

## BAB II

### LANDASAN TEORI DAN TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1. Harga Jual

Pepatah Jawa mengatakan “*Ana Rega Ana Rupo*” yang jika diartikan secara bebas kurang lebih maknanya adalah produk dengan harga lebih mahal memiliki kualitas yang lebih tinggi. Perusahaan dalam menetapkan harga jual produknya tentu saja akan memperhitungkan biaya-biaya yang muncul dalam proses produksi dari barang yang dihasilkan, antara lain biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik.

Mulyadi (2005) memberikan pendapat mengenai definisi harga jual,

“Harga jual adalah besarnya harga yang akan dibebankan kepada konsumen yang diperoleh atau dihitung dari biaya produksi ditambah biaya non produksi dan laba yang diharapkan.”

Harini (2008: 55) mendefinisikan pengertian harga jual sebagai berikut,

“Harga jual adalah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya.”

Dari pendapat para ahli tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa harga jual adalah jumlah moneter (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibebankan oleh produsen kepada konsumen atas barang atau jasa yang diserahkan senilai biaya produksi ditambah dengan keuntungan yang diharapkan produsen.

Dalam menghitung, terlebih menentukan harga jual suatu produk ada banyak faktor yang berpengaruh di antaranya :

## 1. Faktor biaya

Merupakan dasar perhitungan dalam menentukan harga jual produk.

Terkait biaya ini, akan ada penjelasan yang lebih mendetil.

## 2. Faktor bukan biaya

Faktor eksternal perusahaan sehingga tidak bisa sepenuhnya dikendalikan oleh perusahaan. Beberapa ini faktor non biaya yang mempengaruhi perusahaan dalam menentukan harga jual produk :

### a. Keadaan ekonomi suatu negara

Perubahan inflasi maupun deflasi suatu negara mempengaruhi harga jual produk.

### b. Permintaan dan penawaran pasar

Ketika jumlah barang pada tingkat harga beli tertentu diinginkan oleh pasar bertemu dengan jumlah barang yang ditawarkan produsen pada tingkat harga jual tertentu maka akan terbentuk suatu harga keseimbangan dimana harga tersebut adalah harga jual yang diinginkan oleh perusahaan namun juga merupakan harga beli yang sesuai dengan konsumen.

### c. Elastisitas permintaan

Adalah kepekaan perubahan permintaan terhadap perubahan harga.

### d. Tipe pasar

Dengan adanya empat jenis tipe pasar yang ada, yaitu persaingan sempurna (dalam satu pasar terdapat banyak pembeli dan banyak penjual), oligopoli (dalam satu pasar, terdapat beberapa penjual

yang dominan), monopolistik (banyak penjual yang menjual barang yang berbeda corak), dan monopoli (dalam satu pasar, hanya ada satu penjual) memungkinkan terjadinya banyak pertimbangan dalam menentukan harga jual karena masing-masing tipe pasar memiliki ciri, keunikan, dan rintangan tersendiri.

- e. Citra masyarakat terhadap produk
- f. Campur tangan dan pengawasan pemerintah
- g. Tanggung jawab sosial perusahaan

## **2.2. Biaya**

Biaya merupakan dasar perhitungan dalam menentukan harga jual produk. Biaya di sini dapat diidentifikasi langsung sebagai batas bawah suatu harga jual produk, tentu saja dengan asumsi bahwa batas bawah tersebut adalah harga jual yang mampu menutupi biaya produksi meskipun dengan perolehan laba yang minimum. Secara garis besar, biaya terdiri dari tiga biaya utama :

### **1. Biaya Bahan Baku**

Menurut Ony Widilestariningtyas, Dony W. F. , dan Sri Dewi Anggadini (2012: 03)

“Bahan baku adalah bahan baku yang membentuk bagian integral dari produk jadi dan dimasukkan secara eksplisit dalam perhitungan biaya produk. Bahan baku yang diolah oleh perusahaan manufaktur dapat diperoleh melalui pembelian lokal, impor, maupun melalui pengolahan sendiri. Contohnya adalah kayu yang digunakan untuk membuat mebel dan minyak mentah yang digunakan untuk membuat bensin.”

## 2. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Menurut Sodikin dan Bogat (2012: 280) biaya tenaga kerja langsung adalah sebagai berikut.

