

ANALISIS BIAYA VARIABEL SEBAGAI DASAR PENENTUAN HARGA JUAL PRODUK

Kelvin Yudha Napitupulu¹; Redi Vadli S Saragih²; Yoga Bill Rano Manik³;
Hamonangan Siallagan⁴

FEB Program Studi Akuntansi, Universitas HKBP Nommensen Medan
Jln. Sutomo No. 4A, Perintis, Sumatra Utara, (061) 4522922
E-mail : redi.saragih@student.uhn.ac.id (Koresponding)

Abstract: Determining the appropriate selling price is a crucial factor in maintaining a company's profitability and competitiveness. This study aims to examine the application of the variable costing method as a basis for determining product selling prices and its benefits for managerial decision-making based on a synthesis of various previous studies. The research method used is a literature review by analyzing scientific journal articles relevant to the fields of management accounting and cost management. The results of the literature review indicate that conventional calculations of the cost of goods manufactured (COGM) using the full costing method often lead to rigid pricing decisions in fluctuating market conditions. In contrast, the application of the variable costing method provides contribution margin information that helps management determine selling prices more flexibly, competitively, and accurately for short-term decision-making.

Keywords: *Variable Costing, Cost of Goods Manufactured, Selling Price, Management Accounting*

Dalam era persaingan bisnis yang semakin kompetitif, perusahaan dituntut mampu mengelola sumber daya secara efektif dan efisien guna mempertahankan kelangsungan usaha. Salah satu faktor penting yang memengaruhi keberhasilan perusahaan adalah kemampuan manajemen dalam menentukan harga jual produk secara tepat. Penetapan harga jual yang tepat tidak hanya berpengaruh terhadap tingkat laba perusahaan, tetapi juga menentukan daya saing produk di pasar. Harga jual yang terlalu tinggi dapat menyebabkan produk sulit bersaing dan menurunkan minat konsumen, sedangkan harga jual yang terlalu rendah dapat mengurangi keuntungan perusahaan bahkan menimbulkan kerugian. Oleh karena itu, perusahaan memerlukan informasi biaya yang akurat sebagai dasar pengambilan keputusan manajemen, khususnya dalam menentukan harga jual produk (Fernanda Agustin et al., 2022).

Akuntansi manajemen merupakan salah satu cabang ilmu akuntansi yang berfungsi menyediakan informasi keuangan maupun nonkeuangan untuk membantu

manajemen dalam melakukan perencanaan, pengendalian, dan pengambilan keputusan. Salah satu informasi penting dalam akuntansi manajemen adalah informasi mengenai biaya produksi karena biaya produksi berkaitan langsung dengan proses penentuan harga jual produk (Albertini Noveritas Putri Darabogar et al., 2024). Berdasarkan perilakunya, biaya secara umum diklasifikasikan menjadi biaya tetap (*fixed cost*) dan biaya variabel (*variable cost*) (Mulyadi, 2016). Pemisahan biaya tersebut penting karena akan memengaruhi ketepatan informasi biaya yang digunakan manajemen dalam menentukan kebijakan perusahaan.

Harga pokok produksi merupakan seluruh biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam proses pengolahan bahan baku menjadi produk jadi yang siap dijual. Dalam akuntansi biaya terdapat dua metode utama dalam penentuan harga pokok produksi, yaitu *full costing* dan *variable costing*. Metode *full costing* membebankan seluruh komponen biaya produksi, baik biaya tetap maupun biaya

variabel, ke dalam harga pokok produk (Garrison et al., 2015). Sementara itu, metode *variable costing* hanya memperhitungkan biaya-biaya produksi yang bersifat variabel seperti biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead variabel* ke dalam harga pokok produksi. Biaya tetap diperlakukan sebagai biaya periode dan langsung dibebankan pada laporan laba rugi periode berjalan (Hansen & Mowen, 2017).

Metode *variable costing* dinilai lebih efektif dalam membantu manajemen mengambil keputusan jangka pendek, terutama dalam menentukan harga jual produk. Hal ini karena metode *variable costing* mampu menunjukkan perubahan biaya produksi secara lebih realistis sesuai dengan volume produksi sehingga perusahaan dapat menentukan harga jual secara lebih *fleksibel* dan kompetitif melalui pendekatan margin kontribusi. Dalam pendekatan ini, harga jual ditentukan dengan menambahkan sejumlah markup tertentu di atas biaya variabel per unit untuk menutup biaya tetap dan memperoleh laba yang diinginkan (Samryn, 2015).

