

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Akuntansi Biaya

1. Pengertian Akuntansi Biaya

Akuntansi biaya adalah proses pencatatan, penggolongan, peringkasan dan penyajian biaya pembuatan dan penjualan produk atau jasa, dengan cara-cara tertentu, serta penafsiran terhadapnya¹.

Akuntansi biaya merupakan proses pencatatan, penggolongan, peringkasan, dan pelaporan biaya pabrikan, dan penjualan produk dan jasa, dengan cara-cara tertentu, serta penafsiran terhadap hasil-hasilnya².

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa akuntansi biaya merupakan suatu proses cabang akuntansi yang mencatat, memeriksa, menggolongkan, dan melaporkan kepada manajemen mengenai informasi biaya dan produksi. Laporan biaya ini disajikan untuk membantu pengambilan keputusan.

2. Tujuan Akuntansi Biaya

Akuntansi biaya mempunyai tiga tujuan pokok: penentuan kos produk, pengendalian biaya, dan pengambilan keputusan khusus³. Akuntansi biaya merupakan suatu sistem dalam rangka mencapai tujuan utama, yaitu: menentukan harga pokok produksi, mengendalikan biaya, memberikan informasi sebagai dasar pengambilan keputusan tertentu⁴.

¹ Mulyadi, *Akuntansi Biaya Edisi kelima*, (Yogyakarta: UPP-STIM YKPN, 2015) hal. 07

² Mursyidi, *Akuntansi Biaya*, (Bandung: Refika Aditama, 2008), hal. 11

³ Mulyadi, *Akuntansi Biaya Edisi kelima*, ..., hal. 7

⁴ Mursyidi, *Akuntansi Biaya*, ..., hal. 11

3. Pengertian Biaya

Biaya merupakan salah satu faktor penting dalam menentukan harga pokok produksi dan harga jual produk. Dalam akuntansi dikenal dua istilah, yaitu *cost* dan *expense*. Kedua istilah ini sering disamakan walaupun sebenarnya kedua istilah tersebut berbeda.

Biaya merupakan suatu pengorbanan yang dapat mengurangi kas atau harta lainnya untuk mencapai tujuan, baik yang dapat dibebankan pada saat ini maupun pada saat yang akan datang⁵.

Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu⁶.

Ada empat unsur pokok dalam definisi biaya tersebut di atas:

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

Beban (*expense*) adalah biaya yang telah terjadi (*expried cost*) yang dikurangkan dari penghasilan atau dibebankan pada periode yang bersangkutan, dimana pengorbanan terjadi⁷

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa biaya (*cost*) dapat memberikan manfaat untuk kegiatan masa yang akan datang. Beban (*expense*) tidak dapat memberikan manfaat pada masa yang akan datang.

⁵ Mursyidi, *Akuntansi Biaya*, ..., hal. 14

⁶ Mulyadi, *Akuntansi Biaya Edisi kelima*, ..., hal. 8

⁷ Ibid, hal. 14

4. Klasifikasi Biaya

Klasifikasi biaya menurut Mulyadi, sebagai berikut⁸:

1) Klasifikasi Menurut Objek Pengeluaran

Dalam klasifikasi 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”.

2) Klasifikasi Menurut 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 yaitu:

a) Biaya produksi

Merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual.

b) Biaya pemasaran

Merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk dilaksanakan kegiatan pemasaran produk.

c) Biaya administrasi dan umum

Merupakan biaya-biaya untuk mengkoordinasikan kegiatan produksi dan pemasaran produk.

⁸ Mulyadi, *Akuntansi Biaya Edisi kelima, ...*, hal. 13

3) Klasifikasi Menurut Hubungan Biaya dengan Sesuatu yang Dibiayai

Sesuatu yang dibiayai dapat berupa produk atau departemen. Dalam hubungannya dengan suatu yang dibiayai, biaya dapat dikelompokkan menjadi dua golongan yaitu⁹ :

a) Biaya langsung

Biaya langsung adalah biaya yang terjadi, yang penyebab satu-satunya adalah karena adanya sesuatu yang dibiayai. Jika sesuatu yang dibiayai tersebut tidak ada, maka biaya langsung ini tidak akan terjadi.

b) Biaya tidak langsung

Biaya tidak langsung adalah biaya yang terjadinya tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai. Biaya tidak langsung dalam hubungannya dengan produk disebut dengan istilah biaya produksi tidak langsung atau biaya overhead pabrik (*factory overhead cost*).

4) Klasifikasi Menurut Perilaku Biaya dalam Hubungan dengan Perubahan Volume Kegiatan

Dalam hubungannya dengan perubahan volume aktivitas, biaya dapat digolongkan menjadi:

a) Biaya variabel

Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan.

⁹ Mulyadi, *Akuntansi Biaya Edisi kelima, ...*, hal. 14

b) Biaya semivariabel

Biaya semivariabel adalah biaya yang berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Biaya semivariabel mengandung unsur biaya tetap dan unsur biaya variabel.

c) Biaya tetap

Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap dalam kisar volume kegiatan tertentu.

5) Klasifikasi Menurut Jangka Waktu Manfaatnya

Atas dasar jangka waktunya manfaatnya, biaya dapat dibagi menjadi dua yaitu:¹⁰

a) Pengeluaran biaya

Pengeluaran modal adalah biaya yang mempunyai manfaat lebih dari satu periode akuntansi (biasanya periode akuntansi adalah satu tahun kalender). Pengeluaran modal ini pada saat terjadinya dibebankan sebagai *cost*, dan dibebankan dalam tahun-tahun yang menikmati manfaatnya dengan cara didepresiasi, diamortisasi atau dideplasi.

b) Pengeluaran pendapatan

Pengeluaran pendapatan adalah biaya yang hanya mempunyai manfaat dalam periode akuntansi terjadinya pengeluaran tersebut. Pada saat terjadinya, pengeluaran pendapatan ini dibebankan sebagai biaya dan dipertemukan dengan pendapatan yang diperoleh dari pengeluaran biaya tersebut.

