

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Akuntansi Biaya

Polimenni dan Cashin (2015) menyatakan akuntansi biaya adalah proses pengidentifikasian, perangkuman, dan penafsiran berbagai informasi yang diperlakukan untuk perencanaan, pengambilan keputusan manajemen, dan penghitungan biaya atau harga pokok barang yang diproduksi. Akuntansi biaya dalam perhitungan harga pokok produksi berperan untuk menetapkan, menganalisa, serta melaporkan pos-pos biaya yang mendukung laporan keuangan sehingga dapat menunjukkan data yang wajar.

Mulyadi(2007:1) menyatakan akuntansi biaya adalah sistem informasi yang menghasilkan informasi biaya dan informasi operasi untuk memberdayakan personel organisasi dalam pengelolaan aktivitas dan pengambilan keputusan yang lain, yang mengandung tiga frasa penting yaitu pertama sistem informasi, kedua informasi biaya dan informasi operasi dan ketiga pengelolaan aktivitas dan pengambilan keputusan yang lain.

Proses pencatatan, penggolongan, peringkasan, penyajian, serta penafsiran informasi biaya adalah tergantung untuk siapa proses tersebut ditujukan. Proses akuntansi biaya dapat ditujukan untuk memenuhi kebutuhan pemakai luar perusahaan. Dalam hal ini proses akuntansi biaya harus memperhatikan karakteristik akuntansi keuangan. Dengan demikian akuntansi biaya dapat merupakan bagian akuntansi keuangan. Proses akuntansi biaya dapat ditujukan pula untuk memenuhi kebutuhan pemakai dalam perusahaan.

Dalam hal ini akuntansi biaya harus memperhatikan karakteristik akuntansi manajemen. Dengan demikian akuntansi biaya merupakan bagian dari akuntansi manajemen. Akuntansi biaya mempunyai tiga tujuan pokok: penentu biaya produk, pengendalian biaya, dan pengambilan keputusan khusus. Untuk memenuhi tujuan penentuan biaya produk akuntansi biaya mencatat, menggolongkan, dan meringkas biaya-biaya pembuatan produk atau penyerahan jasa. Biaya yang dikumpulkan dan disajikan adalah biaya yang terjadi dimasa yang lalu atau biaya historis. Umumnya akuntansi biaya untuk pemenuhan biaya ini ditujukan untuk memenuhi kebutuhan pihak luar perusahaan.

Oleh karena itu untuk melayani kebutuhan pihak luar tersebut, akuntansi biaya untuk penentuan biaya produk tunduk pada prinsip-prinsip akuntansi yang lazim. Disamping itu penentuan biaya produk juga digunakan untuk memenuhi kebutuhan manajemen. Penentuan biaya produk tunduk pada prinsip – prinsip akuntansi yang lazim. Penendalian biaya harus didahului dengan penentuan biaya yang seharusnya dikeluarkan untuk memproduksi satu satuan produk.

B. Biaya dan penggolongan biaya

1. Definisi Biaya

Kebutuhan akan data biaya berbeda – beda dan biaya – biaya dihitung berdasarkan kondisi, dan tujuan yang berbeda – beda serta untuk keperluan pihak – pihak yang berbeda pula. Menurut Mulyadi (2015: 8) biaya (*expense*) adalah kas sumber daya yang telah di keluarkan

untuk mewujudkan tujuan tertentu dan ada 4 unsur pokok dalam biaya yaitu:

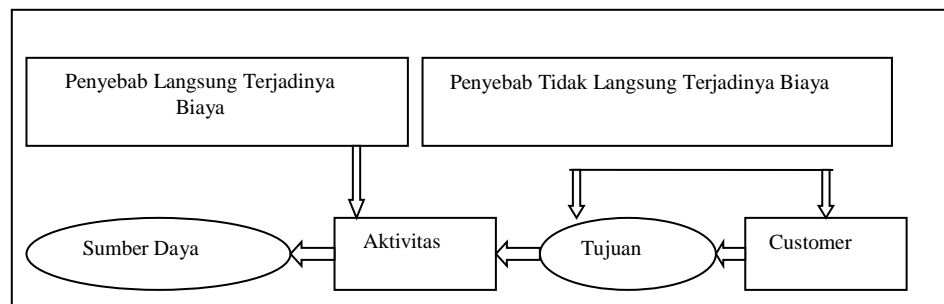
- a. Biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi
- b. Diukur dengan satuan uang
- c. Yang telah terjadi atau secara potensial akan terjadi
- d. Pengorbanan tersebut untuk tujuan tertentu.

Hansen dan Mowen (2009:47) berpendapat biaya adalah nilai yang dapat dipersamakan dengan kas yang dapat diuangkan yang dikeluarkan untuk produk atau jasa yang nantinya dari pengeluaran-pengeluaran tersebut dapat dimanfaatkan.

2. Faktor yang menjadi penyebab terjadinya biaya

Gambar 2.1

Faktor yang menjadi penyebab terjadinya suatu biaya.



Sumber : Buku Activity Based Cost System Mulyadi (2007: 7)

Tujuan pengorbanan sumber daya adalah untuk menyediakan produk atau jasa guna memenuhi kebutuhan tertentu konsumen. Untuk mewujudkan penyediaan produk atau jasa tersebut diperlukan aktivitas dan aktifitas ini mengkonsumsi sumber daya. Dengan demikian, aktivitas merupakan penyebab langsung terjadinya suatu biaya. Penyediaan produk atau jasa merupakan penyebab suatu aktivitas dilaksanakan.

Produk atau jasa merupakan sesuatu yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan tertentu konsumen.

