jual memerlukan biaya penuh di masa yang akan datang sebagai dasar penentuan harga harga jual produk atau jasa. Dalam metode ini, harga jual ditentukan dengan menambah biaya masa yang akan datang dengan suatu persentase *mark up* (tambahan di atas jumlah biaya). Dengan pendekatan *full costing*, harga jual dihitung menggunakan rumus:

$$\text{Harga jual} = \text{Biaya produksi} + \text{Mark up}$$

$$\text{Mark up} = \frac{\text{Biaya nonproduksi} + \text{Laba yang diharapkan}}{\text{Biaya produksi}}$$

$$\text{Mark up} = \frac{\text{Biaya nonproduksi} + (Y\% \times \text{Aktiva penuh})}{\text{Biaya produksi}}$$

Jika pendekatan *variable costing* digunakan dalam pendekatan biaya produk, maka rumus penentuan harga jualnya adalah sebagai berikut:

$$\text{Harga jual} = \text{Biaya variabel} + \text{Mark up}$$

$$\text{Mark up} = \frac{\text{Biaya tetap} + \text{Laba yang diharapkan}}{\text{Biaya variabel}}$$

$$\text{Mark up} = \frac{\text{Biaya tetap} + (Y\% \times \text{Aktiva penuh})}{\text{Biaya variabel}}$$

Cost-Plus Pricing

Menurut Mulyadi (2001:349) dalam bukunya Akuntansi Manajemen: Konsep, Manfaat, dan Rekayasa *cost-plus pricing* adalah penentuan harga jual dengan cara menambahkan laba yang diharapkan di atas biaya penuh masa yang akan datang untuk memproduksi dan memasarkan produk. Harga jual berdasarkan *cost-plus pricing* dihitung dengan rumus seperti dalam keadaan normal. Dengan demikian ada dua unsur yang diperhitungkan dalam penentuan harga jual ini, yaitu taksiran biaya penuh dan laba yang diharapkan.

Penentuan Harga Jual Waktu dan Bahan (Time and Material Pricing)

Penentuan harga jual waktu dan bahan ini pada dasarnya merupakan *cost-plus pricing*. Harga jual ditentukan sebesar biaya penuh ditambah dengan laba yang diharapkan. Metode penentuan harga jual ini digunakan oleh perusahaan bengkel mobil, dok kapal, dan perusahaan lain yang menjual jasa reparasi dan bahan suku cadang sebagai pelengkap penjualan jasa. Volume jasa dihitung berdasarkan waktu yang diperlukan untuk melayani *customer*, sehingga perlu dihitung harga jual per satuan waktu yang dinikmati oleh *customer*.

Sedangkan volume bahan dan suku cadang yang diperlukan sebagai pelengkap penyerahan jasa dihitung berdasarkan kuantitas bahan dan suku cadang yang diserahkan kepada *customer*, sehingga perlu dihitung harga jual per satuan bahan dan suku cadang yang dijual kepada *customer*.

2. Penentuan harga jual dalam *cost-type contract (cost-type contract pricing)*.

Cost-type contract adalah kontrak pembuatan produk atau jasa yang pihak pembeli setuju untuk membeli produk atau jasa pada harga yang didasarkan pada total biaya yang sesungguhnya dikeluarkan oleh produsen ditambah dengan laba yang dihitung sebesar persentase tertentu dari total biaya sesungguhnya tersebut (Mulyadi, 2001:360). Jika dalam keadaan normal, harga jual produk atau jasa yang akan dijual di masa yang akan datang ditentukan dengan metode *cost-plus pricing*, berdasarkan taksiran biaya penuh sebagai dasar, dalam *cost-type contract* harga jual yang dibebankan kepada *customer* dihitung berdasarkan biaya penuh **sesungguhnya** yang telah dikeluarkan untuk memproduksi dan memasarkan produk.

2. Penentuan harga jual pesanan khusus (*special order pricing*).

Pesanan khusus merupakan pesanan yang diterima oleh perusahaan di luar pesanan reguler perusahaan. Biasanya *customer* yang melakukan pesanan khusus ini meminta harga di bawah harga jual normal, bahkan seringkali harga yang diminta oleh *customer* berada di bawah biaya penuh, karena biasanya pesanan khusus mencakup jumlah yang besar.

Dalam mempertimbangkan penerimaan pesanan khusus, informasi biaya diferensial merupakan dasar yang dipakai sebagai landasan penentuan harga jual. Jika harga yang diminta oleh pemesan (harga jual pesanan khusus) lebih besar dari biaya diferensial yang berupa biaya variabel untuk memproduksi dan memasarkan pesanan khusus dapat dipertimbangkan untuk diterima. Biaya diferensial yang digunakan sebagai landasan penentuan harga jual pesanan khusus dapat pula terdiri dari biaya variabel dan biaya tetap, manakala pesanan khusus diperkirakan menyebabkan perubahan volume kegiatan melampaui kisar perubahan yang menjadikan biaya tetap bertambah.

4. Penentuan harga jual produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan yang diatur dengan peraturan pemerintah.

Produk dan jasa yang dihasilkan untuk memenuhi kebutuhan pokok masyarakat luas seperti listrik, air, telepon, telegraf, transportasi, dan jasa pos diatur dengan Peraturan Pemerintah. Harga jual produk dan jasa tersebut ditentukan berdasarkan biaya penuh masa yang akan datang ditambah dengan laba yang diharapkan.

Dalam penentuan harga jual yang diatur dengan Peraturan Pemerintah, biaya penuh masa yang akan datang (yang dipakai sebagai dasar penentuan harga jual) tersebut dihitung dengan menggunakan pendekatan *full costing* saja, karena pendekatan *variable costing* tidak sesuai dengan prinsip akuntansi yang lazim.

