BAB II

KERANGKA TEORITIS

A. Pengertian Biaya

Biaya dalam akuntansi biaya diartikan dalam dua pengertian yang berbeda, yaitu biaya dalam artian *cost* dan biaya dalam artian *expense.* Biaya atau *cost* adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu.[1] Pada saat akan / telah melakukan suatu kegiatan untuk tujuan tertentu, misalnya akan membuat barang atau bepergian atau menyelesaikan kegiatan pelayanan tentu akan mengeluarkan uang dan menggunakan alat atau benda lainnya yang dimiliki. Uang atau alat baik yang akan atau telah digunakan untuk kegiatan tersebut dikategorikan sebagai biaya. Sedangkan beban (*expense*) adalah biaya yang telah terjadi yang dikurangkan dari penghasilan atau dibebankan pada periode yang bersangkutan.[2] Dapat berupa uang yang telah dikeluarkan, atau harta / fisilitas yang telah digunakan dalam rangka memperoleh pendapatan yang diperhitungkan dalam suatu periode akuntansi di mana pendapatan diperhitungkan atau diakui. Misalnya, pengeluaran uang untuk transportasi (beban transportasi), fasilitas sewa atau bunga, iklan, pegawai (beban

[1] Bastian Bustami Nurlela dan Nurlela, *Akuntansi Biaya Edisi 4,* (Jakarta : Mitra Wacana Media, 2013), 7.

[2] Mursyidi, *Akuntansi Biaya Conventional Costing, Just in Time, dan Activity-Based Costing,* (Bandung : Refika Aditama, 2008), 14.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sewa, beban bunga, beban iklan, beban gaji dan upah), yang telah dinikmati walaupun belum dibayar. Dari pengertian di atas, walaupun nampak ada perbedaan namun pada dasarnya memiliki persamaan yaitu pengorbanan ekonomis, yang diukur dengan nilai uang untuk memperoleh barang atau jasa.

B. Klasifikasi biaya

Biaya merupakan faktor yang berkaitan dengan aktivitas bisnis perusahaan, selain itu biaya juga berkaitan dengan berbagai tipe bisnis, non bisnis, manufaktur dan bidang usaha lainnya. Secara umum, jenis biaya yang terjadi tergantung pada tipe organisasinya.

Klasifikasi biaya atau penggolongan biaya adalah suatu proses pengelompokkan biaya secara sistematis atas keseluruhan elemen biaya yang ada ke dalam golongan-golongan tertentu yang lebih ringkas untuk dapat memberikan informasi yang lebih ringkas dan penting.[3]

1. Biaya dalam hubungan dengan produk

   Biaya dalam hubungan dengan produk dapat dikelompokkan menjadi biaya produksi dan biaya non produksi.

   a. Biaya produksi adalah biaya yang digunakan dalam proses produksi yang terdiri dari bahan baku langsung, tenaga kerja

[3] Bastian Bustami Nurlela dan Nurlela, *Akuntansi Biaya Edisi 4*, (Jakarta : Mitra Wacana Media, 2013), 12.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

langsung dan biaya *overhead* pabrik. Biaya produksi ini disebut juga dengan biaya produk yaitu biaya-biaya yang dapat dihubungkan dengan suatu produk, dimana biaya ini merupakan bagian dari persedian. Contoh : kayu dalam pembuatan *meubel*, kain dalam pembuatan pakaian, karet dalam pembuatan ban.[4]

b. Biaya non produksi adalah biaya yang tidak berhubungan dengan proses produksi. Biaya non produksi ini disebut dengan *biaya komersial* atau *biaya operasi*. Biaya komersial atau operasi ini juga digolongkan sebagai biaya periode yaitu biaya-biaya yang dapat dihubungkan dengan interval waktu. Contohnya, beban pemasaran, beban administrasi, dan beban keuangan.[5]

2. Biaya dalam hubungan dengan volume produksi

Banyak biaya dimana totalnya berubah sesuai dengan variasi volume produksi atau penjualan atau intensitas aktivitas yang dilakukan dan banyak juga yang tetap meskipun terjadi volume berfluktuasi.[6] Berubah sesuai dengan biaya dalam hubungan dengan volume biaya atau perilaku biaya dapat dikelompokkan menjadi elemen[7] :

a. Biaya variabel adalah biaya yang berubah sebanding dengan perubahan volume produksi dalam rentang relevan, tetapi secara

---

[4] Ibid, 12

[5] Ibid

[6] Edi Herman, *Akuntansi Manajerial Suatu Orientasi Praktis*, (Jakarta : Mitra Wacana Media, 2013) 37.

