

**S K R I P S I**

**AGUS TONY POPUTRA**

**PENTINGNYA PENGGUNAAN METODE KALKULASI BIAYA LANGSUNG SEBAGAI  
PENGHASIL INFORMASI BAGI MANAJEMEN DALAM PENETAPAN  
HARGA JUAL PRODUK PADA PT. "X" DI SURABAYA**

**M I L I K  
PERPUSTAKAAN  
UNIVERSITAS AIRLANGGA  
S U R A B A Y A**

*A. 258/91*

*Pop  
p  
i*



**FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA  
S U R A B A Y A  
1991**

**PENTINGNYA PENGGUNAAN METODE KALKULASI BIAYA LANGSUNG  
SEBAGAI PENGHASIL INFORMASI BAGI MANAJEMEN  
DALAM PENETAPAN HARGA JUAL PRODUK  
PADA PT."X" DI SURABAYA**

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN  
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI  
JURUSAN AKUNTANSI**



**DIAJUKAN OLEH  
AGUS TONY POPUTRA**

**No. Pokok : 048943009**

**KEPADA  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA  
1991**

S K R I P S I

PENTINGNYA PENGGUNAAN METODE KALKULASI BIAYA LANGSUNG  
SEBAGAI PENGHASIL INFORMASI BAGI MANAJEMEN DALAM  
PENETAPAN HARGA JUAL PRODUK PADA PT. "X" DI SURABAYA

DIAJUKAN OLEH :

AGUS TONY POPUTRA

No. Pokok : 048943009

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH :

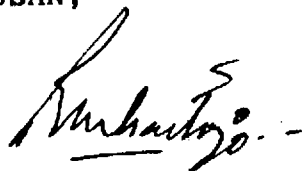
DOSEN PEMBIMBING,



DRS. EC. J. MALONDA, AK

TANGGAL..8-10-1991.....

KETUA JURUSAN,

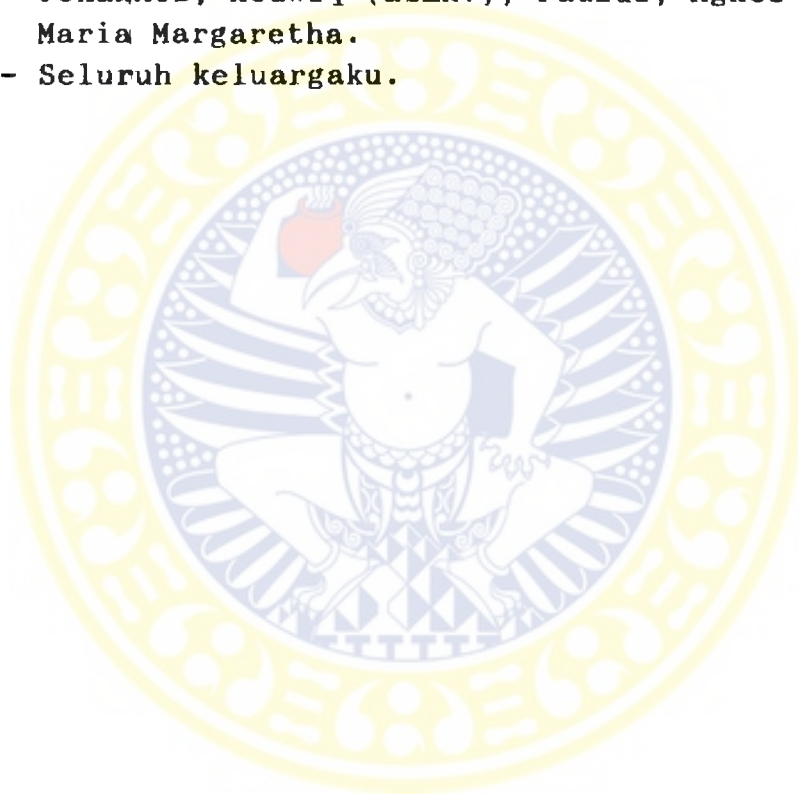


DRS. P. WIGNJOHARTOJO, AK

TANGGAL...13-11-1991.....

Kupersembahkan untuk yang kucintai :

- Papa (alm.) dan Mama.
- Femmy dan Tassya.
- Kakak - kakakku : Robert, Herman, lukas, Johannes, Hedwiq (almh.), Paulus, Agnes dan Maria Margaretha.
- Seluruh keluargaku.



Motto :

"Cogito ergo sum."  
Aku berpikir maka aku ada.

( Descartes )

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah Bapa Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang karena atas berkat dan bimbingan-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Puji dan syukur pula kepada Bunda Maria atas perantaraan doanya.

Adapun maksud penulisan ini adalah sebagai prasyarat untuk memperoleh gelar sarjana akuntansi pada Fakultas Ekonomi Universitas Airlangga Surabaya.

Pada kesempatan ini pula penulis ingin menyampaikan terima kasih yang setulusnya kepada :

1. Bapak Drs. Ec. J. Malonda, Ak atas bimbingannya selama penulisan skripsi ini serta segala bantuan yang telah diberikan.
2. Bapak Drs. Ec. S. Abipraja selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Airlangga.
3. Bapak Drs. P. Wignjohartojo, Ak selaku Ketua Jurusan Akuntansi dan Dosen Wali penulis atas segala bantuan dan dorongan bagi penulis selama menjalankan studi di Surabaya.
4. Bapak Drs. Ec. Henky Supit, Ak, Bapak Drs. Arsono

Laksmana, Ak, Ibu Dra. Lindawati Gani, Ak serta seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Airlangga Surabaya dan Fakultas Ekonomi Unsrat Manado atas bimbingan yang diberikan kepada penulis selama studi.

5. Papa (alm.), Mama, Istri, Anak, Kakak-kakak serta seluruh keluargaku dan tak lupa untuk Om San sekeluarga atas segala kasih yang diberikan selama ini kepada penulis.

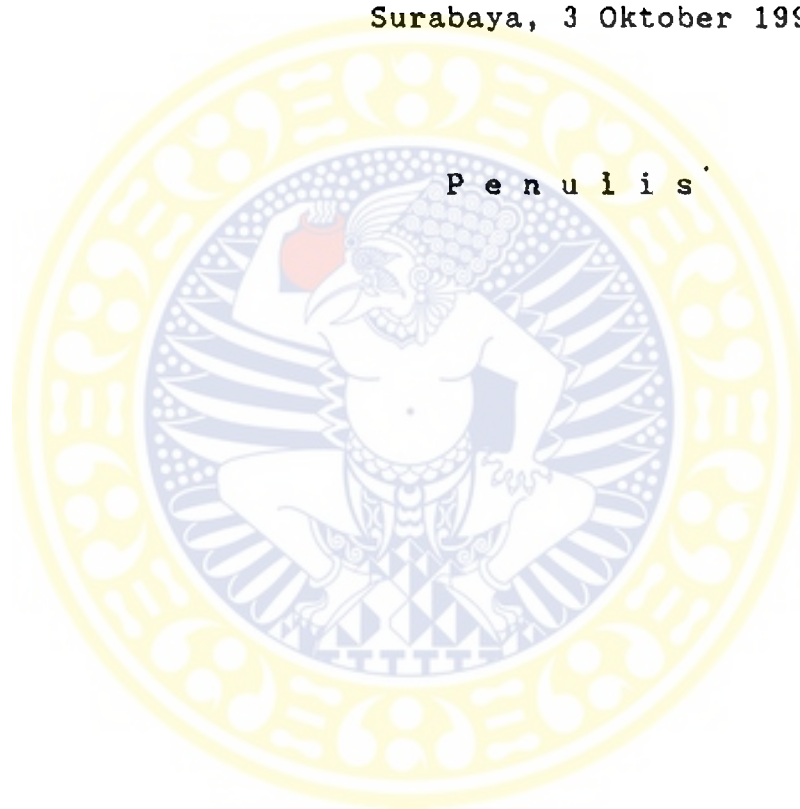
6. Dra. Meita Supit, Ak serta seluruh staf Kantor Akuntan Publik Drs. Johan, Malonda dan Rekan di Surabaya. Dan tak lupa untuk teman-teman yang setia Sonny, Stanly, Anne, Meity, Linda, Ade, Denny, Nita, Erlin, Since, Lintje, James serta rekan-rekan di Karang Menjangan 35 dan seluruh sahabat yang tak dapat penulis kemukakan satu per satu.

Semoga Tuhan Yang Maha Pengasih membalas semua budi baik itu.

Penulis menyadari bahwa penulisan ini masih jauh dari sempurna oleh karena itu kritik dan saran dari pembaca merupakan masukan yang berharga bagi penulis.

Akhir kata penulis berharap semoga penulisan ini  
bermanfaat bagi pembaca sebagai bahan referensi.

Surabaya, 3 Oktober 1991



## D A F T A R I S I

	Hal.
Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan	ii
Kata Pengantar	iii
Daftar Isi	vi
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar	xii
Daftar Lampiran	xiii
Intisari ( Abstraksi )	xiv
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	<b>1</b>
1. Latar Belakang Masalah	1
2. Perumusan Masalah	4
3. Tujuan Penelitian	5
4. Manfaat penelitian	5
5. Sistematika Skripsi	6
<b>BAB II : Tinjauan Pustaka</b>	<b>8</b>
1. Landasan Teori	8
1.1 Harga jual produk	8
1.1.1 Pentingnya penetapan harga jual produk	8



1.1.2 Dasar penetapan harga jual	9
1.2 Manfaat informasi biaya bagi manajemen	12
1.3 Sumber informasi biaya	14
1.4 Pengertian biaya tetap dan biaya variabel	15
1.5 Manfaat pemisahan biaya tetap dan biaya variabel	17
1.6 Perbandingan metode kalkulasi biaya langsung dan absorpsi	18
1.6.1 Perbedaan metode kalkulasi biaya absorpsi dengan langsung ditinjau dari sudut penentuan harga pokok produk	18
1.6.2 Perbedaan metode kalkulasi biaya ditinjau dari sudut penyajian laporan rugi laba	22
1.6.3 Keuntungan dan kelemahan metode kalkulasi biaya absorpsi	25
1.6.4 Keuntungan dan kelemahan metode kalkulasi biaya langsung	29
1.7 Analisis biaya-volume-laba	33

1.7.1 Pentingnya analisis biaya-volume laba	33
1.7.2 Teknik analisis biaya-volume-laba	33
1.7.3 Asumsi-asumsi yang membatasi ana- lisis biaya-volume-laba	36
1.7.4 Teknik analisis titik impas untuk metode kalkulasi biaya absorpsi	38
1.8 Metode least squares dan korelasi	39
1.8.1 Metode least squares	39
1.8.2 Metode korelasi	40
2. Hipotesis	41
3. Metode Penelitian	41
3.1 Defenisi operasional	41
3.2 Identifikasi variabel	42
3.3 Jenis dan sumber data	43
3.4 Proses pengumpulan data	43
<b>BAB III : ANALISIS</b>	<b>45</b>
1. Gambaran Umum Perusahaan	45
1.1 Riwayat singkat PT. "X"	45
1.2 Gambaran perkembangan usaha PT. "X"	45
1.3 Struktur organisasi PT. "X"	46
1.4 Hasil produksi	47

1.5 Proses produksi	47
1.6 Bahan baku dan bahan bakar	51
1.7 Sistem akuntansi dan pelaporan manajemen	52
1.8 Pemasaran produk	54
1.9 Cara penetapan harga jual	54
2. Pembahasan	55
2.1 Analisis terhadap cara penetapan harga jual yang dibuat perusahaan	57
2.2 Analisis terhadap produk perusaha- an dan cara penetapan harga jual yang baik	59
2.3 Penggunaan metode kalkulasi biaya	61
2.4 Analisis perilaku biaya	62
2.4.1 Biaya variabel bahan baku	64
2.4.2 Biaya tenaga kerja langsung	67
2.4.3 Biaya tidak langsung pabrik	67
2.4.4 Biaya variabel bagian jasa	70
2.4.5 Biaya pemasaran, administrasi dan umum	70
2.5 Perhitungan biaya variabel per unit dan total biaya tetap	72

2.6	Penentuan harga jual rutin berdasar-	72
	kan metode kalkulasi biaya langsung	
2.7	Penggunaan metode kalkulasi biaya	74
	langsung untuk pengambilan keputus-	
	an mengenai harga pada situasi khu-	
	sus dan jangka pendek	
2.8	Bentuk informasi yang dihasilkan	75
	metode kalkulasi biaya langsung	
2.9	Komparasi antara metode kalkulasi	76
	biaya langsung dengan metode kalku-	
	lasi biaya yang dibuat yang dibuat	
	perusahaan dan pembuktian hipotesa	
BAB IV	: KESIMPULAN DAN SARAN	78
1.	Kesimpulan	78
2.	Saran	82
DAFTAR PUSTAKA		83
LAMPIRAN		85

## DAFTAR TABEL

	Hal.
1. PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUK DALAM METODE FULL COSTING	19
2. PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUK MENURUT METODE VARIABLE COSTING	21
3. PERBEDAAN PERLAKUAN ATAS BIAYA OVERHEAD TETAP ANTARA METODE PENETAPAN HARGA POKOK LANGSUNG/VARIABEL DENGAN METODE SERAPAN	23
4. PERBANDINGAN SISTEM HARGA POKOK LANGSUNG DAN SERAPAN DALAM PERHITUNGAN RUGI LABA UNTUK TAHUN YANG BERAKHIR TANGGAL 31 DESEMBER 19-1	26
5. PERHITUNGAN BIAYA UNTUK PENETAPAN HARGA JUAL PRODUK PADA PT. "X"	56
6. BIAYA BAHAN BAKU CAT PER UNIT OUTPUT	65
7. KEBUTUHAN BEKLEED PER UNIT OUTPUT	66
8. BIAYA VARIABEL TENAGA KERJA LANGSUNG	68
9. BIAYA TIDAK LANGSUNG PABRIK TETAP	68
10. JUMLAH BIAYA VARIABEL PER UNIT OUTPUT	73
11. PERHITUNGAN BIAYA VARIABEL TETAP PER BULAN	73

DAFTAR GAMBAR

	Hal.
1. GRAFIK BIAYA-VOLUME-LABA	37
2. STRUKTUR ORGANISASI PT. "X"	48
3. URUTAN PROSES PRODUKSI	50



DAFTAR LAMPIRAN

1. BIAYA PABRIK TAK LANGSUNG SEKSI PERAKITAN AWAL DI LUAR BIAYA PENYUSUTAN DAN GAJI KEPALA SEKSI TAHUN 1990.
2. BIAYA PABRIK TAK LANGSUNG SEKSI PERAKITAN METAL AKHIR DI LUAR BIAYA PENYUSUTAN DAN GAJI KEPALA SEKSI TAHUN 1990.
3. BIAYA PABRIK TAK LANGSUNG SEKSI PENGECATAN DI LUAR BIAYA PENYUSUTAN DAN GAJI KEPALA SEKSI TAHUN 1990.
4. BIAYA PABRIK TAK LANGSUNG SEKSI PERLENGKAPAN DI LUAR BIAYA PENYUSUTAN DAN GAJI KEPALA SEKSI TAHUN 1990.
5. BIAYA BAGIAN JASA TAHUN 1990.
6. BIAYA PEMASARAN, ADMINISTRASI DAN UMUM TAHUN 1990.

