

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan pulau tropis dengan bentang laut yang luas dan kelembaban yang tinggi, maka korosi tidak dapat dihindari (Karyono, *et al.*, 2017). Akibat interaksi langsung antara logam, salinitas, udara terbuka (kelembaban, suhu, dan bahan kimia), atau atom-atom yang bercampur dengan zat asam dan membentuk ion positif (kation), maka laju korosi semakin cepat terjadi pada daerah yang berbatasan langsung dengan laut atau daerah pantai (Wibowo dan Ghofur, 2021). Anoda dari sel lokal dan katoda keduanya akan mengalami reaksi elektrokimia sebagai akibat dari peristiwa ini, yang akan menyebabkan elektron berpindah dari satu lokasi di permukaan logam ke lokasi lainnya (Nasution, 2018). Secara umum, korosi terjadi pada benda-benda yang mengandung logam, termasuk mobil (Mulyaningsih, *et al.*, 2021).

Peristiwa terjadinya korosi dapat menurunkan umur pakai kendaraan (Laksmono, *et al.*, 2024). Pada kendaraan roda empat memiliki umur pakai 15 sampai 20 tahun sedangkan pada kendaraan roda dua memiliki kisaran umur pakai 10 sampai 15 tahun, akan tetapi akibat terjadinya proses korosi pada kendaraan mengakibatkan umur pakai lebih pendek berkisar 5 sampai 8 tahun. Hal ini menyebabkan kerugian finansial yang cukup besar diperkirakan \$500 - \$10.000 (7 juta - 150 juta rupiah) tergantung pada tingkat keparahan kerusakan dan jenis komponen yang terpengaruh (Hulya dan Hassan, 2015). Peristiwa ini juga dialami oleh Bapak Mansur pemilik Bengkel 5 Putra di Desa Sabbang Paru,



ajuangin, Kec. Lembang, Kab. Pinrang saat diadakan sosialisasi beliau akan bahwa motor yang dimiliki terkena korosi yang awalnya hanya sedikit

namun karena tidak diatasi dengan cepat dan hanya disimpan di halaman rumah, lama kelamaan tingkat korosinya semakin parah sehingga motor tersebut rusak dan dijual pada pembeli besi dengan harga jual yang sangat murah.

Akibat besarnya kerugian yang ditimbulkan oleh korosi ini maka pengguna kendaraan biasanya melakukan serangkaian kegiatan berupa penggunaan anti karat ataupun pengecatan (Salim, 2019). Akan tetapi produk tersebut memiliki beberapa kelemahan diantaranya berbahan dasar kimia sintesis dengan harga yang mahal dan sulit dalam pengaplikasiannya, contohnya inhibitor berbasis kromat dan fosfat yang memerlukan investasi awal yang signifikan, dan memerlukan peralatan dan tenaga yang terlatih (Setiawan, *et al.*, 2019). Selain tidak ekonomis, penggunaan produk berbasis kimia sintesis juga dinilai tidak ramah lingkungan karena menghasilkan limbah yang harus dikelola dengan benar guna mencegah kontaminasi lingkungan selain itu penggunaan anti karat dan cat terbatas di beberapa bagian kendaraan misalnya pada bagian bawah mobil dan jika di digunakan pada bagian body mengakibatkan estetika kendaraan terganggu (Sutrisno, 2021). Melihat permasalahan ini, beberapa produsen membuat produk anti korosi namun mereka menggunakan bahan-bahan kimia sintesis sehingga tidak ramah lingkungan dan memiliki harga jual yang tidak ekonomis. Oleh karena itu, Eco-Sparkle hadir sebagai produk pencegah korosi berbahan dasar alami yang memanfaatkan limbah eceng gondok dan minyak jelantah sebagai dua bahan utama dalam pembuatan produk ini.

Menurut Omran *et al.* (2022) eceng gondok (*Eichhornia crassipes*) merupakan makrofit air dominan di beberapa perairan yang dapat dianggap sebagai inhibitor korosi yang menjanjikan. Hal ini dikarenakan adanya berbagai senyawa seperti alkaloid, terpenoid, flavonoid, asam amino, dan senyawa lain dalam ekstrak dari spesies tanaman eceng gondok. Senyawa tersebut