¹⁰ Mulyadi, *Akuntansi Biaya Edisi kelima, ...*, hal. 15

B. Biaya Produksi

1. Pengertian Biaya Produksi

Biaya produksi adalah “biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual¹¹. Contohnya adalah biaya depresiasi mesin dan *equipment*, biaya bahan baku, biaya bahan penolong, biaya gaji karyawan yang digunakan yang bekerja dalam bagian-bagian, baik langsung maupun tidak langsung berhubungan dengan proses produksi.

Biaya produksi adalah Sebagai semua pengeluaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperoleh faktor-faktor produksi dan bahan-bahan mentah yang akan digunakan untuk menciptakan barang-barang yang diproduksi perusahaan tersebut¹².

Biaya produksi biasanya didefinisikan sebagai jumlah dari tiga elemen biaya: bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, dan overhead pabrik¹³.

Berdasarkan uraian di atas, maka biaya produksi adalah keseluruhan biaya yang secara langsung dikorbankan (dikeluarkan) perusahaan untuk memperoleh faktor-faktor produksi seperti modal dalam bentuk bahan baku, tenaga kerja dan overhead pabrik yang akan digunakan untuk menciptakan bahan jadi.

2. Unsur-unsur Biaya Produksi

Yang dapat mempengaruhi kenaikan dan penurunan biaya produksi terdiri dari : jumlah biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya

¹¹ Mulyadi, *Akuntansi Biaya Edisi kelima*, ..., hal. 14

¹² Sukimo, *Mikroekonomi Teori Pengantar*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013), hal.

¹³ Carter, *Akuntansi Biaya Buku Satu*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), hal. 40

overhead pabrik”. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dari penjelasan di bawah ini¹⁴:

1) Biaya Bahan Baku

Bahan baku merupakan keseluruhan bahan yang mendukung atas produk jadi yang akan diproduksi.

Biaya bahan baku adalah “Biaya yang dikeluarkan (*direct material*), merupakan biaya yang terdiri dari semua bahan yang dikerjakan dalam proses produksi, untuk diubah menjadi barang lain yang nantinya akan dijual¹⁵.

2) Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja langsung adalah Usaha fisik atau mental yang dikeluarkan karyawan untuk mengolah produk. Biaya tenaga kerja langsung adalah harga yang dibebankan untuk penggunaan tenaga kerja manusia¹⁶.

3) Biaya Overhead Pabrik

Biaya overhead pabrik adalah Semua biaya yang terdapat serta terjadi dalam lingkungan pabrik, tetapi tidak secara langsung berhubungan dengan kegiatan produksi, yaitu proses mengubah bahan mentah menjadi bahan yang siap jual¹⁷.

¹⁴ Carter, *Akuntansi Biaya Buku Satu, ...*, hal. 40

¹⁵ Munandar, *Budgeting, perencanaan Kerja Pengkoordinasian Kerja Pengawasan Kerja Edisi Kedua*, (Yogyakarta: BPFU UGM, 2007), hal. 25

¹⁶ Mulyadi, *Akuntansi Biaya Edisi kelima, ...*, hal. 40

¹⁷ Munandar, *Budgeting, perencanaan Kerja Pengkoordinasian*, hal. 26

3. Komponen Biaya Produksi

Biaya produksi dapat meliputi unsur-unsur sebagai berikut¹⁸:

- 1) Bahan baku atau bahan dasar, termasuk bahan setengah jadi
- 2) Bahan-bahan pembantu atau bahan penolong
- 3) Upah tenaga kerja, dari tenaga kerja rendah hingga top manajer
- 4) Penyusutan peralatan produksi
- 5) Bunga modal
- 6) Sewa (gedung atau peralatan lain)
- 7) Biaya penunjang, seperti biaya transportasi atau angkutan
- 8) Administrasi, biaya listrik dan telepon, pemeliharaan peralatan produksi
- 9) Pemeliharaan lingkungan perusahaan, biaya penelitian (laboratorium)
- 10) Biaya keamanan dan asuransi
- 11) Biaya pemasara, seperti biaya penelitian dan analisis pasar produk
- 12) Biaya angkutan dan pengiriman dan biaya reklame atau iklan
- 13) Pajak perusahaan

C. Biaya Bahan Baku

1. Pengertian Biaya Bahan Baku

Biaya bahan yang digunakan untuk menghasilkan produk jadi. Sesungguhnya biaya bahan baku berkaitan dengan biaya semua jenis bahan yang digunakan dalam pembuatan produk jadi, dan produk jadi suatu perusahaan dapat menjadi bahan baku perusahaan yang lainnya¹⁹.

¹⁸ Mulyadi, *Akuntansi Biaya Edisi kelima*, ..., hal. 331

¹⁹ Garison, *Akuntansi Manajerial*, (Jakarta: Salemba Empat, 2006), hal. 51

Biaya bahan langsung ini dapat langsung dibebankan ke produk karena pengamatan fisik dapat digunakan untuk mengukur kuantitas yang dikonsumsi oleh setiap produk²⁰.