## INTISARI ( ABSTRAKSI )

Pada perusahaan yang profit oriented, laba merupakan salah satu sasaran yang ingin dicapai. Untuk pencapaian sasaran tersebut setiap perusahaan menerapkan strateginya masing-masing. Salah satu strategi yang dibuat adalah strategi mengenai harga jual.

Harga jual produk perlu mendapat perhatian sebab harga jual pada umumnya berkaitan langsung dengan permintaan yang mana pada akhirnya akan mempengaruhi sasaran laba perusahaan. Oleh karena itu perlu ditetapkan suatu harga jual yang wajar bagi produk perusahaan.

Agar dapat menetapkan suatu harga jual yang wajar bagi perusahaan dibutuhkan informasi yang cukup mengenai biaya-biaya perusahaan di samping informasi mengenai harga jual pesaing.

Untuk menghasilkan suatu informasi biaya yang baik dibutuhkan metode kalkulasi biaya yang baik pula yang disesuaikan dengan kondisi perusahaan yang ada.

Hasil penelitian pada PT. "X" menunjukkan bahwa



metode kalkulasi biaya langsung atau direct costing dapat memberikan informasi biaya yang lebih untuk penetapan harga jual produk sesuai dengan kondisi perusahaan tersebut.



B A B I  
PENDAHULUAN

M I L I K  
PERPUSTAKAAN  
"UNIVERSITAS AIRLANGGA"  
S U R A B A Y A

1. Latar Belakang Masalah

Iklm dunia usaha di Indonesia akhir-akhir ini terasa semakin kompetatif. Persaingan terjadi baik di antara perusahaan-perusahaan nasional yang ada maupun antara perusahaan nasional dengan perusahaan multi nasional. Hal ini ditandai dengan bermunculannya berbagai perusahaan pada berbagai sektor yang merupakan tindak lanjut dari serangkaian paket deregulasi yang dikeluarkan pemerintah akhir-akhir ini.

Untuk mengantisipasi situasi demikian, para pengambil keputusan pada setiap perusahaan akan menyusun strateginya masing-masing yaitu serangkaian rencana yang terpadu, luas dan terintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan dan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan itu dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi. Dimana dalam hal ini strategi merupakan

kerangka acuan bagi perusahaan dalam bertindak.

Selanjutnya dari rencana yang terpadu ini, disusunlah kebijakan yakni "aturan atau seperangkat aturan yang luas dan yang menuntun dan mengarahkan tindakan-tindakan dalam organisasi."<sup>1</sup> Salah satu diantara kebijakan yang dibuat perusahaan adalah kebijakan mengenai harga jual produk.

Dalam perusahaan yang profit oriented, harga jual produk merupakan masalah yang penting. Dari harga jual yang ditetapkan diharapkan pada akhirnya akan mendatangkan pendapatan yang cukup bagi perusahaan yang dapat menutup biaya-biaya yang telah dibebankan serta memberikan kontribusi laba yang memadai untuk menjamin kelangsungan hidup dan perkembangan perusahaan.

Faktor-faktor yang mendasari pertimbangan mengenai harga jual produk biasanya sebagai berikut :

- Harga jual pesaing untuk produk sejenis.
- Biaya-biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi

-----  
<sup>1</sup> Robert N. Anthony , John Dearden dan Norton M. Bedford, Sistem Pengendalian Manajemen, Edisi kelima, Terjemahan, Penerbit Erlangga, Jakarta, 1987, hal. 4.

produk tersebut serta biaya-biaya operasi lainnya untuk menjalankan perusahaan.

- Harga atas permintaan langganan.

Pada rata-rata perusahaan dua faktor yang disebutkan terdahulu yang lebih lazim dipakai. Sedangkan untuk kebanyakan perusahaan di Indonesia, faktor harga jual pesaing lebih dominan dan sedikit didukung oleh taksiran biaya yang banyak kali tidaklah representatif atau dengan kata lain adanya varians yang besar antara taksiran biaya dengan realisasinya.

Salah satu penyebab terjadinya situasi ini adalah kekurangmampuan metode kalkulasi biaya yang digunakan perusahaan untuk menghasilkan informasi yang akurat dan siap pakai bagi manajemen untuk membuat keputusan yang terbaik.

Pada literatur yang ada dalam disiplin akuntansi manajemen terdapat suatu metode kalkulasi biaya yang biasa juga diterapkan dalam praktek yaitu metode kalkulasi biaya langsung. Metode ini memisahkan secara tegas antara biaya variabel dan biaya tetap yang terjadi dalam operasi perusahaan. Pemakaian metode ini

banyak membantu manajemen dalam pengambilan keputusan yang membutuhkan pertimbangan biaya secara lebih akurat dan lebih cepat sesuai dengan kondisi perusahaan yang ada.

## 2. Perumusan Masalah

PT "X" adalah perusahaan yang bergerak dalam bisnis karoseri mobil. Bisnis ini termasuk dalam bisnis yang mengalami persaingan yang cukup tinggi. Dengan keadaan demikian faktor harga jual merupakan salah satu pertimbangan penting dalam penetrasi pasar.

Untuk memperoleh suatu harga jual yang dapat menempatkan perusahaan pada posisi bersaing diperlukan informasi mengenai biaya-biaya perusahaan di samping informasi mengenai harga jual pesaing. Dalam kondisi biaya-biaya yang berubah-ubah saat ini kebutuhan akan informasi biaya yang akurat dan baik merupakan suatu kebutuhan yang mendasar untuk pengambilan keputusan yang membutuhkan informasi biaya. Permasalahannya adalah metode manakah yang dapat dipakai untuk memenuhi kebutuhan ini secara lebih memuaskan.

### 3. Tujuan Penelitian

Tujuan daripada penelitian ini adalah untuk :

- Memperoleh gambaran mengenai metode kalkulasi biaya yang diterapkan oleh perusahaan.
- Memperoleh gambaran tentang proses pengambilan keputusan mengenai harga jual produk.
- Memperlihatkan mengenai pentingnya penggunaan metode kalkulasi biaya langsung dalam membantu manajemen dalam penetapan harga jual produk.

### 4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

- Penulis mengharapkan agar apa yang dihasilkan dalam penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi para pengambil keputusan pada PT "X" dalam menerapkan metode kalkulasi biayanya untuk penentuan harga jual.
- Memberikan kesempatan bagi penulis untuk menerapkan teori yang telah diperoleh selama masa kuliah ke dalam praktek yang nyata.
- Kiranya hasil penelitian ini dapat berguna bagi pembaca yang membutuhkannya sebagai bahan referensi.

## 5. Sistematika Skripsi

Sistematika skripsi ini disusun dalam urutan penulisan sebagai berikut :

### B A B I : Pendahuluan

Bab ini berisi mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika skripsi.

### B A B II : Tinjauan Pustaka

Dalam bab ini akan dijelaskan secara singkat mengenai landasan teori yang memuat mengenai pentingnya harga jual, manfaat informasi biaya, perbandingan antara metode full costing dan direct costing, tehnik analisis biaya-volume laba serta analisis regresi dan korelasi. Bab ini pula memuat mengenai hipotesa kerja dan metode penelitian yang digunakan.

### B A B III : Analisis

Bab ini dibagi atas dua bagian, yaitu :

1. Gambaran umum hasil penelitian yang

berisi garis besar sejarah perusahaan dan struktur organisasi PT "X", gambaran perkembangan usaha, hasil produksi, proses produksi, cara pemasaran, sistem akuntansi dan pelaporan manajemen serta cara penentuan harga jual.

2. Pembahasan yang menjelaskan tentang pendekatan-pendekatan yang dilakukan dalam pengumpulan data, penyesuaian data untuk keperluan pembahasan dan diakhiri dengan penerapan konsep yang telah dibahas pada bab-bab sebelumnya

#### B A B IV : Kesimpulan dan Saran

Bab ini merupakan penutup dari keseluruhan pembahasan yang berisikan garis besar dari pembahasan yang telah dibuat serta saran-saran perbaikan bagi manajemen di masa mendatang.



## B A B II

## TINJAUAN PUSTAKA

## 1. Landasan Teori

1.1 Harga jual produk1.1.1 Pentingnya penetapan harga jual produk.

Suatu perusahaan yang mau memperluas pasar ataupun mempertahankannya perlu menerapkan suatu bauran pemasaran yang baik karena bauran pemasaran merupakan integrasi dari variabel-variabel pemasaran yang berguna dalam penjualan. Sebagaimana didefinisikan oleh Philip Kotler bahwa, "bauran pemasaran adalah campuran dari variabel-variabel pemasaran yang dapat dikendalikan yang dipergunakan oleh perusahaan untuk mengejar tingkat penjualan yang diinginkan dalam pasar sasaran."<sup>2</sup> Dimana variabel-variabel dalam bauran pemasaran itu terdiri dari : "Product, selling price, place and promotion."<sup>3</sup>

-----

<sup>2</sup> Philip Kotler, Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan dan Pengendalian, Edisi kelima, Terjemahan, Penerbit Erlangga, Jakarta, 1987, hal. 98.

<sup>3</sup> Mc. Carthy, dalam Philip Kotler, ibid., hal 98.

Berdasarkan penjelasan Mc. Carthy di atas, harga jual atau selling price merupakan salah satu variabel penting dalam bauran pemasaran yang dapat digunakan untuk mengejar tingkat penjualan serta menciptakan kesuksesan bagi perusahaan .

1.1.2 Dasar penetapan harga jual. Dalam menetapkan harga jual produk terdapat beberapa dasar yang dapat dijadikan kerangka acuan yang disesuaikan dengan kondisi perusahaan. Dalam buku Politik Pemasaran, Radiosunu menyatakan bahwa terdapat tiga dasar untuk menetapkan harga jual yaitu "penetapan harga jual yang didasarkan atas biaya, penetapan harga jual yang didasarkan atas permintaan, dan penentuan harga yang didasarkan atas persaingan."<sup>4</sup>

Penjelasan atas hal ini adalah sebagai berikut :

a. Penetapan harga jual yang didasarkan biaya. Dalam penetapan harga semacam ini unsur biaya merupakan pertimbangan penting. Harga jual yang didasarkan pada biaya antara lain adalah :

-----

<sup>4</sup> Radiosunu, Politik Pemasaran, Edisi 1, Penerbit BPFE, Yogyakarta, 1987, hal. 45.

- Mark-up pricing ; Harga jual ditetapkan dengan cara menambahkan prosentase tertentu pada biaya satuan. Teknik ini biasanya diimplementasikan oleh pedagang pengecer atau pun oleh perusahaan yang memiliki product differentiation yang kuat.

- Cost-plus pricing ; Harga jual ditetapkan dengan menambahkan prosentase tertentu pada total biaya produksi. Cara ini biasanya diterapkan untuk pekerjaan pekerjaan yang tidak bersifat rutin seperti pekerjaan kontraktor untuk pembangunan jangka panjang dimana sebab adanya kelemahan dalam memprediksi variabel variabel yang terkait.

- Target pricing ; Cara yang dilakukan adalah dengan berusaha menetapkan harga jual yang akan menghasilkan target rate of return tertentu atas biaya totalnya pada standar volume yang diperkirakan. Target rate of return dapat berupa pengembalian atas investasi yang dikenal dengan istilah ROI ( return on investment ). Cara ini didasarkan pada pemikiran jangka panjang sebagaimana dikemukakan oleh Robert S. Kaplan bahwa "over the long run, the firm needs to price its product so that it can recover all organization costs and

obtain an adequate return on invested capital."<sup>5</sup> Pada cara ini yang dipertimbangkan adalah total biaya tidak semata-mata biaya produksi saja dimana prosedur penetapan harga jual ini dapat dijelaskan dengan perantaraan suatu break even chart.

Aplikasi dari cara ini sangat baik untuk perusahaan yang menghasilkan produk tunggal atau perusahaan yang menghasilkan beberapa produk yang mempunyai kejelasan besarnya investasi masing-masing serta alokasi biaya yang baik antar produk tersebut.

b. Penetapan harga jual yang didasarkan atas permintaan. Dalam hal ini, meskipun biaya satuan adalah sama, namun harga ditetapkan tinggi bila permintaan sangat kuat dan harga ditetapkan rendah bila permintaannya lemah.

c. Penentuan harga jual yang didasarkan atas persaingan. Perusahaan yang menetapkan harga jualnya atas dasar harga jual saingannya dimana dapat menetapkan harga sedikit lebih tinggi atau lebih

-----

<sup>5</sup> Robert S. Kaplan and Anthony A. Atkinson, Advanced Management Accounting, Second Edition, Prentice Hall International, New Jersey, 1989, page 188.

rendah dari harga jual saingan.

## 1.2 Manfaat informasi biaya bagi manajemen

Sebelum mengetengahkan tentang manfaat daripada informasi biaya bagi manajemen perlulah diketahui pengertian mengenai informasi biaya itu sendiri. Informasi biaya terdiri dari dua kata yaitu informasi dan biaya. Menurut Barry E. Cushing yang diterjemahkan oleh Ruchat Kosasih, "informasi diartikan sebagai output pengolahan data yang yang diorganisir dan berguna bagi orang yang menerimanya."<sup>6</sup> Selanjutnya Gordon B. Davis mendefinisikan informasi sebagai berikut : " Informasi adalah data yang telah diolah menjadi sebuah bentuk yang berarti bagi penerimanya dan bermanfaat dalam mengambil keputusan saat ini atau mendatang."<sup>7</sup> Sedangkan biaya diartikan oleh Robert N. Anthony sebagai "cost is a measurement in monetary

-----

<sup>6</sup> Barry E. Cushing, Sistem Informasi Akuntansi dan Organisasi Perusahaan, Edisi ketiga, Terjemahan, Penerbit Erlangga, Jakarta, 1983, hal. 11.

<sup>7</sup> Gordon B. Davis, Kerangka Dasar Sistem Informasi Manajemen, Seri Manajemen no. 90-A, Terjemahan, IPPM dan PT. Pustaka Binaman Pressindo, 1987, Bagian I, hal. 29.

term, of the amount of resources used for some purpose."<sup>8</sup>

Jadi dari pengertian-pengertian yang ada mengenai informasi dan biaya dapatlah disimpulkan bahwa informasi biaya adalah data-data yang bersifat keuangan mengenai pemanfaatan sumber-sumber daya yang ada dalam perusahaan yang telah diolah dalam bentuk yang berarti yang berguna bagi manajemen dalam pengambilan keputusan.

Manfaat-manfaat yang diberikan oleh informasi biaya bagi manajemen adalah sebagai berikut :

- a. Perencanaan yang meliputi perencanaan biaya, laba, volume penjualan dan harga jual.
- b. Pengendalian terhadap biaya-biaya yang terjadi.
- c. Penentuan nilai persediaan akhir dan barang dalam proses.

Karena informasi biaya ini penting dalam perencanaan dan pengendalian bagi manajemen maka diperlukan pengolahan data biaya secara baik sehingga

-----

<sup>8</sup> Robert N. Anthony and James S. Reece, Accounting: Text and Cases, Eighth Edition, Richard D. Irwin Inc., Illinois, 1989, page 578.

informasi yang dihasilkan tidak menyesatkan pihak manajemen.

### 1.3 Sumber informasi biaya

Informasi biaya dihasilkan oleh suatu sistem yang disebut sistem informasi akuntansi biaya. Sistem ini merupakan bagian dari sistem akuntansi yang menekankan pada biaya.