berperan dalam melindungi logam dari korosi melalui daya tarik elektrostatis antara elektron- π dari senyawa dengan logam bermuatan atau logam yang memiliki orbital-d kosong. Inhibitor ini memiliki cincin aromatik dan heteroatom seperti belerang (S), oksigen (O), dan nitrogen (N). Sifat-sifat ini memungkinkan molekul untuk memancarkan pasangan elektron tunggal, yang menciptakan ikatan koordinasi dengan logam transisi. Hal ini menyebabkan terjadinya adsorpsi kimia pada logam. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Sisodia, *et al.*, 2023), ekstrak air daun eceng gondok mampu menjadi inhibitor korosi pada mild steel dengan efisiensi mencapai 97.7% pada konsentrasi inhibitor sebesar 7%, sehingga limbah ini berpotensi besar pada pembuatan cairan inhibitor alami guna menghambat terjadinya korosi. Minyak jelantah memiliki kandungan trigliserida dan asam lemak bebas (ALB), apabila direaksikan dengan basa alkali (KOH) melalui proses saponifikasi atau penyabunan dapat menjadi pembersih pada kendaraan. Oleh karena itu, dengan memanfaatkan limbah potensial seperti eceng gondok dan minyak jelantah dapat menjadi solusi alternatif pengganti bahan kimia dalam mencegah terjadinya korosi (Puspitasari, *et al.*, 2023).

Menurut Anggraini *et al.* (2022), Meningkatnya volume barang yang serupa, perusahaan harus mengembangkan ide-ide baru dan meningkatkan *orisinalitas* produk mereka. Menentukan harga jual yang sesuai juga penting untuk mencegah kerugian bagi perusahaan dan mengoptimalkan pendapatan penjualan sesuai dengan biaya yang dianggarkan.

Studi yang dilakukan oleh Anggraini, *et al.* (2022), mengenai “Analisis Biaya Produksi untuk Menentukan Harga Jual Produk Kue pada Unnie Cake di Way Lenara”. Penelitian tersebut menggunakan metodologi kualitatif. Menurut penelitian tersebut, biaya produksi kue Unnie Cake menunjukkan bahwa perusahaan tersebut stabil secara finansial dan harganya wajar. Hal ini terlihat dari



statistik persentase laba sebesar 36,575%. Hal ini menjelaskan mengapa sangat penting bagi toko *Unnie Cake* dalam membuat laporan. Laporan keuangan juga digunakan untuk menunjukkan apakah Toko Kue *Unnie Cake* berada dalam kondisi yang siap untuk masa depan.

Studi “Analisis Biaya Produksi untuk Menentukan Harga Jual PT Selera Rodjo Abadi Semarang” (Rozi dan Shuwiyandi, 2022) menggunakan metodologi deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Dengan pencapaian laba sebesar 25%, temuan penelitian tersebut menunjukkan bahwa pilihan perusahaan terkait harga jual sesuai dengan target laba yang ditetapkan sebesar Rp 35.000. Meskipun penjualan menurun pada bulan Januari dan Februari karena adanya peraturan pemerintah yang membatasi aktivitas masyarakat karena pandemi COVID-19, perusahaan masih menghasilkan laba dalam jangka pendek dengan menggunakan pendekatan biaya variabel.

Salah satu aspek penentuan harga jual produk adalah penentuan biaya produksi. Penjualan akan dipengaruhi oleh biaya produksi yang tinggi dan rendah. Data biaya diperlukan bagi manajemen bisnis untuk memutuskan harga jual. Oleh karena itu, sangat penting bagi bisnis untuk mempertimbangkan dengan cermat semua harga potensial untuk suatu produk sebelum memutuskan harga jual. Peningkatan volume penjualan dan pengurangan biaya merupakan dua inisiatif perusahaan. Perusahaan juga dapat mengambil tindakan untuk mencapai tujuan-tujuan perusahaan, khususnya dengan menetapkan harga jual yang kompetitif (Savitri, *et al.*, 2024).

Ketertarikan penulis untuk meneliti “**Analisis Biaya Produksi untuk Penentuan Harga Jual Produk Eco-Sparkle (Spray Anti Korosi dari Eceng dan Minyak Jelantah)**” berawal dari uraian di atas.



1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang informasi di atas, maka permasalahan penelitian ini adalah bagaimana cara usaha Eco-Sparkle menghitung harga pokok produksi dalam menentukan harga jual produk?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan di atas, maka tujuan penelitian ini, yaitu untuk menganalisis usaha Eco-Sparkle dalam menggunakan sistem akuntansi yang mengarahkan dalam penentuan harga jual dengan menerapkan perhitungan biaya produksi.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Diharapkan bahwa studi ini akan memperluas pemahaman pembaca dan peneliti tentang masalah yang diangkat. Diharapkan bahwa studi ini akan menjadi informasi referensi tambahan bagi para akademisi dan peneliti yang akan melakukan penelitian terkait di masa depan.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Menyediakan informasi dan alat bantu bagi para pemangku kepentingan internal dan eksternal untuk digunakan dalam pengambilan keputusan dalam analisis biaya produksi yang menentukan harga jual produk Eco-Sparkle (spray anti korosi eceng gondok dan minyak jelantah).