Biaya bahan baku adalah Semua produk pabrikan (*manufacturing products*) terbuat dari bahan baku langsung dasar. Bahan baku langsung (*direct material*) adalah bahan baku yang menjadi bagian integral dari produk jadi perusahaan dan dapat ditelusuri dengan mudah. Bahan baku langsung ini menjadi bagian fisik produk, dan terdapat hubungan langsung antara masukan bahan baku dan keluaran dalam bentuk produk jadi. Jadi biaya bahan baku langsung adalah biaya dari komponen-komponen fisik produk dan biaya bahan baku dapat dibebankan secara langsung, kepada produk karena observasi fisik dapat dilakukan untuk mengukur kuantitas yang dikonsumsi oleh setiap produk²¹.

Biaya bahan baku adalah "Biaya yang dikeluarkan (*direct material*), merupakan biaya yang terdiri dari semua bahan yang dikerjakan dalam proses produksi, untuk diubah menjadi barang lain yang nantinya akan dijual²².

Berdasarkan beberapa pengertian bahan baku di atas maka dapat disimpulkan bahwa biaya bahan baku adalah biaya bahan dasar yang digunakan dalam proses produksi yang berupa bahan mentah untuk

²⁰ Hansen dan Mowen, *Akuntansi Manajemen*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), hal. 50

²¹ Simamora, *Akuntansi Manajemen Edisi Ketiga*, (Riau: Star Gate Publisher, 2012), hal.

²² Munandar, *Budgeting, perencanaan Kerja Pengkoordinasian, ...*, hal. 25

dijadikan bahan jadi atau setengah jadi dan kemudian membentuk bagian menyeluruh dari produk jadi.

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Bahan Baku

Faktor-faktor yang mempengaruhi bahan baku tersebut adalah (faktor intern)²³ :

1) Perkiraan Pemakaian

Merupakan perkiraan beberapa jumlah bahan baku yang akan digunakan oleh perusahaan untuk keperluan proses produksi yang akan datang.

2) Harga Bahan Baku

Merupakan salah satu faktor penentu dalam kebijaksanaan persediaan karena harga bahan baku merupakan dasarpenyusunan perhitungan berapa besardana yang disediakan untuk persediaan.

3) Biaya Persediaan

Biaya-biaya penyelenggaraan bahan baku yang tersedia pada lokasi asal dari bahan baku yang dibutuhkan perusahaan.

4) Kebijakan Pembelian

Kebijakan pembelian perusahaan akan mempengaruhi seluruh kebijaksanaan perusahaan apakah dalam menyelenggarakan persediaan bahan baku mendapat prioritas utama dalam kebijaksanaan pembelian.

²³ Ahyatri , *Manajemen Produksi dan Pengendalian Produksi*, (Yogyakarta:BPFE UGM, 2005), hal. 4

5) Pemakaian Senyatanya

Pemakaian bahan baku senyatanya dari tahun ketahun harus diperhatikan guna menyusun perkiraan kebutuhan bahan baku yang mendekati kenyataan.

6) Waktu Tunggu (Lead time)

Tenggang waktu yang ditentukan oleh perusahaan antara saat pemesanan bahan baku tersebut dilaksanakan dengan datangnya bahan baku yan dipesan sampai dipabrik.

7) Pembelian Bahan baku

Pembelian bahan baku yang ada dalam perusahaan yang merupakan kegiatan rutin dilakukan oleh perusahaan. Untuk pembelian bahan baku selanjutnya perusahaan akan mempertimbangkan panjang.waktu tunggu yang diperlukan dalam pembelian bahan baku, sehingga perusahaan dapat mendatangkan bahan baku dalam waktu yang tepat.

Transaksi pembelian lokal bahan baku melibatkan bagian-bagian produksi, gudang, pembelian, penerimaan barang dan akuntansi. Sistem pembelian lokal bahan baku adalah sebagai berikut²⁴:

1) Prosedur Permintaan Pembelian Bahan Baku

Bagian produksi yang membutuhkan bahan baku meminta bahan baku yang dibutuhkan di bagian gudang. Jika persediaan bahan baku yang ada di gudang sudah mencapai tingkat minimum pemesanan kembali harus segera dilaksanakan.

²⁴ Mulyadi, *Akuntansi Biaya Edisi kelima*, ..., hal. 119

2) Prosedur Order Pembelian²⁵

Bagian pembelian melaksanakan pembelian atas dasar surat permintaan pembelian dari bagian gudang. Kemudian bagian pembelian mengirimkan surat permintaan penawaran harga yang berisi permintaan informasi harga dan syarat-syarat pembelian dari masing-masing distributor.

3) Prosedur Penerimaan Bahan Baku

Distributor mengirimkan bahan baku sesuai dengan surat order pembelian yang diterimanya. Bagian penerimaan yang bertugas menerima barang-barang mencocokkan apakah barang yang dipesan telah sesuai dengan pemesanan.

4) Prosedur Pencatatan Penerimaan Bahan Baku di Bagian Gudang

Bagian penerimaan menyerahkan bahan baku yang di terima dari distributor kepada bagian gudang. Bagian gudang menyimpan bahan baku yang di terima dalam kartu gudang.

5) Prosedur Pencatatan Hutang yang Timbul dari Pembelian Bahan Baku

Bagian pembelian menerima faktur pembelian dari distributor. Bagian pembelian memberikan tanda terima di faktur pembelian tersebut, sebagai tanda persetujuan bahwa faktur dapat dibayar karena distributor telah memenuhi syarat-syarat pembelian yang telah ditentukan oleh perusahaan.

