

**ANALISIS VARIABLE COSTING SEBAGAI PENENTUAN  
HARGA JUAL DI BURU FASHION SEPATU PURI  
MOJOKERTO**

**SKRIPSI**



**OLEH:**

**MUHAMMAD MIFTAHUN NIAM**

**NIM: 3118040**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI  
FAKULTAS BISNIS DAN BAHASA  
UNIVERSITAS PESANTREN TINGGI DARUL 'ULUM  
JOMBANG**

**2022**

**ANALISIS VARIABLE COSTING SEBAGAI PENENTUAN**

**HARGA JUAL DI BURU FASHION SEPATU PURI**

**MOJOKERTO**

**SKRIPSI**

Diajukan guna untuk melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis (S1) dan mencapai gelar Sarjana Administrasi Bisnis



**OLEH:**

**MUHAMMAD MIFTAHUN NIAM**

**NIM: 3118040**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI**

**FAKULTAS BISNIS DAN BAHASA**

**UNIVERSITAS PESANTREN TINGGI DARUL 'ULUM**

**JOMBANG**

**2022**

**LEMBAR PERSETUJUAN**  
**ANALISIS VARIABLE COSTING SEBAGAI PENENTUAN**  
**HARGA JUAL DI BURU FASHION SEPATU**  
**PURI MOJOKERTO**

Oleh:

Muhammad Miftahun Niam

NIM : 3118040

Telah disetujui oleh dosen pembimbing.

Dosen Pembimbing I



Dina Eka Shofiana, S.E., M.A

Tanggal:

Dosen Pembimbing II



Ririn Susilawati, S.H.I, M.E.I

Tanggal:

Mengetahui,  
Ketua Program Studi S1 Administrasi Bisnis



Abid Datul Mukhoyaroh, S.Sos., M.Si

NIPY. 11010614273

**ANALISIS VARIABLE COSTING SEBAGAI PENENTUAN  
HARGA JUAL DI BURU FASHION SEPATU PURI  
MOJOKERTO**

Oleh :

Muhammad Miftahun Niam

3118040

Telah diuji dan dipertahankan dalam sidang skripsi pada tanggal 25 bulan Juni  
2022 dan dinyatakan LULUS

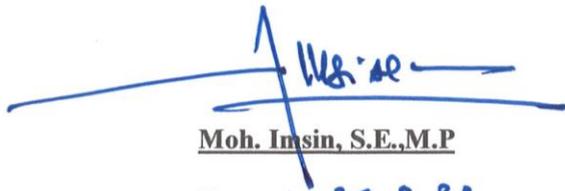
Majelis Penguji :

Ketua Penguji



**Dina Eka Shofiana, S.E., M.A**

Penguji I



**Moh. Imsin, S.E.,M.P**

Tanggal: **24-8-22**

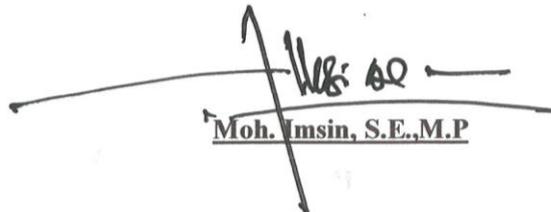
Penguji II



**Suspaharianti, S.Sos. M.M**

Tanggal:

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Bisnis dan Bahasa



**Moh. Imsin, S.E.,M.P**

## PERNYATAAN

Nama : Muhammad Miftahun Niam

NIM : 3118040

Prodi : Administrasi bisnis

Fakultas : Bahasa dan Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul Analisis Variable Costing Sebagai Penentuan Harga Jual Di Buru Fashion Sepatu Puri Mojokerto adalah benar karya saya sendiri. Hal yang bukan karya saya diberi tanda citasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Jombang,.....

Yang Membuat Pernyataan



Muhammad Miftahun Niam

## HALAMAN MOTTO

“Pemasaran bukan lagi tentang barang yang kamu buat, tetapi tentang cerita yang  
<sup>1</sup>kamu ceritakan.” (Seth Godin)

---

<sup>1</sup> This marketing Seth Godin, 1986

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji syukur kehadiran Allah SWT, dzat yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang dengan segala kasih sayangNya terhadap makhluk yang tidak terlepas dari sifat lemah. Alhamdulillah atas berkat, rahmat, hidayah dan RidhoNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu. Sholawat serta salam yang senantiasa dilimpahkan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW.

Karya tugas akhir ini ku persembahkan untuk :

1. Kedua orang tua Ku tercinta, terimakasih atas cinta dan kasih sayangnya serta dukungan doa yang tidak pernah putus asa kepada anak-anaknya.
2. Semua Dosenku tercinta, terimakasih atas segala ilmu yang diberikan dan dukungan doa kepada Kami Sehingga bisa bermanfaat dikemudian hari.

Semua teman-temanku yang tidak bisa disebutkan satu-persatu terimakasih atas dukungan doa dan semangat yang telah diberikan.

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat, hidayah dan RidhoNya, Sholawat serta salam yang senantiasa dilimpahkan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu. Penyusunan skripsi ini sebagai wujud tanggung jawab penulis untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan Strata S1 Administrasi Bisnis.

Dengan kerendahan hati penyusunan laporan ini mungkin tidak dapat terselesaikan tanpa adanya bantuan dari pihak Bapak Ibu dosen serta sahabat-sahabat yang senantiasa memberikan bimbingan, motivasi, dan saran. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Prof. DR. H. Ahmad Zahro, MA., selaku rektor Universitas Pesantren Tinggi Darul Ulum Jombang.
2. Ibu Abid Datul Mukhoyaroh, S.sos, M.Si selaku Ketua Program Studi Administrasi bisnis Universitas Pesantren Tinggi Darul 'Ulum Jombang, yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melaksanakan penelitian sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Mohammad Imsin Al Mustofa, SE., MP., selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Bahasa Universitas Pesantren Tingi Darul Ulum Jombang . Dan selaku Dosen Pembimbing satu yang telah memberikan bimbingan, arahan, motivasi, serta saran dalam penyusunan skripsi ini.
4. Dina Eka Shofiana, S.E., M. selaku Dosen Pembimbing ke satu yang telah memberikan bimbingan, arahan, motivasi, serta saran dalam penulisan skripsi ini.

5. Ririn Susilawati, S.H., M.E.I selaku Dosen Pembimbing ke satu yang telah memberikan bimbingan, arahan, motivasi, serta saran dalam penulisan skripsi ini.
6. Bapak/Ibu dosen yang telah membina dan membidik selama perkuliahan.
7. Mas Qurnain selaku Pemilik Buru Fashion yang sudah banyak membantu dalam penelitian ini.
8. Keluarga, Khususnya kedua orang tua yang telah memberikan semangat, motivasi dan membantu dalam doa, moral, dan material.
9. Putra Bagus Sholeh sahabat yang telah memberikan suport, semangat, dan saran dalam skripsi ini.
10. Firdausi yang tanpa lelah menyemangati dalam proses penyelesaian skripsi ini dan menjadikan penulis lebih semangat dalam menempuh pendidikan S1

Penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas budi baik mereka yang membantu untuk dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi tidak lepas dari kata sempurna. Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi peneliti khususnya dan pembaca pada umumnya.

Jombang,.....

**Muhammad Miftahun Ni'am**

**NIM: 3118040**

## ABSTRAK

Dalam menghadapi perekonomian negara sekarang menuntut persaingan antar perusahaan semakin ketat, diperlukan harga pokok produk yang baik. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana perusahaan melakukan perhitungan analisis biaya, volume, laba sebagai alat penentuan harga pokok produk yang dalam setiap produksi.

