

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Harga**

##### **1. Pengertian Harga**

Harga sangat berpengaruh dalam keputusan seorang konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa. Oleh karena itu, harga memiliki peranan penting dalam keberhasilan pemasaran barang. Menurut Kotler dan Amstrong (2015:324) menyatakan bahwa *“price as the amount of money charged for a product or service, or the sum of values that customers exchange for benefits of having or using the product service”*, yang artinya harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan pelanggan untuk memperoleh manfaat dari penggunaan suatu barang atau jasa.

Sedangkan menurut Manus dan Lumanauw (2015:697) menyatakan bahwa harga adalah alat pembantu para pembeli untuk memperoleh produk atau jasa dengan manfaat terbaik berdasarkan kekuatan dan daya belinya.

Berdasarkan informasi-informasi tersebut, dapat disimpulkan bahwa harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan untuk memperoleh suatu barang atau jasa berdasarkan kualitas dari barang dan jasa yang akan dibeli.

##### **2. Indikator-Indikator Harga**

Menurut Kotler dan Keller (2016:325) ada tiga hal yang mencirikan harga yaitu:

a. Fungsi Biaya (*Cost Function*)

Indikator yang meliputi adalah keterjangkauan dan harga diskon.

b. Fungsi Pesaing (*Competitor Price*)

Indikator yang meliputi adalah perbandingan harga dengan harga produk pesaing dan harga tertinggi dan harga terendah.

c. Penilaian Pelanggan (*Customer Value*)

Indikator yang meliputi adalah kesesuaian harga dengan nilai yang diterima pelanggan dan kesesuaian harga dengan kualitas.

### **3. Tujuan Penetapan Harga**

Sebelum masuk dalam metode penetapan harga harus dengan pertimbangan atas tujuan penentuan harga. Tujuan-tujuan tersebut antara lain sebagai berikut:

a. Kelangsungan Hidup

Penentuan harga ditunjukkan untuk mencapai tingkat keuntungan yang diharapkan untuk menjamin kelangsungan hidup perusahaan.

b. Memaksimalkan Keuntungan

Penentuan harga untuk menjamin tercapainya keuntungan maksimal dalam periode waktu tertentu. Periode yang ditentukan akan tergantung pada siklus hidup dari produk yang bersangkutan.

c. Memaksimalkan Target Pasar

Penentuan harga untuk memenuhi target pasar. Perusahaan percaya bahwa meningkatkan volume penjualan akan menuju pada biaya per unit yang lebih rendah dan *profit* jangka panjang yang lebih tinggi.

d. Kepemimpinan Kualitas Produk

Penentuan harga mungkin ditujukan untuk pencapaian kepemimpinan kualitas produk. Beberapa *brand* berupaya menunjukkan bahwa produk mereka merupakan kemewahan yang terjangkau produk dicirikan oleh persepsi yang tinggi tetapi dalam jangkauan konsumen.

e. Memaksimalkan Pemasaran

Perusahaan berusaha untuk memperkenalkan produk dengan teknologi terbaru sehingga dapat menetapkan harga tinggi untuk memaksimalkan pemasaran (Rahayu, 2016).

#### 4. Metode Penetapan Harga

Menurut Kotler dan Amstrong (2015:467) mengungkapkan keputusan-keputusan penetapan harga tergantung pada serangkaian kekuatan-kekuatan lingkungan dan pesaing yang sangat rumit. Perusahaan tidak hanya menetapkan satu harga tunggal, tetapi lebih berupa sebuah struktur penetapan harga yang mencakup barang yang berbeda disetiap lini produk.

Sedangkan menurut Khasanah (2018) metode penetapan harga terbagi menjadi 2 yaitu:

a. *Cost-Plus Pricing Method*

Dalam metode ini penjual menetapkan harga jual untuk satu unit barang yang besarnya sama dengan jumlah biaya per unit ditambah dengan suatu jumlah untuk menutup laba yang diinginkan pada unit tersebut.

b. *Mark Up Pricing Method*

*Mark up* merupakan kelebihan harga jual atas barang harga belinya. Metode ini sering dipakai oleh para pedagang karena pedagang akan menentukan harga jualnya setelah menambah harga beli dengan sejumlah *mark up*.

## **B. Persediaan**

### **1. Pengertian Persediaan**

Persediaan adalah salah satu jenis aktiva lancar yang jumlahnya cukup besar didalam suatu perusahaan. Dimana hal ini dapat dipahami dengan mudah karena persediaan ialah sebuah faktor yang penting dalam menentukan kelancaran operasi sebuah perusahaan (Syafitri, 2017).

Sedangkan menurut Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 14 persediaan adalah aset yang (IAI, 2018):

- a. Tersedia untuk dijual dalam kegiatan usaha biasa.
- b. Dalam proses produksi untuk penjualan tersebut.
- c. Dalam bentuk bahan atau perlengkapan untuk digunakan dalam proses produksi atau pemberian jasa (Ikatan Akuntan Indonesia).