3. Penggolongan Biaya

Mulyadi (2005:13) mengatakan dalam akuntansi biaya, biaya digolongkan dengan berbagai cara. Umumnya penggolongan biaya ini ditentukan atas dasar tujuan yang hendak dicapai dengan penggolongan tersebut, penggolongan biaya menurut:

a. Objek pengeluaran, merupakan dasar penggolongan biaya. Misalnya nama objek pengeluaran adalah satu unit lemari, maka semua pengeluaran yang berhubungan dengan satu unit lemari disebut biaya lemari.

b. Fungsi pokok dalam perusahaan, dalam perusahaan manufaktur ada tiga fungsi pokok yaitu:

1) Biaya produksi. Merupakan biaya – biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Menurut objek pengeluarannya secara garis besar biaya produksi ini dibagi menjadi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya penggolongan biaya *overhead* pabrik. Biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung disebut dengan istilah biaya utama (*prime cost*), sedangkan biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik sering disebut dengan istilah biaya konversi (*conversion cost*), yang merupakan biaya mengkonversi (mengubah) bahan baku menjadi produk jadi.

2) Biaya pemasaran. Merupakan biaya – biaya yang terjadi untuk

melaksanakan kegiatan pemasaran produk. Contohnya: adalah biaya iklan, biaya promosi, biaya angkutan dari gudang perusahaan ke pembeli.

- 3) Biaya administrasi dan umum. Merupakan biaya-biaya untuk mengkoordinasi kegiatan produksi dan pemasaran produk. Contoh biaya ini adalah: biaya gaji karyawan bagian keuangan, akuntansi, personalia, dan bagian hubungan masyarakat. Jumlah biaya pemasaran dan biaya administrasi dan umum sering disebut dengan istilah biaya komersial.

c. Hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai. Sesuatu yang dibiayai dapat berupa produk atau departemen. Dalam hubungannya dengan sesuatu yang dibiayai biaya dapat dikelompokkan menjadi dua golongan yaitu biaya langsung (*direct cost*) dan biaya tidak langsung (*indirect cost*), dalam hubungannya dengan departemen biaya dibagi menjadi dua golongan yaitu biaya langsung departemen dan biaya tidak langsung departemen.

- 1) Biaya langsung. Biaya langsung adalah biaya yang terjadi, yang penyebab satu-satunya adalah karena adanya sesuatu yang dibiayai. Jika sesuatu yang dibiayai tersebut tidak ada, maka biaya langsung ini tidak akan terjadi. Biaya produksi langsung terdiri dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Biaya langsung departemen (*direct departmental cost*) adalah semua biaya yang terjadi didalam departemen tertentu. Contohnya adalah biaya tenaga kerja yang bekerja dalam departemen pemeliharaan

pemeliharaan dan biaya depresiasi mesin yang dipakai dalam departemen tersebut.

- 2) Biaya tidak langsung. Biaya tidak langsung adalah biaya yang terjadi tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai. Biaya tidak langsung dalam hubungannya dengan produk disebut dengan istilah biaya produksi tidak langsung atau biaya *overhead* pabrik. Biaya ini tidak mudah diidentifikasi dengan produk tertentu. Gaji karyawan yang mengawasi pembuatan produk A, B, dan C merupakan biaya tidak langsung bagi produk A, B, dan C, karena gaji karyawan tersebut terjadi bukan hanya karena perusahaan memproduksi salah satu produk tersebut, melainkan karena memproduksi ketiga jenis produk tersebut. Dalam hubungannya dengan departemen, biaya tidak langsung adalah biaya yang terjadi disuatu departemen, tetapi manfaatnya dinikmati oleh lebih dari satu departemen. Contohnya adalah biaya yang terjadi didepartemen tenaga listrik. Biaya ini dinikmati oleh departemen – departemen lain dalam perusahaan, baik untuk penerangan maupun untuk menggerakkan mesin dan alat yang menggunakan mesin.

d. Perilaku dalam hubungannya dengan perubahan volume aktivitas.

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

- 1) Biaya Variabel. Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan.

Contohnya biaya variabel adalah biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.

- 2) Biaya semivariabel. Biaya semivariabel adalah biaya yang berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Biaya semivariabel mengandung unsur biaya tetap dan biaya variabel.
- 3) Biaya *semifixed*. Biaya *semifixed* adalah biaya yang tetap untuk tingkat volume kegiatan tertentu dan berubah dengan jumlah yang konstan pada volume produksi tertentu.
- 4) Biaya tetap. Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap dalam kisar volume kegiatan tertentu. Contohnya gaji direktur produksi.

e. Penggolongan biaya atas dasar jangka waktu manfaatnya. Dalam jangka waktu manfaatnya biaya dibagi menjadi dua yaitu pengeluaran modal dan pengeluaran pendapatan.

- 1) Pengeluaran modal (*capital expenditure*), adalah biaya yang mempunyai manfaat lebih dari satu periode akuntansi . pengeluaran modal ini pada saat terjadinya dibebankan sebagai biaya aktiva, dan dibebankan dalam tahun – tahun yang menikmati manfaatnya dengan cara didepresiasi, diamortisasi, atau di delesi. Contoh pengeluaran modal adalah pengeluaran untuk pembelian aktiva tetap, untuk promosi, dan pengeluaran untuk riset pengembangan suatu produk.
- 2) Pengeluaran pendapatan (*revenue expenditures*), adalah biaya yang

hanya mempunyai manfaat dalam periode akuntansi terjadinya pengeluaran tersebut. Pada saat terjadinya, pengeluaran pendapatan ini dibebankan sebagai biaya dan dipertemukan dengan pendapatan yang diperoleh dari pengeluaran biaya tersebut. Contohnya biaya iklan, biaya telex, biaya tenaga kerja.

