

## BAB II

### PENENTUAN HARGA JUAL DAN BIAYA

#### 2.1. Sistem Informasi Akuntansi Manajemen

##### 2.1.1. Pengertian Sistem Informasi Akuntansi Manajemen

Manajer suatu perusahaan, baik perusahaan dagang, jasa maupun perusahaan manufaktur ditunjuk oleh pemilik perusahaan atau pemegang saham untuk menjalankan kegiatan perusahaan dengan baik. Dalam menjalankan tugasnya seorang manajer membutuhkan pendukung berupa berbagai macam informasi sesuai dengan tugas yang dilakukannya. Salah satu informasi yang dibutuhkan manajer perusahaan adalah informasi akuntansi manajemen. Sistem informasi akuntansi manajemen sebagai salah satu sistem informasi dalam suatu perusahaan berperan dalam menyediakan informasi yang dibutuhkan oleh manajemen.

Sistem informasi akuntansi manajemen merupakan suatu sistem informasi yang menghasilkan keluaran (*output*) dengan menggunakan masukan (*input*) yang bermanfaat bagi pengguna yaitu manajer (Hansen, D.R. and Mowen, 2007). Sedangkan menurut Siregar, dkk (2013), sistem informasi akuntansi manajemen adalah sistem informasi yang menstransformasi *input* dengan menggunakan proses untuk mengeluarkan *output* yang dibutuhkan untuk mendukung pengambilan keputusan. Pengubahan masukan menjadi keluaran dilakukan melalui suatu proses

yang terdiri dari beberapa aktivitas antara lain pengumpulan, pengukuran, penyimpanan, analisis, pelaporan, dan pengelolaan. Keluaran yang dihasilkan dapat berupa informasi biaya produk, anggaran, dan laporan laba rugi suatu produk.

### **2.1.2. Tujuan Sistem Informasi Akuntansi Manajemen**

Sistem informasi akuntansi manajemen memiliki tiga tujuan pokok yaitu (Hansen, D.R. *and* Mowen, 2007):

1. Memberikan informasi yang dapat digunakan dalam perhitungan biaya suatu jasa, produk, dan tujuan lain yang dibutuhkan manajer.
2. Menyajikan informasi untuk tujuan perencanaan, pengendalian, dan evaluasi.
3. Memberikan informasi yang berguna dalam pengambilan keputusan manajer baik jangka panjang maupun jangka pendek.

Sedangkan menurut Siregar, dkk (2013), sistem informasi akuntansi manajemen juga memiliki tujuan yang hendak dicapai, yaitu:

1. Menyediakan informasi objek biaya dan biaya yang dibebankan ke objek biaya. Contoh informasi jenis ini adalah laporan biaya produksi dan laporan biaya departemen.
2. Menyediakan informasi untuk melaksanakan aktivitas perencanaan, pengendalian dan evaluasi. Contoh informasi untuk perencanaan adalah

informasi pesanan dari pemasok. Contoh informasi untuk aktivitas pengendalian adalah laporan perbandingan antara anggaran dan realisasinya. Laporan kinerja produk merupakan contoh informasi untuk penilaian kinerja.

3. Menyediakan informasi untuk mendukung proses pengambilan keputusan. Contoh informasi yang mendukung pengambilan keputusan adalah informasi pendapatan dan biaya relevan. Informasi ini digunakan untuk memutuskan perlunya membuat sendiri atau membeli produk dari pemasok luar dan menerima atau menolak pesanan.

Semua tujuan membuktikan bahwa manajer membutuhkan informasi akuntansi dan juga perlu untuk mengetahui cara menggunakannya dalam menjalankan tugas manajerialnya. Hal tersebut dapat membantu manajer dalam mengidentifikasi sebuah masalah, menyelesaikan masalah dan juga membuat evaluasi kerja.

