

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Landasan Teori**

##### **2.1.1. Biaya**

Menurut Daljono (2011) biaya adalah suatu pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan unag, untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan akan memberikan keuntungan atau manfaat pada saat ini atau masa yang akan datang.

Menurut Rudianto (2013) biaya adalah pengorbanan ekonomis untuk memperoleh barang atau jasa, dimana manfaat dari barang atau jasa tersebut dinikmati dalam waktu lebih dari satu tahun (jangka panjang).

Menurut Hansen dan Mowen (2012) biaya adalah kas atau nilai ekuivalen kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat saat ini atau dimasa datang bagi organisasi.

Biaya menurut Mulyadi (2015) adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau 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 satuan uang.

3. Yang telah terjadi atau yang secara potensial akan terjadi.

4. Pengorbanan tersebut untuk tujuan tertentu

Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa biaya adalah suatu pengorbanan ekonomi yang memiliki tujuan tertentu dan memberikan manfaat dimasa sekarang dan dimasa depan.

### **2.1.2. Pengklasifikasian Biaya**

Mulyadi (2015) menjelaskan dalam akuntansi biaya, biaya digolongkan dengan berbagai macam cara. Biaya dapat digolongkan menurut:

1. Objek pengeluaran.

Penggolongan ini merupakan penggolongan yang paling sederhana, yaitu berdasarkan penjelasan singkat mengenai objek pengeluaran, seperti pengeluaran biaya telepon,

2. Fungsi pokok dalam perusahaan.

Biaya dapat digolongkan menjadi 3 kelompok, yaitu:

1. Biaya produksi, yaitu semua biaya yang berhubungan dengan fungsi produksi atau kegiatan pengolahan bahan baku menjadi produk selesai. Biaya produksi dapat digolongkan kedalam biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik.

2. Biaya pemasaran, adalah biaya-biaya yang terjadi untuk melakukan kegiatan pemasaran produk, contohnya biaya iklan, biaya promosi, biaya sampel, dll.

3. Biaya administrasi dan umum. Yaitu biaya-biaya untuk mengkoordinasikan kegiatan-kegiatan produksi dan pemasaran produk. Seperti biaya bagian akuntansi dan gaji personalia.
3. Hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai.

Ada 2 golongan, yaitu:

1. Biaya Langsung (direct cost), merupakan biaya yang terjadi dimana penyebab satu-satunya adalah karena ada sesuatu yang harus dibiayai. Dalam kaitannya dengan produk, biaya langsung terdiri dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.
2. Biaya tidak langsung (indirect cost), biaya yang terjadi tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai, dalam hubungannya dengan produk, biaya tidak langsung dikenal dengan biaya overhead pabrik.
4. Hubungannya dengan perubahan volume kegiatan dalam hubungannya dengan perubahan kegiatan.

Biaya dibagi menjadi 4, yaitu:

1. Biaya tetap (fixed cost), biaya yang jumlahnya tetap konstan tidak dipengaruhi perubahan volume kegiatan atau aktivitas sampai tingkat kegiatan tertentu, contohnya : gaji direktur produksi.
2. Biaya variabel ( variabel cost), biaya yang jumlah totalnya berubah secara sebanding dengan perubahan volume kegiatan atau aktivitas, contoh : biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung.

3. Biaya semi variabel, biaya yang jumlah totalnya tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Biaya semi variabel mengandung unsur biaya tetap dan biaya variabel, contoh : biaya listrik yang digunakan.
4. Biaya semi frxed, biaya yang tetap untuk tingkat volume kegiatan tertentu dan berubah dengan jumlah yang konstant pada volume produksi tertentu.
5. Menurut jangka waktu manfaatnya.

Biaya dibagi 2 bagian, yaitu :

1. Pengeluaran modal (capital expenditure), yaitu pengeluaran yang akan memberikan manfaat/benefit pada periode akuntansi atau pengeluaran yang akan dapat memberikan manfaat pada periode akuntansi yang akan datang.
2. Pengeluaran pendapatan (revenue expenditure), pengeluaran yang akan memberikan manfaat hanya pada periode akuntansi dimana pengeluaran itu terjadi.