Menurut Barry E. Chusing, pengertian sistem informasi akuntansi adalah " Sekumpulan manusia dan sumber-sumber modal di dalam suatu organisasi yang bertanggung jawab untuk penyiapan informasi keuangan dan juga informasi yang diperoleh dari pengumpulan dan pengolahan data transaksi."<sup>9</sup>

Sedangkan menurut Joseph W. Wilkinson, sistem informasi akuntansi didefinisikan sebagai :

An intergrated framework within a firm that employs physical resources to transform economic data into financial information for :

1. Operating and managing the firm's activities.
2. Reporting the firm's achievements to interested parties."<sup>10</sup>

-----  
<sup>9</sup> Barry E. Cushing, op cit., hal. 17

<sup>10</sup> Joseph W. Wilkinson, Accounting Information

Jadi dapat disimpulkan bahwa informasi biaya merupakan produk daripada suatu kerangka kerja terpadu dari departemen akuntansi yang mentransformasikan data biaya menjadi informasi untuk mengoperasikan dan manajemen kegiatan perusahaan. Dan kerangka kerja yang ada merupakan kumpulan dari prosedur, tehnik, aturan dan juga metode yang termasuk di dalamnya metode kalkulasi biaya.

#### 1.4 Pengertian biaya tetap dan biaya variabel

Biaya-biaya yang terjadi dalam perusahaan menurut sifatnya dapat dibagi dalam dua kategori utama yaitu biaya tetap dan biaya variabel. Pada banyak literatur disebutkan pula biaya semivariabel, biaya campuran dan biaya semitetap, akan tetapi pada dasarnya semua jenis biaya tersebut merupakan perpaduan dari dua biaya utama tersebut .

Horngren dalam bukunya yang berjudul "Pengantar Akuntansi Manajemen memberikan pengertian mengenai biaya variabel dan biaya tetap sebagai berikut :

-----

System : Essential Concept and Applications, John Wiley and Son, Inc., 1989, page 4.



Biaya variabel adalah biaya yang seragam per unit tetapi totalnya berfluktuasi, berbanding langsung dengan jumlah kegiatan atau volume yang bersangkutan. Biaya tetap adalah biaya yang totalnya tidak berubah tetapi per unitnya akan semakin kecil jika volumenya semakin bertambah.<sup>11</sup>

Sedangkan menurut Cashin pengertian biaya tetap dan biaya variabel adalah sebagai berikut :

Biaya tetap adalah biaya dimana total biaya relatif tetap sampai dengan tingkat output tertentu, sedangkan biaya per-unit berubah menurut outputnya. Sebaliknya biaya variabel adalah biaya dimana total biaya cenderung berubah sesuai dengan perubahan volume atau hasil, sedangkan biaya per unit tidak berubah."<sup>12</sup>

Dari definisi-definisi ini dapat ditarik kesimpulan bahwa ciri variabel dan tetap itu berkaitan dengan jumlah rupiah total dan bukan dengan jumlah rupiah per unit. Untuk biaya tetap hanya akan tetap dalam kaitannya dengan suatu periode tertentu dan atau serangkaian aktivitas tertentu yang ruang lingkungnya cukup luas yang disebut rentang relevan.

-----  
<sup>11</sup> Charles T. Horngren, Pengantar Akuntansi Manajemen, Edisi keenam, bagian 1, terjemahan, Erlangga, Jakarta, Hal. 32.

<sup>12</sup> James A. Cashin dan Ralph S. Polimeni, Akuntansi Biaya, Edisi pertama, Terjemahan, Erlangga, Jakarta, 1986, Hal. 27

### 1.5 Manfaat pemisahan biaya tetap dan biaya variabel

Pemisahan biaya berdasarkan perilakunya yaitu atas tetap dan variabel pada hakekatnya cukup sukar. Kesukarannya adalah menentukan secara tepat besarnya masing-masing biaya tersebut. Akan tetapi ilmu akuntansi adalah merupakan suatu seni maka kebenaran mutlak bukanlah tuntutan di sini melainkan suatu kebenaran yang mendekati atau obyektivitas yang mendekati. Dengan demikian pemisahan ini dapat dimungkinkan.

Di samping itu pemisahan biaya tersebut di atas memberikan banyak manfaat bagi manajemen dalam mengoperasikan perusahaannya sebagaimana diungkapkan Matz-Usry, yaitu :

1. Analisis penetapan biaya langsung dan margin kontribusi.
2. Analisis profitabilitas pemasaran per wilayah, produk dan pelanggan.
3. Analisis titik impas dan volume-biaya-laba.
4. Analisis biaya diferensial dan komparatif.
5. Maksimisasi laba jangka pendek dan keperluan minimisasi biaya.
6. Keputusan penganggaran modal.<sup>13</sup>

---

<sup>13</sup> Matz-Usry, Akuntansi Biaya : Perencanaan dan Pengendalian, Edisi kedelapan, Terjemahan, Erlangga, Jakarta, Hal. 81.

## 1.6 Perbandingan metode kalkulasi biaya langsung dan absorpsi

Baik metode kalkulasi biaya langsung maupun absorpsi merupakan metode penentuan harga pokok produk. Perbedaan pokok yang ada di antara kedua metode tersebut adalah terletak pada perlakuan terhadap biaya produksi yang bersifat tetap. Adanya perbedaan perlakuan terhadap biaya produksi tetap ini akan mempunyai akibat pada :

- a. Perhitungan harga pokok produk.
- b. Penyajian Laporan Rugi Laba.

### 1.6.1 Perbedaan metode kalkulasi biaya absorpsi dengan langsung ditinjau dari sudut penentuan harga pokok produk.

Kalkulasi biaya absorpsi merupakan metode penentuan harga pokok yang membebankan seluruh biaya produksi baik yang bersifat tetap maupun variabel kepada produk. Harga pokok produk menurut metode absorpsi dapat dilihat pada tabel 1.

Pada tabel 1 ini terlihat bahwa biaya overhead pabrik baik variabel maupun tetap dimasukkan ke dalam harga pokok produk. Pembebanan ini didasarkan pada

TABEL 1  
 PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUK DALAM METODE FULL  
 COSTING

Biaya bahan baku	Rp	xxx
Biaya tenaga kerja langsung		xxx
Biaya overhead pabrik tetap		xxx
Biaya overhead pabrik variabel		xxx
		xxx
Harga Pokok Produk	Rp	xxx

Sumber : Mulyadi, Akuntansi Biaya Untuk Manajemen,  
Edisi keempat, Penerbit B.P.F.E., Yogyakarta, 1986.

biaya sesungguhnya atau atas dasar tarip yang ditentukan di muka pada kapasitas normal. Sehingga seolah-olah biaya overhead pabrik tetap berperilaku sebagai biaya variabel. Keadaan ini mengakibatkan para manajer cenderung menetapkan suatu tarip gabungan dari kedua jenis biaya overhead ini yang pada akhirnya memperkabur sifat daripada biaya overhead tetap. Tendensi seperti ini dikemukakan oleh Horngren dengan menyatakan bahwa "biaya-biaya sering tidak digolongkan sebagai tetap atau variabel dalam laporan sistem harga pokok serapan meskipun penggolongan semacam ini

.....  
mungkin."<sup>14</sup> Apabila biaya overhead pabrik dibebankan kepada produk didasarkan atas tarip yang ditentukan dimuka pada kapasitas normal akan menimbulkan kelebihan atau kekurangan pembebanan overhead pabrik seandainya biaya overhead sesungguhnya berbeda dengan yang dibebankan tersebut. Faktor penyebabnya terletak pada overhead pabrik tetap yang dikenal volumn Variances. Jika semua produk yang dihasilkan selama periode tersebut belum laku dijual maka selisih ini dapat dikurangi ataupun ditambahkan pada harga pokok produk yang masih dalam persediaan baik berupa barang dalam proses ataupun barang jadi. Tetapi apabila dalam suatu periode tidak terjadi pembebanan lebih atau kurang maka biaya overhead pabrik tetap tidak mempunyai pengaruh terhadap perhitungan rugi laba sebelum produk laku dijual.

Sebaliknya dalam metode kalkulasi biaya langsung, harga pokok produk hanya terdiri dari biaya-biaya produksi variabel saja. Harga pokok produk menurut

-----  
<sup>14</sup> Charles T. Horngren and George Foster, Akuntansi Biaya : Suatu Pendekatan Manajerial, Edisi keenam, Terjemahan, Erlangga, Jakarta, 1988, Hal. 271.

metode ini dapat dilihat pada tabel 2.

TABEL 2

PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUK MENURUT METODE VARIABLE  
COSTING

Biaya bahan baku variabel	Rp	xxx
Biaya tenaga kerja variabel		xxx
Biaya overhead pabrik variabel		xxx
		-----
Harga pokok produk	Rp	xxx
		-----

Sumber : Mulyadi, Akuntansi Biaya untuk Manajemen, Edisi keempat, B.P.F.E., Yogyakarta, 1986

Di dalam metode kalkulasi biaya langsung, biaya overhead pabrik tetap diperlakukan sebagai biaya periode dan bukan sebagai harga pokok produk sehingga seluruh biaya overhead tetap dibebankan sebagai biaya di dalam periode dimana overhead pabrik itu terjadi tanpa melihat kepada produk yang belum laku terjual.

Metode absorpsi menunda pembebanan biaya overhead pabrik tetap sebagai biaya sampai saat produk tersebut laku terjual. Jadi biaya overhead pabrik yang terjadi masih dianggap sebagai aktiva/persediaan sebelum produk tersebut terjual. Sebaliknya metode kalkulasi

biaya langsung tidak menyetujui penundaan pembebanan biaya overhead pabrik tetap tersebut atau dengan kata lain tidak menyetujui pembebanan biaya overhead tetap pada produk.

Alasan penundaan biaya tetap sebenarnya kurang dapat diterima karena penundaan itu hanya bermanfaat apabila dengan penundaan itu diharapkan dalam periode mendatang dapat dihindari terjadinya biaya yang sama. Sedangkan diketahui bahwa biaya overhead pabrik tetap merupakan biaya yang tidak berubah dalam hubungannya dengan perubahan volume di dalam jangka pendek. Dengan kata lain biaya tetap itu merupakan fungsi waktu bukan merupakan fungsi produksi. Ada atau tidak ada produksi biaya ini tetap terjadi. Tabel 3 akan memperlihatkan perbedaan kedua metode ini dalam akuntansi.

**1.6.2 Perbedaan metode kalkulasi biaya ditinjau dari sudut penyajian laporan rugi laba.** Ditinjau dari sudut penyajian laporan rugi laba, perbedaan pokok dari kedua metode kalkulasi ini terletak pada klasifikasi pos-pos yang disajikan di dalam laporan rugi laba tersebut. Laporan rugi laba yang disusun

**TABEL 3**  
**PERBEDAAN PERLAKUAN ATAS BIAYA OVERHEAD TETAP**  
**ANTARA METODE PENETAPAN HARGA POKOK LANGSUNG/VARIABEL**  
**DENGAN METODE SERAPAN**

BIAYA OVERHEAD PABRIK TETAP YANG HARUS DIPERTANGGUNG- JAWABKAN	PENETAPAN HARGA POKOK VARIABEL — BIAYA YANG DIMA- SUKKAN KE PERSEDIAAN	BEBAN DALAM 19-1
<u>Rp 2.200.000</u>	Jatuh tempo langsung sebagai biaya periode	<u>Rp 2.200.000</u>
BIAYA OVERHEAD PABRIK TETAP YANG HARUS DIPERTANGGUNG- JAWABKAN	PENETAPAN HARGA POKOK SERAPAN- BIAYA YANG DIMA- SUKKAN KE PERSEDIAAN	BEBAN DALAM 19-1
<u>Rp 2.200.000</u>	Tambahan ke persediaan $1.100 \times \text{Rp } 2.000 = \text{Rp } 2.200.000$ Harga pokok penjualan $1.000 \times \text{Rp } 2.000 = \text{Rp } 2.000.000$	<u>Rp 2.000.000</u>
	Persediaan akhir: $100 \times \text{Rp } 2.000 = \text{Rp } 200.000$	

Sumber : Charles T. Horngren dan George Foster, Akuntansi Biaya Suatu Pendekatan Manajerial, Edisi keenam, Penerbit Erlangga, Jakarta, 1988, Hal. 267.



dengan metode kalkulasi biaya absorpsi berfokus pada penyajian elemen-elemen biaya sesuai hubungannya dengan fungsi-fungsi pokok yang ada dalam perusahaan ( functional-cost classification ), yaitu fungsi produksi, pemasaran, administrasi dan umum.

Di lain pihak laporan rugi laba menurut metode kalkulasi biaya langsung lebih menitikberatkan pada penyajian biaya sesuai dengan perilakunya dalam kaitannya dengan perubahan volume kegiatan ( cost behavior classification ). Dalam laporan rugi laba metode ini, biaya tetap disajikan dalam satu kelompok tersendiri yang harus ditutup dari margin kontribusi yang diperoleh perusahaan sebelum timbul laba bersih. Dengan pengelompokan biaya tetap menjadi satu kelompok tersendiri, manajemen dapat memusatkan perhatian pada perilaku biaya tetap ini dan mengawasinya baik dalam perencanaan jangka pendek maupun jangka panjang.

Pada umumnya dikatakan bahwa apabila produksi yang dihasilkan lebih besar daripada penjualan maka metode kalkulasi biaya absorpsi akan memperlihatkan laba lebih besar daripada metode kalkulasi biaya langsung. Sebaliknya apabila produksi lebih kecil dari

penjualan maka metode kalkulasi biaya langsung akan menunjukkan laba yang lebih besar. Sedangkan apabila jumlah produksi sama dengan jumlah penjualan maka kedua metode akan menghasilkan angka laba yang sama. Faktor penyebabnya terletak pada perlakuan atas biaya tetap produksi.

Uraian yang lebih informatif mengenai perbedaan laporan rugi laba dari kedua metode kalkulasi biaya ini dapat dilihat pada tabel 4.

#### 1.6.3 Keuntungan dan kelemahan metode kalkulasi biaya

absorpsi. Keuntungan di dalam menggunakan metode kalkulasi ini antara lain sebagai berikut :

a. Sederhana. Di dalam metode absorpsi tidak ada tuntutan untuk mengadakan pemisahan antara biaya variabel dan tetap sehingga manajemen tidak perlu bersusah payah mengadakan pemisahan antara kedua jenis biaya tersebut.

b. Diakui PAI dalam pelaporan keuangan. Dalam PAI tahun 1984 disebutkan, bahwa "harga pokok barang yang diproduksi meliputi semua biaya bahan langsung yang dipakai, upah langsung serta biaya produksi tidak

TABEL 4

**PERBANDINGAN SISTEM HARGA POKOK LANGSUNG DAN SERAPAN DALAM PERHITUNGAN RUGI LABA UNTUK TAHUN YANG BERAKHIR TANGGAL 31 DESEMBER 19-1**

*(semua dalam ribuan rupiah)*

(Data diasumsikan: tidak ada persediaan awal; biaya pabrik variabel per unit adalah Rp 6).

