**BAB II**

**TINJAUAN PUSTAKA**

**2.1 Tinjauan Umum Akuntansi Biaya**

**2.1.1 Pengertian Akuntansi Biaya**

Akuntansi biaya mengukur dan melaporkan setiap informasi keuangan dan non keuangan yang terkait dengan biaya perolehan atau pemanfaatan sumber daya dalam suatu organisasi. Akuntansi biaya memasukkan bagian-bagian akuntansi manajemen dan akuntansi keuangan tentang bagaimana informasi biaya dikumpulkan dan dianalisis . akuntansi biaya lebih menekankan pada pengendalian maupun penetapan biaya terutama yang berhubungan dengan biaya produksi. Selanjutnya akuntansi biaya membantu perusahaan dalam merencanakan dan pengawasan biaya pada aktivitas perusahaan. Berikut ini adalah beberapa pengertian akuntansi biaya menurut para ahli :

Menurut Kholmi dan Yuningsih (2009:1), Akuntansi Biaya proses pelacakan, pencatatan , pengalokasian, pelaporan serta analisis terhadap bermacam-macam biaya yang berhubungan dengan aktivitas atau kegiatan dari suatu perusahaan atau organisasi untuk menghasilkan barang dan jasa.

Menurut Carter (2009:11) Akuntansi biaya melengkapi manajemen dengan alat yang diperlukan untuk aktivitas perencanaan dan pengendalian, perbaikan kualitas dan efesiensi, serta pengambilan keputusan baik yang bersifat rutin maupun yang bersifat strategik.

Menurut Mulyadi (2010:7) Akuntansi biaya adalah proses pencatatan, penggolongan, peringkasan dan penyajian biaya pembuatan dan penjualan produk atau jasa, dengan cara-cara tertentu, serta penafsirannya.

Menurut Bustami dan Nurlela (2010:4) akuntansi biaya adalah bidang ilmu akuntansi yang mempelajari bagaimana cara mencatat, mengukur dan pelaporan informasi biaya yang digunakan. Disamping itu akuntansi biaya juga membahas tentang penentuan harga pokok produk dari “ suatu produk” yang diproduksi dan dijual kepada pemesan maupun pasar, serta untuk persediaan produk yang akan dijual.

Menurut Lukman Surjadi (2013:7) Akuntansi bdiaya (cost accounting) adalah proses pencatatan , penggolongan, peringkasan, dan penyajian biaya-biaya pembuatan dan penjualan produk atau penyerahan jasa dengan cara-cara tertentu beserta penafsiran terhadap hasilnya.

Menurut Siregar dkk (2014:7) Akuntansi biaya adalah proses pengukuran, penganalisaan, perhitungan, dan pelaporan biaya, profitabilitas dan kinerja operasi untuk kepentingan internal perusahaan.

Dari definisi para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa akuntansi biaya adalah suatu kegiatan atau aktivitas berupa pencatatan, pengklasifikasian, pembuatan, hingga pelaporan semua transaksi biaya yang terjadi dari proses produksi hinga distribusi atau penjualan produk maupun jasa.

**2.1.2 Tujuan Akuntansi Biaya**

Tujuan akuntansi biaya adalah menyediakan informasi biaya untuk kepentingan manajemen guna membantu mereka mengelola perusahaan dan bagian-bagiannya. Menurut Lukman Surjadi (2013:2) Akuntansi biaya memiliki tujuan yang dibagi menjadi beberapa bagian-bagian yaitu:

1. Perencananaan laba melalui budget

Budget adalah rencana tertulis yang dinyatakan dalam satuan uang yang merupakan rencana kegiatan perusahaan untuk mencapai tujuannya dalam periode tertentu. Dengan ada budget hasil yang diharapkan dari rencana tertentu dapat diramalkan sebelum rencana tersebut dilaksanakan. Selain itu perusahaan dapat membandingkan antara realisasi dan budget, perusahaan dapat mengevaluasi kesalahan-kesalahan yang terjadi untuk memperbaiki penyusunan budget periode berikutnya.

1. Pengendalian biaya melalui *responsibility accounting*

Pengendalian biaya yang dimaksudkan agar tujuan yang telah ditetapkan perusahaan dapat dicapai dengan biaya seminimal mungkin. Dalam pengendalian biaya harus diperhatikan beberapa masalah pokok, yaitu:

1. Menentukan tanggung jawab pengendalian biaya.
2. Membatasi usaha-usaha pengendalian perorangan pada biaya-biaya yang dapat dikendalikan.
3. Laporan pelaksanaan orang-orang yang bersangkutan.
4. Menghitung laba untuk setiap periode, termasuk penilaian terhadap persediaan akhir

Seperti yang diketahui, tujuan utama perusahaan adalah mendapatkan laba. Untuk mengetahui apakah perusahaan tersebut mendapatkan laba atau tidak, harus diadakan perbandingan antara biaya yang telah dikeluarkan dengan pendapatan yang telah yang telah diterima dalam periode tertentu. Harga pokok produksi merupakan unsur penting dalam menetapkan harga pokok penjualan. Dengan mengetahui harga pokok produksi, kita dapat menentukan harga pokok penjualan adalah nilai persediaan awal dan akhir barang jadi, barang dalam proses, dan bahan baku. Pembebanan dan penilaian tersebut perlu didahului dengan proses perhitungan biaya pokok produksi yang melibatkan kegiatan pencatatan , pengklasifikasian, dan pengikhtisiaran biaya.

1. Membantu menetapkan harga jual dan kebijakan harga

Penetapan harga jual produk adalah sangat penting bagi perusahaan karena erat hubungannya dengan pendapatan yang akan diperolehnya. Unuk mengetahui harga jual, lebih dahulu harus dihitung biaya produksi per unit, yang kemudian untuk menetapkan kebijakan mengenai harga jual produk tersebut.

1. Memberikan data biaya yang relevan untuk proses analisis pada pengambilan keputusan

Pimpinan perusahaan sering menghadapi masalah dalam pengambilan keputusan diantara dua alternative atau lebih. Keputusan-keputusan tersebut sering bersifat kompleks, dalam arti banyak kemungkinan pilihan ; atau keputusan bersifat sederhana seperti keputusan menerima atau menolak order.

