

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Pengertian Biaya

Menurut Mulyadi (2014:8) mendefinisikan biaya sebagai berikut :

Dalam arti luas biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu. 4 unsur pokok dalam definisi biaya tersebut diatas :

1. Biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi,
2. Diukur dalam satuan uang,
3. Yang telah terjadi atau secara potensial akan terjadi,
4. Pengorbanan tersebut untuk tujuan tertentu.

Menurut Amin Widjaja Tunggal (2014:8) biaya merupakan nilai moneter yang sekarang dan sumber ekonomi yang dikorbankan atau yang harus dikorbankan untuk memperoleh barang dan jasa.

Menurut Purwanti dan Prawironegoro (2013:19) biaya adalah kas dan setara kas yang dikorbankan untuk memproduksi atau memperoleh barang atau jasa yang diharapkan akan memperoleh manfaat atau keuntungan dimasa mendatang.

Menurut Bastian Bustami dan Nurlela (2013:7) mendefinisikan biaya sebagai berikut:

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. Beban atau *expense* adalah biaya yang telah memberikan manfaat dan sekarang telah habis.

Menurut Charles T. Horngren, Srikant M. Datar, dan George Foster yang diterjemahkan oleh P. A. Lestari (2012:35) mendefinisikan biaya (*cost*) sebagai sumber daya yang dikorbankan (*sacrificed*) atau dilepaskan (*forgone*) untuk mencapai tujuan tertentu.

Menurut Carter dan Usry yang diterjemahkan oleh Krista (2009:30) biaya adalah suatu nilai tukar, pengeluaran atau pengorbanan yang dilakukan untuk menjamin perolehan manfaat.

Menurut Supriyono (2011:14) biaya dalam arti *cost* (harga pokok) adalah “jumlah yang dapat diukur satuan uang dalam rangka pemilikan barang dan jasa yang diperlukan perusahaan, baik pada masa lalu (harga perolehan yang telah terjadi) maupun pada masa yang akan datang (harga perolehan yang akan terjadi).

Ony Widilestariningtyas, Sonny W.F, Sri Dewi Anggadini (2012:10) mengemukakan bahwa biaya adalah “biaya sebagai nilai tukar, pengeluaran, pengorbanan untuk memperoleh manfaat”.

Mursyidi (2010:14) mengemukakan biaya adalah suatu pengorbanan yang dapat mengurangi kas atau harta lainnya untuk mencapai tujuan, baik yang dapat dibebankan pada saat ini maupun pada saat yang akan datang.

Samryn (2012:26) mengemukakan bahwa biaya adalah pengorbanan manfaat ekonomis untuk memperoleh jasa yang tidak dikapitalisir nilainya.

Berdasarkan beberapa uraian pengertian biaya diatas, dapat disimpulkan bahwa biaya adalah suatu nilai tukar atau sumber daya yang dikorbankan atau dikeluarkan dalam bentuk satuan uang untuk mendapatkan barang dan jasa yang dapat memberikan manfaat saat kini atau masa depan untuk tercapainya suatu tujuan tertentu.

2.1.2 Sistem Akuntansi Biaya Tradisional

Menurut Garrison, Noreen, Brewer yang diterjemahkan oleh Kartika Dewi (2013:442) dalam akuntansi tradisional semua biaya dibebankan ke produk bahkan biaya produksi yang tidak disebabkan oleh produk.

Menurut Horngren dan Harrison (2007:509) sistem biaya tradisional mengalokasikan semua overhead manufaktur secara tradisional berdasarkan satu tingkat organisasi.

Menurut Hansen & Mowen yang diterjemahkan oleh Deny Arnos Kwary dan Dewi Fitriasari (2009:162) biaya tradisional adalah perhitungan biaya produk dengan membebankan biaya dari bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung pada produk dan biaya overhead dibebankan dengan menggunakan penggerak aktivitas unit. Penggerak aktivitas unit adalah faktor-faktor yang menyebabkan perubahan dalam biaya seiring dengan perubahan jumlah unit yang diproduksi.

Dari uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa metode tradisional adalah perhitungan biaya produk atau harga pokok produksi yang membebankan biaya overhead berdasarkan unit atau volume yang diproduksi.

Perhitungan biaya dengan menggunakan metode tradisional yaitu hanya dengan membebankan biaya produksi pada produk. Pembebanan biaya utama ke produk tidak memiliki kesulitan, tetapi sebaliknya biaya overhead memiliki masalah dalam pembebanan biaya ke produk, karena hubungan antara masukan dan keluaran tidak dapat diperhatikan secara fisik.

Dalam metode tradisional, untuk membebankan biaya ke produk digunakan penggerak aktifitas tingkat unit (*unit level activity drivers*), hal ini disebabkan karena merupakan faktor yang menyebabkan perubahan biaya sebagai akibat perubahan unit yang diproduksi. Contoh penggerak tingkat unit yang secara umum digunakan untuk membebankan overhead antara lain adalah unit yang diproduksi, jam tenaga kerja langsung, jam mesin dan bahan baku langsung.

Setelah mengidentifikasi penggerak biaya (*cost driver*) tingkat unit, lalu menetapkan tingkat keluaran aktivitas yang diukur oleh penggerak tersebut, yaitu apakah berdasarkan aktivitas aktual yang diharapkan (*expected activity level*) dan aktivitas normal (*normal activity level*). *Expected activity level* adalah output aktivitas yang diharapkan dicapai oleh perusahaan pada tahun yang akan datang, sedangkan *normal activity level* adalah output aktivitas rata-rata yang merupakan pengalaman perusahaan dalam jangka panjang. Aktivitas normal mempunyai keunggulan berupa penggunaan tingkat aktivitas yang sama dari tahun ketahun, 23 sehingga pembebanan overhead ke produk tidak begitu

berfluktuasi. Pembebanan overhead pada metode tradisional dapat dilakukan dengan dua cara yaitu:

1. Tarif Pabrik Menyeluruh

Pembebanan overhead ke produk secara tradisional dapat menggunakan tarif pabrik menyeluruh. Dengan menggunakan tarif ini, biaya overhead pertama sekali diakumulasi dalam kelompok besar pabrik secara menyeluruh. Overhead dibebankan pada kelompok hanya dengan menjumlahkan semua biaya overhead yang diharapkan terjadi di pabrik selama setahun. Semua biaya overhead adalah untuk pabrik, maka pembebanan kepada kelompok dilakukan sangat akurat. Tahap selanjutnya menghitung tarif pabrik menyeluruh dengan menggunakan satu penggerak tingkat unit, biasanya adalah jam tenaga kerja langsung atau jam mesin.