Dalam penelitian ini yang digunakan adalah penelitian deskriptif pada buru fashion. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan observasi, sedangkan analisis datanya menggunakan analisis deskriptif kualitatif dengan jalan memisahkan biaya biaya yang berkaitan dengan permasalahan tersebut, kemudian mengolah data dalam formula menurut metode *absorption costing* untuk memperoleh informasi proses dari penentuan harga pokok produk dalam perusahaan.

Hasil penelitian dari Buru Fashion adalah diketahui perusahaan menggunakan metode *absorption costing* untuk menentukan harga pokok produknya, dimana laporan keuangan yang dihasilkan oleh metode ini ditunjukkan pada pihak eksternal. Sehingga perusahaan mengalami kesulitan saat membuat laporan keuangan untuk internal, sebab metode ini mengklasifikasikan biaya berdasarkan fungsinya, sehingga sering terjadi ketidak sesuaian antara pendapatan aktual dengan biaya aktual. Untuk memecahkan masalah tersebut, menejer bisa menggunakan metode *variable costing* sebagai dasar penentuan harga pokok produk.

**Kata kunci :** penentuan harga, harga pokok produk menggunakan metode *absorption costing*

## ABSTRACT

In facing the current state economy, which demands increasingly fierce competition between companies, it is necessary to have a good product cost price. The purpose of this research is to find out how the company calculates the analysis of costs, volumes, profits as a means of determining the cost of goods in each production.

In this research, descriptive research is used on fashion hunting. The data collection methods used are interviews and observations, while the data analysis uses descriptive qualitative analysis by separating the costs associated with these problems, then processing the data in a formula according to the absorption costing method to obtain process information from determining the cost of products within the company.

The result of research from Buru Fashion is that the company uses the absorption costing method to determine the cost of its products, where the financial statements produced by this method are shown to external parties. So that companies have difficulty when making financial reports for internal, because this method classifies costs based on their function, so that there is often a mismatch between actual income and actual costs. To solve this problem, managers can use the variable costing method as the basis for determining the cost of the product.

**Keywords: price determination, product cost using absorption costing method**

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1. LATAR BELAKANG**

Persaingan dunia wirausaha di jaman ini semakin ketat, hal ini dikarenakan para pelaku bisnis untuk lebih bisa kreatif dan berinovasi pada produk yang dihasilkannya, Sehingga nantinya mampu bersaing dengan wirausaha lain yang ada disekitarnya. Kondisi persaingan dalam dunia bisnis mengharuskan setiap pelaku usaha untuk meningkatkan kegiatan usahanya dalam setiap bidang yang diproduksinya. Selain itu, perkembangan persaingan dalam hal usaha fashion pada saat ini banyak digemari oleh semua kalangan terutama para remaja pada era *milennial* ini. Hal inilah yang membuat produk fashion terutama produk sepatu berkembang sangat pesat di era *milennial* sekarang sebagai penunjang *outfit* remaja sekarang salah satunya produk sepatu.

Di Kabupaten Mojokerto tepatnya di Kecamatan Puri merupakan wilayah dengan penghasil produk sepatu cukup banyak dan digemari di Kabupaten Mojokerto, sehingga menimbulkan persaingan pasar yang ketat. Selain itu, pelaku usaha harus mampu menghasilkan produk yang baik dan berkualitas dengan harga yang bisa bersaing dengan produk yang lain. Untuk itu, pelaku usaha harus menentukan produk yang tepat dengan biaya produksi yang dibebankan pada produk tidak terlalu tinggi agar pelaku usaha mampu menentukan harga jual yang bersaing. Untuk memberikan keputusan terkait penetapan harga produk merupakan hal yang sangat penting bagi pelaku usaha.

Penentuan harga harus ditetapkan secara cermat, akurat dan tepat. Hasyim (2018) dengan perhitungan harga pokok yang benar maka harga jual dapat ditentukan dengan tepat sehingga pelaku usaha tidak mengalami kerugian.

Penentuan harga ini merupakan salah satu keputusan yang penting bagi manajemen. Harga yang ditentukan harus dapat menutup semua biaya produksi atau bahkan harus lebih dari itu untuk menambah laba. Laba yang diperoleh pelaku usaha ditentukan oleh beberapa *factor*, antara lain biaya, pendapatan dan volume penjualan (Musdalifah dkk, 2014). Apabila dalam penentuan harga terjadi suatu kesalahan maka berakibat pada volume penjualan. Jika harga tinggi tentunya kurang menguntungkan karena pembeli akan berkurang. Dan sebaliknya jika terlalu rendah akan mengakibatkan laba yang diperoleh perusahaan rendah dan semua biaya semakin tidak dapat ditutup dan akhirnya perusahaan bisa mendapatkan kerugian.

**Tabel 1 : 1.1**

**Penggunaan Variable Coast Sebelum Dan Sesudah Di Buru Fashion Tahun 2018-2021**

TAHUN	SEBELUM	SESUDAH
2018	Rp. 30.000	Rp. 35.000
2019	Rp. 35.000	Rp. 40.000
2020	Rp. 40.000	Rp. 45.000
2021	Rp. 45.000	Rp. 50.000

*Sumber data : Buru Fashion*

Tabel 1.1 menunjukkan adanya penentuan harga yang dilakukan Buru Fashion sebelum dan sesudah penerapan variable coast pada tahun 2020-2021. Setiap tahun pemilik CV Buru Fasion menaikkan harga produk sekitar 5% sehingga dapat dipastikan laba yang dihasilkan meningkat dengan adanya penggunaan Variable Coast dalam menentukan sebuah harga.

<sup>15</sup> Penentuan harga pokok produksi dapat dilakukan dengan dua pendekatan yaitu metode full costing dan *variable costing* (Mulyadi,1999). Variabel costing merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku variabel kedalam harga pokok produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya *overhead* pabrik variabel (Sinatria, 2015). Metode *variabel costing* adalah metode untuk menentukan harga pokok produk dengan hanya memperhitungkan biaya produksi variabel saja, biaya-biaya yang diperhitungkan sebagai harga pokok produksi dalam metode *variabel costing* adalah biaya produksi variabel yang terdiri dari biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik variabel (Mangintiu dkk, 2020).

Kos produksi menurut metode *variable costing* terdiri dari :

Biaya bahan baku	xxx
Biaya tenaga kerja langsung	xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik variabel	<u>xxx+</u>
Total biaya produksi	<b>xxx</b>

Pabrik sepatu yang berada di Desa Kintelan Kecamatan Puri Kabupaten Mojokerto merupakan salah satu pabrik yang memproduksi sepatu dengan berbagai merk seperti Nike, Adidas dan lain lain. Pabrik ini memiliki tenaga kerja sebanyak 35 orang yang bekerja sesuai dengan bidangnya masing-masing. Ada yang bagian menjahit, mengelem sepatu bahkan juga bagian pengemasan. Pabrik ini juga memproduksi sepatu dengan berbagai model dan ukuran. Banyaknya tenaga kerja membuat biaya produksi dan bahan baku yang digunakan tentunya diperlukan metode untuk menghitung biaya yang dikeluarkan pabrik agar dapat menentukan dengan harga yang berlaku dipasar. Dari sinilah peneliti tertarik untuk mengambil penelitian dengan judul **“ANALISIS VARIABLE COSTING SEBAGAI PENENTUAN HARGA JUAL DI BURU FASHION SEPATU PURI MOJOKERTO”**.