[7] Bastian Bustami Nurlela dan Nurlela, *Akuntansi Biaya Edisi 4*, (Jakarta : Mitra Wacana Media, 2013) 15.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

per unit tetap. Contohnya, perlengkapan, bahan bakar, biaya pengiriman barang, royalty dll.

b. Biaya tetap adalah biaya yang secara totalitas bersifat tetap dalam rentang relevan tertentu, tetapi secara per unit berubah. Contohnya, gaji satpam, dan pegawai kebersihan, pajak properti, sewa dll.

c. Biaya semi adalah biaya di dalamnya mengandung unsur tetap dan mengandung unsur variabel. Biaya semi ini dapat dikelompokkan dalam dua elemen biaya yaitu :

1) Biaya semi variabel adalah biaya di dalamnya mengandung unsur tetap dan memperlihatkan karakter tetap dan variabel. Contohnya : biaya listrik, telpon dan air, bensin, perlengkapan dll.

2) Biaya semi tetap adalah biaya yang berubah dan volume secara bertahap. Contohnya, gaji presiden direktur, asuransi kecelakaan buruh dll.

3. Biaya dalam hubungan dengan departemen produksi

Dapat dikelompokkan menjadi segmen-segmen dengan berbagai nama seperti ; departemen, kelompok biaya, pusat biaya, unit kerja yang dapat digunakan dalam mengelompokkan biaya menjadi biaya langsung departemen dan biaya tidak langsung departemen.[8]

a. Biaya langsung departemen adalah biaya yang dapat ditelusuri secara langsung ke departemen yang bersangkutan. Contoh : gaji

[8] Ibid, 16

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mandor pabrik yang digunakan oleh departemen bersangkutan merupakan biaya langsung bagi departemen.

b. Biaya tidak langsung departemen adalah biaya yang tidak dapat ditelusuri secara langsung ke departemen bersangkutan. Contoh : biaya penyusutan dan biaya asuransi merupakan biaya yang manfaatnya digunakan secara bersama oleh masing-masing departemen, oleh karena itu biaya tersebut merupakan biaya tidak langsung departemen.

4. Biaya dalam hubungan dengan periode waktu

Dalam hubungannya dengan periode waktu biaya dapat dikelompokkan menjadi biaya pengeluaran modal dan biaya pengeluaran pendapatan.[9]

a. Biaya pengeluaran modal adalah biaya yang dikeluarkan untuk memberikan manfaat di masa depan dan dalam jangka waktu yang panjang dan dilaporkan sebagai aktiva. Contoh : pembelian mesin dan peralatan.

b. Biaya pengeluaran pendapatan adalah biaya yang memberikan manfaat untuk periode sekarang dan dilaporkan sebagai beban. Contoh : mesin atau peralatan yang dibeli apabila dikonsumsi akan kehilangan kegunaan dan akan menimbulkan penyusutan. Penyusutan ini disebut sebagai pengeluaran pendapatan yang akan dilaporkan sebagai beban.

---

[9] Ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5. Biaya dalam hubungannya dengan pengambilan keputusan

   Biaya dalam rangka pengambilan keputusan dapat dikelompokkan menjadi biaya relevan dan biaya tidak relevan.[10]

   a. Biaya relevan adalah biaya masa akan datang yang berbeda dalam beberapa alternatif yang berbeda. Biaya relevan terdiri dari :

      1) Biaya diferensial adalah selisih biaya atau biaya yang berbeda dalam beberapa alternatif pilihan. Biaya diferensial disebut juga dengan biaya marginal atau biaya *incremental*.

         Contoh : perusahaan mempunyai dua pilihan dalam penggunaan bahan yaitu logam dan besi. Jika menggunakan logam, biaya yang dikeluarkan sebesar Rp 100.000,00 sedangkan jika menggunakan besi biaya yang dikeluarkan sebesar Rp 150.000,00. Dari keterangan di atas terlihat bahwa ada dua alternatif yang berbeda dengan dua biaya yang berbeda. Perbedaan tersebut sebesar Rp 50.000,00.

      2) Biaya kesempatan

         Biaya kesempatan adalah kesempatan yang dikorbankan dalam memilih suatu alternatif.

