BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Harga

Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (2008:465), mendefinisikan harga sebagai berikut:

> Harga merupakan nilai barang atau jasa yang diungkapkan dalam satuan rupiah atau satuan mata uang lainnya, dalam hal ini harga jual merupakan suatu yang digunakan untuk mendapatkan sejumlah barang dan jasa serta pelayanannya. Harga dapat diungkapkan menjadi berbagai istilah yaitu, iuran, tarif, sewa, bunga, premium, komisi, upah, gaji, honorarium, SPP, dan sebagainya.

Sedangkan menurut Basu Swastha (2010:147), "Harga adalah sejumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk menambahkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya".

Berdasarkan pendapat para ahli di atas, maka penulis menyimpulkan bahwa harga merupakan nilai (biasa dinyatakan dengan uang) yang harus di korbankan untuk dapat memiliki, menggunakan atau mengkonsumsi suatu barang dan jasa guna mendapatkan kepuasan. Tingkat harga yang ditetapkan mempengaruhi kuantitas yang terjual. Secara tidak langsung harga juga mempengaruhi biaya, karena kuantitas yang terjual berpengaruh pada biaya yang ditimbulkan berkaitan dengan efisiensi produksi. Penentuan harga mempengaruhi pendapatan total dan biaya total, maka keputusan dan strategi penentuan harga mempunyai peran penting dalam setiap perusahaan.

2.1.1 Penetapan Harga

Pengertian dari penetapan harga menurut Alma (2011:120), adalah "Keputusan mengenai harga-harga yang akan diikuti dalam jangka waktu tertentu".

Sedangkan menurut Kotler yang diterjemahkan oleh Molan (2011:142), menyatakan bahwa:

> "Suatu perusahaan harus menetapkan harga sesuai dengan nilai yang diberikan dan dipahami pelanggan, jika harganya ternyata lebih tinggi daripada nilai yang diterima, perusahaan tersebut akan kehilangan

kemungkinan untuk memetik laba. Sedangkan jika harganya ternyata terlalu rendah daripada nilai yang diterima, perusahaan tersebut tidak akan berhasil menuai kemungkinan memperoleh laba.

Berdasarkan pendapat para ahli tersebut, maka penulis menyimpulkan penetapan harga adalah suatu proses untuk menentukan seberapa besar pendapatan yang akan diperoleh atau diterima oleh perusahan dari produk atau jasa yang dihasilkan. Menetapkan harga berarti bagaimana mempertautkan produk dengan aspirasi sasaran pasar, yang berarti pula harus mempelajari kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen.

2.1.2 Tujuan Penetapan Harga

Tujuan penentapan harga perlu ditentukan terlebih dahulu, agar tujuan perusahaan dapat tercapai. Tujuan ini penting karena tujuan perusahaan merupakan dasar atau pedoman bagi perusahaan dalam menjalankan kegiatan pemasaran, termasuk kebijakan penentuan harga. Sebelum harga itu ditetapkan, pihak perusahaan harus menetapkan tujuan penentuan harga tersebut.

Tujuan penetapan harga menurut Rahman (2010:79) terbagi menjadi tiga orientasi, yaitu:

1. Pendapatan
   Hampir sebagian besar bisnis berorientasi pada pendapatan, hanya perusahaan nirlaba atau pelayanan jasa publik yang biasanya berfokus pada titik impas.
2. Kapasitas
   Beberapa sektor bisnis biasanya menyelaraskan antara permintaan dan penawaran dan memanfaatkan kapasitas produksi maksimal.
3. Pelanggan
   Biasanya penetapan harga yang diberikan cukup representatif dengan mengakomodasi segala tipe pelanggan, segmen pasar, dan perbedaan daya beli. Penetapan harga dapat dengan menggunakan metode diskon, bonus, dan lain-lain.

Sedangkan menurut Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2011:76), ada lima tujuan utama dalam menetapkan harga:

1. Kemampuan bertahan
   Perusahaan mengejar kemampuan bertahan sebagai tujuan utama, jika mereka mengalami kelebihan kapastitas, persaingan ketat, atau keinginan konsumen yang berubah.

2. Laba saat ini maksimum
   Perusahaan memperkirakan permintaan dan biaya yang berasosiasi dengan harga alternatif dan memilih harga yang menghasilkan laba saat ini, arus kas, atau tingkat pengambilan atas investasi maksimum.
3. Pangsa pasar maksimum
   Perusahaan percaya bahwa semakin tinggi volume penjualan, biaya unit akan semakin rendah dan laba jangka panjang semakin tinggi.

Berdasarkan definisi dari para ahli di atas, penulis menyimpulkan bahwa tujuan-tujuan dalam penetapan harga ini mengindikasikan bahwa pentingnya perusahaan untuk memilih, menetapkan dan membuat perencanaan mengenai nilai produk atau jasa dan tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan atas produk atau jasa tersebut.