## 1.2 <sup>1</sup> RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka rumusan masalah yang diangkat yaitu, Bagaimanakah penggunaan Variable Coasting Sebagai Penentuan Harga Jual Di Buru Fashion Sepatu Puri Mojokerto ?

## 1.3 TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah diatas tujuan penulis adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan Variable Coasting Sebagai Penentuan Harga Jual Di Buru Fashion Sepatu Puri Mojokerto.

## 1.4 MANFAAT PENELITIAN

### A. Akademis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat sumbangsih pemikiran dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang Ilmu Administrasi Bisnis, khususnya yang berfokus pada manajemen pemasaran supaya menjadi bahan kajian dan sumber referensi bagi penelitian selanjutnya.

### B. Secara Praktis

#### 1. Bagi Buru Fashion

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengetahuan untuk Buru Fashion mengenai Variable Coasting Sebagai Penentuan Harga Jual.

#### 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini juga diharapkan bisa menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan bagaimana membangun Variable Coasting Sebagai Penentuan Harga Jual.

## **1.5 SISTEMATIKA PENULISAN**

Perumusan sistematika penulisan dalam skripsi ini untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai materi pembahasan dalam penelitian, sehingga dapat memudahkan pembaca untuk mengetahui maksud dilakukannya penelitian skripsi sebagai berikut:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini berisi tentang pendahuluan yang menguraikan latar belakang ditulisnya penelitian skripsi ini, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Tinjauan pustaka adalah ringkasan komprehensif dari penelitian sebelumnya tentang suatu topik. Literatur dapat bersumber dari artikel ilmiah, buku, dan sumber-sumber lain yang relevan dengan bidang penelitian tertentu. Tinjauan tersebut harus menyebutkan, menjelaskan, merangkum, mengevaluasi secara objektif, dan memperjelas penelitian sebelumnya.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Pada dasarnya bagian ini menjelaskan bagaimana penelitian itu dilakukan. Materi pokok bagian ini adalah: Desain Penelitian, Ruang Lingkup Penelitian, Penetapan Dan Waktu Penelitian, Fokus Penelitian, Pemilihan Informan, Teknik Pengumpulan Data dan Teknik Analisis Data.

### **BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bagian ini merupakan bagian utama artikel hasil penelitian dan biasanya merupakan bagian terpanjang dari suatu artikel. Hasil penelitian yang disajikan

dalam bagian ini adalah hasil “bersih”. Proses analisis data seperti perhitungan statistik dan proses pengujian hipotesis tidak perlu disajikan. Hanya hasil analisis dan hasil pengujian hipotesis saja yang perlu dilaporkan. Tabel dan grafik dapat digunakan untuk memperjelas penyajian hasil penelitian secara verbal. Tabel dan grafik harus diberi komentar atau dibahas. Untuk penelitian kualitatif, bagian hasil memuat bagian-bagian rinci dalam bentuk sub topik-sub topik yang berkaitan langsung dengan fokus penelitian dan kategori-kategori.

6

## **BAB V : PENUTUP**

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan. Bagian kesimpulan menyajikan secara ringkas apa yang telah diperoleh dari pembahasan selain itu bab ini juga menjelaskan tentang keterbatasan dan penelitian ini kesimpulan dan saran bagi peneliti selanjutnya.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 STUDI PENELITIAN TERDAHULU

Penelitian terdahulu merupakan pedoman dan penguat teori untuk melakukan penelitian yang dilakukan. Beberapa penelitian sejenis yang pernah diangkat sebagai topik penelitian oleh beberapa penelitian sebelumnya untuk mendukung penelitian saat. Beberapa penelitian terdahulu yang berhubungan dengan analisis penentuan harga jual dengan metode *variable costing* pada pabrik sepatu puri Mojokerto.

Penelitian terdahulu sebagai bahan pendukung dalam melakukan penelitian. agar mempermudah peneliti dalam mencari acuan dan contoh dalam melakukan penelitian, dalam penelitian terdahulu ini gambaran penelitian terdahulu yang penulis sajikan.

Penelitian terdahulu akan dapat membantu peneliti selanjutnya yang akan meneliti dengan judul serupa sehingga peneliti selanjutnya mendapatkan gambaran akan isi skripsi yang akan dikerjakan dan akan mempermudah guna mengetahui hasil dari penelitian terdahulu apakah dapat sama atau ada perbedaan.

Peneliti juga dapat melihat kesimpulan atau hasil dari penelitian terdahulu, agar peneliti dapat mengetahui potensi judul yang diambil dapat dilakukan dilingkungan peneliti atau tidak, sehingga pada saat penelitian tidak salah dalam mengambil subjek.

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu

NO	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode	Hasil	Persamaan & Perbedaan
1	Muhamad Arif, Herlina	Analisis perbandingan metode <i>full costing</i> dan <i>variable costing</i> untuk menghitung harga pokok produksi (studi kasus: UKM Mojo Roest Sepatu Surabaya)	Kualitatif	UKM Mojo Reast Sepatu adalah perusahaan yang memproduksi sepatu pantofel wanita, dalam proses pembuatan sepatu, bahan baku dan lamanya waktu produksi memegang peranan penting bagi jalannya perusahaan.	Perbedaan : 1. Objek penelitian pada metode <i>full costing</i> dan <i>variable costing</i> untuk menghitung harga pokok produksi UKM Mojo Roest Sepatu Surabaya. 2. Mengarah ke harga produk Persamaan : 1. Penelitian sama - sama tentang variable costing untuk menghitung harga pokok produksi 2. Menggunakan Penelitian Kuantitatif
2	Syaiful Arif, Soenarto, Rati Kusum	Analisis penetapan harga jual produk sepatu berdasarkan	Kualitatif	Prinsip penentuan harga jual adalah nilai jualnya harga harus lebih tinggi dari biaya yang dikeluarkan karena	<b>Perbedaan :</b> 1. Variabel Y tidak menggunakan metode variabel costing 2. lokasi penelitian yang berbeda

	aningty as, Siti Nur Afifah, Afiyah Kurniy ah (2015)	n <i>cost plus pricing method</i> pada CV. Tritunggal Sidoarjo		ditambahkan ke keuntungan yang diinginkan. Penggunaan metode <i>cost plus pricing</i> didasarkan pada penjualan prinsip harga dimana harga jual yang diperoleh ditentukan dari total biaya produksi ditambah presentase margin yang ditentukan oleh perusahaan. Peneliti menyimpulkan bahwa penentuan harga jual berdasarkan cost plus meted penetapan harga lebih rendah dari perhitungan perusahaan.	<b>Persamaan :</b> 1. Penelitian sama-sama tentang harga jual 2. Penelitian sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif
3	Dewi Kasita Rachm ayanti (2011)	Analisis perhitungan harga pokok produksi	Kuantitatif	Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa perhitungan harga pokok produksi	<b>Perbedaan :</b> 1. Variabel Y menggunakan metode full costing 2. yang diteliti harga

		<p>sepatu dengan metode <i>full costing</i> (studi kasus: UKM Galaksi Kampung Kabandungan Ciapus, Bogor)</p>	<p>7                  sebagai dasar penetapan harga jual menurut metode <i>full costing</i> lebih baik dalam menganalisis biaya produksi daripada perhitungan harga pokok produksi perusahaan. Hal ini disebabkan perhitungan dengan menggunakan metode <i>full costing</i> lebih akurat karena dalam perhitungannya membebankan biaya overhead pabrik lebih tepat termasuk pembebanan biaya penyusutan. Sebaiknya UKM Galaksi menggunakan metode <i>full costing</i> dalam perhitungan harga pokok produksinya sebagai dasar</p>	<p>pokok bukan harga jual</p> <p>3. lokasi penelitian yang berbeda</p> <p><b>Persamaan :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. penelitian sama-sama kuantitatif</li> <li>2. subjek penelitian sama-sama sepatu</li> </ol>
--	--	--	---	---