2. Tarif Departemental

Dasar pemikiran tarif departemental ini adalah untuk menghindari pembebanan rata-rata seperti yang digunakan pada tarif pabrik menyeluruh. Tarif departemental berasumsi bahwa beberapa departemen mungkin lebih intensif apabila overhead dibandingkan dengan yang lain, sehingga produk yang menghabiskan waktu lebih banyak pada departemen akan dibebankan overhead yang lebih besar dari yang menghabiskan waktu yang lebih sedikit.

2.1.3 Kelebihan dan Kelemahan Metode Tradisional

Dalam setiap metode pasti memiliki kelemahan dan kelebihan dalam perhitungan. Kelebihan dari metode tradisional adalah proses perhitungan lebih mudah dan tidak rumit karena hanya mempertimbangkan variabel utama yaitu volume produksi, tenaga kerja langsung, bahan baku langsung, jam mesin. Selain itu kelebihan metode tradisional adalah tidak membutuhkan seseorang yang memiliki keahlian khusus dalam perhitungan. Kelemahan metode tradisional menurut Rudianto (2013:159) adalah:

1. Sistem akuntansi biaya tradisional terlalu menekankan pada tujuan penentuan harga pokok produk yang dijual. Akibatnya, sistem ini hanya menyediakan informasi yang relatif sangat sedikit untuk mencapai keunggulan dalam persaingan global.
2. Berkaitan dengan biaya overhead, sistem akuntansi biaya tradisional terlalu memusatkan pada distribusi dan alokasi biaya overhead ketimbang berusaha keras mengurangi pemborosan dengan menghilangkan aktivitas yang tidak bernilai tambah.
3. Sistem akuntansi biaya tradisional tidak mencerminkan sebab akibat biaya karena sering kali beranggapan bahwa biaya ditimbulkan oleh faktor tunggal, seperti volume produk atau jam kerja langsung.
4. Sistem akuntansi biaya tradisional sering kali menghasilkan informasi biaya yang terdistorsi sehingga mengakibatkan pembuatan keputusan yang justru menimbulkan konflik dengan keunggulan perusahaan.
5. Sistem akuntansi biaya tradisional menggolongkan biaya langsung dan tidak langsung serta biaya tetap dan biaya variabel hanya berdasarkan faktor penyebab tunggal, yaitu volume produk. Padahal dalam

lingkungan teknologi maju, metode penggolongan tersebut menjadi kabur karena biaya dipengaruhi oleh berbagai aktivitas.

6. Sistem akuntansi biaya tradisional menggolongkan suatu perusahaan ke dalam pusat-pusat pertanggungjawaban yang kaku dan terlalu menekankan kinerja jangka pendek.
7. Sistem akuntansi biaya tradisional memusatkan perhatian pada perhitungan selisih biaya pusat-pusat pertanggungjawaban dalam suatu perusahaan dengan menggunakan standar tertentu.
8. Sistem akuntansi biaya tradisional tidak banyak memerlukan alat-alat dan teknik-teknik yang canggih dalam sistem informasi dibandingkan pada lingkungan teknologi maju.
9. Sistem akuntansi biaya tradisional kurang menekankan pentingnya daur hidup produk. Hal ini dibuktikan dengan perlakuan akuntansi biaya tradisional terhadap biaya aktivitas. Biaya-biaya tersebut diperlakukan sebagai biaya periode sehingga menyebabkan terjadinya distorsi harga pokok produk.

Dalam sistem kalkulasi biaya tradisional biaya overhead dialokasikan secara arbitrer kepada harga pokok produk. Hal ini akan menghasilkan harga pokok produk yang tidak akurat atau terjadinya distorsi penentuan harga pokok produk per unit sehingga tidak bisa diandalkan dalam mengukur efisiensi dan produktivitas.

Penentuan harga pokok per unit yang lebih akurat penting bagi manajemen sebagai dasar untuk pembuatan keputusan. Agar tidak terjadi distorsi penentuan harga pokok per unit, banyak perusahaan yang mengadopsi

penggunaan sistem penentuan harga pokok (costing) berbasis aktivitas (ABC).

2.1.4 Pengertian *Activity Based Costing*

Menurut Bastian Bustami dan Nurlela (2009:25) *Activity-Based Costing* adalah Metode membebankan biaya aktivitas-aktivitas berdasarkan besarnya pemakaian sumber daya dan membebankan biaya pada objek biaya, seperti produk atau pelanggan, berdasarkan besarnya pemakaian aktivitas, serta untuk mengukur biaya dan kinerja dari aktivitas yang terikat dengan proses dan objek biaya.

Menurut Mulyadi (2007:40), pengertian *Activity Based Costing* (ABC) adalah system informasi biaya yang berorientasi pada penyediaan informasi lengkap tentang aktifitas untuk memungkinkan personil perusahaan melakukan pengelolaan terhadap aktivitas. Sistem informasi ini menggunakan aktifitas sebagai basis serta pengurangan biaya dan penentuan secara akurat kos produk / jasa sebagai tujuan. Sistem informasi ini diterapkan dalam perusahaan manufaktur, jasa, dan dagang.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa *Activity Based Costing* adalah suatu metode pendekatan terhadap sistem akuntansi yang memfokuskan pada aktivitas yang dilakukan dan membebankan biaya ke objek biaya seperti produk dan jasa. Perhitungan berdasarkan aktivitas ini didasarkan pada konsep produk yang mengkonsumsi aktivitas dan aktivitas mengkonsumsi sumber daya.

Ada dua anggapan penting yang mendasari sistem *Activity Based Costing* (ABC), yaitu aktivitas menyebabkan timbulnya biaya dan produk

menyebabkan timbulnya permintaan atas aktivitas, *Activity Based Costing* (ABC) system merupakan suatu alternative penentuan harga pokok produk atau jasa yang sangat cukup dikenal dan sangat relevan. *Activity Based Costing* (ABC) system merupakan system informasi tentang pekerjaan atau aktivitas yang mengkonsumsi sumber daya dan menghasilkan nilai bagi konsumen.