2.1.3 Tarif atau Harga Sewa Kamar Hotel

Perusahaan jasa seperti perhotelan perlu memikirkan tentang penentuan tarif sewa kamar secara tepat, karena tarif yang tidak tepat akan berakibat konsumen tidak tertarik pada produk jasa yang ditawarkan. Menurut Indriyo Gitosudarmo (2008:223-227) terdapat tiga hal yang menjadi dasar dalam menentukan harga jual pada perusahaan perhotelan yaitu:

1. Dasar biaya
   Biaya yang dipertimbangkan dalam suatu tarif sewa kamar akan menjadi pertimbangan utama bagi perusahaan dalam menentukan harga. Umumnya perusahaan menetapkan harga menggunakan dasar biaya yang digunakan dan kemudian ditambah dengan keuntungan yang diinginkan oleh perusahaan.
2. Dasar konsumen
   Penentuan harga pada suatu hotel, mungkin saja tidak sesuai dengan apa yang dikehendaki oleh konsumen. Penentusn harga berdasarkan selera konsumen atau permintaan konsumen adalah salah satu hal yang perlu dilakukan. Dasar penentuan harga yang seperti ini, membuat konsumen akan merasa puas terhadap harga yang ditetapkan oleh perusahaan. Konsumen menganggap harga tersebut telah sesuai dengan kualitas jasa yang didapatkannya.
3. Dasar persaingan
   Dasar penentuan harga menurut kebutuhan perusahaan dalam hal persaingannya dengan perusahaan dengan perusahaan lain yang sejenis dan menerapkan pesaingan-pesaingannya.

2.1.4 Tingkat Hunian Kamar

Menurut Damardjati (2008:121), "Tingkat hunian kamar adalah presentase dari kamar-kamar yang terisi atau disewakan kepada tamu yang dibandingkan dengan jumlah seluruh kamar yang disewakan, yang diperhitungkan dalam jangka waktu, misalnya harian, bulanan, atau tahunan".

Sedangkan menurut Sugiarto (2008:155), "Tingkat hunian kamar adalah suatu keadaan sampai sejauh mana jumlah kamar terjual jika dibandingkan dengan jumlah seluruh jumlah kamar yang mampu untuk terjual".

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkn bahwa tingkat hunian kamar adalah presentase dari jumlah kamar yang terjual dibagi dengan jumlah total semua kamar yang tersedia. Tingkat hunian kamar merupakan tolok ukur keberhasilan dari sebuah hotel. Tingginya tingkat hunian kamar sebuah hotel, secara tidak langsung akan mempengaruhi penghasilan dan keuntungan hotel tersebut, maka dari itu semua hotel selalu berusaha untuk meningkatkan jumlah hunian kamarnya. Terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat hunian kamar.

Menurut Oka Yoeti (2009:55), "Harga atau tarif sewa kamar, kompetisi, dan permintaan sangat mempengaruhi penjualan kamar".

Sedangkan menurut Suarthana (2008:5), "Faktor-faktor yang perlu diperhatikan dalam meningkatkan tingkat hunian kamar antara lain adalah lokasi hotel, fasilitas hotel, pelayanan kamar, harga kamar atau tarif sewa kamar, dan promosi".

2.1.5 Hubungan Harga Jual dengan Jumlah Hunian Kamar

Menurut Sugiarto (2008:3), menyatakan bahwa harga kamar atau tarif kamar adalah satuan harga sewa sebuah kamar untuk satu malam, dan harga kamar dapat dibedakan menjadi:

1. Harga Kamar per *Room Tariff*, harga yang ditetapkan tidak dipengaruhi oleh jumlah penghuni yang akan menempati kamar tersebut.
2. Harga Kamar per *Person Tariff*, harga kamar yang ditetapkan untuk tamu yang menginap tergantung jumlah penghuni.
3. Harga kamar per *Publish Tariff*, harga kamar yang dijual sesuai dengan yang dipublikasikan kepada masyarakat umum.

2.2 Pengertian Jasa Sewa

Menurut Fandy Tjiptono (2008:6), “Jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu”.

Menurut Kotler & Keller (2012:214) pengertian jasa adalah:

> Setiap aktifitas, manfaat atau *performance* yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain yang bersifat *intangible* dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun dimana dalam produksinya dapat terikat maupun tidak dengan produk fisik.

Berdasarkan definisi di atas, maka penulis menyimpulkan bahwa jasa pada dasarnya merupakan suatu bentuk kegiatan yang memiliki unsur yang tidak berwujud, yang dapat diberikan oleh satu pihak kepada pihak lainnya dan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang terkait. Oleh karena sifatnya yang tidak berwujud, jasa tidak mengakibatkan kepemilikan apapun karena jasa langsung dikonsumsi pada saat jasa itu diproduksi, namun memiliki nilai tambah tersendiri yang tidak dapat dilihat pada saat dibeli tetapi lebih kepada bagaimana seseorang merasakannya. Produksi jasa biasanya berhubungan dengan produk fisik maupun tidak.

Menurut Paul D. Converse dalam Buchari Alma (2009: 246) mengelompokkan jasa sebagai berikut :

1. *Personalized services*. Jasa ini bersifat personal yang tidak bias dipisahkan dari orang yang menghasilkan jasa tersebut.
2. *Financial service*. Jasa ini terdiri dari: *banking service (Bank), insurance service* (jasa asuransi), dan *invesment securities* (lembaga penanam modal).
3. *Public utility and transportation service*. Biasanya mempunyai monopoli secara alamiah, seperti perusahaan air minum, listrik dan sebagainya.
4. *Entertainment*. Usaha hiburan misalnya bidang olahraga, bioskop dan sebagainya.
5. *Hotel service*. Berbagai jenis penginapan, termasuk di dalamnya berbagai jenis asrama, mess, dan sejenisnya.

2.3 Pengertian Biaya

Menurut Ahmad (2012:22), “Biaya adalah pengeluaran atau nilai pengorbanan untuk memperoleh barang atau jasa yang berguna unutk masa yang akan datang atau mempunyai manfaat melebihi satu periode akuntansi.”