**2.1.3 Peran Akuntansi Biaya**

Peranan akuntansi biaya menurut carter (2009:11) terkait dengan definisi akuntansi biaya seperti yang telah dijelaskan sebelumnya yaitu : mengenai biaya dan manfaat membantu manajemen untuk menyelesaikan tugas-tugas, sebagai berikut:

1. Membuat dan melaksanakan rencana dan anggaran untuk beroperasi dalam kondisi kompetitif dan ekonomi yang telah diprediksi sebelumnya. Suatu aspek penting dari rencana adalah potensinya untuk memotivasi orang yang berkinerja dengan cara yang konsisten dengan tujuan perusahaan.
2. Menetapkan metode perhitungan biaya yang memungkinkan pengendalian aktivitas, mengurangi biaya, dan memperbaiki kualitas.
3. Mengendalikan kualitas fisik dari persediaan, dan menentukan biaya dari setiap produk dan jasa yang dihasilkan untuk tujuan penetapan harga dan untuk evaluasi kinerja dari suatu produk, departemen atau divisi.
4. Menentukan biaya dan laba perusahaan untuk periode akuntansi satu tahun atau untuk periode lain yang lebih pendek. Hal ini termasuk menentukan nilai persediaan dan harga pokok penjualan sesuai dengan aturan pelaporan eksternal.
5. Memilih diantara dua atau lebih alternatif jangka pendek atau jangka panjang, yang dapat mengubah pendapatan dan biaya.

Akuntansi biaya merupakan perangkat yang dibutuhkan manajemen untuk aktivitas perencanaan dan pengendalian, memperbaiki kualitas, meningkatkan efesiensi serta membuat keputusan-keputusan yang bersifat rutin maupun yang bersifat strategis. Berkaitan dengan hal tersebut, maka akuntansi biaya dapat membantu manajemen dalam menyelesaikan tugas-tugas seperti yang dikemukakan oleh Bustami dan Nurlela (2010:4-5) yaitu, sebagai berikut:

1. Penuyusunan anggaran dan pelaksanaan anggaran operasi perusahaan.
2. Penetapan metode dan prosedur perhitungan biaya, pengendalian biaya, pembebabanan biaya yang akurat serta perbaikan mutu yang berkesinambungan.
3. Penentuan nilai persediaan yang digunakan untuk kalkulasi biaya dan penetapan harga, evaluasi terhadap produk, evaluasi kinerja departemen atau divisi, dan pemeriksaan persediaan secara fisik.
4. Menghitung biaya dan laba perusahaan untuk satu periode akuntansi, tahunan, atau periode yang lebih singkat.
5. Memilih sistem dan prosedur dari alternative yang terbaik, guna dapat menaikkan pendapatan maupun menurunkan biaya.

Menurut Siregar dkk (2014:10) menyatakan peranan akuntansi biaya yaitu: akuntansi dapat membantu manajemen dalam melaksanakan fungsinya, pengumpulan, penyajian, dan penganalisaan informasi yang berhubungan dengan biaya dapat membantu manajemen dan penyusunan anggaran, pengendalian, penentu harga, penentuan laba, pemilihan alternatif untuk mengambil keputusan, pengendalian biaya dalam lingkungan tegnologi maju.

Dari pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya peranan akuntansi biaya adalah untuk mengumpulkan, menyajikan, dan menganalisis informasi mengenai biaya dan membantu manajemen dalam merencanakan melaksanakan anggaran , pengendalian biaya, dan pemilihan alternatif untuk pengambilan keputusan agar tujuan perusahaan dapat tercapai.

**2.1.4 Siklus Akuntansi Biaya dalam Perusahaan Manufaktur**

Menurut Mulyadi (2009:37) siklus akuntansi biaya dalam suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh siklus kegiatan usaha perusahaan tersebut. Didalam menetapkan harga pokok produksi PT Agricon menggunakan siklus kegiatan perusahaan dagang dimulai dengan pembelian barang dagangan dan tanpa melalui pengolahan lebih lanjut, diakhiri dengan penjualan kembali barang dagangan tersebut. Dalam perusahaan tersebut, siklus akuntansi biaya dimulai dengan pencatatan harga pokok barang dagangan yang dibeli dan berakhir dengan penyajian harga pokok barang dagangan yang dijual. Tujuan akuntansi biaya dalam perusahaan dagang adalah untuk menyajikan informasi harga pokok barang dagangan yang dijual, biaya administrasi dan umum, serta biaya pemasaran.

Siklus kegiatan perusahaan jasa dimulai dengan persiapan penyerahan jasa dan berakhir dengan penyerahan jasa kepada pemakainya. Dalam perusahaan tersebut, siklus akuntansi biaya dimulai dengan pencatatan biaya persiapan penyerahan jasa dan berakhir dengan disajikan nya harga pokok jasa yang diserahkan. Akuntansi biaya dalam perusahaan jasa bertujuan untuk menyajikan informasi harga pokok persatuan jasa yang diserahkan kepada pemakai jasa.

Perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang mengelolajbahan baku menjadi barang jadi. Tenaga kerja yang melakukan kegiatan konversi dari bahan baku menjadi barang jadi dikategorikan sebagai tenaga langsung. Untuk mendukung kelancaran proses pengelolahan tersebut diperlukan bahan pembantu, mesin/peralatan, kendaraan pabrik, gedung pabrik, tenaga kerja tidak langsung, perlengkapan pabrik, asuransi, pajak serta biaya pabrik lainnya. Unsur-unsur tersebut diidentifikasikan sebagai overhead pabrik. Overhead pabrik tidak dapat dibebankan langsung ke pesanan atau produk. Dengan demikian biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, serta biaya overhead pabrik merupakan komponen biaya manufaktur. Berikut siklus akuntansi dalam perusahaan manufacture:

Penentuan harga pokok bahan baku yang dibeli

Penentuan harga pokok bahan baku yang dipakai

Biaya tenaga kerja langsung

Biaya overhead pabrik

Pengumpulan biaya produksi

Penentuan harga pokok produksi

Gambar 2.1

Siklus Akuntansi Biaya

**2.2 Pengertian dan Klasifikasi Biaya**

**2.2.1 Pengertian Biaya**

Didalam menjalankan sebuah usaha membutuhkan biaya yang harus dikeluarkan agar perusahaan mampu terus beraktivitas. Biaya sendiri merupakan hal yang sangat penting dan tidak terpisahkan dalam menentukan harga pokok produksi. Dengan biaya, perusahaan juga dapat menentukan laba yang akan diperoleh perusahaan. Berikut ini ada beberapa pengertian biaya atau *cost* dan beban atau *expense* menurut para ahli :

Pengertian biaya atau *cost* menurut Bustami dan Nurlela (2010:7) yaitu :

“Biaya atau *cost* adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu. Biaya ini belum habis masa pakainya, dan digolongkan sebagai aktiva yang dimasukkan dalam neraca.” Contohnya yaitu persediaan bahan baku, persediaan produk dalam proses, persediaan produk selesai, dan supplies atau aktiva yang belum digunakan.

Pengertian beban atau expense menurut Bustami dan Nurlela (2010:8) yaitu :

Beban atau expense adalah biaya yang telah memberikan manfaat dan sekarang telah habis. Biaya yang belum dinikmati yang dapat memberikan manfaat di masa akan datang dikelompokkan sebagai harta. Biaya ini dimasukkan ke dalam laba/rugi sebagai pengurangan dari pendapatan. Contohnya yaitu beban penyusutan, beban pemasaran, dan beban yang tergolong sebagai biaya operasi.

Bustami dan Nurlela (2010:8) menyatakan bahwa bagaimana membedakan antara biaya dan beban dapat dicontohkan sebagai berikut :

1. Pembelian mesin, nilai yang dikeluarkan untuk memperoleh mesin tersebut merupakan biaya, tetapi setelah dipakai akan menimbulkan penyusutan mesin yang akan menjadi beban.
2. Perlengkapan kantor yang masih tertinggal digolongkan sebagai biaya, sedangkan yang sudah terpakai digolongkan sebagai beban.
3. Persediaan bahan, persediaan produk dalam proses, produk selesai yang masih tertinggal dan belum terjual digolongkan sebagai biaya, sedangkan yang sudah terjual akan membentuk harga pokok penjualan dan digolongkan sebagai beban.

Menurut Mulyadi (2010:8), dalam arti luas biaya adalah “pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu.”

Didalam definisi ini terdapat 4 unsur pokok mengenai biaya, yaitu:

1. Biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi.
2. Diukur dalam satuang uang.
3. Yang telah terjadi atau yang secara potensial akan terjadi.
4. Pengorbanan tersebut untuk tujuan tertentu.

Sedangkan dalam arti sempit biaya dapat diartikan sebagai “pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh aktiva.”

Pengertian beban menurut IAI dalam PSAK 1 (2015:12) yaitu :

“Beban adalah penurunan manfaat ekonomis suatu periode akuntansi dalam bentuk arus keluar/berkurangnya aktiva atau terjadinya kewajiban yang mengakibatkan penurunan ekuitas yang tidak menyangkut pembagian kepada penanam modal.”

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa biaya dapat didefinisikan sebagai pengorbanan sumber ekonomi yang dapat diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau secara potensial akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu. Berdasarkan pengertian biaya atau cost dan beban atau expense dapat diambil kesimpulan mengenai perbedaan anatar biaya dengan beban yaitu dapat dikatakan bahwa perbedaan biaya dan beban terletak pada masa pakainya. Biaya merupakan pengeluaran atau pengorbanan dan untuk memperoleh manfaat serta masa pakainya belum habis, sedangkan beban merupakan biaya yang telah memberikan manfaat dan masa pakainya telah habis.

**2.2.2 Klasifikasi Biaya**

Akuntansi biaya bertujuan untuk menyajikan informasi biaya yang akurat dan tepat bagi manajemen dalam mengelola perusahaan atau divisi secara efektif. Oleh karena itu perlu dikelompokkan sesuai dengan tujuan apa informasi biaya tersebut digunakan, sehingga dalam pengelompokkan biaya dapat digunakan suat konsep “*Different Cost Different Purposes*” artinya berbeda biaya berbeda tujuan. Klasifikasi biaya atau penggolongan biaya adalah suat proses pengelompokkan biaya secara sistematis atas keseluruhan elemen biaya yang ada ke dalam golongan-golongan tertentu yang lebih ringkas untuk dapat memberikan informasi yang lebih ringkas dan penting. Bustami dan Nurlela (2010:12) menyatakan biaya produksi adalah biaya yang digunakan dalam proses produksi yang terdiri dari bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik.