C. Harga Pokok Produk

1. Pengertian Harga Pokok Produk

Menurut Bastian (2008: 40) penentuan harga pokok adalah bagaimana memperhitungkan biaya kepada suatu produk atau pesanan atau jasa, yang dapat dilakukan dengan cara memasukan seluruh biaya produksi. Menurut Bustami (2007:49) 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 dikurangi persediaan produk dalam proses akhir. Harga pokok produksi terikat pada periode waktu tertentu. Harga pokok produksi akan sama dengan biaya produksi apabila tidak ada persediaan produk dalam proses awal dan akhir.

Berdasarkan definisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa harga pokok produksi merupakan semua biaya-biaya yang seharusnya dikeluarkan untuk memproduksi suatu barang atau jasa yang dinyatakan dalam satuan uang.

2. Manfaat penentuan harga pokok produk

Pada perusahaan yang produksinya berdasarkan pesanan, informasi

harga pokok produksi per pesanan bermanfaat bagi manajemen untuk (Mulyadi 2015: 39):

- a. Menentukan harga jual yang akan dibebankan kepada pemesan
- b. Mempertimbangkan penerimaan atau penolakan pesanan
- c. Memantau realisasi biaya produksi
- d. Menghitung laba atau rugi tiap pesanan
- e. Menentukan harga pokok persediaan produk jadi dan produk dalam proses.

D. Penentuan Harga Pokok Produk

Pengumpulan biaya produksi sangat ditentukan oleh cara produksi. Menurut Mulyadi (2005:17) cara memproduksi produk dapat dibagi menjadi dua macam: produksi atas dasar pesanan dan produksi massa. Perusahaan yang memproduksi besarkan pesanan melaksanakan pengolahan produknya atas dasar pesanan dari yang diterima dari pihak luar. Contoh perusahaan yang beroperasi berdasarkan pesanan antara lain adalah perusahaan percetakan, perusahaan mebel, perusahaan dok kapal. Perusahaan yang memproduksi berdasarkan produksi massa melaksanakan produksinya untuk memenuhi persediaan gudang. Contohnya antara lain adalah perusahaan semen, pupuk, makanan ternak, bumbu masak dan tekstil. Perusahaan yang memproduksi berdasarkan pesanan, mengumpulkan kos produksinya dengan menggunakan metode biaya pesanan dihitung dengan cara membagi total biaya produksi untuk pesanan yang bersangkutan.

Perusahaan yang memproduksi massa, dapat mengumpulkan biaya

produksinya dengan menggunakan metode biaya proses. Dalam metode ini biaya-biaya produksi dikumpulkan untuk periode tertentu dan biaya produksi per satuan produk yang dihasilkan dalam satuan periode tersebut dihitung dengan cara membagi total biaya produksi untuk periode tersebut dengan jumlah satuan produk yang dihasilkan dalam periode bersangkutan. Dalam menentukan harga pokok produk perusahaan.

E. Sistem Tradisional

Hansen dan Maryanne M. Mowen. (2000:57) menyatakan Sistem Tradisional adalah sistem akuntansi biaya yang mengasumsikan bahwa semua diklasifikasikan sebagai tetap atau variabel berkaitan dengan perubahan unit atau volume produk yang diproduksi. Adapun Blocher, Chen, dan Lin (2000:117) menyebutkan Sistem Tradisional adalah sistem penentuan Harga Pokok Produksi dengan mengukur sumber daya yang dikonsumsi dalam proporsi yang sesuai dengan jumlah produk yang dihasilkan.

Dari beberapa pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa Sistem Tradisional adalah sistem penentuan Harga Pokok Produksi yang menggunakan dasar pembebanan biaya sesuai dengan perubahan unit atau volume produk yang diproduksi. Sistem Tradisional didesain pada waktu teknologi manual digunakan untuk pencatatan transaksi keuangan. Sistem Tradisional didesain untuk perusahaan manufaktur. Oleh karena itu, biaya dibagi berdasarkan 3 fungsi pokok yaitu: Fungsi produksi, Fungsi pemasaran, dan fungsi administrasi dan umum.

Sistem Tradisional hanya membebankan biaya pada produk sebesar biaya produksinya. Biaya pemasaran serta administrasi dan umum tidak diperhitungkan ke dalam biaya produk, namun diperlakukan sebagai biaya usaha dan dikurangkan langsung dari laba bruto untuk menghitung laba bersih usaha. Oleh karena itu, dalam Sistem Tradisional biaya produknya terdiri dari tiga elemen yaitu:

1. Biaya Bahan Baku (BBB)

Bahan baku merupakan bahan yang membentuk bagian menyeluruh produk jadi. Bahan baku yang di olah dalam perusahaan manufaktur dapat di peroleh dari pembelian lokal, inport atau dari pengolahan sendiri. Di dalam memperoleh bahan baku, perusahaan tidak hanya mengeluarkan biaya sejumlah harga beli bahan baku saja, tetapi juga mengeluarkan biaya-biaya pembelian, pergudangan, dan biaya-biaya perolehan lain.

2. Biaya Tenaga Kerja Langsung (BTKL)

Tenaga kerja merupakan usaha fisik atau mental yang dikeluarkan karyawan untuk mengolah produk. Biaya tenaga kerja adalah harga yang di bebankan untuk penggunaan harga yang dibebankan untuk penggunaan tenaga kerja manusia tersebut. biaya tenaga kerja dapat di bagikan kedalam tiga golongan besar sebagai berikut: gaji dan upah, premi lembur, dan biaya-biaya yang berhubungan dengan tenaga kerja. Salah satu Cara adalah dengan mengalihkan tarif upah dengan jam kerja karyawan.

