



# AKUNTANSI MANAJEMEN

Asraf  
Susana Dewi  
Siti Aminah  
Endang Susilowati  
Muh. Azdar Setiawan  
Rinda Fithriyana  
Sulistiyandari  
Pujangga Abdillah  
Parju  
Sev Rahmiyanti

# **AKUNTANSI MANAJEMEN**

**Asraf  
Susana Dewi  
Siti Aminah  
Endang Susilowati  
Muh. Azdar Setiawan  
Rinda Fithriyana  
Sulistiyandari  
Pujangga Abdillah  
Parju  
Sev Rahmiyanti**



**GET PRESS INDONESIA**

# AKUNTANSI MANAJEMEN

**Penulis :**

Asraf  
Susana Dewi  
Siti Aminah  
Endang Susilowati  
Muh. Azdar Setiawan  
Rinda Fithriyana  
Sulistiyandari  
Pujangga Abdillah  
Parju  
Sev Rahmiyanti

**ISBN : 978-623-198-827-0**

**Editor :** Diana Purnama Sari, S.E M.E

**Penyunting :** Tri Putri Wahyuni, S.Pd

**Desain Sampul dan Tata Letak :** Atyka Trianisa, S.Pd

**Penerbit :** GET PRESS INDONESIA

Anggota IKAPI No. 033/SBA/2022

**Redaksi :**

Jln. Palarik Air Pacah No 26 Kel. Air Pacah  
Kec. Koto Tangah Kota Padang Sumatera Barat

Website : [www.getpress.co.id](http://www.getpress.co.id)

Email : [adm.getpress@gmail.com](mailto:adm.getpress@gmail.com)

Cetakan pertama, November 2023

Hak cipta dilindungi undang-undang  
Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan  
dengan cara apapun tanpa izin tertulis dari penerbit.

## **KATA PENGANTAR**

Segala Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT dalam segala kesempatan. Sholawat beriring salam dan doa kita sampaikan kepada Nabi Muhammad SAW. Alhamdulillah atas Rahmat dan Karunia-Nya penulis telah menyelesaikan Buku Akuntansi Manajemen ini.

Buku ini membahas Konsep Dasar Akuntansi Manajemen, Konsep Biaya, Pembebanan Biaya dan Penelusuran Biaya, Biaya Tetap dan Biaya Variabel, Konsep Margin Kontribusi dan Implementasinya, Kalkulasi Biaya Produksi, Biaya Berdasarkan Aktivitas dan Berdasarkan Rata rata Tertimbang, Penganggaran untuk Perencanaan dan Pengendalian, Kalkulasi Biaya Standar, Analisa Biaya Pemasaran.

Proses penulisan buku ini berhasil diselesaikan atas kerjasama tim penulis. Demi kualitas yang lebih baik dan kepuasan para pembaca, saran dan masukan yang membangun dari pembaca sangat kami harapkan.

Penulis ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung dalam penyelesaian buku ini. Terutama pihak yang telah membantu terbitnya buku ini dan telah mempercayakan mendorong, dan menginisiasi terbitnya buku ini. Semoga buku ini dapat bermanfaat bagi masyarakat Indonesia.

Padang, November 2023

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vii</b>
<b>BAB 1 KONSEP DASAR AKUNTANSI MANAJEMEN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Pendahuluan .....	1
1.2 Perbedaan Akuntansi Manajemen dengan Akuntansi Keuangan .....	3
1.2.1 Standarisasi .....	3
1.2.2 Subjektif vs Objektif .....	4
1.2.3 Orientasi masa akan datang vs Orientasi Historis .....	5
1.2.4 Informasi secara Rinci vs Informasi secara Global .....	5
1.2.5 Multi disiplin vs Spesifik .....	5
1.3 Proses Pembiayaan .....	6
1.4 Berbagai Tema yang terkait Akuntansi Manajemen .....	6
1.4.1 Orientasi kepada Pelanggan .....	6
1.4.2 Manajemen Berdasarkan Aktivitas .....	7
1.4.3 Lintas Fungsional .....	7
1.4.4 TQM ( <i>Total Quality Management</i> ) .....	8
1.4.5 Waktu sebagai unsur dalam kompetisi bisnis .....	9
1.4.6 Tuntutan Efisiensi .....	9
1.4.7 E-Business .....	10
DAFTAR PUSTAKA .....	11
<b>BAB 2 KONSEP BIAYA .....</b>	<b>13</b>
2.1 Terminologi Cost Dan Expense .....	13
2.2 Cara Pengelompokan Biaya .....	14
2.3 Biaya Yang Terkait Dengan Audit .....	15
2.4 Kesimpulan .....	24
DAFTAR PUSTAKA .....	25
<b>BAB 3 PEMBEBANAN BIAYA DAN PENELUSURAN BIAYA .....</b>	<b>27</b>
3.1 Pendahuluan .....	27
3.2 Pembebanan Biaya .....	27

3.2.1 Pengertian Biaya.....	27
3.2.2 Terdapat Lima Cara Penggolongan Biaya .....	28
3.2.3 Pembebanan Biaya .....	36
3.3 Analisis Metode Penelusuran Biaya.....	38
3.4 Rangkuman .....	41
DAFTAR PUSTAKA.....	43
<b>BAB 4 BIAYA TETAP DAN BIAYA VARIABEL.....</b>	<b>45</b>
4.1 Pendahuluan .....	45
4.2 Pengertian Biaya .....	46
4.3 Jenis Biaya .....	47
4.3.1 Biaya Tetap .....	49
4.3.2 Biaya Variabel.....	54
4.4 Perbedaan Biaya Tetap dan Biaya Variabel .....	57
DAFTAR PUSTAKA.....	59
<b>BAB 5 KONSEP MARGIN KONTRIBUSI DAN IMPLEMENTASINYA .....</b>	<b>61</b>
5.1 Pendahuluan .....	61
5.2 Fungsi Margin Kontribusi.....	63
5.3 Tugas Manajemen Strategi .....	64
5.3.1 Optimasi Produksi.....	65
5.3.2 Linear Programming.....	65
5.4 Perbedaan Contribution Margin dan Gross Margin.....	66
5.5 Penggunaan dalam Margin Kontribusi.....	67
5.5.1 Digunakan untuk Perusahaan .....	67
5.5.2 Digunakan untuk Investor .....	68
5.6 Cara untuk Perhitungan Margin Kontribusi .....	68
5.7 Tantangan Ketika Melakukan Perhitungan Margin Kontribusi.....	70
5.7.1 Cara menghitung Margin Kontribusi .....	71
5.8 Implementasi Margin Kontribusi .....	72
5.8.1 Memilih Produk yang Paling Menguntungkan .....	72
5.8.2 Kombinasi Produk yang Paling Maksimal.....	72
5.8.3 Linear Programming Metode Grafik.....	74
5.8.4 Grafik yang memperagakan bidang yang layak.....	75
DAFTAR PUSTAKA.....	78
<b>BAB 6 KALKULASI BIAYA PRODUKSI .....</b>	<b>81</b>
6.1 Konsep Biaya Produksi .....	81

6.2 Biaya Produksi Menurut Para Ahli .....	81
6.3 Tujuan Biaya Produksi .....	82
6.4 Karakteristik Biaya Produksi.....	83
6.5 Macam-macam Biaya Produksi .....	83
6.6 Unsur Biaya Produksi.....	84
6.7 Harga Pokok Produksi .....	86
6.8 Perumpamaan Biaya Produksi.....	86
6.9 Perhitungan/Kalkulasi Biaya Produksi .....	87
6.10 Kesimpulan.....	88
DAFTAR PUSTAKA.....	89
<b>BAB 7 BIAYA BERDASARKAN AKTIVITAS DAN BERDASARKAN RATA-RATA TERTIMBANG.....</b>	<b>91</b>
7.1 Pendahuluan .....	91
7.2 Perhitungan Biaya <i>Overhead</i> Pabrik Berdasarkan Aktivitas.....	91
7.3 Ilustrasi Perhitungan Biaya Berdasarkan Aktivitas (ABC).....	93
7.4 Perbandingan Perhitungan Biaya Berdasarkan Aktivitas (ABC) dan Tradisional.....	94
7.5 Perhitungan Biaya Berdasarkan <i>Just In Time</i> (JIT).....	99
7.6 Perhitungan Biaya Berdasarkan Rata- Rata Tertimbang. ....	102
DAFTAR PUSTAKA.....	105
<b>BAB 8 PENGANGGARAN UNTUK PERENCANAAN &amp; PENGENDALIAN.....</b>	<b>107</b>
8.1 Pendahuluan .....	107
8.2 Apa itu Penganggaran?.....	109
8.3 Perencanaan Anggaran .....	114
8.4 Pengendalian .....	119
DAFTAR PUSTAKA.....	124
<b>BAB 9 KALKULASI BIAYA STANDAR.....</b>	<b>125</b>
9.1 Standar Unit.....	125
9.2 Jenis-Jenis Standar .....	126
9.3 Penerapan Sistem Biaya Standar .....	126
9.4 Biaya Standar .....	127
9.5 Manfaat Biaya Standar .....	127
9.6 Penentuan Biaya Standar .....	128

9.7 Selisih Biaya Produksi .....	130
DAFTAR PUSTAKA.....	136
<b>BAB 10 ANALISA BIAYA PEMASARAN.....</b>	<b>137</b>
10.1 Pengertian Biaya Pemasaran.....	137
10.2 Pengalokasian Biaya Pemasaran .....	138
10.3 Fungsi Pemasaran.....	139
10.4 Bentuk Kegiatan Pemasaran.....	139
10.4.1 Biaya Pemasaran Berdasarkan Pesanan.....	140
10.4.2 Biaya Pemasaran Menurut Fungsi Pemasaran....	140
10.5 Karakteristik Biaya Pemasaran .....	141
10.6 Analisis Biaya Pemasaran .....	143
10.6.1 Analisis Biaya Pemasaran Menurut Jenis Biaya..	143
10.6.2 Analisis Biaya Pemasaran Menurut Fungsi Pemasaran .....	143
10.6.3 Analisis Biaya Pemasaran Menurut Usaha Pemasaran .....	144
10.7 Langkah-langkah Menganalisis Biaya Pemasaran.....	144
DAFTAR PUSTAKA.....	146
<b>BIODATA PENULIS</b>	



## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 3.1.</b> Ikhtisar dari tiga metode pembebanan biaya.....	40
<b>Gambar 5.1.</b> Grafik kombinasi produk yang paling optimal.....	75

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2.1.</b> Rugi Laba <i>PT SUSANA October 2023</i> .....	18
<b>Tabel 2.2.</b> Proyeksi Rugi/Laba.....	21
<b>Tabel 2.3.</b> Rugi Laba <i>PT SUSANA October 202</i> .....	23
<b>Tabel 4.1.</b> Perbedaan Biaya Tetap dan Biaya Variabel. ....	57
<b>Tabel 6.1.</b> Perhitungan Biaya Produksi .....	87
<b>Tabel 7.1.</b> Perbedaan Sistem JIT dan Tradisional .....	99



# **BAB 1**

# **KONSEP DASAR AKUNTANSI**

# **MANAJEMEN**

*Oleh Asraf*

## **1.1 Pendahuluan**

Sebuah perusahaan yang memproduksi kebutuhan rumah tangga berlokasi di Kawasan Industri Cikarang menugaskan dua orang staf marketing untuk melakukan survey awal dalam rangka rencana perluasan pemasaran di Propinsi Sumatera Barat. Hari keberangkatan sudah ditetapkan dan lama perjalanan 5 hari. Coba pembaca tebak, apa informasi yang dibutuhkan oleh seorang Manajer Keuangan tentang perjalanan survey awal itu? Benar. Jumlah dana yang diperlukan untuk perjalanan itu. Tentu saja tidak hanya informasi tentang jumlah dana saja. Manajer keuangan juga butuh informasi tentang rincian pembiayaan untuk apa saja. Lebih kedalam lagi, berapa besaran biaya tiap tiap item sub objek biaya itu? Adakah standar biaya untuk setiap item biaya itu? Misalkan biaya makan berapa biaya sekali makan, serta sejumlah informasi lainnya yang berkaitan dengan penggunaan dana untuk program survey awal itu. Buat apa informasi se detail ini?

Untuk sebuah perusahaan yang dikelola secara profesional, sudah barang tentu perlu pengelolaan keuangan yang efisien, perlu pembebanan biaya yang akurat. Semakin akurat pembebanan biaya, semakin tepat dalam pengambilan keputusan keuangan dan yang teramat penting pada keputusan harga jual produk. Diperolehnya informasi yang akurat tentang biaya memungkinkan dapat dilakukannya upaya upaya mencari alternatif pembiayaan yang lebih efisien yang pada gilirannya akan dapat meningkatkan margin keuntungan atau posisi dalam persaingan serta nilai pelanggan yang lebih baik. Tersedianya informasi biaya yang akurat akan sangat bermanfaat dalam pembuatan perencanaan keuangan, pengendalian dan evaluasi. Akuntansi Manajemen memiliki manfaat

manfaat yang sangat penting di sebuah perusahaan karena dapat memberikan informasi yang memungkinkan perusahaan mengambil keputusan bisnis yang tepat. Akuntansi Manajemen juga menyuguhkan statistik keuangan secara akurat, sehingga sangat membantu dalam mengontrol perkembangan bisnis (Krismiaji & Aryani, 2019). Informasi keuangan salah satu informasi yang sangat dibutuhkan pihak manajemen dalam mengelola perusahaan. Akuntansi manajemen hadir sebagai salah satu penyedia informasi yang dibutuhkan manajemen dalam pengambilan keputusan di berbagai level manajemen (Muslichah & Bahri, 2021). Akuntansi manajemen bukan ilmu yang bersifat statis, akan tetapi sangat dinamis dan mampu memberikan kontribusi pada perkembangan perkembangan yang inovatif (Dermawan & Djahotman, 2017). Akuntansi Manajemen menyajikan informasi yang sangat berguna untuk pengambilan keputusan. Karena semua manajer adalah pengambil keputusan, maka semua manajer harus dapat memahami Akuntansi Manajemen (Utari et al., 2016).

Melihat uraian diatas, tentu saja tidak hanya Manajer Keuangan yang memerlukan informasi informasi pembebanan biaya itu. Manajer produksi perlu informasi itu untuk memastikan produk yang dihasilkannya selain berkualitas juga memakai biaya produksi yang efisien. Manajer pemasaran juga memerlukan informasi yang akurat tentang beban beban biaya yang dikeluarkan untuk aktivitas pemasaran. Pimpinan puncak perlu informasi pembebanan biaya yang akurat untuk mengembangkan strategi pengembangan perusahaan dan lain sebagainya.

Satu hal yang dapat dicatat disini bahwa para pengambil keputusan di suatu perusahaan membutuhkan informasi informasi tentang biaya yang akurat yang berhubungan dengan bidang tugasnya masing masing. Inilah yang disebut dengan informasi keuangan yang diperlukan di internal perusahaan. Karena informasi keuangan jenis ini pemanfaatannya lebih pada penyelenggaraan aktivitas manajerial maka menjadi tepat bila disiplin ilmu tentang ini disebut akuntansi manajemen.

Dalam sejarah perkembangan ilmu tentang keuangan, sesungguhnya praktek ilmu akuntansi manajemen sudah diterapkan juga sejak lama. Mungkin sejak sejarah adanya

pencatatan penggunaan biaya dalam suatu organisasi. Namun perkembangan zaman yang ditandai dengan semakin tingginya tingkat persaingan mulai dirasakan akan perlunya pembebanan biaya yang efisien agar bisa memiliki kemampuan bersaing yang tinggi. Perlunya usaha usaha untuk efisiensi biaya menuntut pengetahuan tentang pembebanan biaya yang akurat. Agar laporan penggunaan dana dari suatu aktifitas dirasa perlu untuk mengevaluasi, menilai tentang keakuratan biaya yang telah dikeluarkan. Untuk penilaian itu maka diperlukan pula kemampuan untuk menelusuri biaya. Penelusuran biaya ini merupakan salah satu aktifitas yang bertujuan untuk mengetahui apakah pembebanan biaya sudah dilakukan dengan tepat dan efisien.

## **1.2 Perbedaan Akuntansi Manajemen dengan Akuntansi Keuangan.**

Akutansi Manajemen adalah Proses pengelolaan keuangan yang laporannya bersifat khusus dan diperlukan oleh pihak internal perusahaan seperti, Direksi dan manajer dari berbagai fungsi. Sedangkan Akuntansi Keuangan adalah proses pencatatan dan pengadministrasian keuangan dan pembuatan laporan keuangan untuk kepentingan eksternal dan internal organisasi atau perusahaan. Dari pemahaman yang sederhana itu dapat terlihat perbedaan paling mencolok dari kedua disiplin ilmu ini adalah pada pihak yang memerlukan laporannya. Kalau Akuntansi Manajemen diperlukan oleh pihak internal perusahaan atau organisasi sementara laporan Akuntansi Keuangan diperlukan oleh pihak eksternal dan internal. Pihak eksternal antara lain para pemegang saham, kantor pajak, pihak bank atau kreditur lainnya, calon investor dan lain sebagainya.

Selain perbedaan paling mendasar itu masih terdapat sifat sifat atau ciri lainnya pada Akuntansi Manajemen yang sekaligus memperjelas perbedaannya dengan Akuntansi Keuangan. Perbedaan perbedaan itu anatara lain adalah :

### **1.2.1 Standarisasi.**

Akutansi manajemen tidak terikat dengan kriteria formal dan tidak ada standarisasi. Dia bersifat fleksibel dan dibuat sesuai

dengan tujuan yang hendak dicapai oleh penyediaan informasi keuangan itu. Sedangkan Akuntansi Keuangan memiliki standarisasi tertentu. Dia harus menganut kaidah kaidah yang sama dan standar sehingga memungkinkan adanya kesamaan pemahaman pada semua orang atau pihak yang membacanya diseluruh wilayah negara atau seluruh dunia. Terdapat lembaga resmi yang diakui keberadaannya untuk membuat standar terhadap akuntansi keuangan. Di Indonesia, lembaga yang melakukan standarisasi itu adalah Bapepam dan Ikatan Akuntansi Indonesia (IAI). Sedangkan di tingkat Internasional, lembaga yang melakukan standarisasi itu antara lain adalah *SEC (Securities Exchange Commission)* dan *FASB (Financial Accounting Standards Board)*.

### 1.2.2 Subjektif vs Objektif.

Akuntansi Manajemen dipahami secara subjektif sedangkan Akuntansi Keuangan dipahami secara objektif. Pihak yang menerima laporan akuntansi manajemen dapat menilai angka angka yang ada di suatu laporan, terlalu mahal atau tepat, terlalu tinggi sedang atau rendah sesuai penilaiannya secara **subjektif**. Laporan ongkos perjalanan naik pesawat dari Jakarta ke Padang yang diajukan untuk keperluan program survey bila ditulis sebesar Rp 4 juta, dapat dinilai dengan mudah secara subjektif bahwa itu terlalu mahal. Manajer Keuangan tentu dapat dengan mudah mengetahui berapa seharusnya ongkos pesawat dari Jakarta ke Padang. Di internet dapat diperoleh informasi harga tiket pesawat terbang pada tanggal dan jam keberangkatan tertentu yang hanya kisaran Rp 700.000,- hingga Rp 1.300.000,- misalnya. Namun staf akuntansi di Bagian Keuangan akan mencatat suatu pembebanan biaya sesuai dengan yang tertera pada kwitansi, bon atau faktur secara **objektif**. Petugas akuntansi tidak berwenang dan tidak berkepentingan untuk menilai apakah pengeluaran biaya tertentu terlalu mahal atau tidak. Penilaian atas nilai biaya yang sudah dikeluarkan terlalu mahal atau tidak itu nanti pada petugas audit internal disaat dilakukan pemeriksaan.

### **1.2.3 Orientasi masa akan datang vs Orientasi Historis.**

Dokumen Akuntansi Manajemen diperlukan untuk pembiayaan yang masih akan dilakukan. Misalnya staf Pemasaran yang akan melakukan perjalanan survey ke Sumatera Barat akan membuat rancangan biaya biaya yang diperlukan selama perjalanan dan melakukan tugas. Artinya, disini dokumen Akuntansi Manajemen dibuat untuk menentukan pengeluaran biaya yang kegiatannya masih akan dilakukan. Rencana ini masih dapat dinilai kewajarannya oleh pimpinan yang akan memberikan persetujuan atau keputusan atas biaya dimaksud. Sedangkan pencatatan dalam akuntansi keuangan dilakukan atas biaya biaya yang sudah dilakukan atau dikeluarkan sebagaimana pada dokumen pengeluaran biaya apakah itu kwitansi bon atau faktur. Artinya pencatatan peristiwa keuangan itu dibuat berdasarkan pengeluaran yang dilakukan secara historis.

### **1.2.4 Informasi secara Rinci vs Informasi secara Global.**

Dalam laporan atau rencana penggunaan biaya dalam Akuntansi Manajemen dibuat secara rinci. Bila biaya biaya itu dipergunakan dalam rangka perjalanan survey, maka dalam laporan harus dirinci berapa biaya pesawat, biaya taksi dalam kota, berapa kali, biaya penginapan, biaya makan, uang saku dan lain lain. Sedangkan dalam laporan keuangan perusahaan hanya dicatat secara global dan keseluruhan kegiatan yang terjadi dalam kategori pencatatan akuntansi yang sama dalam suatu periode. Misalkan perjalanan yang dilakukan berkali kali dan oleh orang yang berbeda beda dalam satu bulan (periode laporan bulanan), akan dicatat secara global dan totalnya saja yaitu biaya perjalanan.

### **1.2.5 Multi disiplin vs Spesifik.**

Aktivitas akuntansi manajemen dilakukan diberbagai fungsi di suatu perusahaan atau organisasi lainnya. Akuntansi manajemen dilakukan di Devisi Produksi Devisi Umum, Devisi Kepegawaian Devisi Pemasaran dan lain lain. Sedangkan aktivitas Akuntansi Keuangan secara spesifik hanya dilakukan pada Devisi Keuangan saja.



### **1.3 Proses Pembiayaan.**

Uraian uraian diatas selalu terkait dengan biaya. Disiplin ilmu akuntansi manajemen memang lebih banyak berbicara tentang biaya. Oleh karena itu, mempelajari akuntansi manajemen mutlak harus dipahami terlebih dulu tentang arti biaya dan berbagai terminology yang bertalian dengan biaya (Hansen & Mowen, 2006). Aktivitas pembiayaan dalam suatu organisasi bisnis erat kaitannya dengan target laba yang diharapkan. Semakin efisien dalam penggunaan biaya akan semakin mudah dalam mencapai laba yang ditargetkan. Laba yang direncanakan tentunya terkait dengan anggaran biaya yang tertuang dalam rencana bisnis yang terintegrasi. Rencana bisnis ini sangat penting sebagai alat bagi pihak manajemen untuk mengkomunikasikan rencana rencana manajemen, pengalokasian dana dan mengkoordinasikan berbagai aktifitas di dalam suatu perusahaan (Garrison et al., 2007).

### **1.4 Berbagai Tema yang terkait Akuntansi Manajemen**

Pada kisaran periode 1980-an hingga 1990-an praktek praktek Akuntansi Manajemen dirasakan kurang mampu melayani kebutuhan informasi manajerial. Bertolak dari situ dilakukan berbagai upaya untuk mengembangkan Akuntansi Manajemen yang dapat memenuhi kebutuhan lingkungan ekonomi yang banyak mengalami perkembangan (Hansen & Mowen, 2006). Akuntansi Manajemen memang sebuah disiplin ilmu yang dinamis dan terus berkembang sesuai tuntutan perkembangan lingkungan ekonomi dimaksud. Perubahan lingkungan ekonomi yang menuntut adanya inovasi baru dalam akuntansi manajemen antara lain adalah :

#### **1.4.1 Orientasi kepada Pelanggan.**

Bila dulu aktivitas marketing dilakukan sebagai konsekwensi adanya produk yang harus dipasarkan. Artinya, yang pertama kali difikirkan adalah membuat produk, baru kemudian difikirkan bagaimana cara memasarkannya. Semakin tingginya tingkat persaingan dan semakin bervariasinya tuntutan dan ekspektasi konsumen maka orientasinya berubah secara terbalik. Saat ini yang

pertama difikirkan adalah pasar. Ekspektasi pelanggan merupakan dasar bagi diciptakannya desain produk yang sesuai dengan ekspektasi itu. Perubahan orientasi ini dengan sendirinya juga memerlukan perubahan dan perkembangan konsep konsep ilmu akuntansi manajemen.

#### **1.4.2 Manajemen Berdasarkan Aktivitas**

Tuntutan kebutuhan akan adanya informasi akuntansi manajemen yang lebih akurat dan relevan telah mendorong berkembangnya manajemen berdasarkan aktivitas (Hansen & Mowen, 2006). Berbagai aktifitas menjadi fokus perhatian manajemen sehingga memungkinkan untuk dicapainya nilai pelanggan yang lebih baik dan peluang memperoleh laba yang lebih besar. Pengalokasian biaya berdasarkan aktivitas memungkinkan pembebanan biaya menjadi lebih akurat. Hal ini bisa dicapai karena sebelum dilakukan alokasi biaya terlebih dahulu dilakukan penelusuran biaya pada berbagai aktivitas yang dilakukan hingga produk sampai kepada konsumen. Setiap aktivitas dianalisis sedemikian rupa sehingga lebih efisien karena aktivitas yang tidak penting dan tidak memberikan kontribusi pada nilai pelanggan akan dihilangkan.

#### **1.4.3 Lintas Fungsional**

Dihasilkannya sebuah produk jadi yang mempunyai nilai dan siap dilempar ke pasar atau ke tangan konsumen tentunya melalui proses yang terdiri dari berbagai fungsi yang bekerja secara systematis, bersinergy dan masing masing memberikan nilai bagi terwujudnya nilai total dan ditawarkan kepada konsumen. Setiap fungsi atau sub system tentunya terkait dengan pembiayaan sehingga akuntansi manajemen harus memahami dengan tepat setiap fungsi dimaksud. Akuntansi manajemen harus memahami secara komprehensif fungsi pemasaran, pengadaan, produksi, pengelolaan sumber daya manusia, keuangan, dan fungsi fungsi lainnya. Keseluruhan fungsi ini terlibat dalam sebuah rantai nilai yang berorientasi pada menghasilkan nilai pelanggan yang tinggi. Artinya, seluruh fungsi fungsi ini saling berhubungan satu sama lainnya. Keputusan pada sebuah sub system akan berdampak pada

sub system lainnya. Contohnya, atas keberhasilan atau dampak positif yang sangat tinggi dan antusias terhadap program promosi yang telah dilakukan devisi pemasaran membuat permintaan naik drastis. Respons atas kejadian ini, devisi pemasaran mengkoreksi target penjualan menjadi 30% lebih tinggi dari target yang direncanakan semula. Keputusan ini akan berdampak pada kegiatan produksi yang menaikkan jumlah produksi mungkin juga harus menaikkan kapasitas produksi. Devisi keuangan harus menyediakan sumber dana bahkan mungkin harus mencari sumber dana eksternal untuk memenuhi kebutuhan pembiayaan seluruh devisi yang menjalankan fungsi. Devisi SDM juga harus melakukan rekrutmen pekerja dan karyawan baru dalam waktu yang tepat dengan kompetensi yang sesuai. Begitulah faktanya bahwa dalam perspektif rantai nilai semua fungsi memiliki saling keterkaitan yang erat dan tugas akuntansi manajemen untuk mengelola agar secara total management tetap bisa terjamin adanya efisiensi dan menghindari terjadinya pemborosan akibat mis management.

#### **1.4.4 TQM (*Total Quality Management*)**

Proses manufaktur yang sempurna yakni efisien, efektif dan berkualitas adalah kunci dalam memenangkan persaingan ditengah tingkat persaingan bisnis yang semakin ketat. Kualitas total sangat ditentukan oleh kualitas parsial yang telah diterangkan sebelumnya merupakan fungsi fungsi yang harus bersinergy dengan baik karena memiliki kerekaitan satu sama lain dalam mewujudkan nilai total yang ditawarkan kepada konsumen. Dalam lingkup yang lebih kecil, setiap karyawan harus memiliki kompetensi dan kualitas kerja yang baik dan mengimbangi dengan sempurna karyawan lain. Hal ini menjadi penting agar terjadi harmoni dalam proses menghasilkan nilai terbaik untuk disumbangkan pada pencapaian nilai total dalam siklus managerial yang pada gilirannya akan menghasilkan produk dengan nilai pelanggan terbaik. Tuntutan peningkatan kualitas total ini sudah barang tentu berimplikasi pada alokasi biaya. Dalam hal ini akuntansi manajemen harus melakukan kajian dan pengukuran pengukuran yang berkaitan dengan peningkatan kualitas dan biaya kualitas.

### **1.4.5 Waktu sebagai unsur dalam kompetisi bisnis.**

Kita menyaksikan betapa produsen produsen otomotif dunia berpacu untuk menjadi yang paling cepat menawarkan produk varian baru ke pasar. Setelah beberapa tahun varian Agya dari Toyota beredar dipasaran, masyarakat konsumen akan menunggu nunggu hadirnya varian baru dari Agya. Seorang yang akan membeli mobil Agya rela menunggu beberapa bulan menunda pembeliannya hanya karena menunggu hadirnya varian terbaru. Begitu juga produsen Honda dengan produk Brio akan selalu mengawasi perkembangan peluncuran varian baru dari Toyota selaku pesaing utamanya. Perusahaan besar produsen produk berteknologi yang mengusung nilai nilai pelengkap lainnya seperti fashion, fitur kecanggihan teknologi dan lain lain, sangat menyadari ekspektasi pasar yang senantiasa berkembang secara dinamis dan sangat peduli dengan ketepatan waktu peluncuran produk. Semakin cepat dan tepat produsen meluncurkan produk varian baru, semakin diuntungkan dia dari segi persaingan. Untuk ini di banyak perusahaan besar sangat fokus dan mementingkan kecepatan dalam proses menghasilkan barang sejak proses perancangan hingga proses pemasarannya. Dalam hal ini akuntansi manajemen harus mampu menyediakan informasi menyangkut korelasi antara biaya dan waktu sebagaimana diuraikan diatas (Hansen & Mowen, 2006).

### **1.4.6 Tuntutan Efisiensi**

Pentingnya faktor kualitas dan waktu dalam menghasilkan nilai pelanggan yang tinggi sudah diuraikan diatas. Namun demikian tujuan utama perusahaan hakekatnya adalah meraih laba yang tinggi. Bila suatu proses managerial tidak berujung pada perolehan laba, itu artinya ada *effort* yang sia sia. Oleh karena itu efisiensi merupakan hal mutlak. Pengukuran pada tingkat efisiensi yang diharapkan berarti kemampuan penggunaan biaya yang harus terukur, dibuat standarnya dan dialokasikan secara tepat. Dengan demikian akuntansi manajemen harus mampu menjawab dan menyuguhkan informasi bagi diputuskannya kebijakan menyangkut biaya yang efisien.

### 1.4.7 E-Business

*E-Business* dan *E-Commerce* merupakan hal yang merajai dunia bisnis dan dunia perdagangan saat ini. Transaksi *online* benar benar menggantikan transaksi konvensional terutama sekali pada sektor *consumer good*. Cukup banyak perusahaan yang hampir gulung tikar dan bisnisnya bisa diselamatkan karena dengan cepat merespons perubahan yang sangat cepat itu dan mengalihkan ke penjualan *online*. Belanja *online* menjadi *trend* di semua kalangan dan kelompok usia. Perkembangan ini tentu menuntut perubahan dan perombakan dalam system bisnis yang tentunya juga akan terjadi pada perubahan rantai nilai. Perubahan perubahan yang sangat signifikan dibidang organisasi dan metode bisnis ini tentunya berdampak pada perubahan alokasi biaya biaya pada sepanjang alur produksi sejak dari desain produk hingga pemasaran yang menyampaikan produk ke tangan konsumen. Akuntansi manajemen dituntut pula untuk mampu menyajikan informasi yang berkaitan dengan cara bisnis yang fenomenal ini.

Itulah diantara beberapa hal tentang lingkungan ekonomi dan bisnis yang berkaitan dengan pembahasan pembahasan sekaligus tantangan bagi akuntansi manajemen untuk menyediakan informasi yang relevan. Tentunya masih terdapat beberapa tema lainnya yang perlu dikaji seperti perubahan geopolitik dan implikasinya terhadap perekonomian dan bisnis global. Kemajuan teknologi informasi, perubahan lingkungan usaha, perkembangan regulasi dibidang industry dan lain sebagainya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Dermawan, & Djahotman. 2017. *Akuntansi Manajemen*. Mitra Wacana Media.
- Garrison, R. H., Noreen, E. W., & Brewer, P. C. 2007. *Managerial Accounting* (Edisi 11). Penerbit Salemba Empat.
- Hansen, D. R., & Mowen, M. M. 2006. *Management Accounting* (Ke 7 Edisi). Penerbit Salemba Empat.
- Krismiaji, & Aryani, Y. A. 2019. *Akuntansi Manajemen*. UPP STIM YKPN.
- Muslichah, & Bahri, S. 2021. *Akuntansi Manajemen Teori Dan Aplikasi*. Mitra Wacana Media.
- Utari, D., Purwanti, A., & Darson. 2016. *Akuntansi Manajemen (Pendekatan Praktis)* (Edisi Empa). Mitra Wacana Media.



# **BAB 2**

## **KONSEP BIAYA**

*Oleh Susana Dewi*

### **2.1 Terminologi Cost Dan Expense**

Perusahaan skala kecil, sedang, besar, harus bisa memberikan performa keuangan yang bagus, yang menunjukkan kinerja perusahaan dari waktu ke waktu demi keberlangsungan suatu usaha. (Dewi, 2019). Maka konsep biaya perlu dikuasai dengan baik agar pencapaian suatu usaha dapat maksimal. Selain biaya dan keuntungan, tujuan akuntansi manajemen juga mencakup hal-hal seperti:

1. Harus dikaitkan dengan tugas perencanaan manajerial.
2. Harus didasarkan pada seberapa besar permasalahan perusahaan.
3. Harus terkait dengan tugas manajerial.
4. Sistem pelaksanaan manajemen harus terhubung dengan fungsi produksi/hasil, rencana, atau komponen pelaksanaan lainnya.

