

## **BAB 2**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 Akuntansi Biaya**

Menurut Supriyono (2000:12) akuntansi biaya adalah salah satu cabang akuntansi yang merupakan alat manajemen dalam memonitor dan merekam transaksi biaya secara sistematis, serta menyajikan informasi biaya dalam bentuk laporan biaya.

Menurut Mulyadi (2014:7) akuntansi biaya adalah proses pencatatan, penggolongan, peringkasan dan pengkajian biaya, pembuatan dan penjualan produk atau jasa dengan cara-cara tertentu, serta penafsiran terhadapnya. Berdasarkan definisi tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan akuntansi biaya adalah ilmu yang mempelajari tentang seni pencatatan, penggolongan, peringkasan dan penyajian biaya pembuatan dan penjualan produk atau jasa dalam bentuk laporan keuangan. Akuntansi biaya juga merupakan proses pencatatan keuangan yang didalamnya terjadi penggolongan dan peringkasan biaya produksi, penjualan produk ataupun jasa menggunakan suatu cara tertentu lengkap dengan penjelasannya. Bagi manajemen itu sendiri, nantinya akuntansi biaya dapat dijadikan sebagai alat perencanaan, peramalan, pengawasan dan pembuat keputusan.

Sesuai dengan definisi tersebut ada dua macam istilah yang perlu dipahami, yakni biaya (*cost*) dan beban (*expense*), yang bagi sebagian orang awam kedua istilah tersebut memiliki arti yang sama, namun tidak demikian adanya. Secara *terminologi cost* merupakan pengorbanan sumber ekonomi perusahaan yang

digunakan untuk memperoleh barang atau jasa. Contoh: pembelian bahan baku, sedangkan *expense* adalah pengorbanan sumber ekonomi perusahaan yang digunakan untuk mengarahkan penghasilan. Beban ini terjadi dalam periode terjadinya transaksi dan dapat langsung memberi manfaat pada periode yang bersangkutan, contoh: beban penjualan, beban sewa, dan beban lain-lain.

Akuntansi biaya ini diperlukan sebagai pertanggungjawaban kepada pihak eksternal perusahaan seperti investor ataupun kreditur, serta internal manajemen perusahaan itu sendiri. Akuntansi biaya dibutuhkan oleh setiap perusahaan, karena data historis yang disajikan dalam pencatatannya akan sangat penting digunakan oleh manajemen dalam mengambil keputusan atau kebijakan di waktu yang akan datang.

#### a. Peranan Akuntansi Biaya

Akuntansi biaya merupakan perangkat yang dibutuhkan manajemen untuk aktivitas perencanaan dan pengendalian, memperbaiki kualitas, meningkatkan efisiensi serta membuat keputusan-keputusan yang bersifat rutin maupun yang bersifat strategis. Berkaitan dengan hal tersebut, maka akuntansi biaya dapat membantu manajemen dalam menyelesaikan tugas-tugas seperti yang dikemukakan oleh Bustami dan Nurlela (2010:4-5) sebagai berikut:

1. Penyusunan anggaran dan pelaksanaan anggaran operasi perusahaan
2. Penetapan metode dan prosedur perhitungan biaya, pengendalian biaya, pembebanan biaya yang akurat serta perbaikan mutu yang berkesinambungan

3. Penentuan nilai persediaan yang digunakan untuk kalkulasi biaya dan penetapan harga, evaluasi terhadap produk, evaluasi kinerja departemen atau divisi, pemeriksaan persediaan secara fisik
4. Menghitung biaya dan laba perusahaan untuk satu periode akuntansi, tahunan, atau periode yang lebih singkat
5. Memilih sistem dan prosedur dari alternatif yang terbaik, guna dapat menaikkan pendapatan maupun menurunkan biaya.

Peranan akuntansi biaya menurut Carter (2009:11) terkait dengan definisi akuntansi biaya seperti yang telah dijelaskan sebelumnya yaitu mengenai pengumpulan, penyajian, dan analisis informasi mengenai biaya dan manfaat membantu manajemen untuk menyelesaikan tugas-tugas berikut:

1. Membuat dan melaksanakan rencana dan anggaran untuk beroperasi dalam kondisi kompetitif dan ekonomi yang telah diprediksi sebelumnya. Suatu aspek penting dari rencana adalah potensinya untuk memotivasi orang yang berkinerja dengan cara yang konsisten dengan tujuan perusahaan
2. Menetapkan metode perhitungan biaya yang memungkinkan pengendalian aktivitas, mengurangi biaya, dan memperbaiki kualitas
3. Mengendalikan kuantitas fisik dari persediaan, dan menentukan biaya dari setiap produk dan jasa yang dihasilkan untuk tujuan penetapan harga dan untuk evaluasi kinerja dari suatu produk, departemen, atau divisi
4. Menentukan biaya dan laba perusahaan untuk periode akuntansi satu tahun atau untuk periode lain yang lebih pendek. Hal ini termasuk menentukan

nilai persediaan dan harga pokok penjualan sesuai dengan aturan pelaporan eksternal

5. Memilih di antara dua atau lebih alternatif jangka pendek atau jangka panjang, yang dapat mengubah pendapatan dan biaya. Siregar dkk (2014:10) menyatakan peran akuntansi biaya yaitu “akuntansi dapat membantu manajemen dalam melaksanakan fungsinya. Pengumpulan, penyajian, dan penganalisisan informasi yang berhubungan dengan biaya dapat membantu manajemen dalam penyusunan anggaran, pengendalian, penentuan harga, penentuan laba, pemilihan alternatif untuk pengambilan keputusan, dan pengendalian biaya dalam lingkungan teknologi maju.”