1. Biaya produksi Biaya produksi adalah biaya yang digunakan dalam proses produksi terdiri dari biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Biaya produksi ini disebut juga biaya produk yaitu biaya yang dapat dihubungkan dengan suatu produk, dimana biaya ini merupakan bagian dari persediaan.
2. Biaya bahan baku langsung Biaya bahan baku langsung adalah bahan baku yang merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari produk selesai dan dapat ditelusuri langsung kepada produk selesai. Contohnya kayu dalam pembuatan meubel, kain dalam pembuatan pakaian, karet dalam pembuatan ban, minyak mentah dalam pembuatan bensin, kulit dalam pembuatan sepatu, dan tepung dalam pembuatan kue.
3. Tenaga kerja langsung Tenaga kerja langsung adalah tenaga kerja yang digunakan dalam merubah atau mengonversi bahan baku menjadi produk selesai dan dapat ditelusuri secara langsung kepada produk selesai. Contohnya upah koki kue, upah tukang serut dan potong kayu dalam pembuatan meubel, tukang jahit, bordir, pembuatan pola dalam pembuatan pakaian, tukang linting rokok dalam pabrik rokok, dan operator mesin jika menggunakan mesin.
4. Biaya overhead pabrik Biaya overhead pabrik adalah biaya selain bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung tetapi membantu dalam mengubah bahan menjadi produk selesai. Biaya ini tidak dapat ditelusuri secara langsung kepada produk selesai. Biaya overhead pabrik dapat dikelompokkan menjadi elemen : bahan tidak langsung (bahan pembantu atau penolong), tenaga kerja tidak langsung, dan biaya tidak langsung lainnya.
5. Bahan tidak langsung (bahan pembantu atau penolong) Bahan tidak langsung (bahan pembantu atau penolong) adalah bahan yang digunakan dalam penyelesaian produk tetapi pemakaiannya relatif lebih kecil dan biaya ini tidak dapat ditelusuri secara langsung kepada produk selesai. Contohnya amplas, pola kertas, oli dan minyak pelumas, paku, sekrup, dan mur, staples, aksesoris pakaian, vanili, garam, pelembut, pewarna, pewangi pada kue.
6. Tenaga kerja tidak langsung Tenaga kerja tidak langsung adalah tenaga kerja yang membantu dalam pengolahan produk selesai, tetapi tidak dapat ditelusuri langsung kepada produk selesai. Contohnya gaji satpam pabrik, gaji pengawas pabrik, pekerja bagian pemeliharaan, penyimpanan dokumen pabrik, gaji operator telepon listrik, gaji operator telepon pabrik, pegawai pabrik, pegawai bagian gudang pabrik, gaji resepsionis pabrik, dan pegawai yang menangani barang.
7. Biaya tidak langsung lainnya Biaya tidak langsung lainnya adalah biaya selain bahan tidak langsung dan tenaga kerja tidak langsung yang membantu dalam pengolahan produk selesai, tetapi tidak dapat ditelusuri langsung kepada produk selesai. Contohnya pajak bumi dan bangunan pabrik, listrik pabrik, air dan telepon pabrik, sewa pabrik, asuransi pabrik, penyusutan pabrik, peralatan pabrik, pemeliharaan mesin dan pabrik, gaji akuntan publik, refreshing karyawan pabrik, reparasi mesin dan peralatan pabrik.

Mulyadi (2010:13-16), klasifikasi biaya dapat digolongkan menjadi lima golongan, yaitu sebagai berikut :

1. Objek pengeluaran Dalam cara penggolongan ini, nama objek pengeluaran merupakan dasar penggolongan biaya. Misalnya nama objek pengeluaran adalah bahan bakar, maka semua pengeluaran yang berhubungan dengan bahan bakar disebut "biaya bahan bakar". Contoh penggolongan biaya atas dasar objek pengeluaran dalam perusahaan kertas adalah sebagai berikut : biaya merang, biaya jerami, biaya gaji dan upah, biaya soda, biaya depresiasi mesin, biaya asuransi, biaya bunga, biaya zat warna.
2. Fungsi pokok dalam perusahaan Dalam perusahaan manufaktur, ada tiga fungsi pokok, yaitu fungsi produksi, fungsi pemasaran, dan fungsi administrasi dan umum. Oleh karena itu dalam perusahaan manufaktur, biaya dapat dikelompokkan menjadi tiga kelompok :
3. Biaya produksi, merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap dijual. Menurut objek pengeluarannya, secara garis besar biaya produksi ini dibagi menjadi: biaya bahan baku, biaya tenaga keria langsung, dan biaya overhead pabrik.
4. Biaya pemasaran, merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk. Contoh biaya ini adalah biaya iklan; biaya promosi, biaya angkutan dari gudang perusahaan ke gudang pembeli; gaji karyawan bagian-bagian yang melaksanakan kegiatan pemasaran; biaya contoh (sample).
5. Biaya Administrasi dan Umum, merupakan biaya-biaya untuk mengkoordinasikan kegiatan produksi dan pemasaran produk. Contoh biaya ini adalah biaya gaji karyawan bagian keuangan, akuntansi personalia dan bagian hubungan masyarakat, biaya pemeriksaan akuntan, biaya photocopy.
6. Hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai

Sesuatu yang dibiayai dapat berupa produk atau departemen. Dalam sesuatu yang dibiayai, biaya dapat dikelompokkan menjadi dua golongan, yaitu :

1. Biaya langsung *( Diret cost*) adalah biaya yang terjadi, penyebab satu-satunya adalah karena adanya sesuatu yang dibiayai. Dalam kaitannya dengan produk, biaya langsung terdiri dari bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.
2. Biaya tidak langusung ( *indirect cost* ) adalah biaya yang terjadi tidak hanya disebabakan oelh sesuatu yang dibiayai. Biaya tidak langsung dalam hubungannya dengan produk disebut dengan istilah biaya produksi tidak langsung atau biaya overhead pabrik.
3. Perilaku biaya dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan, biaya dibagi menjadi 4 (empat) yaitu:
4. Biaya variable (*Variable cost*) adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan . contohnya biaya variable adalah bahan baku, biaya tenaga kerja langsung.
5. Biaya semivariabel adalah biaya yang berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Biaya semi variabel mengandung unsur biaya tetap dan biaya variabel. Contoh: biaya listrik yang digunakan.
6. Biaya semifixedadalah biaya yang tetap untuk tingkat volume kegiatan tertentu dan berubah dengan jumlah yang konstan pada volume produksi tertentu.
7. Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap dalam kisar volume kegiatan tertentu. Contoh biaya tetap adalah gaji direktur produksi.
8. Jangka waktu manfaatnya,biaya dibagi 2 bagian, yaitu :
9. Pengeluaran modal (*capital expenditure*) adalah biaya yang mempunyai manfaat lebih dari satu periode akuntansi (biasanya periode akuntansi adalah satu tahun kalender). Contoh pengeluaran modal adalah pengeluaran untuk pembelian aktiva tetap.
10. Pengeluaran pendapatan (*revenue expenditure*) adalah biaya yang hanya mempunyai manfaat dalam periode akuntansi terjadinya pengeluaran tersebut. Contoh pengeluaran pendapatan antara lain adalah biaya iklan, biaya telex, dan biaya tenaga kerja.