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang dipakai penulis adalah:



Bab I Pendahuluan

Bab ini memuat latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II Landasan Teori

Bab ini berisi tentang tinjauan pustaka, yang berisi kajian teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran serta hipotesis.

Bab III Metode Penelitian

Bab ini membahas tentang rancangan penelitian, tempat dan waktu, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, jenis dan sumber data, variabel penelitian, definisi operasional dan metode analisis data yang hendak digunakan.

Bab IV Hasil Penelitian

Bab ini menerangkan terkait gambaran umum objek penelitian, hasil penelitian serta pembahasan.

Bab V Penutup

Bab ini memuat tiga hal pokok, yaitu kesimpulan, saran dan keterbatasan penelitian.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Biaya Produksi

2.1.1 Pengertian Biaya

Hansen, *et al.*, (2015) mendefinisikan biaya sebagai jumlah uang atau nilai setara kas yang diserahkan untuk memperoleh barang atau jasa yang diantisipasi memberi manfaat bagi organisasi saat ini atau di masa depan. Biaya sebagai sumber daya yang diserahkan atau hilang untuk mencapai tujuan tertentu. Biasanya, biaya dinyatakan sebagai jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan layanan (Hongren, *et al.*, 2015). Biaya menurut Supriyono (2011) adalah biaya perolehan yang dikorbankan atau digunakan untuk menghasilkan pendapatan, yang kemudian dikurangkan dari pendapatan.

Menurut definisi yang diberikan di atas, biaya adalah peningkatan yang dilakukan oleh organisasi untuk meningkatkan keuntungan dari operasinya. Salah satu aspek manajemen adalah penyediaan barang atau jasa, dan jenis serta kualitas jasa yang akan disediakan dapat ditentukan oleh biaya. Biaya juga merupakan hasil dari pekerjaan yang sedang dilakukan atau akan dilakukan untuk membuat segala sesuatunya menjadi lebih baik. Keuntungan atau manfaat di masa depan dari pengeluaran yang terjadi dikuantifikasikan dalam satuan uang dan mencakup beberapa periode waktu.

2.1.2 Klasifikasi Biaya

Menurut Mulyadi (2013), pencatatan yang sistematis dilakukan dan semua elemen biaya dalam kelompok tertentu didokumentasikan lebih banyak agar dapat menunjukkan informasi yang akurat dan signifikan. Penggolongan biaya merupakan salah satu hal yang perusahaan dalam mencapai tujuannya. Pengelompokan biaya dilakukan biaya yang diberikan. Manajemen dapat melihat data dengan jelas dengan



adanya klasifikasi biaya. Penggolongan biaya ini dimaksudkan untuk mempermudah penyusunan laporan keuangan dan pencatatan biaya.

Menurut Hansen dan Mowen (2007), klasifikasi biaya di bagi menjadi dua kategori yaitu:

1. Biaya produksi

Biaya produksi adalah biaya yang berkaitan dengan pembuatan barang dan penyediaan jasa bagi konsumen. Biaya produksi bisa diklasifikasikan sebagai berikut:

a. Biaya bahan baku langsung

Merupakan biaya yang bisa ditelusuri ke produk atau jasa yang dihasilkan. Pembebanan biaya ini bisa dilakukan secara langsung ke produk karena dapat dilakukan observasi secara fisik mengenai konsumsi bahan baku oleh setiap produk.

b. Biaya tenaga kerja langsung

Yaitu biaya yang digunakan untuk mengonversi bahan baku menjadi suatu produk. Biaya ini bisa ditelusuri secara langsung ke produk setelah produk jadi. Biaya bahan baku langsung dan biaya tenaga kerja langsung disebut sebagai biaya utama atau *prime cost*.

c. Biaya *overhead* pabrik

Adalah biaya produksi selain biaya bahan baku langsung dan biaya tenaga kerja langsung namun bisa digunakan untuk mengolah bahan menjadi barang jadi, biaya ini bisa diklasifikasikan sebagai biaya *overhead* pabrik. Untuk biaya *overhead* pabrik dan biaya bahan baku tidak langsung maupun biaya tenaga kerja tidak langsung biasa disebut sebagai biaya konversi atau *conversion cost*, yang merupakan biaya yang diperlukan untuk pengolahan bahan baku menjadi produk yang siap dijual.

2. Biaya non produksi



yang berhubungan dengan perencanaan, penelitian dan pengembangan (*R&D development*), pemasaran produk atau jasa, distribusi produk, dan layanan serta administrasi.