2.1.5 Konsep Dasar *Activity Based Costing*

Pengertian ABC (*Activity Based Cost*) sistem dalam Mulyadi (2003:25) merupakan: “sistem informasi biaya yang menyediakan informasi lengkap tentang aktivitas untuk memungkinkan personil perusahaan melakukan pengelolaan terhadap aktivitas” *Activity Based Costing* (ABC) menyediakan informasi perihal aktivitas – aktivitas dan sumber daya yang dibutuhkan untuk melaksanakan aktivitas-aktivitas tersebut. Aktivitas adalah setiap kejadian atau transaksi yang merupakan pemicu biaya (*cost driver*) yakni, bertindak sebagai faktor penyebab dalam pengeluaran biaya dalam organisasi. Aktivitas-aktivitas ini menjadi titik perhimpunan biaya. Dalam sistem *Activity Based Costing* (ABC), biaya ditelusur ke aktivitas dan kemudian ke produk. System *Activity Based Costing* (ABC) mengasumsikan bahwa aktivitas yang mengkonsumsi sumber daya dan bukannya produk.

Dalam penerapannya, penentuan harga pokok dengan menggunakan sistem *Activity Based Costing* (ABC) memiliki tiga hal yaitu :

- a. perusahaan mempunyai tingkat diversitas yang tinggi

Sistem *Activity Based Costing* (ABC) mensyaratkan bahwa perusahaan memproduksi beberapa macam produk atau lini produk yang diproses dengan menggunakan fasilitas yang sama. Kondisi yang demikian tentunya akan menimbulkan masalah dalam membebankan biaya ke masing-masing produk.

b. Tingkat persaingan industri yang tinggi

Yaitu terdapat beberapa perusahaan yang menghasilkan produk yang sama atau sejenis. Dalam persaingan antar perusahaan yang sejenis tersebut maka perusahaan akan semakin meningkatkan persaingan untuk memperbesar pasarnya. Semakin besar tingkat persaingan maka semakin penting peran informasi tentang harga pokok dalam mendukung pengambilan keputusan manajemen.

c. Biaya pengukuran yang rendah

Yaitu bahwa biaya yang digunakan system ABC untuk menghasilkan informasi biaya yang akurat harus lebih rendah dibandingkan dengan manfaat yang diperoleh.

Penerapan ABC sistem akan relevan bila biaya overhead pabrik merupakan biaya yang paling dominan dan multi produk. Dalam merancang ABC sistem, aktivitas untuk membuat dan menjual produk digolongkan dalam 4 kelompok, yaitu:

1. *Facility sustaining activity cost*

Yaitu biaya yang berkaitan dengan aktivitas mempertahankan kapasitas yang dimiliki perusahaan. Misal biaya depresiasi, biaya asuransi, biaya gaji pegawai kunci

2. *Product sustaining activity cost*

Yaitu biaya yang berkaitan dengan aktivitas penelitian dan pengembangan produk dan biaya untuk mempertahankan produk untuk tetap dapat dipasarkan. Misal biaya pengujian produk, biaya desain produk

3. *Batch activity cost*

Yaitu biaya yang berkaitan dengan jumlah batch produk yang diproduksi. Misalnya biaya set-up mesin

4. *Unit level activity cost*

Yaitu biaya yang berkaitan dengan besar kecilnya jumlah unit produk yang dihasilkan. Misalnya biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja

Penggolongan aktivitas menjadi empat kategori di atas disebut cost hierarchy (struktur biaya).

Langkah-langkah *Activity Based Costing* (ABC) system sebagai berikut :

a. Mengidentifikasi aktivitas-aktivitas

Pengidentifikasi aktivitas-aktivitas menghendaki adanya daftar jenis-jenis pekerjaan yang terdapat dalam perusahaan yang berkaitan dengan proses produksi.

b. Membebankan biaya ke aktivitas – aktivitas

Setiap kali suatu aktivitas ditetapkan, maka biaya pelaksanaan aktivitas tersebut ditentukan.

c. Menentukan activity driver

Langkah berikutnya adalah menentukan activity driver untuk masing-masing aktivitas yang merupakan faktor penyebab pengendali dari aktivitas-aktivitas tersebut.

d. Menentukan tarif dan membebankan biaya ke produk

Dalam menentukan tarif ini, total biaya dari setiap aktivitas dibagi dengan total activity driver yang digunakan untuk aktivitas tersebut.

Langkah selanjutnya adalah mengalikan tarif yang diperoleh untuk setiap aktivitas tersebut dengan aktivitas driver yang dikonsumsi oleh tiap-tiap jenis produk yang diproduksi kemudian membaginya dengan jumlah unit yang diproduksi untuk tiap produk.

2.1.6 Manfaat dari sistem *Activity Based Costing*

Activity Based Costing System adalah suatu sistem akuntansi yang terfokus pada aktivitas – aktivitas yang dilakukan untuk menghasilkan produk dan jasa. *Activity Based Costing* menyediakan informasi perihal aktivitas – aktivitas dan sumber daya yang dibutuhkan untuk melaksanakan aktivitas – aktivitas tersebut. Aktivitas adalah setiap kejadian atau transaksi yang merupakan pemicu biaya (*cost driver*) yakni bertindak sebagai faktor penyebab dalam pengeluaran biaya dalam organisasi. Aktivitas – aktivitas ini menjadi titik perhimpunan biaya. Di dalam sistem ABC, biaya ditelusuri ke aktivitas dan kemudian ke produk. Sistem ABC

mengasumsikan bahwa aktivitas – aktivitaslah yang mengkonsumsi sumber daya dan bukannya produk.

2.1.7 Keunggulan dari sistem *Activity Based Costing*

Beberapa keunggulan dari sistem biaya *Activity Based Costing* (ABC) dalam penentuan biaya produksi adalah sebagai berikut :

- a. Biaya produk yang lebih realistic khususnya pada industry manufaktur teknologi tinggi dimana biaya *overhead* adalah merupakan proporsi yang signifikan dari total biaya.
- b. Semakin banyak *overhead* dapat ditelusuri ke produk. Dalam pabrik yang modern, terdapat sejumlah aktivitas non lantai pabrik yang berkembang. Analisis sistem biaya ABC itu sendiri memberi perhatian pada semua aktivitas sehingga biaya aktivitas yang non lantai pabrik dapat ditelusuri.
- c. Sistem biaya ABC mengakui bahwa aktivitaslah yang menyebabkan biaya (*activities cause cost*) bukanlah produk, dan produklah yang mengkonsumsi aktivitas.
- d. Sistem biaya ABC memfokuskan perhatian pada sifat riil dari perilaku biaya dan membantu dalam mengurangi biaya dan mengidentifikasi aktivitas yang tidak menambah nilai terhadap produk.
- e. Sistem biaya ABC mengakui kompleksitas dari diversitas produksi yang modern dengan menggunakan biaya pemacu biaya (*multiple cost drivers*), banyak dari pemacu biaya tersebut berbasis transaksi (*transaction – based*) dari pada berbasis volume produk.