Dengan demikian untuk menentukan upah seorang karyawan perlu dikumpulkan data jumlah jam kerjanya berdasarkan selama periode waktu tertentu.

3. Biaya *Overhead* Pabrik (BOP)

Dalam perusahaan yang produksinya berdasarkan pesanan, biaya overhead pabrik di bebaskan kepada produk atas dasar tarif yang ditentukan di muka. Disamping itu, dalam perusahaan yang produksinya berdasarkan pesanan, manajemen memerlukan informasi harga pokok produksi persatuan pada saat pesanan selesai di kerjakan, sedangkan beberapa elemen biaya overhead pabrik ada yang baru dapat diketahui jumlahnya dengan pasti pada akhir periode. Dengan demikian, penggunaan tarif overhead pabrik yang di tentukan dimuka untuk membebaskan jenis biaya tersebut kepada produk merupakan suatu keharusan.

Ada tiga tahap yang harus dilakukan untuk menghitung tarif biaya overhead pabrik: menyusun anggaran biaya overhead pabrik, memilih dasar pembebanan dan menghitung tarif biaya overhead pabrik. Dasar yang dapat dipakai sebagai dasar pembebanan biaya overhead pabrik kepada produk adalah: satuan produk, biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, jam tenaga kerja langsung dan jam mesin.

F. *Activity Based Costing* (ABC)

1. Pengertian *Activity Based Costing* (ABC)

Garrison, Noreen dan Brewer (2006: 440) menyatakan “*Activity Based Costing* (ABC) adalah metode perhitungan biaya (*costing*) yang dirancang untuk menyediakan informasi biaya bagi manajer untuk keputusan startegis dan keputusan lainnya yang mungkin akan mempengaruhi kapasitas dan juga biaya tetap.”

Activity-Based Costing menurut Tunggal (2009: 435) adalah *costing system* yang menjadikan aktifitas individu sebagai dasar *cost object*-nya. Metode ini mengkalkulasikan biaya dari setiap aktifitas yang dilakukan untuk memproduksi suatu produk atau jasa dan mengassignnya kepada *cost object* (baik produk atau jasa).

Berdasarkan definisi diatas dapat diambil kesimpulan bahwa *Activity-Based Costing* merupakan perhitungan biaya yang menekankan pada aktivitas-aktivitas yang menggunakan jenis pemicu biaya lebih banyak sehingga dapat mengukur sumber daya yang digunakan oleh produk secara lebih akurat dan dapat membantu pihak manajemen dalam meningkatkan mutu pengambilan keputusan perusahaan. Sistem *Activity-Based Costing* tidak hanya difokuskan dalam perhitungan biaya produk secara akurat, namun dimanfaatkan untuk mengendalikan biaya melalui penyediaan informasi tentang aktivitas yang menjadi penyebab timbulnya biaya.

2. Konsep *Activity Based Costing System*

Ada 2 keyakinan dasar yang melandasi metode *Activity Based Costing* menurut Mulyadi (2007: 52-53) yaitu:

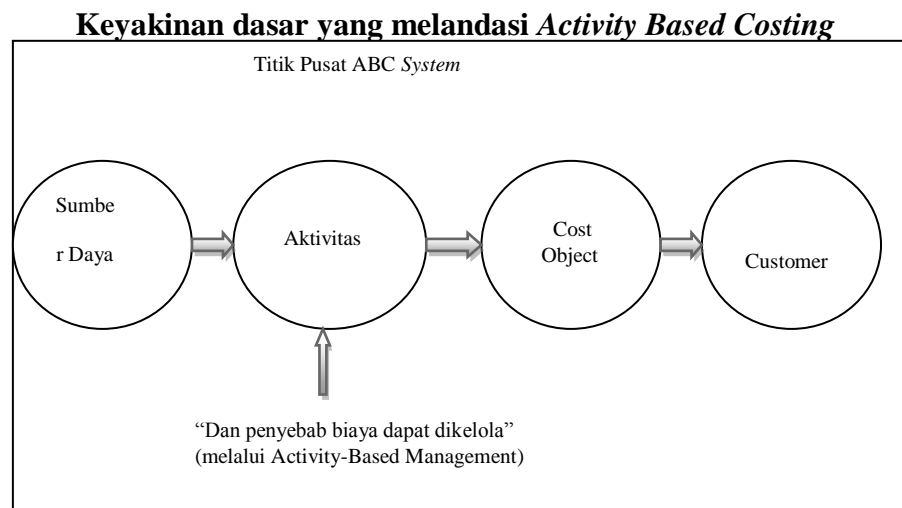
a. *Cost in caused*

Biaya ada penyebabnya dan penyebab biaya adalah aktivitas. Metode *Activity Based Costing* berangkat dari keyakinan dasar bahwa sumber daya menyediakan kemampuan untuk melaksanakan aktivitas, bukan hanya sekedar dalam menyebabkan akan timbulnya biaya - biaya yang dialokasikan.

b. *The causes of cost can be managed*

Penyebab terjadinya biaya yaitu aktivitas dapat diolah. Melalui pengolahan terhadap aktivitas yang menjadi penyebab terjadinya biaya, personel perusahaan dapat mempengaruhi biaya. Pada konsep ini dasar *Activity Based Costing* tersebut, biaya yang merupakan konsumsi sumber daya (seperti bahan, energy, tenaga kerja, dan modal) dihubungkan dengan aktivitas yang mengkonsumsi sumber daya tersebut. Dengan demikian melalui pengolahan aktivitas dengan baik untuk menghasilkan produk, manajemen akan mampu menghasilkan keunggulan kompetitif dalam jangka panjang. Dua keyakinan dasar yang melandasi *Activity Based Costing* tersebut dilukiskan lebih jelas pada gambar 2.2 dibawah ini:

Gambar 2.2



Sumber data: Mulyadi (2007:53)

3. Manfaat penerapan *Activity Based Costing*

Menurut Tunggal (2009: 440) *Activity Based Costing* membantu mengurangi distorsi yang disebabkan oleh alokasi biaya tradisional.