Selain Klasifikasi biaya di atas Horngren, *et al.* (2015) menyatakan pendapatnya mengenai klasifikasi biaya sebagai berikut:

1. Biaya dikategorikan dengan menggunakan terminologi, yang meliputi:
 - a. Biaya Langsung, adalah biaya yang terkait dengan objek biaya dan dapat diidentifikasi dengan cara yang ekonomis atau mudah.
 - b. Biaya tidak langsung adalah biaya yang terkait dengan objek biaya tetapi sulit atau mahal untuk dilacak.
2. Kategori menurut pola perilaku, seperti:
 - a. Biaya Variable (*Variable Cost*) adalah biaya yang berfluktuasi sebagai respons terhadap perubahan jumlah pekerjaan yang dilakukan atau jumlah output yang dihasilkan.
 - b. Biaya Tetap (*Fixed Cost*) merupakan biaya yang tetap atau konstan dari waktu ke waktu, bahkan ketika ada perubahan signifikan dalam volume output yang dihasilkan atau aktivitas yang terkait.
 - c. Pemicu Biaya (*Cost Driver*) merupakan variabel yang mempengaruhi biaya selama periode waktu tertentu.
 - d. Kisaran Relevan (*Relevant Range*) adalah aktivitas yang umum terjadi di mana tingkat aktivitas dan biaya tertentu memiliki hubungan tertentu.
 - e. Biaya Unit (*Unit Cost*) menghitung biaya keseluruhan berdasarkan jumlah unit.
3. Klasifikasi berdasarkan biaya produksi, diantaranya adalah:
 - a. *Direct Material Cost*, ialah penggunaan seluruh biaya bahan baku (mentah, setengah jadi, dan barang jadi) terkait dari objek biaya dan dapat ditelusuri ke objek biaya dengan cara yang ekonomis atau mudah.
 - b. *Direct Manufacturing Labor*, merupakan penggunaan seluruh biaya tenaga kerja dan ditelusuri ke objek biaya dengan cara yang ekonomis atau mudah.



- c. Indirect Manufacturing Cost, merupakan semua biaya yang dikaitkan dengan objek biaya namun tidak dapat ditelusuri dengan dengan cara ekonomis. Tipe biaya ini juga disebut sebagai manufacturing overhead cost atau factory overhead cost.

2.2 Harga Pokok Produksi

2.2.1 Pengertian Harga Pokok Produksi

Beberapa akademisi menyebutkan pengertian Harga Pokok Produksi yang berbeda-beda. Menurut Mulyadi (2013) "Harga pokok produksi merupakan sejumlah uang yang dikorbankan untuk sumber daya ekonomi yang telah terjadi atau diantisipasi akan terjadi dalam rangka menghasilkan pendapatan". Adapun menurut Charles T.Horngren, Srikant M. Datar, dan George Foster (2006) "Harga Pokok Produksi (*cost of goods manufactured*) adalah biaya barang yang dibeli untuk diproses sampai selesai, baik sebelum maupun selama periode akuntansi berjalan". Selain itu, Ray H. Garrison, Eric W. Noreen, dan Peter C. Brewer (2006) menyebutkan "Harga Pokok Produksi berupa biaya produksi yang berkaitan dengan barang-barang yang diselesaikan dalam satu periode."

Berdasarkan pendapat-pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa harga produk adalah total biaya produksi yang digunakan untuk mengubah suatu bahan baku menjadi barang jadi dalam jangka waktu tertentu. Informasi mengenai harga produk sangat penting bagi para manajer dalam menentukan harga yang berlaku untuk suatu produk. Oleh karena itu, harga yang dibebankan perusahaan untuk memproduksi suatu produk dapat digunakan untuk menentukan harga jual yang adil.

2.2.2 Elemen Harga Pokok Produksi

Harga pokok produksi terdiri dari tiga elemen biaya produk yaitu biaya bahan baku, biaya langsung, dan biaya overhead pabrik. Harga pokok produksi dari biaya produksi yang terkait dengan produk yang telah selesai selama barang dalam proses awal harus ditambahkan dalam biaya produksi periode



tersebut dan barang dalam persediaan akhir barang dalam proses harus dikurangkan untuk memperoleh harga pokok produksi (Garrison, Noreen, dan Brewer, 2006).

Ketiga elemen biaya produk sebagai pembentuk harga pokok produksi adalah:

1. Biaya Bahan Baku

Adapun pengertian biaya bahan baku menurut Charles T. Horngren, Srikant M. Datar, dan George Foster (2006) yakni biaya bahan langsung (*direct material cost*) adalah biaya perolehan semua bahan yang pada akhirnya akan menjadi bagian dari objek biaya (barang dalam proses dan kemudian barang jadi) dan yang dapat ditelusuri ke objek biaya dengan cara yang ekonomis. Biaya bahan baku adalah biaya yang diperlukan untuk mendapatkan semua bahan baku yang akan digunakan dalam proses produksi, yang dapat dihitung secara langsung ke dalam biaya produksi. Bahan baku adalah bahan yang dapat diidentifikasi secara fisik dan dapat digunakan dalam produk jadi. Biaya perolehan bahan baku, yaitu biaya yang diperlukan untuk mendapatkan bahan baku, dibagi menjadi biaya yang dapat digunakan dalam proses produksi.

2. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Adapun pengertian Biaya Tenaga Kerja Langsung menurut Charles T. Horngren, Srikant M. Datar, dan George Foster (2006) yakni biaya tenaga kerja manufaktur langsung (*direct manufacturing labour cost*) meliputi kompensasi atas seluruh tenaga kerja manufaktur yang dapat ditelusuri ke objek biaya (barang dalam proses dan kemudian barang jadi) dengan cara yang ekonomis. Biaya yang dikeluarkan untuk menggunakan tenaga kerja langsung selama proses pembuatan suatu barang dari bahan baku menjadi produk akhir dikenal sebagai biaya tenaga kerja langsung. Biaya tenaga kerja langsung mencakup kompensasi untuk seluruh tenaga kerja yang dapat ditelusuri ke obyek biaya secara



ad Pabrik

Adapun pengertian Biaya Overhead Pabrik menurut Ray H. Garrison, Eric W. Noreen, dan Peter C. Brewer (2006: 56) biaya overhead pabrik adalah seluruh biaya manufaktur yang tidak termasuk dalam bahan langsung dan tenaga kerja langsung.

Biaya overhead pabrik mencakup semua biaya produksi yang tidak termasuk dalam biaya bahan baku atau biaya tenaga kerja langsung, meskipun keduanya merupakan biaya utama dalam pembuatan produk. Biaya overhead pabrik juga mencakup semua biaya produksi yang tidak termasuk dalam biaya bahan baku atau biaya tenaga kerja langsung dan tidak dapat ditelusuri ke unit produksi secara individual.

2.2.3 Metode Penentuan Harga Pokok Produksi

Metode penentuan harga pokok dapat dikelompokkan menjadi dua metode, yaitu:

1. Harga Pokok Penuh (*Full Costing*)

Menurut Mulyadi (2018) metode *full costing* merupakan metode yang menggabungkan semua komponen biaya produksi ke dalam harga pokok produksi, termasuk biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Dengan demikian, perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode biaya penuh, yaitu:

Biaya bahan baku

Biaya tenaga kerja langsung

Biaya overhead pabrik variabel

Biaya overhead pabrik tetap +

Harga pokok produksi

Selain itu, Supriyono (1987) menyatakan bahwa harga pokok penuh (*full costing*) adalah salah satu konsep penentuan harga pokok produk yang memasukkan semua



biaya produksi, baik biaya produksi variabel maupun tetap ke dalam harga pokok. Harga pokok penuh merupakan metode penentuan harga pokok yang 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 variabel maupun tetap. Penentuan harga pokok penuh mengalokasikan biaya overhead pabrik tetap dan biaya overhead pabrik variabel kepada setiap unit yang dihasilkan selama suatu periode. Penentuan biaya pokok penuh memperlakukan semua biaya produksi sebagai biaya produk.

2. *Variable Costing*

Menurut Garrison dan Noreen (2006) *variable costing* hanya menggunakan biaya produksi yang berubah-ubah sesuai dengan output yang diperlakukan sebagai harga pokok sehingga dapat disimpulkan bahwa *variable costing* merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang hanya menghitung biaya produksi yang berperilaku variabel ke dalam harga pokok produksinya. Harga pokok produksi yang dihitung dengan pendekatan *variable costing* terdiri dari unsur harga pokok produksi variabel (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik variabel) ditambah dengan biaya non produksi variabel (biaya pemasaran variabel, dan biaya administrasi dan umum variabel) dan biaya tetap (biaya overhead pabrik tetap, biaya pemasaran tetap, biaya administrasi dan umum tetap).

Menurut Mulyadi (2018) metode *variabel costing* yaitu metode berperilaku variabel saja untuk menghitung biaya produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead variabel. Harga pokok produksi dihitung menggunakan variabel biaya berikut:

Biaya bahan baku

Biaya tenaga kerja langsung

Biaya overhead pabrik variabel +

Harga pokok produksi



de harga pokok penuh (*full costing*), biaya produksi tetap diperlakukan rga pokok produksi, sedangkan dalam metode harga pokok variabel, biaya

ak diperlakukan sebagai unsur harga pokok produksi. Sebaliknya, dalam

metode harga pokok variabel, biaya produksi tetap tidak diperlakukan sebagai unsur harga pokok produksi, sehingga apabila produksi sebenarnya berbeda dengan tarif, maka akan timbul kekurangan atau kelebihan pembebanan. Dalam metode harga pokok penuh, perhitungan harga pokok produksi dan penyajian laporan laba rugi didasarkan pada pendekatan fungsi, yang berarti semua biaya yang berkaitan dengan fungsi produksi, baik langsung maupun tidak langsung, tetap maupun variabel, disebut sebagai biaya produksi.