²⁵ Mulyadi, *Akuntansi Biaya Edisi kelima, . . .*, hal. 119

D. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja yang termasuk dalam biaya produksi. Tenaga kerja adalah usaha fisik yang dilakukan karyawan untuk mengolah bahan baku yang tersedia menjadi barang jadi. Tenaga kerja langsung adalah tenaga kerja yang digunakan dalam merubah atau mengonversi bahan baku menjadi produk selesai dan dapat ditelusuri secara langsung kepada produk selesai²⁶

Biaya tenaga kerja adalah biaya yang dikeluarkan untuk pekerja atau karyawan yang dapat ditelusuri secara fisik kedalam pembuatan produk dan bisa pula ditelusuri dengan mudah tanpa memakan banyak biaya²⁷. Biaya tenaga kerja adalah pengeluaran perusahaan yang digunakan untuk pembayaran (upah atau gaji) tenaga manusia yang bekerja mengolah produk²⁸

Biaya tenaga kerja dapat dibagi dalam tiga golongan yaitu terdiri atas²⁹ :

1. Gaji dan Upah

Dalam menentukan upah seorang karyawan perlu dikumpulkan data jumlah jam kerja selama periode waktu tertentu. Ada berbagai macam cara perhitungan upah karyawan dalam perusahaan, salah satunya adalah dengan mengalikan tarif upah dengan jam kerja karyawan sehingga diperoleh besarnya biaya gaji dan upah yang harus dibayarkan pihak perusahaan.

²⁶ Bastian, Nurlela, *Akuntansi Biaya Edisi Pertama*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2009), hal. 12

²⁷ Simamora, *Akuntansi Manajemen Edisi Ketiga*, ..., hal. 37

²⁸ Nafarin, *Penganggaran Perusahaan*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), hal. 100

²⁹ Mulyadi, *Akuntansi Biaya Edisi kelima*, ..., hal. 321

a. Insentif

Dalam hubungannya dengan gaji dan upah, perusahaan memberikan insentif kepada karyawan agar dapat bekerja lebih baik. insentif dapat didasarkan atas waktu kerja, hasil yang diproduksi atau kombinasi diantara keduanya.

Ada beberapa cara pemberian insentif³⁰:

1) Insentif satuan dengan jam minimum (*Straight Piecework with a Guaranteed Hourly Minimum plan*)

Karyawan dibayar atas dasar tarif per-jam untuk menghasilkan jumlah satuan keluaran (output) standar. Untuk hasil produksi yang melebihi jumlah standar tersebut, karyawan menerima jumlah upah tambahan sebesar jumlah kelebihan satuan keluaran diatas standar kali tarif upah persatuan. Tarif upah persatuan dihitung dengan cara membagi upah standar per jam dengan satuan keluaran standar per jam.

2) *Taylor differential piece rate plan*

Cara pemberian insentif ini adalah semacam *straight piece rate plan* yang menggunakan tarif tiap potong untuk jumlah keluaran rendah per jam dan tarif tiap potong yang lain untuk jumlah keluaran tinggi per jam.

2. Premi Lembur

Dalam perusahaan, jika karyawan bekerja lebih dari 40 jam satu minggu, maka mereka berhak menerima uang lembur dan premi lembur. Perlakuan

³⁰ Mulyadi, *Akuntansi Biaya Edisi kelima*, ..., hal. 321

terhadap premi lembur tergantung atas alasan-alasan terjadinya lembur tersebut. Premi lembur dapat ditambahkan pada upah tenaga kerja langsung dan dibebankan pada pekerjaan atau departemen tempat terjadinya lembur tersebut. Perlakuan ini dapat dibenarkan bila pabrik telah bekerja pada kapasitas penuh dan pelanggan / pemesanan mau menerima beban tambahan karena lembur tersebut.

3. Biaya-biaya yang Berhubungan dengan Tenaga Kerja (*Labor Related Costs*³¹)

a. *Set Up Time*

Seringkali terjadi pada sebuah pabrik yang memerlukan waktu dan sejumlah biaya untuk memulai produksi. Biaya-biaya yang dikeluarkan untuk memulai produksi disebut biaya pemula produksi (*set uptime*). Ada tiga cara perlakuan terhadap biaya pemula produksi, yaitu :

- 1) Dimasukkan ke dalam kelompok biaya tenaga kerja
- 2) Dimasukkan sebagai unsur biaya *overhead* pabrik
- 3) Dibebankan kepada pesanan yang bersangkutan

b. Waktu menganggur (*Idle Time*)

Dalam mengolah produk, seringkali terjadi hambatan-hambatan, kerusakan mesin atau kekurangan pekerjaan. Hal ini menimbulkan waktu menganggur bagi karyawan. Biaya-biaya yang dikeluarkan selama waktu menganggur ini diperlukan sebagai unsur biaya *overhead* pabrik.

³¹ Mulyadi, *Akuntansi Biaya Edisi kelima,*, hal. 322

E. Biaya Overhead Pabrik

1. Pengertian Biaya Overhead Pabrik

Pengertian biaya *overhead* adalah: Semua biaya produksi selain biaya bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung. Dengan kata lain biaya overhead pabrik meliputi biaya bahan tidak langsung, tenaga kerja tidak langsung, dan biaya pabrik tidak langsung lainnya seperti depresiasi gedung pabrik, depresiasi mesin³².

Biaya *overhead* pabrik adalah: Seluruh biaya yang tidak termasuk dalam bahan langsung dan tenaga kerja langsung. Biaya overhead pabrik termasuk bahan tidak langsung, tenaga kerja tidak langsung, pemeliharaan dan perbaikan peralatan produksi, listrik dan penerangan, pajak properti, depresiasi, dan asuransi fasilitas-fasilitas produksi³³

Biaya *Overhead* Pabrik³⁴ Biaya *Overhead* Pabrik pada umumnya didefinisikan sebagai bahan baku tidak langsung, dan semua biaya pabrik lainnya yang tidak dapat dengan mudah diidentifikasi dengan atau dibebankan langsung ke pesanan produk atau objek biaya lain tertentu.