Activity Based Costing memberikan pandangan yang jelas tentang bagaimana komposisi perbedaan produk, jasa, dan aktivitas perusahaan yang memberi kontribusi sampai lini yang dasar dalam jangka panjang. Manfaat utama *Activity Based Costing* adalah:

- a. *Activity Based Costing* menyajikan biaya produk yang lebih akurat dan informatif, yang mengerahkan kepada pengukuran profitabilitas produk yang lebih akurat dan kepada keputusan stratejik yang lebih baik tentang penentuan harga jual, lini produk, pasar, dan pengeluaran modal.
- b. *Activity Based Costing* menyajikan pengukuran yang lebih akurat tentang biaya yang dipicu oleh adanya aktivitas, hal ini dapat membantu manajemen untuk meningkatkan *product value* dan *process value* dengan membuat keputusan yang lebih baik tentang desain produk, mengendalikan biaya secara lebih baik dan membantu perkembangan peningkatan *value*.
- c. *Activity Based Costing* manajer memberikan informasi tentang biaya yang relevan untuk pengambilan keputusan bisnis.

4. Aktivitas *Activity Based Costing*

Pada metode *Activity Based Costing*, aktivitas – aktivitas diklasifikasikan ke dalam satu dari empat kategori aktivitas umum. Pengklafikasian aktivitas kedalam kategori menurut Tunggal (2009: 435-436) dapat memfasilitasi proses pengukuran *cost* dari suatu produk, karena biaya dari tiap aktivitas yang dilakukan untuk memproduksi *output* memiliki *cost driver* yang berbeda antara satu dengan yang

lainnya. Aktivitas yang dilakukan pada proses produksi tersebut secara garis besar diklasifikasikan menjadi:

- a. Aktivitas berlevel unit (*unit level activities*). Terdiri dari aktivitas yang dilakukan untuk masing – masing *output* yang diproduksi. Sebagai contoh, aktivitas mesin dan perakitan merupakan aktivitas yang dilakukan untuk tiap unit yang diproduksi. Biaya dari setiap unit level aktivitas bervariasi sesuai dengan jumlah unit yang diproduksi.
- b. Aktivitas berlevel *batch*. Merupakan aktivitas yang dilakukan untuk masing-masing *batch* unit yang diproduksi. Biaya dari *batch level activities* bervariasi sesuai dengan jumlah *batch* yang diproduksi, tetapi biaya tersebut bersifat tetap untuk setiap unit dalam setiap *batch*. Sebagai contoh, aktivitas pemasangan, penjadwalan produksi, dan penanganan material.
- c. Aktivitas tingkat produk (*product level activities*). Merupakan aktivitas yang dilakukan untuk mendukung berbagai produk yang diproduksi oleh perusahaan. Aktivitas ini menggunakan masukan (*input*) yang bertujuan untuk mengembangkan dan memproduksi untuk dijual. Biaya dari aktivitas ini cenderung meningkat seiring dengan meningkatnya jumlah produk yang berbeda. Contoh dari aktivitas ini antara lain, perubahan pekerjaan mesin, proses pengerjaan mesin, dan pengembangan produk.
- d. Aktivitas berlevel fasilitas (*facility level activities*). Terdiri atas aktivitas yang dilakukan untuk mempertahankan proses produksi suatu pabrik secara keseluruhan. Aktivitas ini memberikan keuntungan bagi

perusahaan sampai tingkat tertentu, akan tetapi tidak memberikan keuntungan untuk satu spesifik produk. Sebagai contoh, manajemen pabrik, perbaikan lokasi, keamanan, pajak, dan penyusutan pabrik.

5. Kriteria Penetapan *Activity Based Costing System*

Dalam sebuah situs : <http://e-journal.uajy.ac.id/1284/3/2EA15430.pdf>

kriteria penetapan *Activity Based Costing System* :

a. Perusahaan menghasilkan beberapa jenis produk (*Diversitas*)

Activity Based Costing System tidak diperlukan untuk perusahaan yang hanya menghasilkan satu jenis produk karena tidak ada masalah dalam keakuratan pembebanan biaya. Diversitas produk mengakibatkan rasio-rasio konsumsi antara aktivitas – aktivitas berbasis unit dan non-unit berbeda – beda. Jika dalam suatu perusahaan mempunyai diversitas produk maka diperlukan penerapan sistem *Activity Based Costing system*. Namun jika berbagai jenis produk menggunakan aktivitas-aktivitas berbasis unit dan non-unit dengan rasio yang relatif sama, berarti diversitas produk relatif rendah sehingga tidak ada masalah jika tidak digunakan *Activity Based Costing System*.

b. Biaya – biaya yang rendah

Jika biaya-biaya ini jumlahnya rendah, maka sama sekali tidak ada masalah dalam pengalokasiannya pada tiap produk.