SISTEM HARGA POKOK VARIABEL (LANGSUNG)		SISTEM HARGA POKOK SERAPAN	
Penjualan 1.000 unit @ Rp 10	Rp 10.000	Penjualan	Rp 10.000
Biaya variabel pabrik barang yang tersedia untuk dijual: 1.100 unit @ Rp 6	Rp 6.500*	Harga pokok penjualan	
Dikurangi persediaan akhir: 100 unit @ Rp 6	600†	Biaya variabel pabrik: 1.100 unit	
Biaya variabel pabrik barang yang terjual	Rp 6.000	Biaya tetap pabrik	<u>Rp 6.500*</u>
Ditambah biaya dan penjualan variabel administrasi	400	Harga pokok barang yang tersedia untuk dijual	<u>2.200</u>
Total biaya variabel yang dibebankan terhadap penjualan	Rp 2.200	Dikurangi persediaan akhir:	
Marjिन kontribusi ‡	500	100 unit	<u>800†</u>
Dikurangi biaya tetap:		Marjिन kotor §	
Biaya tetap pabrik	Rp 2.700	Dikurangi total beban penjualan dan administrasi, termasuk beban variabel Rp 400	<u>Rp 8.000</u>
Biaya variabel penjualan dan administrasi	Rp 900†	Laba operasi	<u>Rp 2.000</u>
Laba operasi			<u>Rp 900</u>
			<u>Rp 1.100†</u>

	BIAYA PER UNIT	TOTAL
Bahan langsung	Rp 300	Rp 3.300
Tenaga kerja langsung	200	2.200
Overhead variabel	100	1.100
Biaya variabel pabrik	<u>Rp 600</u>	<u>Rp 6.600</u>

\*Terdiri dari  
 †Perbedaan Rp 200.000 dalam laba operasi disebabkan selisih Rp 200.000 (Rp 800.000 - Rp 600.000) dalam persediaan akhir. Dalam sistem harga pokok serapan, Rp 200.000 dari biaya pabrik tetap Rp 2.200.000 dikembalikan ke persediaan, sedangkan dalam sistem harga pokok variabel Rp 200.000 dilepas langsung sebagai beban terhadap penjualan.  
 ‡Marjिन kontribusi dan marjिन kotor adalah dua jumlah antara penting yang menunjukkan pertentangan antara konsep dasar sistem harga pokok variabel dan sistem harga pokok serapan.

Sumber : Charles T. Horngren dan George Foster, Akuntansi Biaya Suatu Pendekatan Manajerial, Edisi keenam, Penerbit Erlangga, Jakarta, 1988, Hal. 268.

langsung, dengan memperhitungkan saldo awal dan saldo akhir barang dalam pengolahan."<sup>15</sup> Jadi dalam pengertian ini semua biaya produksi tetap maupun variabel dimasukkan sebagai komponen harga pokok dalam pelaporan pada pihak ekstern.

c. Memudahkan dalam analisa keuangan. Karena metode kalkulasi ini memasukkan biaya tetap ke dalam persediaan maka jumlah persediaan merupakan angka yang wajar sehingga memudahkan analisa keuangan yang berkaitan dengan modal kerja.

Sedangkan kelemahan metode kalkulasi biaya absorpsi antara lain sebagai berikut :

a. Memberikan peluang pada manajemen untuk mempermainkan laba. Dengan menggunakan metode ini maka laba yang terjadi dipengaruhi oleh fungsi penjualan dan fungsi produksi. Sehingga walaupun penjualan tidak mengalami kenaikan manajemen dapat memanipulasi laba lewat jalur produksi. Menurut Horngren manipulasi lewat jalur ini dapat dilakukan melalui " memilih

-----  
<sup>15</sup> Ikatan Akuntan Indonesia, Prinsip Akuntansi Indonesia, Penerbit PT. Rineka Cipta, Jakarta, Tahun 1990, Hal. 21.

jadwal produksi dan atau memilih tingkat penyebut.”<sup>16</sup>

Pemilihan jadwal produksi dilakukan dengan jalan memproduksi sebanyak-banyaknya pada akhir periode sehingga menimbulkan persediaan yang cukup besar. Dengan adanya persediaan yang besar maka sejumlah biaya overhead tetap akan tertanggungkan pembebanannya pada periode dimana produksi dilakukan. Sedangkan dalam memilih tingkat penyebut manajemen dapat menentukan volume yang paling rendah sehingga kemungkinan terjadi varians volume yang tidak menguntungkan semakin kecil.

b. Dapat membingungkan dan menyesatkan. Karena metode absorpsi berkaitan dengan fungsi penjualan dan produksi seperti yang telah dikemukakan sebelumnya, maka akan timbul kebingungan pada kasus-kasus tertentu. Pada suatu kasus bisa terjadi kenaikan penjualan yang cukup tinggi akan tetapi dibarengi pula dengan penurunan produksi yang lebih tinggi daripada kenaikan penjualan maka perusahaan bukannya mengalami

-----

<sup>16</sup> Charles T. Horngren dan George Foster, op cit, Hal. 276.

kenaikan laba melainkan penurunan. Kasus seperti ini akan menyesatkan pemakainya dalam mengambil keputusan.

c. Kurang dapat digunakan secara baik untuk analisis biaya volume dan laba. Pada dasarnya metode ini mempunyai titik impas atau break even point akan tetapi dapat lebih dari satu sehingga sehingga membingungkan para pengambil keputusan. Di samping itu untuk perhitungan break even pada metode ini menuntut pemisahan antara tarip overhead pabrik tetap dan variabel sedangkan kebanyakan pemakai metode ini menggabungkan keduanya dalam satu tarip tunggal.

d. Kurang dapat membantu dalam pengawasan biaya. Metode absorpsi memperhitungkan overhead pabrik tetap dalam tarip biaya overhead pabrik. Oleh karena itu ada kemungkinan manajemen kehilangan perhatian terhadap period cost.

1.6.4 Keuntungan dan kelemahan metode kalkulasi biaya langsung. Keuntungan yang dapat diperoleh dari metode ini antara lain :

a. Dapat digunakan sebagai alat perencanaan laba. Penggunaan metode ini akan memberikan pelaporan biaya

variabel dan margin kontribusi dimana dapat membantu manajemen untuk memperkirakan laba secara cepat dan tepat guna mengambil keputusan untuk jangka pendek.

b. Sebagai pedoman untuk penetapan harga produk. Dalam menetapkan harga pada posisi persaingan maka perusahaan perlu mempertimbangkan mengenai margin kontribusi yang dapat dihasilkan melalui penetapan harga tersebut agar dapat menutupi biaya tetap dan menghasilkan laba. Dalam penetapan harga jual bagian yang terpenting dari biaya per unit adalah biaya variabel sebab biaya ini dapat diperbandingkan dengan perusahaan-perusahaan dalam industri sejenis.

c. Berguna dalam pengambilan keputusan manajerial. Penerapan metode ini memerlukan telaah mengenai perilaku biaya dan mengadakan pemisahan berdasarkan perilaku biaya tersebut yaitu sebagai biaya variabel dan tetap. Klasifikasi yang layak atas perilaku biaya ini akan memberikan kerangka kerja untuk akumulasi dan analisis biaya. Hal ini juga memberikan dasar untuk telaah atas perubahan tingkat produksi atau tindakan yang diusulkan sehubungan dengan pasar baru, perluasan pabrik atau perpanjangan kontrak atau kegiatan promosi

khusus.

d. Dapat digunakan sebagai alat pengawasan. Kalkulasi biaya langsung mengumpulkan biaya variabel dan biaya tetap sebagai kelompok yang terpisah sehingga pengawasan atas kedua jenis biaya ini akan lebih baik.

e. Menghindari manipulasi laba. Karena metode ini hanya berhubungan dengan fungsi penjualan maka menghilangkan peluang untuk memanipulasi laba lewat penangguhan biaya tetap ke dalam persediaan.

f. Hanya menghasilkan satu titik dalam analisis biaya volume laba. Penggunaan metode ini akan menghasilkan hanya satu titik dalam analisis BVL sehingga memudahkan manajemen dalam pengambilan keputusan.

Sedangkan kelemahan dari metode kalkulasi biaya langsung antara lain sebagai berikut :

a. Cukup sulit untuk mengadakan pemisahan antara biaya tetap dan variabel. Pemisahan kedua jenis biaya ini cukup sulit akan tetapi bukan berarti tidak mungkin sebab akuntansi tidak menganut suatu kebenaran mutlak melainkan kebenaran yang mendekati.

b. Tidak sesuai dengan prinsip akuntansi yang lazim. Menurut pendukung metode kalkulasi biaya absorpsi,



bahwa adalah tidak wajar bila overhead pabrik tetap tidak diperhitungkan dalam harga pokok persediaan dan harga pokok penjualan. Biaya overhead tetap seperti halnya overhead pabrik variabel diperlukan untuk memproduksi dan oleh karena itu dibebankan sebagai biaya produksi. Sedangkan menurut pendukung metode kalkulasi biaya langsung kebutuhan untuk pihak ekstern relatif lebih rendah frekuensinya daripada kebutuhan manajemen dalam mengoperasikan perusahaannya. Dan untuk mengubah pelaporan metode kalkulasi langsung menjadi kalkulasi biaya absorpsi untuk keperluan ekstern dapat dilakukan pada tahap akhir tahun pelaporan dengan mengadakan penyesuaian perkiraan persediaan. Penyesuaian itu dilakukan dengan cara "mengubah penilaian persediaan berdasarkan sistem harga pokok variabel ke sistem harga pokok serapan dan memproratakan varians."<sup>17</sup>

Dengan melihat keuntungan dan kelemahan metode kalkulasi biaya langsung dapatlah ditarik suatu kesimpulan bahwa untuk kepentingan manajerial metode

-----  
<sup>17</sup> Ibid., Hal. 285.

ini lebih efektif dibandingkan dengan metode absorpsi.

### 1.7 Analisis biaya-volume-laba

1.7.1 Pentingnya analisis biaya-volume-laba. Pada hakekatnya tidak ada satupun organisasi yang mempunyai sumber daya yang tidak terbatas. Untuk itu para manajer perlu mengelola sumber daya yang ada secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan yang ditetapkan.

Dalam pemanfaatan sumber daya tersebut para manajer biasanya menganalisis kaitan-kaitan antara pendapatan, biaya dan keuntungan bersih. Dengan menganalisis hal ini para manajer dapat mengantisipasi perubahan penggunaan sumber daya ( biaya ) dan laba sebagai akibat perubahan volume sehingga dapat diperoleh suatu tehnik manajemen sumber daya yang lebih baik.

1.7.2 Tehnik analisis biaya-volume-laba. Studi mengenai kaitan antara biaya-volume-laba sering disebut analisis pulang pokok ( break even analysis ). Istilah yang terakhir ini merupakan istilah yang

kurang cocok karena pada titik pulang pokok laba bersih menunjukkan angka nol hanya sesekali saja dijadikan target suatu keputusan. Namun pemahaman akan hal ini memberikan pandangan yang luas tentang kemungkinan adanya resiko dari tindakan-tindakan tersebut. Dalam bukunya yang berjudul Pengantar Akuntansi, Horngren mengetengahkan bahwa "ada dua dasar tehnik untuk menghitung titik pulang pokok (BEP) yaitu persamaan dan margin kontribusi."<sup>18</sup>

a. Tehnik persamaan. Tehnik ini paling umum diterapkan pada analisis biaya-volume-laba. Setiap laporan rugi laba bisa dinyatakan dalam bentuk persamaan sebagai berikut :

$$P - BV - BT = PN \quad (1)$$

P : Penjualan            BV : Biaya variabel            BT : Biaya tetap  
PN : Penjualan netto

Penjabaran lebih lanjut disesuaikan dengan target penjualan apakah dalam satuan moneter atau unit.

Dalam satuan moneter formulanya :

$$N = ( BT + PN ) / ( 1 - BV/P ) \quad (2)$$

<sup>18</sup> Charles T. Horngren, op.cit., Hal. 36.

Dalam unit formulanya :

$$X = ( BT + PN ) / ( S - V ) \quad (3)$$

N : Jumlah uang      X : Jumlah unit      S : Harga jual per unit  
V : Biaya variabel per unit

b. Tehnik margin kontribusi. Tehnik ini menekankan perhitungan target penjualan pada margin kontribusi.

Setiap unit penjualan akan mendatangkan margin kontribusi yang merupakan kelebihan penjualan terhadap biaya variabel dari unit-unit yang bersangkutan.

Persamaan yang dihasilkan dari tehnik ini adalah :

$$MK - BT = PN \quad (4)$$

Penjabarannya dalam satuan moneter adalah sebagai berikut :

Dalam satuan moneter :

$$N = ( BT + PN ) / ( KM/P ) \quad (5)$$

Dalam unit :

$$X = ( BT + PN ) / ( KM/U ) \quad (6)$$

MK : Margin kontribusi                      BT : Biaya tetap

PN : Penjualan netto                              N : Jumlah uang

P : Penjualan      X = Jumlah unit      U = unit

Di samping kedua tehnik yang telah dikemukakan ini terdapat pula tehnik lain dalam analisis biaya

volume-laba yaitu teknik grafik.

c. Teknik grafik. Pada teknik ini titik impas digambarkan sebagai titik potong antara garis penjualan dan garis jumlah biaya yang menggabungkan biaya variabel dan biaya tetap. Ilustrasi dari teknik ini akan diperlihatkan pada gambar 1.

### 1.7.3 Asumsi-asumsi yang membatasi analisis biaya

volume laba. Asumsi-asumsi yang membatasi analisa biaya-volume-laba menurut Horngren adalah sebagai berikut :

a. Perilaku pendapatan dan biaya digambarkan dengan cermat dan bersifat linear di dalam rentang relevan. Perbedaan-perbedaan utama antara bagan pulang pokok akuntan dan bagan pulang pokok ekonomi adalah :

- Garis penjualan akuntan digambarkan berdasarkan asumsi bahwa harga jual tidak berubah karena produksi atau penjualan dan ahli ekonomi mengasumsikan bahwa penurunan harga jual secara normal ada kaitannya dengan penambahan volume penjualan.

-Biasanya akuntan mengasumsikan suatu variabel yang konstan per unit dan ahli ekonomi mengasumsikan bahwa biaya variabel per unit berubah menurut produksi.