Menurut Siregar dkk (2013:25) pada dasarnya biaya dapat diklasifikasi berdasarkan pada hal-hal berikut ini :

1. Hubungan biaya dengan produk biaya erat hubungannya dengan produk yang dihasilkan oleh perusahaan. biaya yang terjadi ada yang dapat dengan mudah ditelusuri ke suatu produk dan ada yang sulit. Berdasarkan hubungannya dengan produk, biaya dapat digolongkan menjadi dua :
2. Biaya langsung (*direct cost*) Biaya langsung adalah biaya yang dapat ditelusur ke produk.
3. Biaya tidak langsung (*inderect cost*) Biaya tidak langsung adalah biaya yang tidak dapat secara langsung ditelusuri ke produk.
4. Hubungan biaya dengan volume kegiatan

Berdasarkan hubungannya dengan perubahan kegiatan ini, biaya diklasifikasikan menjadi tiga, yaitu :

1. Biaya variabel (*variabel cost*) biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah proporsional dengan perubahan volume kegiatan atau produksi tetapi jumlah per unitnya tidak berubah.
2. Biaya tetap (*fixed cost*) biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tidak terpengaruh oleh volume kegiatan dalam kisaran volume tertentu.
3. Biaya campuran (*mixed cost*) biaya campuran adalah biaya yang jumlahnya terpengaruh oleh volume kegiatan perusahaan tetapi tidak secara proporsional.
4. Elemen biaya produksi

Biaya produksi adalah biaya yang terjadi untuk mengubah bahan baku menjadi barang jadi. Apabila biaya diklasifikasi berdasarkan elemen biaya produksi maka biaya dibagi menjadi tiga yaitu :

1. Biaya bahan baku (*raw material cost*) biaya bahan baku adalah besarnya nilai bahan baku yang dimasukkan ke dalam proses produksi untuk diubah menjadi barang jadi.
2. Biaya tenaga kerja langsung dan tidak langsung (*direct labour cost*)

* Biaya tenaga kerja langsung adalah biaya tenaga kerja yang secara langsung berhubungan dengan produksi barang jadi.
* Biaya tenaga kerja tidak langsung adalah upah atau gaji tenaga kerja yang tidak berhubungan langsung dengan produksi barang jadi.

1. Biaya overheadpabrik (*manufacture overhead cost*) biaya overhead pabrik adalah biaya-biaya yang terjadi di pabrik selain biaya bahan baku maupun biaya tenaga kerja langsung.
2. Fungsi pokok perusahaan

Berdasarkan fungsi pokok perusahaan, biaya dapat diklasifikasi menjadi tiga yaitu :

1. Biaya produksi (*production cost*) biaya produksi terdiri atas tiga jenis biaya, yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik,
2. Biaya pemasaran (*marketing expense*) biaya pemasaran meliputi berbagai biaya yang tejadi untuk memasarkan produk atau jasa.
3. Biaya administrasi dan umum (*general and administrative expense*) biaya administrasi dan umum adalah biaya yang terjadi dalam rangka mengarahkan, menjalankan,dan mengendalikan perusahaan untuk memproduksi barang jadi.
4. Hubungan biaya dengan proses pokok manajerial

Proses pokok manajerial meliputi perencanaan, pengendalian, dan penilaian kinerja. Ada beberapa istilah biaya yang sering digunakan dalam rangka melaksanakan fungsi pokok manajerial di atas. Berbagai istilah biaya tersebut meliputi :

1. Biaya standar (*standard cost*) biaya standar adalah biaya ditentukan di muka yang seharusnya dikeluarkan untuk membuat suatu produk atau melaksanakan suatu kegiatan.
2. Biaya aktual (*actual cost*) biaya aktual adalah biaya yang sesungguhnya terjadi untuk membuat suatu produk atau melaksanakan suatu kegiatan.
3. Biaya terkendali (*controllable cost*) biaya terkendali adalah biaya yang secara langsung dapat dipengaruhi oleh seorang manajer tingkatan tertentu.
4. Biaya tidak terkendali (*uncontrollable cost*). biaya tidak terkendali adalah biaya yang tidak secara langsung dapat dipengaruhi oleh seorang manajer tingkatan tertentu.
5. Biaya komitmen (*committeed cost*). biaya komitmen adalah biaya yang terjadi dalam upaya mempertahankan kapasitas atau kemampuan organisasi dalam kegiatan produksi, pemasaran, dan administrasi.
6. Biaya diskresioner (*discretionary cost*) biaya diskresioner adalah biaya yang besarkecilnya tergantung pada kebijakan manajemen.
7. Biaya relevan (*relevan cost*) biaya relevan adalah biaya masa depan yang berbeda antara satu alternatif dan alternatif lainnya.
8. Biaya kesempatan (*opportunity cost*) biaya kesempatan adalah manfaat yang dikorbankan pada saat satu alternatif keputusan dipilih dan mengabaikan alternatif lain.

Carter (2009:68) menyatakan bahwa keberhasilan dalam merencanakan dan mengendalikan biaya tergantung pada pemahaman yang menyeluruh atas hubungan antarabiaya dengan aktivitas bisnis. Studi dan analisis yang hati-hati atas dampak aktivitas bisnis terhadap biaya umumnya akan menghasilkan klasifikasi dari setiap pengeluaransebagai biaya tetap, biaya variabel, atau biaya semivariabel.

1. Biaya tetap biaya tetap didefinisikan sebagai biaya yang secara total tidak berubah ketika aktivitas bisnis meningkat atau menurun.
2. Biaya variabel biaya variabel didefinisikan sebagai biaya yang totalnya meningkat secara proporsional terhadap peningkatan dalam aktivitas dan menurun secara proporsional terhadap penurunan dalam aktivitas.
3. Biaya semi variabel biaya semi variabel didefinisikan sebagai biaya yang memperlihatkan baik karakteristik-karakteristik biaya tetap maupun biaya variabel.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa klasifikasi biaya ditujukan untuk mempermudah manajemen dalam melakukan pengendalian terhadap biaya-biaya produksi. Pengklasifikasian biaya ini juga memberikan informasi biaya yang berguna untuk menentukan baik harga pokok produksi maupun harga pokok penjualan suatu produk.