Sedangkan menurut Amin Widjaja Tunggal (2014:8) “Biaya merupakan nilai moneter yang sekarang dan sumber ekonomi yang dikorbankan atau yang harus dikorbankan untuk memperoleh barang dan jasa”.

Berdasarkan kedua pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa biaya adalah suatu hal yang penting bagi perusahaan. Tidak adanya informasi biaya, maka perusahaan tidak dapat menentukan apakah kegiatan usaha yang dijalankannya menghasilkan laba atau hasil usaha yang perusahaan tersebut inginkan. Tidak ada informasi biaya pula, perusahaan tidak memiliki dasar untuk mengalokasikan sumber daya ekonomi yang akan digunakan untuk aktivitas bisnisnya pada periode selanjutnya.

2.3.1 Klasifikasi Biaya

Klasifikasi biaya adalah proses pengelompokan secara metodeatis atas keseluruhan elemen yang ada ke dalam golongan-golongan tertentu yang lebih ringkas untuk memberikan informasi yang lebih mempunyai arti. Penggolongan biaya diperlukan untuk membantu kebutuhan informasi manajemen.

Biaya dapat digolongkan menurut berikut (Mulyadi. 2009:13):

1. Penggolongan biaya menurut objek pengeluaran.
   Penggolongan ini, nama objek pengeluaran merupakan dasar penggolongan biaya. Misalnya, nama obyek pengeluaran adalah bahan bakar, maka semua pengeluaran yang berhubungan dengan bahan bakar disebut biaya bahan bakar.
2. Penggolongan biaya menurut fungsi pokok dalam perusahaan.
   Terdapat tiga fungsi pokok dalam perusahaan manufaktur yaitu fungsi produksi, fungsi pemasaran dan fungsi administrasi danumum.

Sedangkan menurut Mulyadi (2014:13) ada beberapa cara pengklasifikasian biaya, antara lain:

1. Pengklasifikasian biaya menurut fungsi pokok dalam perusahaan: biaya produksi, biaya pemasaran, biaya administrasi, dan umum.

2. Pengklasifikasian biaya menurut hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai yaitu biaya langsung *(direct cost),* biaya tidak langsung *(indirect cost*).
3. Pengklasifikasian biaya berdasarkan perilakunya dalam hubungannya dengan biaya tetap *(fixed cost),* biaya semifixed.
4. Pengklasifikasian biaya atas dasar jangka waktu manfaatnya: pengeluaran modal *(capital expenditures)* dan pengeluaran pendapatan *(revenue expenditures).*

Berdasarkan klasifikasi biaya menurut para ahli di atas, dapat di simpulkan bahwa dalam pengklasifikasian terdapat biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik.

2.4 Pengertian Biaya *Overhead* Pabrik

Pengertian biaya *overhead* pabrik menurut Garrison, dkk (2013:56), "Biaya *overhead* pabrik adalah seluruh biaya manufaktur yang tidak termasuk dalam bahan langsung dan tenaga kerja langsung .Sedangkan menurut Munandar dan Benny Arfan (2008) pengertian biaya *overhead* pabrik adalah:

> Semua biaya yang terdapat serta terjadi di dalam lingkungan pabrik, tetapi secara langsung berhubungan dengan kegiatan proses produksi, yaitu proses mengubah bahan mentah menjadi barang lain yang nantinya dijual. Penggolongan biaya pabrik tidak langsung dapat dilakukan dengan cara, dimana penggolongan ini tidaklah sama antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya, hal ini disebabkan setiap perusahaan mempunyai ciri-ciri tersendiri dalam penggolongan produknya.

Berdasarkan kedua definisi di atas dapat disimpulkan bahwa biaya *overhead* pabrik adalah seluruh biaya produksi yang tidak dapat diklasifikasikan sebagai biaya bahan baku langsung atau biaya tenaga kerja langsung.

2.4.1 Pembebanan Biaya *Overhead* pada *Activity Based Costing*

Metode *Activity Based Costing* akan menghasilkan perhitungan yang lebih akurat, karena metode ini dapat mengidentifikasikan secara teliti seluruh aktivitas yang dilakukan oleh manusia, mesin dan peralatan-peralatan dalam menghasilkan suatu produk maupun jasa.

Menurut Armila Krisna Warindrani (2008:27), terdapat dua tahapan dalam pembebanan biaya *overhead* dengan metode *Activity Based Costing,* tahapan tersebut yaitu:

1. Biaya *overhead* dibebankan pada aktivitas-aktivitas. Tahapan yang perlu dilakukan yaitu:
   a. Mengidentifikasi aktivitas yaitu mengidentifikasi terhadap sejumlah aktivitas yang dianggap menimbulkan biaya dalam memproduksi barang atau jasa.
   b. Menentukan biaya yang terkait dengan masing-masing aktivitas. Aktivitas merupakan suatu kejadian atau transaksi yang menjadi penyebab terjadinya biaya (*cost driver* atau pemicu biaya).
   c. Mengelompokkan aktivitas yang seragam menjadi satu. Pemisahan kelompok aktivitas diidentifikasikan yaitu *Unit level activities*, *Batch level activities*, *Product sustaining activities*, *Facility sustaining activities*.
2. Membebankan biaya aktivitas pada produk.
   Setelah seluruh tarif per kelompok aktivitas diketahui, maka langkah selanjutnya yang dapat dilakukan adalah dengan perhitungan biaya *overhead* yang dibebankan pada produk yaitu dengan rumus sebagai berikut:

Overhead yang dibebankan = Tarif kelompok x Jumlah Konsumsi tiap Produk

2.5 Pengertian dan Tujuan Penentuan Harga Pokok Produksi

2.5.1 Pengertian Harga Pokok Produksi

Mulyadi (2012), menyatakan "Harga pokok produksi adalah pengorbanan ekonomi yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau kemungkinan terjadi untuk memperoleh penghasilan". Sedangkan menurut Hansen dan Mowen (2012), "Harga pokok produksi adalah "Total harga pokok produk, yaitu bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, dan *overhead* yang terkait produk, yang diselesaikan selama periode berjalan."