         Contoh : perusahaan mempunyai dua alternatif yang berbeda terhadap sebuah mobil, apakah mobil tersebut dijual atau disewakan. Alternatif pertama, dengan menjual mobil maka perusahaan akan memperoleh pendapatan sebesar Rp

[10] Ibid, 16

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

50.000.000,00. Alternatif kedua, mobil tersebut dapat disewakan dengan pendapatan sebesar Rp 60.000.000,00. Jika alternatif yang dipilih menjual mobil tersebut, maka ada kesempatan yang hilang yaitu sebesar Rp 60.000.000,00 jika memilih disewakan.

3) Biaya tersamar adalah biaya yang tidak kelihatan dalam catatan akuntansi tetapi mempengaruhi dalam pengambilan keputusan.

   Contoh : biaya bunga.

4) Biaya nyata adalah biaya yang benar-benar dikeluarkan akibat memilih suatu alternatif.

   Contoh : biaya yang dikeluarkan jika memilih pesanan dari luar.

5) Biaya yang dapat dilacak adalah biaya yang dapat dilacak saat produk selesai.

   Contoh : biaya bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung.

b. Biaya tidak relevan adalah biaya yang dikeluarkan tetapi tidak mempengaruhi keputusan apapun. Biaya tidak relevan dapat dikelompokkan menjadi elemen[11] :

[11] Mulyadi, *Activity-Based Cost System (Sistem Informasi Biaya untuk Pemberdayaan Karyawan, Pengurangan Biaya, dan Penentuan Secara Akurat Kos Produk dan Jasa)*, (UPP AMP YKPN : Yogyakarta, 2003) 10.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1) Biaya masa lalu adalah biaya yang sudah dikeluarkan tetapi tidak mempengaruhi keputusan apa pun.

   Contoh : pembelian bensin.

2) Biaya terbenam adalah biaya yang tidak dapat kembali.

   Contoh : kelebihan nilai buku atas nilai sisa, *supervisor* pabrik dan penyusutan barang.

C. Biaya Manufaktur (*Manufacturing Cost*)

Perusahaan manufaktur adalah perusahaan yang harus mengolah bahan baku menjadi barang jadi yang siap pakai, maka persediaan di dalam perusahaan manufaktur berbeda dengan jenis persediaan di dalam perusahaan dagang. Persediaan di dalam perusahaan manufaktur dibedakan menjadi[12] :

1. Persediaan bahan baku, yaitu bahan dasar yang menjadi komponen utama dari suatu produk. Misalnya : kain adalah bahan baku dari pakaian, kayu adalah bahan baku dari meja, dll.
2. Persediaan barang dalam proses, yaitu bahan baku yang telah diproses untuk diubah menjadi barang jadi tetapi sampai pada tanggal neraca belum selesai proses produksinya. Misalnya : pakaian yang belum ada lengannya di dalam industri garmen, meja tulis yang belum dihaluskan di dalam industri meubel, dll.

[12] Rudianto, *Penganggaran (Konsep dan Teknik Penyusunan Penganggaran)*, (Jakarta : Erlangga, 2009), 15.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Persediaan barang jadi, adalah bahan baku yang telah diproses menjadi produk jadi yang siap pakai dan siap dipasarkan. Seperti pakaian jadi, meja tulis, dll.

Jenis dan struktur biaya di dalam perusahaan manufaktur juga memiliki perbedaan dengan perusahaan jasa dan dagang. Biaya di dalam perusahaan manufaktur dikelompokkan menjadi beberapa kelompok menurut spesifikasi kegunaannya, yaitu[13] :

1. Bahan langsung (*direct materials*) disebut juga bahan baku (*raw materials)* adalah material produksi primer yang akan membentuk produk jadi dan dapat ditelusuri secara langsung secara fisik ke produk jadi yang bersangkutan. Sesuai dengan sifatnya, bahan langsung ini adalah biaya variabel karena jumlah total dari biaya ini berubah secara proporsional sesuai dengan volume dari produk jadi yang dihasilkan.