Menurut Firdaus dan Wasilah Biaya *overhead* pabrik (*factory overhead cost*) adalah semua biaya untuk memproduksi suatu produk selain dari bahan langsung dan tenaga kerja langsung”.

³² Hariadi, *Akuntansi Manajemen*, Suatu Pengantar, (Yogyakarta: BPFE, 2005), hal. 18-

³³ Garison, *Akuntansi Manajerial*, (Jakarta: Salemba Empat, 2006), hal. 51

³⁴ Carter, *Akuntansi Biaya Buku Satu*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), hal. 438

2. Penggolongan Biaya *Overhead* Pabrik

Dalam menentukan biaya overhead pabrik dapat digolongkan dengan tiga cara yaitu³⁵ :

1) Berdasarkan Sifatnya

Biaya-biaya produksi yang termasuk dalam biaya *overhead* pabrik dikelompokkan menjadi beberapa golongan berikut ini :

- a) Biaya bahan penolong adalah bahan yang tidak menjadi bagian produk jadi atau bahan yang meskipun menjadi bagian produk jadi tetapi nilainya relatif kecil bila dibandingkan dengan harga pokok produksi tersebut.
- b) Biaya reparasi dan pemeliharaan berupa biaya suku cadang (*spareparts*), biaya bahan habis pakai (*factory supplies*) dan harga perolehan jasa dari pihak luar perusahaan untuk keperluan perbaikan dan pemeliharaan bangunan pabrik, mesin-mesin dan peralatan kendaraan dan aktiva tetap lain yang digunakan untuk keperluan pabrik.
- c) Biaya tenaga kerja tidak langsung adalah tenaga kerja pabrik yang upahnya tidak dapat diperhitungkan secara langsung kepada produk atau pesanan tertentu. Biaya tenaga kerja tidak langsung terdiri dari upah, tunjangan dan biaya kesejahteraan yang dikeluarkan untuk tenaga kerja tidak langsung tersebut.

³⁵ Mulyadi, *Akuntansi Biaya Edisi kelima*, ..., hal. 193

- d) Biaya yang timbul akibat penilaian terhadap aktiva tetap adalah biaya-biaya depresiasi emplasemen pabrik, bangunan pabrik, mesin dan ekuipmen, alat kerja, dan aktiva lain yang digunakan di pabrik.
 - e) Biaya yang timbul sebagai akibat berlalunya waktu adalah biaya-biaya asuransi gedung dan emplasemen, asuransi mesin dan ekuipmen, asuransi kendaraan, asuransi kecelakaan karyawan, dan biaya amortisasi kerugian *trial-run*.
 - f) Biaya overhead pabrik lain yang secara langsung memerlukan pengeluaran uang tunai adalah biaya reparasi yang diserahkan kepada pihak luar perusahaan, biaya listrik PLN dan sebagainya.
- 2) Berdasarkan Perilaku dalam Hubungan dengan Perubahan Volume Produksi³⁶
- Ditinjau dari perilaku unsur-unsur biaya *overhead* pabrik dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan, biaya *overhead* pabrik dapat dibagi menjadi tiga golongan :
- a) Biaya *overhead* pabrik tetap adalah biaya *overhead* pabrik yang tidak berubah dalam kisar perubahan volume kegiatan tertentu.
 - b) Biaya *overhead* pabrik variabel adalah biaya *overhead* pabrik yang berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan.
 - c) Biaya *overhead* pabrik semivariabel adalah biaya *overhead* pabrik yang berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan dan dipecah menjadi dua unsur yaitu biaya tetap dan biaya variabel.

³⁶ Mulyadi, *Akuntansi Biaya Edisi kelima*, (Yogyakarta: UPP-STIM YKPN, 2015) hal.

3) Berdasarkan Hubungannya dengan Departemen

Ditinjau dari hubungannya dengan departemen-departemen yang ada dalam pabrik, biaya *overhead* pabrik dapat digolongkan menjadi dua kelompok :

- a. Biaya *overhead* pabrik langsung departemen (*direct departmental overhead expense*) adalah biaya *overhead* pabrik yang terjadi dalam departemen tertentu dan manfaatnya hanya dinikmati oleh departemen tersebut.
- b. Biaya *overhead* pabrik tidak langsung departemen (*indirect departmental overhead expense*) adalah biaya *overhead* pabrik yang manfaatnya dinikmati oleh lebih dari satu departemen.

F. Penjualan

1. Pengertian Penjualan

Penjualan merupakan Sebuah aktivitas yang mengakibatkan arus barang keluar perusahaan sehingga perusahaan memperoleh penerimaan uang dari pelanggan. Penjualan untuk perusahaan jasa, adalah jasa yang dijual perusahaan tersebut. Untuk perusahaan dagang, adalah barang yang diperjual belikan perusahaan tersebut. Sedangkan untuk perusahaan manufaktur, penjualan adalah barang yang diproduksi dan dijual perusahaan tersebut³⁷.