## **2.2. Pengertian Pengambilan Keputusan Jangka Pendek**

Pengambilan keputusan dikelompokkan menjadi dua yaitu pengambilan keputusan jangka panjang dan pengambilan keputusan jangka pendek. Pengambilan keputusan jangka panjang merupakan pengambilan keputusan oleh manajer, dimana hasil dari keputusan tersebut dapat memberikan manfaat lebih dari satu tahun.

Sedangkan jika hasil keputusan tersebut memberi manfaat kurang dari satu tahun, pengambilan keputusan tersebut merupakan pengambilan keputusan jangka pendek.

Menurut Hansen *and* Mowen (2007), pengambilan keputusan jangka pendek atau *tactical decision making* merupakan pemilihan alternatif yang harus segera dilakukan atau keputusan yang bersifat jangka pendek. Meskipun hanya berorientasi jangka pendek, *tactical decision making* tetap mengacu pada tujuan pengambilan keputusan strategis agar *competitive advantage* jangka panjang dapat terwujud. Pendekatan *decision model* digunakan dalam pengambilan keputusan ini. Langkah yang harus dilakukan dalam pendekatan *decision model* yaitu :

1. Identifikasi atau mendefinisikan permasalahan yang dihadapi perusahaan
2. Identifikasi alternatif penyelesaian
3. Identifikasi biaya dan manfaat setiap alternatif
4. Pengumpulan biaya relevan setiap alternatif yang ada
5. Pertimbangkan faktor-faktor kualitatif
6. Pengambilan keputusan pada alternatif yang paling menguntungkan

Pengambilan keputusan dalam jangka pendek tetap harus mempertimbangkan dan selaras dengan tujuan perusahaan secara keseluruhan. Salah satu contoh yang termasuk dalam *tactical decision making* adalah penentuan harga jual.

### 2.3. Pengertian Harga Jual

Harga jual merupakan faktor penting bagi seorang konsumen dalam mendapatkan suatu barang atau jasa. Sedangkan bagi manajer perusahaan, harga jual menjadi faktor yang penting karena harga yang ditetapkan harus dapat menutup semua biaya operasionalnya agar tidak mengalami kerugian. Harga jual merupakan besarnya harga yang dibebankan kepada konsumen. Menghitung harga jual merupakan hal yang penting sekali agar konsumen dapat menerima harga jual yang telah ditentukan. Harga jual merupakan jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan (Hansen, D.R. and Mowen, 2006).

Keputusan penentuan harga jual merupakan penentuan harga jual barang atau jasa yang dihasilkan suatu perusahaan untuk periode jangka pendek. Penentuan harga jual dianggap suatu keputusan yang sangat penting karena bukan saja menyangkut aspek pemasaran dan keuangan, melainkan menyangkut semua aspek kegiatan perusahaan. Harga jual yang ditetapkan akan berpengaruh terhadap jumlah unit yang terjual sehingga akan menentukan aliran kas masuk perusahaan. Tersediannya kas yang cukup bagi perusahaan akan mempengaruhi kelancaran kegiatan operasinya. Jika penghasilan yang diperoleh tidak dapat menutupi semua biaya yang dikeluarkan, maka dalam jangka panjang hal tersebut dapat membahayakan kelangsungan hidup perusahaan.

## 2.4. Metode Penentuan Harga Jual

Normalnya, harga jual harus dapat menutupi semua biaya yang ada dan memberikan laba atau hasil yang memuaskan serta menjamin kelangsungan hidup perusahaan. Namun dalam keadaan khusus, harga jual tidak dapat menutupi seluruh biaya yang ada. Terdapat dua metode dalam penentuan harga jual, yaitu :

### 1. *Value Based Pricing*

Untuk menetapkan harga jual, metode ini menggunakan satu persepsi nilai dari pembeli (bukan dari biaya penjualan). Awalnya harus melihat kesediaan konsumen dalam membeli/membayar suatu produk atau jasa yang ditawarkan, lalu setelah itu baru melihat biaya produksi untuk mengetahui apakah biaya yang ditetapkan menguntungkan.