Namun, sebagai langkah pertama dalam praktik dan khususnya sebagai alat perencanaan, perlu untuk menegaskan kembali definisi biaya dan imbalan. Menurut AAA, biaya adalah pengeluaran finansial yang telah dilakukan atau dapat dilakukan untuk memperoleh atau mencapai tujuan tertentu. Sebaliknya, biaya adalah biaya yang telah digunakan untuk menghasilkan prestasi. Karena pengeluaran tersebut tidak dapat menghasilkan keuntungan di masa depan, maka pengeluaran tersebut harus dimasukkan dalam taksiran kerugian/keuntungan (Laporan Laba Rugi). (Sunaryo, 2019).



## **2.2 Cara Pengelompokan Biaya**

### **Identifikasi Biaya**

Untuk memilih prosedur terbaik dalam mengumpulkan dan mengalokasikan biaya, biaya harus diklasifikasikan. Inilah teknik klasifikasi utama yang dapat dijelaskan :

#### **A. Fungsi**

1. Biaya produksi: biaya yang dikeluarkan selama produksi suatu barang.
2. Biaya pemasaran : biaya yang terlibat dalam pemasaran produk atau jasa untuk dijual.
3. Administrasi: biaya yang berkaitan dengan penegakan aturan.
4. Keuangan: biaya pengeluaran terkait penggalangan dana.

#### **B. Elemen**

1. Bahan langsung : bahan mentah yang digunakan untuk membuat keseluruhan produk jadi.
2. Upah langsung : pembayaran tenaga kerja yang digunakan langsung untuk membuat bagian-bagian barang jadi.
3. Biaya pabrik umum : mencakup semua bahan, biaya tenaga kerja tidak langsung, dan biaya produksi tidak langsung dan dapat dikaitkan dengan unit, tugas, atau produk tertentu.

#### **C. Produk**

1. Biaya langsung : biaya yang ditagihkan ke produk secara langsung, tanpa alokasi sebelumnya, disebut sebagai
2. Biaya tidak langsung : biaya yang dikeluarkan oleh produk yang memerlukan penganggaran tambahan.

#### **D. Departemen**

1. Produksi : biaya suatu komponen atau barang jadi dibagi setelah satu unit pekerjaan selesai.
2. Jasa adalah suatu komponen yang tidak memberikan kontribusi langsung terhadap proses produksi atau biaya-biaya terkait, yang terutama dapat diatribusikan kepada unit produksi.

### **E. Ketika dibebankan pada pendapatan**

1. Biaya produk adalah biaya yang terkait dengan produk yang diperhitungkan ketika menentukan biaya produksi. Dalam persediaan dan harga pokok penjualan, harga suatu produk dicatat pada saat dijual.
2. Biaya periode adalah biaya yang didasarkan pada perjalanan waktu dan bukan pada kuantitas suatu produk. Biaya-biaya ini diperhitungkan dalam biaya perhitungan laba rugi pada akhir setiap periode karena tidak akan ada lagi pembagian di kemudian hari.

### **F. Berhubungan Dengan Volume**

1. Biaya variabel, yaitu biaya yang besarnya berubah secara proporsional terhadap perubahan aktivitas yang bersangkutan. Biaya satuan tidak berubah dan tidak terpengaruh oleh volume.
2. Biaya tetap : biaya yang besarnya tidak berubah meskipun volumenya berubah. Harga satuan akan turun seiring dengan bertambahnya volume.

### **G. Periode yang dicakup**

1. Biaya peningkatan Modal, yaitu biaya yang diharapkan memberikan manfaat di masa depan dan diklasifikasikan sebagai aset.
2. Biaya peningkatan Pendapatan, yaitu biaya yang diharapkan menghasilkan manfaat jika terjadi pengeluaran dan umumnya dianggap sebagai pengeluaran.

### **H. Tingkat menengah**

1. Biaya total, yaitu biaya kumulatif menurut kategori yang ditentukan.
2. Biaya satuan, yaitu total biaya dibagi satuan/volume.

## **2.3 Biaya Yang Terkait Dengan Audit**

### **1. *Biaya Terkendali (Controllable Cost)***

Biaya yang berada pada tingkat manajemen tertentu atau yang dapat dipengaruhi secara langsung oleh manajer tertentu.

Umumnya biaya variabel dapat dikendalikan dan sebaliknya biaya tetap. Tetapi jika dikaitkan dengan cost center maka semua biaya yang menjadi tanggung jawab center bersangkutan adalah terkendalikan. Sebagai pedomannya :

- a. Jika manajer tertentu memiliki wewenang dalam input
- b. Jika manajer tertentu juga berwenang atau bertanggung jawab terhadap output
- c. Jika manajer bertanggung jawab terhadap proses tertentu.

## **2. *Biaya Tidak dapat dikendalikan (Uncontrollable Cost)***

Biaya yang bukan tanggung jawab dan tidak dapat dipengaruhi pusat (center) tertentu.

Contoh : *Uncontrollable Cost*.

Semua gaji karyawan di bagian pemasaran ditetapkan oleh Direksi, dan jika gaji memenuhi motivasi karyawan, sehingga terjadi penurunan produksi, maka manajer atau kepala bagian pemasaran tidak dapat diminta pertanggung jawaban atas kurangnya motivasi atau penurunan produksi.

Contoh : *Controllable Cost*.

Misalnya bagian pemasaran memerlukan kerja lembur, sehingga harus menambah pembayaran ekstra, maka jika pembayaran ini dapat melebihi kapasitas kerja rutin dan manajer bagian yang bersangkutan harus pula mempertanggung jawabkan kegagalankegagalannya.

## **3. *Discretionary atau managed cost atau programmed cost***

Sifat biaya jangka pendek yang berarti kadang-kadang ada dan kadang-kadang tidak ada dan berubah-ubah bisa kecil atau dinaikan atau tidak perlu dilaksanakan apa yang telah dianggarkan, jika memang keadaan harus demikian.

Contoh : termasuk biaya periklanan, promosi, atau penelitian dan pengembangan.

Kebijakan manajemen yang menentukan, biaya-biaya yang signifikan ini dapat dibebankan sekaligus pada tahun pengeluaran berjalan, karena biaya kerugian/keuntungan tersebar selama beberapa tahun.

## **4. *Committed Cost atau Capacity Cost***

Biaya-biaya ini, yang juga sering disebut sebagai biaya siaga atau biaya siaga, mencakup semua biaya yang dikeluarkan untuk menjaga kapasitas atau kemampuan produksi, pemasaran, dan administrasi organisasi. Akun laba rugi dibebankan biaya secara berkala.

Misalnya, biaya penyusutan periodik (bulanan atau tahunan) untuk aset tetap selalu ada selama masa pakai aset yang telah ditentukan sebelumnya, terlepas dari apakah bisnis tersebut tumbuh atau menyusut, dan biaya tersebut tidak dapat dihapuskan atau dihilangkan.

#### 5. ***Avoidable dan Unavoidable Cost***

***Avoidable Cost*** yaitu sejumlah uang yang ditanggung oleh departemen tertentu bersifat biaya tetap, baik karena hal tersebut dapat dihindari atau tidak dapat dihindari.

***Unavoidable Cost*** yaitu biaya yang harus ditanggung bersama oleh suatu perusahaan, atau dapat dijelaskan sebagai biaya fasilitas atau service yang harus diberikan kepada semua pengguna sesuai dengan biaya yang telah dikeluarkan, menggunakan metode alokasi.

Ilustrasinya adalah sebuah toko yang merupakan bagian dari jaringan toko “Surabaya” menjual berbagai macam barang. Restoran di dalam toko memiliki meja pajangan yang ukurannya hampir sama dengan keseluruhan toko. Karena kerugian operasional yang terus berlanjut, manajemen berpikir untuk menutup restoran tersebut. Perkiraan Rugi Laba *scala* ribuan rupiah dihitung dengan cara :

(Perhitungan dilakukan terhadap 3 item komoditi).

**Tabel 2.1.** Rugi Laba *PT SUSANA October 2023*

	Total	Dagangan Umum	Produk Pertanian	Restoran
Pendapatan	50.000	40.000	4.000	6.000
Pengeluaran	33.900	28.000	2.000	3.900
Variable				
Marjin Kontribusi	16.100	12.000	2.000	2.100
	(32%)	(30%)	(50%)	(35%)
Pengeluaran Tetap	11.100	7.500	500	3.100
Laba (rugi) Operasional	5.000	4.500	1.500	(1.000)

Sumber : Penulis (2023)

Rincian gaji karyawan tiap departemen yang masuk dalam biaya terhindarkan (*avoidable cost*) adalah sebagai berikut : Rp 100.000 untuk restoran, Rp20.000 untuk produk pertanian, dan Rp 250.000 untuk barang umum. Jika restoran ditutup, manajer akan (a) meningkatkan output produk dagangan umum atau (b) meningkatkan output produk pertanian. Tidak diperlukan lagi pekerja untuk menambah barang dagangan umum, namun dibutuhkan Rp 25.000 untuk meningkatkan hasil produk pertanian. Manajer memperkirakan peningkatan pendapatan barang dagangan umum sebesar Rp 300.000 dan peningkatan output produk pertanian sebesar Rp 200.000.

Problem yang timbul adalah bagaimana manajer mengambil keputusan dalam hal ini.

Pembahasan : Pada *chapter* ini kami kupas lebih dalam tentang *avoidable* dan *unavoidable cost*.

Tahap awal :

Biaya yang tidak jadi beban lagi atau biaya yang terhindarkan bagian restoran terhadap total pendapatan yang hilang dapat diketahui, yaitu :

- a. Restoran tutup atau tidak?
- b. Untuk barang umum atau produk pertanian, apa saja yang perlu dikembangkan?

Jika pendapatan dari alternatif lain ini diketahui, maka dapat dilihat bahwa tindakan terbaik adalah melanjutkan restoran tersebut. Kami hanya meneliti *avoidable cost dan unavoidable cost* dalam perhitungan ini. Hal pertama yang harus dilakukan adalah :

Dari aspek total pendapatan yang hilang juga dapat ditentukan biaya-biaya yang tidak lagi menjadi beban atau biaya-biaya yang dihindari oleh restoran, yaitu :

Rp 1.100.000,- (Rp 5.000.000,- - Rp 3.900.000,-)

Laba operasional perusahaan akan menjadi Rp. 3.900.000,- (Rp 5.000.000,- Rp 1.100.000,-)

Perlu dibuat daftar pendapatan tanpa bagian restoran kemudian biaya tetap dialokasikan misalnya berdasarkan jumlah penjualan masing-masing bagian (Rp 4.400.000,- (Rp 4.000.000,- + Rp 400.000,-))

Biaya tetap menjadi Rp 11.000.000,- (Rp 11.100.000 - Rp 100.000,-), maka alokasi biaya tetap :

$$\text{Ke dagangan umum : } \frac{4.000.000}{4.400.000} \times 11.000.000 = \text{Rp. 10 juta}$$

$$\text{Ke produk pertanian : } \frac{4.00.000}{4.400.000} \times 11.000.000 = \text{Rp. 1 juta}$$

Karena tidak ada alternatif yang memiliki restoran, maka menutup restoran merupakan langkah yang salah dalam hal total laba operasional.

## 6. *Imputed Cost dan Sunk Cost*

*Imputed Cost* (biaya imputasi) atau biaya yang diperhitungkan adalah harga atau nilai pembelian suatu

aset, sebagaimana ditentukan oleh nilai pakainya. Khususnya dalam usaha kecil, pengeluaran ini sebenarnya tidak melibatkan pengeluaran tunai dan bahkan tidak dicatat dalam pembukuan bisnis perorangan.

Misalnya menyewakan aset milik perusahaan sendiri, atau gaji dan pemilik usaha. Biaya-biaya ini harus diperhitungkan ketika membuat perbandingan karena ada alasan tertentu mengapa biaya-biaya tersebut tidak dapat dimasukkan.

Sunk cost atau biaya hangus adalah pengeluaran yang, dalam beberapa kasus, tidak dapat diperoleh kembali. Pengeluaran masa lalu tidak dapat diperoleh kembali.

Misalnya, ketika memutuskan apakah akan mengganti aset lama dengan yang baru, nilai aset lama atau nilai bukunya setelah penyusutan merupakan Sunk Cost dan tidak boleh diperhitungkan. Baik suatu aset digunakan atau diganti, nilainya tetap ada atau tetap menjadi kerugian/biaya, kecuali :

- A. Nilai sisa, yang dapat menurunkan biaya dan menghitung dengan aset baru.
- B. Jika penghematan pajak dipertimbangkan (hal ini dibahas pada bagian penganggaran modal).

Misalnya : “PT. Berkah Kita” mempunyai pompa listrik dengan harga perolehan senilai Rp. 360.000,- dengan umur ekonomis 12 tahun dan sudah terpakai 8 tahun, depresiasi metode garis lurus, berarti nilai buku Rp. 120.000,- dengan umur ekonomis 4 tahun.

Suatu pompa listrik baru ditawarkan dengan kegunaan dan kapasitas sama, dan bedanya pompa listrik baru ini menghemat biaya variabel Rp. 50.000,- dibandingkan dengan pompa listrik lama dengan biaya variabel Rp. 80.000,- untuk tenaga kerja dan hemat 12.000,- dibandingkan Rp. 40.000,- untuk biaya *overhead*, sedangkan biaya komersil dan biaya penjualan tidak berubah.

Harga pompa listrik baru Rp. 400.000,- dengan umur ekonomis 4 tahun dan tidak mempunyai nilai residu,

mesin lama dengan penggantian ini dapat laku terjual dengan harga Rp. 10.000,-.

Proyeksi Rugi/Laba per tahun apabila tetap menggunakan mesin lama adalah sebagai berikut:

**Tabel 2.2.** Proyeksi Rugi/Laba

Penjualan		Rp. 370.000
Biaya produksi variabel	Bahan baku	Rp. 50.000
	Tk. Langsung	Rp. 80.000
	Overhead	Rp. 40.000
	Depresiasi	Rp. 30.000
Jumlah biaya produksi		Rp. 200.000
Laba Kotor		Rp. 170.000
Biaya komersial	Variabel	Rp. 30.000
	Tetap	Rp. 20.000
Total biaya komersial		Rp. 50.000
Laba Bersih		Rp. 120.000

Sumber : data diolah oleh Penulis (2023)

Analisis penggantian Pompa Listrik (selama 4 tahun).

Unsur Perbandingan	Pompa Listrik Lama	Pompa Listrik Baru
Biaya tenaga kerja	Rp. 320.000	Rp. 200.000
Overhead variable	Rp. 160.000	Rp. 60.000
Penyusutan pompa baru	-	Rp. 400.000
Harga jual pompa lama	-	(Rp. 10.000)
Jumlah biaya 4 tahun	Rp. 480.000	Rp. 650.000

Sumber : data diolah oleh Penulis (2023)

Perlu diperhatikan bahwa :

- a. Jika analisis per tahun, maka total biaya harus disebar menjadi per tahun, atau total 4 tahun di atas dibagi dengan 4, dan hasilnya tidak berbeda.



- b. Analisis ini mengabaikan pengaruh nilai uang, dan pajak.
- c. Jika nilai buku diperhitungkan, tetap sama pada kedua alternatif (penyusutan mesin lama 4 tahun) dan tidak mempengaruhi perhitungan di atas, inilah yang dimaksud bahwa *sunkcost* tidak relevan.

## 7. **Opportunity Cost (Biaya Kesempatan)**

Biaya tidak hanya mencakup pengeluaran yang langsung terlihat tetapi juga biaya tersembunyi (implisit) yang mungkin tidak terlihat secara langsung namun tetap mempengaruhi keuangan perusahaan. Misalnya, biaya kesempatan yang merujuk pada manfaat yang hilang karena memilih satu alternative daripada yang lain. Akuntansi mencatat biaya dan melaporkannya dalam laporan keuangan (laba rugi) untuk mengukur kinerja perusahaan, menghitung laba rugi, menentukan harga jual dan menentukan keputusan bisnis yang tepat. Pemahaman yang baik tentang biaya dan pengelolaannya membantu perusahaan untuk mengendalikan pengeluaran, meningkatkan efisiensi dan mencapai tujuan keuangan yang ditargetkan. (Purwanti, 2023).

Biaya kesempatan dari keputusan manajemen adalah penjualan yang tidak dapat direalisasikan akibat kekosongan persediaan, misalnya jika manajemen memutuskan untuk mengurangi biaya kepemilikan persediaan dengan memiliki persediaan sesedikit mungkin.

Oleh karena itu, diperlukan metode estimasi persediaan yang sesuai yang dapat menurunkan biaya penyimpanan sekaligus menurunkan kemungkinan kekurangan persediaan secara drastis.

Pemilik toko *fashion* di Cilacap misalnya adalah Susana. Susana baru-baru ini mendapat tawaran pekerjaan sebagai manajer toko di salah satu supermarket dengan gaji Rp 80 juta per tahun, dan dia yakin bisa menjual tokonya dengan harga Rp 120 juta. Susana melakukan penelitian dan mulai menghitung dua pilihan yang diberikan kepadanya.

Perhitungan laba/rugi perusahaan Susana tahun sebelumnya adalah sebagai berikut.

**Tabel 2.3.** Rugi Laba *PT SUSANA October 202323*

Pendapatan		500.000.000
HPP		250.000.000
Laba kotor		250.000.000
Biaya Operasional	Sewa gedung	10.000.000
	Upah Karyawan	20.000.000
	Umum	30.000.000
	Perlengkapan	10.000.000
	Iklan	10.000.000
	Asuransi	10.000.000
	Lain-lain	20.000.000
Jumlah biaya operasional		120.000.000
Laba bersih		140.000.000

Sumber : AKMEN (2019)

Analisis Susana bahwa biaya kesempatan yang terjadi bisa dikurangkan pada laba bersih operasional toko, terkait keputusan yang akan diambil, yaitu :

1. Gaji apabila menerima kerjaan.
2. Hasil bunga deposito apabila toko dijual dan uangnya disimpan di bank.

Analisis yang dilakukan :

Laba bersih (dari operasional toko) = Rp. 140 juta

Dikurangi:

1. Gaji apabila bekerja = Rp. 80 juta
2. Bunga deposito, jika =18% setahun  
(18% x 120 juta) = Rp. 21,6 juta
3. Total biaya kesempatan = Rp. 101,6 juta

Keuntungan mengelola toko setelah dikurangi biaya kesempatan adalah Rp. 38,4 juta. Susana tentu saja akan mengambil kesimpulan yang telah lebih dulu dikalkulasi dan percaya bahwa

terus menjalankan usaha tokonya sendiri akan lebih menguntungkan setelah mempertimbangkan biaya kesempatan. Analisis ini murni kuantitatif, sehingga Susana juga harus memperhitungkan faktor-faktor kualitatif semisal keuntungan menjadi wiraswasta, waktu yang tidak terikat, berusaha keras membangun banyak relasi dan tidak perlu merisaukan menolak penghasilan lain senilai Rp. 101,6 juta karena dengan mengelola toko memperoleh laba bersih yang jauh lebih besar.

## 2.4 Kesimpulan

Sangat penting untuk bisa membedakan antara biaya dan pengeluaran lainnya seperti investasi dan kerugian. Biaya mencerminkan pengeluaran yang terkait dengan operasi sehari-hari perusahaan dan dikonsumsi dalam periode tertentu. Sedangkan investasi lainnya merujuk pada pengeluaran jangka panjang untuk memperoleh asset produktif. Kerugiannya, di sisi lain adalah pengeluaran yang timbul karena kejadian atau transaksi yang merugikan perusahaan.

Pemahaman tentang biaya dan pemantauannya dengan cermat adalah penting dalam manajemen keuangan dan perencanaan bisnis, karena membantu perusahaan dalam mengelola pengeluaran, menghitung labanetto, mengevaluasi kinerja keuangan dan membuat keputusan yang tepat dalam operasinya.

Biaya kesempatan (*opportunity cost*) tidak dicatat dalam pembukuan karena biaya tersebut tidak benar-benar terjadi. Keuntungan dari alternatif lain akan sangat besar jika keputusan telah dibuat untuk menerapkannya. Biaya kesempatan atau *opportunity cost* dari keputusan yang diambil mengacu pada manfaat yang hilang karena pilihan lain ditolak.

Namun, biaya-biaya ini harus diperhitungkan ketika menilai pilihan-pilihan yang tersedia karena relevan untuk pengambilan keputusan. Karena keterlibatan faktor-faktor lain, seringkali sulit untuk memperkirakan nilai sebenarnya dari biaya kesempatan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, S. 2019. 'Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Sustainability Report Serta Dampaknya Kepada Nilai Perusahaan', *Jurnal Studia Akuntansi dan Bisnis*, 7(3), pp. 173–186. Available at: [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).
- Purwanti, A. 2023. *Akuntansi Manajemen*. 1st edn. Jakarta: Salemba Empat.
- Sunaryo, K. 2019. *Akuntansi Manajemen*. Indonesia.



# **BAB 3**

## **PEMBEBANAN BIAYA DAN PENELUSURAN BIAYA**

*Oleh Siti Aminah*

### **3.1 Pendahuluan**

Akuntansi manajemen akan sangat membutuhkan pemahaman dan istilah dari biaya, sehingga pada saat mempelajari akuntansi manajemen mampu memahami mengenai pengertian dari biaya yang berkaitan dengan biaya. Pembebanan biaya atas jasa, produk, pelanggan dan obyeknya lainnya pada dasarnya merupakan pembebanan biaya dan sebagai tujuan dasar dalam mempelajari sistem informasi akuntansi manajemen. Pengambilan keputusan yang lebih baik sangat dibutuhkan banyak informasi. Dari beberapa informasi yang masuk dikelola secara baik, sehingga akan menghasilkan informasi yang bermutu baik dan berkualitas. Jadi keakuratan dari pembebanan biaya sangat mempengaruhi dalam pengambilan keputusan.

Pembebanan biaya actual ke obyek biaya dengan menggunakan ukuran yang dapat diamati atas sumber daya yang dikonsumsi oleh obyek biaya pada dasarnya merupakan penelusuran biaya. Sehingga penelusuran biaya dapat ditelusuri dengan menggunakan metode penelusuran langsung, metode penelusuran penggerak dan metode alokasi (*allocation*). Dengan mempelajari akuntansi manajemen pada penelusuran biaya artinya akan mendapatkan informasi bahwa biaya tersebut akan mudah dan akurat dibebankan pada biaya, hal ini berkaitan dengan ketelusuran biaya.

### **3.2 Pembebanan Biaya**

#### **3.2.1 Pengertian Biaya**

Menurut Hansen & Mowen (2015), Biaya adalah kas atau nilai ekuivalen yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau

jasa yang diharapkan memberikan manfaat saat ini atau dimasa datang bagi organisasi. Biaya dikatakan setara dengan kas karena sumber non kas dapat ditukar dengan barang atau jasa yang diinginkan. Contohnya menukar peralatan dengan bahan yang digunakan untuk produksi.

Menurut Mulyadi (2010), biaya adalah merupakan obyek yang dicatat, digolongkan, diringkaskan dan disajikan dalam akuntansi biaya. Dalam arti luas biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau untuk tujuan tertentu. Ada empat unsur pokok dalam definisi biaya tersebut antara lain:

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

Biaya pada dasarnya adalah pengorbanan sejumlah uang dengan harapan untuk mendapatkan barang atau jasa.

### **3.2.2 Terdapat Lima Cara Penggolongan Biaya**

*Different cost for different purposes* dikenal sebagai konsep dalam menentukan tujuan yang hendak dicapai perusahaan. Tujuan yang hendak dicapai perusahaan adalah penggolongan biaya. Menurut Mulyadi (2010), biaya digolongkan menjadi lima antara lain:

#### **1. Objek pengeluaran**

Dalam cara penggolongan ini, nama obyek pengeluaran merupakan dasar penggolongan biaya, misalnya nama obyek pengeluaran adalah bahan baku, maka semua pengeluaran yang berhubungan dengan bahan bahkan diswbut "biaya bahan bakar"

#### **2. Fungsi pokok dalam perusahaan**

Elemen-elemen biaya produksi secara garis besarnya ada tiga macam antara lain :

##### **a. Biaya Bahan Baku**

Harga faktur ditambah dengan biaya lain-lan yang terjadi dalam pemerolehan bahan baku (misalnya: biaya

angkutan, biaya pemesanan dan biaya penyimpanan dan lain;lain yang berkaitan dengan bahan siap dipakai dalam kegiatan produksi) dikurangi dengan potongan pembelian (misalnya: discount pembelian bahan baku, subsidi langsung atas pembelian dan rabat) disebut sebagai harga pokok bahan yang dibeli. Penentuan harga pokok bahan baku yang dibeli ini mendasarkan pada prinsip akuntansi.

Masalah yang hadapi oleh perusahaan (manajemen) diantaranya adalah ketersediaan bahan baku. Adanya keterlambatan dalam penyediaan bahan baku secara otomatis akan mempengaruhi dalam kegiatan proses produksi dan ketersediaan bahan baku berlebihan menimbulkan pemborosan modal kerja yang terserap pada ketersediaan bahan baku (misalnya: biaya penyimpanan bahan baku, biaya perawatan bahan baku dan resiko kerusakan bahan baku ).

**b. Biaya Tenaga kerja**

Karyawan mengorbankan waktu, tenaga dan pikiran serta skil terhadap perusahaan dengan harapan untuk mendapatkan upah atau gaji. Begitu juga perusahaan menghargai waktu, tenaga dan pikiran dari karyawannya untuk menghasilkan barang atau jasa dan memberikan imbalan dalam bentuk gaji atau upah. Biaya tenaga kerja bagian produksi (karyawan pabrik) adalah merupakan elemen biaya produksi dan sebagai unsur biaya tenaga kerja langsung, karena gaji atau upah dapat diperhitungkan kedalam harga pokok produksi per unit.

Biaya tenaga kerja dikelompokkan ke dalam : (1) Biaya tenaga kerja untuk fungsi produksi yang merupakan elemen biaya produksi, (2) Biaya tenaga kerja untuk fungsi pemasaran yang merupakan elemen biaya pemasaran, (3) Biaya tenaga kerja untuk fungsi administrasi dan umum yang merupakan elemen biaya administrasi dan umum. Jadi biaya tenaga kerja menggambarkan kontribusi manusia yaitu karyawan



yang menyumbangkan waktu, tenaga dan pikiran pada perusahaan dalam kegiatan produksi

**c. Biaya Overhead Pabrik**

Merupakan yang timbul pada bagian produksi selain biaya bahan baku langsung dan biaya tenaga kerja langsung disebut biaya overhead pabrik. Jadi biaya overhead pabrik merupakan biaya produksi selain biaya bahan baku langsung dan biaya tenaga kerja langsung, sehingga tidak dapat ditelusuri ke obyek biaya secara ekonomis. Penentuan tarif overhead pabrik berdasarkan tarif overhead pabrik ditentukan akan memberikan manfaat bagi manajemen sebagai berikut:

1. Dapat digunakan sebagai alat untuk mengalokasikan biaya overhead pabrik ke produk secara akurat, adil dan cepat untuk menghitung biaya produk.
2. Dapat digunakan sebagai alat untuk merencanakan biaya overhead pabrik, khususnya biaya overhead yang dibagi menjadi tarif tetap dan tarif variabel.
3. Dapat digunakan sebagai alat pengambilan keputusan, khususnya dalam konteks penyajian informasi biaya yang relevan.
4. Dapat digunakan sebagai alat pengendalian biaya, oleh karena itu tarif overhead pabrik harus dikelompokkan menjadi tarif tetap dan tarif variabel.

**d. Biaya Utama dan Biaya Konversi**

Biaya produksi dapat diklasifikasikan menjadi biaya produksi dan biaya konversi. Biaya utama adalah semua biaya produksi langsung, khususnya biaya bahan langsung dan biaya tenaga kerja langsung. Sedangkan biaya konversi adalah seluruh biaya produksi yang bukan merupakan biaya langsung. Biaya-biaya ini adalah semua biaya produksi yang diperlukan untuk secara langsung mengubah bahan mentah menjadi produk jadi.

**e. Biaya Non Produksi**

Biaya non produksi meliputi biaya distribusi, biaya administrasi, biaya penelitian dan pengembangan, serta biaya keuangan.

**f. Biaya Terkendalikan dan biaya Tidak terkendalikan**

Beberapa biaya terjadi di pusat pertanggungjawaban dan dapat dikendalikan oleh tingkat manajemen tertentu, namun pusat biaya tidak dapat dikendalikan. Contoh biaya ini adalah biaya penyusutan yang tidak dapat dikendalikan oleh pusat biaya tetapi dapat dikendalikan oleh tingkat manajemen tertentu. Pada saat yang sama, biaya yang dapat dikendalikan oleh banyak pusat biaya adalah biaya bahan baku..

**g. Biaya Relevan dan Biaya Tidak Relevan**

Biaya relevan merupakan biaya yang harus diperhitungkan pada saat menganalisis keputusan. Sedangkan biaya tidak relevan merupakan biaya yang dapat diabaikan ketika menganalisis keputusan.

**h. Opportunity Cost**

Biaya peluang adalah arus kas masuk, pendapatan dari aset lain atau aliran pendapatan yang tidak diperoleh karena memilih alternatif.

**3. Hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai**

Hal yang disponsori dapat berupa produk atau departemen.. Sehubungan dengan sesuatu yang didanai maka biaya dapat dikelompokkan menjadi dua kelompok, yaitu:

- a. Biaya langsung adalah biaya yang timbul semata-mata karena pembiayaan suatu barang.
- b. Biaya tidak langsung adalah biaya yang bukan semata-mata disebabkan oleh pembiayaan suatu barang.

**4. Perilaku biaya dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan**

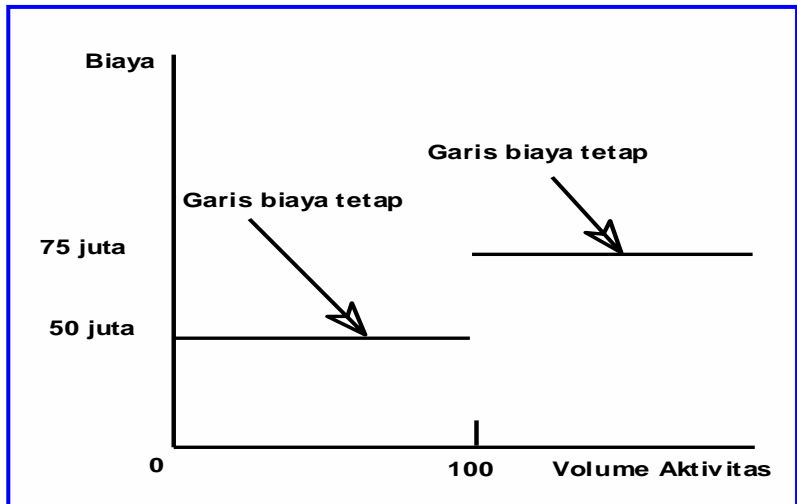
Tergantung pada perilakunya dalam kaitannya dengan perkembangan volume kegiatan, biaya dapat dibagi menjadi tiga kelompok: biaya tetap, biaya variabel, dan biaya semi

variabel. Untuk tujuan perencanaan dan pengendalian, biaya tetap dan biaya variabel harus dipecah sebagai berikut: Biaya tetap yang dikeluarkan, b. Biaya tetap diskresioner, c. Biaya variabel dirancang dan d. Biaya variabel diskresioner.

**a. Biaya tetap**

- 1) Biaya tetap adalah biaya yang besarnya tetap dalam batas perubahan volume kegiatan tertentu.
- 2) Biaya tetap per unit meningkat seiring dengan pertumbuhan volume operasi.
- 3) Biaya tetap atau biaya kapasitas adalah biaya untuk mempertahankan kemampuan perusahaan untuk beroperasi pada tingkat kapasitas tertentu. Besarnya biaya tetap dipengaruhi oleh kondisi bisnis jangka panjang, teknologi, metode manajemen, dan strategi.
- 4) Biaya tetap yang timbul adalah seluruh biaya yang tetap dikeluarkan dan tidak dapat dikurangi untuk mempertahankan kemampuan perusahaan dalam mencapai tujuan jangka panjangnya.
- 5) Pemogokan karyawan dan kekurangan bahan mentah menghentikan operasional pabrik, sebuah contoh perilaku komitmen biaya tetap. Hal ini terlihat jelas dari adanya biaya tetap yang harus dikeluarkan perusahaan yang mengakibatkan perusahaan tidak lagi melakukan aktivitas dan kembali beroperasi normal.
- 6) Contoh biaya tetap: penyusutan, pajak properti dan konstruksi, sewa, asuransi, dan gaji karyawan .
- 7) Biaya tetap *diskresioner* adalah biaya yang: timbul dari keputusan anggaran periodik (biasanya tahunan) yang secara langsung mencerminkan kebijakan manajemen senior mengenai tingkat biaya maksimum yang diperbolehkan untuk dikeluarkan dan tidak dapat menggambarkan hubungan optimal antara input dan output (diukur dengan penjualan, layanan, atau volume produk).

- 8) Biaya tetap *diskresioner* sering disebut biaya terkelola atau biaya terprogram.
- 9) Yang tidak mempunyai hubungan dengan volume kegiatan disebut biaya tetap *diskresioner*
- 10) Contoh biaya tetap *diskresioner* adalah biaya penelitian dan pengembangan, biaya periklanan, biaya promosi, biaya program pelatihan karyawan, biaya konsultasi. Berbeda dengan biaya tetap kontinjensi yang sulit diturunkan dalam jangka pendek, biaya tetap diskresi dapat dikurangi.