				7 penetapan harga jual yang akan dibebankan kepada konsumen.	
4	Nur F.Faridah (2011)	Analisis biaya menurut Variabel costing untuk pengambilan keputusan jangka pendek dalam pesanan khusus pada PT.Sermani Steel di Makasar	Deskriptif	Berdasarkan hasil analisis mengenai penggunaan variabel costing dalam kaitanya dengan menerima atau menolak peasanan khusus, khususnya untuk ukuran 10 kaki bahwa peasanan khusus dapat di terima ,alasanya karena adanya laba bersih sebelum pajak sebesar Rp1.079.903.616	<p><b>Perbedaan :</b></p> <p>1.Pada penelitian ini penulis membahas tentang perhitungan harga pokok produksi menggunakan variabel costing dalam proses penentuan harga jual</p> <p><b>Persamaan :</b></p> <p>1.Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penulis yaitu sama-sama meneliti perhitungan biaya menurut variabel costing</p>
5	Ninik, Hestika, Samsul (2013)	Analisis perbandingan metode full costing dan variabel	Deskriptif	Penelitian ini diharapkan memberi gambaran yang tepat dalam metode perhitungan harga pokok produksi untuk penentuan harga jual	<p><b>Perbedaan :</b></p> <p>1.Penulisan hanya berfokus pada perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode variabel costing</p> <p><b>Persamaan :</b></p>

		<p>8</p> <p>costing dalam perhitungan harga pokok produksi untuk penentuan harga jual pada CV. Pyramid</p>			<p>8</p> <p>1.Sama –sama melakukan penelitian tentang bagaimana menghitung biaya produksi dengan menggunakan metode variabel costing</p>
6	Bhiman tari, Nuriana, Styaningrum (2021)	<p>Analisis perhitungan harga pokok produksi dalam penetapan harga jual pada pabrik roti new tweety takeran megetan</p>	Kualitatif	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penghitungan menggunakan full costing lebih tinggi dari perhitungan perusahaan. yang menunjukkan bahwa harga jual dari perusahaan adalah Rp. 8.000 sedangkan hasil perhitungan menggunakan full costing adalah Rp. 8.828.</p>	<p>Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan menggunakan full costing. persamaannya ialah sama-sama mencari harga jual.</p>
7	Utami, Setyaningsih,	<p>Analisis perhitungan HPP dan</p>	Kualitatif	<p>Biaya produk yang dihitung dengan pendekatan full</p>	<p>Menggunakan full costing, pengrajin sandal, mencari perhitungan</p>

	Fajar (2021)	harga jual pada UKM pengrajin sandal CVrevin jaya kota mojokerto		costing terdiri dari unsure biaya produksi(biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead, pabrik variabel, dan biaya overheard pabrik, tetap ditambah dengan biaya non produksi.	HPP dan harga jual.
8	Eku, Syah, Gustini ngsih (2021)	Analisis <sup>1</sup> harga pokok produksi dalam penetapan harga jual produk	Kualitatif	Berdasarkan hasil penelitian serta hasil olahan data penelitian penulis mengambil <sup>1</sup> kesimpulan bahwa perhitungan harga pokok produk dan penetapan harga jual produk pada D'Strawberry cafe bukanlah harga jual yang bertujuan yang berorientasi laba walaupun margin yang diharapkan perusahaan tinggi.	Penelitian ini berbeda karena menggunakan metode cost plus pricing, namun sama – sama untuk mencari harga jual

9	Indahwati, dan Sunrowiyati (2020)	Analisis perhitungan harga pokok produksi untuk menentukan harga jual pada UD. Putra Mandiri	Deskriptif Kualitatif	Analisis perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode perhitungan yang sederhana sehingga belum memperoleh hasil yang sesuai dari seluruh biaya yang telah dikeluarkan.	Perhitungan harga pokok menggunakan metode full costing. sama mencari harga jual suatu produk.
10	Nender, Manossah, dan Tangkuman (2021)	Analisis perlakuan akuntansi produk rusak dan cacat dalam perhitungan biaya produksi untuk menentukan harga jual pada UD. Jaya Meubel Tondano	Deskriptif Kualitatif	Perhitungan biaya produksi atas produk rusak belum dilakukan dengan baik yang berakibat penentuan harga jual perusahaan adanya selisih antara perhitungan harga jual yang dilakukan perusahaan dengan harga jual.	Mencari harga jual suatu produk, menggunakan metode perhitungan perbandingan antara produk rusak, produk cacat.

11	Thenu, Manoss oh dan runt (2021)	<sup>17</sup> Analisis harga pokok produksi dengan metode full costing dalam penetapan harga jual pada usaha kerupuk rambak ayu	kualitas if	<sup>17</sup> Perhitungan harga pokok produksi yang selama ini dilakukan oleh usaha kerupuk rambak ayu masih sederhana. masih terdapat biaya overhead pabrik yang belum dihitung dalam proses produksi. hasil dari metode perusahaan adalah Rp. 12.297 sedangkan dengan metode full costing adalah 12.297 dan harga jual Rp. 16.245	Menggunakan metode full costing, mencari harga jual, jenis usaha yang berbeda
12	Hernani dan Masrun ik (2021)	Pincuk sebagai metode penetapan harga jual (studi fenomenologi pada penjualan nasi pecel di blitar)	kualitas if	Penetapan harga jual menggunakan metode pincuk tidak dapat menghitung secara rinci cost-cost yang timbul dalam menjual nasi pecelnya.	Mencari penetapan harga jual, tidak menggunakan metode full costing ataupun variabel costing, produk yang dijual berbeda, dan cara menghitung pun berbeda.

## 2.2 LANDASAN TEORI

### 2.2.1 AKUNTANSI BIAYA

Sofia dan Septian (2014). Menyatakan Akuntansi biaya adalah akuntansi yang, sama halnya dengan akuntansi keuangan, akuntansi pemerintahan, akuntansi pajak dan sebagainya. Ciri utama yang membedakan Akuntansi Biaya dengan akuntansi yang lainnya adalah dalam penyajian datanya. Akuntansi biaya mengkaji data biaya untuk digolongkan, dicatat, dianalisis dan dilaporkan dalam laporan informasi akuntansi. Akuntansi biaya pernah dianggap hanya berlaku dalam perusahaan manufaktur, tetapi saat ini berbeda setiap jenis dan ukuran organisasi dapat manfaat dari penggunaan akuntansi biaya. Misalnya akuntansi biaya yang digunakan institusi keuangan, perusahaan transportasi, firma jasa profesional, rumah saki, lembaga pendidikan serta aktivitas pemasaran dan administratif dalam perusahaan manufaktur.

Mulyadi (2014) menyatakan bahwa dalam bukunya menulis bahwa akuntansi biaya adalah proses pencatatan, penggolongan, peringkasan dan penyajian biaya, pembuatan dan penjualan produk atau jasa, dengan cara-cara tertentu, serta penafsiran terhadapnya. Objek akuntansi biaya adalah biaya.

Firmansyah (2014:25) menyatakan bahwa biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi yang dapat diukur dalam satuan uang, baik yang telah terjadi maupun yang akan terjadi untuk tujuan tertentu.