Dari pendapat para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya peranan akuntansi biaya adalah untuk mengumpulkan, menyajikan, dan menganalisis informasi mengenai biaya dan membantu manajemen dalam merencanakan dan melaksanakan anggaran, pengendalian biaya, dan pemilihan alternatif untuk pengambilan keputusan agar tujuan perusahaan dapat tercapai.

#### b. Tujuan Akuntansi Biaya

Menurut Mulyadi (2016:7) tujuan dari akuntansi biaya adalah:

##### 1. Penentuan kos produk

Pada umumnya, penentuan kos produk ditunjukkan untuk memenuhi kebutuhan pihak luar perusahaan. Oleh karena itu, akuntansi biaya untuk penentuan kos produk tunduk pada prinsip-prinsip akuntansi yang lazim.

## 2. Pengendalian biaya

Pengendalian biaya harus didahului dengan penentuan biaya yang seharusnya dikeluarkan untuk memproduksi satu satuan produk. Jika biaya yang seharusnya ini telah ditetapkan, akuntansi biaya bertugas untuk memantau apakah pengeluaran biaya yang sesungguhnya sesuai dengan biaya yang seharusnya tersebut. Akuntansi biaya kemudian melakukan analisis terhadap penyimpangan biaya sesungguhnya dengan biaya seharusnya dan menyajikan informasi mengenai penyebab terjadinya selisih tersebut. Dari analisis penyimpangan dan penyebabnya tersebut manajemen akan dapat mempertimbangkan tindakan koreksi, jika hal itu perlu dilakukan. Dari analisis ini juga manajemen puncak akan dapat mengadakan penilaian prestasi para manajer dibawahnya. Akuntansi biaya untuk tujuan pengendalian biaya ini lebih ditunjukkan untuk memenuhi kebutuhan pihak dalam perusahaan. Aspek perilaku manusia dalam akuntansi biaya untuk tujuan pengendalian biaya adalah besar. Jadi akuntansi biaya merupakan bagian akuntansi manajemen.

## 3. Pengambilan keputusan khusus

Pengambilan keputusan khusus menyangkut masa yang akan datang. Oleh karena itu informasi yang relevan dengan pengambilan keputusan khusus selalu berhubungan dengan informasi masa yang akan datang. Akuntansi biaya untuk pengambilan keputusan khusus menyajikan biaya masa akan datang. Informasi biaya ini tidak dicatat dalam catatan akuntansi biaya, melainkan hasil dari suatu proses peramalan. Karena keputusan khusus

merupakan sebagian besar kegiatan manajemen perusahaan, laporan akuntansi biaya untuk memenuhi tujuan pengambilan keputusan adalah bagian dari akuntansi manajemen. Untuk memenuhi kebutuhan manajemen dalam pengambilan keputusan, akuntansi biaya mengembangkan berbagai konsep informasi biaya untuk pengambilan keputusan.

Adapun menurut V.Wiratna Sujarweni (2015:3)terdapat 3 tujuan pokok dalam mempelajari akuntansi biaya yaitu memperoleh informasi biaya yang akan digunakan untuk:1).Penentuan harga pokok produk; 2).Perencanaan biaya dan pengendalian biaya; 3).Pengambilan keputusan khusus.

#### 2.1.2 Pengertian Biaya

Menurut Firdaus dan Wasilah (2009:22), Pengertian biaya (*cost*) dan Beban (*expense*) adalah sebagai berikut:“Biaya (*cost*) adalah pengeluaran-pengeluaran atau nilai pengorbanan untuk memperoleh barang dan jasa yang berguna untuk masa yang akan datang atau mempunyai manfaat melebihi satu periode akuntansi tahunan. Sedangkan beban (*expense*) adalah biaya yang telah memberikan suatu manfaat dan termasuk pula penurunan dalam aset atau kenaikan dalam kewajiban sehubungan dengan penyerahan barang dan jasa dalam rangka memperoleh pendapatan.”

Bustami dan Nurlela (2010:4), mengemukakan pengertian biaya dan beban sebagai berikut. Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu. Biaya ini belum habis masa pakainya dan digolongkan sebagai aktiva yang dimasukkan kedalam neraca.Sedangkan beban adalah biaya yang

telah memberikan manfaat dan sekarang telah habis. Biaya yang belum dinikmati yang dapat memberikan manfaat di masa yang akan datang dikelompokkan sebagai harta. Beban ini dimasukkan kedalam laporan laba atau rugi, sebagai pengurangan pendapatan. Berdasarkan definisi tersebut ditarik kesimpulan bahwa biaya adalah pengeluaran yang digunakan sebagai pengorbanan untuk menghasilkan suatu produk atau jasa dan beban adalah pengeluaran yang digunakan untuk membantu dalam proses perolehan barang atau jasa yang mempengaruhi pendapatan.

Menurut Hansen dan Mowen (2009:47), biaya didefinisikan sebagai kas atau nilai ekuivalen kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberikan manfaat saat ini atau di masa yang akan datang bagi organisasi. Dikatakan sebagai ekuivalen kas karena sumber nonkas dapat ditukar dengan barang atau jasa yang diinginkan. Sebagai contoh, menukar peralatan dengan bahan yang digunakan untuk produksi. Dalam usaha menghasilkan manfaat saat ini dan di masa depan, manajemen suatu organisasi harus melakukan berbagai usaha untuk meminimumkan biaya yang dibutuhkan dalam mencapai keuntungan tertentu. Mengurangi biaya yang dibutuhkan untuk mencapai manfaat tertentu memiliki arti bahwa perusahaan menjadi lebih efisien. Biaya tidak harus ditekan, tetapi juga harus dikelola secara strategis.