“Biaya tenaga kerja langsung adalah tenaga yang memiliki kinerja langsung terhadap proses pengolahan barang, baik dengan menggunakan kemampuan fisiknya maupun dengan bantuan mesin-mesin. Tenaga kerja langsung memperoleh kontraprestasi yang disebut upah dan dikategorikan sebagai upah tenaga kerja langsung. Jadi upah tenaga kerja langsung adalah semua kontraprestasi yang diberikan kepada tenaga kerja langsung.”

## 3. Biaya *Overhead* Pabrik

Sedangkan untuk biaya *overhead* pabrik, Sodikin dan Bogat (2012: 280) memberikan pengertian sebagai berikut.

“Biaya *overhead* pabrik merupakan komponen harga pokok produksi yang timbul dalam proses pengolahan yang tidak dapat digolongkan dalam bahan baku dan tenaga kerja langsung.”

Metode pembebanan biaya *overhead* pabrik ada beberapa cara, diantaranya :

### a. Metode Tradisional

Metode ini membebankan biaya *overhead* pabrik ke unit produk individual dengan menggunakan jam kerja langsung atau jam kerja mesin. Metode tradisional menggunakan dua langkah dalam membebankan biaya *overhead* pabrik yaitu biaya *overhead* pabrik dibebankan ke departemen kemudian biaya *overhead* pabrik tersebut dibebankan ke produk.

b. Metode ABC (*Activity Based Costing*)

Mulyadi (2003: 40) berpendapat bahwa,

“*Activity Based Costing* ialah sistem informasi biaya yang berorientasi pada penyediaan informasi lengkap tentang aktivitas untuk memungkinkan personel perusahaan melakukan pengelolaan terhadap aktivitas. Sistem informasi ini menggunakan aktivitas sebagai basis serta pengurangan biaya dan penentuan secara akurat biaya produk atau jasa sebagai tujuan. Sistem informasi ini diterapkan dalam perusahaan manufaktur jasa dan dagang.”

Dalam bahasa sederhananya, metode ABC memberikan pengertian bahwa produk yang mengalami aktivitas lebih banyak tentu saja mengkonsumsi sumber daya *overhead* lebih banyak juga sehingga produk tersebut pastinya menanggung biaya *overhead* pabrik lebih besar dibandingkan produk yang mengalami aktivitas yang lebih sedikit. Langkah-langkah yang harus dilakukan dalam proses pembebanan biaya *overhead* pabrik melalui metode ABC adalah menelusur biaya ke aktivitas di pusat kegiatan bukan pembebanan ke unit organisasi lalu melakukan pembebanan biaya ke produk.

Metode ABC memiliki beberapa manfaat di antaranya :

1) Pengambilan keputusan bisnis lebih presisi

Metode ABC memberikan informasi terkait harga pokok produktif dengan lebih informatif sehingga keputusan yang diambil bisa lebih berkualitas.

2) Efisiensi untuk mengurangi biaya *overhead* pabrik

Aktivitas yang tidak memiliki nilai tambah harus dihilangkan sehingga biaya operasional dapat dikurangi.

Dalam menganalisa dan menghitung harga pokok produksi, yang menjadi dasar dari penentuan harga jual, biaya produksi harus diklasifikasikan secara tepat. Selain ketiga jenis biaya di atas, biaya juga dapat dibedakan dalam beberapa jenis :

#### 1. Biaya Tetap

Biaya tetap atau biaya tidak langsung (*fixed cost*) adalah biaya yang tidak mengalami penambahan dalam jumlah totalnya walaupun volume penjualan atau kuantitas produksi berubah. Biaya tetap tidak tergantung terhadap banyaknya produk yang dihasilkan maupun jumlah penjualan.

Biaya tetap terbagi menjadi dua yaitu :

##### a. *Committed Fixed Cost*

Adalah biaya tetap yang timbul dari pemilikan pabrik, peralatan, dan organisasi pokok. Biaya ini merupakan semua biaya yang tetap dikeluarkan, yang tidak dapat dikurangi guna mempertahankan kemampuan perusahaan di dalam memenuhi tujuan jangka panjangnya. Contohnya biaya depresiasi, pajak bumi dan bangunan, sewa, asuransi dan gaji karyawan utama.