Menurut Bustami (2013), mengatakan pengklasifikasian biaya yang umum digunakan adalah biaya dalam hubungan dengan sebagai berikut:

1. Biaya dalam hubungan dengan produk.

Adalah biaya yang digunakan dalam proses produksi yang terdiri:

- a) Biaya bahan baku langsung, adalah bahan baku yang merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari produk selesai dan dapat ditelusuri langsung kepada produk selesai.
  - b) Biaya 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.
  - c) Biaya overhead pabrik, adalah biaya selain bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung tetapi membantu dalam mengubah bahan menjadi produk jadi. Biaya dalam hubungan dengan volume produksi.
2. Biaya dalam hubungan dengan volume atau perilaku biaya.
  3. Biaya dalam hubungan dengan departemen produksi.
  4. Biaya dalam hubungan dengan periode waktu.
  5. Biaya dalam hubungannya dengan pengambilan keputusan.

Menurut Carter (2015) klasifikasi biaya adalah sangat penting untuk membuat ikhtisar yang berarti atas data biaya. Klasifikasi yang paling umum digunakan didasarkan pada hubungan antara biaya dengan berikut ini :

1. Produk (satu lot, batch atau unit dari suatu barang jadi atau barang jasa.
2. Volume produksi

3. Departemen, proses, pusat biaya (cost center), atau subdivisi lain dari manufaktur.
4. Periode akuntansi.
5. Suatu keputusan, tindakan, atau evaluasi.

Menurut Honggren, dkk. (2014) Klasifikasi biaya dapat dibuat dengan basis, yaitu :

1. Fungsi bisnis, terdiri dari riset dan pembangunan, perancangan produk, jasa, dan proses, produksi, pemasaran, distribusi, pelayanan konsumen, strategi dan administrasi.
2. Pembagian ke objek biaya, terdiri dari biaya langsung dan tidak langsung.
3. Pola perilaku dihubungkan dengan perubahan pemicu biaya, terdiri dari biaya variable dan biaya tetap.
4. Agregat atau rata, terdiri dari biaya total dan biaya unit.
5. Aktiva dan beban, terdiri dari :
  - a) *Capitalized cost* : biaya yang mula-mula dicatat sebagai aktiva dan selanjutnya menjadi beban.
  - b) *Inventoriable cost* : biaya yang dikaitkan dengan pembelian barang untuk dijual kembali atau biaya yang dikaitkan dengan perolehan atau konversi material dan masukan pabrikasi lain menjadi barang untuk dijual.
  - c) *Periode cost* : biaya yang dilaporkan sebagai beban dari periode yang dilaporkan.

Berdasarkan Klasifikasi biaya menurut para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa dalam pengklasifikasian yaitu terdapat biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik.

### **2.1.3. Harga Pokok Produksi**

Horngren (2014) menjelaskan harga pokok produksi (cost of goods manufactured) adalah biaya barang yang dibeli untuk diproses sampai selesai, baik sebelum maupun selama periode akuntansi berjalan. Carter (2015) menyatakan harga pokok produksi terdiri dari tiga elemen biaya, yaitu : bahan baku langsung, tenaga kerja langsung dan overhead pabrik.

Hansen dan Mowen (2012) menyatakan harga pokok produksi adalah total harga pokok produk yang diselesaikan selama periode berjalan. Sedangkan Witjaksono (2006) adalah sejumlah nilai aktiva (asset), tetapi apabila selama tahun berjalan aktiva tersebut dimanfaatkan untuk membantu memperoleh penghasilan, aktiva tersebut harus dikonversikan ke beban (expense).

Menurut Hanggana (2014:), harga pokok produksi adalah semua biaya yang dikeluarkan untuk membuat satu unit barang jadi yang meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik.

Harga pokok produksi menurut Winwin dan Ilham (2008) yaitu biaya barang yang telah diselesaikan selama satu periode. Sedangkan menurut Haryono (2005) menyatakan bahwa harga pokok produksi

adalah biaya untuk menghasilkan produk manufaktur. Harga pokok produksi adalah semua biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi suatu barang atau jasa selama periode bersangkutan, dengan kata lain bahwa harga pokok produksi merupakan biaya untuk memperoleh barang jadi yang siap dijual (Mulyadi, 2015).

#### **2.1.3.1. Tujuan Perhitungan Harga Pokok Produksi**

Adapun tujuan dilakukan perhitungan harga pokok produksi menurut Horngren dan Foster (2008) adalah sebagai berikut :

1. Untuk memenuhi keperluan pelaporan eksternal dalam hal penilaian persediaan dan penentuan laba.
2. Untuk pedoman pengambilan keputusan mengenai harga dan strategi produk.
3. Untuk menilai prestasi bawahannya dan bagian organisasi tersebut sebagai investasi ekonomi.