Menurut Carter (2009: 30), biaya sebagai suatu nilai tukar, pengeluaran, atau pengorbanan yang dilakukan untuk menjamin perolehan manfaat. Dalam akuntansi keuangan, pengeluaran atau pengorbanan pada tanggal akuisisi

dicerminkan oleh penyusutan atas kas atau aset lain yang terjadi pada saat ini atau di masa yang akan datang.

Menurut Mulyadi (2007:4), biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu. Dalam dunia bisnis, semua aktivitas dapat diukur dengan satuan uang yang lazim disebut biaya. Aktivitas ini merupakan pengorbanan waktu, tenaga dan pikiran, material untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Tujuan bisnis adalah laba. Oleh sebab itu setiap aktivitas harus diperhitungkan secara *benefit cost ratio* (perhitungan keuntungan dan pengorbanan).

Berdasarkan pengertian biaya menurut para ahli di atas, peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa biaya didefinisikan sebagai semua pengorbanan ekonomi yang dapat diukur dengan jumlah moneter yang harus dibayarkan baik yang telah terjadi maupun yang akan terjadi tidak dapat dihindarkan dan digunakan dalam rangka memperoleh penghasilan.

### 2.1.3 Klasifikasi Biaya

Klasifikasi biaya sangat diperlukan untuk mengembangkan data biaya yang dapat membantu pihak manajemen dalam mencapai tujuannya. Untuk tujuan perhitungan biaya produk dan jasa, biaya dapat diklasifikasikan menurut tujuan khusus atau fungsi-fungsi. Menurut Hansen dan Mowen (2009: 56), biaya dikelompokkan ke dalam dua kategori fungsional utama, antara lain:

- a. Biaya produksi (*manufacturing cost*) adalah biaya yang berkaitan dengan pembuatan barang dan penyediaan jasa. Biaya produksi dapat diklasifikasikan lebih lanjut sebagai:

### 1) Bahan langsung

Bahan yang dapat ditelusuri ke barang atau jasa yang sedang diproduksi. Biaya langsung ini dapat dibebankan ke produk karena pengamatan fisik dapat digunakan untuk mengukur kuantitas yang dikonsumsi oleh setiap produk. Bahan yang menjadi bagian produk berwujud atau bahan yang digunakan dalam penyediaan jasa pada umumnya diklasifikasikan sebagai bahan langsung.

### 2) Tenaga kerja langsung

Tenaga kerja yang dapat ditelusuri pada barang atau jasa yang sedang diproduksi. Seperti halnya bahan langsung, pengamatan fisik dapat digunakan dalam mengukur kuantitas karyawan yang digunakan dalam memproduksi suatu produk dan jasa. Karyawan yang mengubah bahan baku menjadi produk atau menyediakan jasa kepada pelanggan diklasifikasikan sebagai tenaga kerja langsung.

### 3) *Overhead*

Semua biaya produksi selain bahan langsung dan tenaga kerja langsung dikelompokkan ke dalam kategori biaya *overhead*. Kategori biaya *overhead* memuat berbagai item yang luas. Banyak input selain dari bahan langsung dan tenaga kerja langsung diperlukan untuk membuat produk. Bahan langsung yang merupakan bagian yang tidak signifikan dari produk jadi umumnya dimasukkan dalam kategori *overhead* sebagai jenis khusus dari bahan tidak langsung. Hal ini dibenarkan atas dasar

biaya dan kepraktisan. Biaya penelusuran menjadi lebih besar dibandingkan dengan manfaat dari peningkatan keakuratan.

b. Biaya nonproduksi (*non-manufacturing cost*) adalah biaya yang berkaitan dengan fungsi perancangan, pengembangan, pemasaran, distribusi, layanan pelanggan, dan administrasi umum. Terdapat dua kategori biaya nonproduksi yang lazim, antara lain:

1) Biaya penjualan atau pemasaran

Adalah biaya yang diperlukan untuk memasarkan, mendistribusikan dan melayani produk atau jasa.

2) Biaya administrasi

Adalah seluruh biaya yang berkaitan dengan penelitian, pengembangan, dan administrasi umum pada organisasi yang tidak dapat dibebankan ke pemasaran ataupun produksi. Administrasi umum bertanggung jawab dalam memastikan bahwa berbagai aktivitas organisasi terintegrasi secara tepat sehingga misi perusahaan secara keseluruhan dapat terealisasi.

#### 2.1.4 Harga Pokok Produksi

Menurut Hansen dan Mowen (2013;55), harga pokok produk adalah pembebanan biaya yang mendukung tujuan manajerial yang spesifik. Artinya penentuan harga pokok suatu produk bergantung pada tujuan manajerial yang spesifik atau yang ingin dicapai.

Menurut T. Horngren (2006: 45) harga pokok produksi (*cost of goods manufactured*) adalah biaya barang yang dibeli untuk diproses sampai selesai, baik sebelum maupun selama periode akuntansi berjalan.

Menurut Garrison, Ray H(2006: 60) harga pokok produksi berupa biaya produksi yang berkaitan dengan barang-barang yang diselesaikan dalam satu periode. Harga pokok adalah nilai sesuatu yang dikorbankan dan diukur dalam satuan uang untuk memperoleh aset yang diimbangi dengan aset berkurang atau utang/modal bertambah (Nafarin, 2013).

Harga pokok produksi merupakan seluruh biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh barang yang dijual atau harga perolehan dari barang yang dijual (Supriyono, 2002). Harga pokok produksi memiliki peranan dalam pengambilan keputusan perusahaan untuk beberapa hal seperti menerima atau menolak pesanan, membuat atau membeli bahan baku, dan lain-lain. Informasi mengenai harga pokok produksi menjadi dasar bagi manajemen dalam pengambilan keputusan harga jual produk yang bersangkutan. Oleh sebab itu, biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi suatu barang jadi dapat diperhitungkan untuk menentukan harga jual yang tepat.