6. Tahap – tahap penerapan *Activity Based Costing system*

Tahap – tahap dalam melakukan perhitungan harga pokok produksi dengan *Activity Based Costing System* menurut Supriyono (2002) dalam bukunya V. Wiratna Sujarweni adalah sebagai berikut:

a. Tahap pertama

Tahap pertama untuk menentukan harga pokok produksi berdasarkan *Activity Based Costing system* terdiri dari 5 langkah yaitu:

1. Penggolongan berbagai aktivitas

Langkah pertama adalah mengklasifikasikan berbagai aktivitas kedalam beberapa kelompok yang mempunyai suatu interpretasi fisik yang mudah dan jelas serta cocok dengan segmen – segmen proses produksi yang dapat dikelola.

2. Penentuan berbagai biaya dengan berbagai aktivitas (*cost pool*)

Langkah kedua adalah menghubungkan berbagai biaya dengan setiap kelompok aktivitas berdasarkan pelacakan langsung dari masing – masing aktivitas yang telah diidentifikasi tingkatnya.

3. Menentukan *cost driver* yang tepat. Menentukan *cost driver* yang tepat untuk setiap biaya yang dikonsumsi produk. *Cost driver* digunakan untuk membebakan biaya pada aktivitas atau produk.

4. Penentuan kelompok biaya yang homogen (*Homogeneous Cost Pool*). Kelompok biaya yang homogen adalah sekumpulan biaya *overhead* pabrik yang berhubungan secara logis dengan tugas – tugas yang dilaksanakan dan berbagai macam biaya tersebut dapat diterangkan oleh *cost driver* tunggal. Jadi agar dapat dimasukkan kedalam suatu kelompok biaya yang homogen aktivitas – aktivitas *overhead* harus dihubungkan secara logis.

5. Penentuan tarif kelompok (*pool Rate*). Tarif kelompok (*pool rate*)

6. Adalah tarif biaya *overhead* pabrik perunit *cost driver*. Yang

dihitung untuk suatu kelompok aktivitas. Tarif kelompok dihitung dengan rumus total biaya *overhead* pabrik untuk kelompok aktivitas tertentu dibagi dengan dasar pengukuran aktivitas kelompok tersebut.

b. Tahap kedua

Tahap kedua untuk menentukan harga pokok produksi biaya untuk setiap kelompok biaya *overhead* pabrik dilacak ke berbagai jenis produk. Hal ini dilakukan dengan menggunakan tarif kelompok yang dikonsumsi oleh setiap produk. Ukuran ini merupakan penyederhanaan dari kuantitas *cost driver* yang digunakan oleh setiap produk.

7. Kelebihan dan kekurangan *Activity Based Costing*

a. Kelebihan

Tunggal (2009: 440) mengemukakan tentang keunggulan *Activity Based Costing* adalah sebagai berikut:

1. Suatu pengkajian *Activity Based Costing* dapat meyakinkan manajemen bahwa mereka harus mengambil sejumlah langkah untuk menjadi lebih kompetitif. Sebagai hasilnya mereka dapat berusaha untuk meningkatkan mutu sambil secara simultan memfokus pada mengurangi biaya. Analisis biaya dapat menyoroti bagaimana benar-benar mahalnya proses *manufakturing*, yang pada akhirnya dapat memicu aktivitas untuk mereorganisasi proses memperbaiki mutu dan mengurangi biaya.

2. *Activity Based Costing* dapat membantu dalam pengambilan keputusan.

3. Manajemen akan berada dalam suatu posisi untuk melakukan penawaran kompetitif yang lebih wajar.
4. Dengan analisis biaya yang diperbaiki, manajemen dapat melakukan analisis yang lebih akurat mengenai volume, yang dilakukan untuk mencari *break even* atas produk yang bervolume rendah.
5. Melalui analisis data biaya dan pola konsumsi sumber daya, manajemen dapat mulai merencanakan kembali proses manufacturing untuk mencapai pola keluaran mutu yang lebih efisien dan lebih tinggi.

b. Kekurangan

Meskipun *Activity Based Costing* memberikan alternatif penelusuran biaya ke produk individual secara lebih baik, tetapi mempunyai keterbatasan yang harus diperhatikan oleh manajer sebelum menggunakan untuk menghitung biaya produk.

1. Alokasi. Bahkan jika data aktivitas tersedia, beberapa biaya mungkin membutuhkan alokasi ke departemen atau produk berdasarkan ukuran volume yang arbitrer sebab secara praktis tidak dapat ditemukan aktivitas yang dapat menyebabkan biaya tersebut. Contohnya, beberapa biaya untuk mempertahankan fasilitas, seperti aktivitas membersihkan pabrik dan pengelolaan proses produksi.
2. Mengabaikan biaya. Beberapa biaya yang diidentifikasi pada produk tertentu diabaikan dari analisis. Aktivitas yang biasanya sering diabaikan adalah pemasaran, riset, dan klaim garansi. Tambahan biaya secara sederhana ditambahkan ke biaya produksi untuk

menentukan biaya produk total.

3. Pengeluaran dan waktu yang dikonsumsi. Sistem *Activity Based Costing* sangat mahal untuk dikembangkan dan diimplementasikan. Disamping itu juga membutuhkan waktu yang relative panjang. Seperti sebagian besar sistem akuntansi dan manajemen yang inovatif, biasanya diperlukan waktu lebih dari satu tahun untuk mengembangkan dan mengimplementasikan *Activity Based Costing* dengan baik.

G. Penetapan Harga Jual

Keputusan harga jual sangat penting dalam perusahaan, hal tersebut akan dapat mempengaruhi laba yang ingin dicapai perusahaan dan juga berpengaruh terhadap kelangsungan hidup perusahaan. Maka dari itu untuk dapat menentukan harga jual yang sesuai perlu dihitung dengan sebenarnya-nya, selalu di evaluasi dan disesuaikan dengan kondisi yang sedang dihadapi perusahaan.