**Grafik Biaya Tetap**

### **b. Biaya Variabel**

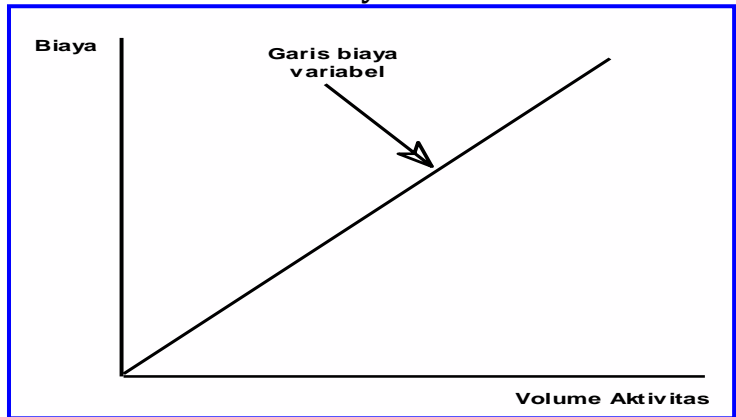
- 1) Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahabahan volume kegiatan.
- 2) Biaya variabel per unit bersifat konstan (tetap) seiring dengan perubahan volume kegiatan.
- 3) Biaya bahan baku merupakan contoh biaya variabel yang berubah secara proporsional terhadap perubahan volume produksi. Ada jenis biaya variabel yang perilakunya bersifat bertahap, ada

pula yang memiliki perilaku biaya variabel bertahap. Total biaya ini tidak berubah ketika volume aktivitas berubah. Setiap perubahan volume kegiatan tidak secara langsung mengakibatkan perubahan biaya.

- 4) Biaya variabel langsung adalah biaya yang mempunyai hubungan fisik tertentu dengan ukuran kinerja tertentu.
- 5) Hampir semua biaya variabel merupakan biaya variabel langsung.
- 6) Biaya variabel langsung adalah biaya yang input dan outputnya mempunyai hubungan erat dan nyata. Jika input (biaya) berubah, maka output akan berubah sebanding dengan perubahan input. Sebaliknya jika output berubah maka input (biaya) akan berubah sebanding dengan perubahan output.
- 7) Contoh biaya variabel langsung adalah biaya bahan baku
- 8) Terkadang orang mengira biaya langsung sama dengan biaya variabel. Seperti telah disebutkan di atas bahwa hampir semua biaya variabel merupakan biaya langsung, namun ada beberapa biaya variabel yang layak untuk dikelompokkan sebagai biaya variabel *diskresioner*. Faktanya, biaya variabel *diskresi* dapat berubah, sebanding dengan perubahan volume kegiatan akibat manajemen memutuskan kebijakan tersebut.
- 9) Biaya variabel *diskresioner* adalah biaya yang input dan outputnya berkaitan erat tetapi tidak nyata (palsu). Jika output berubah maka input akan berubah sebanding dengan perubahan output. Namun jika inputnya berubah, outputnya belum tentu berubah sebagai respons terhadap perubahan input tersebut. Contoh: biaya variabel teknis adalah biaya bahan baku.
- 10) Misalnya, biaya iklan yang ditetapkan oleh manajemen senior sebesar 2% dari penjualan akan

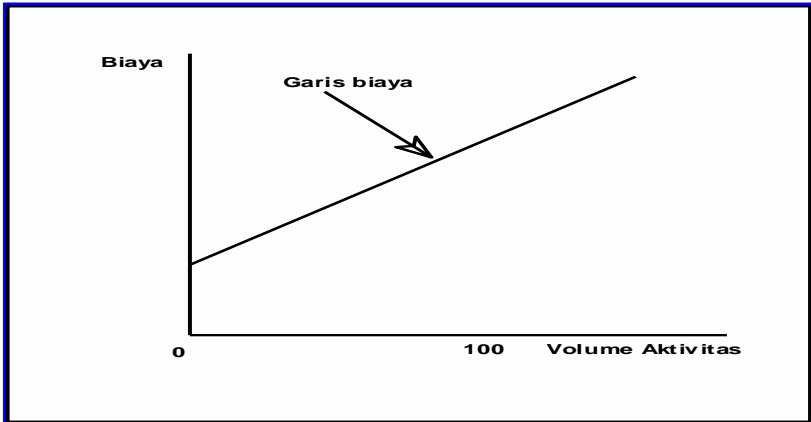
meningkat secara proporsional terhadap perubahan volume penjualan.

### Grafik Biaya Variabel



#### c. Biaya Semi Variabel

- 1) Biaya semi variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan.
- 2) Biaya-biaya ini mempunyai unsur tetap dan variabel. Unsur biaya tetap merupakan biaya minimum penyelenggaraan jasa, sedangkan unsur variabel merupakan bagian dari biaya semi variabel yang dipengaruhi oleh perubahan volume kegiatan.



**Grafik Biaya Semi Variabel**

**d. Jangka waktu manfaatnya**

Berdasarkan masa manfaatnya, biaya dibedakan menjadi dua kategori yaitu :

- 1) Biaya modal adalah biaya yang membawa manfaat dalam periode akuntansi (biasanya satu periode akuntansi adalah satu tahun kalender).
- 2) Beban pendapatan adalah beban yang hanya mendatangkan manfaat selama periode akuntansi pada saat beban tersebut terjadi.

**3.2.3 Pembebanan Biaya**

Menurut Hansen & Mowen (2015), Biaya dapat dikatakan sebagai ukuran dalam rupiah dari sumber daya untuk mencapai untuk mencapai keuntungan tertentu. Mengurangi biaya untuk mencapai manfaat tertentu berarti membuat perusahaan lebih efisien.

**1. Obyek biaya (*Cost Object*)**

Sistem akuntansi manajemen diciptakan untuk mengukur dan mengalokasikan biaya ke unit-unit yang disebut objek biaya. Pelanggan, aktivitas, produk, proyek, departemen, dan lain-lain dapat dianggap sebagai objek biaya. Jadi, objek biaya adalah segala sesuatu yang biayanya akan dihitung. Misalnya, jika sebuah pabrik mainan ingin

menentukan biaya pengembangan mainan baru, maka objek biayanya adalah proyek pengembangan mainan baru.

Objek biaya yang penting dalam akuntansi manajemen adalah aktivitas. Aktivitas adalah unit kerja dasar yang dilakukan oleh suatu organisasi dan dapat digambarkan sebagai serangkaian tindakan dalam suatu organisasi yang harus direncanakan, dikendalikan, dan diambil oleh manajer. Aktivitas tidak berperan sebagai objek biaya tetapi juga berperan besar dalam mengalokasikan biaya ke objek biaya lainnya. Contoh kegiatannya antara lain: Memasang peralatan manufaktur, memindahkan bahan, membeli komponen, menagih pelanggan, membayar tagihan, memelihara peralatan, memenuhi pesanan, merancang produk, dan menguji produk.

Oleh karena itu, aktivitas selalu dideskripsikan menggunakan kata kerja (misalnya: pembayaran, desain) dikaitkan dengan objek yang menerima tindakan (mis. faktur, produk).

## **2. Keakuratan Pembebanan Biaya**

Sangat penting untuk mengalokasikan biaya dengan benar untuk membebaskan objek. Tujuannya adalah untuk mengukur dan membebaskan biaya ke sumber daya yang dikonsumsi oleh objek biaya. Keakuratan tidak dinilai berdasarkan pengetahuan tentang biaya sebenarnya. Keakuratan merupakan konsep yang relatif dan harus diterapkan secara adil dan merata dalam alokasi biaya. Hubungan antara biaya dan objek biaya dapat ditentukan untuk membantu meningkatkan keakuratan alokasi biaya. Mengalokasikan, mengukur dan menetapkan biaya sumber daya terbaik dan paling akurat yang dikonsumsi oleh objek biaya.

## **3. Ketelusuran (*Traceability*)**

Keakuratan alokasi biaya bergantung pada tingkat penelusuran biaya. Mengenai objek biaya, ada dua penelusuran yang berkaitan dengan penelusuran biaya, yaitu:



- a. Biaya langsung adalah biaya yang dapat ditelusuri dengan mudah dan akurat ke objek biayanya. Kemudahan penelusuran berarti biaya dapat dihitung secara ekonomis.
- b. Tidak dapat ditelusuri artinya biaya tidak mempunyai hubungan sebab-akibat dengan objek biaya, sehingga disebut biaya tidak langsung.

Oleh karena itu, ketertelusuran adalah kemampuan untuk membebankan biaya ke objek biaya dengan cara yang layak secara ekonomi berdasarkan hubungan sebab dan akibat.

### **3.3 Analisis Metode Penelusuran Biaya**

Ketertelusuran biaya berarti biaya dapat ditagih dengan mudah dan akurat. Penelusuran adalah alokasi biaya aktual untuk membebankan objek, menggunakan ukuran sumber daya yang dapat *diobservasi* yang dikonsumsi oleh objek biaya. Biaya adalah pengorbanan uang tunai untuk memperoleh barang atau jasa yang diharapkan memberikan manfaat saat ini atau masa depan bagi organisasi. Untuk memperoleh manfaat saat ini dan masa depan, perlu meminimalkan biaya yang diperlukan untuk memperoleh manfaat tersebut.

Analisis metode penelusuran biaya pada objek biaya menurut Hansen & Mowen, (2015), antara lain:

#### **1. Penelusuran Langsung**

Penelusuran langsung adalah proses mengidentifikasi dan menetapkan biaya yang secara spesifik dan fisik terkait dengan objek biaya. Misalnya, objek biaya berupa tabel, sehingga Anda dapat dengan mudah dan akurat melacak biaya satuan bahan kayu dan penggunaan tenaga kerja.

#### **Contoh :**

Jika dalam setahun perusahaan berencana memproduksi 10.000 meja, maka setiap meja mengkonsumsi 0,1 m<sup>3</sup> kayu dan 1 pekerja. Harga per 1 m<sup>3</sup> kayu Rp. 1.000.000,- dan setiap meja dikerjakan 1 pekerja selama 8 jam seharga Rp.

20.000. per jam, maka kebutuhan dapat dihitung terlebih dahulu secara akurat:

Harga kayu =  $0,1 \text{ m}^3 \times \text{Rp}.1.000.000 \times 10.000 = \text{Rp}.1.000.000.000$

Biaya tenaga kerja =  $1 \times \text{Rp}.20.000 \times 8 \times 10.000 = \text{Rp}.1.600.000.000$

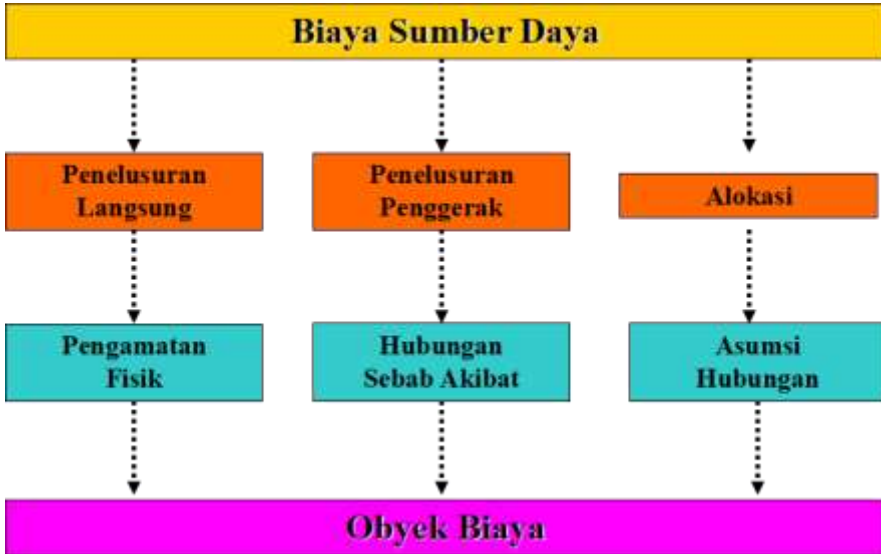
## **2. Penelusuran Penggerak**

Penelusuran penggerak melibatkan penggunaan penggerak untuk membebankan biaya ke objek biaya. Penggerak adalah faktor penyebab yang dapat diamati dan mengukur konsumsi sumber daya suatu objek biaya. Misalnya, konsumsi listrik pengemudi kWh, konsumsi air pengemudi m<sup>3</sup>. Jika sebuah perusahaan berencana memproduksi 10.000 meja dalam setahun, kebutuhan daya setiap meja tidak dapat dihitung sebelumnya secara akurat. Kebutuhan listrik untuk setiap set meja baru dapat ditentukan pada akhir periode dengan membagi biaya listrik selama satu tahun dengan 10.000 set meja.

## **3. Alokasi**

Penelusuran langsung merupakan metode yang paling akurat dan menyeluruh karena mengandalkan pengamatan fisik hubungan sebab akibat, dilanjutkan dengan penelusuran faktor pemicunya.

Untuk membebankan biaya ke obyek biaya didasarkan faktor penyebab disebut penelusuran pemicu. Keuntungan alokasi adalah mudah dan murah dalam penerapannya. Namun alokasi merupakan metode alokasi biaya yang paling tidak ketat dan penggunaannya harus dijaga seminimal mungkin (sebaiknya dihindari).



**Gambar 3.1.** Ikhtisar dari tiga metode pembebanan biaya

**Contoh :**

Untuk makan malam Rani dan Syne sudah memesan kue martabak (yang dipotong menjadi dua belas) seharga \$18 dan membeli satu botol minuman cocacola (berisi 6 gelas) seharga \$4. Syne juga memesan salad seharga \$2. Syne memakan 8 potong martabak dan 4 gelas minuman cocacola dan Rani memakan 4 potong martabak dan 2 gelas minuman cocacola, maka berapa biaya yang harus dibebankan pada Rani dan Syne ?

**Jawab :**

Kue martabak dan minuman cocacola sebagai penelusuran penggerak dibebankan kepada Rani dan Syne. Sedangkan Salad sebagai penelusuran langsung (yaitu: \$2) hanya dibebankan kepada Syne. Jadi Kue martabak dan minuman cocacola dibebankan melalui penelusuran penggerak (penggeraknya adalah potongan dan gelas). Biaya untuk masing-masing penggerak, yaitu: \$1,5 per potong kue martabak (\$18/12 potong) dan \$0,67 per gelas minuman cocacola (\$4/6 gelas). Penggunaan penggerak diamati untuk tiap orang (obyek biaya), misalnya : Rina menghabiskan 8 potong kue

martabak dan 4 gelas minuman cocacola sedangkan sisanya dihabiskan Syne.

**Perhitungan pembebanan biaya dapat dilihat sebagai berikut:**

	<b>Rani</b>	<b>Syne</b>
Salad (penelusuran langsung)	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 2,00</b>
<b>Kue Martabak (penelusuran penggerak)</b>		
-\$ 18/12 potong x 8 potong	<b>\$ 12,00</b>	
-\$ 18/12 potong x 4 potong		<b>\$ 6,00</b>
<b>Cocacola (penelusuran penggerak)</b>		
-\$ 4/6 gelas x 4 gelas	<b>\$ 2,67</b>	
-\$ 4/6 gelas x 2 gelas		<b>\$ 1,33</b>
<b>Total</b>	<b>\$ 14,67</b>	<b>\$ 9,33</b>

### **3.4 Rangkuman**

Faktor utama keakuratan biaya pada dasarnya disebabkan karena adanya hubungan sebab akibat dan penelusuran langsung. Maka produk, pelanggan dan proyek serta pabrik sebagai contoh dari biaya yang di alokasikan ke obyek biaya . Mendasarkan pada contoh diatas maka terdapat 3 metode dalam mengalokasikan biaya antara lain: penelusuran langsung, penelusuran penggerak dan alokasi. Pembebanan biaya dilihat dari ketergantungan pada observasi fisik sebagai penelusuran langsung, sedangkan penelusuran penggerak tergantung pada penggunaan faktor-faktor sebab akibat dan alokasi tergantung adanya hubungan yang diasumsikan dan kemudahan dalam pembebanan biaya. Sehingga lokasi pada intinya adalah pembebanan biaya yang bersifat *arbitrase* dan sedapat mungkin harus dihindari.

## **Pertanyaan Dan Latihan**

1. Jelaskan dan berikan contoh pengertian obyek biaya?
2. Jelaskan pengertian aktivitas dan berikan contoh aktivitas perusahaan manufactur?
3. Jelaskan apa yang dimaksud biaya langsung dan biaya tidak langsung?
4. Jelaskan pengertian ketelusuran dan penelusuran?
5. Jelaskan apa yang dimaksud dengan alokasi?
6. Jelaskan apa yang dimaksud dengan penggerak dan berikan contohnya?
7. Jelaskan perbedaan antara penelusuran langsung dengan penelusuran penggerak?

## DAFTAR PUSTAKA

- Don R. Hansen, Maryanne M. Mowen, 2015 , *Manajemen Accounting* Akuntansi Manajemen, Penerbit Salemba Empat Jakarta.
- Mulyadi, 2010. Akuntansi Manajemen, Konsep, Manfaat dan Rekayasa, Penerbit Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta



# **BAB 4**

## **BIAYA TETAP DAN BIAYA VARIABEL**

*Oleh Endang Susilowati*

### **4.1 Pendahuluan**

Akuntansi Manajemen sebagai sumber informasi bagi sebuah perusahaan (bisnis) dan organisasi yang mencari laba (komersil) maupun organisasi nirlaba. Suatu hal yang sangat penting dalam pengelolaan sebuah perusahaan (bisnis) yaitu sangat berhubungan dengan akuntansi biaya dan pengelolaan keuangan manajemen. Hansen dan Mowen (2009) menjelaskan bahwa akuntansi manajemen adalah proses mencatat, mengelompokkan, menaksir, menggolongkan dan mengungkapkan informasi ke laporan keuangan yang digunakan oleh karyawan dan manajer perusahaan ketika membuat planing, melakukan controlling dan decision makers. serta Mulyadi (2015) akuntansi manajemen adalah pelaporan informasi keuangan yang diperoleh dari beberapa jenis akuntansi manajemen dan digunakan oleh pengguna internal perusahaan.

Informasi biaya menjadi hal terpenting dalam sebuah perusahaan atau organisasi, terutama dalam akuntansi biaya maupun akuntansi manajemen, karena informasi biaya tersebut sebagai pedoman dalam proses penentuan perencanaan (*planning*) dan pengendalian (*controlling*) serta pembuatan keputusan (*decision makers*) secara efektif dan efisien.

Dari penjelasan diatas mengenai pentingnya informasi mengenai biaya sebagai alat manajemen dalam menggerakkan dan mengembangkan pengelolaan perusahaan secara efektif dan efisien serta dapat melakukan pengendalian terhadap manajemen, yang disebabkan oleh informasi akuntansi manajemen menekankan hubungan antara informasi keuangan dengan manajer yang bertanggung jawab terhadap perencanaan dan pelaksanaannya. Dengan demikian maka, untuk lebih lanjut



mendalami pemahaman tentang biaya tetap dan biaya variabel dijelaskan dalam Bab 4 berikut ini.

## 4.2 Pengertian Biaya

Pengertian biaya menurut para ahli sebagai berikut :

1. Menurut Purwaji dkk (2018), Biaya adalah faktor produksi yang digunakan untuk memproduksi barang atau jasa dan dinyatakan dalam satuan moneter, bila terjadi atau kemungkinan terjadi sebagai bagian dari bisnis untuk menghasilkan produk.
2. Menurut Dunia dkk (2018), biaya adalah pengeluaran yang diperlukan untuk mendapatkan produk yang berguna kelak atau akan digunakan dalam beberapa kurun waktu tertentu. Biaya sebagai objek yang diolah dengan laporan keuangan biaya sehingga memberikan interpretasi, secara simultan dan parsial.
3. Menurut Mulyadi (2000), secara umum biaya (cost) merupakan suatu bentuk penggunaan modal produksi yang dinyatakan dengan sejumlah uang yang sudah digunakan atau belum dalam mencapai tujuan. Dengan demikian, biaya terdapat empat komponen utama, yaitu
  - a. Beban sebagai kontribusi faktor produksi
  - b. Dinyatakan dengan bentuk moneter.
  - c. Kegiatan sudah terlaksana dan mungkin akan dilaksanakan.
  - d. Mencapai tujuan yang diharapkan

Dalam arti khusus, beban diartikan sebagai suatu bentuk pengorbanan sumber daya ekonomi untuk memperoleh harta. Biaya dalam arti sempit ini disebut biaya yang lebih baik. Biaya akan berubah menjadi pengeluaran jika nilai barang atau jasa tersebut sudah diterima atau sudah tidak bernilai lagi. Namun jika nilai barang atau jasa tersebut tidak habis maka diklasifikasikan sebagai aset.

4. Harnanto (2017:22). Menjelaskan “Biaya adalah sejumlah uang sumber daya ekonomi (sudah tiba dan yang akan terjadi) guna memperoleh barang atau jasa.”

5. Siregar dkk (2016:23), mengatakan biaya secara khusus: “Biaya adalah penggunaan harta perusahaan berbentuk kas dan selain kas untuk pengelolaan bahan mentah menjadi barang jadi yang bermanfaat segera atau dalam jangka panjang”.
6. Pada buku akuntansi biaya, Siregar dkk (2016:23) menjelaskan biaya adalah “Harga pokok produk yang bermanfaat dan digunakan untuk mendapatkan penghasilan.”
7. Salman dan Farid (2016). menunjukkan bahwa biaya yaitu asset berupa kas yang diperuntukkan memproduksi barang atau jasa dengan tujuan memberikan manfaat untuk sekarang atau dikemudian hari bagi perusahaan.

Dari pendapat para ahli tersebut di atas bahwa biaya adalah pengeluaran sejumlah uang yang digunakan memproduksi produk dalam pencapaian tujuan perusahaan yang mempunyai manfaat bagi perusahaan sebagai prospek bisnis . Biasanya disajikan dalam laporan posisi keuangan sebagai elemen asset.

### **4.3 Jenis Biaya**

Kuswadi (2005) mengelompokkan biaya menjadi 2 kelompok, yaitu:

1. Biaya langsung (*Directcost*) merupakan biaya melekat pada produk, seperti biaya bahan mentah, gaji pekerja terkait langsung dalam memproduksi produk, biaya periklanan, ongkos pengiriman.
2. Biaya tidak langsung (*Indirectcost*) yaitu biaya yang sulit atau tidak bisa dialokasikan langsung pada unit barang, seperti gaji manajer, mandor, iklan pada jenis produk tertentu, dan lain-lain. Biaya ini disebut dengan biaya overhead pabrik (BOP).

Kuswadi (2005) juga mengklasifikasikan biaya berdasarkan model perilaku biaya, yaitu:

1. Biaya tetap adalah biaya dengan jumlah tetap tidak berubah pada satu periode, berapapun penerimaan atau produksi perusahaan. Contoh biaya sewa gedung, gaji karyawan,

pajak, biaya asuransi, biaya pembayaran hutang, dan lain-lain. Biaya tersebut harus memperhitungkan perencanaan kapasitas produksi dan penjualan perusahaan untuk beberapa tahun ke depan, jika biaya tetap tersebut teridentifikasi maka sulit bagi manajemen untuk berubah dan melakukan tindakan, untuk melakukan aktivitas yang lebih efektif maka dengan model mapan ini.

2. Biaya variabel adalah biaya yang berubah secara proporsional dalam jangka waktu tertentu dan pada tingkat tertentu.
3. Biaya semi variabel merupakan biaya yang sulit dikelompokkan ke dalam kedua jenis biaya di atas (tidak termasuk biaya tetap dan biaya variabel). Jika sudah teridentifikasi maka akan sulit bagi pengelola untuk melakukan penyesuaian dan koreksi, untuk melakukan operasi secara efektif bekerja dengan model mapan ini.

Carter dan Usry (2004) mendefinisikan biaya berdasarkan model perilakunya menjadi 3 jenis sebagai berikut:

1. Biaya tetap biasanya konsisten seiring dengan bertambahnya atau berkurangnya kegiatan usaha, dan mempunyai nilai yang ajek dalam jangka waktu yang telah ditentukan. Di luar aktivitas tersebut, nilainya dapat berubah. Contoh penyusutan, sewa gedung, premi asuransi.
2. Biaya variabel biasanya bertolak belakang dengan biaya tetap. Jumlahnya meningkat ketika kegiatan usaha meningkat dan menurun ketika kegiatan usaha menurun. Contoh bahan baku, tenaga kerja, dan peralatan kantor.
3. Biaya semi variable memiliki karakteristik biaya tetap dan biaya variabel. Alasan penggolongannya sebagai biaya semi variabel meliputi ketentuan minimum yang diperlukan untuk mempertahankan kapasitas operasional usaha atau didasarkan pada pengelompokan objek biaya.

Mulyadi (2000:15), menjelaskan penggolongan biaya menurut fungsi utama dalam perusahaan menjadi tiga kategori, antara lain:

1. Biaya Produksi merupakan biaya yang dipakai untuk pengolahan bahan baku menjadi barang setengah jadi atau produk jadi. Biaya ini dapat berhubungan langsung dengan produk yang diproduksi oleh perusahaan. Biaya produksi meliputi bahan baku, tenaga kerja, dan perlengkapan kantor.
2. Biaya Pemasaran berkaitan dengan pemasaran produk yang dihasilkan perusahaan kepada konsumen. Biaya pemasaran meliputi biaya iklan, biaya promosi, biaya gaji departemen pemasaran, biaya pengambilan sample.
3. Biaya Administrasi dan Umum berkaitan dengan kegiatan penjualan produk ke pelanggan. Contoh gaji departemen akuntansi dan biaya fotocopy, materai dll.

Jumlah biaya pemasaran dan biaya administrasi dan umum sering pula disebut dengan istilah biaya komersil (*commercial expenses*). Secara umum dikenal dua jenis biaya yaitu biaya tetap dan biaya variabel dan termasuk dalam dua jenis biaya operasional menurut tingkat kejadiannya yang akan kita dibahas selanjutnya.

### **4.3.1 Biaya Tetap**

#### **1. Pengertian Biaya Tetap**

Menurut AR Assegaf. (2019:2). Menjelaskan bahwa Biaya tetap (*fixed cost*) dikeluarkan secara periodik dan besarnya selalu konstan atau tetap, tidak terpengaruh oleh besar kecilnya volume usaha atau proses bisnis yang terjadi pada periode tersebut. Biaya tetap juga bisa disebut sebagai biaya operasional. Biaya tetap juga diartikan sebagai biaya minimal yang harus dikeluarkan oleh suatu perusahaan agar dapat melakukan proses produksi baik berupa barang ataupun jasa. Biaya ini jelaslah tidak dipengaruhi oleh banyak sedikitnya jumlah produk atau jasa yang bisa dihasilkan. Biaya tetap merupakan jenis biaya statis dalam volume kegiatan tertentu. Biaya tetap dikeluarkan meskipun tidak melakukan aktivitas

apapun atau bahkan ketika melakukan aktivitas yang sangat banyak sekalipun.

Dalam proses produksi, biaya tetap akan selalu dibayarkan atau dikeluarkan tanpa menghitung berapa banyak produksi yang dilakukan, baik ketika tidak berproduksi atau sebaliknya saat produksi dilakukan dalam kapasitas maksimal. Jadi, dengan kata lain, secara keseluruhan akan selalu sama, tidak berpengaruh terhadap kondisi apapun. Bagaimana jika dihitung per-unit produk yang dihasilkan atau per-aktivitas yang dilakukan? Biaya tetap dan unit yang diproduksi atau aktivitas yang dilakukan memiliki hubungan yang terbalik. Hubungan terbalik ini maksudnya adalah banyaknya aktivitas yang dilakukan memperkecil jumlah biaya tetap per-unit atau per-aktivitas

Biaya tetap ini masih dibagi lagi menjadi 3 kategori yaitu; biaya tetap persatuan (*unit cost*), biaya tetap *discretionary*, dan biaya tetap *committed*.

a. Biaya Tetap Per-satuan (*Unit Cost*).

Biaya tetap persatuan (*unit cost*), adalah biaya yang intensitasnya berubah berlawanan arah dengan perkembangan tingkat aktivitas, artinya semakin tinggi tingkat aktivitas, maka semakin kecil biaya satuannya, dan sebaliknya. Contoh biaya tetap per-satuan; biaya overhead, biaya pemasaran tetap, dsb.

b. Biaya Tetap *Discretionary*

Merupakan biaya tetap yang jumlahnya ditetapkan oleh kebijaksanaan pimpinan perusahaan, biaya ini ditentukan setelah adanya pertimbangan perencanaan kerja dan kinerja yang terkait. Contoh penelitian dan pengembangan, pendidikan dan latihan karyawan, serta biaya promosi dan advertising.

c. Biaya Tetap *Committed*

Munculnya serangkaian biaya dalam rangka mempertahankan kondisi perusahaan pada kuantitas atau kualitas beroperasi baik dalam kegiatan proses produksi, pemasaran, maupun administrasi. Contoh biaya tetap

committed adalah biaya depresiasi, biaya asuransi, dan gaji staf ahli.

## **2. Fungsi Biaya Tetap**

Supriyono (1994) menjelaskan ciri-ciri biaya tetap adalah:

- a. Biaya mempunyai nilai total yang konstan dan ajek dalam kondisi perusahaan beroperasi atau tidak.
- b. Biaya tetap satuan (unit cost) akan bergerak berlawanan arah dengan perkembangan tingkat kegiatan, semakin tinggi tingkat kegiatan maka harga satuan akan semakin rendah, semakin rendah tingkat kegiatan maka biaya satuan akan semakin tinggi.

Berdasarkan ciri-ciri tersebut diatas maka fungsi biaya tetap adalah:

1. Pelaku usaha dapat menganggarkan biaya tetap, karena bersifat tetap sehingga tidak perlu khawatir akan kenaikan atau penurunan.
2. Bisnis akan dengan mudah menentukan total biaya dan biaya yang lain.
3. Dapat menghitung laba atas investasi perusahaan.
4. Selain itu, biaya tetap juga akan membantu bisnis dengan mudah menentukan keuntungannya dalam jangka waktu yang lebih lama dibandingkan dengan biaya variabel.

## **3. Contoh Biaya Tetap**

Berikut ini contoh-contoh biaya tetap

- a. Biaya Sewa Gedung  
Jumlah nominal sewa gedung harus dibayarkan, tidak berubah-ubah. Jumlah besaran sewa gedung ini ditentukan berdasarkan kesepakatan kedua belah pihak antara pemilik dan penyewa pada saat transaksi.
- b. Biaya Asuransi  
Biaya asuransi dibayarkan oleh perusahaan dengan tujuan mengantisipasi jika terjadi permasalahan.

- c. Pajak Bumi Dan Bangunan  
Perusahaan besar pasti memiliki gedung atau bangunan dan lahan dengan cara membeli lahan dan membangun dengan cor beton. Bangunan yang digunakan untuk usaha inilah yang masuk ke dalam biaya tetap.
- d. Biaya Penyusutan  
Biaya penyusutan termasuk ke dalam biaya tetap yang nilainya konstan setiap tahunnya.
- e. Tagihan Air dan Listrik  
Berjalan atau tidak kegiatan perusahaan, laba atau rugi suatu bisnis perusahaan tetap membayar tagihan air dan listrik tersebut dengan jumlah uang yang tetap.

#### 4. Perhitungan Biaya Tetap

Mulyani, E. (2019). Menjelaskan rumus biaya tetap total (FC), adalah Hasil pengurangan Biaya total (TC) dengan biaya variabel (VC).

Contoh perhitungan

- a. Firma Adi menggunakan uangnya sejumlah Rp. 500.000.000,00 sebagai biaya produksi di bulan Maret 2020. Jumlah produksi sebanyak 40.000 unit, biaya variabel Rp 10.000,00/unit., hitunglah biaya tetap dari produk tersebut.

Diketahui :

Total cost (TC) = Rp. 500.000.000,00

Quantitas (Q) = 40.000 unit

Biaya Variabel (VC) = Rp. 10.000,00

Jawab :

Rumus : Fixed Cost = Total Cost – Variabel Cost / Fixed Cost  
= Total Cost – (Variabel Cost x Quantitas)

Fixed Cost = 500.000.000,00 – (40.000 x 10.000,00)

Fixed Cost = 500.000.000,00 – 400.000.000,00

Fixed Cost = 100.000.000,00

Biaya tetap yang dikeluarkan oleh Firma Adi pada bulan Maret 2020 yaitu Rp. 100.000.000,00

- b. Di bulan Juli 2022, CV. Sanjaya memproduksi barang senilai Rp750.000.000,00, jumlah barang 30.000 unit, biaya variabel yang digunakan Rp20.000,00 per unit. Berapakah biaya tetap yang digunakan untuk barang tersebut?

Diketahui :

Total cost (TC) = Rp. 750.000.000,00

Quantitas barang (Q) = 30.000 unit

Biaya Variabel (VC) = Rp. 20.000,00

Jawab :

Rumus :  $FC = TC - VC$  :  $FC = TC - (VC \times Q)$

= 750.000.000,00 - (30.000 x 20.000,00)

= 750.000.000,00 - 600.000.000,00

= 150.000.000,00

CV. Sanjaya pada bulan Juli 2022 menggunakan biaya tetap untuk produksi barangnya sebesar Rp. 150.000.000,00

### **Biaya Tetap Rata-Rata (*Average Fixed Cost / AFC*)**

Mulyani, E. (2019). Menjelaskan Biaya tetap perunit adalah hasil pembagian dari total biaya tetap dengan kuantitas produk yang diproduksi.

Contoh perhitungan biaya tetap rata-rata atau biaya tetap perunit satuan produk:

Per Juli 2021, PT. Angkasa menggunakan total biaya tetap produksi sebesar Rp 150.000.000,00, dengan kuantitas produksi sebesar 30.000 produk. Maka perhitungan biaya tetap rata-rata perunit produk adalah:

Diketahui :

Total biaya tetap (TFC) : Rp.150.000.000,00

Quantitas (Q) : 30.000 produk

Jawab :

Rumus :  $AFC = TFC / Q$

= Rp150.000.000,00 / 30.000 produk

= Rp 5.000,00 perunit



Jadi, biaya tetap perunit produk PT. Angkasa per Juli 2021 yaitu sebesar Rp 5.000,00 perunit.