Berdasar pengertian para ahli diatas, maka peneliti berkesimpulan harga pokok produksi adalah semua pengeluaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperoleh faktor-faktor produksi dan bahan-bahan mentah yang akan digunakan untuk menciptakan barang-barang yang diproduksi perusahaan tersebut. Untuk menghasilkan barang atau jasa diperlukan faktor-faktor produksi seperti bahan baku, tenaga kerja, modal, dan keahlian pengusaha. Semua faktor-faktor produksi yang dipakai adalah merupakan pengorbanan dari proses produksi dan juga berfungsi sebagai ukuran untuk menentukan harga pokok barang.

### 2.1.5 Harga Jual

Menurut Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2012:410) Harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Sedangkan harga menurut Dr. Effendi M. Guntur (2010:39) adalah merupakan satu - satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan dan merupakan unsur bauran pemasaran bersifat fleksibel, artinya dapat diubah dengan cepat. Sedangkan menurut Djaslim Saladin (2011:159) harga adalah komponen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan sedangkan yang lainnya tidak menghasilkan pendapatan.

Berdasarkan definisi-definisi di atas maka dapat disimpulkan bahwa harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh suatu manfaat atas barang atau jasa baik yang bisa dimiliki maupun digunakan fungsinya karena dimata konsumen harga merupakan atribut penting yang dievaluasi yang merangkap dengan nilai sosial non keuangan yang harus dikorbankan dan bagi perusahaan peran harga dapat membentuk sikap konsumen.

#### 2.1.5.1 Konsep Harga

Harga dan biaya tidak dapat dipisahkan karena keduanya saling mempengaruhi, jika biaya produksi tinggi maka harga jual juga suatu produk juga tinggi dan sebaliknya. Harga dipengaruhi oleh permintaan dan ketersediaan bahan apabila ketersediaan bahan sedikit dan permintaan melambung naik maka harga jual produk naik apabila ketersediaan berlebih dan permintaan turun maka harga

turun.

Dimensi dari harga menurut Kotler dan Keller (2012: 410) terbagi menjadi beberapa bagian yaitu:

1. Keterjangkau harga
2. Kesesuaian harga dengan kualitas
3. Kesesuaian harga dengan manfaat
4. Daya saing harga

Adapun konsep harga menurut Alma (2013: 150) yang dapat digunakan dengan pendekatan *cost plus* yaitu biaya total (*Total Cost*), biaya produk (*Product Cost*) dan biaya variabel (*Variabel Cost*).

#### 1. Konsep Biaya Total

Berdasarkan konsep biaya Total ini, harga jual ditentukan dari biaya total: biaya produksi + biaya pemasaran + biaya administrasi dan umum, ditambah dengan jumlah laba yang diinginkan oleh perusahaan. Pengertian *mark up* menurut konsep biaya total ini adalah laba yang diinginkan (*desired profit*). Penerapan penentuan harga jual produk atau jasa dengan menggunakan konsep biaya total ini adalah

- a. Menentukan besarnya biaya produksi yang terdiri dari: biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya *overhead* pabrik.
- b. Biaya produksi tersebut selanjutnya ditambah dengan biaya pemasaran dan biaya administrasi dan umum, hasilnya sama dengan biaya total.
- c. Biaya total tersebut dibagi dengan jumlah unit yang diproduksi

atau dijual untuk memperoleh angka biaya per unit.

- d. Menentukan jumlah *markup* atau dalam artian lain adalah jumlah laba yang dikehendaki. Laba yang diinginkan umumnya adalah persentase tertentu dari aktiva yang digunakan (*rate of return on assets*).
- e. Menentukan persentase *markup* dari biaya total yang dihitung dari jumlah laba yang diinginkan dibagi dengan biaya total.
- f. *Mark up* tersebut dikalikan dengan biaya perunit untuk memperoleh angka *Mark Up* per unit.
- g. Harga jual per unit ditentukan dari biaya per unit ditambah dengan *markup* per unit.

## 2. Konsep Biaya Produk

Berdasarkan konsep ini, yang juga disebut dengan *Absorption Approach*, harga jual ditentukan dari biaya produksi ditambah dengan *markup*. Pengertian *markup* menurut konsep biaya produk ini adalah laba yang dikehendaki + biaya pemasaran + biaya administrasi dan umum.

## 3. Konsep Biaya Variabel

Menurut konsep ini, yang juga disebut dengan *Contribution Approach*, biaya variabel (biaya produksi variabel + biaya pemasaran variabel + biaya administrasi dan umum variabel) ditambah dengan *markup*. Pengertian *markup* dalam hal ini adalah laba yang dikehendaki ditambah semua biaya yang bersifat tetap.

### 2.1.5.2 Metode Penetapan Harga

Cara penetapan harga atau metode penetapan harga dapat dilakukan dengan beberapa cara menurut Kotler dan Keller (2013: 417) sebagai berikut :

1. Penetapan harga *markup*

Metode penetapan harga yang paling dasar adalah dengan menambahkan *markup* standar ke biaya produk. Besarnya *markup* sangat bervariasi diantara berbagai barang. *Markup* umumnya lebih tinggi untuk produk musiman, produk khusus, produk yang penjualannya lambat, produk yang biaya penyimpanan dan penanganannya tinggi serta produk dengan permintaan yang tidak elastis.

2. Penetapan harga berdasarkan target pengembalian (*Target Return Pricing*)

Dilakukan dengan perusahaan menetapkan harga sesuai dengan tingkat pengembalian (ROI) yang diinginkan. Penetapan harga ini cenderung mengabaikan pertimbangan lain. Produsen mempertimbangkan harga berbeda dan memperkirakan kemungkinan akibatnya atas volume penjualan dan keuntungan.