- f. Sistem biaya ABC memberikan suatu indikasi yang dapat diandalkan dari biaya produk variable jangka panjang (long run variable product cost) yang relevan terhadap pengambilan keputusan yang strategic
- g. Sistem biaya ABC cukup fleksibel untuk menelusuri biaya ke proses, pelanggan, area tanggungjawab manajerial dan juga biaya produk.

2.1.8 Perbandingan Biaya Produk tradisional dan *Activity Based Costing*

Harga pokok produksi adalah proses pengumpulan, pengelompokkan dan pembebanan biaya-biaya bahan baku, tenaga kerja dan overhead pabrik untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Metode tradisional dikenal dengan istilah akuntansi biaya tradisional. Akuntansi biaya tradisional, membebankan BOP ke unit produk individual dengan menggunakan jam kerja langsung atau jam kerja mesin. Dalam sistem biaya Tradisional, pemicu biaya yang digunakan hanya didasarkan atas unit saja, yang diukur dalam jam kerja langsung, jam mesin, atau biaya bahan. Pemicu aktivitas atas dasar unit merupakan faktor-faktor yang menyebabkan perubahan biaya ketika jumlah unit yang dihasilkan berubah. Selain sistem biaya Tradisional, terdapat perhitungan harga pokok produksi berdasarkan aktivitas yang kita kenal dengan nama Activity Based Costing (ABC). Metode Activity Based Costing mendasarkan pada anggapan bahwa jika produk mengkonsumsi banyak sumber daya overhead (memakai banyak aktivitas), maka produk tersebut harus menanggung BOP yang lebih besar daripada produk lain yang hanya mengkonsumsi sumber daya sedikit. “Activity Based

Costing adalah pendekatan perhitungan biaya yang membebankan biaya sumber daya ke objek biaya seperti produk, jasa, atau pelanggan berdasarkan aktivitas yang dilakukan untuk objek biaya tersebut". Aktivitas adalah kumpulan tindakan yang dilakukan dalam organisasi yang berguna untuk tujuan penentuan biaya berdasarkan aktivitas.

Akuntansi biaya tradisional, dalam membebankan BOP melibatkan 2 tahap yaitu (1) BOP dibebankan ke unit organisasional (departemen), dan (2) kemudian BOP dibebankan ke produk. Sedangkan dalam sistem ABC, tahap yang pertama adalah mengusut biaya ke aktivitas di pusat kegiatan atau cost pool (bukan pembebanan ke unit organisasi), dan tahap yang kedua adalah pembebanan biaya ke produk. Perbedaan mendasar antara metode Activity Based Costing dengan metode tradisional adalah dalam pembebanan BOP. Pada tahap kedua, penekanannya adalah atributasi secara langsung (dengan mencari hubungan sebab dan akibat), sedangkan pada metode tradisional tahap ini kebanyakan menggunakan alokasi dan mengabaikan hubungan sebab akibat. ABC menggunakan pemacu biaya aktivitas yang berdasarkan unit (unit-based activity driver) dan menggunakan cost driver yang berdasarkan pada non-unit (nonunit-based activity driver). Perbedaan lain antara sistem ABC dan sistem tradisional adalah bahwa semua sistem ABC merupakan sistem perhitungan biaya dua tahap, sementara sistem tradisional bisa merupakan sistem perhitungan satu atau dua tahap tergantung dari departemen atau pusat biaya lain dibuat. Beberapa sistem tradisional ada yang terdiri satu tahap akan tetapi tidak ada sistem ABC yang hanya terdiri dari satu tahap.

Sistem perhitungan biaya berdasarkan volume dapat menyediakan biaya yang cukup akurat. Hal tersebut dapat terjadi ketika operasi perusahaan memiliki karakteristik sebagai berikut:

- a. Lini produk dan jasa yang hanya beberapa dan mirip.
- b. Biaya overhead yang relatif rendah.
- c. Proses konversi yang homogen untuk seluruh produk atau jasa.
- d. Jalur distribusi, permintaan pelanggan dan pelanggan yang serupa.

Dalam sistem tradisional, biaya overhead diasumsikan proporsional dengan jumlah unit yang diproduksi. Namun pada kenyataannya banyak biaya yang tidak berhubungan dengan volume produksi. Hal ini dapat menyebabkan distorsi/kekeliruan pembebanan biaya. Keterbatasan utama dari sistem penentuan harga pokok tradisional adalah penggunaan tarif tunggal yang mendasarkan pada volume. Distorsi dari sistem biaya overhead berdasarkan volume meningkat ketika keanekaragaman produk meningkat, karena sistem biaya ini:

- a. Dirancang untuk menentukan biaya produk secara keseluruhan, bukan berdasarkan karakteristik-karakteristik unit produksi dalam operasi yang berbeda.
- b. Menggunakan penggerak biaya yang berlaku di seluruh perusahaan dan mengabaikan perbedaan aktivitas untuk produk atau proses produksi yang berbeda dalam pabrik atau departemen.
- c. Menggunakan volume aktivitas untuk seluruh operasi seperti jam atau nilai dolar (satuan mata uang) tenaga kerja langsung sebagai dasar

untuk mendistribusikan biaya overhead ke seluruh produk sementara aktivitas tertentu adalah bagian kecil dari aktivitas keseluruhan.

d. Kurang menekankan analisa produk jangka panjang.