#### 4.3.2 Biaya Variabel

##### 1. Pengertian

Biaya variabel (*variabel cost*) adalah biaya yang berubah secara proporsional seiring dengan aktivitas perusahaan. Biaya variabel adalah total biaya marjinal di seluruh unit produksi. Ini juga dapat dianggap sebagai biaya normal. Biaya tetap dan biaya variabel adalah dua komponen dari total biaya. Namun biaya langsung, merupakan biaya yang dapat dengan mudah dialokasikan ke objek biaya tertentu, tetapi, tidak semua biaya variabel merupakan biaya langsung. Misalnya, biaya overhead variabel produksi adalah biaya variabel yang merupakan biaya tidak langsung, bukan biaya langsung. Biaya variabel kadang-kadang disebut biaya satuan karena biaya tersebut bervariasi tergantung pada jumlah unit yang diproduksi. (AR Assegaf, 2019:3).

##### 2. Fungsi Biaya Variabel

Supriyono (1994) menjelaskan ciri-ciri biaya variabel adalah:

- a. Total biayanya sebanding dengan perubahan tingkat aktivitas produksi, semakin tinggi volume kegiatan maka total biaya variabelnya semakin tinggi, semakin rendah volume kegiatannya semakin kecil jumlah total biaya variabel.
- b. Dengan Penetapan biaya variabel, biaya per unit tidak terpengaruh oleh perubahan volume aktivitas, sehingga biaya per unit tetap konstan.

Berdasarkan ciri-ciri tersebut diatas maka biaya variabel memiliki beberapa fungsi. Yaitu Sebagai berikut :

- a. Membantu bisnis membuat keputusan jangka pendek. Dengan biaya variabel bisnis akan mampu membuat keputusan jangka pendek. Apabila suatu bisnis menerima pesanan produksi maka harus segera

dilaksanakan. Bisnis dapat menghitung biaya produksi dan harga pesanan dengan menggunakan *variable cost*.

- b. Mempermudah bisnis dalam mengendalikan biaya variabel.

Bisnis yang memiliki variabel cost dapat memisahkannya dari biaya tetap dalam laporan keuangan perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan dapat fokus pada perilaku biaya tetap. Hal ini akan lebih mudah dengan menggunakan sistem akuntansi yang terintegrasi.

- c. Menentukan penilaian biaya Variabel.

Dengan penetapan biaya variabel, perusahaan dapat membuat dan menentukan penilaian terhadap efisiensi produksi barang secara terus menerus. Selain itu perusahaan dapat melapor ke departemen lain dalam perusahaan.

- d. Membantu bisnis lebih mudah menentukan keuntungan jangka pendeknya.

Dalam hal ini, informasi biaya yang telah diisolasi berdasarkan perubahan dan perilaku volume produksi dapat membantu perusahaan dalam menentukan keuntungan jangka pendek dengan lebih mudah,, sehingga perusahaan juga memperoleh informasi yang dapat digunakan untuk mengambil keputusan jangka pendek.

### 3. Contoh-Contoh Biaya Variabel

Mulyadi (2000) menjelaskan contoh biaya variabel yang akan digunakan oleh perusahaan untuk menentukan biaya produksi berdasarkan fungsi utama perusahaan :

- a. Biaya Produksi

Biaya untuk memproduksi barang atau jasa hingga menjadi produk yang siap dijual. misal bahan mentah, tenaga kerja langsung berhubungan dengan proses produksi, bahan penolong atau biaya overhead pabrik.

b. Biaya Pemasaran

Beban yang digunakan untuk mengadakan aktivitas pemasaran barang atau jasa. Misalkan periklanan, promosi, transportasi dari gudang ke gudang pembeli, gaji pegawai yang melaksanakan kegiatan pemasaran, biaya pengambilan sample, biaya komisi penjualan.

c. Biaya Administrasi dan Umum

Biaya yang terkait dengan koordinasi aktifitas produksi dan pemasaran produk. Contoh biaya ini adalah biaya gaji karyawan yang berhubungan langsung dengan produk, biaya foto copy, biaya materai, biaya stempel, dan lain-lain

4. Perhitungan Biaya Variabel

Total biaya Variabel (*Total Variabel Cost / VC*)

Mulyani, E. (2019). Menjelaskan biaya yang dikeluarkan selama produksi dan skala tergantung pada jumlah barang yang diproduksi. Total biaya variabel adalah hasil pengurangan total biaya (TC) dengan biaya tetap (FC).

Perhitungan biaya variabel.

Pada saat Februari 2019, Perusahaan Dani menggunakan biaya produksi untuk sejumlah Rp. 40.000.000,00, dan untuk biaya tetap sejumlah Rp. 2.000.000,00. Dan pada saat itu juga, perusahaan Dani memproduksi 1.000 unit barang, maka berapa biaya variabelnya?

Diketahui :

Total biaya : Rp. 40.000.000,00

Biaya tetap (FC) : Rp. 2.000.000,00

Quantitas (Q) : 1.000 unit

Jawab :

$$= (40.000.000,00 - 2.000.000,00)$$

$$= 38.000.000,00$$

Biaya variabel perusahaan Dani pada bulan Februari 2019 sejumlah Rp. 38.000.000,00.

**Biaya Variabel Rata-Rata (Average Variabel Cost / AVC)**

Menurut Mulyani, E. (2019). Adapun Rumus biaya variabel rata-rata perunit produk adalah sebagai berikut:

$$\text{Average Variabel Cost (AVC)} = \text{Variabel Cost (VC)} / \text{Quantity (Q)}$$

Contoh menghitung biaya variabel rata-rata atau biaya variabel perunit satuan produk.:

Juni 2018, Perusahaan milik Ratna menggunakan sejumlah uang untuk biaya variabel sebesar Rp 300.000.000,00, dengan jumlah produksi 30.000 unit. Perhitungan biaya variabel rata-rata perunit produk perusahaan Ratna adalah:

$$\begin{aligned} \text{Diketahui : Biaya Variabel (VC)} &= \text{Rp. 300.000.000,00} \\ \text{Jumlah Produksi (Q)} &= 30.000 \text{ unit} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Jawab : Rumus} \quad \text{AVC} &= \text{VC} / \text{Q} \\ &= \text{Rp}300,000,000 / 30,000 \\ &= \text{Rp } 10.000 \end{aligned}$$

Biaya variabel perunit Perusahaan Ratna pada bulan Juni 2018 sebesar Rp 10.000 perunit

#### 4.4 Perbedaan Biaya Tetap dan Biaya Variabel

Dari pembahasan biaya dapat mengetahui perbedaan biaya tetap dan biaya variabel dari berbagai perspektif sebagai berikut.

**Tabel 4.1.** Perbedaan Biaya Tetap dan Biaya Variabel.

Perspektif	Fixed (Tetap) Cost	Variabel Cost
waktu	Terjadi pada kurun waktu tertentu saja. Misalnya sebulan sekali, setahun sekali, atau bahkan beberapa tahun sekali.	Periode waktu lebih cepat. Seminggu sekali atau bahkan setiap hari.
Jumlah	Biaya lebih besar dari	Nominal relatif kecil,

<b>Perspektif</b>	<b>Fixed (Tetap) Cost</b>	<b>Variabel Cost</b>
Pembayaran	biaya variabelnya. Jika usaha mengalami kerugian, biaya tetap tidak dibayarkan dalam jumlah uang yang sama.	besarnya tergantung pada kondisi perusahaan.
Proses Produksi	Biaya tetap tidak berhubungan langsung dengan proses produksi barang. Bila ada, tetap tidak mengubah biaya	Biaya variabel sangat bergantung pada kegiatan proses produksi.
Laporan Keuangan	Biaya tetap : Biaya tetap jarang dicatat, karena hanya dilaporkan pada periode waktu tertentu.	Saat memerrhitungkan biaya variable, pencatatan input dan output sangatlah penting..
Penentuan harga	Biaya tetap tidak menentukan harga jual	Biaya variabel digunakan untuk akan menentukan harga jual

Sumber : Diolah

## DAFTAR PUSTAKA

- AR Assegaf. 2019. "Pengaruh Biaya Tetap dan Biaya Variabel Terhadap Profitabilitas PT. Pecel Lele Lela Internasional, Cabang 17, Tanjung Barat. Jakarta Selatan". *Jurnal Ekonomi dan Industri* Volume 20, No.1, Januari – April 2019 ISSN : 0853-5248. <https://ojs.ekonomi-unkris.ac.id>, *JEI*. Fakultas Ekonomi Unkris. Diakses Tanggal 12 September 2023
- Carter dan Usry diterjemahkan oleh Krista. 2004. *Akuntansi Biaya*. Jakarta: Salemba Empat.
- Dunia, Firdaus Ahmad, dan Wasilah. 2018. *Akuntansi Biaya*. Jakarta: Salemba Empat.
- Harnanto. 2017. *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta. ANDI, BPFE. UGM.
- Hansen, Don R., Marryanne M. Mowen. 2005. "*Management Accounting. Buku 2*". Jakarta. Salemba Empat
- Kuswadi. 2005. "*Meningkatkan Laba Melalui Pendekatan Akuntansi Manajemen dan Akuntansi Biaya*". Jakarta: PT Alex Media Komputindo
- Mulyadi, (2000) "*Akuntansi Biaya Edisi 5*". Yogyakarta. Aditya Media.
- Mulyani, Endang. 2018. "*Ilmu Ekonomi*". Solo. PT. Tiga Serangkai Pustaka Mandiri.
- Novan, Y.C. dan Sulistiyo. 2018. "Analisis Biaya Volume Laba Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada CV Waringin Putih Semarang", *Jurnal Akuntansi Keuangan Bisnis Terapan/* Vol 1, No 1, Mei 2018 ISSN 2622-6529, hal 10-28.
- Purwaji, Agus. Wibowo. Muslim. Sabarudin. 2016. *Akuntansi Biaya*. Jakarta. Salemba Empat.
- Salman, Kautsar Riza dan Mochammad Farid. 2016. *Akuntansi Manajemen Alat Pengukuran dan Pengambilan Keputusan Manajerial*. Jakarta: Indeks
- Siregar, Baldrick, dkk. 2014. *Akuntansi Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat.
- Siregar, Baldrick, dkk. 2016. *Akuntansi Biaya*. Jakarta: Salemba Empat.
- Supriyono. 1994. "*Akuntansi Biaya Buku 1 Edisi 2*." Yogyakarta. BPFE.



# BAB 5

## KONSEP MARGIN KONTRIBUSI DAN IMPLEMENTASINYA

*Oleh Muh. Azdar Setiawan*

### 5.1 Pendahuluan

Pada umumnya perusahaan didirikan untuk menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat. Didalam operasinya perusahaan bertujuan untuk dapat mencapai laba maksimal dengan menggunakan sumber-sumber ekonomi yang dimilikinya, dimana jumlahnya terbatas. Sehingga untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, perusahaan memerlukan seorang pimpinan yang cakap dan kapabilitas seorang manajer. Secara umum dalam menjalankan tugas manajemen, seorang pimpinan perusahaan mempunyai tiga fungsi utama yaitu (Carter, 2009):

1. Perencanaan dan pengkoordinasian (*Planning and Coordinating*)
2. Pelaksanaan (*Directing*)
3. Pengawasan (*Controlling*)

Jadi aktivitas awal dari seorang pimpinan perusahaan tersebut berawal dari perencanaan, dimana didalam perencanaan ini manajemen menetapkan kegiatan kegiatan dimasa yang akan datang untuk menapai tujuan perusahaan(Carter, 2009).

Untuk itu manajer membutuhkan informasi-informasi yang berkaitan dengan operasional perusahaan. Salah satu informasi yang sangat penting bagi manajemen adalah informasi mengenai margin kontribusi tiap-tiap produk yang dihasilkan perusahaan. Dari informasi margin kontribusi ini manajemen dengan mudah dapat mengetahui seberapa besarnya tiap-tiap produk mampu menutup biaya tetap perusahaan dan menghasilkan laba. Dengan demikian semakin besar margin kontribusi suatu produk, maka akan semakin besar pula



kemampuan dari produk tersebut menghasilkan laba. Dari informasi ini manajemen akan dapat mengetahui produk manakah yang margin kontribusinya terbesar sehingga dapat diambil suatu kebijakan memperbesar volume penjualan dari produk tersebut. Begitu juga sebaliknya, apabila margin kontribusi suatu produk terlalu kecil, maka manajemen dapat mengambil keputusan apakah produk tersebut dihentikan produksinya atau tetap diteruskan karena menunjang laba produk yang lainnya(Carter, 2009).

Penelitian yang dilakukan oleh Windarti, 2013, menyatakan bahwa Setiap perusahaan umumnya ingin memperoleh keuntungan maksimal dengan mengoptimalkan keterbatasan sumber daya yang ada. Hal itu dapat diselesaikan menggunakan metode pemrograman linier. Metode tersebut terbukti dapat mengoptimalkan tujuan produksi yang ingin dicapai berdasarkan batasan-batasan sumber daya yang ada. Hal tersebut dipertegas oleh ilmuwan lain yang menyatakan bahwa bila perusahaan menghasilkan produk yang bervariasi, maka metode perencanaan untuk memproduksi barang agar memperoleh keuntungan yang maksimal dapat diperoleh dengan pemrograman linier. Dengan demikian, metode pemrograman linier adalah suatu metode yang digunakan oleh perusahaan dalam memproduksi barang lebih dari satu variasi dengan sumber daya yang terbatas(Windarti, 2013).

Selain itu manajemen juga dapat memaksimisasikan margin kontribusi total agar sumber daya yang terbatas, dana, tenaga kerja, bahan-bahan, fasilitas dan waktu secara optimal dapat digunakan untuk mencapai laba yang diinginkan manajemen. Berdasarkan penjelasan diatas maka penulis melakukan penelitian dengan judul "Penerapan Margin Kontribusi Dalam Menentukan Produk dan Kombinasi Produk Yang Menghasilkan Laba Paling Maksimal Dengan Metode "*Linear Programming*"(Marsetiani, 2012).

Pada dasarnya Margin kontribusi sangat berperan penting bagi seorang pebisnis dalam melakukan pengukuran total suatu pendapatan yang mana mereka menghitung pada tiap-tiap transaksi. Oleh karena itu, margin kontribusi sangat

bermanfaat untuk pengembangan bisnis, sebab margin kontribusi digunakan untuk mempermudah seseorang mengetahui keuntungan yang diperoleh (Matz, Usri, 1991).

Banyak seorang pemimpin perusahaan memperhatikan margin kontribusi merupakan sebuah keuntungan yang mana dapat diukur berdasarkan pendapatan total dari penjualan dan hasilnya telah melebihi biaya modal. Pastinya ketika menjalankan bisnis membutuhkan cara yang paling efektif supaya bisnis mereka semakin meningkat, maka perlunya memahami secara detail tentang margin kontribusi tersebut (Matz, Usri, 1991).

Secara umum, margin kontribusi merupakan sebuah pendapatan bersih yang mana telah didapatkan dari hasil penjualan pada tiap-tiap unit produk setelah melewati proses pengurangan biaya-biaya dalam variabel. Jadi, margin kontribusi dapat menjadi cara yang paling efektif untuk melihat maupun menganalisis dari suatu yang menjadi keuntungan (Ahyari, 1999).

Pada suatu laporan laba rugi, biasanya perusahaan telah menerapkan cara seperti pendapatan dikurangi harga pokok dari penjualan (*cost of goods solds*) dengan tujuan supaya mengetahui hasil dari laba kotor. Kemudian biaya operasional juga dikurangi dengan tujuan mengetahui laba operasional. Dan yang terakhir yaitu bunga, pajak maupun biaya-biaya yang lainnya juga perlu dikurangi supaya mengetahui laba bersih (William K., dan Usry, 2005).

Setelah Anda mengetahui pengertian dari margin kontribusi, alangkah baiknya Anda juga mengetahui perbedaan contribution margin dan gross margin, sebab seringkali orang menganggap bahwa keduanya sama (William K., dan Usry, 2005).

## **5.2 Fungsi Margin Kontribusi**

Manajemen menggunakan margin kontribusi untuk tiap kondisi yang berbeda. Biasanya, manajemen menggunakannya sebagai alat dalam membantu membuat keputusan produksi dan penetapan harga dalam bisnis (Matz, Usri, 1991).

Konsep ini juga menjadi salah satu yang digunakan untuk menghitung *Break Event Point* (BEP) dalam suatu departemen atau lini produk. Manajemen menggunakan metrik ini untuk memahami berapa harga yang dapat mereka tetapkan untuk suatu produk. Dengan penetapan harga yang tepat, perusahaan atau bisnis tidak perlu khawatir kehilangan uang ketika biaya untuk produksi meningkat (Matz, Usri, 1991).

Penetapan harga produk berdasarkan metrik itu juga membantu manajemen untuk meraih nilai profitabilitas yang diinginkan. Selain itu, metrik dari nilai pendapatan bersih ini dapat membantu manajemen memahami produk dan kegiatan operasional mana yang menguntungkan. Dan tentunya manajer bisa memutuskan lini produk atau departemen mana yang tidak produktif yang selanjutnya akan dihentikan atau ditutup (Eric, 2000).

Investor dan para analis keuangan menggunakan margin tersebut untuk mengevaluasi seberapa efisien perusahaan dalam menghasilkan laba. Sebagai contoh, analis dapat menggunakan Margin Kontribusi per unit yang terjual untuk memperkirakan laba yang dihasilkan perusahaan untuk tahun depan. Kesimpulannya, Margin Kontribusi merupakan salah satu unsur dan alat yang penting bagi manajemen maupun investor atau analis keuangan. Dengan mengetahui dan memahami Margin Kontribusi, Anda bisa membuat bisnis atau perusahaan Anda beroperasi secara efisien dan efektif. Dan tentunya Anda bisa meminimalisir risiko kerugian yang akan terjadi ke depannya (Eric, 2000).

### **5.3 Tugas Manajemen Strategi**

Hornrgren, Datar, Foster (2008:72) menjelaskan bahwa analisis margin kontribusi merupakan selisih antara pendapatan total dan biaya variabel total. Margin kontribusi menunjukkan mengapa laba operasi berubah ketika jumlah unit yang terjual berubah. Hansen and Mowen (2008:23) selanjutnya menjelaskan bahwa margin kontribusi adalah pendapatan penjualan dikurangi biaya variabel total. Definisi yang sama juga dikemukakan oleh Ray H. Garrison (1988:215-218), "*Contribution Margin is the amount*

*remaining from sales revenue after variable expense have been deducted that can be used to contribute toward covering of fixed expense and toward profit for the period". Notice the sequence here contribution margin is used to cover fixed expense, and the whatever fixed expense are covered goes toward profits. If contribution margin is not sufficient to cover the fixed expense, then a loss occurs for the period".* Margin kontribusi atau laba merupakan jumlah yang tersisa dari hasil penjualan yang tersedia setelah dikurangi dengan biaya variabel (Horngren, 1991).

Dari definisi yang dikemukakan oleh beberapa ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa, margin kontribusi atau sering disebut laba marginal (*marginal income*) adalah kelebihan hasil penjualan setelah dikurangi seluruh komponen biaya variabel yang digunakan untuk menutupi biaya tetap dan menghasilkan laba perusahaan (Horngren, 1991).

### **5.3.1 Optimasi Produksi**

Optimasi produksi adalah suatu cara untuk merencanakan atau mengatur penggunaan sumber daya yang dimiliki perusahaan, seperti: bahan baku, tenaga kerja, modal kerja, dan fasilitas produksi supaya dapat memenuhi permintaan konsumen, mengoptimalkan bahan baku yang ada dan agar proses produksi dapat berjalan dengan efektif dan efisien. Beberapa cara untuk dapat mengoptimalkan produksi, yakni: meningkatkan kualitas produksi, manfaat produksi, bentuk fisik produksi, dan mengatur jumlah produksi (Astuti, N. E. D., Linawati, L., & Mahatma, 2013).

### **5.3.2 Linear Programming**

Penelitian Marsetiani 2012, menyatakan bahwa banyak keputusan utama yang dihadapi oleh seorang manajer perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan batasan situasi lingkungan operasi. Pembatasan tersebut meliputi sumber daya, misalnya: waktu, tenaga kerja, energi, bahan baku, atau uang; atau dapat berupa bentuk batasan pedoman, misalnya resep untuk membuat makanan atau spesifikasi teknik. Secara umum, tujuan perusahaan yang paling sering terjadi adalah sedapat mungkin memaksimalkan laba atau

meminimalkan biaya. Saat manajer berusaha untuk menyelesaikan masalah dengan mencari tujuan yang dibatasi oleh batasan tertentu, metode program linier sering digunakan (Taylor, 2005). Adapun metode ini menurut Render, Stair, dan Hanna (2012:270): "*Linear programming is a technique that helps in resource allocation decisions.*" Hal ini berarti bahwa program linier adalah teknik yang membantu dalam keputusan-keputusan pengalokasian sumber daya. Salah satu permasalahan yang paling sering terjadi dalam program linier adalah permasalahan kombinasi produk dimana program linier digunakan untuk memutuskan berapa banyak yang harus diproduksi untuk masing-masing produk di tengah keterbatasan-keterbatasan sumber daya yang dimiliki (Astuti, N. E. D., Linawati, L, & Mahatma, 2013).

Pendapat Suprapti, 2012, dalam penelitiannya menyatakan bahwa Model Linear Programming merupakan bentuk dan susunan dari dalam menyajikan masalah-masalah yang akan dipecahkan dengan teknik linear programming. Dalam program linear programming dikenal 2 (dua) macam "fungsi", yaitu fungsi tujuan (*objektive function*) dan fungsi-fungsi batasan (*constraint function*). Fungsi tujuan adalah fungsi yang menggambarkan tujuan sasaran didalam permasalahan linear programming berkaitan dengan pengaturan secara optimal sumber daya, untuk memperoleh keuntungan maksimal atau biaya minimal (Suprapti, 2012).

## **5.4 Perbedaan Contribution Margin dan Gross Margin**

*Contribution margin* dan gross sebenarnya memang cukup mirip, namun jika dilihat dari tujuannya, kedua margin tersebut tidak sama. Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya bahwa contribution margin memberikan sebuah data keuntungan pada tiap-tiap item produk. Sementara gross margin memberikan sebuah hasil keuntungan total setelah melewati beberapa proses seperti pengurangan seluruh biaya variabel yang berhubungan dengan biaya produksi (Taylor III, 2005).

## **5.5 Penggunaan dalam Margin Kontribusi**

Dalam margin kontribusi tentu saja untuk tujuan penggunaannya berbeda-beda. Berikut ini penggunaan dalam margin kontribusi, antara lain (Garrison, 1988):

### **5.5.1 Digunakan untuk Perusahaan**

Bagi perusahaan, penerapan margin kontribusi sangatlah berguna. Hal ini dikarenakan margin kontribusi mampu membantu seorang manajer dalam pembuatan keputusan terkait operasional bisnis. Contoh yang seringkali muncul dalam pembuatan keputusan yaitu cara untuk membandingkan suatu produk seperti produk mana yang lebih bagus, produk mana yang tidak diperlukan, dan produk mana yang perlu disimpan (Garrison, 1988).

Selain itu, untuk contoh lain yang seringkali dialami oleh seorang manajer yaitu apakah perusahaan diwajibkan untuk menambah lini produk atau apakah justru mengurangi dalam lini produk, bagaimana cara menentukan layanan serta harga produk dan bagaimana cara penyusunan komisi dari penjualan. Jika margin kontribusi pada suatu produk bernilai negatif, maka pihak perusahaan berkemungkinan kehilangan uang dalam tiap-tiap produk yang telah mereka produksi (Syafiril, 2019).

Apabila hal ini sampai terjadi, maka mau tidak mau perusahaan harus menaikkan atau menurunkan harga pada tiap-tiap produk tersebut. Akan tetapi, jika margin pada suatu produk bernilai positif, maka perusahaan tak perlu khawatir sebab produk yang telah mereka produksi layak untuk dipertahankan (Machfoedz, 1989).

Dalam rumus rasio pada margin kontribusi juga bisa mempermudah perusahaan untuk menentukan besar kecilnya keuntungan pada tiap-tiap produk. Dengan demikian, sangatlah bermanfaat bagi perusahaan ketika mereka menjual suatu produk dengan jumlah relatif banyak dengan melihat persamaan sumber hambatan. Dengan begitu, mereka bisa fokus terhadap produk yang mempunyai tingkat margin kontribusi yang tinggi, sebab mereka pasti memanfaatkan kondisi tersebut

dengan tujuan bisa memaksimalkan pada potensi keuntungan(Marsetiani, 2012).

### **5.5.2 Digunakan untuk Investor**

Penggunaan margin selanjutnya yaitu untuk seorang investor. Tak hanya perusahaan yang menerapkan cara ini, akan tetapi para investor juga ikut serta menerapkan sistem margin kontribusi. Dimana mereka memanfaatkan margin kontribusi digunakan untuk menghitung produk utama pada perusahaan mereka. Misalnya, suatu perusahaan minuman mempunyai 10 produk yang berbeda, akan tetapi tidak semua keuntungan yang didapatkan berasal dari produk minuman tersebut. Oleh karena itu, kondisi inilah investor dan manajemen perusahaan bersama-sama untuk memperhatikan produk dari margin kontribusi yang mempunyai nilai tinggi dibandingkan produk lain. Dengan begitu, kedua belah pihak akan saling menguntungkan(Syafril, 2019).

## **5.6 Cara untuk Perhitungan Margin Kontribusi**

Untuk rumus yang paling sederhana dari margin kontribusi yaitu:

**Margin Kontribusi = Pendapatan Bersih - Biaya Variabel**

Dalam rumus tersebut mempunyai dua komponen inti ketika melakukan perhitungan margin kontribusi, meliputi pendapatan (*revenue*) dan biaya variabel (*variable cost*)(Marsetiani, 2012).

Dalam bisnis suatu jasa maupun produk yang mempunyai biaya variabel, contohnya biaya untuk pengemasan, biaya untuk ongkos kirim, dan keuntungan yang diperoleh dapat kita sebut dengan nama margin kontribusi. Akan tetapi perlu diingat, pastinya margin mempunyai tujuan yang berbeda-beda, jadi cara menghitungnya juga berbeda(Hansen, 2008).

Pada dasarnya, seorang pebisnis melakukan perhitungan dengan menggunakan rumus margin kontribusi guna melihat kondisi maupun profit yang menghalangi biaya tetap yang mana setelah melewati proses pembiayaan variabel. Dengan demikian,

setelah memperhatikan terkait profitabilitas produk, Anda juga perlu memperhatikan persentase dari penjualan menggunakan rumus margin kontribusi. Oleh karena itu, akan disajikan rumus untuk margin kontribusi yaitu sebagai berikut (Horngren, Datar, 2008):

$$\text{Rasio Margin Kontribusi} = \frac{\text{Total Penjualan} - \text{Total Biaya Variabel}}{\text{Total Penjualan}}$$

Misalnya, perusahaan sedang menjalankan suatu bisnis yang mana mereka memproduksi bola kasti dengan harga Rp30.000 dan untuk biaya variabel tiap-tiap unitnya yaitu seharga Rp12.000. Jadi, untuk menentukan rasio margin kontribusinya, Anda bisa menggunakan rumus diatas, yaitu (Hansen, 2008):

$$30.000 - 12.000 / 30.000 = 0,6$$

Dari hasil perhitungan tersebut menunjukkan produk bola kasti ini mempunyai margin tiap-tiap unitnya seharga Rp600.

Contoh lainnya yaitu sebuah perusahaan sedang menjual bola kasti dengan harga 60.000 dan biaya untuk variabelnya dengan harga Rp 25.000. Akan tetapi, perusahaan itu juga mempunyai biaya tetap yang mana jumlahnya yaitu Rp60.000. Oleh karena itu, Anda bisa menggunakan rumus dari margin agar bisa mengetahui keuntungan yang didapatkan (William K., dan Usry, 2005).

$$60.000 - 25.000 = 35.000$$

Hasil perhitungan tersebut mengungkapkan, jumlah nilai margin kontribusinya yaitu Rp35.000, sementara perusahaan mempunyai biaya tetap (asuransi, staf, kantor dan lain sebagainya) sebesar Rp60.000. artinya, perusahaan mengalami kerugian sebesar Rp25.000 yang mana biaya tetap dikurangi dengan pendapatan margin kontribusi(William K., dan Usry, 2005).

Dapat disimpulkan, untuk memperoleh pendapatan bersih, maka perusahaan wajib menaikkan harga produk serta



mengurangi biaya tetap agar bisnis dapat berjalan dengan lancar dan menghindari adanya kerugian(William K., dan Usry, 2005).

## **5.7 Tantangan Ketika Melakukan Perhitungan Margin Kontribusi**

Setiap orang pastinya menghitung margin kontribusi dengan melihat nilai-nilai yang tertera pada laporan keuangan yakni laba rugi. Akan tetapi, mereka justru merasa kesulitan ketika menghitung rumus tersebut, contohnya yaitu mereka diwajibkan untuk menentukan apa saja yang menjadi kegiatan proses produksi berlangsung. Terutama dalam kegiatan yang terkait biaya tetap dan juga yang terkait dengan pembiayaan variabel(Garrison, 1988).

Kesalahan yang seringkali muncul yaitu mereka mengira bahwa HPP (Harga Pokok Penjualan) termasuk biaya variabel. Namun pada dasarnya tidak semua yang berkaitan dengan HPP itu biaya variabel. Terkadang, pada HPP telah tercantum biaya tetap yang meliputi biaya gaji karyawan, biaya produksi, pajak dan lain sebagainya. Jadi, agar bisnis Anda berjalan sesuai dengan keinginan, sangat di sarankan Anda harus mempunyai seorang yang ahli dalam bidang keuangan, sebab sangat membutuhkan pengalaman dan ketelitian ketika melakukan perhitungan pada biaya tetap serta perhitungan pada biaya variabel. Dengan mempunyai staf yang ahli dalam bidang keuangan, maka perusahaan Anda memperoleh nilai margin kontribusi yang sesuai dengan keinginan(Taylor III, 2005).

Itulah ulasan mengenai pengertian dari margin kontribusi, penggunaan serta cara untuk menghitungnya. Dapat kita simpulkan bahwa margin kontribusi sangat penting dalam dunia bisnis, yang mana setiap perusahaan pastinya menginginkan pendapatan sesuai target yang telah ditentukan. Oleh karena itu, margin kontribusi pastinya dibutuhkan agar dapat dengan mudah memecahkan suatu permasalahan terkait keuangan dalam suatu bisnis(Render, B., Stair Jr., R. M., & Hanna, 2012).

### 5.7.1 Cara menghitung Margin Kontribusi

Sebagai contoh, perusahaan manufaktur PT Kilat mencetak pendapatan bersih sejumlah Rp150.000.000 dalam satu tahun. Rincian biaya variabel PT kilat adalah (Render, B., Stair Jr., R. M., & Hanna, 2012):

1. Ongkos Angkut Barang = Rp5.000.000
2. Biaya Tenaga Kerja Langsung = Rp20.000.000
3. Biaya Bahan Baku Langsung = Rp30.000.000

Maka total biaya variabel PT Kilat adalah Rp55.000.000. Jika dimasukkan dalam formulasi Margin Kontribusi, maka hasilnya adalah:

Margin Kontribusi PT Kilat:  $\text{Rp}150.000.000 - \text{Rp}55.000.000 = \text{Rp}95.000.000$

Nilai dari pendapatan bersih tersebut bisa Anda kurangkan dengan biaya tetap untuk melihat apakah Margin kontribusi bernilai positif atau negatif (Render, B., Stair Jr., R. M., & Hanna, 2012).

Katakanlah biaya tetap PT Kilat dalam satu tahun sejumlah Rp80.000.000. Maka bisa dibayangkan PT Kilat masih mencetak profit Rp15.000.000 ( $\text{Rp}95.000.000 - \text{Rp}80.000.000$ ). Implikasinya, PT kilat masih mampu meng-cover biaya tetap setelah pendapatan bersih dikurangi dengan biaya variabel yang terjadi (Marsetiani, 2012).

Perhitungan ini bisa Anda persempit lagi menjadi Margin Kontribusi per unit. Dengan formulasi yang sama, berikut perhitungannya, yakni:

**Margin Kontribusi per unit = Harga jual produk per unit - biaya variabel per unit**

Misalnya, jika satu produk dari PT Kilat seharga Rp20.000 dan biaya variabel per unitnya Rp6.000. Maka nilai per unitnya adalah  $\text{Rp}20.000 - \text{Rp}6.000 = \text{Rp}14.000$  (Marsetiani, 2012).

## **5.8 Implementasi Margin Kontribusi**

### **5.8.1 Memilih Produk yang Paling Menguntungkan**

Dalam perusahaan yang menghasilkan lebih dari satu macam produk, jika informasi margin kontribusi per unit dihubungkan dengan penggunaan sumber daya yang langka (Scarce Resources), manajemen akan memperoleh informasi kemampuan berbagai macam produk untuk menghasilkan laba. Informasi ini memberikan landasan bagi manajemen dalam pemilihan produk yang mampu menghasilkan laba tertinggi dalam memanfaatkan sumber daya yang langka, misalnya kapasitas mesin. Dengan anggapan bahwa tidak ada batasan-batasan lain, misalnya; luas pasar, kapasitas mesin, dan sebagainya, maka tentu saja perusahaan akan memproduksi produk Luks sebanyak-banyaknya karena menghasilkan margin kontribusi lebih besar sehingga menghasilkan laba lebih besar pula.

Setelah besarnya laba bersih per unit produk diketahui, langkah selanjutnya adalah menentukan fungsi tujuan. Untuk produk yang mempunyai lebih dari satu batasan (constrain) agar kombinasi produk lebih maksimal maka digunakan teknik linear programming sebagai alat bantu pengambilan keputusan manajemen.

### **5.8.2 Kombinasi Produk yang Paling Maksimal**

Ahyari (1999:153) menjelaskan dalam pelaksanaan produksi tidak setiap produk pada suatu perusahaan akan mempergunakan sumberdaya atau input sendiri, akan tetapi pada umumnya sumberdaya tersebut digunakan untuk memproduksi beberapa jenis produk baik secara bergantian maupun bersama-sama. Masalah alokasi sumber daya jangka pendek bisa menjadi lebih rumit dan berbelit – belit jika sejumlah produk dilibatkan dan berbagai kendala diperhitungkan. Salah satu pendekatan untuk memecahkan masalah tersebut adalah dengan membuat model dari proses produksi dan memperkirakan tingkat masukan dan keluaran secara terarah. Setelah membuat model dari proses produksi, pengambilan keputusan bisa juga memasukkan berbagai kombinasi yang memberikan hasil yang terbaik dari berbagai kombinasi yang di evaluasi. Programan linier merupakan alat keputusan kuantitatif

yang memungkinkan para pengambil keputusan untuk mendapat pemecahan optimum bagi masalah alokasi sumber daya jangka pendek tanpa membuat dugaan-dugaan (*trial and error*) (Marsetiani, 2012).