Dari penjelasan diatas dapat dijelaskan bahwa Akuntansi Biaya adalah pencatatan ataupun penggolongan dalam menyajikan biaya mulai dari

penyediaan bahan, proses produksi, sampai pemasaran produk yang dihasilkan sehingga dapat menghasilkan laba sesuai keinginan.

<sup>1</sup> Berdasarkan pengertian tersebut, terdapat empat unsur pokok dalam definisi biaya tersebut, yaitu :

1. Biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi
2. Biaya dapat diukur dengan satuan rupiah
3. Biaya merupakan pengorbanan yang telah terjadi atau akan terjadi
4. Biaya merupakan pengorbanan yang mempunyai tujuan adanya informasi biaya yang akurat memungkinkan manajemen untuk melakukan pengelolaan alokasi berbagai sumber ekonomi untuk menjamin dihasilkan output yang memiliki nilai ekonomis yang lebih tinggi dibandingkan dengan nilai input yang dikorbankan.

Selain itu, dengan informasi biaya yang lengkap maka pimpinan perusahaan dapat lebih menyempurnakan lagi prosedur dan kebijakan-kebijakan yang telah ditetapkan untuk masa yang akan datang. Sofia dan Septian (2014) menulis bahwa ditinjau dari aktivitasnya akuntansi biaya didefinisikan sebagai proses pencatatan, penggolongan, peringkasan dan penyajian biaya-biaya pembuatan dan penjualan barang jadi (produk) atau penyerahan jasa dengan cara-cara tertentu serta menafsirkan hasilnya. Apabila ditinjau dari fungsinya, akuntansi biaya dapat didefinisikan sebagai suatu kegiatan yang menghasilkan informasi biaya yang dapat dipakai sebagai dasar pertimbangan dalam pengambilan keputusan manajemen. Supriyono (2013) menulis bahwa akuntansi biaya adalah salah satu cabang akuntansi yang

merupakan alat manajemen dalam memonitor dan merekam transaksi biaya secara sistematis serta menyajikan informasi biaya dalam bentuk laporan biaya.

Sedangkan Witjaksono (2013:3) mengungkapkan bahwa akuntansi biaya adalah salah satu dari sekian banyak disiplin ilmu dalam akuntansi. Akuntansi biaya secara khusus dan sederhana dapat diartikan dengan istilah sebagai akuntansi yang khusus digunakan untuk pengukuran dan pelaporan biaya. Dari pengertian diatas dapat diambil kesimpulan bahwa akuntansi biaya adalah suatu perhitungan akuntansi dengan cara melakukan pencatatan transaksi biaya secara sistematis atas pembuatan dan penjualan produk.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa akuntansi biaya merupakan suatu tindakan yang memiliki kesamaan dengan akuntansi manajemen, dalam akuntansi biaya mempelajari penentuan dan pengendalian biaya yang akan terjadi dalam perusahaan yang akan menimbulkan informasi biaya untuk manajemen pengambilan keputusan.

informasi akhir tentang akuntansi biaya adalah untuk kepentingan manajemen perusahaan dan industry, yang akan meliputi tentang bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik, penyimpanan, dan penjualan produk jadi. Memang tidak dipungkiri jika akuntansi biaya itu kebanyakan diterapkan untuk menghitung biaya-biaya produksi yang terjadi di perusahaan manufaktur, tapi untuk saat ini akuntansi biaya juga telah banyak diterapkan pada perusahaan yang bukan manufaktur seperti perusahaan perbankan, perusahaan asuransi, hotel, dll. akuntansi biaya begitu penting

1 dalam penentuan biaya pokok bagi perusahaan, salah satu cara memenangkan persaingan antar perusahaan yang sejenis, maka kita perlu mempelajari 1 akuntansi biaya lebih lanjut untuk menghasilkan informasi bagi pihak manajemen untuk pengambilan keputusan.

Menurut V. Wiratna Sujarweni (2014) ada tiga tujuan pokok dalam mempelajari akuntansi biaya adalah memperoleh informasi biaya yang akan digunakan untuk:

1. Penentuan harga pokok produk Tujuan mempelajari akuntansi biaya agar dapat memperoleh informasi biaya untuk penentuan harga pokok produk yang digunakan perusahaan untuk menentukan besarnya laba yang diperoleh dan juga untuk menentukan harga jual. Adapun dalam akuntansi biaya akan dipelajari cara perhitungan harga pokok produk dengan menggunakan beberapa metode, diantaranya dengan metode Harga Pokok Pesanan, *Full Costing*, *Activity Based Costing*, dll.
2. Perencanaan biaya dan pengendalian biaya Tujuan mempelajari akuntansi biaya agar dapat memperoleh informasi biaya sebagai perencanaan biaya. Perencanaan biaya apa saja yang akan dikeluarkan di masa mendatang. Akuntansi biaya menyajikan informasi biaya yang mencakup biaya masa lalu dan biaya di masa yang akan datang. Informasi yang dihasilkan akuntansi biaya menjadi dasar bagi manajemen untuk menyusun perencanaan biaya. Dengan perencanaan biaya yang baik akan memudahkan manajemen dalam melakukan perencanaan biaya. Pengendalian biaya merupakan rangkaian kegiatan untuk memonitor dan

mengevaluasi kesesuaian realisasi dan anggaran biaya yang terjadi di perusahaan. Akuntansi biaya menyajikan informasi mengenai anggaran dan realisasi biaya apakah sudah sesuai atau masih terjadi selisih dari rencana yang telah ditentukan.

3. Pengambilan keputusan khusus Tujuan mempelajari akuntansi biaya agar dapat memperoleh informasi biaya sebagai pengambilan keputusan yang berkaitan dengan pemilihan berbagai tindakan alternatif yang akan dilakukan perusahaan misalnya:
  - a. Menerima atau menolak pesanan dari konsumen
  - b. Mengembangkan produk
  - c. Memproduksi produk baru
  - d. Membeli atau membuat sendiri
  - e. Menjual langsung atau memproses lebih lanjut

## 2.2.2 KONSEP BIAYA DAN KLARIFIKASI BIAYA

### a. Konsep Biaya

Dalam Ilmu Akuntansi, istilah biaya mempunyai banyak pengertian, bergantung pada kalangan yang memakai. Sehingga konsep dan pengertian biaya telah berkembang dengan kebutuhan para pemakainya.

Mulyadi (Ariyanti,2006) mendefinisikan biaya sebagai berikut :

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

Berdasarkan definisi biaya diatas ada empat unsur pokok biaya, yaitu :

- a. Biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi.
- b. Diukur dalam satuan uang.
- c. Yang telah terjadi atau secara potensial akan terjadi.
- d. Pengorbanan tersebut untuk tujuan tertentu.

Supriyono (Ariyanti, 2006) memberikan pengertian :

“Biaya adalah harga perolehan yang dikorbankan atau digunakan dalam rangka memperoleh penghasilan (*Revenues*) dan akan dipakai sebagai pengurang penghasilan”.

Sedangkan menurut Halim (Ariyanti, 2006) : Biaya dalam pengertian yang luas merupakan pengorbanan yang terjadi atau mungkin akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu.

Berdasarkan beberapa definisi tersebut dapat diambil suatu pengertian bahwa biaya merupakan pengorbanan sumber-sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang yang digunakan untuk memperoleh penghasilan dan dipakai sebagai pengurang penghasilan untuk mencapai tujuan tertentu.