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa penggunaan metode *variable costing* mampu memberikan informasi biaya yang lebih relevan dibandingkan metode *full costing*. Penelitian pada beberapa UMKM menunjukkan bahwa metode *variable costing* menghasilkan perhitungan harga pokok produksi yang lebih dinamis karena berfokus pada unsur biaya *variabel* (Febrianti & Rahmadani, 2022). Selain itu, metode ini juga membantu perusahaan dalam melakukan pengendalian biaya, perencanaan laba, serta pengambilan keputusan strategis jangka pendek seperti penetapan harga minimum dan penerimaan pesanan khusus.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat diketahui bahwa analisis biaya variabel memiliki peranan penting dalam membantu perusahaan menentukan harga jual produk secara tepat dan kompetitif. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis

penerapan metode *variable costing* sebagai dasar penentuan harga jual produk serta manfaatnya bagi pengambilan keputusan manajemen perusahaan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kepustakaan (*literature review*). Penelitian dilakukan dengan mengumpulkan dan menganalisis berbagai literatur ilmiah yang berkaitan dengan metode *variable costing* serta penentuan harga jual produk dalam akuntansi manajemen. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang diperoleh dari jurnal ilmiah, buku, artikel penelitian, dan referensi lain yang relevan dengan topik penelitian.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran literatur dari berbagai sumber akademik seperti *Google Scholar*, Garuda, dan jurnal-jurnal ilmiah yang membahas analisis biaya variabel dan penetapan harga jual produk. Literatur yang digunakan dipilih berdasarkan kesesuaian tema dan relevansi pembahasan agar data yang diperoleh dapat mendukung tujuan penelitian.

Teknik analisis data dilakukan dengan cara membaca, mengidentifikasi, membandingkan, dan mensintesis hasil penelitian terdahulu mengenai penerapan metode *variable costing*. Selanjutnya, hasil analisis tersebut digunakan untuk mengetahui bagaimana metode *variable costing* diterapkan dalam menentukan harga jual produk serta manfaatnya dalam membantu pengambilan keputusan manajemen perusahaan, khususnya keputusan jangka pendek.

HASIL

Hasil kajian literatur menunjukkan bahwa metode *variable costing* memiliki peranan penting dalam membantu perusahaan menentukan harga jual produk secara lebih fleksibel, kompetitif, dan relevan dengan kondisi pasar. Berdasarkan berbagai penelitian terdahulu, metode penentuan harga pokok produksi yang masih

menggunakan pendekatan *full costing* cenderung menghasilkan harga pokok produksi yang lebih tinggi karena seluruh unsur biaya produksi, baik biaya variabel maupun biaya tetap, dibebankan ke dalam produk. Kondisi tersebut menyebabkan harga jual produk menjadi kurang fleksibel terutama ketika volume produksi mengalami penurunan atau ketika perusahaan menghadapi persaingan pasar yang ketat (Nafisah et al., 2021).

Sebaliknya, metode *variable costing* hanya memperhitungkan biaya-biaya produksi yang bersifat variabel seperti biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead variabel ke dalam harga pokok produksi. Dengan pendekatan tersebut, perusahaan dapat mengetahui besarnya biaya variabel yang benar-benar melekat pada setiap unit produk sehingga penentuan harga jual dapat dilakukan secara lebih realistis dan sesuai dengan kondisi pasar yang dinamis.

Hasil penelitian terdahulu juga menunjukkan bahwa penerapan metode *variable costing* mampu menghasilkan informasi margin kontribusi yang sangat berguna bagi pihak manajemen. Informasi margin kontribusi membantu perusahaan mengetahui besarnya kontribusi setiap produk dalam menutupi biaya tetap dan menghasilkan laba. Dengan adanya informasi tersebut, manajemen dapat lebih mudah menentukan kebijakan harga minimum produk, menerima pesanan khusus, serta menyusun strategi penjualan yang lebih kompetitif tanpa mengurangi kemampuan perusahaan dalam menutupi biaya operasionalnya.

Selain itu, beberapa penelitian menunjukkan bahwa metode *variable costing* lebih efektif digunakan dalam pengambilan keputusan jangka pendek dibandingkan metode *full costing*. Hal ini disebabkan karena informasi biaya yang dihasilkan lebih relevan untuk menggambarkan perubahan biaya sesuai dengan volume produksi. Metode ini juga membantu perusahaan dalam melakukan pengendalian biaya serta perencanaan laba jangka pendek secara lebih efektif.