**2.3 Harga Pokok Produksi**

**2.3.1 Pengertian Harga pokok produksi**

Penerapan harga pokok produksi bertujuanuntuk menentukan harga pokokpersatuan produk yang akan dijual, sehingga ketika produk tersebut di serahkan, maka perusahaan dapat mengetahui laba atau kerugian yang akan diterima perusahaan setelah dikurangi dengan biaya-biaya lainnya. Maka ketelitian dan ketepatan melakukan perhitungan harga pokok produksi harusdiperhatikan karena apabila terjadi kesalahan dalam perhitungan akan menyebabkan kerugian bagi perusahaan.

Pengertian harga pokok produksi menurut Bustami dan Nurlela (2010:49) yaitu :

Harga pokok produksi adalah kumpulan biaya produksi yang terdiri daribahan baku langsung, tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik ditambah persediaan produk dalam proses awal dan dikurang persediaan produk dalam proses akhir. Harga pokok produksi terikat pada periode waktu tertentu. Harga pokok produksi akan sama dengan biaya produksi apabila tidak ada persediaan produk dalam proses awal dan akhir.

Pengertian harga pokok produksi menurut Raiborn dan Kinney (2011:56) yaitu :

“Harga pokok produksi (*cost of goods manufactured*) (CGM) adalah total produksi biaya barang-barang yang telah selesai dikerjakan dan ditransfer kedalam persediaan barang jadi selama sebuah periode.”

Berdasarkan beberapa definisi harga pokok produksi menurut para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa harga pokok produksi adalah biaya-biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi suatu barang. Tiga elemen utama harga pokok produksi yaitu biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik.

**2.3.2 Fungsi Harga Pokok Produksi**

Manfaat Harga Pokok produksi menurut Mulyadi (2012 ; 65) 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 nonbiaya.

1. Memantau realisasi biaya produksi

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.

1. 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 tertantu.

**2.3.3 Metode Pengumpulan Harga Pokok Produksi**

Metode pengumpulan harga pokok produksi sangat ditentukan oleh cara produksi. Secara garis besar, dalam memproduksi produk dapat dibagi menjadi dua macam : produksi atas dasar pesanan dan produksi atas dasar proses. Penerapan dua metode tersebut pada suatu perusahaan tergantung pada sifat atau karakteristik pengolahan bahan menjadi produk jadi yang akan mempengaruhi metode pengumpulan harga pokok yang digunakan. Menurut Supriyono (2011:36) Adapun metode tersebut, yaitu:

1. Metode harga pokok pesanan (*job order cost method*)

Metode harga pokok pesananmerupakan metode pengumpulan harga pokok produk dimana biaya dikumpulkan untuk setiap pesanan atau kontrak atau jasa secara terpisah dan setiap pesanan atau kontrak dapat dipisahkan identitasnya. Pengolalahan produk akan dimulai setelah datangnya pesanan dari langganan / pembeli melalui dokumen pesanan (*sales order*), yang memuat jenis dan jumlah produk yang dipesan, spesifikasi pesanan, tanggal pesanan diterima dan harus diserahkan.

1. Metode harga pokok proses (*proses cost method*)

Metode harga pokok proses merupakan metode pengumpulan harga pokok produk dimana biaya dikumpulkan untuk setiap satuan waktu tertentu, misalnya : bulan, triwulan, semester, tahun. Pada metode harga pokok proses perusahaan menghasilkan produk yang homogen, bentuk bersifat standar, dan tidak tergantung spesifikasi yang diminta oleh pembeli. Tujuan produksi untuk mengisi persediaan yang selanjutnya akan dijual kepada pembeli, oleh karena itu sifat produk homogeny dan bentuknya standar maka kegiatan dilakukan secara kontinyu atau terus menerus.

Menurut mulyadi(2009:17) metode pengumpulan harga pokok produksi dibagi menjadi dua, yaitu:

1. Metode harga pokok pesanan (*Job order cost method*)
2. Metode Harga Pokok Proses ( *process cost method*)

**2.3.4 Metode Penentuan Harga Pokok Produksi**

Sebelum menetapkan harga pokok produksi terhadap suatu barang atau produk, perlu dilakukan perhitungan harga pokok produksi agar dapat ditentukan harga pokok produksi yang tepat.

Menurut Mulyadi (2010:17-18) dalam memperhitungkan unsur-unsur biaya kedalam produksi terdapat dua pendekatan, yaitu:

1. Metode full costing Metode *full costing* merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang mempertimbangkan semua unsur biaya produksi ke dalam pokok produksi yang terdiri dari bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik yang tetap maupun variabel. Harga pokok produksi menurut metode full costing terdiri dari unsur biaya produksi berikut ini :

Biaya bahan baku xxx

Biaya tenaga kerja langsung xxx

Biaya overhead pabrik variable xxx

Biaya overhead pabrik tetap xxx

Harga pokok produksi xxx

1. Metode variabel costing Metode variable costing adalah metode penentuan harga pokok produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang berprilaku variable, keadaan harga pokok produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik variabel. Harga pokok produksi menurut metode variabel costing terdiri dari unsur biaya produksi berikut:

Biaya bahan baku xxx

Biaya tenaga kerja langsung xxx

Biaya overhead pabrik variabel xxx

Harga pokok produksi xxx

**2.4 Harga Jual**

Menurut Mulyadi (2009:31) Tujuan Akhir dari perhitungan biaya produksi adalah untuk menentukan harga jual produk yang dihasilkan. Penetapan harga merupakan salah satu keputusan sulit yang dihadapi perusahaan, karena jika perhitungan biayanya tidak akurat, maka akan berdampak pada penetapan harga jual yang tidak tepat dan kemungkinan besar akan menyebabkan kerugian bagi perusahaan.