3. Penetapan harga berdasarkan nilai yang dipresepsikan (*Perceived Value*)

Metode ini perusahaan menetapkan harga produk bukan berdasarkan biaya penjual yang terkadang terlalu tinggi atau terlalu rendah, melainkan dan persepsi pelanggan. Kunci dan metode ini adalah menentukan persepsi pasar atas nilai penawaran dengan akurat. Riset pasar dibutuhkan untuk membentuk persepsi nilai pasar sebagai panduan penentuan harga yang efektif.

#### 4. Penetapan harga nilai (*Value Pricing*)

Perusahaan menetapkan harga yang cukup rendah untuk tawaran yang bermutu tinggi. Penetapan harga nilai menyatakan bahwa harga harus menggambarkan tawaran yang bernilai tinggi bagi konsumen.

#### 5. Penetapan harga sesuai harga berlaku (*Going Rate Pricing*)

Perusahaan mendasarkan harganya terutama pada harga pesaing. Dalam metode ini perusahaan kurang memperhatikan biaya atau permintaan sendiri tetapi mendasarkan harganya terutama pada harga pesaing. Perusahaan dapat mengenakan harga yang sama, lebih tinggi, lebih rendah dan pesaingnya.

#### 6. Penetapan harga tender tertutup

Perusahaan menetapkan harga berdasarkan perkiraannya tentang bagaimana pesaing akan menetapkan harga bukan berdasarkan hubungan yang kaku dengan biaya atau permintaan perusahaan.

#### 2.1.5.3 Tujuan Penetapan Harga

Tujuan Penetapan Harga Menurut Adrian Payne yang dikutip oleh Lupiyoadi (2013:138) tujuan penetapan harga adalah sebagai berikut:

1. Bertahan, tujuan penentuan harga perusahaan yang dilakukan untuk bertahan demi kelangsungan hidup perusahaan.
2. Memaksimalkan laba, memaksimalkan laba dalam periode tertentu.
3. Prestise yaitu untuk memposisikan jasa perusahaan sebagai jasa eksklusif.
4. ROI, tujuan penentuan harga didasarkan atas pencapaian tingkat

pengembalian investasi yang diinginkan.

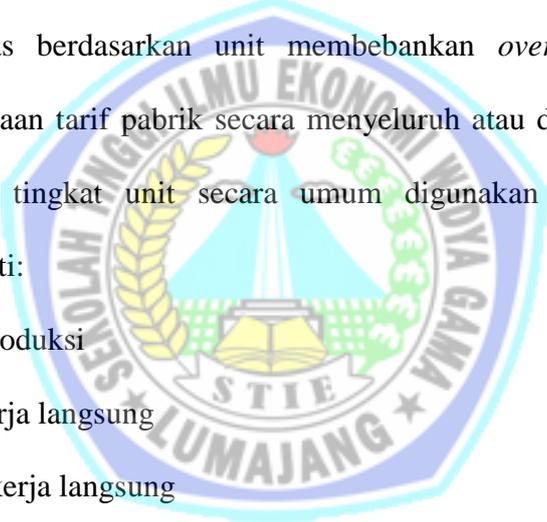
Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi pertimbangan penentuan harga jasa antara lain: elastisitas permintaan, struktur biaya, persaingan, penentuan posisi dari jasa yang ditawarkan, sasaran yang ingin dicapai perusahaan, daur hidup jasa, sumber daya yang dipergunakan dan kondisi ekonomi.

#### 2.1.6 Akuntansi Biaya Tradisional

Menurut Hansen dan Mowen yang diterjemahkan oleh Fitriasari (2009) metode akuntansi biaya tradisional adalah, “Perhitungan biaya produk berdasarkan fungsi membebankan biaya dari bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung ke produk dengan menggunakan penelusuran langsung. Biaya *overhead* di lain pihak dibebankan dengan menggunakan penelusuran gerak dan alokasi”. Menurut Blocher (2007: 117), Sistem tradisional adalah sistem penentuan harga pokok produksi dengan mengukur sumber daya yang dikonsumsi dalam proporsi yang sesuai dengan jumlah produk yang dihasilkan. Dalam sistem tradisional hanya menggunakan *driver-driver aktivitas berlevel unit* untuk membebankan biaya *overhead* pabrik pada produk. *Driver aktivitas berlevel unit* adalah faktor-faktor yang menyebabkan perubahan biaya sesuai dengan perubahan unit produk yang diproduksi. Sistem tradisional akan menimbulkan distorsi biaya jika digunakan dalam lingkungan perusahaan manufaktur maju dan dalam persaingantingkat global. Sistem penentuan harga pokok produksi harus disesuaikan dengan sistem yang cocok dengan lingkungannya. Jika

sistem penentuan harga pokok produksi tidak dirubah akan menyebabkan distorsi biaya yang besar.

Dalam sistem biaya tradisional, hanya pemacu aktivitas tingkat unit yang digunakan untuk membebankan biaya kepada produk. Pemacu aktivitas tingkat unit adalah faktor-faktor yang menyebabkan perubahan biaya sebagai akibat perubahan unit yang diproduksi. Penggunaan pemacu aktivitas berdasarkan unit untuk membebankan biaya *overhead* ke produk mengasumsikan bahwa *overhead* yang dikonsumsi produk berkorelasi tinggi dengan jumlah unit yang diproduksi. Pemacu aktivitas berdasarkan unit membebankan *overhead* kepada produk melalui penggunaan tarif pabrik secara menyeluruh atau departemental. Contoh-contoh pemacu tingkat unit secara umum digunakan untuk membebankan *overhead* meliputi:

- 
- a. Unit yang diproduksi
  - b. Jam tenaga kerja langsung
  - c. Biaya tenaga kerja langsung
  - d. Jam mesin
  - e. Bahan baku langsung