##### b. *Discretionary Fixed Cost*

Yakni biaya yang timbul dari keputusan penyediaan anggaran secara berkala (biasanya tahunan) yang secara langsung mencerminkan kebijakan manajemen puncak mengenai jumlah maksimum biaya yang diizinkan untuk dikeluarkan, dan yang tidak dapat menggambarkan hubungan yang optimum antara masukan

dengan keluaran (yang diukur dengan volume penjualan, jasa atau produk). Contoh dari biaya tetap jenis ini adalah biaya riset dan pengembangan, biaya iklan, biaya promosi penjualan, biaya program latihan karyawan, biaya konsultasi.

## 2. Biaya *Variable*

Biaya *variable* atau biaya langsung (*variable cost*) adalah biaya tetap untuk per unit produk, dan akan berubah bila mengalami perubahan dalam jumlah unit produksi maupun penjualan. Contoh dari biaya jenis ini antara lain buruh langsung, bahan baku, biaya bahan bakar.

## 3. Biaya Semi *Variable*

Carter (2009: 68) menyatakan pandangannya terkait biaya semi *variable*

“Biaya semi *variable* adalah biaya yang memperlihatkan baik karakteristik-karakteristik dari biaya tetap maupun biaya *variable*.”

Biaya semi *variable* berubah jumlah totalnya berubah ketika terjadi perubahan volume kegiatan, akan tetapi sifat-sifat perubahannya tidak sebanding. Semakin tinggi volume kegiatan semakin besar jumlah total biaya, semakin rendah volume kegiatan semakin rendah pula jumlah total biaya, tetapi perubahannya tidak sebanding.

Beberapa metode yang bisa digunakan untuk memisahkan unsur tetap dan *variable* yang terkandung dalam biaya semi *variable* menurut Riwayadi (2006: 156) yaitu :

- a. Metode biaya berjaga (*Stand-By Cost Method*),
- b. Metode titik tertinggi dan titik terendah (*High and Low Point Method*),
- c. Metode diagram pencar (*Scattergraph*),
- d. Metode kuadrat terkecil (*Least Squares Method*)

### 2.3. Harga Pokok Produksi

Bustami dan Nurlela (2010: 49) berpendapat terkait pengertian harga pokok produksi,

“Harga pokok produksi adalah kumpulan biaya produksi yang terdiri dari bahan baku langsung, tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik ditambah persediaan produk dalam proses awal dan dikurang persediaan produk dalam proses akhir.”

Sedangkan melalui pendapat seorang pakar yang lain, Sadono Sukirno (2007) mendefinisikan,

“Harga pokok produksi adalah semua pengeluaran yang dilakukan perusahaan untuk memperoleh faktor-faktor produksi dan bahan mentah yang akan digunakan untuk menciptakan barang-barang yang diproduksi oleh perusahaan tersebut.”

Kesimpulan yang dapat ditarik melalui pendapat-pendapat di atas yaitu harga pokok produksi adalah semua biaya-biaya yang telah dikeluarkan perusahaan untuk menghasilkan suatu produk. Penentuan harga pokok produksi di sini menjadi penting karena akan menjadi dasar dalam penentuan harga jual produk, menentukan besarnya *margin* keuntungan yang bisa diraih perusahaan, sebagai sarana dalam pengukuran tingkat efisiensi dalam proses produksi, dan sebagai indikator yang mampu

memantau realisasi biaya produksi. Manajemen perusahaan membutuhkan data terkait perhitungan harga pokok produksi untuk menjadi dasar dalam pengambilan keputusan bisnis dan strategi perusahaan.

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

Ketika orang membicarakan bisnis, maka mereka sejatinya membicarakan sebuah unit ekonomi yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh orang lain. Dalam menjalankan aktivitas tersebut, dibutuhkan sejumlah nilai moneter untuk dikorbankan. Pengorbanan sejumlah nilai moneter tersebut biasa disebut biaya. Ada bermacam metode yang dapat digunakan untuk mengolah biaya sehingga dapat dijadikan referensi dalam kebijakan penetapan harga pokok produksi. Kebijakan ini nantinya akan mempengaruhi keputusan strategis jangka panjang sebuah perusahaan, seperti kebijakan dalam hal jangkauan pasar, persaingan bisnis, kebijakan investasi, dan sebagainya. Oleh karena itu dibutuhkan metode yang paling tepat dan presisi di dalam merefleksikan sejatinya harga pokok produksi sebuah produk.