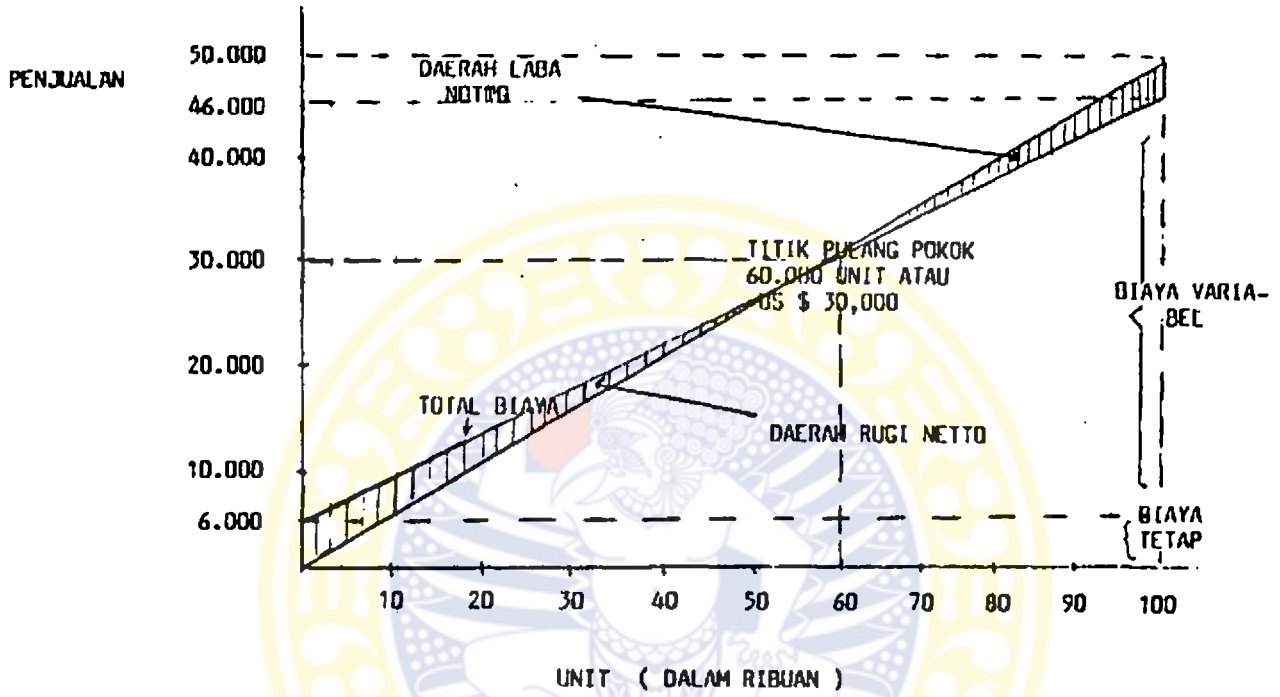
b. Biaya dapat dikelompokkan ke dalam kategori variabel dan tetap. Total biaya variabel berubah menurut perbandingan langsung dengan volume. Jumlah biaya tetap tidak berubah dengan adanya perubahan volume.

c. Efisiensi dan produktivitas tidak berubah.

d. Bauran penjualan akan tetap konstan. Bauran

GAMBAR 1

GRAFIK BIAYA - VOLUME - LABA



penjualan adalah kombinasi relatif dari kuantitas berbagai produk perusahaan yang menghasilkan total penjualan.

e. Perbedaan tingkat persediaan pada awal dan akhir suatu periode kecil sekali.<sup>19</sup>

#### 1.7.4 Tehnik analisis titik impas untuk metode kalkulasi biaya absorpsi. Tehnik untuk menghitung

titik impas dalam metode kalkulasi biaya ini adalah sebagai berikut :

$$S = [ BT + TO ( S - P ) ] / MK \quad (7)$$

S : Penjualan impas dalam unit      BT : Biaya tetap  
 TO : Tarip overhead tetap      P : Unit yang diproduksi  
 MK : Margin kontribusi per unit

Dalam metode ini laba merupakan fungsi penjualan dan produksi dengan demikian tehnik analisis titik impasnya dipengaruhi pula oleh kedua fungsi tersebut. Hal ini mengakibatkan titik impas yang diperoleh tidaklah unik dimana terdapat beberapa kombinasi penjualan dan produksi yang menghasilkan laba nol.

<sup>19</sup> Ibid., Hal. 45 - 46.

## 1.8 Metode least squares dan korelasi

1.8.1 Metode least squares. Metode ini merupakan salah satu metode yang dipakai untuk memisahkan biaya semivariabel menjadi biaya tetap dan variabel. Selain metode ini masih terdapat juga metode lain untuk kepentingan pemisahan ini yaitu metode titik tertinggi dan terendah serta metode statistik scattergraph. Dalam prakteknya metode least square lebih banyak digunakan sebab tingkat kecermatannya lebih tinggi. Metode ini menghasilkan garis yang paling cocok atau garis regresi linear sehingga jumlah pengkuadratan deviasi vertikal antara titik-titik dengan garis akan minimum.

Formula yang digunakan dalam metode ini adalah sebagai berikut :

$$\text{Garis lurus ; } Y_i = a + bX_i \quad (8)$$

dimana  $Y_i$  : Variabel tidak bebas ( beban ) pada periode  $i$ .

$X_i$  : Variabel bebas ( kegiatan ) pada periode  $i$ .

$a$  : Intersep ( estimasi beban tetap )

$b$  : Kecondongan/slope ( estimasi beban variabel per unit kegiatan ).



Untuk mendapatkan angka-angka pada persamaan di atas maka perlu dibantu dengan kedua persamaan berikut ini dimana penjelasannya variabelnya seperti pada persamaan di atas.

$$b = \frac{\sum (X_i - \bar{X}) (Y_i - \bar{Y})}{\sum (X_i - \bar{X})^2} \quad (9)$$

$$a = \bar{Y} - b\bar{X} \quad (10)$$

1.8.2 Metode korelasi. Untuk menentukan hubungan antara variabel dalam analisis regresi maka digunakan analisis korelasi dimana koefisien korelasi dinyatakan dengan simbol (r). Koefisien tersebut menunjukkan derajat keeratan hubungan antara kedua variabel. Apabila  $r = +1$  korelasinya sempurna. Bila mendekati  $+1$  korelasinya positif sedangkan bila mendekati  $-1$  korelasinya negatif. Untuk  $r = 0$  berarti tidak ada korelasi. Formulasi korelasi adalah sebagai berikut :

$$r = \frac{\sum (X_i - \bar{X}) (Y_i - \bar{Y})}{\sqrt{\sum (X_i - \bar{X})^2 \sum (Y_i - \bar{Y})^2}} \quad (11)$$

Penjelasan atas variabel adalah sama seperti pada persamaan 8. . . . kecuali  $\bar{X}$  menunjukkan rata-rata  $X_i$  dan  $\bar{Y}$  menunjukkan rata-rata  $Y_i$ .

## 2. Hipotesis

Setelah mengadakan survei pendahuluan atas PT "X" maka penulis mencoba mengemukakan hipotesis sebagai berikut :

Diduga bahwa dengan menggunakan metode direct costing dalam kalkulasi biaya akan memberikan informasi yang lebih baik bagi para pengambil keputusan PT "X" dalam penetapan harga jual produknya sesuai kondisi perusahaan yang ada.

## 3. Metode Penelitian

### 3.1 Defenisi operasional

Didalam penulisan ini terdapat beberapa pemakaian istilah yang perlu untuk diperjelas. Istilah-istilah tersebut adalah sebagai berikut :

a. Metode kalkulasi biaya langsung atau metode direct costing adalah suatu metode kalkulasi biaya yang mengesampingkan biaya-biaya tetap dalam perhitungan harga pokok produksi. Biaya-biaya tetap produksi semuanya dianggap sebagai biaya periode. Penggunaan istilah direct costing sebenarnya kurang tepat akan tetapi banyak penulis literatur masih menggunakan

istilah tersebut dalam penulisannya yang menunjukkan pada pengertian di atas. Istilah yang lebih tepat variable costing atau kalkulasi biaya /harga pokok variabel. Dalam penulisan ini istilah-istilah tersebut digunakan secara bergantian.

b. Full costing atau kalkulasi biaya penuh adalah suatu metode kalkulasi biaya yang memasukkan semua biaya produksi baik tetap maupun variabel ke dalam perhitungan harga pokok produksi. Istilah yang sering juga digunakan adalah absorption costing atau kalkulasi harga pokok absorpsi.

c. Informasi adalah data yang telah diolah sehingga berguna bagi pemakainya dalam pengambilan keputusan.

d. Manajemen adalah suatu kegiatan atau proses perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, pengarahan dan pengendalian atas sumber-sumber daya untuk mencapai tujuan organisasi.

e. Harga jual adalah harga yang ditawarkan penjual kepada konsumen atas produknya.

### 3.2 Identifikasi variabel

Dalam penelitian ini terdapat dua jenis variabel yaitu variabel yang menjadi titik fokusnya yaitu

variabel bebas dan variabel tergantung. Di mana metode direct costing merupakan variabel bebas sedangkan harga jual produk merupakan variabel tergantung.

### 3.3 Jenis dan sumber data

Jenis data yang penulis kumpulkan berupa data yang bersifat kualitatif dan kuantitatif, yang terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari perusahaan sedangkan data sekunder diperoleh dari literatur dan hasil-hasil kuliah yang telah diikuti.

### 3.4 Proses pengumpulan data

Prosedur yang ditempuh dalam pengumpulan data sebagai berikut :

- a. Survei pendahuluan, yaitu mengadakan pengamatan sekilas terhadap perusahaan yang akan menjadi obyek penelitian.
- b. Survei kepustakaan, yaitu dengan cara mempelajari literatur yang dibutuhkan sebagai tolok ukur berpikir untuk penelitian ini.
- c. Survei lapangan, yaitu dengan cara terjun langsung

pada obyek penelitian untuk mengadakan pengamatan, mengajukan daftar pertanyaan serta wawancara dengan pimpinan serta petugas perusahaan yang terkait dengan obyek penelitian.

d. Analisis data, yaitu menggunakan tehnik/metode analisis untuk memperoleh hasil yang mendukung pengambilan kesimpulan.



### BAB III

#### ANALISIS

##### 1. Gambaran Umum Perusahaan

###### 1.1 Riwayat singkat PT. "X"

PT. "X" didirikan pada tanggal 25 Maret 1981. Perusahaan ini bergerak dalam bidang karoseri mobil dengan tehnik full press body. Maksud dan tujuan daripada pendirian PT. "X" ini seperti yang tercantum dalam akte pendiriannya adalah sebagai berikut :

- a. Berusaha dalam bidang perindustrian dengan mendirikan dan menggunakan berbagai macam industri terutama industri pembuatan karoseri kendaraan bermotor dan konstruksi.
- b. Berusaha dalam bidang perdagangan umum termasuk juga perdagangan interinsulair dan lokal, impor ekspor serta usaha-usaha lain sebagai leveransir, grosir, distributor serta perwakilan/keagenan dari badan-badan usaha lain, baik untuk perhitungan sendiri maupun atas tanggungan pihak lain secara komisi.

###### 1.2 Gambaran perkembangan usaha PT. "X"

Pada saat permulaan didirikan, PT. "X" benar benar memproduksi menurut pesanan, yaitu sesuai dengan motif dan bentuk yang dipesan pembeli. Dan proses produksinya sendiri masih sederhana. Kemudian mulai tahun 1988, perusahaan mengembangkan tehnik full press body dan memfokuskan diri pada pembuatan karoseri untuk toyota kijang dimana bentuknya sesuai standar perusahaan yang ada, tidak menurut pola pembeli. Dengan penggunaan tehnik ini usaha PT. "X" semakin kompetatif dan mengalami peningkatan permintaan yang cukup tinggi sehingga pemilik memperbesar investasinya menjadi 3,5 milyar rupiah untuk memperoleh kapasitas produksi sebesar 250 unit per bulan.

### 1.3 Struktur organisasi PT. "X"

Struktur organisasi dipergunakan sebagai sarana dalam tujuan dan kebijakan perusahaan. Struktur organisasi PT "X terdiri dari lima departemen yaitu departemen pemasaran, departemen keuangan dan administrasi, departemen riset dan pengembangan, departemen pabrikasi serta departemen personalia dan umum.

Setiap departemen dipimpin oleh seorang manajer

yang membawahi beberapa bagian yang dipimpinnya dimana setiap bagian bertanggung jawab atas seksi-seksi dibawahnya. Secara umum struktur organisasi PT. "X" diperlihatkan pada gambar 2.

#### 1.4 Hasil Produksi

Hasil produksi PT. "X" adalah sebuah produk tunggal berupa karoseri untuk toyota kijang, dimana setiap mobil yang masuk didisain dengan model yang serupa.

Pemilihan untuk memproduksi produk tersebut disebabkan oleh permintaan atas toyota kijang yang semakin meningkat dari tahun ke tahun dan memiliki pangsa pasar yang luas.

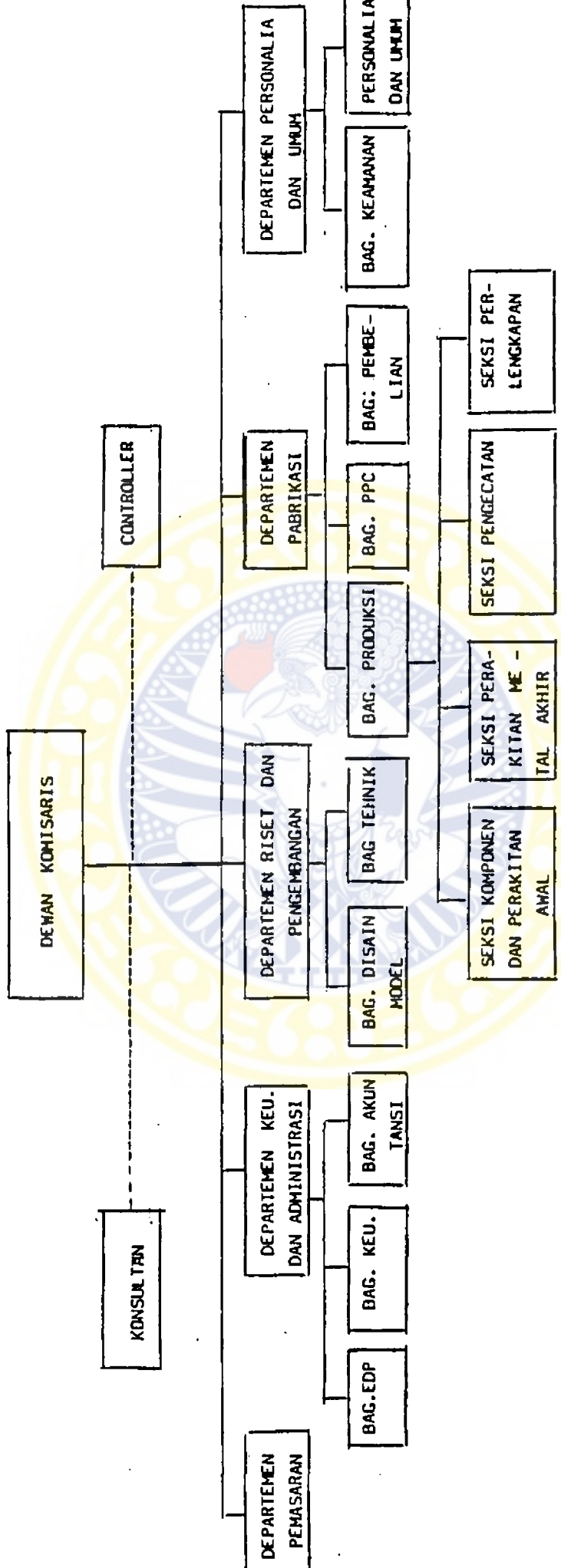
#### 1.5 Proses produksi

Dalam melakukan proses produksi, perusahaan menerapkan tehnik full press body. Dengan tehnik ini dapat dihindari ketidakefisienan dalam pembentukan body mobil melalui penggunaan pola matrys yang sama untuk pencetakan lekukan-lekukan yang ada.