Sehingga dapat disimpulkan bahwa persediaan adalah aset yang dimiliki pelaku usaha yang akan dijual oleh pelaku usaha.

## **2. Jenis-jenis Persediaan Pada Perusahaan**

Jenis-jenis persediaan dibedakan sesuai dengan jenis perusahaan itu sendiri yaitu:

### **a. Perusahaan Jasa**

Perusahaan jasa biasanya tidak memiliki persediaan.

### **b. Perusahaan Dagang**

Persediaan pada perusahaan dagang berupa barang yang dibeli dengan tujuan untuk dijual kembali kepada pelanggan.

### **c. Perusahaan Manufaktur**

Persediaan pada perusahaan manufaktur terdiri dari bahan baku, barang dalam proses, dan barang jadi (Gea, 2017).

## **3. Metode Pencatatan Persediaan**

Pencatatan atas persediaan yang dimiliki pelaku usaha akan berpengaruh langsung terhadap keseluruhan proses akuntansi dan melakukan pencatatan atas aktivitas perusahaan.

Menurut Widjananda (2019) pencatatan persediaan terbagi menjadi 2 metode yaitu:

### **a. Metode Periodik**

Metode periodik atau fisik adalah pencatatan persediaan yang dilakukan tidak secara kontinyu, atau pencatatan dilakukan per satu periode akuntansi.

b. Metode Perpetual

Metode Perpetual adalah metode pencatatan persediaan barang yang dilakukan setiap kali terjadi mutasi persediaan seperti pembelian, penjualan, dan *retur*.

Selain itu ada kelebihan dan kekurangan dari metode pencatatan tersebut. Berikut kelemahan dan kelebihan dari metode periodik dan perpetual:

1) Kelebihan dan Kekurangan Metode Periodik

a) Kelebihan Metode Periodik

Tidak memerlukan tenaga khusus untuk mencatat setiap saat sehingga dapat menghemat biaya.

b) Kekurangan Metode Periodik

Besarnya persediaan barang tidak diketahui setiap saat, apabila ingin mengetahui jumlah persediaan barang harus menghitung secara fisik, dan apabila terjadi kehilangan barang tidak diketahui dengan segera sehingga menimbulkan masalah yang lebih rumit.

2) Kelebihan dan Kekurangan Metode Perpetual

a) Kelebihan Metode Perpetual

Besarnya persediaan barang dagang dapat diketahui setiap saat melalui catatan akuntansi tanpa harus menghitung secara fisik barang di gudang.

b) Kekurangan Metode Perpetual

Memerlukan tenaga tambahan untuk mencatat persediaan secara kontiyu (Widjananda, 2019).

**Tabel 2.1 Perbedaan Pencatatan Metode Periodik dan Perpetual**

Transaksi	Metode Periodik	Metode Perpetual
Pembelian Barang Dagangan Tunai/Kredit	Pembelian xxx	Persediaan Barang Dagang xxx
	Kas/Hutang Dagang xxx	Kas/Hutang Dagang xxx
Retur Pembelian	Kas/Hutang Dagang xxx	Kas/Hutang Dagang xxx
	Retur Pembelian xxx	Persediaan Barang Dagang xxx
Potongan Pembelian	Kas/Hutang Dagang xxx	Kas xxx
	Potongan Pembelian xxx	Persediaan Barang Dagang xxx
Beban Angkut Pembelian	Beban Angkut Pembelian xxx	Persediaan Barang Dagang xxx
	Kas xxx	Kas xxx
Penjualan Tunai/Kredit	Kas/Piutang xxx	Kas/Piutang Dagang xxx
	Penjualan xxx	Penjualan xxx
		Harga Pokok Penjualan xxx
		Persediaan Barang Dagang xxx
Retur Penjualan	Retur Penjualan xxx	Retur Penjualan xxx
	Kas/Piutang Dagang xxx	Kas/Piutang Dagang xxx
		Persediaan Barang Dagang xxx
		Harga Pokok Penjualan xxx
Potongan Penjualan	Potongan Penjualan xxx	Potongan Penjualan xxx
	Kas xxx	Kas xxx
Beban Angkut Penjualan	Beban Angkut Penjualan xxx	Beban Angkut Penjualan xxx
	Kas xxx	Kas xxx

Sumber : [www.akuntanonline.com](http://www.akuntanonline.com)

#### 4. Metode Penentuan Nilai Persediaan

Penetapan besarnya nilai persediaan akhir dapat diidentifikasi menggunakan metode penentuan nilai persediaan. Menurut Nurastuti (2018) terdapat beberapa metode penentuan nilai persediaan yaitu:

a. FIFO (*First In First Out*)

Metode ini dikembangkan berdasarkan asumsi yaitu masuk pertama keluar pertama, bahwa persediaan barang yang pertama dibeli adalah persediaan pertama yang dijual. Karena persediaan yang terjual

terdiri dari harga perolehan dari persediaan-persediaan yang pertama masuk, maka harga perolehan dari persediaan barang dan dagangan yang tersisa terdiri dari harga perolehan dari persediaan yang terakhir masuk.