Informasi akuntansi penuh yang bermanfaat untuk penentuan harga jual produk dan jasa yang diatur dengan Peraturan Pemerintah terdiri dari biaya penuh masa yang akan datang yang akan dikeluarkan untuk menghasilkan produk atau jasa dan aktiva penuh yang akan digunakan untuk menghasilkan produk atau jasa tersebut.

2.2.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga Jual

Penetapan harga jual dipengaruhi oleh beberapa faktor baik faktor internal perusahaan maupun faktor eksternal perusahaan.

1. Faktor internal

a. Tujuan perusahaan

Penetapan harga jual harus realistis, dapat diukur (*measureable*), dapat dinyatakan secara kuantitatif, dan mencerminkan tujuan perusahaan tersebut.

b. Biaya

Satu-satunya faktor yang memiliki kepastian tinggi terhadap penetapan harga jual adalah biaya, karena biaya memberikan informasi batas bawah suatu penetapan harga jual.

2. Faktor eksternal

a. Tingkat permintaan

Penetapan harga jual tidak selalu dapat dikendalikan dari dalam (dengan menghitung harga pokok produksi terlebih dahulu) tetapi juga sangat mungkin untuk ditentukan oleh kekuatan pasar melalui permintaan konsumen, yang berada di luar jangkauan perusahaan tersebut.

b. Pesaing

Produk pesaing yang telah memasuki pasar dengan harga yang juga telah diterima di pasar akan menjadi tolak ukur bagi konsumen dalam membeli suatu barang atau jasa. Dengan kata lain, jika ada produk sejenis yang mencoba memasuki pasar dengan harga lebih tinggi, maka harga tidak akan dapat menembus pasar tersebut.

c. Kondisi ekonomi

Kondisi ekonomi sangat berperan dalam penentuan harga, karena tidak lepas dari kebijakan yang akan dikeluarkan oleh pemerintah dalam penetapan harga minimum atau harga maksimum.

2.3 Laba

Secara umum laba dapat diartikan sebagai keuntungan yang diperoleh dari hasil penjualan suatu produk atau jasa tertentu. Laba merupakan selisih antara penghasilan dan beban. Berikut beberapa definisi mengenai laba:

Dalam SAK, pada kerangka dasar penyusunan dan penyajian laporan keuangan, laba didefinisikan sebagai jumlah residual yang

tertinggal setelah semua beban (termasuk penyesuaian pemeliharaan modal, kalau ada) dikurangkan pada penghasilan.⁸

Committee on Terminology mendefinisikan laba sebagai jumlah yang berasal dari pengurangan harga pokok produksi, biaya lain, dan kerugian dari penghasilan atau penghasilan operasi.⁹

Untuk memperkirakan laba wajar yang diharapkan ada beberapa hal yang perlu dipertimbangkan oleh manajemen, yaitu:

1. *Cost of capital*

Merupakan biaya yang dikeluarkan untuk investasi yang dilakukan dalam perusahaan. Besarnya *cost of capital* sangat dipengaruhi oleh sumber aktiva yang ditanamkan dalam perusahaan.

2. Risiko bisnis

Semakin besar risiko bisnis yang dihadapi oleh perusahaan, semakin besar pula persentase laba yang ditambahkan di atas *cost of capital*.

3. Besarnya *capital employed*

Semakin besar investasi (*capital employed*) yang ditanamkan dalam memproduksi dan memasarkan produk atau jasa, semakin besar pula laba yang diharapkan dalam perhitungan harga jual.

Beberapa akuntan berpendapat bahwa angka yang disebut sebagai "laba bersih untuk periode" harus mencakup semua kejadian

⁸ Standar Akuntansi Keuangan per 1 Juni 1999. Jakarta. 1999:17.

⁹ Sofyan Syafri Harahap. Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan. Jakarta. 2001:113

ekonomi yang dicatat dan bahwa laba yang timbul dari sumber khusus harus dijelaskan secara tepat. Kontroversi ini telah menghasilkan dua konsep laba (Hendriksen, 1997; 149, 150), yaitu:

1. Konsep laba operasi berjalan.

Konsep ini memusatkan perhatian pada pengukuran efisiensi usaha perusahaan. Istilah efisiensi mengacu pada pemanfaatan secara efektif sumber daya perusahaan dalam menjalankan usaha dan menghasilkan laba. Ini berarti membutuhkan suatu evaluasi subyektif, tetapi sebagai titik tolak, perbandingan dapat dilakukan dengan hasil dari beberapa periode sebelumnya dan dengan laba dari perusahaan lain atau industrinya.

2. Konsep laba *all-inclusive* (laba komprehensif).

Konsep ini didefinisikan sebagai total perubahan dalam pemilikan yang diakui dengan mencatat transaksi atau revaluasi perusahaan selama periode tertentu, kecuali untuk distribusi dividen dan transaksi modal.

Perbedaan utama antara konsep laba operasi berjalan dan konsep laba *all-inclusive* terletak dalam tujuan pelaporan laba bersih. Sementara laba bersih operasi berjalan menekankan pada prestasi operasi berjalan atau efisiensi perusahaan dan kemungkinan penggunaan angka ini untuk meramalkan prestasi di masa yang akan

datang dan rentabilitas, maka para pendukung konsep laba bersih *all-inclusive* mengemukakan bahwa baik efisiensi operasi maupun ramalan prestasi di masa yang akan datang dapat ditingkatkan jika didasarkan pada keseluruhan pengalaman historis perusahaan selama beberapa tahun.