ABC system menjadikan aktivitas sebagai titik pusat kegiatan. Oleh karena aktivitas dapat dijumpai baik di perusahaan manufaktur, jasa, maupun perusahaan retail, maka ABC system dapat diterapkan sama baiknya di ketiga tipe perusahaan tersebut. Dengan sistem Activity Based Costing ini, untuk pertama kalinya perusahaan jasa dan perusahaan dagang dapat memanfaatkan sistem informasi biaya yang sangat bermanfaat untuk mengurangi biaya dan penentuan kos produk atau jasa. Manfaat penggunaan metode Activity Based Costing antara lain:

a. Meningkatkan kualitas pengambilan keputusan

Penerapan metode activity based costing akan meningkatkan ketepatan pengambilan keputusan karena penentuan harga pokok produk lebih informatif. Keputusan yang tidak tepat sering terjadi karena informasi berdasarkan unit yang disajikan mengalami distorsi. Metode activity based costing mencegah timbulnya distorsi dalam penentuan harga pokok produk.

b. Aktivitas perbaikan secara terus-menerus untuk mengurangi biaya overhead pabrik

Umumnya perusahaan saat ini menginginkan adanya penurunan biaya overhead pabrik. Penurunan biaya overhead pabrik tersebut dilakukan dengan cara menetapkan perbaikan secara terus-menerus (continuous improvement). Apabila perusahaan menetapkan metode activity based costing, manajer akan memahami bahwa aktivitas akan memicu timbulnya

biaya. Oleh karena itu aktivitas-aktivitas yang tidak ada nilai tambah harus dihilangkan. Dengan demikian akan memaksa manajemen untuk menyederhanakan operasi. Misalnya dengan mengurangi aktivitas penanganan persediaan, akan mengurangi biaya total.

c. Mempermudah menentukan relevant cost

Penerapan metode activity based costing akan memberikan kemudahan dalam memperoleh relevant cost untuk keputusan yang lebih luas. Misalkan jika suatu keputusan yang diajukan akan menurunkan atau justru meningkatkan aktivitas yang berlevel batch, maka pembuatan keputusan dapat memperkirakan penurunan atau peningkatan biaya yang akan terjadi.

2.1.9 Syarat pencapaian sistem *Activity Based Costing*

Activity Based Costing Sistem adalah suatu sistem akuntansi yang terfokus pada aktivitas-aktivitas yang dilakukan untuk menghasilkan produk/jasa. *Activity Based Costing* menyediakan informasi perihal aktivitas-aktivitas dan sumber daya yang dibutuhkan untuk melaksanakan aktivitas-aktivitas tersebut. Aktivitas adalah setiap kejadian atau transaksi yang merupakan pemicu biaya (*cost driver*) yakni, bertindak sebagai faktor penyebab dalam pengeluaran biaya dalam organisasi. Aktivitas-aktivitas ini menjadi titik perhimpunan biaya. Dalam sistem ABC, biaya ditelusur ke aktivitas dan kemudian ke produk. System ABC mengasumsikan bahwa aktivitas aktivitaslah, yang mengkonsumsi sumber daya dan bukannya produk.

Dalam penerapannya, penentuan harga pokok dengan menggunakan sistem ABC menyaratkan tiga hal:

a. Perusahaan mempunyai tingkat diversitas yang tinggi

Sistem ABC mensyaratkan bahwa perusahaan memproduksi beberapa macam produk atau lini produk yang diproses dengan menggunakan fasilitas yang sama. Kondisi yang demikian tentunya akan menimbulkan masalah dalam membebankan biaya ke masing-masing produk.

b. Tingkat persaingan industri yang tinggi

Yaitu terdapat beberapa perusahaan yang menghasilkan produk yang sama atau sejenis. Dalam persaingan antar perusahaan yang sejenis tersebut maka perusahaan akan semakin meningkatkan persaingan untuk memperbesar pasarnya. Semakin besar tingkat persaingan maka semakin penting peran informasi tentang harga pokok dalam mendukung pengambilan keputusan manajemen.

c. Biaya pengukuran yang rendah

Yaitu bahwa biaya yang digunakan system ABC untuk menghasilkan informasi biaya yang akurat harus lebih rendah dibandingkan dengan manfaat yang diperoleh.

Penerapan ABC sistem akan relevan bila biaya overhead pabrik merupakan biaya yang paling dominan dan multiproduk. Dalam merancang ABC sistem, aktivitas untuk membuat dan menjual produk digolongkan dalam 4 kelompok, yaitu:

- a) *Facility sustaining activity cost*: biaya yang berkaitan dengan aktivitas mempertahankan kapasitas yang dimiliki perusahaan. Misal biaya depresiasi, biaya asuransi, biaya gaji pegawai kunci

- b) *Product sustaining activity cost*: biaya yang berkaitan dengan aktivitas penelitian dan pengembangan produk dan biaya untuk mempertahankan produk untuk tetap dapat dipasarkan. Misal biaya pengujian produk, biaya desain produk
- c) *Batch activity cost*: biaya yang berkaitan dengan jumlah batch produk yang diproduksi. Misalnya biaya set-up mesin
- d) *Unit level activity cost*: biaya yang berkaitan dengan besar kecilnya jumlah unit produk yang dihasilkan. Misalnya biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja

Penggolongan aktivitas menjadi empat kategori diatas disebut *cost hierarchy* (struktur biaya).

Langkah-langkah ABC sistem:

1. Tahap pertama pengelompokan biaya overhead ke dalam kelompok biaya yang homogen. Kelompok biaya homogen merupakan kumpulan overhead yang variasinya dapat dijelaskan oleh satu faktor penyebab (*cost driver*). Untuk menentukan mana kelompok biaya yang homogen, dapat melihat biaya yang mempunyai rasio konsumsi sama untuk seluruh produk.

2. Tahap kedua alokasi biaya overhead pabrik:

Alokasi biaya overhead = Tarif kelompok x Dasar pembebanan yang dikonsumsi.

2.1.10 Pengertian dan Penentuan Tarif Kamar (HPP)

Harga merupakan komponen penting atas suatu produk, karena akan berpengaruh terhadap keuntungan produsen. Harga juga menjadi

pertimbangan konsumen untuk membeli, sehingga perlu pertimbangan khusus untuk menentukan harga tersebut.

Pengertian menurut para ahli tentang pengertian Harga sebagai berikut :

1. Menurut Tjiptono (2002), Harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang, ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Harga merupakan komponen yang berpengaruh langsung terhadap laba perusahaan.
2. Menurut Harini (2008: 55) Harga adalah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya.

Berdasarkan beberapa definisi tersebut dapat disimpulkan, bahwa harga adalah satuan moneter yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan dan mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya.

Dasar Penetapan Harga

Menurut Machfoedz (2005: 136) “penetapan harga dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik faktor internal maupun faktor eksternal. Faktor internal meliputi tujuan pemasaran perusahaan, strategi bauran pemasaran, biaya, dan metode penetapan harga.” Faktor eksternal meliputi sifat pasar dan permintaan, persaingan, dan elemen lingkungan yang lain.