Berdasarkan definisi para ahli di atas, maka penulis menyimpulkan bahwa harga pokok produksi merupakan hal yang penting untuk perusahaan dalam menilai kinerja produksi yang telah dilakukannya. Harga pokok produksi dapat digunakan oleh perusahaan untuk melihat apakah produksi memberikan laba yang optimal. Harga pokok produksi dibentuk dari biaya produksi, yang selanjutnya digunakan perusahaan untuk menentukan harga jual produknya.

2.5.2 Tujuan Penentuan Harga Pokok Produksi

Penentuan harga pokok produksi bertujuan untuk mengetahui berapa besarnya biaya yang dikorbankan dalam hubungannya dengan pengolahan bahan

baku menjadi barang jadi yang siap untuk dipakai dan dijual. Penentuan harga pokok produksi sangat penting dalam suatu perusahaan, karena merupakan salah satu elemen yang dapat digunakan sebagai pedoman dan sumber informasi bagi pimpinan untuk mengambil keputusan.

Tujuan penentuan harga pokok produksi menurut (Akbar:2011) yaitu:

1. Sebagai dasar untuk menilai efisiensi perusahaan.
2. Sebagai dasar dalam penentuan kebijakan pimpinan perusahaan.
3. Sebagai dasar penilaian bagi penyusunan neraca menyangkut penilaian terhadap aktiva.
4. Sebagai dasar untuk menetapkan harga penawaran atau harga jual kepada konsumen.
5. Menentukan nilai persediaan dalam neraca, yaitu harga pokok persediaan produk jadi dan produk dalam proses pada akhir periode.
6. Menghitung harga pokok produksi dalam laporan rugi-laba perusahaan.
7. Sebagai evaluasi hasil kerja.
8. Pengawasan terhadap efesiensi biaya, terutama biaya produksi.
9. Sebagai dasar pengambilan keputusan.
10. Tujuan perencanaan laba.

2.6 *Activity Based Costing*

2.6.1 Pengertian *Activity Based Costing*

Activity Based Costing dalam lingkungannya yang memiliki keanekaragaman produk, ABC menjanjikan keakuratan yang lebih baik, dan keputusan dibuat berdasarkan fakta yang benar. Oleh sebab itu, penerapan ABC akan mendukung proses pengambilan keputusan-keputusan strategis dalam perusahaan. Berikut ini pengertian ABC dari beberapa para ahli:

Menurut Bastian Bustami dan Nurlela (2009:25) pengertian ABC adalah:

> Metode membebankan biaya aktivitas-aktivitas berdasarkan besarnya pemakaian sumber daya dan membebankan biaya pada objek biaya, seperti produk atau pelanggan, berdasarkan besarnya pemakaian aktivitas, serta untuk mengukur biaya dan kinerja dari aktivitas yang terikat dengan proses dan objek biaya.

Menurut Hansen dan Mowen (2013: 153) pengertian ABC adalah:

> Kalkulasi biaya yang pertama kali menelusuri biaya ke aktivitas kemudian ke produk. Asumsi yang mendasari adalah aktivitas-aktivitas memakai sumber-sumber daya dan produk, sebagai gantinya memakai aktivitas.

Menurut Siregar, dkk (2014: 232), "ABC adalah suatu pendekatan perhitungan biaya yang membebankan biaya sumber daya ke dalam objek biaya, seperti produk, jasa atau konsumen berdasarkan aktivitas yang dilakukan untuk objek biaya". Berdasarkan beberapa uraian di atas mengenai pengertian metode *Activity Based Costing*, dapat disimpulkan bahwa suatu pendekatan perhitungan biaya yang dilakukan dengan menelusuri biaya ke aktivitas kemudian ke produk, kemudian biaya dihitung menggunakan berbagai macam pemicu biaya dalam aktivitas suatu organisasi.

2.6.2 Penerapan Metode *Activity Based Costing*

Tahap awal perkembangannya, *Activity Based Costing* hanya difokuskan pada biaya *overhead* pabrik, pada tahap perkembangan selanjutnya, *Activity Based Costing* diterapkan ke semua biaya, mulai dari biaya desain, biaya produksi, biaya penjualan, biaya pasca jual, sampai biaya administrasi dan umum. *Activity Based Costing*, menggunakan aktivitas sebagai kritik pusat (*focal point*) untuk mempertanggungjawabkan biaya. Oleh karena itu, aktivitas tidak hanya dijumpai di perusahaan manufaktur, dan tidak terbatas di tahap produksi, maka *Activity Based Costing* dapat dimanfaatkan di perusahaan non manufaktur dan mencakup biaya diluar produksi.