### 2. *Cost Based Pricing*

- a. *Break Even Analysis and Target Profit Pricing* yang merupakan metode dengan menghitung titik impas (*break even*) atau membuat target laba tertentu di atasnya.
- b. *Cost Plus Pricing* yang merupakan sebuah metode penetapan harga dimana harga jual yang ditargetkan merupakan penjumlahan dari *markup* dan *cost*.

## 2.5. Pengertian Biaya

Dalam setiap kegiatan bisnis yang dilakukan, perusahaan pasti membutuhkan biaya yang harus dikeluarkan agar dapat terus menjalankan usahanya. Biaya memiliki berbagai macam pengertian tergantung maksud dari pemakai istilah tersebut. Mulyadi (2012) membedakan pengertian biaya ke dalam arti luas dan arti sempit :

“Dalam arti luas biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu dan dalam arti sempit biaya dapat diartikan sebagai pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh aktiva.”

Supriyono (2011) mengemukakan bahwa *cost* merupakan :

“Dalam arti *cost*, biaya adalah jumlah yang dapat diukur dalam satuan uang dalam rangka kepemilikan barang dan jasa yang diperlukan perusahaan, baik pada masa lalu (harga perolehan yang telah terjadi) maupun pada masa yang akan datang (harga perolehan yang akan terjadi).”

Sedangkan menurut Hansen *and* Mowen (2006), biaya merupakan kas atau setara kas yang dikorbankan untuk barang dan jasa yang diharapkan membawa manfaat saat ini atau masa depan bagi organisasi. Dari definisi-definisi biaya tersebut dapat disimpulkan bahwa biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi yang dapat diukur dengan satuan moneter untuk memperoleh manfaat saat ini atau masa yang akan datang.

## 2.6. Klasifikasi Biaya

Informasi biaya dapat digunakan oleh manajemen untuk berbagai tujuan. Dalam mengklasifikasikan biaya, biaya harus disesuaikan dengan tujuan dari informasi biaya yang akan disajikan. Klasifikasi biaya yang umum digunakan adalah biaya dalam hubungannya dengan :

1. Produk (baik dalam unit maupun dalam *batch*)
2. Volume produksi
3. Departemen produksi, proses, pusat biaya atau sub divisi lainnya
4. Periode akuntansi
5. Keputusan, tindakan atau evaluasi

### 2.6.1. Klasifikasi Biaya Dalam Hubungannya dengan Produk

Klasifikasi biaya dapat dimulai dengan cara melihat hubungan antara biaya dengan berbagai fase yang berhubungan dengan produk. Dalam hubungannya dengan produk, biaya dapat diklasifikasikan menjadi 2 jenis biaya yaitu biaya produksi dan biaya komersial.

1. Biaya Produksi (*manufacturing cost*) merupakan penjumlahan dari tiga elemen biaya yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik. Biaya bahan baku serta biaya tenaga kerja langsung disebut dengan biaya utama (*prime cost*). Sedangkan biaya tenaga kerja

langsung dan biaya overhead pabrik disebut dengan biaya konversi (*conversion cost*). Biaya bahan baku (BBB) meliputi semua bahan yang merupakan bagian integral dari produk yang dihasilkan. Biaya tenaga kerja langsung (BTKL) merupakan upah yang dibayarkan pada karyawan yang melakukan perubahan bahan mentah menjadi produk jadi. Biaya overhead pabrik (BOP) meliputi semua biaya produksi yang tidak dapat ditelusur secara langsung ke semua produk. Dapat dikatakan pula bahwa BOP meliputi semua biaya produksi selain bahan baku dan tenaga kerja langsung.