**2.4.1 Pengertian Harga Jual**

Keputusan penetapan harga jual sangat penting, karena selain mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan, penetapan harga tidak hanya sekedar perkiraan saja, tetapi dengan perhitungan yang dan teliti yang harus diseleseikan dengan sasaranyang dituju oleh perusahaan. Penetapan harga adalah pembentuka suatu harga umum untuk suatu barang atau jasa oleh suatu kelompok pemasok yang bertindak secara bersama-sama, sebagai kebalikan atau pemasok yang menetapkan harganya sendiri secara bebas. Harga merupakan nilai pengganti suatu barang. Definisi harga menurut basu adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalua mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatakan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. Philip dan Armstrong mendefinisikan harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau sejumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat, karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa. Harga juga dapat didefenisikan sebagai jumlah uang yang diterima oleh penjual dan hasil penjualan suatau produk barang atau jasa, yaitu penjualan yang terjadi pada perusahaan atau tempat usaha (bisnis). Harga tersebut tidak selalu merupakan harga yang diinginkan oleh penjual produk barang atau jasa tersebut, tetapi merupakan harga yang bener-bener terjadi sesuai dengan kesepakatan antara penjual dan pembeli. Harga merupakan pendapatan atau pemasukan bagi pengusaha atau pedagang, maka ditinjau dari segi konsumen, harga merupakan suatu pengeluaran atau pengorbanan yang mesti dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan produk yang diinginkan guna memenuhi kebutuhan dan keinginan dari konsumen tersebut. Bagi pengusaha atau pedagang, *price* (harga) paling mudah atau cepat disesuaikan dengan keadaan pasar sedangkan *product*, *place,* dan *promotion* memerlukan waktu yang lebih lama dan panjang untuk disesuaikan dengan keadaan pasar, harga dapat memberikan penjelasan kepada konsumen mengenai kualitas produk dan merek dari prduk tersebut. Apabila harga suatu produk dipasaran adalah cukup tinggi, hal ini menandakan bahwa kualitas produk tersebut adalah cukup baik dan merek produk di benak konsumen adalah cukup bagus dan meyakinkan. Sebaliknya apabila harga suatu produk pasaran adalah rendah, maka ini menandakan bahwa kualitas produk tersebut adalah kurang baik dan merek produk tersebut kurang bagus dan kurang meyakinkan di benak konsumen. Jadi harga bisa menjadi tolak ukur bagi konsumen mengenai kualitas dan merek suatu produk, asumsi yang dipakai disini adalah bahwa suatu usaha atau badan usaha baik usaha dagang, usaha manufaktur, usaha agraris, usaha jasa dan usaha lainnya menetapkan harga produk dengan memasukkan dan mempertimbangkan unsur modal yang dikeluarkan untuk produk tersebut. Teori harga merupakan teori ekonomi yang menerangkan tentang perilaku harga-harga atau jasa-jasa. Isi dari teori harga pada intinya adalah harga suatu barang atau jasa yang pasarnya kompetitif tinggi rendahnya ditentukan oleh permintaan dan penawaran. Teori nabi tentang harga dan pasar. Kekaguman ini dikarenakan, ucapan nabi saw itu mengandung pengertian bahwa harga pasar itu sesuai dengan hokum *supply* *and demand* (penawaran dan permintaan). Dalam pasar persaingan sempurna, harga terbentuk dari kesepakatan produsen dan konsumen (misalnya pemerintah, pesaing, pemasok distributor, asosiasi dan sebagainya) turut berperan dalam pembentukan harga tersebut. Tetapi, seringkali harga pasar yang tercipta dianggap tidak sesuai dengan kebijakan dan keadaan perekonomian secara keseluruhan. Dalam dunia nyata mekanisme pasar terkadang tidak dapat berjalan dengan baik karena adanya berbagai faktor yang mendistorsinya. Untuk itu, pemerintah memiliki peran yang besar dalam melakukan pengelolaan harga. Mekanisme pasar adalah terjadinya interaksi antara permintaan dan penawaran yang akan menentukan tingkat harga tertentu. Mekanisme pasar adalah terjadinya interaksi antara permintaan dan penawaran yang akan menentukan tingkat harga tertentu. Adanya interaksi tersebut akan mengakibatkan terjadinya proses transfer barang dan jasa yang dimiliki oleh setiap objek ekonomi (konsumen, produsen, pemerintah). Dengan kata lain, adanya transaksi pertukaran yang kemudian disebut sebagai perdagangan adalah satu syarat utama dari berjalannya mekanisme pasar terganggu, maka harga yang adil tidak akan tercapai. Jika harga tidak adil membuat pelaku pasar enggan bertransaksi, meskipun bertransaksi mereka akan menanggung kerugian. Sedangkan penetapan harga adalah harga yang ditentukan berdasarkan biaya produksi dan pemasaran yang ditambah dengan jumlah tertentu. Agar dapat sukses dan memasarkan suatu barang atau jasa, setiap perusahaan harus menetapkan harganya secara tepat. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lainnya (produk, distribusi dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya (pengeluaran). Menurut karim bahwa penetapan harga dilakukan oleh kekuatan-kekuatan pasar, yaitu kekuatan permintaan dan kekuatan penawaran. Dalam konsep islam, pertemuan permintaan dengan penawaran tersebut haruslah terjadi secara rela sama rela, tidak ada pihak yang merasa terpaksa untuk melakukan transaksi pada tingkat harga tertentu. Penetapan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga merupakan salah satu penyebab laku tidaknya produk dan jasa yang ditawarkan. Kekeliruan dalam menetapkan harga maka akan berakibat fatalterhadap produk yang ditawarkan dan mengakibatkan tidak lakunya produk tersebut. Seiring dengan itu, ketidakpastian dari semua kekuatan yang tidak terprediksi, seperti biaya, kompetisi dan permintaan akan mengancam penetapan harga dengan berbagai kesukaran yang tersembunyi. Penetapan harga disini bukanlah seperti penetapan ta’sir (penetapan harga oleh pihak pemerintah), namun penetapan harga ini didasarkan atas kebijakan perusahaan itu sendiri.