Tujuan Penetapan Harga

Penjual barang dalam menetapkan harga dapat mempunyai tujuan yang berbeda satu sama lain antar penjual maupun antar barang yang satu

dengan yang lain. Tujuan penetapan harga menurut Harini (2008: 55) adalah sebagai berikut:

Penetapan harga untuk mencapai penghasilan atas investasi. Biasanya besar keuntungan dari suatu investasi telah ditetapkan persentasenya dan untuk mencapainya diperlukan penetapan harga tertentu dari barang yang dihasilkannya.

Penetapan harga untuk kestabilan harga. Hal ini biasanya dilakukan untuk perusahaan yang kebetulan memegang kendali atas harga. Usaha pengendalian harga diarahkan terutama untuk mencegah terjadinya perang harga, khususnya bila menghadapi permintaan yang sedang menurun.

Penetapan harga untuk mempertahankan atau meningkatkan bagiannya dalam pasar. Apabila perusahaan mendapatkan bagian pasar dengan luas tertentu, maka ia harus berusaha mempertahankannya atau justru mengembangkannya. Untuk itu kebijaksanaan dalam penetapan harga jangan sampai merugikan usaha mempertahankan atau mengembangkan bagian pasar tersebut.

Penetapan harga untuk menghadapi atau mencegah persaingan. Apabila perusahaan baru mencoba-coba memasuki pasar dengan tujuan mengetahui pada harga berapa ia akan menetapkan penjualan. Ini berarti bahwa ia belum memiliki tujuan dalam menetapkan harga coba-coba tersebut.

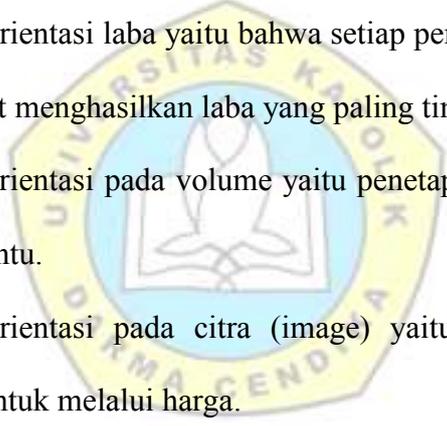
Penetapan harga untuk memaksimalkan laba. Tujuan ini biasanya menjadi anutan setiap usaha bisnis. Kelihatannya usaha mencari untung mempunyai konotasi yang kurang enak seolah-olah menindas konsumen.

Padahal sesungguhnya hal yang wajar saja. Setiap usaha untuk bertahan hidup memerlukan laba. Memang secara teoritis harga bisa berkembang tanpa batas.

Tujuan Penerapan Harga menurut para ahli sebagai berikut :

Menurut Machfoedz (2005: 139) “Tujuan penetapan harga meliputi (1). Orientasi laba: mencapai target baru, dan meningkatkan laba; (2) Orientasi penjualan: meningkatkan volume penjualan, dan mempertahankan atau mengembangkan pangsa pasar.”

Kemudian menurut Tjiptono (2002) tujuan penetapan harga adalah :

- 
- a) Berorientasi laba yaitu bahwa setiap perusahaan selalu memilih harga yang dapat menghasilkan laba yang paling tinggi.
 - b) Berorientasi pada volume yaitu penetapan harga berorientasi pada volume tertentu.
 - c) Berorientasi pada citra (image) yaitu bahwa image perusahaan dapat dibentuk melalui harga.
 - d) Stabilisasi harga yaitu penetapan harga yang bertujuan untuk mempertahankan hubungan yang stabil antara harga perusahaan dengan harga pemimpin pasar (market leader).

Tujuan lainnya yaitu menetapkan harga dengan tujuan mencegah masuknya pesaing, mempertahankan loyalitas konsumen, mendukung penjualan ulang atau menghindari campur tangan pemerintah.

2.1.11 Strategi Penetapan Tarif

Penetapan harga barang dan jasa merupakan suatu strategi kunci dalam berbagai perusahaan sebagai konsentrasi dari deregulasi, persaingan global

yang kian sengit, rendahnya pertumbuhan di banyak pasar, dan peluang bagi perusahaan untuk memantapkan posisinya di pasar. Harga mempengaruhi kinerja keuangan dan juga sangat mempengaruhi persepsi pembeli dan penentuan posisi merek. Harga menjadi suatu ukuran tentang mutu produk pembeli mengalami kesulitan dalam mengevaluasi produk – produk yang kompleks.

Strategi yang dapat diterapkan, antara lain :

- a. Menerapkan strategi penetapan harga yang sederhana yang dapat dilaksanakan dengan biaya murah
- b. Menggunakan kebijakan – kebijakan penetapan harga yang diberlakukan menurut biaya jasa yang diberikan kepada konsumen
- c. Mengurangi biaya operasional
- d. Meyakinkan pemerintah untuk lebih mengutamakan usaha – usaha dalam negeri

Motivasi untuk perang harga ini termasuk untuk menggunakan kapasitas produksi, tindakan untuk mempertahankan hidup oleh perusahaan – perusahaan yang beroperasi menurut ketentuan kebangkrutan, dan juga penekanan persaingan terhadap posisi pangsa pasar.

Pengurangan biaya adalah suatu hal yang diharuskan jika lingkungan penetapan harga terus – menerus kecuali kalau suatu organisasi dapat mendominasi satu atau lebih segmen yang kurang peka terhadap persaingan harga yang hebat.

Peran Strategis Harga

Biaya mempengaruhi kemampuan suatu organisasi untuk bersaing, persaingan yang ada yang akan timbul dalam segmen pasar yang ditargetkan oleh manajemen menghambat kelenturan dalam pemilihan harga.

Harga Dalam Bauran Pemasaran

Pemilihan strategi mengenai produk dan distribusi menetapkan pedoman untuk strategi harga maupun strategi promosi. Mutu dan cirri produk, tipe saluran distribusi, para pengguna akhir yang dilayani, dan fungsi – fungsi perantara, semua membantu menetapkan tarif harga. Eksekutif pemasaran bertanggung jawab terhadap strategi harga dalam banyak perusahaan. Koordinasi antara keputusan penetapan harga yang bersifat strategis dan taktis dengan aspek – aspek strategi pemasaran lainnya merupakan hal yang penting karena melibatkan antara kesinambungan.

Strategi Produk

Mutu dan ciri produk mempengaruhi strategi harga. Sebuah produk bermutu tinggi mungkin memerlukan harga yang tinggi untuk membangun prestise di pasar dan memenuhi persyaratan kinerja lain bagi manajemen. Para eksekutif penetapan harga menganalisis bauran produk, strategi pemberian merek, dan mutu serta cirri produk untuk menentukan dampak dari factor – factor ini terhadap strategi harga.