Hasil kajian lainnya menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan metode

variable costing cenderung lebih mudah mengevaluasi tingkat profitabilitas produk dan menentukan strategi penjualan yang sesuai dengan kondisi pasar. Dalam kondisi persaingan usaha yang tinggi, metode *variable costing* membantu perusahaan mempertahankan daya saing melalui penetapan harga jual yang lebih fleksibel dan efisien.

Dengan demikian, berdasarkan berbagai hasil penelitian terdahulu, metode *variable costing* dapat menjadi alternatif yang efektif dalam menentukan harga jual produk karena mampu memberikan informasi biaya yang lebih akurat, relevan, dan mendukung pengambilan keputusan manajemen perusahaan, khususnya dalam keputusan operasional jangka pendek.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil kajian literatur yang telah dilakukan, metode *variable costing* terbukti memiliki peranan penting dalam membantu perusahaan menentukan harga jual produk secara lebih efektif dibandingkan metode *full costing*. Perbedaan utama kedua metode tersebut terletak pada perlakuan terhadap biaya tetap. Dalam metode *full costing*, seluruh biaya produksi baik biaya variabel maupun biaya tetap dibebankan ke dalam harga pokok produksi. Akibatnya, nilai harga pokok produksi menjadi lebih tinggi karena biaya tetap dialokasikan ke setiap unit produk yang dihasilkan. Kondisi ini menyebabkan harga jual produk cenderung kurang fleksibel, terutama ketika volume produksi mengalami penurunan.

Menurut Mulyadi (2016), metode *full costing* bertujuan untuk menentukan harga pokok produk secara menyeluruh dengan memasukkan seluruh unsur biaya produksi ke dalam produk yang dihasilkan. Namun, ketika kapasitas produksi tidak optimal, biaya tetap per unit akan meningkat sehingga harga pokok produksi menjadi lebih besar. Akibatnya, harga jual yang ditetapkan perusahaan berpotensi kurang kompetitif di pasar.

Ketika volume produksi menurun,

biaya tetap per unit produk akan meningkat sehingga perusahaan harus menetapkan harga jual yang lebih tinggi agar seluruh biaya produksi dapat tertutupi. Situasi tersebut dapat mengurangi daya saing perusahaan di pasar karena harga produk menjadi lebih mahal dibandingkan produk pesaing. Hal ini sejalan dengan Nafisah et al. (2021) yang menyatakan bahwa metode full costing sering kali menghasilkan keputusan harga yang kurang fleksibel dalam kondisi pasar yang fluktuatif. Teori Cost-Volume-Profit (CVP) yang dikemukakan oleh Garrison, Noreen, dan Brewer (2015) juga menjelaskan bahwa perubahan volume produksi akan memengaruhi biaya tetap per unit sehingga dapat berdampak pada keputusan penetapan harga dan laba perusahaan.

Sebaliknya, metode variable costing hanya memperhitungkan biaya-biaya produksi yang bersifat variabel seperti biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead variabel ke dalam harga pokok produksi. Sementara itu, biaya tetap diperlakukan sebagai biaya periode dan langsung dibebankan pada laporan laba rugi. Pendekatan ini menghasilkan informasi biaya yang lebih relevan karena biaya yang dihitung benar-benar mencerminkan perubahan volume produksi perusahaan.

Hansen dan Mowen (2017) menjelaskan bahwa variable costing merupakan metode yang mampu menyediakan informasi biaya yang lebih relevan untuk pengambilan keputusan manajerial karena hanya memasukkan biaya yang berubah secara langsung akibat aktivitas produksi. Dengan demikian, informasi biaya yang dihasilkan lebih sesuai untuk perencanaan dan pengendalian operasional dibandingkan informasi yang dihasilkan oleh metode full costing.

Melalui metode variable costing, perusahaan dapat mengetahui besarnya biaya variabel yang melekat pada setiap unit produk sehingga penentuan harga jual dapat dilakukan secara lebih realistis sesuai kondisi pasar. Perusahaan juga menjadi lebih fleksibel dalam menentukan strategi harga karena tidak harus membebankan seluruh biaya tetap ke

dalam harga jual produk. Dengan demikian, perusahaan dapat menetapkan harga yang lebih kompetitif tanpa mengabaikan tingkat profitabilitas usaha.