##### **1. Biaya Penuh (*Full Costing*)**

Metode yang paling umum digunakan dalam penetapan harga pokok produksi adalah metode *full costing*. Metode ini memperlakukan semua biaya dari komponen manufaktur sebagai persediaan, produk, maupun biaya itu sendiri. Mulyadi (2012: 122) menerangkan bahwa,

*“Full costing atau sering pula disebut absorption atau conventional costing merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang*

memperhitungkan semua unsur biaya produksi ke dalam harga pokok produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik baik yang berperilaku *variable* maupun tetap.”

Metode *full costing* juga mempertimbangkan biaya-biaya yang muncul di luar area manufaktur, contohnya bagian penjualan dan bagian administrasi. Ketika perusahaan menggunakan metode *full costing*, maka dalam laporan keuangan akan ditunjukkan jumlah persediaan *work in process*, persediaan barang jadi, dan akun harga pokok penjualan sebagai biaya *variable* per unit produksi sebagaimana alokasi per unit dari biaya *overhead* pabrik tetap. Metode *full costing* juga menyajikan jumlah biaya pada laporan laba rugi sesuai dengan klasifikasi fungsionalnya. (Raiborn, Barfield, dan Kinney; 1996: 371 dalam Gersil dan Kayal; 2016: 80)

Metode *full costing* lebih banyak digunakan oleh perusahaan karena efektif dan relatif lebih mudah dalam pengaplikasiannya. Meski begitu, metode ini juga memiliki kelemahan. Seorang manajer mungkin saja menambah pendapatan operasional dalam suatu periode tertentu dengan cara meningkatkan produksi meskipun tidak ada permintaan tambahan produksi dari pelanggan.

## 2. Biaya Variable (*Variable Costing*)

Metode *variable costing* mendefinisikan biaya sebuah produk adalah biaya aktual produksi dari produk tersebut. Jadi, metode ini mengakumulasikan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik *variable*. Biaya *overhead* pabrik tetap tidak

dapat dimasukkan ke dalam perhitungan karena biaya tersebut tetap akan muncul meskipun tidak ada proses produksi. Mulyadi (2012: 122) menerangkan bahwa,

“*Variable costing* atau sering pula disebut *direct costing* merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku *variable* ke dalam harga pokok produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik *variable*.”

Beberapa keuntungan dari metode *variable costing*, antara lain :

- a. Informasi tentang pendapatan, biaya, dan keuntungan dapat diperoleh lebih cepat dibanding metode *full costing* karena nilai keuntungan tidak dipengaruhi oleh tingkat persediaan dan biaya produksi per unit tidak mengandung biaya tetap. Selain itu, informasi tentang biaya produksi dan laporan laba rugi lebih mudah dipahami sehingga manajemen dapat lebih mudah mengidentifikasi biaya yang dapat atau tidak dapat dikendalikan dalam jangka waktu pendek.
- b. Metode *variable costing* memudahkan dalam melakukan penilaian kinerja menurut produk, wilayah, dan berbagai segmen pasar dalam bisnis.
- c. Metode *variable costing* memberikan referensi pengambilan keputusan jangka pendek yang efektif.

Sedangkan kelemahan dari metode *variable costing*, antara lain :

- a. Tidak mudah mengategorikan karakter biaya, sebagai *variable* atau tetap.

- b. Nilai keuntungan yang dihasilkan mungkin saja terlalu tinggi dibandingkan dengan tingkat biaya produksi yang lebih rendah.
- c. Metode *variable costing* tidak sesuai dengan beberapa ketentuan dalam pajak dan prinsip akuntansi yang lazim, sehingga tidak berlaku untuk pelaporan eksternal.

## **2.5. Metode Penentuan Harga Jual Produk**

Salah satu tujuan dasar dari proses penghitungan dan penentuan harga pokok produksi adalah untuk digunakan sebagai dasar penetapan harga jual produk. Apabila terjadi kesalahan dalam penghitungan harga pokok produksi maka harga jual produk yang akan ditetapkan akan menjadi tidak presisi. Bisa terlalu tinggi, bahkan terlalu rendah.