Strategi Distribusi

Perusahaan memerlukan laba untuk membayar fungsi – fungsi perantara dan menawarkan insentif secukupnya untuk memperoleh kerjasama mereka. Distribusi yang insentif kemungkinan memerlukan penetapan

harga yang lebih kompetitif daripada distribusi selektif atau eksekutif. Suatu perusahaan yang membangun saluran biasanya memainkan peran kunci dalam penetapan harga untuk seluruh saluran, dan tunduk pada kendala dan batasan hukum.

Situasi Penetapan Harga

Situasi penetapan harga meliputi :

- a. Menentukan bagaimana sebaiknya menetapkan suatu harga produk baru. Seringkali, terdapat kelenturan dalam memilih suatu harga
- b. Mengevaluasi kebutuhan untuk menyesuaikan harga karena adanya kekuatan eksternal dan perubahan dalam daur hidup produk
- c. Mengubah strategi penentuan posisi yang mensyaratkan modifikasi terhadap strategi harga yang sekarang
- d. Menanggapi tekanan – tekanan dari perang harga dan ancaman – ancaman persaingan lainnya

Keputusan mengenai harga untuk produk – produk yang ada mungkin mencakup kenaikan, penurunan, dan mempertahankan harga pada tingkat sekarang.

Manfaat Strategi Penentuan Posisi Harga

Harga digunakan dalam berbagai cara dalam strategi penentuan posisi program pemasaran sebagai isyarat bagi pembeli, suatu instrument persaingan, suatu cara untuk memperbaiki kinerja keuangan, dan berbagai cara untuk melakukan fungsi – fungsi bauran pemasaran lainnya (misalnya, penetapan harga promosi)

Strategi Penetapan Harga

- a. Menetapkan tujuan penetapan harga
- b. Menganalisis situasi penetapan harga
- c. Memilih strategi penetapan harga
- d. Menentukan harga dan kebijakan khusus

Tujuan Penetapan Harga

- a. Mendapatkan posisi pasar
- b. Mencapai kinerja keuangan
- c. Penentuan posisi produk
- d. Merangsang permintaan harga
- e. Mempengaruhi persaingan

Tujuan Penetapan Harga

Nitir, 2008 mengemukakan pada dasarnya ada empat jenis tujuan penetapan harga, yaitu :

1. Tujuan Berorientasi pada Laba

Asumsi teori ekonomi klasik menyatakan bahwa setiap perusahaan selalu memilih harga yang dapat menghasilkan laba paling tinggi. Tujuan ini dikenal dengan istilah maksimisasi laba. Dalam era persaingan global, kondisi yang dihadapi semakin kompleks dan semakin banyak variabel yang berpengaruh terhadap daya saing setiap perusahaan, sehingga tidak mungkin suatu perusahaan dapat mengetahui secara pasti tingkat harga yang dapat menghasilkan laba maksimum.

Oleh karena itu ada pula perusahaan yang menggunakan pendekatan target laba, yakni tingkat laba yang sesuai atau pantas

sebagai sasaran laba. Ada dua jenis target laba yang biasa digunakan, yaitu target margin dan target ROI (Return On Investment)

2. Tujuan Berorientasi pada Volume

Selain tujuan berorientasi pada laba, ada pula perusahaan yang menetapkan harganya berdasarkan tujuan yang berorientasi pada volume tertentu atau yang biasa dikenal dengan istilah volume pricing objective. Harga ditetapkan sedemikian rupa agar dapat mencapai target volume penjualan atau pangsa pasar. Tujuan ini banyak diterapkan oleh perusahaan-perusahaan penerbangan.

3. Tujuan Berorientasi pada Citra

Citra (image) suatu perusahaan dapat dibentuk melalui strategi penetapan harga. Perusahaan dapat menetapkan harga tinggi untuk membentuk atau mempertahankan citra prestisius. Sementara itu harga rendah dapat digunakan untuk membentuk citra nilai tertentu (image of value), misalnya dengan memberikan jaminan bahwa harganya merupakan harga yang terendah di suatu wilayah tertentu. Pada hakekatnya baik penetapan harga tinggi maupun rendah bertujuan untuk meningkatkan persepsi konsumen terhadap keseluruhan bauran produk yang ditawarkan perusahaan.

4. Tujuan Stabilisasi Harga

Dalam pasar yang konsumennya sangat sensitif terhadap harga, bila suatu perusahaan menurunkan harganya, maka para pesaingnya harus menurunkan pula harga mereka. Kondisi seperti ini yang mendasari terbentuknya tujuan stabilisasi harga dalam industri-industri tertentu (misalnya minyak bumi). Tujuan stabilisasi dilakukan dengan jalan menetapkan harga untuk mempertahankan hubungan yang stabil antara harga suatu perusahaan dan harga pemimpin industri (industry leader).

5. Tujuan-tujuan lainnya

Harga dapat pula ditetapkan dengan tujuan mencegah masuknya pesaing, mempertahankan loyalitas pelanggan, mendukung penjualan ulang, atau menghindari campur tangan pemerintah.

Tujuan-tujuan penetapan harga di atas memiliki implikasi penting terhadap strategi bersaing perusahaan. Tujuan yang ditetapkan harus konsisten dengan cara yang ditempuh perusahaan dalam menetapkan posisi relatifnya dalam persaingan. Misalnya, pemilihan tujuan laba mengandung makna bahwa perusahaan akan mengabaikan harga para pesaing.

Pilihan ini dapat diterapkan dalam 3 kondisi, yaitu:

- tidak ada pesaing;
- perusahaan beroperasi pada kapasitas produksi maksimum;
- harga bukanlah merupakan atribut yang penting bagi pembeli.

Berbeda dengan tujuan laba, pemilihan tujuan volume dilandaskan pada strategi mengalahkan atau mengatasi persaingan. Sedangkan tujuan stabilisasi didasarkan pada strategi menghadapi atau memenuhi tuntutan persaingan. Dalam tujuan volume dan stabilisasi, perusahaan harus dapat menilai tindakan-tindakan pesaingnya. Dalam tujuan berorientasi pada citra, perusahaan berusaha menghindari persaingan dengan jalan melakukan diferensiasi produk atau dengan jalan melayani segmen pasar khusus.