Menurut Kardinata (2000) perhitungan harga pokok dalam produksi dilakukan untuk setiap tahapan proses produksi. Adapun tujuan perhitungan harga pokok produksi adalah :

1. Pengendalian biaya

Tujuan penentuan harga pokok produksi adalah untuk mengawasi biaya-biaya yang sudah terjadi maupun yang akan terjadi. Suatu pengawasan berarti mencegah terjadinya penyimpangan yang akan menyebabkan perusahaan tidak berjalan dengan efisien. Dengan adanya perhitungan harga pokok untuk produk, akan diketahui

biaya-biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan produk tersebut, sehingga pada masa yang akan datang, biaya tersebut dapat dievaluasi agar biaya dapat digunakan secara efektif dan efisien.

## 2. Penetapan Harga Jual

Harga pokok produksi per unit adalah merupakan salah satu faktor yang sangat menentukan harga jual. Dalam penentuan harga jual per unit, maka harga pokok produksi per unit harus diketahui dan perusahaan juga harus dapat menaksir biaya lain yang akan terjadi dalam hubungannya dengan produk serta laba yang diinginkan sehingga harga jual per unit dapat ditetapkan. Harga produk yang akan dijual harus di atas harga pokok produksi per unit sehingga laba dicapai.

## 3. Perencanaan dan Pengukuran Prestasi

Umumnya sebelum operasi perusahaan dimulai akan dibuat terlebih dahulu suatu perencanaan mengenai kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan. Perencanaan ini dinyatakan dalam anggaran yaitu suatu rencana menyeluruh terhadap kegiatan perusahaan dan dinyatakan dalam bentuk kuantitatif per unit moneter untuk jangka waktu tertentu. Dari laporan harga pokok produksi akan diketahui bagaimana kinerja para karyawan dalam menghasilkan suatu produk. Misalnya untuk menghasilkan suatu produk dengan kualitas tertentu, apakah sesuai dengan biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan produk tersebut. Apabila perusahaan dapat memenuhi

keinginan dari masyarakat atau konsumen, kemungkinan untuk pencapaian laba akan semakin besar.

#### 4. Penilaian Persediaan

Ada beberapa jenis persediaan dalam perusahaan manufaktur, yaitu persediaan barang jadi (produk), persediaan bahan baku, persediaan barang dalam proses, persediaan bahan penolong, dan persediaan perlengkapan. Dengan adanya laporan harga pokok produksi dapat diketahui beberapa banyak persediaan dari masing-masing jenis persediaan tersebut.

#### **2.1.3.2. Manfaat Harga Pokok Produksi**

Menurut Mulyadi (2015) informasi harga pokok produksi bermanfaat bagi manajer dalam :

##### 1. Menentukan harga jual produk.

Perusahaan yang memproduksi massa memproses produknya untuk memenuhi persediaan dipersatuan produk. Dalam penetapan harga jual produk, biaya produksi per unit merupakan salah satu informasi yang dipertimbangkan disamping informasi biaya lain serta informasi non biaya.

##### 2. Memantau realisasi biaya produksi.

Akuntansi biaya digunakan untuk mengumpulkan informasi biaya produksi yang dikeluarkan dalam jangka waktu tertentu untuk memantau apakah proses produksi mengkonsumsi total biaya produksi sesuai yang diperhitungkan sebelumnya.

### 3. Menghitung laba atau rugi bruto periode tertentu.

Untuk mengetahui apakah kegiatan produksi dan pemasaran perusahaan dalam periode tertentu mampu menghasilkan laba bruto atau mengakibatkan rugi bruto. Menentukan harga pokok persediaan produk jadi dan produk untuk membuat pertanggungjawaban keuangan periodik, manajemen harus menyajikan laporan keuangan berupa neraca dan laba rugi.

#### **2.1.3.3. Unsur Biaya Produksi**

Daljono (2011) menyebutkan biaya produksi dikelompokkan terdiri dari :

##### 1. Biaya bahan

Biaya bahan dibedakan menjadi :

###### a) Biaya Bahan Baku ( Direct Material).

Biaya Bahan Baku ( Direct Material) adalah biaya bahan mentah yang digunakan untuk memproduksi barang jadi, tetapi pemakaiannya relatif kecil, atau pemakainya sangat rumit untuk dikenali produk jadi, contoh : kayu dalam pembuatan meja kayu, kain dalam pembuatan konveksi, dll.