Marjin kontribusi merupakan salah satu tolak ukur atas keberhasilan manajemen dalam memanfaatkan sumberdaya secara optimal. Apabila total marjin kontribusi telah di maksimisasi, sasaran laba (jumlah laba yang diinginkan) manajemen akan terpenuhi. Untuk menggambarkan penerapan pemrograman linier pada masalah memaksimalkan marjin kontribusi. Misalkan PT. X mamenghasilkan dua produk tas kecil yaitu: model standar memerlukan pemotongan selama 2 jam dan penjahitan selama 4 jam, sedangkan model luks memerlukan pemotongan selama 5 jam dan penjahitan selama 2 jam. Pabrik ini memperkerjakan tiga tukang potong dan dua tukang jahit, tersedia kapasitas potong 120 jam dan kapasitas jahit 80 jam. Unit dari model standar dijual dengan hargaRp. 250,- dan model luks dengan hargaRp. 500,- Biaya variable produksi dan penjualan satu unit masing-masing untuk model standar dan model luks adalah Rp. 150,- dan Rp. 250,- Terdapat margin kontribusi sebesar Rp. 100,- untuk model standar dan Rp. 250,- untuk setiap model luks, dan pasar untuk kedua jenis model tersebut masih terbuka. Guna memaksimalkan marjin kontribusi manajemen harus memutuskan (Windarti, 2013):

1. Pengalokasian kapasitas produksi yang tersedia ke model standar dan model luks, dan
2. Jumlah unit yang harus diproduksi dari setiap model.

Informasi yang relevan, yang diperlukan untuk memecahkan masalah tersebut, diiktisarkan sebagai berikut :

	Jam Kerja Pemotongan	Jam Kerja Penjahitan	Harga Jual	Biaya Variabel	C/M
Standar	2 Jam	4 Jam	Rp. 250	Rp.150	Rp.100
Luks	5 Jam	2 Jam	Rp.500	Rp. 250	Rp. 250
Kapasitas	120 Jam	80 Jam			

### 5.8.3 Linear Programming Metode Grafik

Andai kata masalah pemrograman linear hanya mencakup dua variabel, maka bagan dua dimensi dapat dipakai untuk menentukan pemecahan yang optimal. Dalam contoh ini, sumbu - x menunjukkan jumlah model standar, sedangkan sumbu - y menunjukkan jumlah model luks. Jumlah maksimum dari masing - masing model yang dapat diproduksi dengan kendala yang ada dapat dinyatakan sebagai berikut (Marsetiani, 2012):

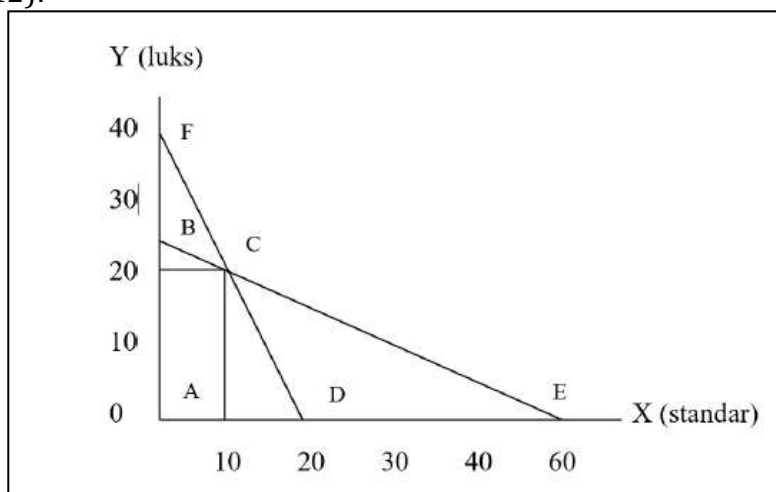
	KuantitasProduksi Maksimun	
	Model Standar ( X )	Model luks ( Y )
Operasi Produksi :		
Pemotongan	120 jam : 2 = 60	120 : 5 = 24
Penjahitan	80 jam : 4 = 20	80 : 2 = 40

Angka terkecil pada masing-masing kolom menunjukkan pengaruh dari terbatasnya jam kerja. Dari angka tersebut jelas terlihat bahwa pabrik hanya bisa menghasilkan 20 unit model standar dengan marjin kontribusi sebesar Rp. 2.000 (20 unit x Rp. 100) atau 24unit model luks dengan marjin kostribusi sebesar Rp. 6.000 (24 unit x Rp. 250). Namun kombinasi model standar dan model luks bisa jadi merupakan pemecahan yang terbaik (Marsetiani, 2012).

Untuk menentukan kombinasi produksi yang mungkin, kendala tersebut dapat dipetakan dalam suatu grafik. Setelah dipetakan, kombinasi produksi dapat dievaluasi untuk menentukan marjin kontribusi maksimum. Karena hubungan diantara penggunaan setiap kendala yang ada dan kuantitas dari setiap model yang diproduksi dalam contoh ini adalah bersifat linea, maka kendala pemotongan dan penjahitan dapat digambarkan dengan menarik garis diantara titik-titik yang telah dipetakan yaitu, titik-titik yang terdapat pada setiap sumbu yang menunjukkan jumlah unit maksimum dari model yang dapat diproduksi sesuai kendala yang ada. Titik-titik ini (Marsetiani, 2012):

Jika  $X = 0, Y \leq 24$ , kendala pemotongan  
 $X = 0, Y \leq 40$ , kendala penjahitan  
 $Y = 0, X \leq 60$ , kendala pemotongan  
 $Y = 0, X \leq 20$ , kendala penjahitan

Sekiranya kendala itu digambarkan pada grafik, maka akan terlihat seperti berikut (Render, B., Stair Jr., R. M., & Hanna, 2012):



**Gambar 5.1.** Grafik kombinasi produk yang paling optimal (Render, B., Stair Jr., R. M., & Hanna, 2012)

#### 5.8.4 Grafik yang memperagakan bidang yang layak

Ruang pemecahan menunjukkan bidang pemecahan yang mungkin atau layak (*feasible*) dan dibatasi oleh garis-garis AB, BC, CD, dan DA pada grafik diatas. Setiap kombinasi unit standar dan unit luks yang berada diruang pemecahan dapat diproduksi secara fisik. Kombinasi diluar ruang pemecahan tidak dapat diproduksi karena dibatasi oleh kendala yang ada (Render, B., Stair Jr., R. M., & Hanna, 2012).

Pemecahan terbaik barada akan berada pada salah satu titik sudut, yaitu A, B, C, atau d pada grafik tersebut. Untuk menentukan titik sudut terbaik masing – masing sudut harus dievaluasi sebagai berikut (Marsetiani, 2012):

$$A = (X = 0, Y = 0) = 100 (0) + 250 (0) = Rp. 0 \text{ CM}$$

$$B = ( X = 0, Y = 24 ) = 100 (0) + 250 (24) = \text{Rp. } 6.000 \text{ CM}$$

$$C = (X=10, Y=20) = 100(10) + 250(20) = \text{Rp. } 6.000 \text{ CM}$$

$$D = ( X = 20, Y = 0 ) = 100 (10) + 250 (0) = \text{Rp. } 2.000 \text{ CM}$$

Dalam hal ini margin kontribusi total dimaksimisasi ketika 10 model standar dan 20 model luks diproduksi dan dijual, yaitu kombinasi yang digambarkan pada titik C, atau 24 unit model luks saja, tetapi hal ini tidak merupakan kombinasi yang seperti diharapkan. Fungsi tujuan (objective function) dari kombinasi produk diatas sebagai berikut (Marsetiani, 2012):

$$Z = aX + bY$$

$$Z = 250(20) + 100(10) \quad Z = 6.000,-$$

Masalah maksimisasi yang diilustrasikan dalam kasus ini merupakan contoh masalah realistik yang dihadapi para manajer. Pemrograman linear merupakan alat yang dapat digunakan secara efektif oleh manajemen untuk memecahkan masalah seperti itu. Akan tetapi, dengan bertambahnya jumlah variabel dan kendala, kesulitan perhitungan juga akan meningkat. Akibatnya masalah pemrograman linear dalam praktek sesungguhnya lazimnya diselesaikan dengan menggunakan komputer berkemampuan tinggi. Meskipun kesulitan perhitungan dapat diatasi dengan program komputer namun pengambilan keputusan masih harus memformulasikan masalah tersebut dalam rumusan matematik, memilih data yang tepat untuk dimasukkan dalam program komputer, dan menginterpretasikan pemecahan akhir (Marsetiani, 2012).

Informasi margin kontribusi digunakan untuk menentukan tingkat penjualan dan kombinasi produk yang diperlukan agar semua biaya yang terjadi pada periode tersebut tertutup dan mencapai target laba yang ditentukan. Karena itu informasi margin kontribusi sangat berguna bagi manajemen perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan dengan sumber daya yang terbatas (Syafri, 2019).

Margin kontribusi dan rasio margin kontribusi dapat dihitung untuk setiap produk atau dalam jumlah total. Rasio

margin kontribusi bervariasi dari 50% untuk produk luks dan 40% untuk produk standar. Jika kombinasi penjualan saat ini dapat dirubah atau penjualan dapat ditingkatkan, maka produk yang dengan ratio margin kontribusi yang lebih tinggi akan memberikan margin kontribusi yang relative lebih besar kepada setiap satu rupiah (Rp.1) hasil penjualan, dan margin kontribusi harus dikaitkan dengan pemakaian fasilitas yang ada (Syafрил, 2019).

Produk yang memberikan margin kontribusi lebih tinggi diproduksi jika hasil kontribusi (rasio margin kontribusi x hasil penjualan) lebih besar dari pada yang dapat dicapai dengan beberapa alternative penggunaan fasilitas yang sama terbatasnya. Jika tersedia fasilitas yang menganggur, mungkin kedua alternative ini dapat menghasilkan keuntungan (Syafрил, 2019).

Angka margin kontribusi yang dihasilkan dari langkah perbandingan biaya dengan pendapatan pada perhitungan rugi laba metode *variable costing* merupakan angka yang sangat bermanfaat bagi manajemen karena dapat dengan mudah diproyeksikan untuk mengukur perambahan laba bersih yang mengiringi pertambahan penjualan. Teori pengambilan keputusan yang bersangkutan paut dengan observasi atas kegunaan angka margin kontribusi berlandaskan kepada fakta bahwa, dalam lingkup volume yang terbatas, biaya periode cenderung tetap konstan dalam jumlah bila terjadi pertambahan volume. Dalam kondisi demikian hanya biaya langsung (*variable cost*) yang relevan dalam kalkulasi biaya atas peetambahan volume. Dari informasi margin kontribusi ini manajemen dengan mudah dapat mengawasi biaya menurut perilakunya dalam proses produksi dan merencanakan aktivitas perusahaan dalam jangka pendek terutama dalam perencanaan laba (Syafрил, 2019).



## DAFTAR PUSTAKA

- Ahyari, A. 1999. *Manajemen Produksi Perencanaan Sistem Produksi, Buku 1*. 1st edn. Yogyakarta: BPFYogyakarta.
- Astuti, N. E. D., Linawati, L, & Mahatma, T. 2013. Penerapan model linear goal programming untuk optimasi perencanaan produksi', *Nasional Sains dan Pendidikan Sains Fakultas Sains dan Matematika UKSW*, 8(4), pp. 464–471.
- Carter, W. K. 2009. *Cost Accounting: Akuntansi Biaya. Buku 1*. 14th edn. Jakarta: Salemba Empat.
- Eric, N. 2000. *Akuntansi Manajerial*. Jakarta: Salemba Empat.
- Garrison, R. H. 1988. *Manajerial Accounting, Concept for Planning, Control, Decision Marketing*. 5th edn. Homewood, Illinois: Business Publication Inc.
- Hansen, M. 2008. *Managerial Accounting. Buku 2*. 8th edn. Jakarta: Salemba Empat.
- Horngren, Datar, F. 2008. *Akuntansi Biaya. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga Jakarta.
- Horngren, C. T. 1991. *Pengantar Akuntansi Manajemen, Jilid1*. 6th edn. Jakarta: Erlangga Jakarta.
- Machfoedz, M. 1989. *Akuntansi Manajemen, Buku 1*. 4th edn. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Marsetiani, M. 2012. 'Model Optimasi Penentuan Kombinasi Produk Menggunakan Metode Linear Programming Pada Perusahaan Bidang Fashion', *Journal The WINNERS*, 5(1), pp. 1–7.
- Matz, Usri, H. 1991. *Akuntansi Biaya, Perencanaan dan Pengendalian Jilid 2*. 5th edn. Jakarta: Erlangga Jakarta.
- Render, B., Stair Jr., R. M., & Hanna, M. E. 2012. *Quantitative Analysis for Management*. 11th edn. England: Pearson Education.
- Suprpti, I. 2012. 'Penentuan Kombinasi Produk yang Optimal untuk Meningkatkan Laba pada CV Optima Semarang', *Jurnal Aset*, 1(2), pp. 121–132.
- Syafril. 2019. 'Informasi Contribution Margin Sebagai Alat Perencanaan Laba Bagi Manajemen', *Jurnal Riset Akuntansi Jambi*, 3(1), pp. 12–25.

- Taylor III, B. W. 2005. *Introduction to Management Science*. 8th edn. New Jersey: Prentice Hall.
- William K., dan Usry, M. F. 2005. *Akuntansi Biaya. Buku 2*. 13th edn. Jakarta: Salemba Empat.
- Windarti, T. 2013. 'Pemodelan Optimalisasi Produksi Untuk Memaksimalkan Keuntungan Dengan Menggunakan Metode Pemrograman Linier', *Spektrum Industri*, 11(2).



# **BAB 6**

## **KALKULASI BIAYA PRODUKSI**

*Oleh Rinda Fithriyana*

### **6.1 Konsep Biaya Produksi**

Dalam suatu Perusahaan, laba merupakan indikator utama bagi keberlangsungan usaha. Keberlangsungan suatu usaha tidak terlepas dari keuntungan atau laba yang diperoleh, karena laba merupakan tujuan utama dari operasional perusahaan. Manajer merupakan salah satu unsur penting dalam peningkatan produksi perusahaan. seorang manajer harus mampu meningkatkan laba dengan cara mampu memperhitungkan biaya-biaya dalam proses produksi, agar mampu mencapai tingkat keuntungan yang maksimal.

Suatu perusahaan, terutama yang bergerak di bidang produksi, dalam menciptakan suatu produk, yaitu mengubah bahan baku menjadi produk jadi akan melalui beberapa tahapan produksi. Yang mana hal tersebut akan mengeluarkan biaya dalam proses produksinya. Pada saat itu maka manajemen membutuhkan yang namanya kalkulasi biaya produksi yang mana hal ini perlu dilakukan dalam menghitung laporan laba rugi perusahaan dalam memproduksi produk barang dan jasa. Perhitungan ini penting dilakukan untuk mengkalkulasi biaya-biaya yang dibutuhkan serta besaran dana dalam proses produksi yang dilakukan.

### **6.2 Biaya Produksi Menurut Para Ahli**

Sederhananya, biaya produksi merupakan keseluruhan unsur pembiayaan yang dikeluarkan suatu perusahaan dalam menciptakan suatu produk barang atau jasa. Keseluruhan biaya tersebut mencakup berbagai hal yang telah dikeluarkan oleh perusahaan dari mulai awal atau input, proses produksi sampai dengan terciptanya produk jadi dan siap dijual ke pasar. Biaya tersebut terdiri dari biaya bahan baku (BBB), biaya tenaga kerja langsung (BTKL) dan biaya overhead pabrik (BOP).

Sedangkan pengertian biaya produksi (BP) menurut para ahli, adalah sebagai berikut:

Menurut Mulyadi (2015), biaya produksi (BP) adalah biaya-biaya yang ada selama proses pengolahan bahan baku (BB) menjadi barang jadi sehingga siap untuk dijual.

Menurut Aldila Septiana (2016), Biaya produksi merupakan pengeluaran ekonomis dari suatu perusahaan yang harus dilakukan dalam menciptakan suatu produk barang dan jasa.

Menurut Muhammad Asir dkk (2022), arti dari biaya produksi memiliki 2 pengertian, yaitu dalam pengertian luas dan sempit. Secara luas, biaya produksi adalah suatu pengorbanan dari sumber ekonomi yang dimiliki perusahaan yang diukur dalam satuan nilai uang. Sedangkan secara sempit, biaya produksi merupakan pengorbanan dari beberapa sumber ekonomi dalam memperoleh suatu aktiva.

### **6.3 Tujuan Biaya Produksi**

Secara umum, tujuan dari perhitungan biaya produksi adalah demi tercapainya keuntungan atau laba dari suatu Perusahaan (Rusdiana, 2019). Dalam melakukan kalkulasi biaya produksi, hal utama yang dilakukan adalah menghitung pengorbanan sumber ekonomi seminimal mungkin.

Tujuan perhitungan biaya produksi:

1. Pengendalian biaya; hal ini dilakukan agar pengeluaran biaya dalam proses produksi terkendali.
2. Penilaian terhadap persediaan bahan baku; dilakukan agar perusahaan dapat melakukan menilai dan mengontrol persediaan bahan baku dalam proses produksi, serta mengetahui persediaan akhir dari material tersebut.
3. Menetapkan harga jual; hal ini penting dilakukan, agar jangan sampai produk yang dihasilkan dijual dibawah biaya produksi, dan juga pihak manajemen bisa memperhitungkan harga jual dari produk tersebut dan menentukan tingkat laba yang diharapkan.

4. Perencanaan dan pengukuran kinerja karyawan; hal ini dilakukan untuk penilaian efisiensi kinerja karyawan yang berhubungan dengan proses produksi.
5. Memaksimalkan laba Perusahaan; dengan mengetahui dan menghitung biaya produksi yang akurat, akan memudahkan Perusahaan dalam menghitung tingkat laba yang diharapkan Perusahaan.

## 6.4 Karakteristik Biaya Produksi

1. Biaya eksplisit (*explicit cost*)  
Biaya ini merupakan pengeluaran biaya aktual dari perusahaan dalam pengeluaran biaya tenaga kerja, membeli atau menyewa input yang akan digunakan untuk proses produksi, termasuk didalamnya upah tenaga kerja, sewa modal atau alat, perlengkapan, bangunan.
2. Biaya implisit (*implicit cost*)  
Biaya ini adalah nilai input yang digunakan dan dimiliki perusahaan selama proses produksi. Walaupun demikian, ini tetap memiliki biaya seperti ketika perusahaan lebih baik menyewakan alat kepada pihak lain. Dalam menggunakan biaya implisit ini, perusahaan harus mempertimbangkan beberapa hal dalam mengukur biaya produksi seperti:
  - a. Memilih biaya alternatif lain
  - b. Biaya ekonomis
  - c. Biaya tambahan, dan lain sebagainya.

## 6.5 Macam-macam Biaya Produksi

Penting bagi Perusahaan untung menggolong biaya produksi menjadi beberapa golongan agar Perusahaan mampu mengetahui macam-macam jenis pengeluaran yang dibutuhkan selama melakukan proses produksi demi memudahkan perhitungan harga pokok produk. Dengan membuat golongan biaya, akan berpengaruh terhadap perhitungan laporan keuangan Perusahaan, sehingga Perusahaan harus betul-betul mengetahui dan memahami jenis biaya produksi.

Berdasarkan dari pengertian biaya produksi (BP) diatas, biaya produksi dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

1. Biaya tetap atau *fixed cost*

Yaitu biaya yang dikeluarkan perusahaan, yang nilai atau besarnya tetap tanpa dipengaruhi oleh jumlah produksi dari produk tersebut. Biaya ini tidak akan berubah, meskipun dalam proses produksi terjadi kenaikan atau penurunan volume produksi. Dan biaya tetap ini bersifat pasti, sehingga lebih memudahkan perusahaan dalam melakukan perencanaan anggaran. Jika proses produksi terhenti, maka biaya tetap akan selalu ada. Contoh dari biaya ini adalah biaya sewa alat, sewa gedung dan juga beban gaji karyawan.

2. Biaya variable atau *variable cost*

Biaya ini akan berubah pada saat melakukan produksi yang mana biaya ini berubah menyesuaikan dengan volume dari produksi yang dilakukan. Jika volume atau jumlah produksi meningkat, maka biaya variable juga akan meningkat, begitu juga sebaliknya jika volume atau jumlah produksi menurun, maka biaya variable juga akan ikut turun. Biaya ini terjadi hanya pada saat proses produksi berlangsung. Selain itu, biaya variabel ini akan akan terus mengalami perubahan selama proses produksi terjadi. Jika proses produksi terhenti, maka biaya variabel yang perusahaan keluarkan nol.

3. Biaya semivariabel atau *mixed variable cost*

Yaitu merupakan pengeluaran biaya yang memiliki campuran dari unsur biaya tetap dan biaya variabel. Biaya ini akan mengalami perubahan sesuai besaran penggunaannya. Contoh biaya telepon, biaya air dan listrik. Biaya ini tidak dipengaruhi oleh volume produksi.

## 6.6 Unsur Biaya Produksi

Dalam buku Hansen dan Mowen (2013), unsur-unsur yang terdapat pada biaya produksi adalah:

1. Biaya bahan baku (*direct material cost*)

Unsur pertama dari biaya produksi adalah biaya bahan baku. Kenapa biaya ini merupakan unsur pertama, karena biaya ini merupakan biaya dalam memperoleh bahan utama

yang digunakan dalam proses produksi. Perhitungan biaya bahan baku terdiri dari harga perolehan bahan baku atau harga beli, biaya pengiriman bahan baku dan biaya persediaan dan biaya penggunaan sehingga bahan baku siap diolah.

2. Biaya tenaga kerja langsung (*direct labour cost*)

Biaya tenaga kerja langsung adalah biaya yang dianggarkan perusahaan dalam membayar bebang aji dan upah pada bagian produksi. Biaya tenaga kerja langsung (BTKL) adalah biaya yang harus dikeluarkan terhadap TK yang berhubungan langsung dalam proses produksi.

Biaya tenaga kerja langsung di hitung begitu dimulainya pengolahan bahan baku sampai menghasilkan produk jadi. Contoh BTKL adalah gaji dan upah dari tenaga operator mesin. Selain gaji dan upah pokok, biasanya komponen tenaga kerja langsung menerima tunjangan atau insentif tambahan dan juga asuransi tenaga kerja yang termasuk dalam biaya tenaga kerja langsung.

3. Biaya overhead pabrik (*factory overhead cost*)

Selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung yang dikeluarkan oleh Perusahaan, ada juga biaya *overhead* pabrik atau BOP yang dikeluarkan oleh Perusahaan. Biaya ini timbul karena adanya biaya bahan tambahan atau biaya bahan penolong dalam proses produksi tersebut. Biaya ini juga termasuk kedalam laporan laba rugi Perusahaan dan juga memiliki peran penting dalam memaksimalkan proses produksi. Adapun contoh dari biaya *overhead* pabrik adalah:

- a. Biaya bahan penolong; bahan ini mersifat sebagai pendukung dari bahan utama atau bahan baku langsung dan memiliki nilai yang kecil jika dibandingkan dengan biaya produksi.
- b. Biaya tenaga kerja tidak langsung; adalah biaya penunjang pada proses produksi yang terdiri dari biaya upah, kesejahteraan yang sifatnya tidak langsung.
- c. Biaya penyusutan dan amortisasi aktiva tetap; adalah biaya yang dikeluarkan terhadap berkurangnya nilai aktiva tetap seperti mesin.



- d. Biaya pemeliharaan dan perbaikan mesin; merupakan biaya yang digunakan dalam pemeliharaan dan perbaikan mesin berupa biaya suku cadang, biaya habis pakai dan jasa perbaikan, pemeliharaan.
- e. Biaya air dan listrik pabrik;
- f. Biaya asuransi pabrik, dan
- g. Biaya operasional lain-lain.

## 6.7 Harga Pokok Produksi

Harga pokok produksi adalah perhitungan dari biaya-biaya yang dikeluarkan dan yang terjadi selama proses produksi dilakukan, yang berhubungan dengan pengolahan bahan mentah, bahan setengah jadi atau barang dalam proses sehingga menjadi barang jadi yang siap untuk di jual. Penghitungan harga pokok produksi dilakukan untuk menentukan harga jual dari produk tersebut.

## 6.8 Perumpamaan Biaya Produksi

Perhitungan biaya produksi dilakukan dalam proses pengolahan produk pada perusahaan industri manufaktur. Sebagai contoh disini menggunakan Perusahaan yang bergerak dalam bidang produksi mainan mobil-mobilan. Untuk memproduksi 400 mainan anak tersebut, memerlukan biaya produksi sebagai berikut:

1. Biaya pembelian bahan baku Rp 11.550.000,-
2. Biaya tenaga kerja langsung Rp 3.250.000,-
3. Biaya upah satpam pabrik Rp 2.350.000,- (selama proses produksi)
4. Biaya sewa pabrik Rp 1.675.000,-

Maka jumlah BP yang harus dikeluarkan perusahaan dalam memproduksi 400 mobil-mobilan adalah Rp 11.550.000,- + Rp 3.250.000,- + Rp 2.350.000,- + Rp 1.650.000,- = Rp 18.825.000,-.

Dari total biaya yang dikeluarkan, dapat ditentukan biaya produksi/unit mobil-mobilan adalah  $\text{Rp } 18.825.000 : 400 \text{ unit} = \text{Rp } 47.063/\text{unit}$ .

Setelah itu, Perusahaan dapat menetapkan tarif harga jual per unit dengan menjumlahkan biaya produksi/unit tambah

persentase keuntungan. Misalkan keuntungan yang ditetapkan Perusahaan adalah 40% dari BP, maka harga jual dari mobil-mobilan tersebut per unit adalah: Rp 47.063 + (Rp 40% X Rp 47.063) = Rp 66.000 per unitnya.

Dari hal ini dapat dipastikan bahwa perusahaan mampu menetapkan harga jual lebih akurat dengan mengetahui jumlah biaya produksi yang ada, sehingga Perusahaan juga mampu mengurangi risiko selama proses produksi berlangsung.

## 6.9 Perhitungan/Kalkulasi Biaya Produksi

Perhitungan biaya produksi merupakan pedoman bagi perusahaan dalam hal membuat nilai harga pokok produksi (HPP). Ada tahapan-tahapan yang diperlukan dalam menghitung biaya produksi. Maka contoh dalam kalkulasi biaya produksi dapat dilihat dibawah ini.

PT Malika merupakan Perusahaan yang memproduksi mainan anak berupa mobil-mobilan. PT Malika memasarkan produknya secara *offline* dan *online*. Adapun jumlah output yang dihasilkan dalam satu bulan adalah sebanyak 5.000 unit. Adapun data yang dimiliki oleh PT Malika, sebagai berikut:

**Tabel 6.1.** Perhitungan Biaya Produksi

No.	Keterangan	Jumlah (Rp)
1	Persediaan BB	30.000.000,-
2	BB setengah jadi	40.000.000,-
3	Barang jadi siap untuk dijual	80.000.000,-
4	Pembelian BB	50.000.000,-
5	Biaya pengiriman	5.000.000,-
6	Biaya pemeliharaan mesin	5.000.000,-
7	Gaji tenaga kerja langsung	30.000.000,-
8	Sisa penggunaan bahan baku serta sisa bahan setengah jadi	30.000.000,-
9	Sisa bahan setengah jadi	5.000.000,-
10	Mainan mobil-mobilan yang siap untuk dijual	30.000.000,-

Setelah data pengeluaran dibuat, maka perhitungan biaya diproduksikan harus dilakukan. Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam menghitung BP sebagai berikut:

**Langkah 1:**

BB yang digunakan = persediaan awal BB + pembelian BB - saldo akhir BB  
= Rp 30.000.000,- + (Rp 50.000.000,- + Rp 5.000.000,-) - Rp 30.000.000,-  
= Rp 55.000.000,-

**Langkah 2:**

Biaya produksi - bahan baku + tenaga kerja langsung + biaya overhead pabrik  
= Rp 55.000.000,- + Rp 30.000.000,- + Rp 5.000.000,-  
= Rp 90.000.000,-  
Biaya produksi per unit = biaya produksi : total unit  
= Rp 90.000.000,- : 5.000 unit  
= Rp 18.000,-

**Langkah 3:**

Harga pokok produksi = total biaya produksi + persediaan awal + persediaan akhir  
= Rp 90.000.000,- + Rp 40.000.000,- - Rp 5.000.000,-  
= Rp 125.000.000,-

**Langkah 4:**

HP Penjualan - HP Produksi + persediaan barang awal - persediaan akhir  
= Rp 90.000.000,- + Rp 80.000.000,- - Rp 50.000.000,-  
= Rp 140.000.000,-

## 6.10 Kesimpulan

Dengan melakukan proses pengkalkulasian biaya produksi dengan biaya produksi yang ada, maka hal ini tentu saja akan mempengaruhi perhitungan biaya produksi. Melakukan kalkulasi biaya produksi, maka akan mampu dan mudah dalam memperkirakan proses produksi berikutnya.

Dalam melakukan penghitungan biaya, maka perhitungan biaya tersebut harus jelas sehingga laporan keuangan yang dibuat lebih akurat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Purwaji, Agus; Wibowo; Muslim, Sabarudin. 2016. "Akuntansi Biaya". Edisi 2. Penerbit Salemba Empat
- Ahmad, Firdaus; Abdullah, Wasilah; Sasongko, Catur. 2019. "Akuntansi Biaya". Edisi 5. Penerbit Salemba Empat
- Riwayadi. 2016. "Akuntansi Biaya". Edisi 2. Penerbit Salemba Empat
- Mulyadi. 2018. Edisi 5. "AKuntansi Biaya". Penerbit UPP STIM YKPN
- Hansen, Don R., Mowen Maryanne M. 2016. Managerial Accounting, 8th edition, Penerjemah Deny Arnos Kwary. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Hansen, & Mowen. 1999. Akuntansi Manajemen. Jakarta: Erlangga.
- Supriyono, R. A. 2012. Akuntansi Biaya dan Akuntansi Manajemen: Untuk Teknologi maju dan globalisasi. Yogyakarta: BPFE.



# **BAB 7**

## **BIAYA BERDASARKAN AKTIVITAS DAN BERDASARKAN RATA-RATA TERTIMBANG**

*Oleh Sulistyandari*

### **7.1 Pendahuluan**

Menentukan harga pokok suatu produk dengan tepat merupakan sesuatu yang tidak mudah dilakukan. Terutama bagi perusahaan manufaktur yang memproduksi banyak variasi produk, volume produksi dengan banyak proses atau aktivitas produksi. Sehingga pengambil keputusan perusahaan akan berupaya untuk menggunakan sistem *costing* yang tepat dan sesuai sehingga keputusan yang diambil lebih akurat. Sistem *costing* adalah sistem yang digunakan oleh perusahaan dalam menentukan harga pokok produk (Deviesa, 2019).

Biaya langsung seperti bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung bisa lebih akurat ditelusuri pada produk atau jasa yang dihasilkan. Berbeda halnya dengan biaya tidak langsung atau yang sering disebut biaya *overhead* yang sulit ditelusuri langsung ke produknya sehingga dibutuhkan alokasi / perkiraan yang tepat.

### **7.2 Perhitungan Biaya *Overhead* Pabrik Berdasarkan Aktivitas**

Salah satu metode untuk menentukan harga pokok produksi adalah metode *Activity Based Costing* (ABC) atau Biaya Berdasarkan Aktivitas. Sistem ABC diyakini dapat mengurangi distorsi yang disebabkan oleh penentuan harga pokok produksi sistem tradisional sehingga penentuan harga pokok model ABC lebih akurat (Hariyani, 2018).

Perhitungan biaya berdasarkan aktivitas (ABC) adalah perhitungan biaya produk yang didasarkan pada aktivitas nyata pengorbanan *input* untuk memperoleh *output* (Utari et al, 2016).

Dalam sistem ABC ini pembebanan biaya *overhead* pabrik ke obyek biaya disajikan berdasarkan aktivitas. Perhitungan ini sangat berkaitan erat dengan keakuratan biaya produk. Biaya produk yang akurat sangat menentukan keakuratan kebijakan harga dan menjadi *input* penting dalam menetapkan harga penawaran.

Biaya produk adalah keseluruhan biaya untuk menghasilkan produk yang siap untuk dijual, yang mencakup biaya *pra* produksi, biaya produksi dan biaya *post* produksi. Sedangkan biaya produksi meliputi biaya bahan langsung ditambah biaya upah langsung ditambah biaya *overhead*. Biaya-biaya tersebut dibebankan kepada produk yang bersangkutan kemudian dihitung biaya per unit nya. Biaya produk per unit adalah = (biaya bahan langsung + biaya tenaga kerja langsung + biaya *overhead* + biaya pemasaran + biaya administrasi) dibagi jumlah unit yang diproduksi

Perhitungan biaya berdasarkan aktivitas (ABC) membebankan biaya *overhead* pabrik ke obyek biaya secara akurat berdasarkan aktivitas. Model ini umumnya digunakan pada perusahaan yang memiliki banyak diversifikasi produk, perusahaan yang banyak menggunakan mesin untuk proses produksinya, memiliki proses produksi yang berbeda disetiap produknya serta menggunakan fasilitas yang sama (Sujarweni, 2015). Contoh yaitu perusahaan Unilever yang memproduksi berbagai macam produk kebutuhan rumah tangga seperti mie instan, sabun mandi, sabun cuci, pasta gigi dan sebagainya.