Analisis penetapan harga meliputi ;

1. Estimasi mengenai kepekaan pasar produk terhadap harga

Analisis pasar produk dari segi harga harus menjawab pertanyaan seperti :

- a. Seberapa besarkah pasar produk dilihat dari potensi pembelian
- b. Segmen mana yang ada di dalam pasar produk dan strategi pasar sasaran apa yang digunakan
- c. Seberapa peka permintaan dalam segmen tersebut yang tertarik terhadap perubahan harga
- d. Seberapa pentingkah factor – factor nonharga, dan seperti apa cirri – ciri dan kinerjanya
- e. Seberapa besarkah penjualan yang diperkirakan pada tingkat harga yang berbeda.

2.2. Hasil Penelitian Terdahulu

2.2.1. Jurnal Penelitian

NO	JUDUL JURNAL / SKRIPSI , PENULIS	PERSAMA AN	PERBEDAAN
1	Penetapan Metode <i>Activity Based Costing</i> dalam menentukan tariff kamar di rumah sakit bersalin Siti Aminah Surabaya (Christian Hutauruk – UKDC 2009)	Perhitungan Dengan menggunakan Akuntansi Tradisional dan metode <i>Activity Based Costing</i> (ABC) dalam penghitungan tariff jual kamar	Sebelumnya : <ul style="list-style-type: none"> • Penelitian dilakukan di rumah sakit pada tahun 2009. • Peneliti hanya menjabarkan penerapan metode <i>Activity Based Costing</i> dalam penentuan tariff Sekarang : <ul style="list-style-type: none"> • Penelitian dilakukan di Hotel Green Leaf Lombok Nusa Tenggara Barat. • Peneliti menganalisa harga dan tariff kamar hotel antara metode <i>Activity Based Costing</i> dengan metode tradisional
2	Penetapan <i>Activity Based Costing</i> sebagai dasar penetapan tariff jasa rawat inap (studi pada RSIA, MARDI WALOEJO), Sri Dwi Utari (UKDC, 2008)	Perhitungan Dengan menggunakan Akuntansi Tradisional dan metode <i>Activity Based Costing</i> (ABC)	Sebelumnya : <ul style="list-style-type: none"> • Penelitian dilakukan di rumah sakit pada tahun 2008. • Peneliti hanya menjabarkan penerapan metode <i>Activity Based Costing</i> dalam penentuan tariff Sekarang : <ul style="list-style-type: none"> • Penelitian dilakukan di Hotel Green Leaf Lombok Nusa Tenggara Barat. • Peneliti menganalisa harga dan

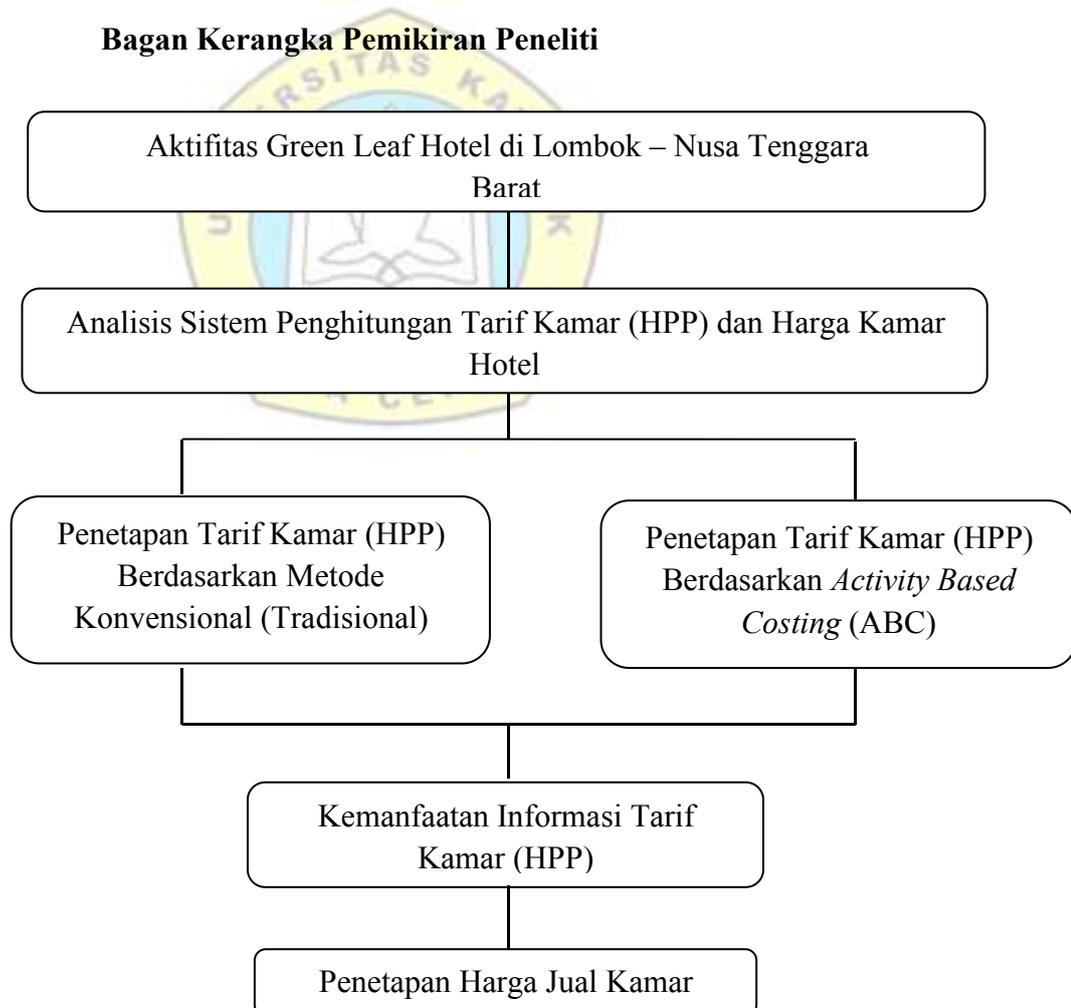
		dalam penghitunga n tariff jual kamar	tariff kamar hotel antara metode <i>Activity Based Costing</i> dengan metode tradisional
--	--	--	--

Sumber : Christian Hutauruk – UKDC 2009 & Sri Dwi Utari (UKDC, 2008)

2.3. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan suatu alur atau bagan yang menggambarkan cara berpikir penulis mulai dari awal hingga akhir penelitian. Di bawah ini adalah bagan kerangka pemikiran penulis yang dapat dilihat dari gambar tabel berikut :

Bagan Kerangka Pemikiran Peneliti



Sumber : Diolah peneliti