#### b. Klarifikasi Biaya

Klarifikasi merupakan proses pengelompokan data secara terperinci dan terstruktur atas keseluruhan data elemen yang ada dalam golongan-golongan tertentu guna memberikan informasi yang lebih penting.

sebagaimana telah diartikan bahwa akuntansi biaya merupakan tujuan untuk memberikan suatu informasi yang dibutuhkan oleh pihak management perusahaan agar mampu mengelolah perusahaan secara efektif dan efisien, maka mengelompokkan dan mengklasifikasikan biaya harus sesuai dengan data informasi yang dibutuhkan oleh pihak management perusahaan.

kebutuhan data informasi mendorong munculnya berbagai metode pengelompokan biaya, sehingga dapat dikenal dengan konsep pengklasifikasikan biaya yang berbeda guna bertujuan yang berbeda pula. jadi tidak ada penggolongan biaya yang dapat memiliki dan memenuhi data informasi untuk segala tujuan, oleh karena itu dalam akuntansi biaya memiliki berbagai istilah penggolongan atau klasifikasi biaya.

Menurut Supriyono (Ariyanti, 2006) mengklasifikasikan biaya yakni :

- 12  
1. Penggolongan biaya sesuai dengan fungsi pokok dari kegiatan aktivitas perusahaan.
2. Penggolongan biaya sesuai dengan periode akuntansi dimana biaya akan dibebankan.
3. Penggolongan biaya sesuai dengan tendensi perubahannya terhadap aktifitas atau kegiatan atau volume.
4. Penggolongan biaya sesuai dengan obyek atau pusat biaya yang dibiayai.
5. Penggolongan biaya untuk tujuan pengendalian biaya.
6. Penggolongan biaya sesuai dengan tujuan pengambilan keputusan.

Dari uraian penggolongan biaya diatas maka klasifikasi biaya dapat dijabarkan sebagai berikut :

**1. Penggolongan Biaya Sesuai Dengan Fungsi Pokok Dari Kegiatan Aktivitas Perusahaan.**

- a. Fungsi produksi adalah untuk mengubah atau mengolah suatu bahan mentah menjadi bahan yang siap untuk dijual (bahan matang) sehingga memiliki nilai jual.
- b. Fungsi pemasaran adalah suatu kegiatan penjualan produk siap jual (bahan matang) dengan cara mengenalkan produk secara luas namun dengan cara yang dapat memuaskan pembeli dan dapat mendapatkan hasil/laba yang diinginkan perusahaan tersebut.
- c. Fungsi administrasi dan umum adalah fungsi yang berhubungan langsung dengan segala kegiatan perusahaan dalam suatu kebijakan, digunakan untuk pengarahan dan pengawasan perusahaan secara keseluruhan.
- d. Fungsi keuangan (Finansial) adalah pemenuhan dana yang digunakan oleh perusahaan, terkhusus dana dari sumber pihak ke tiga (dari eksternal perusahaan).

Atas dasar fungsi-fungsi tersebut diatas, menurut Supriyono (Ariyanti, 2006), Biaya dapat dikelompokkan menjadi dua kelompok besar yaitu:

- (1) Biaya produksi, merupakan biaya yang berhubungan dengan fungsi produksi dari segala aspek biaya dalam rangka pengolahann bahan baku menjadi produk siap jual. Biaya produksi dikelompokkan menjadi tiga kelompok yaitu:

- (a) Biaya bahan baku.
- (b) Biaya tenaga kerja langsung.
- (c) Biaya overhead pabrik.

(2) Biaya non produksi, pada umumnya biaya non produksi digolongkan ke dalam :

- (a) Biaya pemasaran.
- (b) Biaya administrasi dan umum.
- (c) Biaya finansial.

**9**  
**2. Penggolongan Biaya Sesuai Dengan Periode Akuntansi Dimana Biaya akan Dibebankan**

Tujuan penggolongan biaya sesuai dengan periode akuntansi akan dibebankan adalah untuk ketelitian dan keadilan pembebanan biaya periode akuntansi yang dinikmati. Untuk dapat menggolongkan biaya sesuai dengan periode akuntansi dimana biaya dibebankan, lebih dahulu perlu dibahas penggolongan pengeluaran (*expenditures*), dimana penggolongan pengeluaran akan berhubungan dengan kapan pengeluaran tersebut akan menjadi biaya. Penggolongan pengeluaran adalah sebagai berikut :

1. Pengeluaran modal (*capital expenditure*)
2. Pengeluaran penghasilan (*revenues expenditures*)

**3. Penggolongan Biaya Sesuai dengan Tendensi Perubahannya terhadap Aktifitas atau Kegiatan atau Volume**

Penggolongan biaya berdasarkan perilaku atau variabelitas biaya adalah dalam rangka menyajikan informasi biaya yang bermanfaat untuk:

- a. Menyusun perencanaan kegiatan
- b. Membuat keputusan-keputusan khusus
- c. Mengembalikan kegiatan perusahaan

Atas dasar perilaku biaya, maka biaya ini dikelompokkan menjadi:

- a. Biaya tetap.
- b. Biaya variabel.
- c. Biaya semi variabel.

### 3. **Penggolongan Biaya Sesuai dengan Obyek atau Pusat Biaya yang**

#### **Dibiayai**

Penggolongan biaya sesuai dengan obyek atau pusat biaya mempunyai tujuan untuk :

- a. Pembebanan biaya sesuai dengan obyek atau pusat biaya dengan adil dan teliti
- b. Pengendalian biaya
- c. Pembuatan keputusan

Didalam suatu perusahaan, obyek atau pusat biaya dapat dihubungkan dengan produk yang dihasilkan, departemen-departemen yang ada dalam perusahaan, daerah pemasaran, bagian-bagian dalam organisasi yang lain atau bahkan individu-individu. Atas dasar obyek atau pusat biaya, biaya digolongkan menjadi:

- 1) **Biaya langsung (*direct cost*).**

2) Biaya tidak langsung (*indirect cost*)

#### **4. Penggolongan Biaya Untuk Tujuan Pengendalian Biaya**

Informasi biaya yang ditujukan kepada manajemen khususnya untuk pengendalian biaya dikelompokkan sebagai berikut:

- a. Biaya terkendali.
- b. Biaya tak terkendali

#### **5. Penggolongan Biaya Sesuai Dengan Tujuan Pengambilan Keputusan**

Penggolongan biaya untuk tujuan pengambilan keputusan manajemen, dapat dikelompokkan menjadi:

- a. Biaya Relevan.
- b. Biaya tidak relevan.

### **2.2.3 HARGA JUAL**

Harga jual adalah besaran harga yang dipatenkan untuk konsumen sesuai perhitungan dari biaya produksi ditambah dengan biaya non produksi dan laba. oleh karena itu pebetapan harga jual merupakan faktor penting dalam menjalani suatu bidang usaha. perhitungan harga pokok saat produksi merupakan suatu hal yang sanagt berperan penting dalam menentukan harga jual suatu produk. menurut Supriyono dalam utami dkk (2013:211) harga jual merupakan jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan. harga jual juga merupakan suatu intesnsitas suatu barang yang memang memiliki suatu nilai

sehingga barang tersebut dapat dinyatakan sebagai barang yang bermanfaat. sejalan dengan pendapat Krismiaji dan Anni dalam Utami dkk (2011:326) mereka menyatakan bahwa harga jual adalah upaya untuk menyeimbangkan keinginan untuk memperoleh manfaat sebesar-besarnya dari perolehan pendapatan yang tinggi dan penurunan volume penjualan jika harga jual dibebankan ke konsumen terlalu mahal. semua biaya yang dibebankan kepada cost produksi akan dijadikan sebagai suatu dasar-dasar penetapan harga. Menentukan harga jual pengusaha juga harus melihat dari segi biaya produksi dan observasi lingkungan, bilamana suatu barang/jasa mematok harga terlalu tinggi namun harga pasaran didaerah tersebut rendah akan menyebabkan sedikitnya peminat masyarakat untuk melihat suatu produk atau jasa tersebut. setiap usaha yang dijalankan harus memiliki cashflow yang jelas dan teridentifikasi karena akan berhubungan dengan pendapatan/laba perusahaan yang sesuai dengan pendapat dari Sukirno (2006) bahwa harga jual adalah harga yang ditentukan untuk sebuah produk yang dapat mempengaruhi pendapatan perusahaan dan laba yang diinginkan.