Yulianti (2011) menyatakan bahwa hal-hal yang perlu di perhatikan dalam penerapan metode *activity based costing* pada perusahaan jasa adalah sebagai berikut:

1. *Identifying and Costing Activitie*
   Mengidentifikasi dan menghargai aktivitas dapat membuka beberapa kesempatan untuk pengoperasian yang efisien.
2. *Special Challenge*
   Perbedaan antara perusahaan jasa dan perusahaan manufaktur akan memiliki permasalahan-permasalahan yang serupa. Permasalahan itu seperti sulitnya mengalokasikan biaya ke aktivitas. Perusahaan jasa tidak dapat menjadi suatu persediaan, karena kapasitas yang ada namun tidak dapat digunakan menimbulkan biaya yang tidak dapat dihindari.
3. *Output Diversity*
   Perusahaan jasa juga memiliki kesulitan-kesulitan dalam mengidentifikasi output yang ada. Perusahaan jasa yang diversitas yang menggambarkan aktivitas-aktivitas pendukung pada hal-hal yang berbeda mungkin sulit untuk dijelaskan atau ditentukan o*bject cost*

yang akurat. *Activity Based Costing* dapat digunakan oleh segala jenis perusahaan, tidak hanya untuk perusahaan manufaktur saja, melainkan berbagai jenis perusahaan.

Rudianto (2013: 160) mengungkapkan bahwa terdapat dua keyakinan dasar dalam penerapan ABC yaitu:

1. Biaya Memiliki Penyebab
   Biaya ada penyebabnya dan penyebab biaya adalah aktivitas. Pemahaman yang mendalam tentang aktivitas yang menyebabkan timbulnya biaya akan menempatkan personil perusahaan pada posisi dapat mempengaruhi biaya. ABC berangkat dari keyakinan dasar bahwa sumber daya menyediakan kemampuan untuk melaksanakan aktivitas, bukan sekedar menyebabkan timbulnya alokasi biaya.
2. Penyebab Biaya Dapat Dikelola
   Penyebab biaya (yaitu aktivitas) dapat dikelola. Melalui pengelolaan terhadap aktivitas yang menjadi penyebab terjadinya biaya, personil perusahaan dapat memengaruhi biaya. Pengelolaan terhadap aktivitas memerlukan berbagai informasi tentang aktivitas.

Berdasarkan pendapat dari para ahl di atas, dapat disimpulkan bahwa *Activity Based Costing* adalah metode yang biaya pada awalnya menelusuri penggunaan biaya ke aktivitas yang menyerapnya, kemudian menelusuri biaya dari aktivitas tersebut ke produk yang menggunakannya. Metode ABC lebih mencerminkan biaya yang di serap oleh produk secara menyeluruh. Metode ABC mengakui besarnya biaya yang dibebankan ke produk berdasarkan aktivitas yang diperlukan untuk memproduksi output tersebut.

2.6.3 Kelemahan Metode *Activity Based Costing*

Kelemahan *Activity Based Costing* menurut Bastian dan Nurlela (2009:30) yaitu:

1. Metode *Activity Based Costing* membutuhkan berbagai ukuran aktivitas yang harus dikumpulkan, diperiksa, dan dimasukkan dalam metode, mungkin kurang sebanding dengan tingkat keakuratan yang didapat yang pada akhirnya mengakibatkan biaya yang tinggi.
2. Laporan keuangan yang di susun dengan menggunakan metode *Activity Based Costing* tidak sesuai dengan prinsip akuntansi yang berlaku secara umum. Konsekuensi perusahaan yang menerapkan metode ini harus menyusun laporan biaya yang berlainan saat untuk internal dan untuk pelaporan eksternal, hal ini membutuhkan waktu biaya tambahan.

Sedangkan menurut Blocher (2008:233) kelemahan *Activity Based Costing* adalah "Tidak semua biaya penggerak biaya konsumsi sumber daya atau aktivitas tepat atau tidak ganda. Beberapa biaya mungkin membutuhkan alokasi ke departemen atau produk berdasarkan volume".

Berdasarkan pendapat dari para ahli di atas, maka penulias menyimpulkan bahwa kelemahan *Activity Based Costing* yaitu pada perusahaan yang memiliki diversifikasi produk yang tinggi, menghasilkan produk tunggal penggunaan *Activity Based Costing* ini tidak efisien karena semua biaya dalam hubungannya dengan produk merupakan biaya langsung.

2.6.4 Kelebihan Metode *Activity Based Costing*

Menurut Blocher (2011:212) mengemukakan kelebihan dari metode *Activity Based Costing*, yaitu:

1. Pengukuran profitabilitas yang lebih baik, karena metode ABC menyajikan informasi yang lebih akurat dan informatif.
2. Pengambilan keputusan yang lebih baik, karena metode ABC menyajikan perhitungan yang lebih akurat mengenai biaya yang dipicu oleh aktivitas.
3. Perbaikan proses, metode ABC menyediakan informasi untuk mengidentifikasi bidang-bidang dimana perbaikan proses dibutuhkan.
4. Estimasi biaya. Meningkatkan biaya produk yang mengarah pada estimasi biaya pesanan yang lebih baik untuk keputusan penetapan harga, anggaran dan perencanaan
5. Biaya dari kapasitas yang tidak digunakan. Metode ABC menyediakan informasi yang lebih baik untuk mengidentifikasi biaya dari kapasitas yang tidak digunakan dan mempertahankan akuntansi secara terpisah untuk biaya tersebut.

Sedangkan menurut Samryn (2012:161) keuntungan metode *ABC* yaitu:

" Memungkinkan perhitungan biaya yang lebih akurat karena dalam implementasinya akuntansi *Activity Based Costing*:

1. Mempunyai banyak elemen biaya yang digunakan untuk mengumpulkan biaya *overhead.*
2. Mengubah dasar yang digunakan untuk membebankan biaya *overhead* kepada produk menjadikan hampir setiap biaya dapat ditelusuri hubungannya dengan produk atau jasa yang diberikan, atau minimal menjadi biaya langsung yang dapat ditelusuri hubungannya dengan obyek yang dibiayai.
3. Metode ini biaya *overhead* yang dalam akuntansi konvensional dikelompokkan sebagai biaya tetap dalam akuntansi ABC bisa diperlakukan sebagai biaya variabel.