Tabel 2.1

Contoh Bahan Langsung Untuk Beberapa Industri[14]

Bahan Langsung	Sektor Industri
Biji besi	Pabrik pembuat *iron bar* (besi batangan)
Log (kayu gelondongan)	Industri *sawn timber* (kayu gergajian)
Electronic chip	Produsen kalkulator
Plastik	Produsen mainan anak
Kertas	Industri percetakan buku
Kain tekstil	*Taylor* (penjahit)
Pentium 4	Industri perakitan komputer

[13] Edi Herman, *Akuntansi Manajerial (Suatu Orientasi Praktis)* (Jakarta : Mitra Wacana Media, 2013) , 43

[14] Ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Bahan tidak langsung adalah bahan produksi yang tidak dapat ditelusuri secara langsung ke barang jadi yang dihasilkan atau obyek biaya yang ditimbulkannya. Biaya ini sangat bervariasi diantara perusahaan manufaktur, bahkan bisa berbeda diantara sektor industri yang sama karena memakai bahan yang berbeda. Produsen mobil Toyota menggunakan *casted iron* untuk rantai *timing* kendaraan Toyota, sementara Suzuki memakai *timing belt* yang dibuat dari karpet campuran asbes (bahan tidak langsung). Rumah makan simpang raya menggunakan daun pisang (bahan tidak langsung) untuk pembungkus nasi ramesnya sementara restoran bahagia memakai kertas campuran plastik untuk pembungkus.

Tabel 2.2

Contoh Bahan Tidak Langsung Untuk Beberapa Industri[15]

Bahan Tidak Langsung	Sektor Industri
Oli mesin produk	Pabrik semen
Bola lampu ruangan pabrik	Industri *sawn timber* (kayu gergajian)
Bahan kimia pengawet getah karet	Industri *lumber*
Zat pewarna untuk lebel kemasan	Pabrik mie instan
Cutting Screw (sparepart)	Mesin pemotong pada industri baja
Plastik film	Usaha sablon
Busa pembungkus	Industri kalkulator

3. Upah langsung (*direct labour)* adalah upah yang diberikan kepada pekerja yang secara langsung mentransformasikan bahan menjadi produk jadi. Karena keahlian yang dimiliki pekerja itulah proses produksi dapat berjalan dan barang jadi atau jasa dapat diserahkan.

[15] Ibid, 44

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 2.3

Contoh Upah Langsung Untuk Beberapa Industri[16]

Upah Langsung	Sektor Industri
Upah bagi pekerja di lini *assembling*	Industri *automobile*
Upah pekerja di pembangunan perumahan	*Real estate*
Upah pekerja pada pabrik biskuit	Pabrik biskuit
Upah pekerja pada pabrik roti	Pabrik roti
Honor dosen di semester pendek	Fakultas Ekonomi Universitas Andalas
Honor dokter dalam tindakan operasi	Rumah Sakit
Fee Akuntan senior untuk jasa audit keuangan	Kantor Akuntan Publik

4. Upah tidak langsung (*in direct labour cost*) adalah upah atau gaji yang diberikan kepada pekerja tidak secara langsung mentransformasikan bahan menjadikan produk jadi.

Tabel 2.4

Contoh Upah Tidak Langsung Untuk Beberapa Industri[17]

Upah Tidak Langsung	Sektor Industri
Gaji karyawan bengkel pemeliharan mesin	Semen
Gaji *supervisor*	Kertas
Honor *Material Handler*	Pabrik *triplex*
Gaji petugas *quality control*	Pabrik Spare part*automobile*
Tunjangan lebaran pekerja produksi	Garmen
Tunjangan staf R & D untuk *set up* mesin	Pabrik besi baja
Gaji satpam pabrik	Industri tekstil

5. Biaya *overhead* adalah seluruh biaya manufaktur selain bahan baku dan upah langsung, dimana perusahaan tidak dapat secara langsung menelusuri dan membebankannya ke produk atau jasa tertentu.

Tabel 2.5

[16] Ibid
[17] Ibid, 45

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Contoh Bahan *Overhead* Untuk Beberapa Industri[18]

Biaya *Overhead*	Sektor Industri
Suku cadang mesin	Pabrik kertas
Tunjangan kecelakaan kerja di pabrik	Industri *proliferasi* nuklir
Asuransi kebakaran gedung pabrik	Pabrik senjata
Honor perjalanan dinas staf pabrik	Industri dirgantara (*aerospace*)
Fee pendaftaran sertifikat ISO 2000	Industri perkapalan
Biaya listrik, telephone, uap dan air pabrik	Industri *soft drink*
BBM dan pelumas mesin kompresor	Industri pengecatan kendaraan