2.3 Harga Jual

2.3.1 Pengertian Harga jual

Menurut Mulyadi (2013) harga jual adalah jumlah dari biaya produk, pengeluaran nonproduksi, dan keuntungan yang diantisipasi yang akan dibayarkan oleh konsumen. Harga jual merupakan upaya untuk mencapai keseimbangan antara kebutuhan untuk memaksimalkan manfaat penciptaan pendapatan yang tinggi dan kemungkinan penurunan volume penjualan jika harga jual yang dibebankan kepada pelanggan terlalu tinggi (Krismiaji dan Aryani, 2011).

2.3.2 Tujuan Penetapan Harga Jual

Menurut Kotler dan Keller (2009) harga memiliki beberapa tujuan sebagai berikut:

1. Kelangsungan Hidup

Bisnis yang menghadapi kelebihan kapasitas, persaingan yang ketat, atau pergeseran preferensi konsumen mungkin menjadikan kelangsungan hidup sebagai prioritas utama mereka. Mereka sering kali menurunkan harga untuk menjaga agar manufaktur tetap beroperasi dan stok tetap berputar. Kelangsungan hidup lebih penting daripada keuntungan. Bisnis dapat terus beroperasi selama harga dapat menutupi biaya variabel dan biaya tetap. Namun, bertahan hidup adalah tujuan sementara. Bisnis harus memiliki kapasitas untuk



ai dari waktu ke waktu.

ng Maksimum

Banyak bisnis memutuskan harga yang akan memaksimalkan keuntungan mereka saat ini. Mereka menentukan harga yang akan menghasilkan laba, arus kas, atau laba atas investasi tertinggi dengan memperkirakan biaya dan permintaan dalam kaitannya dengan harga alternatif.

3. Pendapatan Sekarang Maksimum

Beberapa bisnis menetapkan harga untuk memaksimalkan pendapatan penjualan, yang diperlukan untuk memaksimalkan pendapatan adalah perkiraan fungsi permintaan. Banyak manajer berpikir bahwa meningkatkan pendapatan akan meningkatkan pangsa pasar dan keuntungan jangka panjang.

4. Pertumbuhan Penjualan Maksimum

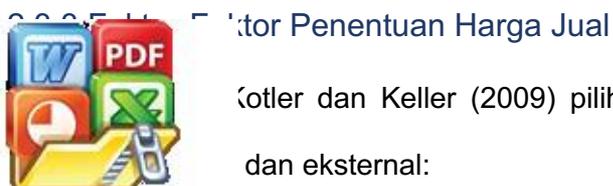
Tujuan bisnis lain adalah meningkatkan penjualan unit. Mereka berpikir bahwa peningkatan volume penjualan akan menghasilkan biaya yang lebih murah per unit dan profitabilitas jangka panjang.

5. *Skimming* Pasar Maksimum

Hanya dalam situasi di mana ada banyak pembeli dengan permintaan yang kuat, biaya per unit untuk memproduksi dalam jumlah kecil tidak terlalu tinggi sehingga menurunkan keuntungan harga maksimum yang dapat diserap pasar, harga tinggi tidak menarik lebih banyak pesaing, dan harga tinggi memproyeksikan citra produk yang superior, kondisi *skimming* pasar dapat dilakukan.

6. Kepemimpinan Mutu Produk

Dengan memproduksi barang yang lebih unggul dan mengenakan harga yang lebih tinggi daripada pesaingnya, bisnis dapat berusaha mendominasi pasar dalam hal kualitas produk.



Faktor Penentuan Harga Jual

Kotler dan Keller (2009) pilihan harga dari perusahaan dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal:

1. Faktor internal

Faktor internal adalah hal-hal yang berada dalam kendali perusahaan dan langsung berhubungan dengan keputusan penetapan harga, yaitu:

- a. Tujuan bisnis, harga ditetapkan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai perusahaan, seperti memaksimalkan laba, meningkatkan pangsa pasar, atau menjaga stabilitas harga.
- b. Strategi bauran pemasaran, Penetapan harga juga dipengaruhi oleh komponen bauran pemasaran lainnya (produk, promosi, tempat/distribusi). Misalnya, jika produk memiliki kualitas premium, harga yang ditetapkan cenderung lebih tinggi.
- c. Biaya, Biaya produksi, distribusi, dan pemasaran menjadi pertimbangan utama. Perusahaan harus menetapkan harga yang dapat menutupi biaya dan menghasilkan keuntungan.
- d. Pertimbangan organisasi, struktur organisasi juga berpengaruh, seperti siapa yang memiliki wewenang menetapkan harga (manajer produk, manajer pemasaran, atau tim khusus).