Sedangkan menurut Hamonangan (2017) FIFO adalah suatu sistem penyimpanan barang yang dilakukan dengan sistem barang yang masuk terlebih dulu , yang juga keluar terlebih dulu.

Selain itu metode ini memiliki kelebihan dan kekurangan. Menurut Prihartini (2018) kelebihan dari metode FIFO yaitu nilai persediaan disajikan secara relevan di laporan posisi keuangan dan menghasilkan laba yang lebih besar. Sedangkan kekurangannya yaitu pajak yang dihasilkan menjadi lebih besar dan laba yang dihasilkan kurang akurat.

b. LIFO (*Last In First Out*)

Metode LIFO dikembangkan berdasarkan asumsi bahwa barang dagang yang terakhir dibeli adalah barang yang pertama kali dijual (Nurastuti, 2018).

Kelebihan dari metode ini adalah mudah membandingkan biaya sekarang dan pendapatan sekarang. Jika harga naik, harga barang konservatif laba operasi tidak tercemar oleh laba atau rugi fluktuasi harga.

Sedangkan kekurangannya ialah bertentangan dengan aliran fisik sesungguhnya dan tidak menunjukkan potensi jasa yang sesungguhnya.

c. *Average*

Metode ini dikembangkan untuk memberikan solusi antara metode FIFO dan metode LIFO. Pada metode ini penentuan harga perolehan persediaan barang dagangan tidak didasarkan pada harga persediaan yang pertama atau terakhir, melainkan diantara keduanya. Dengan begitu kelebihan dan kekurangan yang terdapat dalam metode FIFO dan LIFO tereliminasi pada posisi rata-rata (Nuastuti, 2018).

## **C. Harga Pokok Penjualan**

### **1. Pengertian Harga Pokok Penjualan**

Menurut Nuh (2017) harga pokok penjualan meruakan harga yang pokok dari barang yang dijual, harga pokok dari barang yang tersedia untuk dijual dikurangi dengan persediaan barang dagang.

Sedangkan menurut Ningsih (2016) harga pokok penjualan adalah biaya yang terlibat dalam proses pembuatan barang atau yang bisa dihubungkan langsung dengan proses yang membawa barang dagangan siap untuk dijual.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa harga pokok penjualan adalah biaya yang terlibat dalam proses pengumpulan barang dagang sehingga menghasilkan harga pokok barang yang akan dijual.

### **2. Manfaat Harga Pokok Penjualan**

Menurut Ningsing (2016) ada dua manfaat dari harga pokok penjualan yaitu:

- a. Sebagai patokan untuk menentukan harga jual.
- b. Untuk mengetahui laba yang diinginkan pelaku usaha. Apabila harga jual lebih besar dari harga pokok penjualan maka akan memperoleh laba dan jika sebaliknya jika harga jual lebih rendah dari harga pokok penjualan maka yang diperoleh adalah kerugian.

### 3. Perhitungan Harga Pokok Penjualan

Pada perusahaan atau pelaku usaha, jual beli barang harus menghitung harga pokok penjualan agar dapat menentukan harga jual dan agar dapat mengetahui berapa banyak laba yang dihasilkan. Berikut merupakan cara menghitung harga pokok penjualan sesuai kaidah akuntansi untuk memudahkan untuk menentukan harga pokok penjualan.

HARGA POKOK PENJUALAN	
Persediaan awal barang dagangan awal.....	Rp xxx
Pembelian.....	Rp xxx
Beban Angkut Pembelian.....	<u>Rp xxx +</u>
	Rp xxx
Retur Pembelian.....	Rp xxx
Potongan Pembelian.....	<u>Rp xxx +</u>
	<u>Rpxxx -</u>
Jumlah Pembelian Bersih.....	<u>Rp xxx+</u>
Barang tersedia untuk dijual (BTUD).....	Rp xxx
Persediaan Akhir barang dagangan.....	<u>Rp xxx-</u>
HPP.....	Rp xxx

Sumber : [www.zahiraccounting.com](http://www.zahiraccounting.com)

**Gambar 2.1 Perhitungan Harga Pokok Penjualan Perusahaan Dagang**

Persediaan awal bahan baku	xxx	
Pembelian	xxx	
Persediaan akhir bahan baku	(xxx)	+
Bahan Baku yang digunakan	xxx	
Tenaga Kerja Langsung	xxx	
Overhead Pabrik	xxx	+
Biaya Manufaktur/Produksi	xxx	
Persediaan barang dalam proses awal	xxx	
Persediaan barang dalam proses akhir	(xxx)	+
Harga Pokok Produksi	xxx	
Persediaan awal barang jadi	xxx	
Persediaan akhir barang jadi	(xxx)	+
Harga Pokok Penjualan	xxx	

Sumber : [www.manajemenkeuangan.net](http://www.manajemenkeuangan.net)

**Gambar 2.2 Perhitungan Harga Pokok Penjualan Perusahaan Manufaktur**