2. Biaya Komersial (*commercial cost*) meliputi 2 jenis biaya, yaitu biaya pemasaran dan biaya administrasi umum. Biaya pemasaran saat kegiatan produksi selesai termasuk di dalamnya biaya promosi, gaji manajer pemasaran serta biaya penjualan dan pengangkutan. Biaya administrasi dan umum merupakan semua biaya yang berhubungan dengan pengelolaan dan pengendalian organisasi secara keseluruhan.

### **2.6.2. Klasifikasi Biaya Dalam Hubungannya dengan Volume Produksi**

Beberapa biaya bervariasi sesuai dengan perubahan volume produksi atau *output*. Dalam hubungannya dengan perilaku biaya, biaya dapat diklasifikasikan menjadi biaya berikut ini:

1. Biaya tetap (*fixed cost*) yaitu biaya yang jumlah totalnya tidak berubah meskipun volume aktivitas yang mempengaruhi biaya mengalami perubahan dalam suatu interval tertentu. Dapat pula dikatakan bahwa biaya tetap adalah biaya yang jumlah per unitnya akan menurun dengan meningkatnya volume aktivitas. Tanggung jawab pengendalian biaya tetap biasanya ada pada manajer tingkat menengah atau pada pimpinan perusahaan. Biaya depresiasi, gaji *supervisor* dan pajak bumi dan bangunan merupakan contoh biaya-biaya yang bersifat tetap.
2. Biaya variabel (*variable cost*) yaitu biaya yang jumlah totalnya berubah secara proporsional terhadap perubahan volume aktivitas yang mempengaruhi besarnya biaya. Dapat pula dikatakan bahwa biaya variabel adalah biaya yang jumlah per unitnya relatif konstan meskipun volume aktivitas berubah. Tanggung jawab pengendalian biaya variabel biasanya ada pada tingkat manajer operasional atau pada tingkat *supervisor*. Contoh dari biaya variabel yaitu biaya bahan bakar, *supplies*, dan biaya untuk komunikasi.
3. Biaya semivariabel (*semivariable cost*) yaitu biaya yang mempunyai unsur tetap maupun variabel. Biaya listrik, biaya air, dan biaya pemeliharaan mesin merupakan contoh biaya-biaya yang bersifat variabel.

### 2.6.3. Klasifikasi Biaya Dalam Hubungannya dengan Departemen dan Segmen Lainnya

Perusahaan dapat dikelompokkan ke dalam beberapa segmen dengan berbagai macam nama. Pembagian pabrik ke dalam departemen, proses, sel kerja, pusat biaya atau *cost pool* juga merupakan dasar pembebanan pertanggungjawaban terhadap pengendalian biaya. Dalam hubungannya dengan kegiatan produksi, departemen yang ada pada perusahaan dapat dibedakan menjadi 2 yaitu departemen produksi dan departemen penunjang atau departemen jasa. Dalam hubungannya dengan suatu departemen, biaya dapat diklasifikasikan menjadi:

1. Biaya langsung (*direct cost*) yaitu biaya yang dapat dibebankan secara langsung pada suatu departemen karena manfaat adanya biaya dapat diidentifikasi pada suatu departemen tertentu. Contoh dari biaya langsung yaitu biaya gaji tenaga kerja yang bekerja pada suatu departemen tertentu.
2. Biaya tidak langsung (*indirect cost*) merupakan biaya yang tidak dapat dibebankan secara langsung pada suatu departemen karena manfaat biaya dinikmati oleh lebih dari satu departemen atau digunakan secara bersama-sama. Dalam hubungannya dengan departemen, biaya tidak langsung adalah biaya yang terjadi di suatu departemen, tetapi manfaatnya dinikmati oleh lebih dari satu departemen. *Common cost* dan *joint cost* merupakan

biaya-biaya yang sifatnya tidak langsung. *Common cost* merupakan biaya yang muncul untuk menyediakan fasilitas yang digunakan oleh lebih dari satu departemen atau kegiatan operasi. Sedangkan *joint cost* adalah biaya untuk membuat suatu jenis produk yang digunakan pula untuk menghasilkan produk lain.