1. Tujuan Penetapan Harga Jual

Kotler dan Keller (2009) menyatakan dalam buku *Marketing Management* halaman 72-74 bahwa tujuan penetapan harga yaitu:

- a. Kelangsungan hidup
- b. Laba sekarang maksimum
- c. Pendapatan sekarang minimum
- d. Pertumbuhan penjualan maksimum
- e. *Skimming* pasar maksimum

f. Kepemimpinan mutu produk

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi harga

Kotler dan Keller (2009) menyatakan dalam buku Sujarweni halaman 74-75. Keputusan penetapan harga sebuah perusahaan dipengaruhi baik dari faktor eksternal dan internal, yaitu:

a. Faktor internal meliputi:

- 1) Tujuan perusahaan
- 2) Strategi bauran pemasaran
- 3) Biaya
- 4) Pertimbangan organisasi

b. Faktor eksternal meliputi:

- 1) Pasar dan pemerintah
- 2) Biaya, harga, dan penawaran pesaing
- 3) Keadaan perekonomian

3. Strategi penetapan harga jual

Sujarweni dalam bukunya halaman 78-79 menyatakan strategi penetapan tahap dimana perusahaan menggolongkan produk atau jasa yang dihasilkan menjadi 2 yaitu produk baru atau produk yang belum memiliki konsumen atau produk yang sudah memiliki pangsa pasar. Strategi penetapan harga ini juga berhubungan dengan siklus kehidupan produk (*product Life Cycle*).

a. Untuk produk baru

- 1) Harga mengapung (*Skimming Price*)

Mematok harga tinggi pada produk yang dihasilkan, diharapkan dapat menutup biaya operasional dan menghasilkan laba yang

maksimum . pendekatan ini tepat digunakan pada perusahaan yang menghasilkan produk dengan minim pesaing. *Skimming* ini dapat membatasi permintaan konsumen sampai perusahaan siap memproduksi produk secara massal. Cara ini dapat juga mengangkat produk mempunyai kualitas yang sangat tinggi.

2) Harga penetrasi

Mematok harga yang rendah untuk menciptakan permintaan yang banyak dari konsumen. Strategi ini diterapkan pada perusahaan yang menjual barang dan jasa yang tidak mempunyai nilai simbolis tinggi.

Pendekatan ini juga sangat sesuai pada pasar yang sensitif harga.

b. Produk yang telah beredar

Strategi penetapan harga untuk produk lama yang telah beredar, tahapan siklusnya berada pada 3 tingkatan berikut setelah pengenalan yakni:

- 1) Tahap pertumbuhan, penjualan produk meningkat terus dari waktu ke waktu, selain itu pesaing mulai muncul. Strategi pada masa tumbuhnya perusahaan sebaiknya tetap mempertahankan harga pokok sesuai pasar. Ketika pertumbuhan mulai menurun, strategi pas adalah mulai menurunkan harga untuk mendorong penjualan sekaligus menghadapi persaingan yang semakin ketat.
- 2) Tahap kematangan, pada tahap ini perusahaan harus benar-benar responsif terhadap situasi pasar, konsumen maupun pesaing. Penetapan harga pada tahap ini menggunakan pendapat konsumen dan mendiskon produk atau jasa yang dihasilkan. Hal ini

diharapkan perusahaan dapat menjaga loyalitas konsumen agar dapat meningkatkan permintaan laba.

3) Tahap penurunan

Tahap ini merupakan tahap dimana permintaan konsumen menurun terus-menerus. Strategi yang diterapkan perusahaan pada tahap ini sebaiknya mendiskon produk dan mempertahankan harga produk. Namun untuk memperoleh keuntungan, perusahaan dapat memotong biaya-biaya yang dapat dikeluarkan untuk produk, misalnya biaya promosi.

4. Metode penetapan harga

Metode penentuan harga jual berdasarkan biaya dalam bentuk yang paling sederhana, yaitu:

1) *Cost plus pricing method*

Penentuan harga jual *cost plus pricing*, biaya yang digunakan sebagai dasar penentuan, dapat didefinisikan sesuai dengan metode penentuan harga pokok produk yang digunakan. Dalam menghitung *cost plus pricing*, digunakan rumus:

$$\text{Harga jual total} = \text{Biaya total} + \text{Margin}$$

2) *Mark up pricing method*

Mark up pricing method banyak digunakan oleh para pedagang. Para pedagang akan menentukan harga jualnya dengan cara menambahkan *mark up* yang diinginkan pada harga beli persatuan. Persentase yang ditetapkan berbeda untuk setiap jenis barang. Dalam menghitung harga jual, menggunakan rumus:

$$\text{Harga Jual} = \text{Harga beli} + \text{Mark UP}$$

3) Penetapan harga BEP (*Break Even Point*)

Metode penetapan harga berdasarkan keseimbangan antara jumlah total biaya keseluruhan dengan jumlah total penerimaan keseluruhan.