Penjualan adalah “Pendapatan yang berasal dari penjualan produk perusahaan, disajikan setelah dikurangi potongan penjualan dan retur

³⁷ Rudianto, *Pengantar Akuntansi*, (jakarta: Erlangga, 2009), hal. 104

penjualan.³⁸ Penjualan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh penjual dalam menjual barang atau jasa dengan harapan akan memperoleh laba dari adanya transaksi-transaksi tersebut.³⁹ Penjualan adalah suatu proses pertukaran barang atau jasa antara penjual dan pembeli.⁴⁰

Jadi dapat dijelaskan bahwa penjualan adalah usaha yang dilakukan manusia untuk menyampaikan barang kebutuhan yang telah dihasilkan kepada mereka yang membutuhkan yang telah ditentukan atas tujuan bersama.

2. Klasifikasi Penjualan

Secara umum terdapat dua jenis penjualan yaitu penjualan tunai dan penjualan kredit. Tetapi sebenarnya, penjualan memiliki empat jenis penjualan yaitu penjualan tunai, penjualan kredit, penjualan cicilan, dan penjualan konsinyasi. Biasanya masyarakat umum mendefinisikan arti penjualan kredit dan cicilan sama tetapi sebenarnya hal tersebut berbeda. Klasifikasi penjualan adalah sebagai berikut :⁴¹

- 1) Penjualan secara tunai. Penjualan tunai dilaksanakan oleh perusahaan dengan cara mewajibkan pembeli melakukan pembayaran harga barang lebih dulu sebelum barang diserahkan oleh perusahaan kepada pembeli.
- 2) Penjualan secara kredit. Penjualan kredit dilaksanakan oleh perusahaan dengan cara mengirimkan barang sesuai order yang diterima dari pembeli

³⁸ Sulistiyowati, *Panduan Praktis Memahami Analisis Laporan Keuangan*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2010), hal. 270

³⁹ Mulyadi, *Akuntansi Biaya Edisi kelima*, ..., hal. 202

⁴⁰ Swastha dan Handoko, *Manajemen Pemasaran-Analisis Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta : BPF, 2011) hal. 9

⁴¹ Mulyadi, *Akuntansi Biaya Edisi kelima*, ..., hal. 455

dan untuk jangka waktu tertentu, perusahaan mempunyai tagihan kepada pembeli tersebut.

- 3) Penjualan cicilan. Penjualan angsuran adalah penyerahan produk milik penjual kepada pembeli dengan menerima uang muka (*down payment*), dan sisanya dalam bentuk pembayaran cicilan selama beberapa tahun.
- 4) Penjualan konsinyasi. Penjualan konsinyasi adalah situasi yang pihak pemegang barang persediaan bertindak sebagai agen bagi pemilik sebenarnya.

3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penjualan

Dalam rangka melaksanakan kegiatan penjualan, perusahaan perlu memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi penjualan produk, yang akan dapat meningkatkan penjualan serta menghasilkan laba yang diharapkan oleh setiap perusahaan.

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi penjualan adalah sebagai berikut :⁴²

1) Kondisi dan Kemampuan Penjual

Disini penjual harus dapat meyakinkan kepada pembelinya agar dapat berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan. Untuk maksud tersebut penjual harus memahami beberapa masalah penting yang sangat berkaitan, yaitu ⁴³:

- a) Jenis dan karakteristik barang yang ditawarkan
- b) Harga produk

⁴² Swastha dan Handoko, *Manajemen Pemasaran-Analisis Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta : BPFE, 2011) hal. 406

⁴³ Ibid hal. 407

c) Syarat penjualan, seperti: pembayaran, pengiriman, garansi, dan sebagainya

Masalah-masalah tersebut biasanya menjadi pusat perhatian pembeli sebelum melakukan pembeliannya. Selain itu, manajer perlu memperhatikan jumlah serta sifat-sifat tenaga penjualan yang baik hal ini diperlukan untuk menghindari timbulnya rasa kecewa para pembeli dalam pembeliannya. Adapun sifat-sifat yang harus dimiliki oleh seorang penjual yang baik antara lain: sopan, pandai bergaul, pandai bicara, mempunyai kepribadian yang menarik, sehat jasmani, jujur, mengetahui cara-cara penjualan, dan sebagainya.

2) Kondisi Pasar

Pasar sebagai kelompok pembeli atau pihak yang menjadi sasaran dalam penjualan, dapat pula mempengaruhi kegiatan penjualan.

Adapun faktor-faktor kondisi pasar yang perlu diperhatikan, yaitu:

- a) Jenis pasarnya
- b) Kelompok pembeli atau segmen pasarnya
- c) Daya belinya
- d) Frekuensi pembeliannya
- e) Keinginan dan kebutuhannya

3) Modal

Akan lebih sulit bagi perusahaan untuk menjual barangnya apabila barang yang dijual tersebut belum dikenal oleh calon pembeli. Dalam keadaan seperti ini, perusahaan harus memperkenalkan dulu barangnya,

salah satu caranya yaitu dengan *advertising*. Untuk melaksanakan maksud tersebut perusahaan membutuhkan modal, karena hal tersebut hanya dapat dilakukan apabila perusahaan mempunyai modal yang cukup.⁴⁴

4) Kondisi Organisasi Perusahaan

Pada perusahaan besar, biasanya masalah penjualan ini ditangani oleh bagian tersendiri (bagian penjualan) yang dipegang orang-orang tertentu / ahli dibidang penjualan. Lain halnya dengan perusahaan kecil, dimana masalah penjualan ditangani oleh orang yang juga melakukan fungsi-fungsi lain. Hal ini disebabkan karena jumlah tenaga kerjanya lebih sedikit, sistem organisasinya lebih sederhana, masalah-masalah yang dihadapi, serta sasaran yang dimilikinya juga tidak sekompleks perusahaan besar. Biasanya, masalah penjualan ini ditangani sendiri oleh pimpinan dan tidak diberikan kepada orang lain.