D. Laba Usaha

Perencanaan laba melibatkan susunan tujuan laba realistis serta sasaran yang harus dipenuhinya. Rencana harus mempertimbangkan bentuk organisasi, lini produk (misalnya, baru, usang), mewujudkan jasa, harga penjualan, volume penjualan, biaya (biaya manufaktur dan operasi), pangsa pasar, wilayah, ketrampilan dari kekuatan tenaga kerja, sumber dari barang persediaan, kondisi ekonomi, lingkungan politis, risiko, efektivitas kekuatan penjualan, kesehatan keuangan (misalnya, arus kas), sumber daya fisik dan kondisi, jadwal produksi, sumber daya manusia (misalnya, angka dan kualitas karyawan), dan kemampuan teknologi.[19] Tanpa laba perusahaan tidak akan tumbuh dan berkembang. Laba akan memberikan kemakmuran bagi pemilik usaha. Laba yang minim tidak diinginkan oleh pemilik usaha, sebaliknya laba yang terlalu besar tidak

[18] Ibid, 46
[19] Ida Bagus Agung Dharmanegara, *Penganggaran Perusahaan (Teori dan Aplikasi),* (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2010) 70.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

disenangi oleh konsumen karena harga barang mahal dan menghancurkan daya beli. Laba diperoleh apabila harga barang lebih tinggi dari pokoknya. Sebaliknya rugi akan terjadi apabila pokok barang lebih tinggi dari harganya. Banyak penjual menetapkan harga yang lebih mahal agar cepat makmur padahal cara itu sama dengan bunuh diri. Disisi lain menjual terlalu murah bisa menggerogoti pokok dan akhirnya rugi. Oleh karena itu perencanaan laba yang baik sangat penting dalam suatu usaha. Untuk tetap tumbuh dan berkembang secara sehat, akuntan manajemen memegang peranan penting bagi perusahaan. Akuntan harus mampu menghitung laba yang optimal dengan pengorbanan sumber daya yang efisien.

Formula dasar untuk menghitung laba[20] :

Laba = Total Pendapatan – Total Biaya atau Laba = Harga – Pokok.

E. Sistem biaya tradisional

Sistem biaya tradisional merupakan biaya yang kerap kali digunakan oleh setiap usaha kecil menengah ditengah keterbatasan pengetahuan dari sumber daya manusia yang mengelola usaha tersebut mengenai metode-metode biaya yang cocok digunakan untuk menjalankan aktifitas produksi perusahaannya. Umumnya pada akuntansi biaya

[20] Edi Herman, *Akuntansi Manajerial (Suatu Orientasi Praktis)*, (Jakarta : Mitra Wacana Media, 2013) 106.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tradisional perusahaan hanya memperhitungkan biaya produksi ke dalam biaya produk saja, selain itu biaya pemasaran serta administrasi dan umum tidak diperhitungkan ke dalam biaya produk, namun diperlakukan sebagai biaya usaha dan dikurangkan langsung dari laba kotor untuk menghitung laba bersih usaha.

Sistem biaya tradisional menimbulkan distorsi biaya jika digunakan dalam lingkungan pemanufakturan maju dan persaingan level global. Lingkungan pemanufakturan maju adalah lingkungan yang disifati oleh persaingan yang tajam dan biasanya berlevel global, kepuasan konsumen, dan teknologi yang canggih. Perusahaan yang beroperasi dalam lingkungan pemanufakturan maju harus menggunaka strategi baru untuk mencapai keunggulan. Sistem akuntansi biaya yang digunakan untuk membebankan biaya harus diubah dengan sistem yang cocok dengan lingkungannya yaitu dengan menggunakan sistem ABC (*Activity Based Costing*[21]). Jika sistem biaya tidak diubah maka timbul distorsi biaya yang besar. Distorsi tersebut dalam bentuk pembebanan biaya yang terlalu tinggi (*cost overrun*) untuk produk bervolume banyak dan pembebanan biaya yang terlalu rendah (*cost underrun*) untuk produk yang bervolume sedikit. Dengan kata lain sistem biaya tradisional menjadi usang dalam lingkungan pemanufakturan maju.