Urutan proses produksi dengan menggunakan tehnik



GAMBAR 2.  
STRUKTUR ORGANISASI PT. "X"

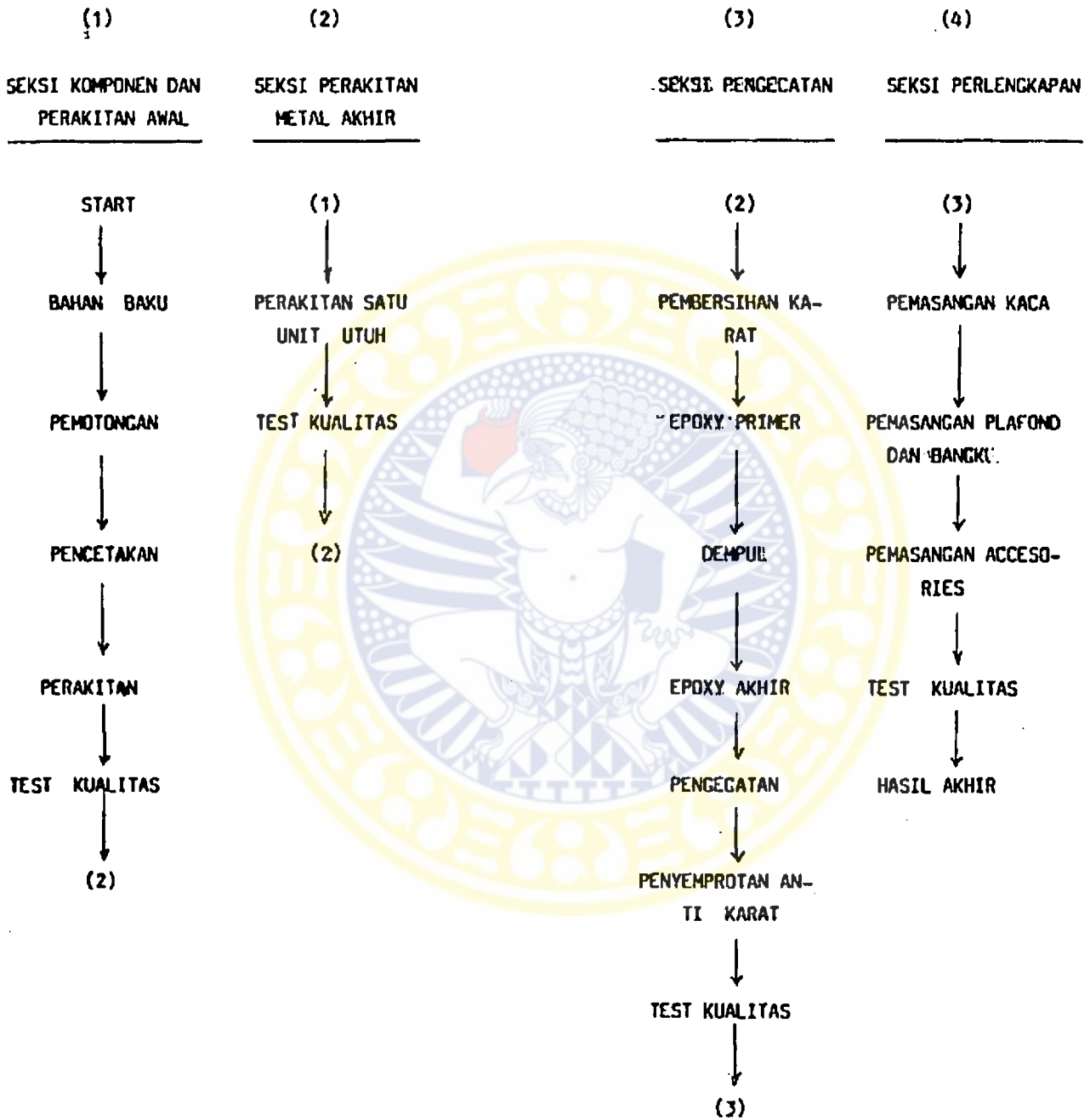


tersebut dapat dilihat pada gambar 3. Penjelasan atas proses produksi tersebut adalah sebagai berikut :

- a. Proses pada seksi komponen dan perakitan awal. Pada seksi ini bahan baku berupa plat besi dipotong-potong menurut ukuran yang telah ditentukan kemudian dicetak pada mesin stamping dengan menggunakan pola matrys yang sesuai. Kemudian dari komponen yang terurai ini dirakit pada perakitan awal yang istilah tehnisnya sub assy, membentuk suatu kelompok komponen. Misalnya, bagian dalam pintu digabungkan dengan bagian luarnya membentuk satu buah pintu. Sesudahnya diadakan pengujian atas kualitas produk setengah jadi dari seksi ini kemudian dipindahkan ke seksi berikut.
- b. Proses pada seksi perakitan metal akhir. Pada seksi ini hasil daripada seksi komponen dan perakitan awal yang berupa kelompok komponen dirakit membentuk satu kesatuan utuh yaitu menjadi unit unit body mobil dan dipasangkan ke mesinnya. Setelah itu diadakan pengujian kualitas.
- c. Proses pada seksi pengecatan. Setelah dirakit menjadi satu kesatuan maka produk tersebut dipindahkan ke seksi pengecatan. Pada seksi terdapat beberapa

GAMBAR 3

URUTAN PROSES PRODUKSI



proses berturut-turut, yaitu :

- Pembersihan karat.
- Epoxy atau pengecatan dasar primer.
- Dempul pada daerah sambungan.
- Epoxy sekunder.
- Pengecatan dimana meliputi tiga fase, yaitu pertama; pengecatan di dalam ruangan spray booth yang bebas debu, kedua; pengeringan cat dalam ruang bebas debu dan ketiga; pengeringan dalam oven untuk memperoleh hasil pengecatan yang berkualitas prima.
- Penyemprotan anti karat.
- Tes kualitas.

d. Proses pada seksi perlengkapan. Proses ini merupakan rangkaian terakhir dari proses produksi. Kegiatan pada tahap ini adalah berupa pemasangan bantalan, interior, accesories, kaca dan komponen pelengkap lainnya. Sesudahnya diadakan pengujian akhir.

## 1.6 Bahan baku dan bahan bakar

Bahan baku untuk karoseri terdiri dari tiga kelompok, yaitu :

- a. Plat dan pipa besi untuk body mobil.

b. Blekeed, yaitu gabungan dari kain, karpet, busa, dan sebagainya yang berkaitan dengan kelengkapan bagian dalam mobil.

c. Accesories, yaitu hiasan-hiasan yang diperlukan untuk mobil dimana mencakup kaca tambahan dan anti karat.

Bahan bakar yang digunakan dalam produksi ada tiga macam, yaitu :

a. Solar untuk menjalankan genset apabila listrik PLN padam serta untuk pemanasan oven pengeringan.

b. Oksigen untuk pemotongan plat.

c. Karbondioksida untuk pengelasan sambungan.

Pemakaian solar untuk bahan bakar genset tidak dapat diidentifikasi secara langsung sedangkan untuk oven diidentifikasi langsung ke seksi pengecatan.

### 1.7 Sistem akuntansi dan pelaporan manajemen

Perusahaan ini belum melaksanakan suatu sistem akuntansi secara baik. Namun terakhir ini mulai ditangani oleh sebuah kantor akuntan publik. Selama ini praktek akuntansi yang diterapkan adalah sebagai berikut :

- a. Metode akuntansi akrual untuk mencatat dan melaporkan transaksi-transaksi keuangan.
- b. Dana kas kecil berdasarkan imprest system.
- c. Metode masuk pertama keluar pertama digunakan untuk menilai persediaan. Pengawasan fisik atas persediaan dilakukan dengan menggunakan kartu persediaan gudang.
- d. Biaya produksi dihitung dengan metode proses costing.
- e. Pusat-pusat biaya meliputi departemen pabrikan dan non pabrikan. Untuk pusat biaya departemen pabrikan terdiri dari production planning and control, pembelian serta produksi. Selanjutnya bagian produksi terbagi atas pusat-pusat biaya yang lebih sempit ruang lingkupnya, yakni komponen dan perakitan awal, perakitan metal akhir, pengecatan dan perlengkapan. Sedangkan pusat biaya non pabrikan meliputi administrasi, umum dan pemasaran.
- f. Perilaku biaya pada perusahaan ini ditentukan berdasarkan klasifikasi perkiraan. Cara ini dipakai karena penggunaan cara yang lebih moderen belum dimungkinkan berhubung kekurangtahuan manajemen mengenai tehnik-tehnik yang dapat digunakan. Biaya

variabel menurut perusahaan meliputi biaya bahan baku dan tenaga kerja sedangkan seluruh biaya overhead pabrik dan biaya pemasaran, administrasi dan umum di luar komisi agen dan promosi daerah/nasional merupakan biaya tetap.

### 1.8 Pemasaran produk

Produk PT. "X" ditujukan pada pasar dalam negeri. Jalur pemasarannya adalah melalui agen-agen mobil. Pada dasarnya mesin mobil merupakan milik agen akan tetapi dan dibuat sesuai pola tetap yang dimiliki perusahaan yang terdiri dari dari satu buah pola saja.

Para agen akan menerima komisi atas setiap mobil yang terjual yang besarnya didasarkan pada persetujuan yang dibuat oleh asosiasi karoseri. Di samping itu untuk agen-agen tertentu diberikan sedikit potongan harga mengingat jumlah pesanan yang biasa dilakukan agen tersebut cukup besar serta kelancaran pembayarannya.

### 1.9 Cara penetapan harga jual

Cara untuk menentukan harga jual yang dibuat

perusahaan selama ini adalah dengan menambahkan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, overhead pabrik, biaya pemasaran, administrasi dan umum dengan prosentase laba tertentu yang diharapkan.

Dalam perhitungan ini tarip overhead pabrik dijadikan satu tarip tunggal, demikian halnya dengan biaya pemasaran, administrasi dan umum sehingga tidak ada perbedaan antara biaya variabel dan biaya tetap. Tarip tunggal ini ini diperoleh dengan membagi total biaya overhead, biaya pemasaran overhead dan umum dengan unit produksi yang paling rendah berdasarkan pengalaman sebelumnya. Pada tabel 5 akan diperlihatkan cara perhitungan harga jual yang dibuat perusahaan.

## 2. Pembahasan

Pada bab ini akan dibahas mengenai analisis terhadap cara penetapan harga jual yang dibuat perusahaan, analisa mengenai produk perusahaan dan tehnik penetapan harga jual yang cocok, penggunaan kalkulasi biaya langsung dalam penetapan harga jual rutin, manfaat kalkulasi biaya langsung dalam permintaan dengan harga khusus serta diakhiri dengan



TABEL 5

PERHITUNGAN BIAYA UNTUK PENETAPAN HARGA JUAL  
PRODUK PADA PT. "X"

-----  
Bahan baku :

1. Plat	Rp 426.000
2. Cat	107.000
3. Bekleed	312.500
4. Accesories	510.500
5. Anti karat	100.000
	-----
Jumlah biaya bahan baku	Rp 1.456.000
	-----

Tenaga kerja langsung :

1. Sub. seksi matrys (1.600.000 : 125)	Rp 12.800
2. Keseluruhan seksi kecuali point 1	284.000
	-----
Jumlah biaya tenaga kerja	Rp 296.800
	-----

Biaya pabrik tak langsung :

1. Penyusutan matrys (250.000.000:2.000)	Rp 125.000
2. Penyusutan macam-macam aktiva ( 23.446.500 : 125 )	187.572
3. Lain - lain :	
a. Perakitan awal (2.815.000:125)	22.520
b. Perakitan metal akhir (4.783.000:125)	38.264
c. Pengecatan (3.660.000:125)	29.280
d. Perlengkapan (1.217.000:125)	9.736
e. Bagian jasa (3.400.000:125)	27.200
	-----
Jumlah biaya pabrik tak langsung	Rp 439.572
	-----

Biaya pemasaran, administrasi dan umum :

1. Komisi agen	Rp 250.000
2. Promosi nasional dan daerah	150.000
3. Lain - lain (13.540.000:125)	108.320
	-----
Jumlah biaya pemasaran, administrasi dan umum	Rp 508.320
	-----
Jumlah biaya	Rp 2.700.692
Taksiran keuntungan ( 40% dari total biaya )	1.080.277
	-----
Harga jual produk	Rp 3.780.969
	-----

-----

Sumber : Data perusahaan.

komparasi metode kalkulasi biaya langsung dengan metode perusahaan dan pembuktian hipotesa.

Dalam pembahasan ini data-data biaya perusahaan yang ada dianalisa perilakunya dengan alat bantu analisa regresi dan diukur keeratannya dengan alat ukur korelasi. Dari hasil yang ada dibawa ke model penetapan harga jual yang digunakan. Hasil akhir ini berupa harga jual produk akan dibandingkan dengan harga jual yang dihasilkan dengan menggunakan metode perusahaan. Asumsi laba yang digunakan sebagai komponen perhitungan harga jual baik dengan metode kalkulasi langsung atau pun menurut metode perusahaan adalah laba operasi. Asumsi lain yang digunakan adalah jumlah produksi sama dengan jumlah penjualan.

Mengenai dimensi waktu yang digunakan dalam pembahasan ini adalah satu bulan, karena penggunaan data bulanan lebih relevan daripada penggunaan data tahunan yang terkena pengaruh inflasi, perubahan teknologi dan lain-lain.

## 2.1 Analisis terhadap cara penetapan harga jual yang dibuat perusahaan

Penggunaan cara penetapan harga jual yang dibuat

perusahaan seperti yang dikemukakan pada bagian sebelumnya mengandung beberapa kelemahan. Kelemahan kelemahan tersebut antara lain :

- a. Penggunaan jumlah penjualan/produksi yang paling rendah sebagai faktor pembagi mengakibatkan biaya yang merupakan dasar penetapan harga akan menjadi lebih tinggi yang nantinya mempengaruhi besarnya harga jual dimana harga jual sendiri merupakan fungsi permintaan. Oleh karena itu suatu jumlah produksi/penjualan yang lebih layak dipakai adalah rata-rata penjualan/produksi yang lalu.
- b. Tidak adanya pemisahan antara biaya variabel dan tetap akan menyebabkan perusahaan sulit menentukan pada penjualan berapakah perusahaan akan mencapai titik impas atau pun titik target.
- c. Perusahaan akan mengalami kesulitan dalam menentukan besarnya laba pada tiap-tiap tingkat penjualan karena adanya tarip gabungan pada overhead pabrik, biaya pemasaran, administrasi dan umum.
- d. Perusahaan akan sulit mengambil keputusan yang baik apabila adanya permintaan dengan harga dibawa biaya penuh.

Terkecuali kelemahan-kelemahan tersebut di atas, sebenarnya perusahaan telah menggunakan suatu filosofi yang benar dimana penentuan harga didasarkan pada total biaya bukan pada biaya produksi semata-mata. Alasan pernyataan ini akan menjadi jelas dalam bagian berikut ini.

## 2.2 Analisis terhadap produk perusahaan dan cara penetapan harga jual yang baik

Produk perusahaan merupakan produk tunggal sehingga dari produk tersebut diharapkan dapat memberikan laba bagi perusahaan. Dengan demikian besarnya harga jual harus didasarkan pada total biaya bukannya hanya pada biaya produksi. Untuk itu teknik cost plus pricing kurang terlalu berguna dalam kondisi seperti ini. Teknik tersebut adalah lebih relevan apabila perusahaan menghasilkan beberapa jenis produk dengan menggunakan sumber daya secara bersama-sama teristimewa sumber daya pemasaran, administrasi dan umum yang kurang dapat dialokasikan dengan baik. Maka dari itu satu teknik yang dapat digunakan dalam keadaan ini adalah target ROI pricing sebab dalam

jangka panjang perusahaan akan menghendaki pengembalian atas investasi sebagaimana dikatakan oleh Kaplan pada bagian sebelumnya. Teknik ini membutuhkan estimasi yang cukup akurat atas permintaan yang akan terjadi dimana sumber informasi berasal dari bagian pemasaran sehingga membentuk kerjasama yang baik antara bagian akuntansi dengan bagian pemasaran.

