

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Konsep Akuntansi Biaya

2.1.1 Definisi Akuntansi Biaya

Akuntansi biaya adalah proses pengukuran, analisis, dan pelaporan informasi keuangan maupun non-keuangan terkait biaya-biaya dalam memperoleh dan/atau menggunakan sumber daya dalam sebuah organisasi atau usaha (Datar & Rajan, 2018). Menurut Carter et al. (2015), akuntansi biaya umumnya dipandang sebagai proses perhitungan biaya persediaan yang digunakan pada *balance sheet* (laporan posisi keuangan) dan perhitungan nilai harga pokok penjualan pada laporan laba rugi. Dari kedua pengertian tersebut, dapat terlihat bahwa akuntansi biaya secara umum digunakan untuk mengolah informasi terkait biaya-biaya yang telah digunakan dalam suatu periode tertentu untuk kemudian digunakan sebagai dasar pelaporan keuangan.

2.1.2 Manfaat Akuntansi Biaya

Pada dasarnya, akuntansi biaya memiliki kegunaan yang jauh lebih luas dan bukan hanya sebagai alat pembantu pelaporan keuangan. Menurut Kurniawan dkk (2017), akuntansi biaya sebagai proses pengumpulan, penyajian, dan analisis informasi biaya memiliki manfaat untuk membantu seorang akuntan manajemen

dalam penganggaran, pengendalian biaya, penentuan harga jual (*pricing*), penghitungan dan penentuan besaran profit, serta membantu proses pengambilan keputusan. Hal serupa juga dikemukakan oleh Vanderbeck & Mitchell (2015), bahwa akuntansi biaya dapat menyediakan pendetailan informasi yang dibutuhkan oleh manajemen untuk mengontrol operasional usaha serta untuk perencanaan masa depan.

2.2 Konsep Biaya

2.2.1 Definisi Biaya

Biaya sering kali masih dipersamakan dengan beban (*expense*). Padahal, biaya dapat diartikan sebagai harga yang dibayar, dipertukarkan, atau dikorbankan untuk mendapatkan suatu manfaat (Carter et al, 2015). Di lain sisi, beban merupakan penurunan manfaat ekonomi dalam suatu periode akuntansi yang ditandai dengan adanya arus kas keluar, berkurangnya aset, dan/atau menimbulkan kewajiban. Dengan kata lain, biaya merupakan pengeluaran pada periode tertentu yang ditanggihkan pembebanannya hingga suatu peristiwa terjadi.

2.2.2 Klasifikasi Biaya

Carter et al (2015) mengklasifikasikan biaya menjadi 5 kategori, yaitu sebagai berikut.

1. Klasifikasi biaya terkait dengan produk

a. Biaya produksi (*production/manufacturing costs*)

Biaya dapat dibedakan menjadi tiga bagian utama yaitu bahan baku langsung (*direct material*), tenaga kerja langsung (*direct labor*), dan *overhead* pabrik (*factory overhead*). Bahan baku langsung merupakan seluruh material utama

yang membentuk suatu produk jadi dan secara eksplisit diperhitungkan dalam *cost* suatu produk. Biaya tenaga kerja langsung adalah setiap imbalan yang dibayarkan kepada setiap tenaga kerja yang terlibat secara langsung dalam proses produksi. Di lain sisi, *overhead* pabrik adalah semua biaya produksi yang tidak bisa secara langsung ditelusuri terhadap suatu produk tertentu. *Factory overhead* (FOH) sendiri terdiri dari biaya bahan baku tidak langsung (*indirect material*), tenaga kerja tidak langsung (*indirect labor*), serta biaya-biaya tidak langsung lainnya.

b. Beban komersial (*commercial expenses*)

Secara umum, beban komersial terbagi menjadi dua yaitu beban pemasaran/penjualan (*marketing expenses*) serta beban administrasi dan umum (*general and administrative expense*). Beban pemasaran adalah semua pengeluaran terkait promosi, penjualan, dan pengiriman produk, sedangkan beban administrasi terdiri dari pengeluaran-pengeluaran yang digunakan untuk kepentingan administratif dan pengendalian organisasi.

2. Klasifikasi biaya terkait dengan volume produksi

Berdasarkan hubungannya dengan volume produksi, biaya dapat dibedakan menjadi biaya variabel (*variable cost*), biaya tetap (*fixed cost*), dan biaya semivariabel (*semivariable cost*).