4. Mengubah persepsi para manajer tentang biaya *overhead* sehingga menjadikan tiap aktivitas dapat diikuti hubungannya dengan tiap produk.

Berdasarkan uraian di atas mengenai kelebihan metode *Activity Based Costing*, dapat disimpulkan bahwa perhitungan metode *Activity Based Costing* dapat dikatakan lebih tepat dan akurat dibandingkan dengan metode tradisional. Hal ini disebabkan karena dalam perhitungan, metode *Activity Based Costing* tidak membebankan seluruh biaya setiap aktivitas dalam biaya *overhead*.

2.6.5 Konsep Dasar dan Syarat Penerapan Metode *Activity Based Costing*

Activity Based Costing adalah suatu metode akuntansi yang terfokus pada aktivitas-aktivitas yang dilakukan untuk menghasilkan produk atau jasa. *Activity Based Costing* menyediakan informasi perihal aktivitas-aktivitas dan sumber daya yang dibutuhkan untuk melaksanakan aktivitas-aktivitas tersebut. Aktivitas adalah setiap kejadian atau transaksi yang merupakan pemicu biaya *(cost driver)* yakni, bertindak sebagai faktor penyebab dalam pengeluaran biaya dalam organisasi. Aktivitas-aktivitas ini menjadi titik perhimpunan biaya.

2.7 Tingkatan Aktivitas

Menurut Blocher (2011: 205) ”Aktivitas (*activity*) adalah tugas atau tindakan spesifik dari pekerjaan yang dilakukan”.

Menurut Hansen dan Mowen (2013) pengertian aktivitas adalah:

> Suatu tindakan, peristiwa, tugas atau pekerjaan yang dilakukan dengan tujuan tertentu yang menjadi pemicu biaya (*cost driver*) dan menjadi objek biaya (*cost object*) untuk pengukuran dan pembebanan biaya dalam suatu perusahaan.

Mengidentifikasi biaya sumber daya pada berbagai aktivitas, perusahaan perlu mengklasifikasikan seluruh aktivitas menurut cara bagaimana aktivitas tersebut mengkonsumsi sumber daya. Tingkatan aktivitas diklasifikasikan menjadi empat yaitu:

1. Aktivitas Tingkat Unit (*unit-level activity*)

   Aktivitas ini dilakukan pada setiap satu unit produk atau jasa perusahaan.

Contoh aktivitas tingkat unit mencakup pemakaian bahan baku langsung, pemakaian jam tenaga kerja langsung, serta pemasukan komponen dan inspeksi setiap unit. Aktivitas tingkat unit merupakan aktivitas berdasarkan volume. Aktivitas yang dibutuhkan bervariasi secara proporsional dengan jumlah objek biaya. Penggerak biaya untuk konsumsi sumber daya dan penggerak biaya untuk konsumsi aktivitas cenderung sama dengan aktivitas tingkat unit.

2. Aktivitas Tingkat Kelompok (*batch-level activity*)

   Aktivitas ini dilakukan pada setiap *batch* atau kelompok unit produk atau jasa. Contoh aktivitas tingkat kelompok adalah persiapan mesin, pengaturan pesanan pembelian, penjadwalan produksi, inspeksi yang dilakukan oleh *batch*, penanganan bahan baku, dan percepatan proses produksi.

3. Aktivitas Tingkat Produk (*product-level activity)*

   Aktivitas tingkat produk berkaitan dengan produk atau jasa spesifik. Contoh aktivitas tingkat produk mencakup desain produk, pembelian suku cadang yang dibutuhkan oleh produk, dan keterlibatan dalam perubahan rekayasa untuk memodifikasi produk.

4. Aktivitas Tingkat Fasilitas (*facility-level activity)*

   Aktivitas tingkat fasilitas adalah aktivitas yang menopang operasi secara umum namun banyak sedikitnya aktivitas ini tidak berhubungan dengan volume. Aktivitas ini tidak disebabkan oleh produk atau kebutuhan pelayanan pelanggan dan tidak dapat ditelusuri ke satu unit, *batch*, atau produk. Contoh aktivitas tingkat fasilitas mencakup penyediaan keamanan untuk memelihara mesin pabrik dengan fungsi umum, pengelolaan pabrik, pembayaran pajak bangunan dan asuransi pabrik, serta penutupan buku setiap bulan. Beberapa perusahaan menyebutkan aktivitas ini sebagai aktivitas pendukung bisnis atau infrastruktur.

2.8 Pemicu Biaya *(Cost Driver)*

Pemicu biaya dari suatu biaya variabel adalah tingkat aktivitas atau

volume yang perubahannya proporsional dengan perubahan biaya variabel. Sebagai contoh, jumlah mobil yang dirakit merupakan pemicu biaya atas biaya setir. Pekerja *setup* dibayar berdasarkan jam kerja, jumlah jam *setup* adalah pemicu biaya atas biaya *setup* (variabel).

Menurut Charles T. Horngren, Srikant M. Datar, George Foster dalam buku nya yang berjudul akuntansi biaya penekanan manajerial, "Pemicu biaya *(cost driver)* adalah variabel, seperti tingkat aktivitas atau volume yang menjadi dasar timbulnya biaya dalam rentang waktu tertentu".