#### **2.2.4 FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENETAPAN**

##### **HARGA**

Menurut kotler dan keller (2009:157), keputusan penetapan harga sebuah perusahaan sangat dipengaruhi baik faktor internal maupun faktor eksternal yaitu:

1. Faktor Internal

- Tujuan perusahaan
- Strategi Perusahaan
- Biaya
- Pertimbangan Organisasi

## 2. Faktor Eksternal

- Pasar dan Permintaan
- Biaya, Harga, dan Penawaran Pesaing
- Keadaan Perekonomian

### 2.2.5 METODE PENETAPAN HARGA

Menurut pandangan Swasta (2010:154) mengatakan bahwa metode penentuan harga jual yang berdasarkan biaya dalam bentuk yang paling sederhana yaitu:

1. Cost Plus Pricing Method
2. Mark Up Pricing Method
3. Penentuan Harga Oleh Produsen

Menurut Mulyadi dalam Indahwati dan Sunrowiyati (2020) menjelaskan metode penentuan harga jual yaitu:

1. Metode Harga Pokok Produksi Penuh / Full Costing
2. Metode Harga Pokok Produksi Variabel / Variabel Costing
3. Penentuan Markup
4. Actual Costing
5. Normal Costing

## 2.2.6 VARIABEL COSTING

Menurut Mulyadi (1993:132) menjelaskan bahwa variabel costing sebagai berikut: variabel costing adalah metode penentuan harga pokok produksi yang hanya membebaskan biaya-biaya produksi variabel saja kedalam harga pokok produk. Menurut Riwayadi (2014:104) variabel costing adalah biaya yang jumlah totalnya berubah secara proporsional dengan perubahan *output driver* aktivitas, sedangkan biaya per unitnya tetap dalam batas relevan tertentu.

Halim dan Supomo (1999:15) menjelaskan bahwa biaya-biaya yang totalnya selalu berubah secara proposional (sebanding) dengan volume kegiatan perusahaan. Harga pokok produk yang dihitung dengan pendekatan *variable costing* yang terdiri dari unsur harga pokok produksi variable (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik variable) ditambah dengan biaya non produksi variable (biaya pemasaran variable, biaya administrasi dan umum variable) dan biaya tetap (biaya overhead pabrik tetap, biaya pemasaran tetap, biaya administrasi dan umum tetap).

Jadi, metode *variable costing* merupakan salah satu metode untuk menentukan harga jual dengan dihitung dari biaya bahan baku, maksCV dari biaya bahan baku adalah biaya yang dikeluarkan oleh pabrik untuk membeli bahan baku yang akan dibuat sebuah produk. Kemudian biaya tenaga kerja langsung, biaya tenaga kerja langsung maksudnya biaya yang dikeluarkan pabrik untuk menggaji karyawan, dan fasilitas lain untuk karyawan demi mewujudkan kesejahteraan para karyawan. Yang terakhir adalah biaya overhead pabrik.

Dasar – Dasar perhitungan harga pokok produk menggunakan metode Variabel Costing, menurut Mulyadi (1999:132) sebagai berikut:

Biaya bahan baku langsung	Rp. XXXXXX
Biaya Tenaga kerja variabel	Rp. XXXXXX
Biaya Overhead pabrik variabel	Rp. <u>XXXXXX</u> +
Harga pokok produk	Rp. XXXXXX

Bentuk laporan laba rugi metode variabel costing menurut mulyadi (1993:132) sebagai berikut:

Hasil penjualan		Rp. XXXXXX
dikurangi biaya-biaya variabel:		
biaya produksi variabel	Rp. XXXXXX	
biaya pemasaran variabel	Rp. XXXXXX	
biaya administrasi dan umum variabel	Rp. <u>XXXXXX</u> +	
	Rp. XXXXXX	
Laba contribution		Rp. XXXXXX
dikurangi biaya-biaya tetap:		
biaya produksi tetap	Rp. XXXXXX	
biaya pemasaran tetap	Rp. XXXXXX	
biaya administrasi dan umum tetap	Rp. <u>XXXXXX</u> +	
	Rp. XXXXXX	
Laba bersih usaha		Rp. XXXXXX

### 2.2.7 TUJUAN VARIABEL COSTING

Tujuan variabel costing adalah pengambilan keputusan jangka pendek yang berhubungan dengan kebutuhan management guna memperoleh informasi harga jual yaitu:

1. membantu management perusahaan untuk mencari batas kontribusi untuk perencanaan laba menggunakan analisa biaya-volume laba dan untuk pengambilan keputusan jangka pendek.
2. memudahkan management dalam mengondisikan operasional yang sedang berlangsung dan juga menetapkan nilai pertanggung jawaban kepada divisi department (Supriyono, 1996: 286).

tujuan lain dari menggunakan metode variabel costing ialah untuk mencari tahu tujuan pokok yang bermanfaat pada pihak internal perusahaan yaitu:

1. pihak internal
  - perencanaan laba
  - penentuan harga jual produk
  - pengambilan keputusan oleh management
  - pengendalian biaya
2. pihak eksternal
  - penentuan harga pokok persediaan
  - penentuan laba

Tujuan eksternal tersebut dalam dicapai apabila laporan disusun atas dasar konsep variabel costing.

Gambar 1.. Penentuan harga pokok variable



Sumber: Akuntansi Biaya Supriyono (1996:287)

Gambar 2. Kerangka Pemikiran

Harga jual merupakan kebutuhan pokok untuk menentukan seberapa nilai suatu barang atau produk, sehingga dapat memberikan manfaat kepada perusahaan yang telah memproduksi dan memasarkannya. Variabel costing sebagai metode yang digunakan untuk menentukan harga jual dengan cara yang sederhana sehingga memunculkan nilai pada suatu produk, gunanya untuk menentukan nilai harga.

**Study Empiris**

1. Ita Ariyanti I (2006), Analisis Variabel Costing Sebagai Dasar Dalam Perencanaan Laba Pada CV Sumber Rejeki Ngoro Jombang.
2. Bhimantari, Nuraina, Styaningrum (2020). Analisa Perhitungan Harga Pokok Produksi Dalam Penetapan Harga Jual Pada Pabrik Roti New Tweety Takeran Magetan.
3. Eku, Syah, Gustiningsih (2021). Analisa Harga Pokok Produksi Dalam Penetapan Harga Jual Produk.
4. Hanif Aswar (2021). Modul Pembelajaran Digital Pemasaran Daring Dengan Penghitungan Harga Jual Berbasis Android.
5. Suherni (2018), Analisa Penetapan Harga Jual Produk Dengan Menggunakan Pendekatan Full Costing Dan Variabel Costing Pada CV Naufal Bakery & Cake Kabu Aten Gowa.
6. Utami, Bahri, Nurhayati (2020). Analisa Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode Full Costing Dalam Penetapan Harga Jual (Studi Pada Sentra Industry Sandal Toyosima) Di Desa Toyomarto Kecamatan Singosari Kabupaten Malang..
7. Utami, Setyaningsih, Fajar (2021). Pembinaan Perhitungan Hpp Dan Harga Jual Pada Ukm Pengrajin Sandal CV Revin Jaya Kota Mojokerto.