Langkah-langkah yang ditempuh dalam teknik ini adalah:

- a. Menentukan target penjualan yang akan dicapai.
- b. Menetapkan total biaya tetap dan biaya variabel.
- c. Menambahkan laba atas total biaya tetap.
- d. Membagi jumlah biaya tetap dan laba dengan target unit penjualan kemudian ditambah dengan biaya variabel

Pada dasarnya cara ini diturunkan dari formula biaya-volume-laba, yaitu sebagai berikut :

$$X = \frac{BT + L}{S - BV} \quad (12)$$

menjadi

$$S = \frac{BT + L}{X} + BV \quad (13)$$

X : Unit yang dijual            BT : Biaya tetap

BV : Biaya variabel per unit    S : Harga jual per

unit            L : Laba

Pada tehnik ini membutuhkan pemisahan antara biaya tetap dan biaya variabel sebab penentuan biaya total pada berbagai tingkat penjualan memerlukan pemisahan ini. Tanpa adanya pemisahan antara kedua perilaku biaya ini akan mengakibatkan kurang akuratnya perhitungan biaya total.

Penggunaan cara penetapan harga ini akan memberikan tujuan yang jelas bagi karyawan sehingga mengarahkan perilakunya pada pencapaian target penjualan. Di samping itu tehnik ini akan membantu perusahaan dalam mengendalikan biaya demi mencapai tingkat laba yang diharapkan.

### 2.3 Penggunaan metode kalkulasi biaya

Penggunaan metode kalkulasi biaya langsung dianggap lebih relevan untuk tehnik ini dibanding dengan metode kalkulasi biaya absorpsi karena :

a. Prinsip utama metode kalkulasi biaya ini adalah memisahkan perilaku biaya atas biaya variabel dan tetap dimana sesuai dengan tehnik target ROI pricing yang lebih menekankan pada perilaku biaya daripada fungsi biaya.

b. Metode kalkulasi biaya langsung mempunyai hubungan erat dengan analisis biaya-volume-laba dimana formula tehnik target pricing diturunkan dari formula analisis ini.

c. Dengan informasi yang dihasilkan dari metode kalkulasi biaya langsung, perusahaan dapat memonitor pengaruh kenaikan biaya yang terjadi terhadap target pengembalian sehingga dapat diambil tindakan lanjutan. Apabila itu terjadi karena faktor interen maka perusahaan dapat mengadakan perbaikan sebaliknya apabila hal itu diakibatkan oleh faktor eksteren maka perusahaan dapat melakukan penyesuaian untuk mencapai target pengembalian antara lain merubah harga jual produk.

d. Metode kalkulasi biaya langsung sangatlah relevan untuk kebutuhan manajemen. Hal mana penetapan harga jual produk merupakan suatu kebijakan interen sehingga dapat dikatakan bahwa metode kalkulasi biaya langsung sangat berguna untuk penetapan harga jual produk.

#### **2.4 Analisis perilaku biaya**

Analisis perilaku biaya merupakan masalah yang

kritis untuk menentukan biaya yang relevan dalam pengambilan keputusan. Untuk maksud tersebut perlu dibedakan antara biaya yang jumlahnya berubah secara proporsional dengan perubahan output yang disebut dengan biaya variabel dan biaya yang jumlahnya tidak dipengaruhi oleh perubahan output pada rentang relevan yang disebut dengan biaya tetap. Dalam analisis perilaku biaya ini diasumsikan bahwa biaya yang dianalisis berada pada rentang yang relevan sehingga semua biaya bergerak secara linear.

Untuk sampai pada kewajaran penyajian metode kalkulasi biaya langsung maka dilakukan analisis perilaku biaya dengan menggunakan tehnik analisis regresi untuk biaya-biaya semivariabel.

Sebelum dilakukan analisis regresi perlu dilakukan pemeriksaan terlebih dahulu atas pos-pos beban yang ada dalam tiap-tiap pusat biaya. Dimana ada yang perlu mendapat penyesuaian terlebih dahulu sebelum digunakan analisis, yakni masalah cut-off bulanan dan lonjakan beban pada satu bulan tertentu. Biaya-biaya atau tingkat aktivitas yang abnormal tidak diikutsertakan dalam analisis agar tidak mengacaukan



hasil yang diperoleh.

Ada pun perincian daripada biaya yang terjadi pada perusahaan "X" adalah sebagai berikut :

2.4.1 Biaya variabel bahan baku. Biaya variabel bahan baku terdiri dari :

a. Plat dan pipa besi. Perhitungan kebutuhan bahan baku plat dan pipa besi per unit didasarkan pada suatu standar yang telah ditetapkan. Untuk biaya bahan baku plat diperoleh dengan mengalikan banyaknya lembaran plat standar yang digunakan dengan berat per lembar serta harga per kilogram plat tersebut. Perhitungan adalah sebagai berikut :

$$8 \times 33 \text{ kg} \times \text{Rp } 1.500 = \text{Rp } 396.000 \quad (14)$$

Sedangkan untuk pipa besi dilakukan dengan mengalikan jumlah staf pemakaian pipa dengan harga per staf pipa. Perhitungannya adalah sebagai berikut :

$$6 \times \text{Rp } 5.000 = \text{Rp } 30.000 \quad (15)$$

b. Cat. Bahan baku cat terdiri dari empat komponen, yaitu cat, epoxy, thinner dan dempul. Kebutuhan komponen ini ditentukan dengan mengalikan jumlah liter kebutuhan dengan harga per liter masing-masing

komponen. Perhitungan akan biaya cat diperlihatkan pada tabel 6.

TABEL 6

## BIAYA BAHAN BAKU CAT PER UNIT OUTPUT

Komponen	Ukuran ( Ltr )	Harga/liter (Rp)	Jumlah ( Rp )
Dempul	10	3.500	35.000
Epoxy	10	4.000	40.000
Thinner	4	3.000	12.000
Cat	4	5.000	20.000
Jumlah			107.000

Sumber : Data perusahaan yang telah diolah penulis.

c. Bekleed. Bahan baku bekleed adalah bahan baku yang berupa kain jok, busa, karpet serta terpal pelapis. Untuk kain jok, karpet serta terpal pelapis plafon perhitungannya dilakukan dengan mengalikan meter kebutuhan per unit dengan harga per meter. Sedangkan untuk busa dilakukan dengan cara mengalikan kebutuhan per unit untuk ukuran standar 1 x 2 meter dengan harga per ukuran standar. Jumlah biaya untuk yang pertama dapat dilihat pada tabel 7 sedangkan untuk busa adalah sebagai berikut :

$$6.5m \times Rp 35.000 = Rp 227.500 \quad (16)$$

TABEL 7  
KEBUTUHAN BEKLEED PER UNIT OUTPUT

Komponen	Ukuran ( m )	Harga/meter ( Rp )	Jumlah ( Rp )
Kain jok	7	5.000	35.000
Karpet	2	10.000	20.000
Terpal plafon	6	5.000	30.000
Jumlah			85.000

Sumber : Data perusahaan yang telah diolah penulis.

d. Accesories. Bahan baku accesories terdiri dari kaca, lampu dalam ruangan, lampu belakang, pegangan pintu dan putaran pintu kaca. Secara ringkas pengeluaran untuk bahan ini adalah Rp 510.000/ unit output.

e. Bahan anti karat. Setiap unit mobil menurut standar membutuhkan 10 kg anti karat untuk melindungi mobil dari pengaruh oksidasi. Harga pasaran untuk per kilogram bahan anti karat adalah Rp 10.000. Jadi biaya variabel anti karat adalah :

$$10 \text{ kg} \times \text{Rp } 10.000 = 100.000 \quad (17)$$

2.4.2 Biaya tenaga kerja langsung. Tenaga kerja langsung terbagi atas biaya tenaga kerja langsung tetap dan variabel. Biaya tenaga kerja langsung tetap terdapat pada bagian matrys dimana besarnya biaya tenaga kerja tersebut sebulan adalah Rp 1.600.000. Sedangkan untuk biaya tenaga kerja langsung variabel adalah seperti yang tercantum pada tabel 8.

2.4.3 Biaya tidak langsung pabrik.

2.4.3.1 Biaya tidak langsung pabrik tetap. Biaya ini merupakan salah satu komponen biaya tidak langsung pabrik. Dalam kegiatan produksi perusahaan biaya tidak langsung tetap yang ada seperti yang tertera pada tabel 9.

2.4.3.2 Biaya tidak langsung pabrik variabel. Biaya tidak langsung pabrik variabel yang dapat diidentifikasi langsung adalah biaya penghapusan matrys dimana penggunaannya diperuntukkan sampai jumlah unit produk tertentu yang dihasilkan. Besarnya biaya penghapusan matrys per unit produk adalah

TABEL 8

## BIAYA VARIABEL TENAGA KERJA LANGSUNG

Seksi	Jenis tenaga kerja	Jumlah per unit (Rp)
a. Komponen dan perakitan awal	Press	Rp 15.000
b. Perakitan metal akhir	Las, trap dan pakal	105.000
c. Pengecatan	Pembersih karat	4.000
	Zinc chromate	2.500
	Dempul dan cat	115.000
d. Perlengkapan	Door lock	15.000
	Kaca dan karet	11.000
	Lampu	5.000
	Plafon	11.500
Jumlah tenaga kerja langsung		Rp 284.000

Sumber : Data perusahaan

TABEL 9

## BIAYA TIDAK LANGSUNG PABRIK TETAP

Jenis biaya	Jumlah/bulan (Rp)
Penyusutan inventaris dan peralatan	2.604.000
Penyusutan mesin press	8.335.000
Penyusutan mesin las	4.687.500
Penyusutan oven	2.920.000
Penyusutan bangunan pabrik	2.500.000
Gaji kepala-kepala seksi	2.400.000
Jumlah	23.446.500

Sumber : Data perusahaan yang telah diolah penulis.

sebagai berikut :

$$\text{Rp } 250.000.000 : 2.000 \text{ unit} = \text{Rp } 125.000 \quad (18)$$

Sedangkan untuk biaya variabel lainnya dari biaya produksi tak langsung masih dalam bentuk biaya semivariabel maka untuk itu perlu dipecahkan atas biaya variabel dan biaya tetap. Pemecahan ini dilakukan dengan bantuan analisis regresi. Sebagai parameter bebas (X) dipilih total output dari setiap seksi produksi. Hasil analisa regresi adalah sebagai berikut :

Seksi Komponen dan pera-	Persamaan Regresi	Korelasi
kitan awal	$\hat{Y} = 45.132 + 15.142X$	$r = 0.99$
Perakitan metal		
akhir	$\hat{Y} = 115.230 + 25.505X$	$r = 0,99$
Pengecatan	$\hat{Y} = 81.756 + 19.586X$	$r = 0,92$
Perlengkapan	$\hat{Y} = 30.924 + 6.494X$	$r = 0,95$

Dari hasil perhitungan ini terlihat korelasi yang kuat antara volume output dengan biaya produksi tidak langsung karena untuk setiap seksi koefisien korelasinya besar. Hal ini disebabkan karena sebagian besar biaya ini mengikuti pola perilaku dari output.

2.4.4 Biaya variabel bagian jasa. Seperti terlihat pada bagan struktur organisasi bahwa departemen pabrikasi membawahi pula bagian PPC ( Production Planning and Control ) dan bagian pembelian/pengadaan. Sifat daripada bagian-bagian ini adalah memberikan jasa demi kelancaran produksi di mana outputnya sendiri sulit diukur. Oleh karena itu keseluruhan bagian jasa ini ( tidak termasuk biaya penyusutan ) dicoba untuk dihubungkan dengan volume produksi. Hasil perhitungan regresinya adalah sebagai berikut :

$$\hat{Y} = 2.436.250 + 5.000 X \quad r = 0,66$$

Dari hasil perhitungan ini menunjukkan adanya korelasi yang cukup kuat karena koefisien korelasinya lebih besar daripada 0,5 yaitu  $r = 0,66$ . Jumlah biaya tetap disini adalah Rp 2.436.250 sedangkan biaya variabel adalah Rp 5.012 per unit.

2.4.5 Biaya pemasaran, administrasi dan umum. Untuk kelompok biaya ini yang dapat diidentifikasi secara langsung sebagai biaya variabel adalah biaya komisi agen dan biaya promosi daerah dan nasional. Besarnya biaya-biaya tersebut adalah sebagai berikut :

Komisi agen Rp 250.000/output terjual  
Promosi nasional/daerah Rp 150.000/output terjual

Sedangkan untuk biaya lainnya dari kelompok ini dicoba dicari dengan menggunakan alat bantu analisis regresi. Pada analisis ini total biaya pemasaran, umum dan administrasi lainnya dihubungkan dengan penjualan bersih yang dihasilkan. Dan berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$\hat{Y} = 13.409.120 + 0,00016X \quad r = 0,384$$

Hasil perhitungan ini memperlihatkan adanya suatu korelasi yang sangat rendah yaitu sebesar  $r = 0,384$  dimana lebih kecil dari 0,5 sehingga dengan demikian dapat dikatakan bahwa biaya pemasaran, administrasi dan umum lainnya merupakan biaya tetap dan untuk pembahasan ini dianggap demikian. Kecilnya nilai  $r$  ini dapat disebabkan antara lain oleh pencatatan yang kurang akurat, adanya faktor lain yang dominan atau dapat juga karena sifat dari biaya-biaya ini yang kurang lebih tetap, tergantung dari kebijakan manajemen.



## 2.5 Perhitungan biaya variabel per unit dan total biaya tetap

Berdasarkan hasil analisa perilaku biaya dapatlah diketengahkan jumlah biaya variabel per unit yang terlihat pada tabel 10 dan total biaya tetap pada tabel 11.

## 2.6 Penentuan harga jual rutin berdasarkan metode kalkulasi biaya langsung

Metode kalkulasi biaya langsung akan menghasilkan informasi biaya yang mengelompokkan biaya variabel sebagai kelompok tersendiri dan biaya tetap sebagai kelompok tersendiri. Dari informasi ini dan dibantu dengan tehnik target ROI pricing maka dapat ditentukan harga jual rutin untuk perusahaan. Informasi biaya variabel per unit yang dihasilkan pada perhitungan sebelumnya menunjukkan nilai Rp 2.336.739 sedangkan total biaya tetap per bulan sebesar Rp 40.891.870. Berdasarkan informasi dari perusahaan investasi yang ditanamkan adalah Rp 3.500.000.000 dengan harapan ROI sebesar 40 % maka laba yang diharapkan per bulan adalah Rp 116.650.000 ( dibulatkan ).

TABEL 10  
JUMLAH BIAYA VARIABEL PER UNIT OUTPUT

No.	Komponen biaya	Jumlah (Rp)
A.	Biaya produksi :	
1.	Bahan baku langsung	1.456.000
2.	Tenaga kerja langsung	284.000
3.	Biaya produksi tak langsung (termasuk bagian jasa)	196.739
	Jumlah biaya produksi variabel	1.936.739
B.	Biaya pemasaran, administrasi dan umum	400.000
	Jumlah biaya variabel	2.336.739

Sumber : Data perusahaan yang telah diolah penulis.

TABEL 11  
PERHITUNGAN BIAYA TETAP PER BULAN

No.	Komponen biaya	Jumlah (Rp)
1.	Tenaga kerja langsung	1.600.000
2.	Biaya pabrik tak langsung (termasuk bagian jasa)	25.882.750
3.	Biaya pemasaran, administrasi, dan umum	13.409.120
	Jumlah biaya tetap	40.891.870

Sumber : Data perusahaan yang telah diolah penulis.