5) Faktor lain

Faktor-faktor lain, seperti periklanan, peragaan, kampanye, pemberian hadiah, sering mempengaruhi penjualan. Namun untuk melaksanakannya diperlukan sejumlah dana yang tidak sedikit. Bagi perusahaan yang bermodal kuat kegiatan ini secara rutin dapat dilakukan. Sedangkan bagi perusahaan kecil yang mempunyai modal relatif kecil kegiatan ini lebih jarang dilakukan.

⁴⁴ Swastha dan Handoko, *Manajemen Pemasaran-Analisis Perilaku Konsume*, ..., hlm.

B. Kajian Penelitian Terdahulu

Berikut merupakan penelitian-penelitian terdahulu yang mengkaji tentang pengaruh Biaya Bahan Baku, Biaya Tenaga Kerja Langsung, dan Biaya Overhead Pabrik Terhadap Penjualan Produk, serta beberapa penelitian lain yang masih memiliki kaitan dengan variabel dalam penelitian ini.

Putu, Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) pengaruh biaya produksi, biaya promosi, volume penjualan secara simultan terhadap laba, (2) pengaruh biaya produksi secara parsial terhadap laba, (3) pengaruh biaya promosi secara parsial terhadap laba, (4) volume penjualan terhadap laba, dan (5) variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap laba pada perusahaan Kopi Bubuk Banyuatis. Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kausal. Analisis data menggunakan analisis regresi berganda dan pengumpulan data yang digunakan adalah dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Ada pengaruh secara simultan dari biaya produksi, biaya promosi, dan volume penjualan terhadap laba pada perusahaan Kopi Bubuk Banyuatis Singaraja tahun 2010-2013. (2) Ada pengaruh secara parsial antara biaya produksi terhadap laba perusahaan, antara biaya promosi terhadap laba perusahaan dan antara volume penjualan terhadap laba pada perusahaan Kopi Bubuk Banyuatis Singaraja tahun 2010-2013.⁴⁵ Persamaan dengan penelitian ini adalah menggunakan biaya produksi dan volume penjualan sebagai variabel bebasnya serta metode penelitian yang sama. Perbedaannya pada variabel bebasnya yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik dan variabel terikatnya penjualan.

⁴⁵ Putu, *Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, dan Volume Penjualan Terhadap Laba Pada Perusahaan Kopi Bubuk Banyuatis*, Jurnal Bisma, 2014

Rahmawati,⁴⁶ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui biaya produksi dan penjualan air bersih dan pengaruhnya terhadap laba pada Perusahaan Daerah Air Bersih Tirta Utama Provinsi Jawa Tengah. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah riset lapangan, wawancara dan kepustakaan. Sedangkan analisis data yang digunakan adalah uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda dan untuk menguji hipotesis digunakan uji t dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) biaya produksi berpengaruh secara parsial terhadap laba, (2) penjualan air bersih berpengaruh secara parsial terhadap laba, (3) biaya produksi dan penjualan air bersih berpengaruh secara simultan terhadap laba. Persamaan dengan penelitian ini adalah pada variabel independennya yaitu biaya produksi dan penjualan serta dengan metode penelitian yang sama sedangkan perbedaannya pada variabel dependen dimana pada penelitian ini meneliti laba perusahaan sedangkan penelitian yang akan dilaksanakan meneliti penjualan.

Sayyida,⁴⁷ penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh biaya produksi terhadap laba perusahaan. Analisa data menggunakan analisis regresi linier berganda, sedangkan untuk uji hipotesis menggunakan uji t dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) biaya bahan baku secara parsial berpengaruh signifikan terhadap laba, (2) biaya tenaga kerja langsung secara parsial berpengaruh signifikan terhadap laba, (3) biaya *overhead* pabrik secara parsial berpengaruh terhadap laba, (4) secara bersama-sama biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap laba. Persamaan dengan penelitian ini adalah pada variabel independennya yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya overhead pabrik sedangkan perbedaannya pada variabel dependen dimana pada penelitian ini meneliti laba perusahaan sedangkan penelitian yang akan dilaksanakan meneliti penjualan.

⁴⁶ Rahmawati, *Analisis Pengaruh Biaya Produksi dan Penjualan Air Bersih terhadap Laba Pada Perusahaan Daerah Air Bersih Tirta Utama Provinsi Jawa Tengah*. Jurnal Monex, 2014

⁴⁷ Sayyida, *Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Laba Perusahaan*. Performance, 2014

Martana,⁴⁸ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh (1) jenis produk, biaya promosi, biaya produk terhadap volume penjualan, (2) jenis produk terhadap volume penjualan, (3) biaya promosi terhadap volume penjualan (4) biaya produksi terhadap volume penjualan. Rancangan penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kausal. Teknik pengumpulan data adalah dokumentasi sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) ada pengaruh secara simultan dari jenis produk, biaya promosi, biaya produksi terhadap volume penjualan, (2) ada pengaruh secara parsial dari jenis produk terhadap volume penjualan, (3) ada pengaruh secara parsial dari biaya promosi terhadap volume penjualan, (4) ada pengaruh secara parsial dari biaya produksi terhadap volume penjualan. Persamaan dengan penelitian ini adalah pada variabel independennya yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya overhead pabrik sedangkan perbedaannya pada variabel dependen dimana pada penelitian ini meneliti volume perusahaan sedangkan penelitian yang akan dilaksanakan meneliti hasil penjualan.