###### b) Biaya Bahan Penolong (Indirect Material).

Biaya Bahan Penolong (Indirect Material) adalah bahan-bahan yang digunakan untuk menyelesaikan suatu produk, tetapi pemakaiannya sangat rumit untuk dikenali diproduk jadi, contoh : paku dan lem kayu dalam pembuatan produk furniture.

## 2. Biaya Tenaga Kerja

Biaya tenaga Kerja (BTK) merupakan gaji atau upah karyawan bagian produksi. Biaya ini dibedakan menjadi biaya tenaga kerja langsung dan biaya kerja tidak langsung. Biaya tenaga kerja langsung (BTKL) adalah gaji atau upah tenaga kerja yang dipekerjakan untuk memproses bahan menjadi barang jadi. Biaya tenaga kerja tidak langsung (BTKTL) merupakan gaji atau upah tenaga kerja bagian produksi yang tidak terlibat secara langsung dalam proses pengerjaan bahan menjadi produk jadi. Misalnya gaji mandor.

## 3. Biaya Overhead Pabrik

Biaya Overhead Pabrik (factory overhead cost) adalah biaya yang timbul dalam proses produksi selain yang termasuk dalam biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.

### **2.1.4. Metode Penentuan Harga Pokok Produksi**

Menurut Mulyadi (2015) penentuan harga pokok produksi dibedakan menjadi 2, yaitu :

#### 1. Full Costing

Mulyadi (2015) menjelaskan bahwa full costing merupakan salah satu metode penentuan kos produk, yang membebankan seluruh biaya produksi sebagai kos produksi, baik biaya produksi yang berperilaku variabel maupun tetap. Menurut Samryn (2001) menjelaskan bahwa full costing adalah metode penentuan harga

pokok yang memperhitungkan semua biaya produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead tanpa memperhatikan perilakunya. Mulyadi (2015) menjelaskan bahwa perbedaan antara metode full costing dengan variable costing adalah dalam perlakuan biaya tetap (fixed cost), dimana full costing biaya tetap sebagai biaya produk (product cost), sedangkan dalam variabel cost diperlakukan sebagai biaya periode. Menurut Samryn (2001) menjelaskan bahwa pendekatan full costing yang biasa juga disebut sebagai pendekatan tradisional menghasilkan laporan laba rugi dimana biaya-biaya diorganisir dan disajikan berdasarkan fungsi-fungsi produksi, administrasi, dan penjualan. Bastian (2010) menjelaskan bahwa full costing merupakan suatu metode penentuan harga pokok dengan menghitung semua unsur biaya produksi kedalam harga pokok produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik.

## 2. Variable costing

Variable costing menurut Samryn (2001) adalah suatu format laporan laba rugi yang mengelompokkan biaya dimana biaya-biaya dipisahkan menurut kategori biaya variabel dan biaya tetap dan tidak dipisahkan menurut kategori fungsi-fungsi produksi, administrasi, dan penjualan. Pendekatan ini juga dikenal dengan istilah direct costing approach. Sunarto (2009) variable costing adalah penentuan harga pokok produksi dengan memperhitungkan biaya produksi yang

bersifat variabel dalam harga pokok produksi, terdiri dari bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan overhead pabrik. Hilton (2008) perbedaan pokok yang ada diantara metode tersebut adalah terletak pada perlakuan terhadap biaya produksi yang berperilaku tetap. Menurut Witjaksono (2006) perbedaan antara metode full costing dengan variable costing adalah dalam perlakuan biaya tetap (fixed cost), dimana full costing biaya tetap sebagai biaya produk (product cost), sedangkan dalam variable cost diperlakukan sebagai biaya periode. Menurut Hilton (2008) menjelaskan perbedaan pokok yang ada diantara metode tersebut adalah terletak pada perlakuan terhadap biaya produksi yang berperilaku tetap.

#### **2.1.5. Harga Jual**

Harga merupakan satu hal yang penting, dimana harga merupakan komponen besar dari kepuasan konsumen, dan nilai produk adalah apa yang dirasakan konsumen, jadi pembeli membantu menetapkan nilai dari produk. Dari sudut pandang produsen, harga tentu saja mempunyai peranan yang sangat penting. Laba yang akan diperoleh perusahaan dan kelangsungan hidup perusahaan sangat ditentukan oleh seberapa besar pendapatan yang mereka peroleh, dan ini tergantung dari berapa banyaknya jumlah produk yang terjual. Banyaknya jumlah penjualan produk sangat dipengaruhi oleh harga jual produk itu sendiri. Jadi harga jual merupakan hal penting atas suatu produk yang dijual bagi produsen, maupun konsumen.