Menurut Rudianto (2013:160) pemicu biaya adalah:

> Faktor-faktor yang menyebabkan perubahan biaya aktivitas. *Cost driver* merupakan faktor yang dapat diukur yang digunakan untuk membebankan biaya ke aktivitas dan dari aktivitas ke aktivitas lainnya, produk atau jasa".

Berdasarkan definisi dari para ahli di atas, maka penulis menyimpulkan terdapat hubungan sebab-akibat antara perubahan tingkat aktivitas atau volume dengan perubahan tingkat biaya total. Sebagai contoh, jika biaya desain produk berubah sejalan dengan perubahan jumlah komponen produk, jumlah komponen adalah pemicu biaya atas biaya desain produk.

3.9 Tahapan dalam Menerapkan *Activity Based Costing*

Menurut Hansen dan Mowen (2013: 175) proses penerapan ABC untuk menentukan harga pokok produksi dapat dibagi menjadi dua tahap yaitu:

1. Tahap Pertama
   Tahap pertama yaitu membebankan biaya overhead ke dalam aktivitas. Penentuan harga pokok produksi berdasarkan *Activity Based Costing* terdiri dari empat langkah yaitu:
   a. Mengidentifikasi aktivitas
      Langkah pertama untuk menerapkan ABC adalah mengidentifikasi aktivitas yang akan menjadi dasar metode tersebut.
   b. Mengklasifikasikan berbagai aktivitas
      Mengklasifikasikan aktivitas yang akan menjadi dasar metode tersebut. Berbagai aktivitas diklasifikasikan dalam beberapa kelompok yang mempunyai suatu interprestasi yang mudah dan jelas serta cocok dengan segmen-segmen proses produksi yang dapat dikelola untuk menghasilkan produk atau jasa. Cara untuk memahami aktivitas dan bagaimana aktivitas tersebut digabungkan

disusun dalam empat tingkatan aktivitas yaitu aktivitas berlevel unit *(unit level activities),* aktivitas berlevel batch *(batch level activities),* aktivitas berlevel produk *(product level activities)* dan aktivitas berlevel fasilitas *(fasility level activities)*

c. Mengidentifikasi *Cost Driver*

Mengidentifikasi *cost driver* dari aktivitas-aktivitas yang telah diidentifikasi dan diklasifikasikan. Langkah selanjutnya adalah mengelompokkan jenis-jenis biaya yangs sejenis atau homogen. Syarat biaya homogen adalah aktivitas-aktivitas harus secara logis berkaitan dan mempunyai rasio konsumsi yang sama untuk semua produk.

d. Menentukan tarif kelompok (*pool rate*)

Tarif kelompok adalah tarif biaya overhead per unit *cost driver* yang dihitung untuk suatu kelompok aktivitas. Tarif kelompok dapat dihitung dengan rumus menurut Hansen dan Mowen (2013).

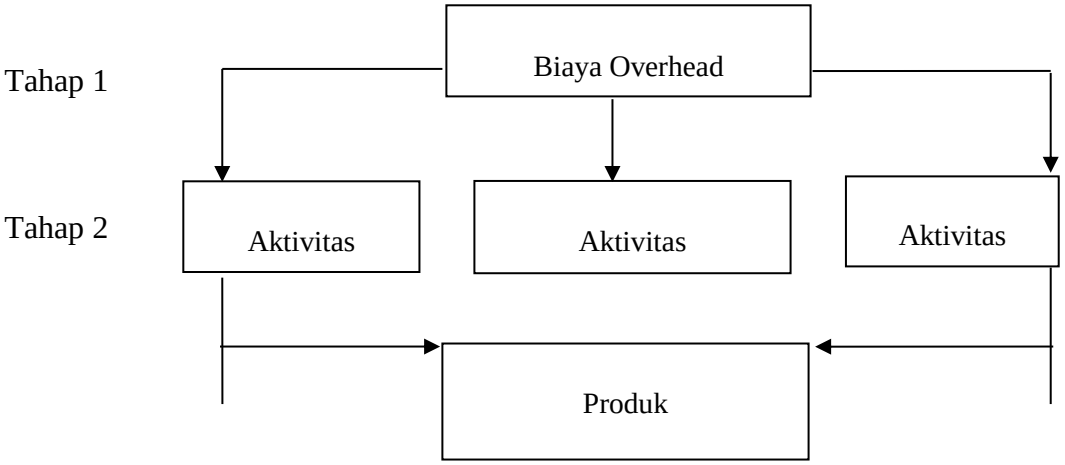
$$\text{Tarif per unit } cost\ driver = \frac{\text{Jumlah Aktivitas}}{Cost\ Driver}$$

2. Tahap Kedua

Setiap kelompok biaya overhead dibebankan kepada produk. Hal ini dilakukan dengan menggunakan tarif yang telah dihitung sebelumnya dan nilai sumber daya aktivitas yang dikonsumsi setiap jenis produk. Dengan demikian, overhead yang dibebankan dari setiap kelompok biaya kepada setiap jenis produk dapat dihitung. BOP yang dibebankan dapat dihitung dengan rumus menurut Hansen dan Mowen (2013).