Selain beberapa metode penentuan harga pokok produksi seperti yang telah dijelaskan di atas, dalam menentukan harga jual produk juga ada beberapa metode yang dapat diterapkan, antara lain :

### **1. Metode Harga Pokok Proses**

Metode harga pokok proses merupakan metode pengumpulan biaya produksi yang digunakan oleh perusahaan yang mengolah produknya secara massal. Di dalam metode ini, biaya produksi dikumpulkan untuk setiap proses selama jangka waktu tertentu, dan biaya produksi per satuan dihitung dengan cara membagi total biaya produksi dalam periode tertentu dengan jumlah satuan produk yang dihasilkan dari proses tersebut selama jangka waktu yang bersangkutan.

## 2. Metode Harga Pokok Pesanan

Metode harga pokok pesanan adalah suatu metode pengumpulan biaya produksi untuk menentukan harga pokok produk pada perusahaan yang menghasilkan produk atas dasar pesanan. Tujuan dari penggunaan metode harga pokok pesanan adalah untuk menentukan harga pokok produk dari setiap pesanan baik harga pokok secara keseluruhan dari tiap-tiap pesanan maupun untuk per satuan.

Dalam metode ini biaya-biaya produksi dikumpulkan untuk pesanan tertentu dan harga pokok produksi per satuan dihitung dengan cara membagi total biaya produksi untuk pesanan tersebut dengan jumlah satuan produk dalam pesanan yang bersangkutan. Pada pengumpulan harga pokok pesanan dimana biaya yang dikumpulkan untuk setiap pesanan/kontrak/jasa secara terpisah dan setiap pesanan dapat dipisahkan identitasnya. Atau dalam pengertian yang lain, penentuan harga pokok pesanan adalah suatu sistem akuntansi yang menelusuri biaya pada unit individual atau pekerjaan, kontrak atau tumpukan produk yang spesifik.

Herman (2006: 175) berpendapat ada beberapa metode penentuan harga jual produk dalam perusahaan, diantaranya :

### 1. Metode Taksiran (*Judgemental Method*)

Metode ini memiliki kekurangan tingkat keakuratan prediksi yang sangat rendah karena tidak berbasis pada data statistik. Metode ini biasanya digunakan oleh perusahaan baru.

## 2. Metode Berbasis Pasar (*Market-Based Pricing*)

### a. Harga Pasar Saat Ini (*Current Market Price*)

Biasanya dipakai ketika perusahaan mengeluarkan produk baru, yang mana hasil modifikasi produk lama. Harga jual produk baru biasanya sama atau setidaknya tidak berbeda terlalu jauh dengan harga produk sebelumnya.

### b. Harga Pesaing (*Competitor Price*)

Metode yang langsung mengaplikasikan harga jual produk perusahaan pesaing ketika produk tersebut sejenis.

### c. Harga Pasar Yang Disesuaikan (*Adjusted Current Market Price*)

Sebelum menentukan harga jual produk, perusahaan mengidentifikasi harga pasar. Setelah didapatkan data, maka harga jual produk ditentukan berdasarkan data pasar dan faktor internal dan eksternal lainnya.

## 3. Metode Berbasis Biaya (*Cost-Based Pricing*)

### a. Biaya Total Dan Tambahan Tertentu (*Full Cost Plus Mark Up*)

Sebelumnya perusahaan harus mampu memproyeksikan besar biaya total dalam memproduksi suatu produk. Biaya total adalah keseluruhan biaya yang dibebankan sejak pengadaan bahan baku sampai produk jadi siap untuk dijual. Biaya total tersebut nantinya akan dijumlahkan dengan keuntungan yang diharapkan perusahaan.

- b. Biaya *Variable* Dan Tambahan Tertentu (*Variable Cost Plus Mark Up*)

Metode ini menggunakan basis biaya *variable*, yang nantinya akan ditambahkan dengan *mark up* laba yang diinginkan.