Askarany dan Yadifar (2007:95) mengidentifikasi kelemahan-kelemahan sistem biaya konvensional sebagai berikut:

1. Alokasi biaya *overhead* berubah-ubah
2. Tidak dapat memberikan gambaran lengkap, sehingga perlu untuk menggunakan berbagai sistem tergantung pada permasalahan yang ditangani

3. Meskipun sistem yang ada saat ini menangkap informasi biaya yang cukup besar, akan tetapi sulit untuk meringkas dengan mudah
4. Memakan waktu yang terlalu lama untuk sepenuhnya menganalisa hasil perhitungan
5. Masih sulit untuk menelusuri peneluaran modal
6. Sistem biaya konvensional kesulitan dalam menganalisa berbagai informasi
7. Sistem biaya konvensional belum memberikan informasi akurat untuk sistem sehingga menjadi kelemahan sistem
8. Sistem biaya konvensional kesulitan dalam melaporkan data yang mudah di dapat
9. Sistem biaya konvensional sudah terlalu tua, terlalu informal, tidak mengumpulkan dan menganalisa semua informasi yang relevan dengan benar.
10. Sistem biaya konvensional tidak mengatasi dengan baik jalur bauran macam-macam aliran
11. Sistem biaya konvensional kesulitan dalam menghubungkan biaya *overhead* tetap pada basis sesuai
12. Sistem biaya konvensional sulit beradaptasi dengan perubahan yang cepat dalam permintaan produk
13. Sistem biaya konvensional merupakan suatu sistem biaya yang usang yang mempunyai beberapa masalah dan hal tersebut menyebabkan memakan waktu yang terlalu banyak

Adapun beberapa kelemahan sistem biaya konvensional menurut Tardivo dan Montezemolo (2009:68) yaitu sebagai berikut:

1. Biaya-biaya produk atau jasa tidak akurat atau realistis
2. Biaya umum yang diangkat di setiap perusahaan dan dialokasikan melalui satu atau dua *cost driver* (untuk perusahaan manufaktur misalnya, jam tenaga kerja langsung atau bahan baku). Maka dari itu, hal tersebut tidak menunjukkan penggunaan yang efektif
3. Biaya dikelompokkan berdasarkan fungsi oleh departemen dan *cost object* (biaya objek). Tidak ada perhatian yang diberikan untuk pengumpulan informasi oleh aktivitas atau proses, hal ini dapat menghambat pengurangan biaya
4. Sistem biaya konvensional terfokus pada bidang operasi dan produksi langsung, mengabaikan biaya administrasi dan semua biaya yang terkait dengan pendukung produksi

Sedangkan menurut Amin.W.Tunggal (2000), Partogian Sormin (2003) kelebihan sistem akuntansi tradisional menurut dalam :

- a) Mudah diaudit, karena jumlah *cost driver* tidak terlalu banyak sehingga memudahkan auditor melakukan proses audit
- b) Mudah diterapkan karena tidak banyak memakai *cost driver* dalam pengalokasian biaya *overhead* pabrik, sehingga memudahkan manajer melakukan perhitungan

Kelemahan atau kekurangan sistem tradisional menurut Supriyono (2002: 74) adalah:

- a) Sistem Tradisional terlalu menekankan pada tujuan penentuan harga pokok persediaan dan harga pokok produk yang dijual, akibatnya sistem ini hanya

menyediakan informasi yang relatif sedikit untuk mencapai perusahaan dalam persaingan global

- b) Pembebanan biaya *overhead* pabrik terlalu memusat pada distribusi dan alokasi biaya *overhead* pabrik daripada berusaha untuk mengurangi pemborosan dengan menghilangkan aktivitas yang tidak bernilai tambah
- c) Sistem Tradisional tidak mencerminkan sebab akibat biaya karena hanya mengakui volume produk dan jam kerja yang menjadi faktor timbulnya biaya
- d) Mengakibatkan timbulnya distorsi biaya
- e) Sistem tradisional mengakibatkan manajemen cenderung meningkatkan volume produksi dalam rangka menekan biaya per unit
- f) Sistem Tradisional menggolongkan suatu perusahaan kedalam pusat-pusat pertanggungjawaban yang kaku dan terlalu menekankan kinerja jangka pendek
- g) Sistem Tradisional menggolongkan biaya langsung dan biaya tidak langsung serta biaya tetap dan biaya variabel berdasarkan faktor tunggal yaitu volume produksi. Sistem Tradisional menitik beratkan pada perhitungan selisih biaya sel-sel tertentu dengan menggunakan standar.

Sistem Tradisional kurang menekankan pentingnya siklus hidup produk. Penentuan harga pokok produksi menggunakan sistem Tradisional lebih mudah digunakan untuk menghitung harga pokok produksi jika dibandingkan sistem perhitungan yang lain. Namun sistem Tradisional tidak mampu memberikan perhitungan biaya yang dapat memberikan informasi yang akurat dalam teknologi perusahaan maju. Sistem Tradisional lebih tepat digunakan pada perusahaan yang

faktor produksinya lebih dominan pada penggunaan bahan baku dan tenaga kerja, yang hanya menggunakan sedikit biaya *overhead*. Sistem Tradisional lebih cocok diterapkan pada perusahaan manufaktur dalam persaingan domestik.

Menurut Supriyono (2002) pembebanan biaya *overhead* pabrik dengan sistem Tradisional dilakukan dengan dua cara, yaitu:

1) Produk Tunggal

Jika hanya memproduksi satu produk saja, maka biaya *overhead* akan dibebankan kepada produk itu saja dan pembebanannya tidak akan menjadi masalah.