[21] *Sistem ABC* adalah sistem yang terdiri atas dua tahap yaitu pertama melacak biaya pada berbagai aktivitas dan kemudian ke berbagai produk.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sistem biaya yang usang menimbulkan gejala – gejala sebagai berikut[22] :

1. Karena terjadi distorsi biaya maka penawaran sulit dijelaskan.
2. Karena produk bervolume banyak dibebani biaya per unit terlalu besar maka harga jual yang ditawarkan pada konsumen terlalu besar pula dibandingkan dengan para pesaing perusahaan.
3. Harga yang diminta oleh konsumen untuk produk bervolume banyak mungkin sudah menguntungkan, namun ditolak oleh perusahaan karena biaya per unitnya terdistorsi menjadi tinggi.
4. Karena produk bervolume sedikit dibebani biaya per unit terlalu kecil maka harga jual yang ditawarkan pada konsumen terlalu kecil pula dibandingkan dengan para pesaing perusahaan sehingga produk ini laku keras.
5. Produk bervolume sedikit kelihatannya laba, namun sebenarnya mungkin rugi karena biaya per unitnya dibebani terlalu kecil.
6. Konsumen tidak mengeluh terhadap kenaikan harga jual produk bervolume rendah, hal ini disebabkan biaya per unitnya terdistorsi terlalu rendah sehingga para pesaing yang biaya per unitnya tepat menjual produk yang sama dengan harga yang jauh lebih mahal.

---

[22] Supriyono, *Manajemen Biaya (Suatu Reformasi Pengelolaan Bisnis) Edisi Pertama*, (Yogyakarta : BPFE, 1999), 267.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

7. Meskipun labanya nampak tinggi (namun sebenarnya mungkin rugi), manajer produksi ingin menghentikan produk bervolume kecil karena lebih sulit untuk dibuat.
8. Departemen akuntansi dan manajemen puncak tidak banyak memperhatikan penyempurnaan sistem akuntansi biaya yang digunakan perusahaan dan para pengguna informasi biaya merasa informasi yang diperolehnya tidak bermanfaat.

Dalam lingkungan pemanufakturan maju, setidaknya ada tiga faktor yang menyebabkan sistem biaya tradisional tidak mampu membebankan BOP (biaya *overhead* pabrik) secara teliti pada produk yaitu[23] :

1. Perusahaan menghasilkan beberapa jenis produk

   Ketepatan pembebanan BOP pada produk tidak menimbulkan masalah jika perusahaan hanya menghasilkan satu jenis produk. Namun, jika perusahaan menghasilkan beberapa jenis produk dengan menggunakan fasilitas yang sama maka BOP merupakan biaya bersama untuk seluruh produk yang dihasilkan. Kondisi ini mengharuskan manajemen untuk mengidentifikasi jumlah BOP yang ditimbulkan atau dikonsumsi oleh masing-masing jenis produk.
2. BOP berlevel non unit jumlahnya besar
3. Diversitas Produk relatif tinggi

[23] Ibid, 286

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

F. Target Costing

1. Konsep *Target Costing*

Perusahaan tidak selalu memiliki kemampuan untuk menentukan harga jual produk seperti yang dikehendakinya, karena sering kali terdapat sejumlah pesaing yang telah menjual produk yang sama dengan harga tertentu, sehingga dalam menentukan harga jual produknya, perusahaan harus menyesuaikan dengan harga pesaing dan daya beli masyarakat. Karena itu, perusahaan harus menggunakan pendekatan yang berbeda di dalam menentukan harga jual produknya. Perusahaan tidak dapat lagi membuat produknya, menentukan biaya produknya dan harga jualnya, lalu kemudian memasarkannya kepada masyarakat. Tetapi perusahaan terlebih dahulu menentukan biaya produknya, baru kemudian membuat produk yang sesuai dengan biaya yang telah ditetapkan tersebut. Pendekatan penentuan biaya produk terlebih dalu baru kemudian memproduksinya sesuai tingkat biaya yang diinginkan, inilah yang disebut *target costing.*[24]

[24] Armanto Witjaksono, *Akuntansi Biaya*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2013), 177.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Terdapat dua alasan utama mengapa *target costing* sebaiknya digunakan oleh perusahaan di dalam situasi pasar yang sangat kompetitif:[25]

a. Perusahaan tidak menetapkan dan mengendalikan harga jual produknya secara sepihak. Harga jual ditentukan oleh mekanisme pasar, yaitu pertemuan antara besarnya permintaan dan penawaran terhadap suatu produk.
b. Sebagian besar biaya produk ditentukan pada tahap desain. Setelah produk didesain dan masuk dalam proses produksi, tidak banyak yang dapat dilakukan untuk mempengaruhi biayanya. Tetapi jika pada tahap desain biaya telah dipatok dan ditentukan, maka proses produksinya akan disesuaikan dengan desain yang telah dibuat.