## 2.6. Tinjauan Pustaka

1. Yustina Dwi Adriati Wulandari (2012)

Yustina Dwi Adriati Wulandari melakukan penelitian di CV Duta Sarana Edutainment yang beralamat di Sawahan RT 02 RW 01 Ngemplak Boyolali Jawa Tengah. Yustina Dwi Adriati Wulandari melakukan analisa penetapan harga jual perabot perlengkapan kelas yang dihasilkan oleh CV Duta Sarana Edutainment tersebut. Melalui penelitian tersebut, didapatkan beberapa kesimpulan, diantaranya :

- a. CV Duta Sarana Edutainment belum memasukkan biaya non produksi ke dalam perhitungan penentuan harga jual produk. Peneliti dan perusahaan menggunakan metode full costing dalam menghitung harga pokok produksi dan melalui perhitungan tersebut muncul deviasi perhitungan harga jual yang sangat besar. Harga jual menurut peneliti sebesar Rp 1.550.000, sedangkan menurut perusahaan sebesar Rp 765.500.
- b. CV Duta Sarana Edutainment menetapkan *margin* keuntungan sebesar 45%.

## 2. Utcik Anita (2013)

Utcik Anita melakukan penelitian di PT Hanin Designs Indonesia yang beralamat di Desa Jeruk Wangi RT 01 RW 06 Kecamatan Bangsri Kabupaten Jepara. Utcik Anita melakukan analisa perhitungan harga pokok produksi sebagai dasar penetapan harga jual produk *furniture* yang dihasilkan oleh PT Hanin Designs Indonesia. Melalui penelitian tersebut, didapatkan beberapa kesimpulan, diantaranya :

- a. PT Hanin Designs Indonesia menggunakan metode *full costing* dalam menghitung harga pokok produksinya, akan tetapi tidak semua komponen biaya *overhead* pabrik diperhitungkan, yaitu biaya perawatan dan penyusutan mesin, peralatan, dan kendaraan, serta gaji pemilik. Hal di atas akan menyebabkan deviasi besaran harga pokok produksi yang dihitung perusahaan dengan perhitungan peneliti.
- b. PT Hanin Designs Indonesia menetapkan *margin* keuntungan sebesar 15%.

## 3. Silvia Porawouw (2013)

Silvia Porawouw melakukan penelitian di PT Bangun Wenang Beverages Co di Kota Manado dan pabrik bertempat di Desa Watudambo Kecamatan Kauditan Kabupaten Minahasa Utara Provinsi Sulawesi Utara. Silvia Porawouw melakukan analisis perbandingan metode penentuan harga pokok produksi pada PT Bangun Wenang Beverages, Co. Metode yang dimaksud adalah perbandingan antara

metode *full costing* dan *variable costing*. Melalui penelitian tersebut, didapatkan beberapa kesimpulan, diantaranya :

- a. PT Bangun Wenang Beverages, Co menggunakan metode full costing dalam menghitung harga pokok produksinya. Metode *full costing* tersebut mampu menyajikan laporan keuangan sesuai dengan prinsip akuntansi yang menghendaki kewajaran laporan keuangan kepada pihak eksternal perusahaan. Selain itu, metode *full costing* juga lebih mudah karena memasukkan semua biaya tanpa harus memisahkan biaya ke dalam biaya tetap dan biaya variable.
- b. Dari perhitungan antara metode *full costing* dan *variable costing* untuk keempat jenis produk yang dihitung harga pokok per unitnya yaitu untuk coca-cola, fanta, sprite dan frestea adalah terdapat selisih sebesar Rp 2.352 dengan kondisi perhitungan metode *full costing* lebih tinggi dibandingkan *variable costing*.

#### 4. Nienik H. Samsul

Nienik H. Samsul melakukan penelitian di CV Piramid. CV Piramid adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang industry bahan bangunan, antara lain paving, genteng, kanstein, hollow brick, dan bois beton. Nienik H. Samsul melakukan analisis perbandingan harga pokok produksi antara metode *full costing* dan *variable costing* untuk menentukan harga jual dari produk yang dihasilkan CV Piramid. Melalui penelitian tersebut, didapatkan beberapa kesimpulan, diantaranya :

- a. CV Piramid tidak menggolongkan biaya dengan cermat sesuai jenisnya ketika proses penggolongan biaya, baik biaya non produksi maupun biaya *overhead*.
- b. Perbandingan metode *full costing* dan *variable costing* dalam perhitungan harga pokok produksi pada perusahaan untuk penentuan harga jual menunjukkan metode *full costing* memiliki angka jauh lebih tinggi dalam perhitungan harga pokok produksi daripada metode *variable costing*, karena disebabkan dalam perhitungan harga pokok produksi *full costing* memasukkan semua akun biaya baik yang berjenis variable maupun tetap.