Ada 4 kategori dari aktivitas dalam sistem ABC dalam menghitung harga pokok produk (Supriyono, 2012), yaitu:

1. Tingkat unit yaitu aktivitas yang dikerjakan setiap kali 1 unit produk di produksi. Misalnya pengujian dan pemeriksaan produk
2. Tingkat *batch* yaitu aktivitas yang besar kecilnya dipengaruhi oleh jumlah *batch* yang diproduksi. Misal biaya aktivitas set up, pembelian bahan, penyiapan *batch*, pemeliharaan mesin.

3. Tingkat produk yaitu aktivitas yang dikerjakan untuk mendukung berbagai produk yang diproduksi oleh perusahaan. Misal perancangan dan pengembangan produk.
4. Tingkat fasilitas yaitu penyediaan fasilitas atau peralatan produksi dan penyediaan ruangan.

Pada kalkulasi biaya berdasar aktivitas, setiap unsur biaya dihitung biaya per unit nya berdasarkan aktivitas yang menggerakkan biaya tersebut.

### 7.3 Ilustrasi Perhitungan Biaya Berdasarkan Aktivitas (ABC)

PT. ABC adalah perusahaan yang memproduksi 2 jenis produk, yaitu produk A dan produk B. jumlah produk A yang diproduksi sebanyak 100 unit dan produk B sebanyak 200 unit. Biaya bahan langsung untuk produk A dan produk B masing-masing Rp 700 dan Rp 500. Biaya upah langsung produk A adalah Rp 200 dan produk B Rp 100. Data aktivitas overhead pabrik aktual dari produk A dan produk B disajikan sebagai berikut:

#### Aktivitas Overhead Pabrik:

Aktivitas	Produk A	Produk B
Penyiapan <i>batch</i>	20 jam	15 jam
Pemeliharaan mesin	300 jam	200 jam
Pembelian bahan	40 jam	30 jam

Data Biaya *Overhead* Pabrik (BOP) yang dianggarkan, disajikan sebagai berikut:

Aktivitas	Biaya (Rp)	Aktivitas (jam)
Penyiapan <i>batch</i>	400	20
Pemeliharaan mesin	250	500
Pembelian bahan	500	50

Berdasarkan data diatas diperoleh biaya produksi per unit produk A dan produk B.



## PEMBAHASAN :

*Langkah 1: Menghitung Tarif Overhead per Jam:*

Tarif *overhead* = Biaya *Overhead* yang Dianggarkan : Jam Aktivitas

Penyiapan *batch* =  $400 / 20 = \text{Rp } 20$

Pemeliharaan Mesin =  $250 / 500 = \text{Rp } 0,5$

Pembelian bahan =  $500 / 50 = \text{Rp } 10$

*Langkah 2: Menghitung Biaya Overhead Pabrik (BOP) per Produk:*

BOP = Tarif x Jam Aktivitas

### Produk A

Penyiapan *batch* =  $\text{Rp } 20 \times 20 \text{ Jam} = \text{Rp } 400$

Pemeliharaan Mesin =  $\text{Rp } 0,5 \times 300 = \text{Rp } 150$

Pembelian bahan =  $\text{Rp } 10 \times 40 = \text{Rp } 400$

### Produk B

Penyiapan *batch* =  $\text{Rp } 20 \times 15 \text{ Jam} = \text{Rp } 300$

Pemeliharaan Mesin =  $\text{Rp } 0,5 \times 200 = \text{Rp } 100$

Pembelian bahan =  $\text{Rp } 10 \times 30 = \text{Rp } 300$

*Langkah 3: Menghitung Biaya Produksi per Unit*

Perhitungan Biaya Produk per Unit Berdasarkan Aktivitas:

Keterangan	Produk A (Rp)	Produk B (Rp)
Biaya Bahan Langsung	700	500
Biaya Tenaga Kerja Langsung	200	100
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik (BOP) :		
Penyiapan <i>Batch</i>	400	300
Pemeliharaan Mesin	150	100
Pembelian Bahan	400	300
<b>Total</b>	<b>1850</b>	<b>1.300</b>
Jumlah Unit Yang Diproduksi	100	200
Biaya Per Unit (Rp)	<b>18,5</b>	<b>6,5</b>

## 7.4 Perbandingan Perhitungan Biaya Berdasarkan Aktivitas (ABC) dan Tradisional

*Traditional costing* adalah sistem *costing* yang biasanya digunakan oleh perusahaan yang variasi produknya tidak banyak sehingga proporsi *overhead* yang akan dialokasikan jumlahnya kecil

dan harus dibebankan pada masing-masing *job* (Deviesa, 2019). Penyajian model tradisional hanya menggunakan satu tarif *overhead* pabrik, sedangkan model ABC menggunakan beberapa tarif biaya *overhead* pabrik (Utari *et al.*, 2016). Seiring berkembangnya teknologi, banyak pertanyaan yang tidak bisa dijawab oleh sistem tradisional, sehingga sistem tradisional dirasa tidak mampu lagi menghasilkan biaya produk yang akurat.

#### **Kelemahan Sistem Biaya Tradisional:**

1. Terlalu menekankan pada tujuan penentuan harga pokok produk yang dijual.
2. Terlalu memusatkan pada distribusi dan alokasi biaya *overhead* dan mengabaikan usaha mengurangi pemborosan.
3. Tidak mencerminkan sebab akibat biaya karena menganggap biaya ditimbulkan oleh faktor tunggal seperti volume produk atau jam kerja langsung.
4. Sering menghasilkan informasi biaya yang terdistorsi.
5. Menggolongkan biaya langsung dan tidak langsung serta biaya tetap dan biaya variabel hanya berdasarkan volume produk.
6. Menggolongkan suatu perusahaan kedalam pusat pertanggungjawaban yang kaku dan menekankan kinerja jangka pendek.
7. Memusatkan perhatian pada perhitungan selisih biaya pusat-pusat pertanggungjawaban dengan menggunakan standar tertentu.
8. Kurang menekankan pentingnya daur hidup produk.
9. Tidak banyak memerlukan teknik yang canggih dalam sistem informasi.

Terdapat perbedaan antara metode perhitungan biaya ABC dan metode biaya tradisional (Rudianto, 2013):

1. Pusat Biaya (*Cost Pool*) didefinisikan sebagai aktivitas atau pusat aktivitas dan bukan sebagai pabrik atau pusat biaya departemen.
2. Pemicu Biaya (*Cost driver*) yang digunakan untuk membebankan biaya aktivitas ke objek adalah pemicu (*driver*) aktivitas yang mendasarkan pada hubungan sebab akibat. Pendekatan tradisional menggunakan pemicu tunggal yang mendasarkan pada volume.

**ILUSTRASI:**

Berikut disajikan data akuntansi pada perusahaan PT.XYZ yang memproduksi 2 jenis produk, yaitu produk A dan produk B:

<b>Keterangan</b>	<b>Produk A</b>	<b>Produk B</b>	<b>Total</b>
Biaya bahan langsung	300.000	800.000	1.100.000
Biaya tenaga kerja langsung	150.000	450.000	600.000
<b>Total biaya utama</b>	<b>450.000</b>	<b>1.250.000</b>	<b>1.700.000</b>
Biaya overhead pabrik (BOP):	Aktivitas	Aktivitas	Total
Biaya penanganan bahan	200 jam	300 jam	400.000
Biaya persiapan mesin	100 jam	300 jam	800.000
Biaya pemeliharaan mesin	2.000 jam	4.000 jam	600.000
<b>Total BOP</b>			<b>1.800.000</b>
Unit yang diproduksi	200 unit	250 unit	450unit

**Keterangan:**

Pembebanan Biaya overhead pabrik ke proses produksi:

1. Model biaya tradisional, didasarkan pada jam mesin
2. Model biaya ABC, didasarkan pada aktivitas.

Berdasarkan data diatas, tentukan harga pokok produk A dan produk B per unit berdasarkan perhitungan biaya tradisional dan model ABC.

## PEMBAHASAN:

### Perhitungan Biaya Tradisional:

Pada perhitungan biaya tradisional hanya menggunakan **satu** tarif Biaya *Overhead* Pabrik (BOP). Dalam ilustrasi ini pembebanan BOP didasarkan pada jam mesin, yaitu 6.000 jam mesin (2.000 jam produk A + 4.000 jam produk B).

*Langkah 1: Menghitung Tarif BOP*

$$\begin{aligned}\text{Tarif BOP} &= \text{Total BOP} / \text{Jam Mesin} \\ &= 1.800.000 / 6.000 = \text{Rp } 300\end{aligned}$$

*Langkah 2: Menghitung BOP yang dibebankan*

$$\text{BOP dibebankan} = \text{Jam Mesin} \times \text{Tarif BOP}$$

$$\text{Produk A} = 2.000 \times \text{Rp}300 = \text{Rp } 600.000$$

$$\text{Produk B} = 4.000 \times \text{Rp } 300 = \text{Rp } 1.200.000$$

*Langkah 3: Menghitung Harga Pokok Produk per Unit*

Keterangan	Produk A	Produk B
Biaya bahan langsung	300.000	800.000
Biaya tenaga kerja langsung	150.000	450.000
Biaya <i>overhead</i> pabrik	600.000	1.200.000
Total biaya produksi	1.050.000	2.450.000
Jumlah unit yang diproduksi	200	250
<b>Biaya produksi per unit</b>	<b>5.250</b>	<b>9.800</b>

Dengan perhitungan biaya tradisional, maka diperoleh biaya produksi per unit untuk **produk A** adalah sebesar **Rp.5.250,-** dan **produk B** sebesar **Rp 9.800,-**

### Perhitungan Biaya Berdasar Aktivitas (ABC):

*Langkah 1: Menghitung Tarif BOP Per Aktivitas*

Perhitungan biaya ABC menggunakan beberapa tarif *overhead* pabrik:

1. Penanganan bahan = total biaya penanganan bahan / jam Aktivitas  
= 400.000 / (200 + 300) = 800
2. Persiapan mesin = 800.000 / (100 + 300) = 2.000
3. Pemeliharaan mesin = 600.000 / (2.000+4.000) = 100

*Langkah 2: Menghitung Pembebanan BOP ke Masing-Masing Produk*  
 Pembebanan BOP ke masing-masing produk A dan B adalah sebagai berikut:

<b>Pembebanan BOP</b>	<b>Kalkulasi</b>	<b>Produk A (Rp)</b>	<b>Produk B (Rp)</b>
Penanganan bahan	200 x Rp 800	160.000	
	300 x Rp 800		240.000
Persiapan mesin	100 x Rp 2.000	200.000	
	300 x Rp 2.000		600.000
Pemeliharaan mesin	2.000 x Rp 100	200.000	
	4.000 x Rp 100		400.000
<b>Jumlah BOP dibebankan</b>		<b>560.000</b>	<b>1.240.000</b>

*Langkah 3: Menghitung Harga Pokok Produk Per Unit*

<b>Keterangan</b>	<b>Produk A</b>	<b>Produk B</b>
Biaya bahan langsung (Rp)	300.000	800.000
Biaya tenaga kerja langsung (Rp)	150.000	450.000
Biaya penanganan bahan (Rp)	160.000	240.000
Biaya persiapan mesin (Rp)	200.000	600.000
Biaya pemeliharaan mesin (Rp)	200.000	400.000
Total Biaya Produksi	1.010.000	2.490.000
Unit diproduksi	200	250
<b>Biaya produksi per unit</b>	<b>5.050</b>	<b>9.960</b>

Dengan perhitungan biaya model ABC, maka diperoleh biaya produksi per unit untuk **produk A** adalah sebesar **Rp.5.050,-** dan **produk B** sebesar **Rp 9.960,-**.

Penentuan biaya produksi per unit produk sangat menentukan keakuratan penentuan kebijakan yang diambil perusahaan. Pembebanan biaya produksi yang terlalu rendah akan mengurangi laba perusahaan, sedangkan jika terlalu tinggi akan berakibat perusahaan kehilangan *market* karena kalah persaingan (Deviesa, 2019).

Dalam menghadapi persaingan yang sangat ketat, penggunaan sistem ABC sangat diperlukan. Sistem ABC menghasilkan penetapan biaya produksi yang lebih akurat dibanding model tradisional, sehingga penentuan harga jual produk

lebih tepat dan perusahaan tidak salah menetapkan harga jual yang kompetitif (Rudianto, 2013).

## 7.5 Perhitungan Biaya Berdasarkan *Just In Time* (JIT)

Produksi *just in time* (JIT) adalah suatu sistem yang memproduksi suatu produk hanya jika diperlukan dan dalam kuantitas yang diminta pelanggan. Setiap operasi menghasilkan hanya apa yang diperlukan untuk memenuhi permintaan (Hansen & Mowen, 1999).

Model JIT ini bertujuan menghilangkan pemborosan karena dapat menghemat persediaan, dapat menetapkan letak pabrik yang efektif dan efisien, dapat mengelompokkan dan memberdayakan karyawan sesuai bakat dan pengetahuannya dan dapat mengadakan pengendalian mutu total, serta biaya *overhead* sangat mudah dilacak dan dibebankan kepada produk (Utari et al., 2016).

Dalam model JIT, penghitungan biaya produk lebih sederhana dibanding model tradisional dan ABC karena biaya *overhead* pabrik sudah dikelompokkan kepada masing-masing sel manufaktur sedangkan biaya yang lain menggunakan penelusuran langsung.

**Tabel 7.1.** Perbedaan Sistem JIT dan Tradisional

<b><i>Just In Time</i></b>	<b>Tradisional</b>
Sistem tarikan	Sistem borongan
Persediaan tidak signifikan	Persediaan signifikan
Jumlah pemasok kecil	Jumlah pemasok banyak
Kontrak jangka panjang dengan pemasok	Kontrak jangka pendek dengan pemasok
Struktur selular	Struktur departemental
Tenaga kerja berkeahlian ganda	Tenaga kerja terspesialisasi
Jasa terdesentralisasi	Jasa tersentralisasi
Keterlibatan pegawai yang tinggi	Keterlibatan pegawai yang rendah
Memfasilitasi gaya manajemen	Gaya manajemen penyelia
Pengendalian mutu total	Tingkat mutu yang dapat

<b>Just In Time</b>	<b>Tradisional</b>
	diterima

Sumber: Hansen & Mowen, 1999.

### ILUSTRASI:

Berikut disajikan data akuntansi pada perusahaan PT.XYZ yang memproduksi 2 jenis produk, yaitu produk A dan produk B.

Pembebanan Biaya *overhead* pabrik ke proses produksi:

1. Model Biaya Tradisional, didasarkan pada jam mesin
2. Model Biaya ABC, didasarkan pada aktivitas.
3. Model *Just In Time* didasarkan pada jumlah biaya sel.

Berdasarkan data diatas, tentukan harga pokok produk A dan produk B per unit berdasarkan perhitungan biaya tradisional dan model ABC.

<b>Keterangan</b>	<b>Produk A</b>	<b>Produk B</b>	<b>Total</b>
Biaya bahan langsung	300.000	800.000	1.100.000
Biaya tenaga kerja langsung	150.000	450.000	600.000
<b>Total biaya utama</b>	<b>450.000</b>	<b>1.250.000</b>	<b>1.700.000</b>
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik (BOP):	Aktivitas	Aktivitas	Total
Biaya penanganan bahan	200 jam	300 jam	400.000
Biaya persiapan mesin	100 jam	300 jam	800.000
Biaya pemeliharaan mesin	2.000 jam	4.000 jam	600.000
<b>Total BOP</b>			<b>1.800.000</b>
Unit yang diproduksi	200 unit	250 unit	450unit

Berdasarkan data diatas, tentukan harga pokok produk A dan produk B per unit berdasarkan perhitungan biaya tradisional, model ABC dan JIT.

### PEMBAHASAN:

#### Penghitungan Biaya Tradisional:

Tarif BOP= 1.800.000 / 6.000 + Rp 300

BOP dibebankan =

Produk A = 2.000 x Rp300 = Rp 600.000

Produk B = 4.000 x Rp 300 = Rp 1.200.000

<b>Keterangan</b>	<b>Produk A</b>	<b>Produk B</b>
Biaya bahan langsung	300.000	800.000
Biaya tenaga kerja langsung	150.000	450.000
Biaya <i>overhead</i> pabrik	600.000	1.200.000
Total biaya produksi	1.050.000	2.450.000
Jumlah unit yang diproduksi	200	250
<b>Biaya produksi per unit</b>	<b>5.250</b>	<b>9.800</b>

### **Penghitungan Biaya Model ABC:**

1. Penanganan bahan =  $400.000 / (200 + 300) = 800$
2. Persiapan mesin =  $800.000 / (100 + 300) = 2.000$
3. Pemeliharaan mesin =  $600.000 / (2.000+4.000) = 100$

<b>Keterangan</b>	<b>Produk A</b>	<b>Produk B</b>
Biaya bahan langsung (Rp)	300.000	800.000
Biaya tenaga kerja langsung (Rp)	150.000	450.000
Biaya penanganan bahan (Rp)	160.000	240.000
Biaya persiapan mesin (Rp)	200.000	600.000
Biaya pemeliharaan mesin (Rp)	200.000	400.000
Total Biaya Produksi	1.010.000	2.490.000
Unit diproduksi	200	250
<b>Biaya produksi per unit</b>	<b>5.050</b>	<b>9.960</b>

### **Penghitungan Biaya Model JIT:**

Biaya *overhead* pabrik dalam model JIT sudah dibebankan langsung ke masing-masing produk, tidak ada alokasi ataupun pembebanan seperti dalam model tradisional atau ABC sehingga perhitungan biaya produk per unit lebih mudah dilakukan dan lebih akurat.

<b>Keterangan</b>	<b>Produk A</b>	<b>Produk B</b>
Biaya bahan langsung	300.000	800.000
Biaya tenaga kerja langsung	150.000	450.000
Biaya <i>overhead</i> pabrik	500.000	1.300.000
Total biaya produksi	950.000	2.550.000
Jumlah unit yang diproduksi	200	250
<b>Biaya produksi per unit</b>	<b>4.750</b>	<b>10.200</b>



## 7.6 Perhitungan Biaya Berdasarkan Rata- Rata Tertimbang.

Biaya produk per unit dengan metode rata-rata tertimbang diperoleh dengan cara merata-ratakan biaya penyelesaian persediaan awal produk dalam proses periode sebelumnya dengan biaya periode berjalan (Bustami & Nurlela, 2009).

Harga pokok per unit dari produk yang telah selesai merupakan biaya per unit rata-rata tertimbang (Dunia et al, 2018)

**Biaya per unit rata-rata tertimbang = biaya dalam proses awal + biaya periode berjalan / Unit ekuivalen**

### ILUSTRASI:

Berikut adalah data akuntansi pada PT. XYZ:

Keterangan	Unit
Barang Dalam Proses (BDP) awal periode (tingkat penyelesaian: bahan baku 100%, tenaga kerja langsung dan <i>overhead</i> pabrik 50%)	5.000
Dimasukkan dalam periode ini	25.000
Barang yang telah selesai dan dimasukkan dalam departemen perakitan	30.000
BDP akhir periode (tingkat penyelesaian: bahan baku 100%, tenaga kerja langsung dan <i>overhead</i> pabrik 60%)	6.000

Biaya BPD di awal periode (1 Januari) adalah sebagai berikut:

Biaya bahan baku langsung	Rp 6.500.000
Biaya tenaga kerja langsung	Rp 5.500.000
Biaya <i>overhead</i> pabrik	Rp 4.800.000
<b>Total</b>	<b>Rp 16.800.000</b>

Biaya yang ditambahkan selama bulan Januari adalah sebagai berikut:

Biaya bahan baku langsung	Rp 32.500.000
Biaya tenaga kerja langsung	Rp 35.500.000
Biaya <i>overhead</i> pabrik	Rp 34.800.000
<b>Total</b>	<b>Rp 102.800.000</b>

Berdasarkan data tersebut diatas, dapat dihitung biaya per unit produk.

**PEMBAHASAN:**

**Perhitungan Unit Produk Ekuivalen:**

<b>Keterangan</b>	<b>Bahan Baku Langsung</b>	<b>Tenaga Kerja Langsung</b>	<b>Overhead Pabrik</b>
Unit selesai dan transfer ke departemen perakitan	30.000	30.000	30.000
BDP akhir X tingkat penyelesaian :			
- Bahan Baku : 100% x 6.000	6.000		
-Tenaga kerja langsung : 60% x 6.000		3.600	
- Overhead : 60% x 6.000			3.600
<b>Unit Produksi Ekuivalen</b>	<b>36.000</b>	<b>33.600</b>	<b>33.600</b>

### Perhitungan Biaya Per Unit:

<b>Keterangan</b>	<b>Bahan Baku Langsung</b>	<b>Tenaga Kerja Langsung</b>	<b>Overhead Pabrik</b>	<b>Total</b>
BDP awal periode	6.500.000	5.500.000	4.800.000	
Biaya yang ditambahkan selama bulan Januari	32.500.000	35.500.000	34.800.000	
<b>Jumlah</b>	<b>39.000.000</b>	<b>41.000.000</b>	<b>39.600.000</b>	
Unit produksi ekuivalen	36.000	33.600	33.600	
<b>Biaya Per Unit</b>	<b>Rp 1.083,3</b>	<b>Rp 1.220,2</b>	<b>Rp 1.178,6</b>	<b>Rp 3.482,1</b>

## DAFTAR PUSTAKA

- Bustami, & Nurlela. 2009. *Akuntansi Biaya*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Deviesa, D. 2019. *Akuntansi manajemen: strategis dan praktis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Firdaus Ahmad Dunia, Abdullah, W., & Sasongko, C. 2018. *Akuntansi Biaya*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hansen, & Mowen. 1999. *Akuntansi Manajemen*. Jakarta: Erlangga.
- Rudianto. 2013. *Akuntansi Manajemen Informasi Untuk Pengambilan Keputusan Strategis*. Jakarta: Erlangga.
- Sujarweni, W. 2015. *Akuntansi Biaya: Teori Dan Penerapannya*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Supriyono, R. A. 2012. *Akuntansi Biaya dan Akuntansi Manajemen: Untuk Teknologi maju dan globalisasi*. Yogyakarta: BPFE.
- Utari, D., Purwanti, A., & Prawironegoro, D. 2016. *Akuntansi manajemen: pendekatan praktis*. Jakarta: Mitra Wacana Media.



# **BAB 8**

## **PENGANGGARAN UNTUK PERENCANAAN & PENGENDALIAN**

*Oleh Pujangga Abdillah*

### **8.1 Pendahuluan**

Praktik akuntansi bisnis dasar sudah ada sejak tahun 1400-an, ketika investor Venesia melacak ekspedisi perdagangan mereka di Asia menggunakan pembukuan ganda, laporan laba rugi, dan neraca. Kata “anggaran” berasal dari kata Perancis kuno “bougette” yang berarti “dompet kecil”. Pemerintah Inggris mulai menggunakan ungkapan “buka anggaran” pada pertengahan tahun 1700-an, ketika rektor menyajikan laporan keuangan tahunan. Bisnis mulai sering menggunakan istilah “anggaran” untuk keuangan mereka pada akhir tahun 1800-an. Peramalan bisnis modern dimulai sebagai respons terhadap kehancuran ekonomi akibat Depresi Besar pada tahun 1930an. Jenis statistik dan analisis statistik baru dikembangkan yang dapat membantu bisnis memprediksi masa depan dengan lebih baik. Perusahaan konsultan muncul untuk membantu perusahaan menggunakan alat prediksi baru ini.

Akuntansi dan peramalan sulit dilakukan pada awal abad ke-20 karena bergantung pada persamaan, buku besar, dan spreadsheet yang ditulis tangan dan melelahkan. Munculnya komputer mainframe pada tahun 1960an dan komputer pribadi pada tahun 1980an mempercepat proses tersebut. Aplikasi perangkat lunak seperti Microsoft Excel menjadi sangat populer untuk pelaporan keuangan. Namun, program dan spreadsheet Excel rentan terhadap kesalahan input dan rumit ketika berbagai departemen atau individu perlu berkolaborasi dalam sebuah laporan. Pada awal tahun 2000an, perusahaan memperoleh akses terhadap sumber data operasional yang terus berkembang, serta informasi di luar sistem transaksi perusahaan — seperti cuaca,

sentimen sosial, dan data ekonometrik. Banyak data yang tersedia untuk peramalan menciptakan kebutuhan akan perangkat lunak yang lebih canggih untuk memprosesnya.

Banyak paket perangkat lunak perencanaan bermunculan untuk menangani kompleksitas data ini, membuat perencanaan, penganggaran, dan perkiraan menjadi lebih cepat dan mudah, baik untuk pemrosesan maupun kolaborasi. Dengan wawasan prediktif yang diambil secara otomatis dari data, perusahaan dapat mengidentifikasi tren yang berkembang dan memandu pengambilan keputusan dengan tinjauan ke masa depan, bukan hanya tinjauan ke belakang.

Dalam dunia bisnis modern sangat kompetitif, perusahaan bisnis harus menjadi lebih kompetitif dalam basis global untuk bertahan dalam bisnis. Literatur Akuntansi Manajemen menyarankan bahwa perencanaan dan pengendalian yang efektif sangat penting untuk mencapai tujuan organisasi. Perencanaan yang efektif memastikan bahwa tujuan dipilih dengan hati-hati dan pengendalian yang efektif memastikan bahwa rencana yang dipilih dilaksanakan dengan tepat. Dalam hal ini, anggaran memainkan peran penting baik dalam perencanaan maupun pengendalian dalam mencapai tujuan organisasi (Herath dan Indrani, 2007). Berdasarkan Tunji (2013) menyatakan bahwa perusahaan berusaha untuk mengadopsi konsep penganggaran dan pengendalian anggaran untuk memenuhi kebutuhan mereka dengan biaya seminimal mungkin.

Hal ini mengakui penganggaran sebagai alat yang berguna yang memandu perusahaan untuk mengevaluasi apakah tujuan dan sasaran mereka teraktualisasi. Namun, Tuanmat dan Smith (2011), menekankan bahwa, karena lingkungan bisnis terus berubah, penting untuk memastikan bahwa sistem ini diterapkan secara tepat dalam organisasi. Mengingat perubahan lingkungan di mana perusahaan sekarang beroperasi, Tunji (2013) juga menunjukkan bahwa anggaran, sebagai aktivitas manajemen yang berkelanjutan, harus beradaptasi dengan perubahan dalam lingkungan bisnis yang dinamis. Ini penting karena sistem akuntansi manajemen yang efektif dapat membantu manajer untuk mengoordinasikan aktivitas bisnis dengan lebih baik dan memberikan informasi yang berguna

bagi mereka untuk mengambil keputusan, dan proses ini pada akhirnya akan meningkatkan kinerja organisasi (Tuanmat & Smith, 2011). Dalam hal ini, Tunji (2013) menekankan bahwa tenaga kerja yang berdedikasi, peningkatan teknologi, dan kebijakan yang efektif (inklusif penganggaran) membantu perusahaan manufaktur untuk tetap efektif dan efisien dalam memenuhi kewajiban pengelolaannya kepada para pemangku kepentingan.

## **8.2 Apa itu Penganggaran?**

Penganggaran adalah implementasi taktis dari rencana bisnis. Untuk mencapai tujuan dalam rencana strategis bisnis, kita memerlukan peta jalan deskriptif rinci dari rencana bisnis yang menetapkan ukuran dan indikator kinerja. Kami kemudian dapat membuat perubahan di sepanjang jalan untuk memastikan bahwa kami mencapai tujuan yang diinginkan. Penganggaran adalah pembuatan rencana tindakan yang dinyatakan dalam istilah keuangan. Anggaran mempunyai peran penting untuk perencanaan, pengendalian, dan pengambilan keputusan. Anggaran berfungsi memperluas komunikasi dan koordinasi, suatu peranan menjadi dibutuhkan bersama perkembangan ukuran perusahaan. . Anggaran adalah pernyataan hasil yang diinginkan pada saat anggaran disiapkan. Anggaran yang dipersiapkan dengan cermat adalah standar terbaik untuk membandingkan kinerja aktual. Hal ini karena perhitungan ini mencakup perkiraan pengaruh seluruh variabel yang telah diperkirakan ketika anggaran disusun.

Menerjemahkan Strategi menjadi Target dan Anggaran. Ada empat dimensi yang perlu dipertimbangkan ketika menerjemahkan strategi tingkat tinggi, seperti misi, visi, dan tujuan, ke dalam anggaran (Schmidt, 2023).

1. Tujuan pada dasarnya adalah tujuan Anda, misalnya, meningkatkan jumlah yang dibelanjakan setiap pelanggan di toko ritel Anda.
2. Kemudian, Anda mengembangkan satu atau lebih strategi untuk mencapai tujuan Anda. Perusahaan dapat meningkatkan belanja pelanggan dengan memperluas penawaran produk, mencari pemasok baru, promosi, dll.



3. Anda perlu melacak dan mengevaluasi efektivitas strategi, dengan menggunakan ukuran yang relevan. Misalnya, Anda dapat mengukur rata-rata pengeluaran mingguan per pelanggan dan rata-rata perubahan harga sebagai masukan.
4. Terakhir, Anda harus menetapkan target yang ingin Anda capai pada akhir periode tertentu. Targetnya harus dapat diukur dan berdasarkan waktu, seperti peningkatan volume penjualan atau peningkatan jumlah produk yang terjual dalam waktu tertentu.

Tujuan proses penganggaran adalah proses penting untuk bisnis apa pun dalam beberapa cara

1. Bantuan dalam perencanaan operasi sebenarnya  
Proses ini membuat para manajer mempertimbangkan bagaimana kondisi dapat berubah dan langkah-langkah apa yang perlu mereka ambil, sekaligus memungkinkan para manajer untuk memahami bagaimana mengatasi masalah ketika masalah tersebut muncul.
2. Mengkoordinasikan kegiatan organisasi  
Penganggaran mendorong manajer untuk membangun hubungan dengan bagian lain dari operasi dan memahami bagaimana berbagai departemen dan tim berinteraksi satu sama lain dan bagaimana mereka semua mendukung organisasi secara keseluruhan.
3. Mengkomunikasikan rencana kepada berbagai manajer  
Mengkomunikasikan rencana kepada manajer merupakan aspek sosial yang penting dari proses tersebut, yang memastikan bahwa setiap orang mendapatkan pemahaman yang jelas tentang bagaimana mereka mendukung organisasi. Hal ini mendorong komunikasi mengenai tujuan, rencana, dan inisiatif individu, yang semuanya digabungkan untuk mendukung pertumbuhan bisnis. Hal ini juga memastikan individu yang tepat dapat bertanggung jawab dalam melaksanakan anggaran.

4. Memotivasi manajer untuk berusaha mencapai tujuan anggaran  
Penganggaran membuat manajer fokus pada partisipasi dalam proses anggaran. Hal ini memberikan tantangan atau target bagi individu dan manajer dengan menghubungkan kompensasi dan kinerja mereka relatif terhadap anggaran.
5. Kegiatan pengendalian  
Manajer dapat membandingkan pengeluaran aktual dengan anggaran untuk mengendalikan aktivitas keuangan.
6. Mengevaluasi kinerja manajer  
Penganggaran menyediakan sarana untuk memberi informasi kepada para manajer tentang seberapa baik kinerja mereka dalam memenuhi target yang telah mereka tetapkan.

Jenis anggaran yang kuat dibangun berdasarkan anggaran induk yang terdiri dari anggaran operasional, anggaran belanja modal, dan anggaran kas. Anggaran gabungan menghasilkan laporan laba rugi, neraca, dan laporan arus kas yang dianggarkan.

1. Anggaran operasional  
Pendapatan dan pengeluaran terkait dalam operasi sehari-hari dianggarkan secara rinci dan dibagi ke dalam kategori utama seperti pendapatan, gaji, tunjangan, dan pengeluaran non-gaji.
2. Anggaran modal  
Anggaran modal biasanya merupakan permintaan pembelian aset besar seperti properti, peralatan, atau sistem TI yang menimbulkan tuntutan besar pada arus kas organisasi. Tujuan anggaran modal adalah untuk mengalokasikan dana, mengendalikan risiko dalam pengambilan keputusan, dan menetapkan prioritas.
3. Anggaran tunai  
Anggaran kas mengikat dua anggaran lainnya dan memperhitungkan waktu pembayaran dan waktu penerimaan kas dari pendapatan. Anggaran kas membantu manajemen melacak dan mengelola arus kas perusahaan secara efektif dengan menilai apakah diperlukan tambahan modal.

Penganggaran adalah proses perencanaan kegiatan pusat pertanggungjawaban organisasi untuk periode berikutnya, biasanya satu tahun berikutnya. Anggaran adalah suatu rencana yang dinyatakan dalam bentuk kuantitatif (moneter) yang mencakup jangka waktu tertentu, biasanya satu tahun. Banyak perusahaan menyebut anggaran tahunan mereka sebagai rencana laba, karena anggaran tersebut menunjukkan rencana kegiatan yang diharapkan dilakukan oleh perusahaan di pusat tanggung jawabnya untuk mencapai tujuan labanya.

Perbandingan kinerja aktual dengan kinerja yang dianggarkan memberikan “tanda bahaya”; ini mengarahkan perhatian ke area-area di mana tindakan mungkin diperlukan. Analisis terhadap perbedaan antara hasil aktual dan hasil yang dianggarkan mungkin (1) membantu mengidentifikasi area masalah yang memerlukan perhatian, (2) mengungkapkan peluang yang dapat dieksploitasi yang tidak diprediksi dalam proses penganggaran, atau (3) mengungkapkan bahwa anggaran awal tidak realistis dalam beberapa hal. jalan.

#### Proses Penganggaran

Proses penganggaran bagi sebagian besar perusahaan besar biasanya dimulai empat hingga enam bulan sebelum dimulainya tahun keuangan, sementara beberapa perusahaan mungkin memerlukan waktu satu tahun fiskal penuh untuk menyelesaikannya. Sebagian besar organisasi menetapkan anggaran dan melakukan analisis varians setiap bulan.

Dimulai dari tahap perencanaan awal, perusahaan melalui serangkaian tahapan hingga akhirnya melaksanakan anggaran. Proses umum mencakup komunikasi dalam manajemen eksekutif, menetapkan tujuan dan target, mengembangkan anggaran rinci, kompilasi dan revisi model anggaran, tinjauan komite anggaran, dan persetujuan. Dalam membuat dan menerapkan proses perencanaan, penganggaran, dan perkiraan yang baik membantu organisasi membuat laporan dan analisis keuangan yang lebih akurat — yang berpotensi menghasilkan perkiraan yang lebih akurat dan pada akhirnya meningkatkan pendapatan. Pentingnya hal ini bahkan lebih relevan dalam lingkungan bisnis saat ini di mana pesaing yang

disruptif mulai memasuki industri yang paling terikat dengan tradisi.