- a. Biaya variabel adalah setiap biaya yang terus bertambah seiring dengan kenaikan volume produksi dalam rentang yang masih relevan, contohnya biaya material. Umumnya, biaya variabel per unit akan terus sama/konstan pada tiap produk.

- b. Biaya tetap, yaitu semua biaya yang nilainya tidak akan terpengaruh oleh adanya perubahan volume produksi, contohnya biaya depresiasi bangunan.
- c. Biaya semivariabel, yaitu biaya yang dapat memiliki sifat tetap maupun variabel tergantung dari penggunaannya, seperti biaya listrik dan air.

3. Klasifikasi biaya terkait dengan departemen

Biaya juga dapat diidentifikasi berdasarkan dari departemen mana biaya tersebut berasal. Departemen umumnya dapat dibedakan menjadi departemen produksi dan departemen jasa/pendukung. Departemen produksi adalah departemen yang melakukan setiap rangkaian proses produksi, sedangkan departemen jasa merupakan departemen yang memberikan jasa kepada departemen lainnya, sehingga dapat dikatakan sebagai departemen pendukung.

4. Klasifikasi biaya terkait dengan periode akuntansi

Biaya dapat dikelompokkan berdasarkan periode akuntansi menjadi *capital expenditure* dan *revenue expenditure*. *Capital expenditure* adalah pengeluaran yang dapat memberikan manfaat lebih dari satu periode akuntansi, seperti biaya pembangunan gedung. *Revenue expenditure* adalah pengeluaran yang hanya memberikan manfaat hingga satu periode saja, seperti biaya gaji dan listrik.

5. Klasifikasi biaya terkait dengan pengambilan keputusan, tindakan, dan- evaluasi

Terkait dengan pengambilan keputusan, biaya dapat terbagi menjadi tiga yaitu *relevant/differential cost*, *opportunity cost*, dan *sunk cost*. *Relevant cost* adalah setiap biaya yang relevan dengan pilihan yang tersedia. *Opportunity cost* merupakan *revenue* atau keuntungan lain yang tidak dapat diperoleh atau hilang

akibat memilih alternatif yang lain. Di sisi lain, *sunk cost* adalah biaya yang sudah terjadi sehingga tidak relevan lagi dalam proses pengambilan keputusan.

Selain klasifikasi biaya yang telah diuraikan tersebut, terdapat pula tambahan klasifikasi biaya menurut Datar & Rajan (2018, p. 49) yaitu berdasarkan apakah suatu biaya dapat dilacak (*traceability*) dan/atau dapat dialokasikan secara langsung terhadap produk tertentu serta bagaimana suatu biaya diperlakukan di akhir periode akuntansi. Berdasarkan *traceability*-nya, biaya terbagi menjadi biaya langsung (*direct cost*) dan biaya tidak langsung (*indirect cost*). Biaya langsung merupakan biaya yang berkaitan secara langsung dengan proses produksi sehingga dapat langsung diidentifikasi sebagai biaya pokok suatu produk, sedangkan biaya tidak langsung adalah biaya yang tidak terkait secara langsung dengan proses produksi. Selanjutnya, jika didasarkan pada bagaimana perlakuan di akhir periode, biaya dapat diklasifikasikan menjadi *inventoriable costs* dan *period costs*. *Inventoriable costs* adalah biaya manufaktur suatu produk yang dianggap sebagai aset (penambah nilai persediaan) pada saat terjadinya dan dianggap sebagai beban (penambah nilai *cost of goods sold*) hanya ketika produk tersebut telah terjual. Di lain sisi, *period costs* adalah semua biaya yang dianggap sebagai beban pada saat terjadinya, tapi tidak termasuk sebagai *cost of goods sold*, contohnya biaya desain dan biaya pemasaran.

2.2.3 Perhitungan Harga Pokok Produksi

Menurut Datar & Rajan (2018), harga pokok produksi (*cost of goods manufactured*) merupakan total biaya yang diperlukan dalam suatu periode akuntansi untuk mengubah bahan mentah (*raw materials*) ataupun produk dalam

pengerjaan (*work-in-process*) menjadi barang/produk jadi (*finished goods*). Harga pokok produksi dapat diperoleh dengan menjumlahkan nilai awal persediaan *work-in-process* dengan total biaya manufaktur/produksi periode berjalan, lalu dikurangi dengan nilai akhir persediaan *work-in-process*. Terdapat dua metode utama yang dapat digunakan dalam mengalokasikan biaya-biaya produksi sebagai *inventoriable costs* yaitu *full/absorption/conventional costing* dan *variable/direct costing*.