2. Pengimplementasian *Target Costing*

Untuk mengimplementasikan metode *target costing* di dalam perusahaan, terdapat serangkaian fase yang saling terkait satu dengan lainnya. Setiap fase harus dilewati perusahaan setahap demi setahap dan berurutan. Tahap-tahap yang harus dilalui oleh perusahaan, adalah[26] :

a. Menetapkan harga pasar

Untuk menetapkan harga produk perusahaan, terdapat beberapa hal yang harus dipertimbangkan oleh manajemen, seperti harga produk

---

[25] Rudianto, *Penganggaran (Konsep dan Teknik Penyusunan Penganggaran)* , (Jakarta : Erlangga, 2009), 277

[26] Ibid, 278

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pesaing, daya beli masyarakat, kondisi perekonomian secara umum, nilai tukar rupiah, dsb. Faktor - faktor tersebut akan saling terintegrasi satu dengan lainnya dalam menentuan volume permintaan terhadap produk perusahaan. Di sisi lain, volume penawaran produk sejenis secara keseluruhan akan berpengaruh terhadap mekanisme pasar tersebut. Pertemuan antara volume permintaan dan volume penawaran akan berpengaruh langsung terhadap harga jual produk perusahaan.

b. Menentukan laba yang diharapkan

Setelah dapat menentukan harga jual produknya dengan mempertimbangkan mekanisme pasar yang berlaku, perusahaan harus menetapkan harga jual per unit produknya. Penetapan harga jual per unit produk perusahaan ini dipengaruhi oleh berbagai hal yang terkait, seperti pangsa pasar *(market share*) yang ingin diperoleh, tingkat pertumbuhan yang ingin dicapai perusahaan, volume penjualan yang direncanakan dsb. Elemen-elemen tersebut akan berpengaruh secara langsung terhadap laba per unit produk yang ingin dicapai.

c. Menghitung *target costing* pada harga pasar dikurangi laba yang diharapkan.

Berdasarkan harga jual yang telah ditentukan tersebut dikurangi dengan laba yang per unit produk diharapkan, perusahaan dapat menentukan tingkat biaya yang diharapkan untuk menghasilkan produk yang diinginkan.

Biaya produksi = harga jual – keuntungan yang diinginkan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

TCi = Pi – Mi

Keterangan : TCi = *Target Cost* (target biaya) per unit produk i

Pi = harga jual per unit produk i

Mi = laba per unit produk i

d. Menggunakan rekayasa nilai (*value*) untuk mengidentifikasi cara yang dapat digunakan untuk menurunkan biaya produk.

Yaitu semua upaya yang dianggap perlu untuk memodifikasi produk perusahaan dengan biaya yang lebih rendah dengan tetap disertai upaya memberikan nilai (*value*) yang optimal kepada pelanggan. Rekayasa nilai (*value*) digunakan dalam *target costing* untuk menurunkan biaya produk dengan cara menganalisis :

1) Jenis dan tingkat yang berbeda dalam fungsionalitas produk
2) Biaya produk total.

e. Menggunakan *kaizen costing* dan pengendalian operasional untuk terus menurunkan biaya.

Kaizen costing merupakan metode perhitungan biaya dimana diupayakan secara terus menerus mencari cara baru untuk menurunkan biaya dalam proses manufaktur produk dengan desain dan fungsionalitas yang ada.[27]

Setiap fase di dalam proses pengimplementasian *target costing* tersebut harus dilewati satu demi satu demi satu untuk mencapai rencana yang disusun. Dengan demikian, perusahaan dapat menghasilkan produk

[27] Armanto Witjaksono, *Akuntansi Biaya*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2013), 175.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dengan biaya yang telah ditentukan terlebih dulu, dengan tetap memperhatikan harga pasar, sehingga produk perusahaan tetap kompetitif di pasar persaingan yang ketat.[28]

[28] Rudianto, *Penganggaran (Konsep dan Teknik Penyusunan Penganggaran)*, (Jakarta : Erlangga, 2009), 279.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id