**2.4.2 Tujuan penetapan harga jual**

Didalam menetukan harga jual sebuah perusahaan pasti memiliki tujuan yang akan dicapainya yang akan berpengaruh terhadap perkembangan perusahaan tersebut. Tujuan penetapan harga pada dasarnya berawal dari tujuan perusahaan itu sendiri yang selalu berusaha menetapkan harga barang dan jasa secepat mungkin. Secara mendasar terdapat empat tujuan utama dalam penetapan harga produk yang ingin dicapai oleh setiap perusahaan antara lain mendapatkan laba maksimum, mendapatkan pengambilan investasi yang ditargetkan atau pengambilan pada penjualan bersih, mencegah atau mengurangi persaingan dan mempertahankan atau memperbaiki *market share,* penetapan harga merupakan suatu proses yang dinamis an biasanya ditentukan setelah mempertimbangkan berbagai tujuan perusahaan. Ada enam tujuan yang dapat diperoleh dari perusahaan melalui penetapan harga yaitu sebagai berikut:

1. Bertahan

Perusahaan berusaha untuk bertahan sebagai sasaran utama mereka jika menghadapi kesulitan yang diakibatkan kelebihan kapasitas persaingan yang sangat ketat, atau perubahan selera konsumen. Agar pabrik tetap berjalan, dan persediaan terus berputar, mereka sering mengurangi harga. Keuntungan dianggap kurang penting dari pada bertahan agar tetap hidup.

1. Keuntungan sekarang yang maksimum

Banyak perusahaan-perusahaan menetapkan harga yang akan memaksimumkan keuntungan sekarang, arus kas atau tingkat pengembalian atas investasi yang maksimum.

1. Pendapatan sekarang yang maksimum

Beberapa perusahaan akan menetapkan harga untuk memaksimumkan pendapatan penjualannya. Memaksimumkan pendapatan hanya perlu memperkirakan fungsi permintaan. Banyak manajer percaya bahwa memaksimumkan pendapatan akan membawa keuntungan maksimum dan pertumbuhan pangsa pasar dalam jangka panjang.

1. Pertumbuhan penjualan yang maksimum

Perusahaan-perusahaan lain ingin memaksimalkan unit penjualan. Mereka yakin bahwa volume penjualan yang lebih tinggi akan membawa kepada biaya perunit yang lebih rendah dan keuntungan jangka yang lebih tinggi. Mereka akan menetapkan harga terendah, dengan asumsi bahwa pasar adalah sensitif terhadap harga. Hal ini disebut penetapan harga yang menembus pasar (market penetration pricing).

1. Peluncuran pasar maksimum

Banyak perusahaan yang suka menetapkan harga untuk meluncurkan pasar. Perusahaan menetapkan harga yang sesuai untuk beberapa segmen pasar untuk memakai bahan baru. Setiap kali penjualan menurun, perusahaan menurunkan harga untuk menyesuaikan dengan konsumen yang sensitif terhadap harga. Dengan cara ini, perusahaan meluncurkan jumlah penerimaan maksimum dari berbagai segmen pasar.

1. Kepemimpinan mutu produk

Sebuah perusahaan mungkin ingin menjadi pemimpin dalam hal mutu produk di pasar dengan membuat produk yang bermutu tinggi dan menetapkan harga yang lebih tinggi dari pesaingnya. Mutu dan harga yang lebih tinggi akan mendaptkan tingkat pengembalian yang lebih tinggi dari rata-rata industrinya. Dengan adanya tujuan yang jelas dari sebuah perusahaan maka akan mempermudah perusahaan untuk mencapai target, baik untuk jangka pendek maupun jangka panjang. Karena pada dasarnya tidak ada satupun suatu perusahaan dalam menjalanka usahanya tanpa adanya tujuan-tujuan yang pasti.

* + 1. **Pengaruh Utama pada Keputusan Penentuan Harga**

Menurut Horngren, Datar dan Foster (2008:494) “Harga dari sebuah produk atau jasa bergantung pada permintaan dan penawaran. Tiga pengaruh atas permintaan dan penawaran adalah pelanggan, pesaing, dan biaya.”

Pelanggan. Pelanggan mempengaruhi harga melalui pengaruh mereka pada permintaan atas semua produk atau jasa. Perusahaan harus selalu menguji keputusan penentuan harga melalui para pelanggan mereka. Harga yang terlalu tinggi dapat menyebabkan pelanggan menolak produk suatu perusahaan dan memilih produk pengganti atau yang bersaing.

Pesaing. Tidak ada bisnis yang beroperasi dalam keadaan hampa. Perusahaan harus selalu menyadari tindakan dari pada pesaingnya. Saat terdapat pesaing, pengetahan tentang si pesaing. Kapasitas produksi, dan kebijakan operasi membuat sebua perusahaan mampu memperkirakan biaya pesaingnya.

Biaya. Biaya mempengaruhi harga karena biaya mempengaruhi penawaran. Makin rendah biaya produksi sebuah produk relatif terhadap harga yang dibayarkan pelanggan, makin besar kuantitas produk yang bersedia ditawarkan oelh perusahaan.

**2.4.4 Metode Penentuan Jarga Jual**

Penetapan harga merupakan suatu proses yang harus dilaksanakan dengan teliti dan tepat. Banyak perusahaan menggunakan berbagai metode yang berbeda dalam bentuk menetapkan harga dasar bagi barang dan jasa yang dihasilkan, oleh sebab itu perusahaan membutuhkan seorang manajer yang mampu mengembangkan dan menerapkan strategi penetapan harga yang dapat memenuhi keinginan perusahaan pada waktu tertentu. Menurut Charles, terdapat empat metode penetapan harga jual, yaitu:

1. Penetapan harga jual *(Normal Pricing)*

Metode penetapan harga jual normal seringkali disebut dengan istilah *cost-plus pricing ,* yaitu penetapan harga jual dengan cara menambah laba yang diharapkan diatas biaya penuh masa yang akan datang untuk memproduksi dan memasarkan produk.

1. Penetapan harga jual dalam Cost Type Contract (*Cost- Type Contract pricing*)

*Costtype contract* adalah kontrak pembuatan produk dan jasa yang pihak pembeli setuju membeli produk atau jasa pada harga yang didasarkan pada total biaya yang sesungguhnya dikeluarkan oleh produsen ditambah dengan laba yang dihitung sebesar presentase tertentu dari total biaya yang sesungguhnya.

1. Penetapan harga jual pesanan khusus (Sprcial Order Pricing)

pesanan khusus merupakan pesanan yang diterima oleh perusahaan diluar pesanan regular perusahaan.

1. Penetapan harga jual produk yang dihasilkan perusahaan yang diatur dengan peraturan pemerintah

Penetapan harga jual berdasarkan biaya penuh masa yang akan datang ditambah dengan laba yang diharapkan.