Full costing merupakan metode perhitungan yang memasukkan semua biaya produksi, baik biaya variabel maupun tetap, sebagai *inventoriable costs*. Dengan kata lain, semua biaya terkait produksi akan diperlakukan sebagai biaya produksi periode berjalan dan menjadi beban ketika produk terjual. Perhitungan harga pokok produksi menurut metode ini dapat diperoleh melalui cara sebagai berikut.

Persediaan dalam pengerjaan, awal periode		xxxx
(+) Biaya produksi periode berjalan:		
Biaya produksi variabel		
Biaya bahan baku langsung	xxxx	
Biaya tenaga kerja langsung	xxxx	
Biaya overhead variabel	<u>xxxx</u>	xxxx
Biaya produksi tetap		<u>xxxx</u>
Total biaya produksi		xxxx
(-) Persediaan dalam pengerjaan, akhir periode		<u>(xxxx)</u>
<i>Cost of Goods Manufactured (COGM)</i>		xxxx

Selanjutnya mengenai *variable costing*, dibahas secara lebih lengkap pada bagian subbab berikutnya.

2.2.4 Variable Costing

Menurut Carter et al (2015), metode *variable costing* hanya berfokus pada biaya-biaya yang berasal dari aktivitas produksi dan dipengaruhi oleh volume produksi. Bagi pengguna internal, *variable costing* dapat digunakan dalam perencanaan profit/laba, penentuan harga jual produk, pengendalian biaya tetap, serta pengambilan keputusan lainnya. Di samping itu, penggunaan *variable costing* juga dapat bermanfaat dalam penentuan nilai persediaan, perhitungan laba (*income*), dan pelaporan keuangan kepada pihak eksternal.

Variable costing adalah metode perhitungan yang hanya mengalokasikan biaya produksi variabel saja sebagai *inventoriable costs*, sedangkan semua biaya produksi tetap akan diperlakukan sebagai beban periodik (*period costs*). Perhitungan harga pokok produksi berdasarkan *variable costing* adalah sebagai berikut.

Persediaan dalam pengerjaan, awal periode		xxxx
(+) Biaya produksi variabel periode berjalan:		
Biaya bahan baku langsung	xxxx	
Biaya tenaga kerja langsung	xxxx	
Biaya overhead variabel	<u>xxxx</u>	
Total biaya manufaktur		xxxx
(-) Persediaan dalam pengerjaan, akhir periode		<u>(xxxx)</u>
<i>Variable Cost of Goods Manufactured (COGM)</i>		xxxx

Mulyadi (2015) menyatakan bahwa penyajian laporan laba rugi dengan menggunakan metode *variable costing* lebih menitikberatkan pada pengelompokan biaya sesuai dengan hubungannya dengan volume produksi. Secara umum, perhitungan laba dilakukan dengan cara mengurangi hasil penjualan (*sales*) dengan biaya-biaya variabel menghasilkan laba kontribusi (*contribution margin*),

lalu dikurangi lagi dengan biaya-biaya tetap sehingga menghasilkan laba bersih usaha. Pengelompokan biaya tetap secara tersendiri bertujuan untuk menunjukkan besaran biaya yang harus ditutup dari laba kontribusi sebelum bisa menghasilkan laba. Hal tersebut juga bermaksud agar manajemen dapat memberikan perhatian dan melakukan pengawasan terhadap perilaku biaya tetap, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Berikut bentuk umum perhitungan laba menggunakan metode *variable costing*.

Hasil Penjualan (<i>Sales</i>)		xxxx
(-) <i>Variable Cost of Goods Sold</i> (COGS)		
Persediaan barang jadi, awal periode	xxxx	
(+) <i>Variable Cost of Goods Manufactured</i> (COGM)	xxxx	
(-) Persediaan barang jadi, akhir periode	<u>(xxxx)</u>	(xxxx)
(-) Beban komersial variabel		
Beban pemasaran variabel	xxxx	
Beban administrasi & umum variabel	<u>xxxx</u>	<u>(xxxx)</u>
Laba kontribusi (<i>Contribution margin</i>)		xxxx
(-) Biaya-biaya tetap		
Biaya produksi tetap	xxxx	
Beban pemasaran tetap	xxxx	
Beban administrasi & umum tetap	<u>xxxx</u>	<u>(xxxx)</u>
Laba bersih usaha (<i>Operating Income</i>)		xxxx