Ketika perusahaan menggunakan data dan analitik bersamaan dengan praktik terbaik perencanaan dan peramalan yang sudah mapan, mereka akan meningkatkan pengambilan keputusan strategis dan dapat memperoleh imbalan berupa rencana yang lebih akurat dan perkiraan yang lebih tepat waktu. Secara keseluruhan, alat dan praktik ini dapat menghemat waktu, mengurangi kesalahan, mendorong kolaborasi, dan menumbuhkan budaya manajemen yang lebih disiplin sehingga memberikan keunggulan kompetitif yang sesungguhnya. Secara khusus, perusahaan dapat:

1. Memperbarui rencana dan prakiraan dengan cepat sebagai respons terhadap ancaman dan peluang baru, mengidentifikasi area risiko sejak dini untuk memperbaiki masalah sebelum menjadi serius
2. Mengidentifikasi dan menganalisis dampak perubahan yang terjadi
3. Memperkuat hubungan antara rencana operasional dan keuangan
4. Rencanakan dan prediksi arus kas dengan lebih baik
5. Meningkatkan komunikasi dan kolaborasi antar kontributor rencana
6. Secara konsisten menyampaikan rencana dan prakiraan yang tepat waktu dan andal, ditambah rencana darurat, untuk berbagai kemungkinan kejadian
7. Analisis varians dan penyimpangan dari rencana dan segera ambil tindakan perbaikan
8. Buat anggaran khusus untuk pertumbuhan dan yakinkan berapa banyak yang dapat dibelanjakan
9. Kelola jalur penjualan dengan lebih akurat sambil melacak kinerja terhadap target
10. Buatlah keputusan strategis yang lebih percaya diri berdasarkan data nyata, bukan berdasarkan harapan atau dugaan
11. Memberikan bukti arah masa depan suatu organisasi kepada calon investor dan lembaga pemberi pinjaman

berdasarkan berbagai sumber data dan analisis yang canggih

Ada banyak manfaat yang didapat dengan mengembangkan anggaran, termasuk:

1. Pengelolaan uang: Rencana penganggaran yang tepat dapat membantu organisasi mengelola uangnya, sehingga lebih mampu berinvestasi dalam kebutuhan operasional tambahan atau ekspansi bisnis.
2. Pengambilan keputusan berdasarkan informasi: Anggaran membantu semua pengambil keputusan membuat keputusan yang tepat dan strategis yang mencakup data nyata dan informasi tepat waktu.
3. Alokasi: Biasanya ada beberapa unit bisnis yang memerlukan sejumlah uang untuk beroperasi, dan ini dapat berbeda-beda di setiap departemen. Namun, anggaran yang tepat membantu bisnis mengalokasikan dana dengan tepat agar bisnis tetap berjalan.
4. Identifikasi masalah: Dengan membuat anggaran, Anda mempunyai peluang untuk mengidentifikasi masalah apa pun yang ada saat ini. Misalnya, Anda mungkin mengeluarkan uang terlalu banyak dalam satu kategori dan tidak menyisakan cukup dana untuk kategori lainnya. Proses anggaran dapat menemukan kejadian ini, dan Anda dapat mencegah masalah apa pun di masa mendatang.
5. Perencanaan masa depan: Manfaat lain dari anggaran yang efektif adalah Anda dapat merencanakan masa depan. Misalnya, Anda mungkin menyadari bahwa bisnis tersebut mampu membeli mesin lain yang akan meningkatkan produksi dan, pada akhirnya, meningkatkan penjualan karena ketersediaan produk yang lebih banyak.

### **8.3 Perencanaan Anggaran**

Perencanaan penganggaran adalah tindakan membuat dan memelihara anggaran, kemudian menggunakannya untuk membuat keputusan bisnis strategis dan memandu perubahan organisasi di berbagai departemen. Perencanaan anggaran adalah proses

menyusun anggaran dan kemudian menggunakannya untuk mengendalikan operasi bisnis. Tujuan perencanaan anggaran adalah untuk memitigasi risiko bahwa hasil keuangan organisasi akan lebih buruk dari yang diharapkan. Langkah pertama dalam perencanaan anggaran adalah menyusun anggaran. Perencanaan anggaran yang benar, pemangku kepentingan perusahaan dapat memiliki gambaran yang lebih penting mengenai kondisi keuangan organisasi serta kebutuhan keuangan saat ini dan masa depan. Rencana penganggaran yang efektif bisa membantu memfasilitasi keputusan bisnis strategis:

1. Jadwalkan rapat penganggaran  
Penting untuk menyisihkan waktu tertentu untuk membuat anggaran dan mendiskusikan tujuan keuangan perusahaan. Hal ini akan memberikan kesempatan kepada setiap orang yang terlibat dalam proses untuk memahami lebih banyak tentang anggaran dan tanggung jawab yang mungkin mereka miliki untuk mematuhi anggaran tersebut.
2. Kumpulkan keuangan masa lalu  
Dalam menggunakan laporan keuangan perusahaan, Anda dapat melihat catatan penjualan dan pengeluaran, yang dapat memberi Anda panduan untuk pendapatan dan biaya di masa depan. Menggunakan data historis ini dapat membantu Anda membuat anggaran realistis berdasarkan data nyata. Anda juga akan menjadi lebih sadar akan kinerja perusahaan di masa lalu, dan Anda dapat mengidentifikasi bagaimana perusahaan dapat meningkatkan kinerjanya di masa depan.
3. Membentuk tujuan keuangan  
Tujuan keuangan memberikan arahan pada proses penganggaran. Setiap orang yang terlibat dengan sebagian keuangan bisnis dapat mengikuti tujuan yang sama, sehingga memberikan konsistensi pada cara setiap orang menangani bagian anggarannya. Pada bagian perencanaan anggaran ini, Anda juga dapat mempertimbangkan untuk mengembangkan strategi yang akan membantu organisasi mencapai tujuannya. Mengingat tujuan-tujuan ini akan membantu memandu proses penganggaran. Misalnya, jika tujuan perusahaan Anda adalah untuk meningkatkan jumlah uang yang dibelanjakan pelanggan

di toko online Anda, Anda dapat menyusun strategi tentang cara meningkatkan penjualan produk tertentu kepada pelanggan atau meningkatkan lini produk tertentu untuk menarik sekelompok pelanggan sasaran.

4. Buat anggaran awal

Pembuatan anggaran putaran pertama Anda dapat mencakup umpan balik dari mereka yang terlibat dalam proses dan data historis. Draf pertama anggaran Anda harus mencakup semua yang akan Anda sertakan dalam rencana anggaran apa pun, seperti biaya bisnis dan pendapatan saat ini dan proyeksi, sehingga Anda dapat meninjau rencana tersebut dan melakukan penyesuaian.

5. Tinjau anggaran awal

Setelah Anda membuat anggaran awal, luangkan waktu untuk meninjaunya. Periksa ketidakkonsistenan, catatan keuangan yang tidak akurat, data yang tidak lengkap atau informasi yang membingungkan atau menyesatkan.

6. Merevisi anggaran

Berdasarkan proses peninjauan, lakukan revisi terhadap anggaran yang dianggap perlu oleh kelompok. Penting untuk merevisi anggaran dengan benar sehingga Anda akhirnya menyetujui anggaran yang lengkap dan valid untuk kebutuhan organisasi.

7. Menyetujui anggaran

Setiap orang yang terlibat dalam proses pembuatan anggaran juga harus memeriksa anggaran dan memberikan persetujuannya. Mendapatkan persetujuan semua orang sangat penting untuk memastikan bisnis mencapai kesuksesan finansial.

8. Menghasilkan laporan anggaran

Laporan anggaran Anda harus mencakup semua informasi yang relevan dan terperinci dari rapat anggaran. Pertimbangkan untuk membagikan anggaran akhir dan semua laporan terkait dengan individu dalam bisnis yang akan mendapat manfaat karena dapat merujuk rincian anggaran yang disetujui.

9. Pantau kemajuan

Penting untuk terus memantau kemajuan organisasi terkait dengan anggaran. Semua peserta dalam proses anggaran dapat berbagi tanggung jawab untuk memantau bagaimana organisasi mematuhi anggaran. Meskipun terdapat anggaran final, para pemangku kepentingan harus meninjaunya secara berkala untuk memastikan bahwa anggaran tersebut masih dapat dipatuhi oleh organisasi. Pemantauan rutin juga dapat mengingatkan semua pihak akan tanggung jawab yang mereka miliki untuk mengikuti bagian tertentu dari anggaran dan berkontribusi terhadap keberhasilan finansial bisnis.

10. Merevisi anggaran

Dengan memantau anggaran, Anda dapat mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan. Kembangkan rencana untuk merevisi anggaran sesuai kebutuhan sehingga Anda dapat terus beroperasi dengan anggaran akurat yang memperhitungkan semua keuangan yang masuk dan keluar perusahaan.

Manfaat membuat rencana penganggaran yang didapat dengan mengembangkan anggaran, termasuk:

1. Pengelolaan uang: Rencana penganggaran yang tepat dapat membantu organisasi mengelola uangnya, sehingga lebih mampu berinvestasi dalam kebutuhan operasional tambahan atau ekspansi bisnis.
2. Pengambilan keputusan berdasarkan informasi: Anggaran membantu semua pengambil keputusan membuat keputusan yang tepat dan strategis yang mencakup data nyata dan informasi tepat waktu.
3. Alokasi: Biasanya ada beberapa unit bisnis yang memerlukan sejumlah uang untuk beroperasi, dan ini dapat berbeda-beda di setiap departemen. Namun, anggaran yang tepat membantu bisnis mengalokasikan dana dengan tepat agar bisnis tetap berjalan.
4. Identifikasi masalah: Dengan membuat anggaran, Anda mempunyai peluang untuk mengidentifikasi masalah apa pun yang ada saat ini. Misalnya, Anda mungkin mengeluarkan uang terlalu banyak dalam satu kategori dan



tidak menyisakan cukup dana untuk kategori lainnya. Proses anggaran dapat menemukan kejadian ini, dan Anda dapat mencegah masalah apa pun di masa mendatang.

5. Perencanaan masa depan: Manfaat lain dari anggaran yang efektif adalah Anda dapat merencanakan masa depan. Misalnya, Anda mungkin menyadari bahwa bisnis tersebut mampu membeli mesin lain yang akan meningkatkan produksi dan, pada akhirnya, meningkatkan penjualan karena ketersediaan produk yang lebih banyak.

Hal ini dicapai dengan melakukan tugas-tugas berikut, yang disajikan sesuai urutannya:

1. Mendapatkan arahan strategis dari dewan direksi. Langkah ini diperlukan untuk menetapkan arah umum rencana, seperti menambah lini produk baru atau menghentikan anak perusahaan.
2. Buat kalender pencapaian anggaran. Tanggal jatuh tempo yang spesifik diperlukan untuk memastikan bahwa tim manajemen membuat porsi anggaran masing-masing secara tepat waktu, sehingga bagian-bagian tersebut dapat dimasukkan ke dalam model anggaran utama.
3. Membuat kebijakan dan prosedur penganggaran. Dokumentasi ini diperlukan untuk memberikan arahan kepada para manajer yang terlibat dalam pembuatan anggaran.
4. Muat anggaran terlebih dahulu. Dalam beberapa kasus, akan lebih efisien jika memberikan manajer model anggaran awal yang sudah berisi perkiraan anggaran. Perkiraan anggaran didasarkan pada hasil historis, disesuaikan dengan inflasi. Manajer kemudian dapat memusatkan perhatian mereka pada perubahan yang lebih penting pada model anggaran.
5. Menerbitkan model anggaran awal, beserta kebijakan, prosedur, dan tanggal pencapaiannya, kepada manajer yang bertanggung jawab. Penanggung jawab anggaran kemudian memberikan dukungan kepada para manajer tersebut saat mereka menyesuaikan model anggaran yang disediakan.

6. Gabungkan dan revisi model. Ketika segmen anggaran dikembalikan oleh manajer, segmen tersebut dikumpulkan menjadi model anggaran induk, yang kemudian ditinjau oleh manajemen senior. Mandat ini memerlukan serangkaian revisi oleh para manajer yang menciptakan model tersebut.
7. Setelah semua pihak puas dengan model anggaran, dewan direksi menandatangani dan departemen akuntansi memuatnya ke dalam perangkat lunak akuntansi, sehingga menghasilkan anggaran versus laporan keuangan aktual.

## **8.4 Pengendalian**

Pengendalian adalah melihat ke belakang, mewujudkan apa yang sebenarnya telah terjadi dan membandingkan berdasarkan hasil yang direncanakan sebelumnya dalam hal ini, perbandingan ini bisa digunakan dalam menyesuaikan anggaran, yaitu melihat ke masa depan sekali lagi. Perusahaan didirikan untuk memproduksi produk atau memberikan layanan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Mereka melakukan ini dengan menggunakan sumber daya (tenaga kerja, material, berbagai layanan, bangunan, dan peralatan). Sumber daya ini perlu dibiayai atau dibayar. Agar dapat bekerja secara efektif, orang-orang di perusahaan memerlukan informasi tentang jumlah sumber daya, cara pendanaan, dan hasil yang dicapai melalui penggunaan sumber daya tersebut. Pengendalian penganggaran mengacu pada proses yang digunakan perusahaan untuk melacak pengeluaran aktual terhadap anggaran yang direncanakan.

Hal ini tidak hanya membantu menjaga pengeluaran tetap terkendali, namun bisnis juga dapat membuat anggaran yang lebih akurat dan memaksimalkan keuntungan mereka. Ketika anggaran telah dibuat, penting untuk menindaklanjuti dan memastikan kinerja aktual Anda sesuai dengan rencana awal. Kontrol anggaran yang kuat memungkinkan Anda melacak dan mengukur pengeluaran terhadap perkiraan awal. Sistem ini juga mendorong pengambilan tindakan terhadap setiap varians untuk menjaga perusahaan Anda tetap berjalan dengan hemat biaya. Pengendalian anggaran merupakan proses yang berkelanjutan, namun tinjauan

manual dapat dilakukan secara bulanan, triwulanan, atau tahunan. Alternatifnya, akuntansi manajemen otomatis akan mendorong pengambil keputusan ketika tindakan diperlukan.

Proses pengendalian penganggaran. Hasil dari sistem ini memungkinkan bisnis Anda bereaksi terhadap data real-time dan memantau pengeluaran dengan lebih baik. Jadi, penting untuk mengetahui cara melakukan pengendalian anggaran dengan:

1. Tetapkan tujuan anggaran

Individu dapat mengambil tanggung jawab atas target anggaran, namun mungkin ada beberapa tujuan penganggaran seluruh perusahaan yang juga diperlukan. Kepala departemen biasanya bertanggung jawab atas pengambilan keputusan ini.

2. Memicu imbalan

Biasanya, dunia usaha akan menawarkan insentif sebagai bagian dari pengendalian anggaran. Ketika tujuan tersebut tercapai, mengotomatiskan proses penghargaan adalah hal yang penting untuk memberikan umpan balik yang positif.

3. Perbedaan tandai

Varians harus disorot ketika tujuan tidak tercapai (atau diperkirakan keluar jalur). Misalnya saja ketika pengeluaran aktual tidak sesuai dengan angka yang dianggarkan. Ini juga dapat diotomatisasi dan harus memberikan peringatan terlebih dahulu.

4. Mengambil tindakan

Individu atau tim yang bertanggung jawab atas varians tersebut harus mengambil tindakan korektif. Hal ini mungkin berarti bisa menyesuaikan pembelanjaan untuk memperbaiki kesesuaian anggaran yang diperkirakan dan anggaran aktual, dan melakukan pendekatan pada periode mendatang dari sudut pandang yang lebih kuat.

Pentingnya pengendalian penganggaran merupakan bagian integral dari proses akuntansi dan keseluruhan fungsi bisnis Anda.

1. Keputusan berdasarkan data

Pengendalian anggaran menghilangkan kebutuhan untuk membuat keputusan berdasarkan emosi, sehingga menghasilkan tindakan yang lebih bijaksana dan bijaksana.

Dengan mengandalkan data tersebut, Anda mendapatkan gambaran pengeluaran perusahaan yang sangat akurat pada tingkat makro dan mikro. Apalagi datanya terus diperbarui. Ini berarti Anda peka terhadap perubahan waktu nyata dan mempercepat seluruh proses penyesuaian. Kontrol anggaran berbasis data memungkinkan Anda mengembalikan belanja modal ke jalurnya dengan cepat, tanpa kesalahan.

### 2. Peningkatan akurasi alokasi

Biasanya, alokasi anggaran bisnis didasarkan pada tren pengeluaran historis sebagai bagian dari pendekatan top-down. Hal ini berarti bahwa departemen yang biasanya mendapatkan sumber daya dalam jumlah besar mungkin akan mengalami pemborosan dengan sikap 'gunakan atau hilangkan'. Departemen lain mungkin terhambat pertumbuhannya jika mereka tidak menerima dana yang cukup, yang dapat menghentikan perkembangan bisnis secara keseluruhan. Namun, versi penyusunan anggaran ini mendekati gaya 'anggaran berbasis nol'. Dengan bertindak seolah-olah sumber daya langka, setiap pengeluaran harus dapat dibenarkan. Hal ini membantu mengendalikan biaya dan menciptakan pola pikir 'anggaran tunai' - departemen hanya diberikan jumlah anggaran yang tepat. Hal ini juga memastikan bahwa sumber daya dialokasikan secara lebih akurat dan pemborosan berkurang.

### 3. Komunikasi yang lebih baik

Salah satu fitur yang paling menonjol dari pengendalian anggaran melibatkan pengumpulan pendapat dan umpan balik dari berbagai departemen. Hal ini sesuai dengan pendekatan bottom-up; dimana tim mengkomunikasikan apa yang mereka butuhkan, dan permintaan mereka dapat disetujui, ditolak, atau direvisi. Dengan bekerja dengan pengendalian anggaran, unit bisnis Anda dapat menghindari miskomunikasi. Hal ini meningkatkan koordinasi antar departemen secara keseluruhan, dan semua orang mempunyai pemahaman yang sama. Pengendalian anggaran memfasilitasi budaya 'buy-in'; pada gilirannya, membuat

setiap karyawan merasa bertanggung jawab untuk mencapai target pengeluaran dan pendapatan.

#### 4. Belanja lebih optimal

Dengan melakukan pengendalian anggaran, Anda memberikan manfaat yang baik bagi bisnis Anda untuk menetapkan kebiasaan berkelanjutan dan menghasilkan laporan keuangan yang cemerlang. Tentu saja pengeluaran tak terduga atau darurat tidak dapat dikendalikan. Namun mekanisme sistem pengendalian anggaran yang baik memungkinkan Anda membangun dari dasar data. Sistem manajemen keuangan ini tidak hanya membantu mengendalikan penyimpangan, namun secara alami mengarah pada sistem dan proses yang lebih baik terkait pengeluaran. Komite anggaran dapat mengoptimalkan pengeluaran, menghemat dana dan memaksimalkan keuntungan.

Tantangan pengendalian penganggaran: Ada beberapa ancaman umum terhadap proses pengendalian anggaran Anda yang perlu diatasi agar sistem berjalan lancar dan efisien:

1. Data yang tidak akurat atau tertunda  
Sayangnya, seiring berkembangnya perusahaan Anda, semakin sulit mengakses data yang akurat dan terkini. Akibatnya, hal ini dapat menyebabkan pengambilan keputusan yang buruk karena informasi proksi, bukan hasil aktual.
2. Anggaran operasional harus sebesar itu; anggaran yang sesuai dengan operasi real-time Anda saat ini. Ada sejumlah perangkat lunak dan alat penganggaran untuk memastikan bahwa informasi tetap terkini. Kemudian, untuk menganalisis hal ini secara akurat, serangkaian teknik penahbisan harus digunakan di seluruh bagan akun.
3. Kurangnya implementasi solusi  
Banyak bisnis yang terjebak dalam menemukan masalah namun gagal menerapkan solusinya. Terkadang, hal ini disebabkan oleh keengganan untuk mengubah kebiasaan belanja. Di lain waktu, tidak ada solusi yang jelas sama sekali. Menetapkan tanggung jawab anggaran adalah cara yang baik

untuk mengatasi hal ini. Dengan membuat petugas anggaran untuk setiap kategori pengeluaran, Anda menghasilkan kepemilikan atas proses penganggaran. Misalnya, satu tim bertanggung jawab atas anggaran penjualan, tim lainnya bertanggung jawab atas anggaran produksi, dan tim ketiga bertanggung jawab atas biaya pengadaan yang terkait dengan bahan mentah. Hal ini membuat pencarian dan penetapan solusi strategis menjadi lebih mungkin dilakukan.

4. Tidak ada garis waktu yang jelas  
Cara tercepat untuk mengancam keuntungan Anda? Anggaran yang terburu-buru. Tim manajemen puncak akan merencanakan jauh sebelum periode anggaran sebenarnya dan memastikan bahwa perkiraan bulanan atau triwulanan juga sesuai dengan rencana keuangan perusahaan jangka panjang. Untungnya, ada banyak templat dan format online gratis yang dapat diakses untuk membantu Anda merencanakan anggaran sebelumnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Herath, S. K., & Indrani, M. W. 2007. Budgeting as Competitive Advantage Evidence from Sri Lanka, *Journal of American Academy of Business*, Vol. 11, Issue I, pp. 79 – 91.
- Schmidt, J. 2023, 10 02. *corporatefinanceinstitute.com*. Retrieved from Budgetting: <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/fpa/budgeting/>
- Tuanmat, T., & Smith, M. 2011. Changes in Management Accounting Practices in Malaysia. *Asian Review of Accounting*, Vol. 19, 221-242. doi:<https://doi.org/10.1108/13217341111185146>
- Tunji, T. S. 2013. The Impact of Budgeting and Budgetary Control on the Performance of Manufacturing Company in Nigeria. *Journal of Business Management & Social Sciences Research*, Vol. 2(12), 8-16.

# BAB 9

## KALKULASI BIAYA STANDAR

*Oleh Parju*

### 9.1 Standar Unit

Suatu manajemen organisasi atau perusahaan dalam perencanaan dan pengendalian, disusunlah anggaran operasional dan keuangan. Dalam penyusunan anggaran sebelumnya ditetapkan standar-standar digunakan untuk menyusun anggaran, pengendalian dan menilai kinerja para manajer yang berkaitan dengan standar. Anggaran merupakan ukuran kinerja secara menyeluruh, meliputi pendapatan dan biaya secara total dalam suatu organisasi. Efisiensi manajerial dapat diketahui dari perbandingan pendapatan dan biaya yang sesungguhnya dengan dianggarkan. Apabila pendapatan yang sesungguhnya lebih besar dari pendapatan dianggarkan maka menguntungkan dan apabila biaya dianggarkan lebih besar dari biaya sesungguhnya maka merugikan dan akan diketahui tingkat efisiensi kinerja manajerial.

Perusahaan dapat meningkatkan pengendalian dengan membuat standar jumlah unit bahan, standar penggunaan waktu, standar harga bahan, standar tarif tenaga kerja langsung, standar tarif overhead pabrik, standar biaya administrasi dan umum dan standar biaya pemasaran. Jumlah biaya standar setiap unit produk tergantung standar penggunaan kuantitas bahan baku, standar harga bahan baku, jam tenaga kerja, standar tarif tenaga kerja langsung dan standar tarif biaya overhead pabrik. Standar kuantitas tergantung jumlah *input* yang digunakan untuk setiap unit produk. Sedangkan standar harga tergantung jumlah yang harus dibayar untuk jumlah input yang digunakan untuk setiap produk. Biaya standar bahan baku per unit dihitung dengan mengalikan standar kuantitas dengan standar harga. Total biaya tenaga kerja langsung diperoleh dengan mengalikan standar jam kerja langsung dengan standar tarif biaya tenaga kerja langsung



dan biaya overhead pabrik diperoleh dengan mengalikan jam standar dengan tarif biaya over head pabrik standar per jam.

## 9.2 Jenis-Jenis Standar

Jenis standar dilihat dari tingkat kelonggaran dan keeratannya adalah :

### 1. Standar Ideal

Standar ideal atau standar teoritis merupakan standar yang sulit dicapai dalam pelaksanaannya dan merupakan tingkat paling efisien

### 2. Standar Normal

Standar normal memperhatikan kegiatan tidak efisien yang tidak dapat dihindari terjadinya, merupakan pelaksanaan terbaik yang bisa dicapai. Standar ini dicapai dengan beroperasi secara efisien, di mana mesin pada kapasitas normal, tenaga kerja bekerja pada jam normal

### 3. Standar Rata-rata biaya waktu yang lalu

Standar ini menghitung rata rata biaya masa lampau, maka cenderung standar yang ini sifatnya longgar. Standar ini sesuai diterapkan bagi perusahaan yang baru menerapkan biaya standar.

### 4. Standar aktual

Standar ini didasarkan pada taksiran tingkat operasi dan efisiensi yang diharapkan di waktu akan datang yang dapat dicapai dengan anggapan kegiatan perusahaan dan keadaan ekonomi stabil.

## 9.3 Penerapan Sistem Biaya Standar

Alasan mengapa perusahaan menerapkan sistem biaya standar : 1) Sistem biaya standar untuk perencanaan, pengendalian, pengawasan dan pengukuran kinerja. 2) Sistem biaya standar memfasilitasi perhitungan harga pokok produk.

Ada tiga cara perhitungan harga pokok produk, yaitu: 1) Pendekatan perhitungan biaya dimana biaya bahan, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik semuanya biaya standar. 2) Pendekatan biaya bahan baku dan biaya tenaga langsung biaya yang sesungguhnya sedangkan biaya overhead

pabrik biaya standar. 3) Pendekatan semua biaya sesungguhnya untuk perhitungan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik.

## **9.4 Biaya Standar**

Biaya standar merupakan biaya yang seharusnya dikeluarkan untuk membuat satu satuan produk yang ditentukan dimuka, dibawah asumsi tingkat efisiensi, kondisi ekonomi dan kegiatan perusahaan stabil.

Biaya standar dalam perusahaan manufaktur, biaya standar untuk bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, dan overhead pabrik. Biaya standar meliputi perincian biaya standar per unit, untuk biaya bahan baku, tenaga kerja langsung dan overhead pabrik.

Biaya standar didasarkan pengeluaran biaya masa lampau, dirata-rata dan dilakukan penyesuaian-penyesuaian mempertimbangkan biaya dimasa akan datang. Standar berdasarkan rata rata masa lalu merupakan standar normal.

Sistem akuntansi biaya mencatat biaya standar dibandingkan dengan biaya actual, sehingga dapat menyajikan penyimpangan biaya sesungguhnya dari biaya standar, sehingga pihak manajemen bisa mengetahui kegiatan-kegiatan perusahaan biayanya menyimpang dari biaya standar

## **9.5 Manfaat Biaya Standar**

Biaya standar digunakan untuk perencanaan, maka biaya standar merupakan alat penting dalam menilai pelaksanaan kebijakan ditetapkan sebelumnya, maka manfaat biaya standar adalah sebagai berikut :

1. Menggunakan biaya standar dapat merangsang pekerja dalam menjalankan pekerjaannya dengan efektif, karena biaya standar ditentukan secara realitis.
2. Menggunakan biaya standar dapat melakukan analisa penyimpangan yang terjadi sehingga manajer bertindak secara tepat dan efektif dengan biaya standar mengontrol aktifitas perusahaan.

3. Menggunakan biaya standar memungkinkan perbaikan pada bagian yang terjadi penyimpangan, sehingga efisien.
4. Menggunakan biaya standar dapat membuat perencanaan yang baik bagi kegiatan perusahaan.
5. Menggunakan biaya standar dapat sebagai alat untuk pengambilan keputusan lebih tepat karena biaya dapat diperinci ke dalam variabel dan tetap.
6. Menggunakan biaya standar akan lebih mudah kepengurusan administrasinya, biaya administrasinya lebih rendah.

## **9.6 Penentuan Biaya Standar**

Penentuan biaya standar dibagi dalam tiga kelompok biaya bahan baku standar, biaya tenaga kerja standar dan biaya overhead pabrik standar sebagai berikut:

### **1. Biaya Bahan Baku Standar**

Penentuan biaya bahan baku standar didasarkan pada catatan masa lalu, pemakaian bahan baku dan harga bahan baku. Kuantitas standar bahan baku merupakan jumlah unit bahan baku yang digunakan untuk memproduksi setiap unit produk jadi.

Harga bahan baku standar adalah harga normal masa akan datang, digunakan sebagai harga bahan baku standar dalam produksi. Harga standar dikalikan dengan kuantitas standar, adalah biaya standar barang dalam proses dari unsur bahan baku, ditransfer ke persediaan barang jadi, barang jadi laku dijual, maka biaya standar bahan baku menjadi salah satu unsur harga pokok penjualan.

### **2. Biaya Tenaga Kerja Standar**

Biaya tenaga kerja standar terdiri dari dua standar yaitu jam tenaga kerja standar dan tarif upah standar. Jam tenaga kerja standar ditentukan memperhitungkan kelonggaran waktu untuk istirahat, penundaan kerja yang tak bisa dihindari seperti menunggu bahan baku, reparasi dan pemeliharaan mesin dan faktor-faktor kelelahan kerja. Penentuan tarif upah standar memerlukan pengetahuan mengenai kegiatan yang dijalankan, tingkat kecepatan tenaga kerja yang diperlukan dan rata-rata

tarif upah per jam yang diperkirakan akan dibayar. Tarif upah standar dikalikan dengan jam standard, biaya standar barang dalam proses dari unsur tenaga kerja, ditransfer ke persediaan barang jadi, barang jadi laku dijual, maka biaya tenaga kerja standar menjadi salah satu unsur harga pokok penjualan.

### 3. Biaya Overhead Pabrik Standard

Kapasitas yang perlu diketahui dalam biaya overhead pabrik antara lain:

- a. **Kapasitas standar** merupakan tingkat produksi sesuai dengan standar yang telah ditentukan untuk membuat satu kesatuan barang yang dihasilkan.
- b. **Kapasitas normal** merupakan kapasitas digunakan dalam keadaan normal, untuk anggaran fleksibel yang dibuat untuk beberapa range kapasitas.
- c. **Kapasitas sesungguhnya** merupakan kapasitas terpakai dalam mengerjakan pesanan tertentu.

Tarif biaya overhead pabrik standar diperoleh dengan membagi jumlah biaya overhead pabrik dengan kapasitas normal. Dalam kepentingan penentuan harga pokok, perencanaan dan pengendalian menggunakan tarif biaya overhead pabrik standar baik tarif biaya overhead pabrik tetap dan tarif biaya overhead variabel. Maka penting memisahkan tarif biaya overhead pabrik standar kedalam unsur tetap dan variable.

Biaya overhead pabrik terdiri dari beberapa macam yaitu: 1) Biaya overhead pabrik standar adalah perkalian tarif biaya overhead pabrik standar dan jam kerja standar. 2) Biaya overhead pabrik yang dianggarkan adalah biaya yang ditetapkan pada produk yang berdasarkan pada kapasitas tertentu 3) Biaya overhead pabrik dibebankan merupakan biaya yang dihitung dari perkalian tarif biaya overhead standar dan jam sesungguhnya dan 4) Biaya overhead pabrik sesungguhnya yang merupakan biaya sesungguhnya terjadi.

## 9.7 Selisih Biaya Produksi

Menganalisa penyimpangan biaya produksi meliputi selisih biaya produksi bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya overhead pabrik adalah sebagai berikut :

### 1. Biaya Bahan Baku langsung

#### a. Metode Satu selisih

$$\text{SBBT} = (\text{HSt} \times \text{KSt}) - (\text{HS} \times \text{KS})$$

Dimana :

SBBT = Selisih bahan baku total

HSt = Harga standar

KSt = Kuantitas standar

HS = Harga sesungguhnya

KS = Kuantitas sesungguhnya

#### b. Metode Dua Selisih

1) Selisih Harga

$$\text{SH} = (\text{HSt} - \text{HS}) \times \text{KS}$$

2) Selisih Kuantitas

$$\text{SK} = (\text{KSt} - \text{KS}) \times \text{Hst}$$

### 2. Biaya Tenaga Kerja Langsung

#### a. Metode satu selisih

$$\text{SBTKLT} = (\text{JKSt} \times \text{TSt}) - (\text{JKS} \times \text{TS})$$

Dimana:

SBTKLT = Selisih biaya tenaga kerja langsung total

JKSt = Jam kerja standar

JKS = Jam kerja sesungguhnya

TSt = Tarip upah standar

TS = Tarip upah sesungguhnya

#### 2. Metode Dua Selisih

a. Selisih Tarip Upah

$$\text{STU} = (\text{TSt} - \text{TS}) \times \text{JKS}$$

b. Selisih Efisiensi Upah

$$\text{SEU} = (\text{JKSt} - \text{JKS}) \times \text{TSt}$$

### 3. Biaya Overhead Pabrik

#### a. Metode Satu Selisih

$$\text{SBOPT} = \text{BOPS} - \text{BOPSt}$$

	=	[BOPS-(JSt x TBOPSt)]
Dimana :		
SBOPT	=	Selisih biaya overhead pabrik total
BOPS	=	Biaya overhead sesungguhnya
BOPSt	=	Baya overhead standar
JSt	=	Jam standar
TBOPSt	=	Tarf BOP standar

## b. Metode Dua Selisih

### 1) Selisih terkendalikan

$$ST = BOPS - (JN \times TBOPTst) - (JSt \times TBOPVSt)$$

Dmana :

TBOPVSt = Tarf BOP variabel Standar

TBOPTSt = Tarf BOP tetap Standar

JN = Jam Normal

### 2) Selisih Volume

$$SV = (JN - JSt) \times TBOPTSt$$

## c. Metode Tiga Selisih

### 1) Selisih Pengeluaran

$$SP = BOPS - (JN \times TBOPTst) - (JS \times TBOPVSt)$$

Dmana :

JS = Jam sesungguhnya

### 2) Selisih Kapasitas

$$= (JN - JS) \times TBOPTSt$$

### 3) Selisih Efisiensi

$$= (JSt - JS) \times TBOPSt$$

## Contoh :

PT Kumaira pada tahun 2022 memproduksi produk, dimana untuk 1 unit produk mengeluarkan biaya produksi sesuai biaya standar adalah :

Biaya bahan baku 5kg @Rp1.000	Rp 5.000
Biaya tenaga kerja 20jam @Rp500	Rp10.000
Biaya overhead pabrik:	
Variabel 20jam @Rp400	Rp 8.000
Tetap 20jam @Rp300	<u>Rp 6.000</u>

Jumlah

Rp29.000

Biaya tenaga kerja dan biaya overhead pabrik tersebut berdasar pada kapasitas normal produksi perbulan 5.200 jam kerja langsung. Transaksi yang terjadi selama bulan Januari 2022 adalah sebagai berikut:

1. Pembelian bahan baku sebanyak 1.500 kg @ Rp1.100.
2. Produk yang selesai diproduksi dalam bulan Januari 2022 adalah 250 unit mengeluarkan biaya produksi yang sesungguhnya sebagai berikut :
  - a) Penggunaan bahan baku 1.050 kg @ Rp1.100
  - b) Penggunaan tenaga kerja 5.100 jam kerja @ Rp 475
  - c) Biaya overhead pabrik yang sesungguhnya terjadi Rp3.650.000.