2. Pengaruh eksternal

Faktor eksternal adalah elemen di luar perusahaan yang mempengaruhi keputusan harga, yaitu:

- a. Permintaan dan pasar, permintaan konsumen dan kondisi pasar sangat mempengaruhi harga. Jika permintaan tinggi dan penawaran terbatas, harga bisa dinaikkan.
- b. Biaya, harga dan penawaran pesaing, perusahaan harus memperhatikan harga yang ditetapkan oleh pesaing. Jika harga pesaing lebih rendah, perusahaan perlu menyesuaikan strategi agar tetap kompetitif.



an ekonomi, kondisi ekonomi, seperti inflasi, daya beli masyarakat, dan pemerintah, juga memengaruhi keputusan harga. Dalam situasi ekonomi, harga mungkin diturunkan untuk menarik konsumen.

2.3.4 Metode Penentuan Harga Jual

Menurut Garrison (2013) metode penentuan harga jual berfokus pada pendekatan akuntansi manajerial untuk menentukan harga yang optimal yaitu:

1. Metode *Cost Plus Pricing*

Metode ini menetapkan harga jual dengan cara menambahkan margin laba (markup) pada total biaya produksi.

- Cost (Biaya Produksi): Meliputi biaya tetap dan biaya variabel.
- Plus (Markup): Persentase keuntungan yang diinginkan perusahaan.
- Digunakan ketika perusahaan ingin memastikan semua biaya tertutupi sekaligus memperoleh keuntungan.

Adapun langkah dalam menentukan harga dengan metode *cost-plus*:

a) Menghitung total biaya produksi

- Biaya Tetap (Fixed Cost): Biaya yang tidak berubah, misalnya gaji karyawan tetap, sewa gedung.
- Biaya Variabel (Variable Cost): Biaya yang berubah sesuai volume produksi, seperti bahan baku.

b) Menentukan presentase *markup*, Biasanya berdasarkan standar industri atau target laba perusahaan.

c) Menghitung harga jual dengan menggunakan rumus sebagai berikut;

$$\text{Harga Jual} = \text{Biaya Produksi} + (\text{Biaya Produksi} \times \text{Markup})$$

Oleh karena itu, metode *Cost-Plus Pricing* sangat cocok digunakan pada kondisi berikut:

- Biaya Produksi Terukur: Jika perusahaan dapat memperkirakan biaya produksi dengan akurat.



Permintaan: Jika permintaan tidak terlalu elastis terhadap perubahan harga.

Monopoli atau Oligopoli: Ketika persaingan harga tidak terlalu ketat.

Job Costing

Metode target *costing* adalah pendekatan penetapan harga yang berawal dari harga pasar (harga jual yang ditentukan oleh konsumen atau kondisi pasar), kemudian perusahaan menghitung biaya produksi yang harus dicapai agar tetap menguntungkan.

- Harga Terlebih Dahulu: Dimulai dengan menetapkan harga jual yang diinginkan berdasarkan penelitian pasar atau kompetisi.
- Margin Keuntungan: Ditentukan sebagai persentase dari harga jual.
- Biaya Target: Dihitung dari selisih antara harga jual dan margin keuntungan.
- Jika biaya aktual melebihi biaya target, perusahaan perlu menyesuaikan proses produksi atau desain produk.

Adapun langkah dalam menentukan harga dengan metode *target costing* yaitu;

- a) Menentukan harga jual yang diinginkan, Berdasarkan riset pasar atau harga kompetitor.
- b) Menentukan margin laba yang diharapkan, Biasanya berupa persentase dari harga jual.
- c) Menghitung biaya target

$$\text{Biaya Target} = \text{Harga jual yang diinginkan} - \text{margin keuntungan}$$
- d) Mengevaluasi dan menyesuaikan biaya produksi, Jika biaya aktual lebih tinggi dari biaya target, perlu dilakukan penghematan atau perbaikan proses.

Oleh karena itu, metode target costing adalah strategi yang sangat berorientasi pasar, memastikan bahwa harga produk tidak terlalu tinggi sehingga dapat diterima oleh konsumen.

- Jika biaya produksi melebihi biaya target, maka perlu dilakukan penghematan tanpa mengorbankan kualitas.



ini paling efektif ketika perusahaan menghadapi pasar yang kompetitif dan konsumen yang sensitif terhadap perubahan harga.