Harga adalah nilai barang atau jasa yang diungkapkan dalam satuan rupiah atau satuan uang lainnya. Sedangkan harga jual adalah nilai yang dibebankan kepada pembeli atau pemakai barang dan jasa. Dalam hal ini harga jual merupakan satu yang dapat digunakan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang dan jasa serta pelayanannya.

Harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan. Supriyono (1991).

Mulyadi dalam bukunya “Sistem Perencanaan dan Pengendalian Manajemen” Dalam manajemen tradisional, produsen menentukan harga jual produk atau jasa dengan bernagkat dari taksiran biaya penuh (Full cost) produk atau jasa kemudian ditambah dengan laba yang diharapkan, sehingga formula harga jual produk atau jasa terlihat sebagai berikut :

Harga jual = Biaya Penuh (full cost) + Laba memadai yang diharapkan. Pada prinsipnya rumus penentuan harga jual adalah sebagai berikut :

“Harga Jual = Biaya produksi + Biaya nonproduksi + laba yang diharapkan” Mulyadi (2001).

Hansen dan Mowen (2001) mendefinisikan harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan.

Dari definisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa harga jual merupakan biaya penuh yang ditambah biaya wajar atau laba yang diinginkan oleh perusahaan yang dibebankan kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan.

#### **2.1.5.1. Faktor-faktor yang mempengaruhi harga jual**

Adapun faktor yang harus diperhatikan dalam menentukan harga jual dari suatu barang atau jasa yang diproduksi, yaitu :

##### **1. Faktor biaya**

Merupakan dasar dalam menentukan harga jual produk atau jasa. Biaya dapat langsung diidentifikasi kepada produk atau jasa yang dihasilkan karena merupakan faktor yang berasal dari dalam perusahaan. Biaya dapat memberikan informasi batas bawah suatu harga yang harus ditentukan oleh perusahaan atas suatu produk atau jasa. Batas bawah harga tersebut haruslah harga yang dapat menutupi seluruh biaya produksi maupun dengan perolehan laba yang minimal.

2. Faktor bukan biaya, merupakan faktor yang berasal dari luar perusahaan yang dapat mempengaruhi keputusan manajemen dalam menentukan harga jual produk atau jasa. Faktor ini tidak sepenuhnya dapat dikendalikan oleh perusahaan karena faktor tersebut merupakan kegiatan yang bersifat timbal balik antara perusahaan dengan pasar. Berikut ini faktor-faktor tersebut antara lain :

a) Keadaan perekonomian, perubahan kondisi perekonomian suatu negara seperti perubahan inflasi dan deflasi dapat mempengaruhi

harga suatu barang atau jasa yang diperjual-belikan di masyarakat.

- b) Permintaan dan penawaran pasar, permintaan merupakan jumlah barang atau jasa yang diinginkan oleh konsumen dipasar pada tingkat harga beli tertentu, sedangkan penawaran adalah total barang atau jasa yang ditawarkan oleh produsen dipasar pada tingkat harga juala tertentu. Oleh karena itu, permintaan konsumen terhadap suatu barang atau jasa harus dipertemukan dengan penawaran pasar sehingga terbentuk suatu harga keseimbangan dimana harga tersebut merupakan harga jual yang diinginkan perusahaan dan juga merupakan harga yang sesuai dengan permintaan konsumen.
- c) Elastisitas permintaan, elastisitas permintaan adalah kepekaan perubahan permintaan akan barang atau jasa terhadap perubahan harga. Elastisitas ini membantu manajer untuk mamahami apakah suatu bentuk permintaan itu elastis atau inelastis. Elastis berarti perubahan sekian persen pada harga menyebabkan perubahan persentase permintaan yang lebih besar, sedangkan inelastis berarti perubahan sekian persen pada harga secara relatif sedikit mengubah persentase permintaan.
- d) Tipe pasar, ada empat jenis struktur pasar yaitu pasar persaingan sempurna, persaingan monopolistik, oligopoli, dan monopoli. Pasar-pasar ini memiliki perbedaan dalam jumlah pembeli dan

penjual, tingkat keunikan produk atau jasa yang dihasilkan, seberapa besar rintangan untuk memasuki pasar, dan biaya khusus yang harus dikeluarkan.