2) Produk Ganda

Dalam sebuah perusahaan yang memproduksi produk lebih dari satu, maka biaya *overhead* pabrik akan dibebankan kepada semua produk tersebut. Untuk sistem Tradisional pembebanan biaya *overhead* dianggap berhubungan dengan jumlah unit yang diproduksi, yang diukur dari jam tenaga kerja langsung, jam mesin dan harga bahan. Namun, dengan pembebanan *overhead* yang seperti itu akan menimbulkan masalah identifikasi *overhead* kepada masing-masing produk. Dan masalah ini dapat diselesaikan dengan mencari *cost driver*. *Cost driver* adalah faktor-faktor yang dapat menjelaskan penyebab terjadinya konsumsi biaya *overhead* pabrik.

Pembebanan biaya *overhead* pabrik dapat dihitung dengan tarif tunggal atau tarif departemen. Contoh perhitungan penentuan Harga Pokok Produksi dapat dilihat dari 2 tabel berikut ini:

1) Tarif *overhead* tunggal

Pembebanan biaya *overhead* pabrik dengan tarif tunggal dilakukan melalui dua tahap. Pembebanan pada tahap pertama biaya *overhead* pabrik selama satu periode diakumulasikan menjadi satu berdasarkan jam mesin, 25 unit produk dan jam tenaga kerja. Kemudian tahap kedua pembebanan biaya *overhead* pabrik yang sudah dibebankan kepada produk tersebut diakumulasikan kepada masing-masing produk.

## 2) Tarif Departemen

Penentuan *overhead* berdasarkan tarif departemen lebih akurat jika dibandingkan dengan penentuan *overhead* menggunakan tarif tunggal. Setiap departemen mengkonsumsi biaya yang berbeda-beda dan tentunya perhitungannya juga harus dibedakan. Perhitungan biaya berdasarkan tarif departemen dibagi sesuai dengan sifat dari departemen tersebut.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Ricky (2014) menunjukkan bahwa perhitungan harga pokok produksi pada UKM bakpia pathok 29 dengan menggunakan metode *full costing* memperoleh hasil yang lebih tinggi dari pada metode yang dilakukan oleh perusahaan dengan menggunakan cara perhitungan yang sederhana yaitu dengan mengumpulkan biaya biaya yang di gunakan selama produksi dan masih ada beberapa komponen biaya yang belum di masukan dalam perhitungan harga pokok produksinya. Untuk metode *full costing* sendiri dalam perhitungannya memasukan semua unsure unsure biaya produksi untuk menentukan harga pokok produksinya baik biaya tetap maupun biaya variabel.

Pradana Setiadi, David P.E. Saerang, Treesje Runtu (2014) Topik penelitian ini adalah perhitungan harga pokok produksi dalam penentuan harga jual. Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui perhitungan harga pokok produksi dalam penentuan harga jual yang sudah diterapkan oleh CV. Minahasa Mantap Perkasa dengan menggunakan pendekatan *full costing*.

Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Pradana, David dan Treesje menyatakan bahwa pengumpulan biaya produksi dilakukan dengan metode harga pokok proses dengan pendekatan *full costing*, tujuannya untuk memenuhi persediaan barang digudang, dan jumlahnya sama dari waktu ke waktu.

Menurut Maria Susana Ika Adi Lis Tyaningrum (2013) Topik penelitian ini adalah perhitungan harga pokok produksi pada usaha home industri. Tujuan penelitian ini dilakukan untuk menganalisis perhitungan biaya produksi wingko babat oleh perusahaan dengan menggunakan metode *full costing*.

Hasil dari penelitian ini yaitu adanya perbedaan perhitungan harga pokok produksi dengan metode *full costing* dan metode perusahaan terletak pada pembebanan biaya tenaga kerja dan biaya *overhead* pabrik. Perusahaan tidak membebankan biaya tenaga kerja pemilik, karena pemilik juga ikut terlibat dalam proses pembuatan wingko babat dan biaya *overhead* pabrik belum dibebankan secara keseluruhan, sehingga hasil yang diperoleh kurang tepat dan akurat.

Terdapat penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Racmawati (2011) tentang analisis perhitungan harga pokok produksi sepatu dengan metode *full costing* studi kasus pada UKM galaksi kampung kebandungan ciapus, bogor, menyimpulkan

bahwa harga pokok yang di tentukan oleh perusahaan terlalu rendah di bandingkan harga pokok produksi dengan metode *full costing*. Hal ini di sebabkan karena dalam perusahaan terdapat kesalahan perlakuan biaya *overhead* pabrik dalam perhitungan harga pokok produksi. Penelitian selanjutnya dilakukan oleh amalia (2010) tentang analisis penentuan harga pokok produksi dengan metode *full costing* sebagai dasar penetapan harga jual pada PT. Mermaid Textile industry (mertex) Mojokerto, menyatakan bahwa harga pokok yang di tentukan oleh perusahaan terlalu tinggi sehingga setiap tahun terdapat selisih yang cukup besar di bandingkan harga pokok produksi dengan metode *full costing* hal ini di sebabkan karena perusahaan masih menerapkan metode metode yang kurang tepat dalam perhitungan harga pokok produksi. Anita (2014) dengan penelitian analisis perhitungan harga pokok produksi sebagai dasar penetapan harga jual produk furniture, terdapat hasil yang berbeda dengan metode yang dilakukan perusahaan. Penetapan harga jual dengan metode *full costing* lebih tinggi dibanding dengan metode perusahaan. Hal ini dikarenakan metode *full costing* memasukkan semua biaya produksi baik yang bersifat tetap maupun variabel.