2.2.5 Penentuan Harga Jual

Secara garis besar, besaran harga jual produk yang ditetapkan dapat secara langsung menentukan keberlangsungan suatu usaha. Harga jual suatu produk harus memiliki daya saing yang kompetitif dengan produk serupa di pasaran. Menurut Datar & Rajan (2018), harga jual yang ditetapkan oleh manajer sangat dipengaruhi oleh permintaan (*demand*) dan penawaran (*supply*) pasar. Sehubungan dengan hal tersebut, terdapat pula tiga faktor yang memengaruhi bagaimana fluktuasi permintaan dan penawaran pasar, yakni perilaku pembeli (*customers*), pesaing

(*competitor*), dan biaya (*costs*). Dari ketiganya, biaya (*costs*) umumnya menjadi faktor utama yang menentukan harga jual produk karena harga jual harus bisa menutupi semua biaya yang dikeluarkan ditambah dengan besaran laba/profit yang diinginkan.

Harga jual produk dapat ditentukan menggunakan dua pendekatan, yaitu *market-based approach* dan *cost-plus pricing* (Datar & Rajan, 2018). Pendekatan *market-based* menggunakan hasil estimasi perusahaan atas harga jual produk serupa sebagai dasar penentuan harga jual produk sendiri. Di sisi lain, metode *cost-plus pricing* menentukan harga jual berdasarkan informasi besaran harga pokok produksi internal, lalu ditambahkan dengan komponen lain atau yang sering disebut sebagai *mark-up*.

2.2.6 Metode Cost-Plus Pricing

Metode *cost-plus pricing* dinamakan demikian karena harga jual ditentukan dengan menambahkan biaya produksi dengan besaran nilai *mark-up* yang diinginkan (Hidayati dkk, 2018). *Mark-up* merupakan taksiran manajer atas besaran nilai yang diperlukan untuk menutup biaya-biaya selain biaya produksi dan juga untuk menghasilkan laba. Cara perhitungan dan nilai persentase *mark-up* yang ditambahkan dalam harga jual dapat menjadi berbeda tergantung metode perhitungan harga pokok produksi yang digunakan. Berikut rumus perhitungan harga jual menggunakan metode *cost-plus pricing* dengan pendekatan *full costing*.

$$\begin{aligned}\text{Harga jual} &= \text{Harga Pokok Produksi} + (\text{Harga Pokok Produksi} \times \% \text{ markup}) \\ \text{Harga jual} &= \text{Harga Pokok Produksi} \times (1 + \% \text{ markup})\end{aligned}$$

Jika menggunakan metode *full costing*, persentase *mark-up* dapat dihitung dengan cara sebagai berikut.

$$\% \text{ markup} = \frac{\text{Besaran laba yang diharapkan} + \text{Biaya Nonproduksi}}{\text{Biaya Produksi}} \times 100\%$$

Di sisi lain, perhitungan harga jual jika menggunakan metode *variable costing* adalah sebagai berikut.

$$\begin{aligned} \text{Harga jual} &= \text{Biaya Variabel} + (\text{Biaya Variabel} \times \% \text{ markup}) \\ \text{Harga jual} &= \text{Biaya Variabel} \times (1 + \% \text{ markup}) \end{aligned}$$

Untuk perhitungan persentase *mark-up* jika menggunakan metode *variable costing* yaitu sebagai berikut.

$$\% \text{ markup} = \frac{\text{Besaran laba yang diharapkan} + \text{Biaya Tetap}}{\text{Biaya Variabel}} \times 100\%$$

Berdasarkan (Datar & Rajan, 2018), penggunaan metode *cost-plus pricing* dianggap dapat memberikan kemudahan kepada manajer untuk mengontrol besaran harga jual. Hal ini dikarenakan komponen perhitungan harga jual didasarkan pada informasi internal yakni biaya-biaya yang dikeluarkan dan juga besaran laba yang diinginkan. Manajer dapat dengan lebih mudah mengevaluasi harga jual yang telah ditetapkan berdasarkan reaksi pasar dengan menyesuaikan besaran *mark-up* dan/atau melakukan efisiensi biaya.