BOP yang dibebankan = Tarif per unit *cost driver* x *cost driver* yang digunakan

Berdasarkan dua tahap diatas, sehubungan dengan prosedur pembebanan biaya overhead pabrik dengan ABC, dapat dilihat lebih lanjut pada gambar 2.1



Sumber: Rudianto (2013: 167)

Gambar 2.1 Prosedur Pembebanan Biaya Dua Tahap

2.9 *Activity Based Costing* pada Perusahaan/Organisasi Jasa

Mursyidi (2010:291), menjelaskan pada mulanya metode *Activity Based Costing* berkembang pada perusahaan manufaktur yang memiliki teknologi tinggi, artinya biaya peralatan jauh lebih besar dibandingkan dengan biaya tenaga kerja, karena mekanisme proses produksi dapat dinyatakan serba otomatis (terkomputerisasi) atau menggunakan mesin. Penerapan *Activity Based Costing* pada perusahaan jasa adalah:

1. *Identifying and Costing Activities*

   Mengidentifikasi dan menghargai aktivitas dapat membuka beberapa kesempatan untuk pengoperasian yang efisien.

2. *Special Challenge*

   Perbedaan antara perusahaan jasa dan perusahaan manufaktur akan memiliki permasalahan-permasalahan yang serupa. Permasalahan itu seperti sulitnya mengalokasikan biaya ke aktivitas. Selain itu jasa tidak dapat menjadi suatu persediaan, karena kapasitas yang ada namun tidak dapat digunakan menimbulkan biaya yang tidak dapat dihindari.

3. *Output Diversity*

   Perusahaan jasa juga memiliki kesulitan-kesulitan dalam mengidentifikasi output yang ada. Perusahaan jasa, diversitas yang

menggambarkan aktivitas-aktivitas pendukung pada hal-hal yang berbeda mungkin sulit untuk dijelaskans atau ditentukan.

Metode tradisional, biasanya seluruh biaya tidak langsung akan dikumpulkan dalam satu pengelompokan biaya (*cost pool*), kemudian seluruh total biaya tersebut dialokasikan dengan satu dasar peengalokasikan biasanya berdasarkan hubungan sebab akibat yang paling mewakili sebagian besar biaya tidak langsung. Misalnya, jika biaya tidak langsung suatu perusahaan didominasi oleh biaya overhead pabrik yang sangat otomatis prosesnya, maka bisa saja dasar pengalokasian yang dipilih adalah jam kerja mesin.

Metode ABC, seluruh biaya tidak langsung akan dikumpulkan dalam beberapa pengelompokkan biaya (*cost pool*) sesuai dengan aktivitas masing-masing yang berhubungan, kemudian masing-masing kelompok biaya tersebut dihubungkan dengan masing-masing aktivitas tersebut dan dialokasikan berdasarkan aktivitasnya masing-masing. Pemilihan kelompok biaya biasanya berdasarkan aktivitas yang sesuai dengan hierarki biaya dan hampir sama kegiatannya. Sedangkan untuk pemilihan dasar alokasi adalah jumlah aktivitas dalam setiap kelompok biaya tersebut. Perbedaan antara *Activity Based Costing* dan *Traditional Costing* menurut Salman dan Farid (2016:95) dapat dilihat pada tabel 2.1.

Tabel 2.1

Perbedaan antara Metode *Activity Based Costing* dan *Traditional Costing*

Activity Based Costing	***Traditional Costing***
Metode ini di mulai denga mengidentifikasi aktivitas dan kemudian memproduksi produk.	Metode tradisional dimulai dengan mengidentifikasi biaya dan kemudian ke produksi barang.
Metode ini terutama berfokus pada aktivitas yang dilakukan untuk menghasilkan produk.	Metode ini menekankan terutama pada pemastian biaya setelah biaya tersebut terjadi
Penggerak biaya digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi biaya aktivitas tertentu.	Unit biaya yang digunakan untuk alokasi dan akumulasi biaya.

Biaya overhead dibebankan ke pool biaya (*cost pool*)	Biaya *overhead* dibebankan ke departemen produksi atau departemen jasa.
Biaya *overhead* pabrik dibebankan ke produk dengan menggunakan tarif penggerak biaya.	Overhead dialokasikan atas dasar tarif alokasi *overhead* departemen.
Biaya *overhead* variabel diidentifikasi secara tepat ke produk masing-masing.	Biaya yang dapat dialokasikan atau dibebankan ke produk dapat berupa biaya aktual yang terjadi atau atas dasar biaya standar.
Metode ABC, banyak aktivitas didasarkan atas *cost pool* atau pusat biaya diciptakan.	Biaya *overhead* pabrik di-*pool*-kan dan dikumpulkan ke departemen.
Tidak perlu mengalokasikan dan meredistribusi biaya overhead departemen jasa untuk departemen produksi.	Proses alokasi dan redistribusi biaya departemen jasa ke departemen produksi adalah penting untuk menemukan total biaya produksi.
Metode ABC mengasumsikan bahwa biaya *overhead* tetap bervariasi secara proporsional dengan perubahan volume *output*.	Metode ini mengasumsikan bahwa biaya *overhead* tetap tidak berubah dengan perubahan volume output.

Sumber: Salman dan Farid (2016: 95)

Adapun perbedaan antara *Activity Based Costing* dan *Traditional Costing* menurut Mulyadi (2007) dapat dilihat pada tabel 2.2.

Tabel 2.2

Perbedaan antara *Activity Based Costing* dan *Traditional Costing*

Keterangan	***Traditional Costing***	***Activity Based Costing***
Tujuan	*Inventory valuation*	*Product costing*
Lingkup	Tahap produksi	Tahap desain, tahap produksi, dan tahap dukungan logistik
Fokus	Biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung	Biaya *overhead* pabrik
Periode	Periode akuntansi	Dasar hidup produk
Teknologi informasi yang digunakan	Metode manual	Komputer telekomunikasi

Sumber: Mulyadi (2007)