Rumus:

$$\text{BEP} = \text{Total biaya} = \text{Total Penerimaan}$$

H. Penelitian Terdahulu

1. Tandiontong, Lestari (2011), meneliti tentang peranan *activity based costing* sistem dalam perhitungan harga pokok terhadap profitabilitas perusahaan. Perhitungan profitabilitas dengan metode konvensional labanya lebih besar dari pada metode ABC untuk tipe oli 24X0,8 dan 2X10 selisih labanya sebesar Rp. 9.500; 6X1 dan 6X0,8 selisih labanya sebesar Rp. 3.000. Hal ini disebabkan karena perhitungan harga pokok dengan metode konvensional hanya menggunakan jam kerja sebagai satu-satunya dasar pengalokasian biaya overhead sehingga memberikan hasil perhitungan yang kurang akurat dalam penentuan harga pokok produk dan tidak semua biaya yang timbul berkaitan dengan jam kerja. Sedangkan perhitungan profitabilitas dengan metode ABC labanya lebih besar dari pada metode konvensional untuk tipe oli 20X1 dan 12X1 selisih labanya sebesar Rp. 80.700; 4X5 selisih labanya sebesar Rp. 29.500; 6X4 selisih labanya sebesar Rp. 69.800; 209 liter selisih labanya sebesar Rp. 79.200. Hal ini disebabkan karena perhitungan harga pokok dengan menggunakan metode ABC menggunakan pemicu biaya jam kerja, liter, luas tanah, banyaknya

batch, jumlah produk, sehingga hasil perhitungan harga pokok lebih akurat.

2. Martusa, Adie (2011), meneliti tentang peranan *Activity Based Costing* sistem dalam perhitungan harga pokok produksi kain yang sebenarnya untuk menetapkan harga jual. PT Panca Mitra Sandang Indah menjalankan sistem pembebanan biaya yang masih sangat sederhana, yaitu hanya membebankan seluruh biaya bahan baku yang digunakan, biaya tenaga kerja, listrik, dan telepon untuk menetapkan harga pokok tiap produknya. Biaya non-bahan baku yang dicatat oleh perusahaan hanya digunakan untuk menghitung keseluruhan laba akhir perusahaan. PT Panca Mitra Sandang Indah menetapkan harga jual produk dengan cara menambahkan harga pokok produk yaitu biaya material per produk dengan mark up yang sesuai dengan kebijakan perusahaan untuk menutup biaya non-material yang tidak ditelusuri pada tiap produk. Penetapan harga jual dengan cara seperti itu kurang tepat karena ternyata sebagian besar produk ditetapkan harga jual terlalu tinggi, yaitu untuk kain TC. Kain TR dan Katun ditetapkan harga jual yang terlalu rendah, namun harga jual tersebut masih menutup harga pokok kainnya

3. Novri Yasri (2017), meneliti tentang implementasi *Activity Based Costing* untuk penentuan harga pokok produksi cake buah naga moka. Hasil akhir dengan metode ABC didapatkan HPP untuk cake buah naga rasa mocha adalah sebesar Rp. 41.617,03. Nilai ini lebih rendah dibandingkan HPP yang digunakan oleh CV. Bakery X sehingga terjadi *overcosting* sebesar 16,8%. Berdasarkan struktur biaya yang membentuk HPP, biaya *overhead* merupakan biaya terbesar yaitu sekitar 41,4% dari total keseluruhan HPP.

4. Sugawa Indriani (2018), meneliti tentang analisis perbandingan harga pokok produksi dengan metode *full costing* dan *activity based costing* dalam menetapkan harga jual ruko pada PT. Mega Surya Nusa Lestari. Harga pokok produksi ruko menurut PT. Megasurya Nusalestari dengan menggunakan metode full costing dimana pemicu biaya hanya dibebankan pada jumlah unit produksi sehingga perusahaan tidak bisa menelaah lebih jauh mengenai sumber-sumber biaya, sedangkan perhitungan menggunakan metode activity based costing biaya overhead dibebankan pada cost driver yang bermacam-macam tergantung dengan aktivitas yang terjadi selama dalam proses produksi sehingga hasil perhitungan dengan metode activity based costing lebih akurat dibandingkan dengan hasil perhitungan dengan metode full costing

Berdasarkan penelitian terdahulu diatas terdapat persamaan dari penelitian yang dilakukan penulis, yaitu sama-sama menggunakan metode *Activity Based Costing* sistem dalam memperhitungkan harga pokok produk. Sedangkan perbedaannya adalah penulis meneliti pada perusahaan meubel yang sebagian besar perhitungannya berdasarkan perkiraan saja.

I. Kerangka Berpikir

Bagi pihak manajemen di perusahaan pemahaman mengenai biaya sangat penting, karena informasi mengenai biaya dapat digunakan untuk menentukan harga jual produk. Perusahaan harus mampu menentukan harga jual yang tepat dalam memasarkan produknya. Penetapan harga jual tersebut sangat berkaitan dengan penetapan harga pokok produksi dari produk.

Perhitungan biaya produksi yang tepat akan menciptakan harga jual yang mampu bersaing di pasar. Salah satu cara untuk memperoleh informasi biaya yang akurat adalah dengan melakukan perhitungan harga pokok produksi menggunakan sistem *Activity Based Costing* (ABC).

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis biaya produksi yang dikeluarkan guna menghitung harga pokok produksi lemari, pintu, dan jendela pada UD. Timor Mandiri. Biaya-biaya yang dimaksud adalah biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung yaitu *unit level activity*, dan biaya *overhead* pabrik seperti *batch level activity*, *product sustaining activity* dan *facility sustaining activity*. Harga pokok produksi yang ditetapkan perusahaan UD. Timor Mandiri belum menunjukkan berapa besar biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan produk karena unsur biaya *overhead* pabrik tidak diperhitungkan secara rinci dalam perhitungan harga pokok produksi.

Hasil perhitungan dengan menggunakan metode *Activity Based Costing* (ABC) kemudian dibandingkan dengan biaya produksi perusahaan UD. Timor Mandiri dengan tujuan untuk mengetahui besarnya harga pokok produk dengan metode *Activity Based Costing system*. Berdasarkan uraian diatas maka, skema kerangka berpikir dapat dilihat pada gambar 2.3.

Gambar 2.3

Skema Kerangka Berpikir