Pendekatan ini sejalan dengan teori pricing berbasis biaya (cost-based pricing) yang menyatakan bahwa harga jual dapat ditentukan berdasarkan biaya yang relevan ditambah margin laba yang diinginkan (Horngren et al., 2018). Dalam kondisi persaingan yang tinggi, biaya variabel sering menjadi dasar yang lebih relevan dalam menentukan harga minimum dibandingkan biaya total karena mencerminkan biaya tambahan yang benar-benar timbul akibat produksi suatu produk.

Selain itu, hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa metode variable costing menghasilkan informasi margin kontribusi yang sangat berguna bagi manajemen perusahaan. Margin kontribusi merupakan selisih antara penjualan dengan biaya variabel yang menunjukkan besarnya kontribusi produk dalam menutupi biaya tetap dan menghasilkan laba. Informasi margin kontribusi sangat penting dalam membantu manajemen mengambil keputusan jangka pendek, seperti menentukan harga minimum produk, menerima pesanan khusus, serta menentukan strategi promosi dan diskon produk.

Menurut Garrison et al. (2015), konsep margin kontribusi merupakan inti dari analisis Cost-Volume-Profit (CVP). Margin kontribusi menunjukkan kemampuan suatu produk dalam menghasilkan keuntungan setelah biaya variabel tertutupi. Semakin besar margin kontribusi yang dihasilkan, semakin besar pula kemampuan perusahaan dalam menutup biaya tetap dan memperoleh laba. Oleh karena itu, informasi margin kontribusi menjadi dasar penting dalam pengambilan keputusan manajerial jangka pendek.

Dalam kondisi tertentu, perusahaan sering menghadapi pesanan khusus dengan harga yang lebih rendah dari harga jual normal. Jika menggunakan pendekatan full costing, pesanan tersebut sering dianggap

merugikan karena harga yang ditawarkan tidak mampu menutupi seluruh biaya produksi termasuk biaya tetap. Namun, melalui pendekatan *variable costing*, perusahaan dapat menilai bahwa pesanan khusus masih layak diterima selama harga jual yang ditawarkan mampu menutupi biaya variabel dan memberikan margin kontribusi positif. Dengan demikian, perusahaan tetap memperoleh tambahan keuntungan untuk membantu menutupi biaya tetap perusahaan. Teori pengambilan keputusan relevan (*relevant cost theory*) yang dikemukakan oleh Horngren et al. (2018) menjelaskan bahwa hanya biaya yang berubah akibat suatu keputusan yang perlu dipertimbangkan dalam proses pengambilan keputusan. Dalam konteks pesanan khusus, biaya tetap umumnya tidak berubah sehingga biaya variabel menjadi dasar utama dalam menentukan apakah pesanan tersebut layak diterima atau ditolak.

Penggunaan metode *variable costing* juga membantu perusahaan dalam melakukan pengendalian biaya dan perencanaan laba jangka pendek secara lebih efektif. Informasi biaya yang dihasilkan lebih sederhana dan mudah dianalisis sehingga manajemen dapat mengevaluasi tingkat profitabilitas produk dengan lebih cepat. Perusahaan dapat mengetahui produk mana yang memberikan kontribusi laba terbesar dan produk mana yang kurang menguntungkan sehingga keputusan operasional dapat dilakukan secara lebih tepat.

Menurut Samryn (2015), salah satu fungsi utama akuntansi manajemen adalah menyediakan informasi biaya yang relevan untuk perencanaan dan pengendalian perusahaan. *Variable costing* mampu mendukung fungsi tersebut karena memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai hubungan antara biaya, volume penjualan, dan laba perusahaan.

Di samping itu, metode *variable costing* dinilai lebih sesuai digunakan dalam kondisi persaingan usaha yang tinggi dan perubahan pasar yang cepat. Dalam kondisi pasar yang fluktuatif, perusahaan membutuhkan metode penentuan harga yang

lebih adaptif agar mampu mempertahankan daya saing produk. Dengan informasi biaya variabel yang lebih relevan, perusahaan dapat menyesuaikan harga jual produk secara lebih cepat tanpa harus menunggu perubahan alokasi biaya tetap.

Pandangan ini didukung oleh teori keunggulan bersaing (*competitive advantage*) dari Porter (1985) yang menyatakan bahwa efisiensi biaya merupakan salah satu strategi utama untuk memenangkan persaingan pasar. Dengan memahami biaya variabel secara akurat, perusahaan dapat menerapkan strategi kepemimpinan biaya (*cost leadership*) dan menawarkan harga yang lebih kompetitif dibandingkan pesaing.