#### **2.6.4. Klasifikasi Biaya Dalam Hubungannya dengan Periode Akuntansi**

Dalam kaitannya dengan periode akuntansi, biaya dapat digolongkan sebagai pengeluaran modal dan pengeluaran pendapatan.

1. Pengeluaran modal (*capital expenditure*) adalah pengeluaran yang ditujukan untuk memperoleh manfaat di masa yang akan datang dan dicatat serta dilaporkan sebagai aset.
2. Pengeluaran pendapatan (*revenue expenditure*) adalah pengeluaran yang dimaksudkan untuk memperoleh manfaat pada periode berjalan dan dicatat serta dilaporkan sebagai pengeluaran.

#### **2.6.5. Klasifikasi Biaya Dalam Hubungannya dengan Pengambilan Keputusan**

Dalam mengambil sebuah keputusan, hal yang penting untuk dilakukan adalah mengidentifikasi biaya yang relevan terhadap pilihan tersebut.

Mempertimbangkan hal-hal yang tidak relevan hanya akan membuang waktu dan dapat mengalihkan perhatian dari hal-hal yang relevan. Dalam pengambilan keputusan, biaya diklasifikasikan menjadi :

1. Biaya relevan (*relevant cost*) merupakan biaya yang terjadi pada suatu alternatif tindakan tertentu, tetapi tidak terjadi pada alternatif tindakan lain. Biaya relevan akan mempengaruhi pengambilan keputusan, oleh karena itu biaya relevan harus dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan. Biaya relevan memiliki ciri khusus yaitu merupakan biaya masa yang akan datang (*future cost*), bukan biaya masa lalu dan merupakan biaya yang berbeda antara dua alternatif atau lebih yang mempengaruhi pengambilan keputusan. Biaya tunai atau *cash outlay cost* atau *out of pocket cost* merupakan salah satu jenis biaya yang relevan dalam pemilihan berbagai alternatif. *Cash outlay cost* atau *out of pocket cost* merupakan biaya yang memerlukan pengeluaran kas (Supriyono, 2011).
2. Biaya tidak relevan (*irrelevant cost*) merupakan biaya yang tidak berbeda diantara alternatif tindakan yang ada. Oleh karena itu, biaya ini tidak diperhitungkan dalam proses pengambilan keputusan karena *irrelevant cost* tidak mempengaruhi pengambilan keputusan.

## 2.7. *Cash Outlay Cost*

Dalam mengelola perusahaan, manajemen sering dihadapkan dengan berbagai masalah pengambilan keputusan. Keputusan yang akan diambil oleh manajemen berhubungan dengan pemilihan berbagai macam alternatif. Semua bentuk pengambilan keputusan yang dilakukan oleh manajemen harus memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan tersebut, salah satu faktor penting yang mempengaruhi pengambilan keputusan adalah faktor biaya yang disebut dengan biaya relevan.

Biaya tunai atau *cash outlay cost* atau *out of pocket cost* merupakan salah satu jenis biaya yang relevan dalam pemilihan berbagai alternatif. *Cash outlay cost* atau *out of pocket cost* merupakan biaya yang memerlukan pengeluaran kas (Supriyono, 2011). Sedangkan menurut Hansen and Mowen (2006), *cash outlay cost* atau *out of pocket cost* adalah biaya yang memerlukan pengeluaran uang tunai.

Pada biaya operasional, contoh *cash outlay cost* atau *out of pocket cost* adalah gaji karyawan, biaya listrik, biaya air, biaya perawatan, biaya administrasi dan umum, dan biaya-biaya lain yang membutuhkan aliran kas keluar. Akan tetapi tidak semua komponen biaya merupakan *out of pocket cost*, sehingga perlu dipisahkan lagi mana yang termasuk ke dalam *out of pocket cost* dan mana yang bukan. Contoh dari biaya yang tidak termasuk dalam *out of pocket cost* adalah biaya depresiasi.