Dinar,⁴⁹ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) besar pengaruh simultan biaya produksi dan biaya promosi terhadap penjualan, dan (2) besar pengaruh parsial biaya produksi dan biaya promosi terhadap penjualan pada UD Tirta di Jembrana. Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah desain penelitian kuantitatif kasual. Objek penelitian adalah UD Tirta yang berlokasi di Jembrana. Populasi penelitian ini berjumlah 36 bulan data biaya produksi, biaya promosi dan penjualan dari tahun 2012 sampai dengan 2014. Data dikumpulkan dengan teknik pencatatan dokumentasi kemudian dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan (1) ada pengaruh positif dan signifikan secara simultan biaya produksi dan biaya

⁴⁸ Martana, *Pengaruh Jenis Produk, Biaya Promosi dan Biaya produksi terhadap Volume Penjualan*. Jurnal Bisma, 2015

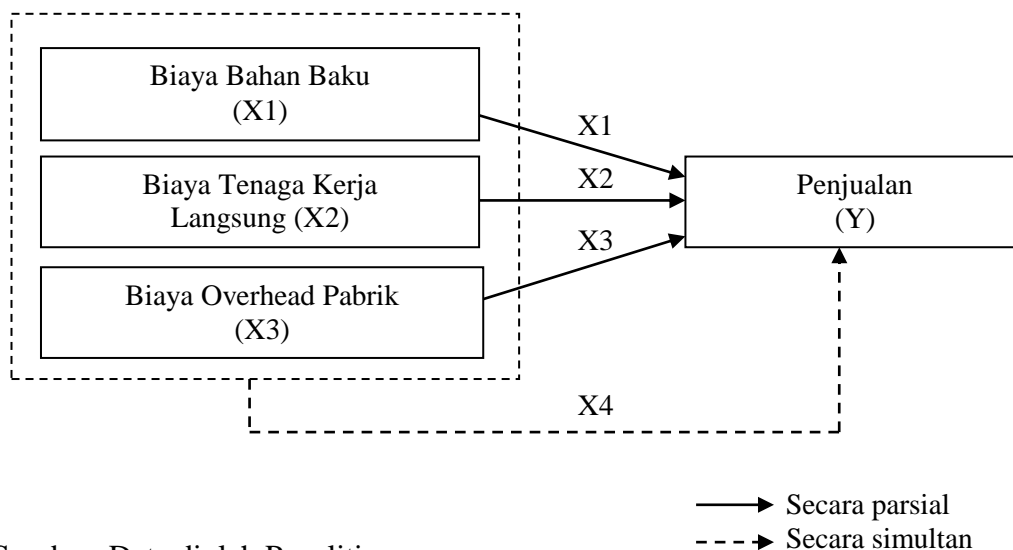
⁴⁹ Dinar, *Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi terhadap Penjualan UD Tirta di Jembrana*. Jurnal Bisma, 2016

promosi terhadap penjualan pada UD Tirta di Jembrana (2) ada pengaruh negatif dan signifikan secara parsial biaya produksi terhadap penjualan, (3) ada pengaruh positif dan signifikan secara parsial biaya promosi terhadap penjualan. Persamaan dengan penelitian ini adalah pada variabel independennya yaitu biaya bahan baku, sedangkan perbedaannya pada variabel independen yaitu biaya promosi.

Putra,⁵⁰ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) besar pengaruh simultan biaya produksi, biaya promosi, dan biaya distribusi terhadap penjualan, (2) besar pengaruh parsial biaya produksi, biaya promosi, dan biaya distribusi terhadap penjualan pada Perusahaan Jajan Kacang Sari Desa Tamblang. Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif kausal. Populasi penelitian ini berjumlah 36 bulan data daritahun 2012-2014. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan (1) biaya produksi, biaya promosi dan biaya distribusi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan pada Perusahaan Jajan Kacang Sai Desa Tamblang tahun 2012-2014, (2) biaya produksi secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap penjualan pada Perusahaan Jajan Kacang Sai Desa Tamblang tahun 2012-2014, (3) biaya promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan pada Perusahaan Jajan Kacang Sai Desa Tamblang tahun 2012-2014, (4) biaya distribusi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan pada Perusahaan Jajan Kacang Sai Desa Tamblang tahun 2012-2014. Perbedaan dengan penelitian ini adalah pada variabel independennya yaitu biaya produksi, biaya promosi dan biaya distribusi, sedangkan persamaanya pada variabel dependen yaitu penjualan.

⁵⁰ Putra, *Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi dan Biaya Distribusi terhadap Penjualan. Jurnal Bisma*, 2016

C. Kerangka Konseptual



Sumber: Data diolah Peneliti

Keterangan :

Dari kerangka konseptual diatas, maka dapat dijelaskan variabel penelitiannya: biaya bahan baku (X1), biaya tenaga kerja langsung (X2), biaya overhead pabrik (X3), dan penjualan (Y). Berdasarkan kerangka konseptual tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ketiga variabel tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap penjualan secara parsial maupun simultan.

D. Hipotesis Penelitian

Setelah mengadakan penelaahan terhadap berbagai sumber untuk menentukan anggapan dasar, maka langkah berikutnya adalah merumuskan hipotesis. "Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang akan diuji kebenarannya melalui penelitian".

Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

- H1 : Biaya bahan baku secara parsial berpengaruh signifikan terhadap penjualan pada UKM Nugraha Food
- H2 : Biaya tenaga kerja langsung secara parsial berpengaruh signifikan terhadap penjualan pada UKM Nugraha Food
- H3 : Biaya overhead pabrik secara parsial berpengaruh signifikan terhadap penjualan pada UKM Nugraha Food
- H4 : Biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik secara simultan berpengaruh signifikan terhadap penjualan pada UKM Nugraha Food