Slat (2013) meneliti tentang analisis harga pokok produk dengan metode *full costing* dan penentuan harga jual pada CV Anugerah Genteng Manado. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa terdapat kelemahan dalam perhitungan harga pokok produk perusahaan dimana kalkulasi harga pokok produk yang dilakukan perusahaan lebih tinggi dari harga pokok produk setelah dievaluasi. Hal ini disebabkan karena perusahaan tidak membebankan biaya penyusutan gedung

pabrik, biaya penyusutan mesin dan peralatan, dan biaya asuransi dalam perhitungan harga pokok produksi.

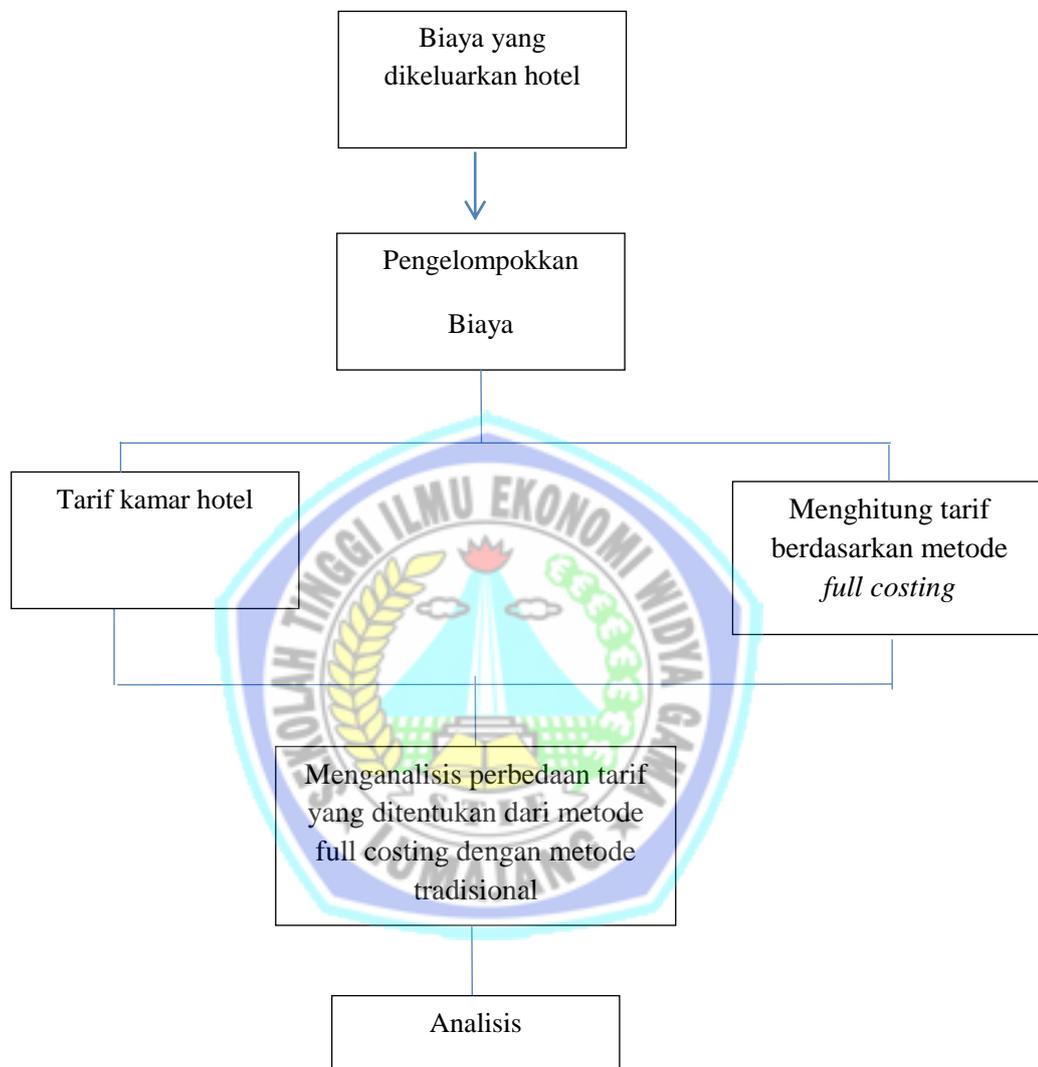
### **2.3 Kerangka Penelitian**

Dalam menentukan harga sewa hotel selain harus memiliki strategi pemasaran untuk mencapai tujuannya juga harus mempunyai kualitas pelayanan yang baik pula agar dapat memuaskan konsumen. Selain itu kualitas pelayanan juga dianggap sebagai kunci keberhasilan bagi perusahaan agar bisa memenangkan persaingan dengan pesaing. Kualitas pelayanan merupakan serangkaian aktifitas yang terjadi antara konsumen dengan karyawan yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen, serta untuk memenuhi keinginan konsumen sebagai hasil dari kinerja pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen.

Kualitas pelayanan harus diimbangi dengan pemasukan yang signifikan pada kas perusahaan. Untuk itu, penentuan harga sewa hotel harus menerapkan strategi dan metode yang tepat, sehingga menghasilkan keuntungan yang maksimal.

Berdasarkan landasan teori tersebut, maka penelitian dapat dimulai dari pengambilan data primer yaitu wawancara langsung kepada perusahaan, data diperoleh dari laporan bagian keuangan, yaitu data semua biaya yang dikeluarkan oleh hotel, data tarif setiap kamar, jumlah kamar, type-type kamar, jumlah KWH listrik, luas kamar. Kemudian juga data bagian administrasi umum (data visi, misi, motto, fasilitas pelayanan serta penunjang pelayanan). Dan data sekunder dari berbagai informasi tertulis mengenai situasi dan kondisi perusahaan maupun

berdasarkan dokumen-dokumen perusahaan yang berkaitan dengan penelitian ini.



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

Sumber :Diolah peneliti (2020)