Dari informasi-informasi yang tersebutkan sebelumnya dapat dibawa ke model penetapan harga target ROI pricing maka dihasilkan perhitungan sebagai berikut :

$$HJ = \frac{116.650.000 + 40.891.870}{154} + 2.336.739 \quad (19)$$

Harga Jual = 3.359.738/unit

### 2.7 Penggunaan metode kalkulasi biaya langsung untuk pengambilan keputusan mengenai harga pada situasi khusus dan jangka pendek

Pada situasi tertentu dapat saja langganan meminta suatu harga khusus yang nilainya lebih rendah daripada harga pokok produksi penuh. Pada situasi ini informasi yang dihasilkan dari metode kalkulasi biaya langsung sangat membantu karena menampilkan biaya variabel secara terpisah. Informasi ini dapat menjadi dasar pengambilan keputusan bagi manajemen untuk pengambilan keputusan. Apabila harga yang diminta masih lebih besar daripada total biaya variabel atau dengan kata lain lebih besar dari Rp 2.336.739 manajemen dapat menerima permintaan harga tersebut.

Penerimaan seperti ini biasanya terjadi apabila penjualan sudah di atas titik impas.

Untuk jangka pendek demi mengatasi persaingan yang demikian berat manajemen dapat menjual produk dengan memperhitungkan biaya variabel saja yang mana informasinya dihasilkan oleh metode kalkulasi biaya langsung.

#### 2.8 Bentuk informasi yang dihasilkan metode kalkulasi biaya langsung

Informasi yang dihasilkan oleh metode kalkulasi biaya langsung dapat terdiri dari beberapa bentuk tergantung kepada tujuan penggunaannya. Salah satu informasi yang dihasilkan adalah laporan rugi laba. Bentuk laporan rugi laba yang dihasilkannya dapat dilihat pada bab sebelumnya.

Dari bentuk laporan ini perusahaan dapat mengamati perkembangan biaya variabel yang terjadi dari bulan ke bulan sehingga apabila pengaruh ekstern misalnya kenaikan harga bahan baku dapat terpantau dari laporan ini sehingga perusahaan dapat menerapkan strategi harga baru untuk mempertahankan tingkat ROI

yang diharapkan.

## 2.9 Komparasi antara metode kalkulasi biaya langsung dengan metode kalkulasi biaya yang dibuat perusahaan dan pembuktian hipotesa

Berdasarkan perhitungan yang dibuat berdasarkan metode kalkulasi biaya langsung diperoleh harga jual rutin sebesar Rp 3.359.738 sedangkan berdasarkan metode kalkulasi biaya yang dibuat perusahaan diperoleh harga jual rutin sebesar Rp 3.780.969. Selisih yang terjadi sebesar Rp 421.231 yang menunjukkan bahwa harga jual yang diperoleh dari metode kalkulasi biaya langsung lebih rendah. Penyebab perbedaan ini antara lain :

- a. Perbedaan dalam faktor penyebut dimana perusahaan menggunakan penjualan/produksi paling rendah tahun sebelumnya sebagai patokan sedangkan dalam analisa ini digunakan penjualan /produksi rata-rata. Hal ini menyangkut alokasi biaya tetap pada unit produksi. Dan dalam kondisi ini penjualan/produksi rata-rata dirasakan lebih wajar.
- b. Perbedaan dalam penentuan laba. Pada tehnik

penetapan harga yang dibuat perusahaan besarnya laba adalah merupakan prosentase daripada total biaya sedangkan pada analisa ini digunakan ROI yang menghasilkan total laba yang diharapkan dalam rupiah. Pemakaian total rupiah laba yang diharapkan selama bulan berjalan lebih bersifat riil sebaliknya penggunaan prosentase lebih bersifat abstrak.

Di samping untuk penetapan harga rutin metode kalkulasi biaya langsung dapat memberikan informasi yang lebih baik dalam menetapkan harga jangka pendek maupun pada situasi khusus dibandingkan dengan metode kalkulasi biaya yang dibuat oleh perusahaan.

Dari keseluruhan analisis yang dibuat berdasarkan data-data yang terkumpulkan membuktikan hipotesa yang telah dibuat sebelumnya. Terbukti bahwa pada situasi perusahaan yang ada, informasi yang dihasilkan dengan menggunakan metode kalkulasi biaya lebih baik dibandingkan dengan metode yang ditetapkan perusahaan dalam menentukan harga jual.

## B A B IV

## KESIMPULAN DAN SARAN

## 1. Kesimpulan

1.1 Strategi harga jual merupakan salah satu strategi yang biasanya dipakai dalam penetrasi pasar dan sekaligus untuk mencapai tujuan perusahaan diantaranya adalah laba. Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam penetapan harga jual antara lain :

- Harga jual pesaing untuk produk sejenis.
- Biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi produk tersebut serta biaya-biaya operasi yang terjadi.
- Harga atas permintaan langganan.

1.2 Bagi suatu perusahaan yang normal, penentuan harga jual perlu mempertimbangkan unsur biayanya. Oleh karena itu dibutuhkan informasi biaya yang cukup akurat untuk mendukung pengambilan keputusan yang baik mengenai harga jual produknya.

1.3 Di dalam literatur akuntansi manajemen terdapat dua metode kalkulasi biaya yang digunakan untuk menghasilkan informasi yang digunakan untuk penetapan

harga jual produk, yaitu metode direct costing/ kalkulasi biaya langsung dan metode absorption/full costing atau metode absorpsi. Perbedaan kedua metode ini adalah penekanan terhadap biaya tetap produksi. Kalkulasi biaya absorpsi menekankan biaya tetap produksi sebagai komponen harga pokok produksi sebaliknya metode kalkulasi biaya langsung memasukkan biaya tersebut sebagai biaya periode.

1.4 Laporan rugi laba yang dihasilkan oleh metode kalkulasi biaya absorpsi mengelompokkan biaya atas fungsinya sedangkan metode kalkulasi biaya langsung mengelompokkan biaya atas perilakunya. Pada umumnya penggunaan metode kalkulasi biaya absorpsi akan menghasilkan laba yang lebih tinggi apabila jumlah yang terjual lebih sedikit dari yang diproduksi, sebaliknya labanya akan lebih rendah dari metode kalkulasi biaya langsung apabila jumlah yang terjual lebih banyak daripada yang diproduksi. Dan kedua metode ini akan menunjukkan angka laba yang sama bila produksi sama dengan penjualan. Faktor penyebabnya adalah perbedaan atas perlakuan biaya tetap dari kedua metode tersebut.



1.5 Dalam strategi harga jual yang mempertimbangkan unsur biaya terdapat beberapa tehnik yang dapat digunakan, yaitu mark-up pricing yang berlaku untuk pedagang eceran atau perusahaan yang memiliki product differentiation yang kuat, cost-plus pricing yang berlaku untuk pekerjaan tidak rutin dan berjangka panjang, misalnya perusahaan kontraktor dan target pricing yang mencakup di dalamnya target ROI pricing untuk perusahaan yang menghasilkan produk tunggal atau beberapa produk yang mempunyai kejelasan atas besar investasi tiap-tiap produk serta alokasi biayanya.

1.6 Target ROI pricing merupakan salah satu tehnik penetapan harga jual yang didasarkan atas biaya dimana mempertimbangkan seluruh biaya yang terjadi baik biaya produksinya maupun biaya operasinya dan mengaitkan dengan tingkat ROI yang diinginkan. Formulanya merupakan turunan dari formula analisis biaya-volume laba, yaitu :

$$HJ = \frac{\text{Pengembalian} + \text{biaya tetap}}{\text{Unit penjualan}} + \text{biaya variabel/unit}$$

HJ : Harga jual produk

1.7 Produk yang dihasilkan perusahaan merupakan produk

tunggal oleh karenanya dari produk tersebut diharapkan adanya pengembalian atas biaya serta investasi yang ditanamkan untuk menghasilkan produk tersebut. Maka dari itu tehnik penetapan harga jual yang cocok bagi perusahaan adalah tehnik target ROI pricing.

1.8 Informasi yang dihasilkan oleh metode kalkulasi biaya langsung dirasakan relevan untuk pengambilan keputusan harga jual pada PT. "X" karena :

- Cocok dengan tehnik target ROI pricing karena target ROI pricing merupakan turunan dari analisis biaya volume-laba yang erat korelasinya dengan metode kalkulasi biaya langsung.
- Informasi yang dihasilkan oleh metode ini dapat berguna juga untuk penentuan harga jual jangka pendek ataupun pada situasi khusus karena menganalisis biaya variabel secara tersendiri.

1.9 Penelitian membuktikan bahwa tehnik penetapan harga jual yang menggunakan informasi dari kalkulasi biaya langsung dapat menghasilkan harga jual yang lebih rendah dibandingkan dengan penggunaan metode perusahaan, yaitu masing-masing Rp 3.359.738 dan Rp 3.780.969.

## 2. Saran

2.1 Sebaiknya perusahaan menggunakan metode kalkulasi biaya langsung dalam kalkulasi biayanya untuk penentuan harga jual produk karena informasi yang dihasilkan lebih baik sesuai kondisi perusahaan yang ada.

2.2 Perusahaan perlu mengadakan pencatatan biaya serta alokasinya di antara seksi-seksi produksi yang ada sehingga pertanggungjawaban biaya dari tiap seksi akan lebih baik.

## DAFTAR PUSTAKA

Anthony, Robert N. and James S. Reece, Accounting : Text and Cases, Eighth Edition, Richard D. Irwin Inc., Illinois, 1989.

Anthony, Robert N., John Dearden dan Norton M. Bedford, Sistem Pengendalian Manajemen, Edisi Kelima, Terjemahan, Penerbit Erlangga, Jakarta, 1987.

Cashin, James A. dan Ralph S. Polimeni, Akuntansi Biaya, Edisi Pertama, Terjemahan, Penerbit Erlangga, Jakarta, 1986.

Cushing, Barry E., Sistem Informasi Akuntansi dan Organisasi Perusahaan, Edisi Ketiga, Terjemahan, Erlangga, Jakarta, 1983.

Davis, Gordon B., Kerangka Dasar Sistem Informasi Manajemen, Bagian I Pengantar, Seri Manajemen No.90-A, Terjemahan, Penerbit IPPM dan PT. Pustaka Binamon Pressindo, Jakarta, 1987.

Horngren, Charles T., Pengantar Akuntansi Manajemen, Edisi Keenam, Bagian 1, Terjemahan, Penerbit Erlangga, Jakarta, 1986.

Horngren, Charles T. dan George Foster, Akuntansi Biaya : Suatu Pendekatan Manajerial, Edisi Keenam, Bagian 1, Terjemahan, Penerbit Erlangga, Jakarta, 1988

Ikatan Akuntan Indonesia, Prinsip Akuntansi Indonesia 1984, Penerbit PT. Rineka Cipta, 1990.

Kaplan, Robert S. and Anthony A. Atkinson, Advanced Management Accounting, Second Edition, Prentice Hall International, New Jersey, 1989.

Kotler, Philip, Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan dan Pengendalian, Edisi Kelima, Terjemahan, Penerbit Erlangga, Jakarta, 1987.

Matz, Adolph dan Milton Usry, Akuntansi Biaya : Perencanaan dan Pengendalian, Edisi Kedelapan, Terjemahan, Penerbit Erlangga, Jakarta, 1988.

Mulyadi, Akuntansi Biaya Untuk Manajemen, Edisi Keempat, Penerbit B.P.F.E., Yogyakarta, 1986.

Radiosunu, Politik Pemasaran, Edisi Pertama, Penerbit B.P.F.E., Yogyakarta, 1987.

Wilkinson, Joseph W., Accounting Information System : Essential Concept And Applications, John Wiley and Son Inc., 1989



## Lampiran 1

**BIAYA PABRIK TAK LANGSUNG SEKSI PERAKITAN  
AWAL DI LUAR BIAYA PENYUSUTAN DAN GAJI KEPALA SEKSI  
TAHUN 1990**

---

<u>B u l a n</u>	<u>Jumlah (Rp)</u>
Januari	2.469.000
Pebruari	2.092.000
Maret	2.230.000
April	2.318.000
Mei	1.938.000
Juni	2.166.000
Juli	2.091.000
Agustus	2.393.000
September	2.500.000
Oktober	2.742.000
Nopember	2.770.000
Desember	2.815.000
	-----
J u m l a h	28.524.000
	-----

Keterangan : Dibulatkan ke ribuan terdekat.

## Lampiran 2

**BIAYA PABRIK TAK LANGSUNG SEKSI PERAKITAN METAL  
AKHIR DI LUAR BIAYA PENYUSUTAN DAN GAJI KEPALA  
SEKSI TAHUN 1990**

---

<u>B u l a n</u>	<u>Jumlah (Rp)</u>
Januari	4.198.000
Pebruari	3.558.000
Maret	3.812.000
April	3.942.000
Mei	3.303.000
Juni	3.685.000
Juli	3.556.000
Agustus	4.070.000
September	4.249.000
Oktober	4.656.000
Nopember	4.704.000
Desember	4.783.000
	-----
J u m l a h	48.516.000
	-----

Keterangan : Dibulatkan ke ribuan terdekat.

## Lampiran 3

**BIAYA PABRIK TAK LANGSUNG SEKSI PENGECATAN  
DI LUAR BIAYA PENYUSUTAN DAN GAJI KEPALA SEKSI  
TAHUN 1990**

---

<u>B u l a n</u>	<u>Jumlah (Rp)</u>
Januari	3.211.000
Pebruari	2.725.000
Maret	2.918.000
April	3.019.000
Mei	2.535.000
Juni	2.825.000
Juli	2.725.000
Agustus	3.120.000
September	3.250.000
Oktober	3.568.000
Nopember	3.620.000
Desember	3.660.000
J u m l a h	----- 37.176.000 -----

Keterangan : Dibulatkan ke ribuan terdekat.



## Lampiran 4

**BIAYA PABRIK TAK LANGSUNG SEKSI PERLENGKAPAN  
DI LUAR BIAYA PENYUSUTAN DAN GAJI KEPALA SEKSI  
TAHUN 1990**

---

<u>B u l a n</u>	<u>Jumlah (Rp)</u>
Januari	1.067.000
Pebruari	908.000
Maret	980.000
April	1.010.000
Mei	841.000
Juni	938.000
Juli	907.000
Agustus	1.033.000
September	1.080.000
Oktober	1.184.000
Nopember	1.207.000
Desember	1.217.000
	-----
J u m l a h	12.372.000
	-----

Keterangan : Dibulatkan ke ribuan terdekat.

## Lampiran 5

B I A Y A   B A G I A N   J A S A  
T A H U N   1 9 9 0

<u>B u l a n</u>	<u>Jumlah (Rp)</u>
Januari	3.000.000
Pebruari	3.000.000
Maret	3.100.000
April	3.075.000
Mei	3.200.000
Juni	3.200.000
Juli	3.200.000
Agustus	3.250.000
September	3.250.000
Oktober	3.400.000
Nopember	3.400.000
Desember	3.400.000
J u m l a h	38.475.000

Keterangan : Dibulatkan ke ribuan terdekat.

## Lampiran 6

**BIAYA PEMASARAN, ADMINISTRASI DAN UMUM DI LUAR  
KOMISI AGEN DAN PROMOSI WAJIB  
TAHUN 1990**

<u>Bulan</u>	<u>Jumlah (Rp)</u>
Januari	720.000
Pebruari	608.000
Maret	652.000
April	675.000
Mai	563.000
Juni	630.000
Juli	607.000
Agustus	600.000
September	720.000
Oktober	801.000
November	810.000
Desember	820.000
<b>Jumlah</b>	<b>8.130.000</b>

Keterangan : Dibulatkan ke ribuan terdekat.