Berdasarkan berbagai hasil penelitian terdahulu, dapat diketahui bahwa penerapan metode *variable costing* tidak hanya berfungsi sebagai metode perhitungan harga pokok produksi, tetapi juga sebagai alat bantu manajemen dalam pengambilan keputusan strategis perusahaan. Informasi biaya yang lebih fleksibel, relevan, dan akurat memungkinkan perusahaan meningkatkan efisiensi biaya, mempertahankan daya saing produk, serta mengoptimalkan laba perusahaan sesuai dengan kondisi pasar yang terus berubah. Temuan ini sejalan dengan teori akuntansi manajemen yang menyatakan bahwa informasi biaya yang relevan merupakan faktor penting dalam meningkatkan kualitas keputusan manajerial dan efektivitas strategi perusahaan (Siregar et al., 2014).

SIMPULAN

Berdasarkan hasil kajian literatur yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa metode *variable costing* merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang lebih efektif dalam membantu perusahaan menentukan harga jual produk dibandingkan metode *full costing*, terutama untuk pengambilan keputusan jangka pendek. Metode *variable costing* hanya memperhitungkan biaya-biaya produksi yang bersifat variabel ke dalam harga pokok produksi sehingga menghasilkan informasi

biaya yang lebih relevan, fleksibel, dan sesuai dengan kondisi pasar.

Penerapan metode *variable costing* juga mampu memberikan informasi margin kontribusi yang membantu manajemen dalam menentukan strategi harga, menerima pesanan khusus, melakukan pengendalian biaya, serta merencanakan laba jangka pendek. Selain itu, metode ini membantu perusahaan meningkatkan daya saing produk karena harga jual dapat ditentukan secara lebih realistis dan kompetitif.

Dengan demikian, metode *variable costing* tidak hanya berfungsi sebagai metode perhitungan biaya produksi, tetapi juga sebagai alat bantu manajemen dalam pengambilan keputusan operasional perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan dapat mempertimbangkan penggunaan metode *variable costing* sebagai dasar penentuan harga jual produk guna meningkatkan efisiensi biaya dan profitabilitas perusahaan.

DAFTAR RUJUKAN

- Darabogar, A. N. P., et al. (2024). *Akuntansi Manajemen dan Penentuan Harga Pokok Produksi*. Jurnal Akuntansi dan Manajemen, 12(1), 45–56.
- Febrianti, R., & Rahmadani, S. (2022). Analisis Metode *Variable Costing* dalam Penentuan Harga Jual Produk pada UMKM. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*, 8(2), 120–129.
- Fernanda Agustin, et al. (2022). Pengaruh informasi biaya terhadap pengambilan keputusan manajemen dalam penentuan harga jual produk. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(3), 88–97.
- Garrison, R. H., Noreen, E. W., & Brewer, P. C. (2015). *Managerial Accounting* (15th ed.). New York: McGraw-Hill Education.
- Garrison, R. H., Noreen, E. W., & Brewer, P. C. (2015). *Managerial accounting* (15th ed.). McGraw-Hill Education.
- Hansen, D. R., & Mowen, M. M. (2017). *Managerial Accounting* (9th ed.). Boston: Cengage Learning.
- Hansen, D. R., & Mowen, M. M. (2017). *Managerial accounting* (9th ed.). Cengage Learning.
- Hornngren, C. T., Datar, S. M., & Rajan, M. V. (2018). *Cost accounting: A managerial emphasis* (16th ed.). Pearson.
- Mulyadi. (2016). *Akuntansi Biaya* (5th ed.). Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Nafisah, et al. (2021). Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode *Full Costing* dan *Variable Costing*. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 9(1), 34–42.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press.
- Samryn, L. M. (2015). *Akuntansi Manajemen: Informasi Biaya untuk Mengendalikan Aktivitas Operasi dan Investasi*. Jakarta: Kencana.
- Siregar, B., et al. (2014). *Akuntansi Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat.
- Suryati. (2021). Analisis penetapan harga jual produk pada UMKM berdasarkan perhitungan biaya produksi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 7(2), 55–63.
- Wachyu, et al. (2021). Penerapan Metode *Variable Costing* dalam Pengambilan Keputusan Penetapan Harga Jual Produk. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen Bisnis*, 6(1), 70–79.