- e) Pengawasan pemerintah, pengawasan pemerintah biasanya dilakukan untuk mengontrol besaran harga barang atau jasa yang beredar dimasyarakat agar tetap sesuai dengan keinginan perusahaan dan kemampuan masyarakat.
- f) Citra atau kesan masyarakat, semakin tinggi citra suatu produk di masyarakat akan menyebabkan produsen menetapkan harga jual yang tinggi.
- g) Tanggung jawab sosial perusahaan, penentuan harga jual barang atau jasa suatu perusahaan juga dapat dipengaruhi oleh rasa tanggungjawab perusahaan terhadap masyarakat. Hal ini dikarenakan tujuan didirikannya perusahaan bukan hanya untuk mencari laba tetapi juga untuk melayani atau memenuhi kebutuhan masyarakat.
- h) Tujuan non laba (nirlaba), pada organisasi non laba (nirlaba), laba bukan merupakan tujuan utama berdirinya organisasi tersebut tetapi bertujuan untuk melayani masyarakat agar tingkat kehidupannya lebih sejahtera. Pada umumnya produk yang dihasilkan oleh perusahaan non laba berupa jasa yang harga jual produknya ditentukan sama dengan total biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk menghasilkan produk tersebut..

## 2.2. Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang menjadi rujukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

**Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu**

<b>Nama</b>	<b>Judul</b>	<b>Variabel</b>	<b>Hasil Penelitian</b>
Fitriana Mardi Hastuti (2013)	Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Blangkon Dengan Metode Full Costing	Mengumpulkan, Menyusun, Membandingkan, Menganalisis, dan Menginterpretasikan HPP yang diperoleh dengan metode UKM dan metode full costing	Perhitungan HPP sebagai dasar penetapan harga jual menurut metode full costing lebih baik dalam menganalisis biaya produksi daripada perhitungan hpp dengan metode UKM.
Evi Novianti (2012)	Penentuan Harga Pokok Produksi Dalam Menentukan Harga Jual Produk	Semua biaya produksi sebagai harga pokok tanpa memperhatikan biaya variabel atau tetap, sedangkan harga jual ditentukan dari biaya produksi + biaya pemasaran + biaya administrasi dan umum.	Metode harga pokok full costing dapat memberikan rincian biaya yang dikeluarkan sehingga mampu digunakan untuk menentukan target laba secara akurat sehingga dapat menghasilkan nilai harga jual yang lebih kompetitif. Sedangkan metode penentuan harga jual yang mengikuti pasar cenderung hanya memperhatikan keanikan pasar saja tanpa diimbangi dengan penentuan kenaikan atau penurunan biaya produksinya

			sehingga sulit dihitung berapa nilai keuntungan yang diperoleh dari penentuan harga jual dengan menggunakan metode harga pasar.
Endra Setyaningsih (2011)	Analisis Penerapan Metode Full Costing Dalam Perhitungan Harga Pokok Produksi Untuk Penetapan Harga jual.	Perbedaan antara perhitungan harga pokok produksi yang dilakukan oleh Pabrik Tahu Lestari selama ini dengan perhitungan menggunakan metode Full Costing dan pengaruhnya terhadap harga jual.	perhitungan harga pokok produksi dengan metode Full Costing, apabila dibandingkan dengan harga pokok produksi yang digunakan dengan metode pada Pabrik memberikan hasil yang berbeda yaitu lebih besar menggunakan metode Full Costing. Hal ini disebabkan karena perhitungan yang dilakukan pabrik belum tepat dalam membebankan biaya overhead pabrik ke setiap produknya.
Irma Sari (2012)	Analisis Perhitungan Harga Pokok Pesanan Meubel Dengan Metode Full Costing Pada CV Sarana Interior Di Samarinda	Perhitungan harga pokok produksi semua unsur biaya baik bersifat langsung maupun tidak langsung harus dialokasikan kepada tiap produk pesanan.	perhitungan harga pokok pesanan berdasarkan teori dengan menggunakan metode full costing pada tiap produk pesanan selama bulan Maret 2012 masih dapat menghasilkan laba atau keuntungan.

Pradana Setiadi, David P.E. Saerang, dan Treesje Runtu (2014)	Perhitungan Harga Pokok Produksi Dalam Penentuan Harga Jual Pada CV Minahasa Mantap Perkasa	Pengklasifikasian biaya yang diterapkan oleh CV Minahasa Mantap Perkasa dalam perhitungan HPP.	Pengumpulan biaya produksi dilakukan dengan metode harga pokok proses dengan pendekatan full costing tujuannya untuk memenuhi persediaan digudang, dengan jumlahnya dama dari waktu ke waktu.
---	---	--	---