**Study Teoritis**

1. Horngren, Datar, Foster. 2006. Akuntansi Biaya Dengan Penekanan Managerial. Jilid 1, Erlangga
2. Riwayadi. 2014. Akuntansi Biaya. Jakarta, Salemba Empat
3. Tjiptono, Fandy, (2008), *Strategi Pemasaran Edisi III*, Jakarta: Cv. Andi offset.
4. Kotler dan Keller (2009), *Manajemen Pemasaran jilid 2 Edisi 13*, Jakarta: Penerbit Erlangga.
5. Muyadi, 2006. Edisi ke 5 *Akuntansi biaya Pengumpulan Biaya dan Penentuan Harga Pokok*, Penerbit BPFE . Yogyakarta.

Analisis Variable Costing Sebagai Penentuan Harga Jual Di Buru Fashion Sepatu Puri Mojokerto

Metode Deskriptif Kualitatif

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Desain Penelitian**

Metode penelitian merupakan serangkaian cara untuk mendapatkan data dengan tujuan tertentu. Metode Kualitatif dalam pengumpulan datanya dilakukan secara mendalam, serta data tersebut mempunyai makna yang merupakan data sebenarnya, ataupun pasti.

Dalam penelitian ini menggunakan metode Deskriptif Kualitatif adalah membuat deskripsi secara sistematis, factual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu. Penulis menggunakan deskriptif kualitatif yaitu mengeksplorasi atau memotret situasi sosial yang akan diteliti secara menyeluruh dan luas.

6

#### **3.2 Ruang Lingkup Penelitian**

Ruang lingkup dalam penelitian ini yaitu meliputi Variable Coasting dalam penentuan harga jual, yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana Vaariable Coasting dalam penentuan harga jual.

#### **3.3 Penetapan Lokasi dan Waktu Penelitian**

##### **3.3.1 Lokasi Penelitian**

Penelitian dilaksanakan di Buru Fashion Dusun Sumpu RT.01/RW.02 Desa Sumpu Kecamatan Puri Kabupaten Mojokerto Jawa Timur. Berdasarkan Pertimbangan sebagai berikut:

1. Peneliti sudah melakukan observasi dan tertarik untuk melakukan penelitian di Buru Fashion Mojokerto.
2. Buru Fashion merupakan salah satu tempat produksi sepatu di Mojokerto yang menerapkan Variable Costing dalam penentuan harga.

### **3.3.2 Waktu Penelitian**

Waktu penelitian di laksanakan pada bulan September 2021 sampai Maret 2022. Dimulai dari proses penyiapan proposal, pengumpulan data awal, melakukan studi kepustakaan, mendesain model penelitian, mengumpulkan data dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi, kemudian menganalisis data dan terakhir penyusunan laporan.

### **3.4 Fokus Penelitian**

Penelitian kualitatif tidak akan menetapkan penelitian hanya berdasarkan variable penelitian, tetapi keseluruhan situasi social yang di teliti meliputi aspek tempat (*place*), pelaku (*actor*), dan aktivitas (*activity*) yang berintraksi secara sinergis.

Penulis dalam penelitian ini memfokuskan terhadap peran strategi *Variable costing* sebagai penentuan harga jual di Buru Fashion sepatu Puri Mojokerto.

### **3.5 Pemilihan Informan**

Dalam penelitian kualitatif, hal ini yang menjadi bahan pertimbangan adalah pemilihan informan dan pengumpulan data. Informan merupakan orang yang dianggap penting dan mampu untuk memberikan informasi-informasi yang penting kepada peneliti. Teknik sampling yang digunakan oleh peneliti adalah

dengan menggunakan teknik wawancara , observasi, dan dokumentasi. Dalam hal ini peneliti akan melakukan wawancara kepada pemilik Buru Fashion Mojokerto dan juga kepada beberapa karyawan.

Observasi, wawancara, dokumen pribadi serta resmi, foto, rekaman, gambar, dan percakapan informal semua merupakan sumber data kualitatif. Sumber yang paling sering digunakan dalam penelitian adalah observasi, wawancara, dokumentasi, kadang-kadang digunakan secara bersama-sama dan kadang secara individual.

Peneliti memilih key informan yang dianggap benar-benar mengetahui latar belakang atau kondisi tempat produksi sepatu, yaitu :

Nama	: A. Dzurkarnain
Usia	: 37 Tahun
Alamat	: Dsn Sumpu, rt 2 rw 1 medali puri Mojokerto
Jabatan	: Pemilik
Harga	: Perpasar (80 rb) Perkodi (20x80)

Key informan Bapak A. Dzurkarnain menunjuk tiga karyawan untuk menjadi informan, posisi yang dipegang adalah sebagai berikut :

1. Informan Pertama

Nama : Misbahul Munir  
Usia : 33 Tahun  
Jabatan : Desain  
Lama Jabatan : 5 tahun  
Topik Wawancara : Variable Coasting Sebagai Penentuan  
Harga Jual

2. Informan Kedua

Nama : Ahmad Rifa'i  
Usia : 33 Tahun  
Jabatan : Potong Kain  
Lama Jabatan : 4 tahun  
Topik Wawancara : Variable Coasting Sebagai Penentuan  
Harga Jual.

3. Informan Ketiga

Nama : Misbahun Muin  
Usia : 33 Tahun  
Jabatan : Outersole  
Lama Jabatan : 10 tahun  
Topik Wawancara : Variable Coasting Sebagai Penentuan  
Harga Jual

### <sup>6</sup> 3.6 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data sangat penting dalam jalannya penelitian untuk menjawab permasalahan yang ada dalam penelitian, pengambilan data pada penelitian ini menggunakan cara wawancara / *interview*:

#### 1. Wawancara atau *interview*

Wawancara digunakan untuk teknik pengumpulan data untuk melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang akan diteliti, dan juga digunakan untuk menggali informasi yang lebih mendalam dari responden dengan menggunakan jumlah responden yang relatif sedikit. (Sugiyono, 2019 : 195)

Dalam penelitian ini menggunakan wawancara tidak terstruktur yang dilaksanakan peneliti tanpa memakai pedoman wawancara.

### <sup>1</sup> 3.7 ANALISIS DATA

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Metode deskriptif adalah penelitian yang bersifat mencari harga jual menggunakan metode variable costing.

Menurut sugiono (2015:243) analisis data kualitatif bersifat induktif yaitu suatu analisis berdasarkan data yang di peroleh, selanjutnya di kembangkan menjadi hipotesis. Adapun tahapan <sup>11</sup> tahapan analisis data dalam penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Pengumpulan data adalah peneliti mencatat semua data secara objektif dan apadanya sesuai dengan hasil observasi dan interview (wawancara) di lapangan.
2. Redaksi data adalah data yang dari lapangan jumlah cukup banyak, untuk itu makaperlu di catat secara teliti dan rinci
3. Penyajian data adalah sekumpulan informasi yang tersusun memungkinkan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan
4. Pengambilan keputusan atau verivikasi, brarti setelah data di sajikan maka di lakukan penarikan kesimpulan atau verivikasi