Diminta analisis selisih :

- a. Biaya bahan baku
- b. Biaya Tenaga kerja
- c. Biaya Overhead Pabrik

### **Penyelesaian :**

Analisis selisih biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya overhead pabrik adalah sebagai berikut :

#### **1. Biaya bahan baku**

##### **a. Metode satu selisih**

$$SBBT = (HSt \times KSt) - (HS \times KS)$$

$$SBBT = (Rp1.000 \times 1.250) - (Rp1.100 \times 1.050)$$

$$SBBT = Rp95.000 \text{ L}$$

$$Kst = 250 \text{ satuan} \times 5 \text{ kg} = 1.250$$

##### **b. Metode dua selisih**

- 1) Selisih harga biaya bahan baku

$$SH = (HSt - HS) \times KS$$

$$SH = (Rp1.000 - Rp1.100) \times 1.050$$

$$SH = Rp105.000 \text{ R}$$

2) Selisih kuantitas biaya bahan baku

$$SK = (KSt - KS) \times HSt$$

$$SK = (1.250 - 1.050) \times Rp1.000$$

$$SK = Rp200.000 \text{ L}$$

**c. Metode tiga selisih**

1) Selisih harga biaya bahan baku

$$SH = (HSt - HS) \times KSt$$

$$SH = (Rp1.000 - Rp1.100) \times 1.250$$

$$SH = Rp125.000 \text{ R}$$

2) Selisih kuantitas biaya bahan baku

$$SK = (KSt - KS) \times HSt$$

$$SK = (1.250 - 1.050) \times Rp1.000$$

$$SK = Rp200.000 \text{ L}$$

3) Selisih harga/kuantitas biaya bahan baku

$$SHK = (HSt - HS) \times (KSt - KS)$$

$$SHK = (Rp1.000 - Rp1.100) \times (1.250 - 1.050)$$

$$SHK = Rp20.000 \text{ L}$$

**2. Biaya tenaga kerja**

**a. Metode satu selisih**

$$SBTKLT = (JKSt \times TSt) - (JKS \times TS)$$

$$SBTKLT = (5000 \times Rp500) - (5100 \times Rp475)$$

$$SBTKLT = Rp77.500 \text{ L}$$

$$Jst = 250 \text{ satuan} \times 20 \text{ jam} = 5000 \text{ jam}$$

**b. Metode dua selisih**

1) Selisih tarif upah

$$STU = (TSt - TS) \times JKS$$

$$STU = (Rp500 - Rp475) \times 5100$$

$$STU = Rp127.000 \text{ L}$$

2) Selisih efisiensi upah

$$SEU = (JKSt - JKS) \times TSt$$

$$SEU = (5000 - 5100) \times Rp500$$

$$SEU = Rp50.000 \text{ R}$$

**c. Metode tiga selisih**

1) Selisih tarif upah

$$STU = (TSt - TS) \times JKS$$

$$STU = (Rp500 - Rp475) \times 5000$$



$$STU = \text{Rp}125.000 \text{ L}$$

2) Selisih efisiensi upah

$$SEU = (JKSt - JKS) \times TSt$$

$$SEU = (5000 - 5100) \times \text{Rp}500$$

$$SEU = \text{Rp}50.000 \text{ R}$$

3) Selisih tarif/efisiensi upah

$$ST/EU = (JKSt - JKS) \times (TSt - TS)$$

$$ST/EU = (\text{Rp}500 - \text{Rp}475) \times (5000 - 5100)$$

$$ST/EU = \text{Rp}2.500 \text{ L}$$

### 3. Biaya overhead pabrik

#### a. Metode satu selisih

$$\begin{aligned} SBOPT &= BOPS - BOPSt \\ &= [BOPS - (JSt \times TBOPSt)] \\ &= \text{Rp}3.650.000 - (5000 \times \text{Rp}700) \\ &= \text{Rp}3.650.000 - \text{Rp}3.500.000 \\ &= \text{Rp}150.000 \text{ R} \end{aligned}$$

#### b. Metode dua selisih

##### 1) Selisih Terkendalikan

$$ST = BOPS - (JN \times TBOPTst) - (JSt \times TBOPVSt)$$

$$ST = \text{Rp}3.650.000 - (5.200 \times \text{Rp}300) - (5.000 \times \text{Rp}400)$$

$$ST = \text{Rp}3.650.000 - \text{Rp}1.560.000 - \text{Rp}2000.000$$

$$ST = \text{Rp}90.000 \text{ R}$$

##### 2) Selisih Volume

$$SV = (JN - JSt) \times TBOPTSt$$

$$ST = (5.200 - 5.000) \times \text{Rp}300$$

$$ST = 200 \times \text{Rp}300$$

$$ST = \text{Rp}60.000 \text{ R}$$

#### c. Metode tiga selisih

##### 1) Selisih Pengeluaran

$$SP = BOPS - (JN \times TBOPTst) - (JS \times TBOPVSt)$$

$$SP = \text{Rp}3.650.000 - (5.200 \times \text{Rp}300) - (5.100 \times \text{Rp}400)$$

$$SP = \text{Rp}3.650.000 - \text{Rp}1.560.000 - \text{Rp}2040.000$$

$$SP = \text{Rp } 50.000 \text{ R}$$

## 2) Selisih Kapasitas

$$SK = (JN - JS) \times \text{TBOPTSt}$$

$$SK = (5.200 - 5.100) \times \text{Rp}300$$

$$SK = 100 \times \text{Rp}300$$

$$SK = \text{Rp } 30.000 \text{ R}$$

## 3) Selisih Efisiensi

$$SE = (JSt - JS) \times \text{TBOPSt}$$

$$SE = (5.000 - 5.100) \times \text{Rp}700$$

$$SE = 100 \times \text{Rp}700$$

$$SE = \text{Rp } 70.000 \text{ R}$$

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Firdaus,. dan Abdullah, Wasilah. 2012. "Akuntansi Biaya". Edisi 3. Salemba Empat
- Carter, William.2015.Akuntansi Biaya. Edisi Empat Belas. *Jakarta: Salemba Empat*
- Hornngren, Charles T; Foster, George; and Datar, Srikant M, Cost Akuntansi biaya Dengan Penekanan Manajerial, Jilid 1, Edisi ke Dua Belas, versitas gajah mada Mulyadi. 2007. "Activity Based Cost System". Yogyakarta : UPP STIM YKPN
- Hansen, Don R., Mowen Maryanne M. 2016. Managerial Accounting, 8th edition, Penerjemah Deny Arnos Kwary. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Ludwina Harahap, Modul Akuntansi Biaya Buku 1, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi Akuntansi Univesitas Trilogi, Jakarta, 2020
- Mulyadi. 2001. Akuntansi Manajemen. Yogyakarta: Penerbit BPFE
- Mery Wanialisa, Diktat Bahan Ajar Akuntansi Biaya, Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPI, Bandung, 2020
- Mas'ud* Machfoedz dan Mahmudi. 2003. Akuntansi Manajemen. Jakarta: Pusat Penerbitan Universitas Terbuka.
- Mulyadi. 2016. Akuntansi Biaya. Edisi Kelima. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Riwayadi. 2014. Akuntansi Biaya Pendekatan Tradisional dan Kontemporer. Jakarta: Salemba Empat.
- R. A. Supriyono. 2019. Akuntansi Manajemen. Yogyakarta: Penerbit Universitas Muhammadiyah Malang.

# **BAB 10**

## **ANALISA BIAYA PEMASARAN**

*Oleh Sev Rahmiyanti*

### **10.1 Pengertian Biaya Pemasaran**

Suatu perusahaan atau wirausaha untuk menjaga tumbuh kembang usahanya harus memperhatikan pangsa pasar yaitu memperluas marketing. Marketing terjadi antara pembeli dan penjual, merupakan perdagangan bermedia komunikasi para produsen dan konsumen. Jika pertumbuhan perniagaan tidak diiringi dengan promosi sehingga tidak mendukung kegiatan persekutuan, sehingga tidak menutup kemungkinan keinginan tersebut dapat tercapai, adalah keuntungan sebanyak-banyaknya menjadi sangat sulit, oleh karena itu tercapai atau tidak sesuai keinginan usaha bergantung oleh perusahaan. pengetahuan manajemen di bidang pemasaran. Menurut (Mulyadi, 2009a) biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan pada saat menjual produk ke pasar. Pada saat yang sama, biaya pemasaran dalam arti yang lebih luas adalah biaya yang dikeluarkan mulai dari penyelesaian, pembuatan dan penyimpanan produk hingga konversi produk menjadi uang tunai.

Biaya pemasaran muncul dari interaksi perniagaan terhadap konsumen, termasuk peningkatan, pengiriman, periklanan, penelitian pasar, dan perluasan barang produksi. Ahli dalam bidang akuntansi terkadang memakai pengeluaran pengiriman dan pengeluaran perdagangan dengan bertukar harus diperhatikan pengeluaran promosi. Adapaun rancangan administrasi promosi, pengambilan keputusan promosi membuat planing seluruh perseroan untuk mencakup segala bidang peredaran penjualan.

Pembagian departemen promosi menjadi banyak subkomite sangat terkait dari semua bidang perseroan. Perseroan yang sudah berkembang dengan operasi pemasaran cukup luas akan memecah subkategori promosi akan jauh lagi meskipun, pemasaran usaha

masih dalam katagori masih minim. Selama factor umum ditemukan dalam bisnis yaitu:

1. Subbagian pemasaran berperan terhadap segala bidang pemasaran, advertensi, pemasaran langsung maupun umum.
2. Subbagian transaksi (jasa penjualan), bertugas menangani permasalahan transaksi penjualan dengan pembeli.
3. Bagian pengangkutan bertanggung jawab menangani pengangkutan dan pelayanan.
4. Subbagian purna jual bertugas menangani permasalahan pelayanan purna jual.
5. Subbagian peralatan bertugas mengelola dan kebutuhan bagian pemasaran. Selain itu, beliau juga bertanggung jawab dalam penguatan serta penyempurnaan kelengkapan promosi.

Subbagian riset serta pengembangan pemasaran berkewajiban terhadap pengelolaan usaha, perluasan serta riset pemasaran, berkaitan dengan jumlah atau banyak dan berdasarkan mutu. Penelitian bermanfaat dalam pengembangan siasat promosi lainnya (Munandar, 2016).

## 10.2 Pengalokasian Biaya Pemasaran

Pengalokasian *cost* promosi seringkali diselaraskan dengan maksud promosi akan tercapai, maka dari itu perencanaan penting dalam peran promosi agar mencapai tujuan perusahaan untuk mencapai keuntungan yang maksimal.

Dalam analisis biaya pemasaran, terdapat dua acara untuk mengalokasian biaya, yaitu:

1. Kedekatan rasio kontribusi  
Merupakan *cost* secara langsung berdampak kepada pengalokasian pada setiap produk promosi (area perdagangan, barang) dianalisis. Merupakan perhitungan mengakibatkan resiko yang terabaikan jika agen pemasaran bukan langsung, kelebihanannya adalah *indirect costs*.

## 2. Kedekatan biaya penuh

Untuk kedekatan biaya penuh, keseluruhan *cost*, saat ini dan akan datang, merupakan mengalokasikan produk promosi dalam satu penelitian.

### 10.3 Fungsi Pemasaran

Dalam hal promosi pelanggan tiada harus melaksanakan keinginan masing-masing melalui pertukaran anatara konsumen dan pemasar. Fungsi pemasaran adalah sebagai berikut: (Harijanto, 2012)

1. Fungsi tukar, konsumen melakukan transaksi penjualan suatu barang dapat dilakukan pertukaran uang sehingga terjadi pertukaran barang atau jasa (penukaran) untuk digunakan atau dijual kembali.
2. Kegunaan pengiriman barang suatu produk dijamin melalui pengangkutan dan penyimpanan produk. Produk diangkut dari produsen ke inginan pelanggan dengan bermacam bentuk, dengan cara melintasi perairan, tanah dan angin. Persediaan barang dagang prioritas memelihara stock barang untuk menghindari dari kekosongan atau berkurangnya terjadinya orderan dari konsumen.
3. Kegunaan penghubung yaitu perpindahan barang dagang dari penjual ke pihak pelanggan bisa disambungkan oleh penghubung promosi, pihak penghubung dalam aktivitas barter pada pengiriman barang. Aktivitas fungsional melingkupi mitigasi kejadian, keuangan, pengumpulan penjelasan, maupun standardisasi.

### 10.4 Bentuk Kegiatan Pemasaran

Upaya promosi barang dagang berawal barang mentah belum diproses sepenuhnya. Aktivitas promosi berawal aktivitas promosi dalam pengadaan barang dagang. Kegiatan pemasaran yang umum dilakukan setelah pembuatan suatu produk (produk jadi) meliputi:

1. Pergudangan
2. Perdagangan
3. Pengepakan sampai pengangkutan

4. Permohonan utang
5. Pelaporan keuangan.

#### **10.4.1 Biaya Pemasaran Berdasarkan Pesanan**

Klasifikasi cost marketing menurut (Mulyadi, 2012) yaitu:

1. Cost penerimaan orderan adalah seluruh cost yang dikeluarkan upaya memperoleh orderan. Misalnya: Pengeluaran pedagang (penjual), bonus barang dagang, iklan, marketing.
2. Cost pemenuhan orderan merupakan seluruh biaya menjadi beban hal ini memastikan produk sampai ke pembeli dan cost penagihan utang kepada pemberi lisensi. Misalnya: Biaya penyediaan, cost pengemasan dan pengangkutan menimbulkan cost transportasi sampai pengumpulan.

Pemasaran banyak berbagai hal termasuk barang dagang ditawarkan ke pelanggan, promosi menyelesaikan semua permasalahan di ruang lingkup bisnis. Aktivitas promosi mencakup berbagai macam: (Manullang, 2008)

1. Tentukan apa yang diinginkan konsumen.
2. Merancang dan mengembangkan produk yang mampu memenuhi kebutuhan tersebut.
3. Tentukan cara terbaik untuk mengidentifikasi kualitas, menentukan harga yang tepat, dan mempromosikan serta mendistribusikan produk dengan tepat.

#### **10.4.2 Biaya Pemasaran Menurut Fungsi Pemasaran**

Cost marketing berdasarkan manfaatnya:

1. Cost barang dagang terdiri dari: upah staf penjualan, insentif, bayaran cost pada saat melakukan penjualan
2. Cost periklanan: upah tenaga kerja, cost periklanan, cost pameran, cost sampel, biaya marketing, biaya periklanan.
3. Biaya gudang: penyewaan bangunan, upah staf gudang.
4. Cost pengemasan, penyerahan: upah jasa pengemasan, upah jasa pengantaran, cost pengurangan alat transportasi.

5. Cost jatuh tempo dalam permohonan: payroll, pembebanan konsumen terhadap barang dagang ditiadakan dan pemotongan secara pembayaran cash.
6. Akuntansi cost marketing.

## **10.5 Karakteristik Biaya Pemasaran**

Menurut (Mulyadi, 2009b) biaya pemasaran ditandai dengan banyaknya variasi yang digunakan perseroan untuk mempromosikan barang dagang, maka yang menawarkan barang dagang serupa akan tetapi terjadi perbedaan, sehingga dapat menggunakan metode marketing serupa. Sehingga ada perbedaan pada perusahaan dengan memproses barang produksi dimana pada saat barang mentah diproses menjadi barang jadi sering kali menggunakan barang mentah, alat produksi, dengan menggunakan desain menyerupai yang sama dalam kesempatan yang lama.

Operasional manufaktur efisiensi dinilai dalam mempertimbangkan besarnya cost menimbulkan penghematan per komponen barang akan dapat menghasilkan produk. Sedangkan melakukan aktifitas marketing, peningkatan barang dagang menjadi tolak ukur efektivitas, walaupun peningkatan penjualan belum tentu berarti peningkatan keuntungan. Dalam cost marketing terdapat cost secara bukan spontan dan cost overhead rumit ditangani mengibaratkan ragam barang yang berbeda dalam hal marketing beraneka ragam pada bidang pemasaran yang berbeda, sehingga akan menimbulkan permasalahan biaya overhead yang kompleks.

Biaya pemasaran mempunyai karakteristik yang berbeda dengan biaya produksi. Ciri-ciri biaya pemasaran adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan menggunakan berbagai macam kegiatan pemasaran untuk memasarkan produknya, sehingga perusahaan yang mempunyai produk serupa belum tentu menggunakan metode pemasaran yang sama. Hal ini sangat berbeda dengan operasi manufaktur. Saat memproduksi



- produk, terkadang bahan mentah, mesin, dan metode produksi yang sama sering digunakan.
2. Aktivitas marketing acapkali dipersamakan dalam modifikasi kebutuhan keadaanpermintaan konsumen. Selain itu, banyak desain marketing yang berbeda, yang seringkali berubah untuk beradaptasi dengan perubahan kondisi pasar. Ketika kebutuhan konsumen berubah dan memerlukan layanan tepat waktu, bisnis dapat mengbah saluran distribusi yang mereka gunakan. Begitupula dengan aktivitas perseroan kompetitor menimbulkan dampak desain marketing sering dipakai perseroan mendapatkan desain marketing barang dagang bersifat elastis. Mengakibatkan problem dalam mengklasifikasikan untuk dapat menjelaskan cost marketing.
  3. Aktivitas marketing yang ditujukan kepada pelanggan menjadi aspek sehingga sulit untuk mengendalikan. Perusahaan bisa melakukan pengendalian cost karyawan, cost barang mentah, waktu pekerjaan, banyaknya alat produksi dipergunakan, namun hal ini menjadi sulit untuk menelusuri untuk mengetahui yang dikerjakan pelanggan. Operasional manufaktur, efesiensi dapat dilihat besarnya pengeluaran agar dapat meminimal per unit barang dihasilkan. Sehingga aktivitasmarketing, peningkatan penjualan merupakan tolak ukur efektivitas, meskioun penigkatan penjualan belum tentu berate peningkatan keuntungan.
  4. Pengeluaran marketing beberapa yang bisa terjadi pengeluaran bukan terus menerus dan pengeluaran overhead mengalami hambatan ditangani membandingkan pengeluaran barang jadi. Apabila suatu perusahaan menjual berbagai jenis produk dengan metode pemasaran yang berbeda-beda pada wilayah pemasaran yang berbeda, maka akan menimbulkan permasalahan biaya overhead yang kompleks (Mulyadi, 1991).

## **10.6 Analisis Biaya Pemasaran**

Analisis pengeluaran marketing adalah kajian mengenai permasalahan pengeluaran operasional berdasarkan *income statement* suatu perseroan. Selain itu, dalam elemen biaya yang berbeda, bisnis dapat membuat target anggaran dan kemuafian menganalisis perbedaan antara biaya yang dianggarkan dan biaya sebenarnya (Irawan, 2005).

Menganalisis pengeluaran marketing dalam menentukan *cost of goods sold*, mengendalikan *cost*, merencanakan untuk mengarahkan aktivitas marketing. Ada tiga sistem menganalisis cost marketing:

1. Menganalisis cost marketing berdasarkan berbagai macam pengeluaran.
2. Menganalisis cost marketing berdasarkan Manfaat marketing. Analisis biaya pemasaran menurut fungsi pemasaran.
3. Menganalisis cost marketing berdasarkan upaya promosi.

### **10.6.1 Analisis Biaya Pemasaran Menurut Jenis Biaya**

Oleh karena itu, pengeluaran marketing dialokasikan menurut tipe pengeluaran marketing. Metode penganalisan dalam pihak pengambilan keputusan dengan mudah melihat secara rinci macam-macam pengeluaran marketing, akan tetapi sulit mendapatkan penjelasan perihal pengeluaran-pengeluaran terpakai atau dipergunakan dalam melakukan aktivitas marketing.

### **10.6.2 Analisis Biaya Pemasaran Menurut Fungsi Pemasaran**

Penganalisan pengeluaran marketing berdasarkan manfaat marketing bermaksud dalam mengendalikan pengeluaran untuk menganalisis pengeluaran marketing berdasarkan upaya promosi. Tindakan-tindakan menganalisis pengeluaran marketing berdasarkan tujuan marketing yaitu:

1. Mendefinisikan fungsi pemasaran dengan jelas sehingga manajer yang bertanggung jawab menjalankan fungsi tersebut dapat diidentifikasi secara akurat.
2. Mengelompokkan setiap ragam pengeluaran marketing menurut manfaatnya.

3. Tentukan unit parameter dapat menghasilkan berbagai macam manfaatnya.
4. Menunjukkan pengeluaran unit aktivitas marketing dalam pembagian jumlah pengeluaran marketing dapat menjadi tolak ukur pengeluaran agar dapat menjadi manfaat dalam volume unit barang atau jasa sehingga dapat menghasilkan manfaat yang terkait.

### 10.6.3 Analisis Biaya Pemasaran Menurut Usaha Pemasaran

Analisa pengeluaran marketing berdasarkan unit marketing sehingga dirinci yaitu:

1. Berdasarkan macam barang produksi
2. Berdasarkan wilayah marketing
3. Berdasarkan jumlah orderan
4. Berdasarkan prosedur pembagian marketing.

## 10.7 Langkah-langkah Menganalisis Biaya Pemasaran

Langkah-langkah dalam menganalisis pengeluaran marketing:

1. Mengkalisifikasikan macam-macam pengeluaran marketing berdasarkan manfaatnya.
2. Mengklasifikasikan macam metode biasa dipergunakan.
3. Mengklasifikasikan macam-macam pengeluaran marketing menjadi pengeluaran terus menerus, pengeluaran terus dan pengeluaran bukan terus menerus.
4. Menentukan dasar pengalokasian biaya pemasaran.

Fungsi	Dasar Alokasi yang dapat digunakan
- Penjualan	- Hasil penjualan
- Periklanan	- Volume penjualan
- Pergudangan	- Volume barang dagangan, berat, jumlah produk yang dikirim
- Pengemasan dan Pengiriman	- Volume barang dagangan, berat, jumlah produk yang dikirim

- Kredit dan pembayaran	- Jumlah pesanan dari registrasi
- Akuntansi	- Jumlah orderan melalui registrasi

5. Mencocokkan produk pengeluaran berdasarkan berbagai produk, berdasarkan wilayah pemasaran, ukuran pesanan dan saluran distribusi.
6. Carilah laba bersih.

## DAFTAR PUSTAKA

- Harijanto, A. 2012. *Etika Bisnis bagi Pelaku Bisnis*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Irawan, B.S. dan. 2005. *Manajemen Pemasaran Modern*. 5th edn. Yogyakarta: Liberty offset.
- Manullang, M. 2008. *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta: Gadjah Mada University.
- Mulyadi. 1991. *Akuntansi Biaya*. 5th edn. STIE Yogyakarta.
- Mulyadi. 2009a. *Akuntansi Biaya*. 5th edn. Yogyakarta.
- Mulyadi. 2009b. *Buku Akuntansi Biaya : Unsur Biaya Produksi, Biaya Pemasaran, Penggolongan Biaya Pemasaran*. Lima. Yogyakarta: Badan Penerbit Universitas Gadjah Mada.
- Mulyadi. 2012. *Akuntansi Biaya*. lima. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN.
- Munandar. 2016. *Budgeting Perencanaan Kerja, Pengkoordinasian Kerja, dan Pengawasan Kerja*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.

## BIODATA PENULIS



**Drs. Asraf, MSi.**

Dosen Program Studi Ilmu Manajemen  
Intitut Teknologi dan Ilmu Sosial Khatulistiwa

Penulis lahir di Pasaman Barat tanggal 17 Maret 1962. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Ilmu Manajemen Intitut Teknologi dan Ilmu Sosial Khatulistiwa. Menyelesaikan pendidikan pada Akademi Bank Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, S1 pada Jurusan Ilmu Administrasi Niaga Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta dan melanjutkan S2 pada Jurusan Ilmu Manajemen pada Universitas Bung Hatta Padang. Sebelum berkarier sebagai dosen, Penulis bekerja sebagai PNS di Departemen Tenaga Kerja RI sejak tahun 1983 sd 1991, selanjutnya sejak tahun 1991 berkarier pada Bank Duta Jakarta dan berkesempatan mengikuti pendidikan *Officer Orientation Program* untuk diangkat menjadi officer di perusahaan itu. Tahun 2000 melanjutkan karier dalam memimpin perusahaan yang bergerak pada perusahaan perdagangan. Selanjutnya pada tahun 2009 diangkat sebagai Direktur Utama Perusahaan Daerah Mekar Jaya Madani milik Pemerintah Daerah Pasaman Barat. Selama menjadi dosen telah mempublikasikan hasil penelitian di berbagai Jurnal Nasional Terakreditasi Sinta dan Jurnal Internasional.

## BIODATA PENULIS



### **Susana Dewi, S.E., M.Ak**

Dosen S1 Program Studi Akuntansi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas La Tansa Mashiro Rangkasbitung

Penulis lahir di Surabaya, 25 April 1972, beragama Islam dan tinggal di Perumahan Metro Cilegon Cluster Grand Cendana, merupakan dosen tetap pada Program Studi Akuntansi Universitas La Tansa Mashiro Rangkasbitung. Menyelesaikan pendidikan S1 Manajemen di Universitas Gadjah Mada Yogyakarta dan S2 Akuntansi di Universitas Sulthan Ageng Tirtayasa Serang. Penulis merupakan Editor buku Akuntansi Manajemen 2019. Karya buku yang sudah dihasilkan antara lain : Manajemen Investasi dan Portofolio, Akuntansi Keuangan Lanjutan serta Akuntansi Manajemen. Penulis juga banyak melakukan penelitian dan menulis beberapa jurnal dan dipublikasikan pada jurnal nasional terakreditasi. Penulis memiliki *Book Chapter International* yang merupakan luaran dari acara Call Paper ***International Accounting Students Conference*** di Universitas Merdeka Malang. Sebagai salah satu penulis di buku ini, penulis berharap semoga buku ini memiliki manfaat yang besar khususnya untuk para mahasiswa dan rekan akademisi yang menggeluti keilmuan bidang “Akuntansi Manajemen.”

## **BIODATA PENULIS**



### **Dra. Siti Aminah, MM**

Staf Dosen Program Studi Manajemen UNTAG Semarang

Penulis lahir Sukoharjo Tanggal 3 Juni 1996. Penulis adalah dosen tetap Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Semarang. Menyelesaikan pendidikan S1 Manajemen di UNTAG Semarang tahun 1992 dan S2 Magister Manajemen (Manajemen Keuangan) di Fakultas Ekonomika Dan Bisnis UNTAG Semarang tahun 2009.



## **BIODATA PENULIS**



### **Endang Susilowati, SE.,M.M,**

Dosen di Universitas Megou Pak Tulang Bawang Lampung

Endang Susilowati, SE.,M.M, lahir pada tanggal 9 Desember 1974 dari pasangan Hi. Masdi Susilo (Alhm Ayah) dan Hj. Suwarti (Ibu). Lulus S1 (Sarjana Ekonomi Prodi Akuntansi) Universitas Gajayana Malang Tahun 1998. Lulus S2 (Magister Manajemen) Universitas Gajayana Malang tahun 2005. Penulis menjadi dosen mulai tahun 2006 di Universitas Megou Pak Tulang Bawang Lampung. Penulis pernah mengajar di SMA Islam Sabilunnajah Seputih Raman Lampung Tengah sebagai guru ekonomi tahun 2013 -- 2020 dan pernah menjabat sebagai kepala sekolah SMA Islam Sabilunnajah Seputih Raman tahun 2016 sampai tahun 2020. Buku Akuntansi Manajemen ini merupakan buku ketiga yang sudah ditulis oleh penulis. Dua buku sebelumnya adalah Buku Bisnis dan Perekonomian Indonesia dan Buku Ekonomi Kreatif.

## BIODATA PENULIS



**Muh. Azdar Setiawan**  
Dosen Program Studi Farmasi

Penulis lahir di Kendari tanggal 20 September 1986. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi D3 Farmasi, Politeknik Bina Husada Kendari. Menyelesaikan pendidikan S1 pada Universitas Muslim Indonesia Makassar dan Program Profesi Apoteker pada Universitas Pancasila Jakarta dan melanjutkan S2 pada Jurusan Manajemen, Universitas Halu Oleo Kendari. Penulis menekuni bidang Pelayanan Kefarmasian, Mikrobiologi dan Manajemen Pemasaran Farmasi, Manajemen Pengadaan dan Akuntansi Farmasi. Saat ini menjabat sebagai Manager Operasional Apotek KEMARAYA Farma, Apoteker Penanggung Jawab PT. Indra Kendari Farma 2013 sampai sekarang. Pernah menjabat sebagai Kepala Lembaga Pusat Karir Akademi Farmasi Bina Husada Kendari tahun 2016 – 2018 serta Wakil Direktur III Bidang Kemahasiswaan dan Alumni 2018 – 2020 Politeknik Bina Husada Kendari. Penulis aktif menulis buku dan artikel ilmiah pada beberapa Pustaka serta jurnal nasional dan internasional, salah satunya berjudul *Konsep Manajemen Pemasaran Kesehatan*.

## **BIODATA PENULIS**



**Rinda Fithriyana, SE, M. Ak**

Dosen di Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai

Penulis merupakan Dosen Akuntansi pada Program Studi Kewirausahaan Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai sejak tahun 2017. Penulis lahir di Bangkinang, 31 Desember 1977. Penulis menyelesaikan S1 Akuntansi tahun 2000 di STIE YKPN Yogyakarta, dan S2 Akuntansi di Universitas Riau. Saat ini penulis sedang mengambil kuliah S3 di Universitas Andalas Padang. Penulis aktif menjadi dosen di Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai sejak tahun 2015 sampai sekarang sebagai dosen jurusan S1 Kewirausahaan.

Email: [rindaup@gmail.com](mailto:rindaup@gmail.com)

## **BIODATA PENULIS**

**Dr. Sulistyandari, SE, ME**  
Dosen Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Riau

Penulis lahir di Klaten, Jawa Tengah tanggal 16 Mei 1970. Menyelesaikan pendidikan S1 pada Program Studi Akuntansi Universitas Riau dan melanjutkan S2 dan S3 pada Jurusan *Islamic Economics & Finance* (IEF) Universitas Trisakti Jakarta. Pengalaman kerja di beberapa perusahaan swasta dan mengajar di beberapa Perguruan Tinggi di Pekanbaru. Saat ini penulis tercatat sebagai dosen tetap pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Riau.

## **BIODATA PENULIS**



**Pujangga Abdillah, S.E., M.Ak., CSRS., CertDA.**

Dosen Program Studi Akuntansi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis – Uninversitas Merdeka Malang

Penulis lahir di Kota Batu, 04 Desember 1992. Penulis adalah dosen tetap pada Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Merdeka Malang. Menyelesaikan Pendidikan S1 dan S2 pada Jurusan Akuntansi Universitas Brawijaya dan memiliki sertikasi di bidang akuntansi keberlanjutan dan analisis data. Penulis menekuni bidang penelitian.

## **BIODATA PENULIS**



### **Parju**

Staf Dosen Program Studi Akuntansi UNTAG Semarang

Penulis lahir di Sragen Tanggal 21 Oktober 1963. Penulis adalah dosen tetap Fakultas Ekonomika dan Bisnis UNTAG Semarang. Menyelesaikan pendidikan S1 Manajemen di UNTAG Semarang tahun 1989, S1 Akuntansi di UNTAG Semarang tahun 2002 dan S2 Manajemen Keuangan Di Universitas Hasanudin Tahun 1998

## BIODATA PENULIS



### **Sev Rahmiyanti, S.E., M. Ak**

Dosen Program Studi Kewirausahaan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Banten Jaya

Tempat tanggal lahir, Jakarta tanggal 12 Januari, merupakan dosen tetap Program Studi Kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Banten Jaya. Sarjana S1 Program Studi Akuntansi Universitas Gunadarma, meneruskan pendidikan S2 Program Studi Akuntansi Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Menjabat sebagai ketua Program Studi Kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Banten Jaya, Pengurus Bidang Akuntan Sektor Bisnis pada Ikatan Akuntansi Indonesia (IAI) Wilayah Banten periode Mei 2023-2026, Pengurus Bendahara pada Pusat Pengembangan Keahlian (*Skill Development Center*) periode 2020-2024, dan Pengurus Wakil Bendahara II pada Aliansi Penyelenggara Perguruan Tinggi Indonesia (APPERTI) Banten Periode 2018-2022.

Memiliki kepakaran di bidang Akuntansi, Akuntansi Manajemen dan Kewirausahaan. Aktif mengajar pada mata kuliah: Pengantar Akuntansi, Akuntansi Manajemen, *Budgeting*, Studi Kelayakan Bisnis, juga aktif sebagai peneliti dan pengabdian di bidang kepakaran tersebut. Ini adalah karya kedua penulis.