Variable Cost Pricing (Penetapan harga berdasarkan biaya variable)

Metode Metode ini menetapkan harga jual produk berdasarkan biaya variabel per unit ditambah dengan margin laba.

- Biaya Variabel: Biaya yang berubah sesuai dengan jumlah produksi, seperti bahan baku dan tenaga kerja langsung.
- Tidak Memperhitungkan Biaya Tetap: Biaya tetap (misalnya sewa gedung atau gaji manajer) tidak dihitung langsung dalam harga jual.
- Biasanya digunakan dalam situasi volume tinggi atau ketika memaksimalkan kontribusi margin lebih penting daripada menutupi biaya tetap.

Adapun langkah dalam menentukan harga dengan metode *variable cost pricing* sebagai berikut;

- Menghitung biaya variable per unit
- Menentukan margin laba per unit, ditambahkan langsung pada biaya variabel untuk menghasilkan harga jual.
- Menghitung harga jual dengan rumus sebagai berikut;

$$\text{Harga Jual} = \text{Biaya Variabel per Unit} + \text{Margin Laba}$$

Oleh karena itu, metode *Variable Cost Pricing* memberikan fleksibilitas dalam menetapkan harga, terutama ketika volume produksi tinggi dan pasar sangat kompetitif.

- Fokus pada kontribusi margin per unit dan bukan pada penutupan biaya tetap.
- Risiko muncul ketika penjualan tidak mencapai target, karena biaya tetap tidak tertutup.
- Cocok digunakan untuk produk dengan volume tinggi, harga rendah, dan pasar yang sensitif terhadap perubahan harga.

4. Metode *Markup Pricing* (Penentuan harga dengan penambahan *markup*)



Markup Pricing menetapkan harga jual dengan cara menambahkan persentase *markup*) pada biaya produk.

Persentase keuntungan yang ditambahkan pada biaya pokok.

- Biasanya digunakan dalam perdagangan ritel dan distribusi.
- Sederhana dan mudah diterapkan, terutama jika margin laba sudah ditetapkan secara standar.

Adapun Langkah dalam menentukan harga dengan metode *markup pricing* sebagai berikut;

- Menghitung biaya pokok (*Cost*), Biaya pokok bisa berupa harga beli (jika produk dibeli dari pemasok) atau biaya produksi (jika produk dibuat sendiri).
- Menentukan Persentase *Markup*, Biasanya dihitung berdasarkan kebijakan perusahaan atau standar industri.
- Menghitung Harga Jual.

$$\text{Harga Jual} = \text{Biaya Pokok} + (\text{Biaya Pokok} \times \text{Markup})$$

Oleh karena itu, metode *markup pricing* adalah cara yang cepat dan sederhana untuk menentukan harga jual, terutama pada bisnis ritel dan distribusi.

- Cocok untuk produk dengan biaya tetap atau harga beli yang pasti.
- Namun, perlu hati-hati agar tidak terlalu mengabaikan harga pasar dan persaingan.
- Bisa menjadi tidak efektif jika perubahan biaya pokok tidak disesuaikan dengan cepat.

2.3.5 Penetapan Harga Jual *Cost Plus*

Menurut Garrison, *et al.* (2013) *cost plus pricing* adalah proses menentukan harga jual dengan menghitung biaya produksi per unit, menetapkan berapa banyak keuntungan yang ingin diperoleh, dan kemudian menentukan harga jual. Biaya adalah faktor penting yang perlu diperhitungkan ketika mencari tahu harga jual suatu barang atau jasa, menurut (Kamaruddin, 2013). Harga jual produk atau jasa sering kali dihitung dengan menambahkan markup - dalam



ke total semua biaya. Penetapan harga *cost plus* adalah proses yang menentukan harga jual. *Cost plus* didefinisikan sebagai nilai biaya tertentu

ditambah markup yang telah ditentukan sebelumnya. Ada dua metode untuk menghitung biaya barang, yaitu sebagai berikut:

1. Perhitungan harga pokok penuh (*Full costing*)

Menurut metode ini, biaya barang yang diproduksi mencakup biaya variabel dan biaya tetap yang terkait dengan pembuatan produk, termasuk:

- a. Bahan baku langsung,
- b. Upah langsung,
- c. Biaya overhead pabrik –variabel, dan
- d. Biaya Overhead pabrik – tetap.

2. Perhitungan harga pokok variable (*Variable costing*).

Menurut metode ini, semua biaya variabel termasuk dalam harga pokok. Di antara biaya-biaya variabel adalah:

- a. Biaya bahan baku langsung,
- b. Biaya tenaga kerja langsung, dan
- c. Biaya overhead pabrik *variable*.

