

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Pengertian Akuntansi Manajemen**

Dalam melakukan aktivitas operasinya, ada berbagai masalah yang dihadapi oleh perusahaan salah satunya adalah perusahaan harus dapat beroperasi secara efisien sehingga menghasilkan laba yang se-optimal mungkin. Untuk menghadapi masalah tersebut, maka diperlukan akuntansi manajemen sehingga pihak manajemen dapat meminimalisir penyelewengan dan pemborosan dalam proses produksi.

Akuntansi manajemen merupakan salah satu tipe akuntansi diantara dua tipe akuntansi yakni akuntansi keuangan dan akuntansi manajemen. Akuntansi manajemen dapat dipandang dari dua sudut yaitu akuntansi manajemen sebagai tipe akuntansi dan akuntansi manajemen sebagai tipe informasi. Sebagai salah satu tipe akuntansi, akuntansi merupakan suatu sistem pengolahan informasi keuangan yang digunakan untuk menghasilkan informasi keuangan bagi kepentingan intern organisasi. Sedangkan sebagai salah satu tipe informasi, akuntansi manajemen merupakan tipe informasi kuantitatif yang menggunakan uang sebagai satuan ukuran yang digunakan untuk membantu manajemen dalam pelaksanaan pengelolaan perusahaan.

Menurut Mulyadi (2009:4) pengertian akuntansi manajemen adalah “Suatu sistem pengolahan informasi keuangan yang digunakan untuk menghasilkan informasi keuangan bagi kepentingan intern pemakai organisasi.”

Menurut Baldrick dkk (2013:1) pengertian akuntansi manajemen adalah:

“Proses mengidentifikasi, mengukur, mengakumulasi, menyiapkan, menganalisis, menginterpretasikan, dan mengkomunikasikan kejadian ekonomi yang digunakan oleh manajemen untuk melakukan perencanaan, pengambilan keputusan, dan penilaian kinerja dalam organisasi.”

Berdasarkan pengertian dari beberapa para ahli, maka dapat disimpulkan bahwa akuntansi manajemen adalah suatu sistem pengolahan informasi keuangan yang digunakan oleh manajemen untuk melakukan perencanaan, pengambilan keputusan, dan penilaian kerja dalam suatu organisasi.

## **2.2 Pengertian Biaya**

Menurut IAI (2015: 12) yang dimaksud dengan biaya atau beban adalah:

“Biaya sebagai nilai tukar, pengeluaran, pengorbanan untuk memperoleh manfaat. Sedangkan beban adalah penurunan manfaat ekonomis suatu periode akuntansi dalam bentuk arus keluar/berkurangnya aktiva atau terjadinya kewajiban yang mengakibatkan penurunan ekuitas yang tidak menyangkut pembagian kepada penanam modal.”

Menurut Baldrick (2014: 36) :

“Biaya (*expense*) adalah kos barang atau jasa yang telah digunakan untuk memperoleh pendapatan. Kos (*cost*) adalah pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat sekarang atau masa yang akan datang. Kos diukur dalam satuan mata uang.

Menurut Supriyono (2015:252) pengertian biaya adalah “pengorbanan sumber-sumber ekonomi yang sudah terjadi atau akan terjadi yang dinyatakan dalam satuan uang untuk tujuan tertentu.”

Berdasarkan pengertian menurut beberapa ahli, maka dapat disimpulkan bahwa biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi berupa pemakaian aktiva selama satu periode yang diukur dalam satuan mata uang untuk mencapai tujuan tertentu.

## **2.3 Klasifikasi Biaya**

Klasifikasi biaya menurut Baldrick (2014:36), dapat diklasifikasikan berdasarkan:

1. Ketelusuran biaya  
Berdasarkan ketertelusuran biaya ke produk, biaya dapat digolongkan menjadi dua, yaitu:
  1. Biaya langsung (*direct cost*)  
Biaya langsung adalah biaya yang dapat ditelusur sampai kepada produk secara langsung
  2. Biaya tidak langsung (*indirect cost*).  
Biaya tidak langsung adalah biaya yang tidak dapat secara langsung ditelusur ke produk.
2. Perilaku Biaya  
Berdasarkan perilakunya, biaya dapat diklasifikasikan menjadi 3 yaitu:
  - a. Biaya variabel (*variable cost*)  
Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan tingkat aktivitas.
  - b. Biaya tetap (*fixed cost*)  
Biaya tetap adalah biaya yang jumlahnya tidak terpengaruh oleh tingkat aktivitas dalam kisaran tertentu.
  - c. Biaya campuran (*mixed cost*)  
Biaya campuran adalah biaya yang memiliki karakteristik biaya variabel dan sekaligus biaya tetap.
3. Fungsi pokok perusahaan  
Berdasarkan fungsi pokok perusahaan, biaya dapat diklasifikasikan menjadi:  
Biaya produksi (*production cost*)
  - a. Biaya produksi (*production cost*)  
Biaya produksi adalah biaya untuk membuat bahan menjadi produk jadi.
  - b. Biaya pemasaran (*marketing expense*)  
Biaya pemasaran meliputi berbagai biaya yang terjadi untuk memasarkan produk atau jasa.
  - c. Biaya administrasi dan umum (*general and administrative expense*)  
Biaya administrasi dan umum adalah biaya yang terjadi dalam rangka mengarahkan, menjalankan, dan mengendalikan perusahaan.
4. Elemen biaya produksi  
Berdasarkan fungsi produksi, biaya dapat diklasifikasikan menjadi tiga, yaitu:
  - a. Biaya bahan baku (*raw material cost*)  
Biaya bahan baku adalah nilai bahan baku yang digunakan dalam proses produksi untuk diubah menjadi produk jadi.
  - b. Biaya tenaga kerja langsung (*direct labor cost*)  
Biaya tenaga kerja langsung adalah besarnya nilai gaji dan upah tenaga kerja yang terlibat langsung untuk mengerjakan produk.

- c. Biaya overhead pabrik (*manufacture overhead cost*)  
Biaya overhead pabrik adalah semua biaya produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.

## 2.4 Pengertian Kualitas

Menurut Baldrick dkk (2014: 285) :

“Kualitas dapat diartikan berbeda antara satu orang dan orang lain. Biasanya kualitas dapat dilihat dari dua faktor utama, yaitu memuaskan harapan konsumen yang berkaitan dengan atribut-atribut harapan konsumen dan memastikan seberapa baik produk dapat memenuhi aspek-aspek teknis dari desain produk tersebut, kesesuaian kinerja dengan standar yang diharapkan, serta kesesuaian dengan standar pembuatnya.”

Menurut Kotler (2012: 49) pengertian kualitas adalah “keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.”

Dari beberapa pengertian para ahli, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk atau jasa adalah sesuatu yang dapat memenuhi atau melebihi harapan dari konsumen.

## 2.5 Dimensi Kualitas

Menurut Baldrick dkk (2014: 286) harapan konsumen dapat dilihat dari beberapa dimensi yang mewakili kualitas sebagai berikut:

1. Kinerja (*performance*) adalah tingkat konsistensi dan seberapa baik produk dapat berfungsi.
2. Estetika (*aesthetics*) adalah tingkat keindahan penampilan produk (seperti kecantikan dan gaya) dan penampilan dari fasilitas, perlengkapan, personel, dan materi komunikasi untuk jasa.
3. Kemampuan servis (*serviceability*) adalah ukuran yang menunjukkan mudah tidaknya suatu produk dirawat atau diperbaiki setelah di tangan konsumen.
4. Fitur (*features*) adalah karakteristik produk yang membedakan secara fungsional dengan produk yang mirip atau sejenis.

5. Keandalan (*reability*) adalah kemungkinan atau peluang produk atau jasa dapat bekerja sesuai yang dispesifikasikan dalam jangka waktu yang ditentukan.
6. Keawetan (*durability*) adalah lama produk dapat berfungsi atau digunakan.
7. Kualitas kesesuaian (*quality of conformance*) adalah tingkat kesesuaian produk dengan spesifikasi kualitas yang ditentukan pada desainnya.
8. Kesesuaian dalam penggunaan (*fitness for use*) adalah kecocokan produk untuk menghadirkan fungsi seperti yang diiklankan.

Menghasilkan produk dengan mutu yang lebih baik dari pesaing berarti mengungguli produk pesaing dalam satu atau lebih dimensi, sementara tetap setara dengan kinerja dimensi lainnya. Meskipun kedelapan dimensi tersebut penting dan mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan, namun atribut kualitas yang dapat diukur cenderung lebih mendapat perhatian. Tingkat kesesuaian, dalam hal tertentu adalah dimensi yang mendapat perhatian paling besar.

## **2.6 Pengertian Biaya Kualitas**

Menurut Baldric dkk (2014: 288) “Biaya kualitas (*cost of quality*) merupakan biaya terjadi atau mungkin akan terjadi karena adanya kualitas yang rendah.”

Menurut Garrison (2013:856) “biaya kualitas adalah biaya yang terjadi untuk mencegah produk cacat sampai ke tangan konsumen atau yang terjadi sebagai akibat adanya produk cacat.”

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa biaya kualitas adalah salah satu biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam upaya meningkatkan kualitas produk untuk mencapai standar kualitas yang telah ditentukan.

## **2.7 Pengelompokkan Biaya Kualitas**

Menurut Baldric dkk (2014: 288) ada dua kelompok biaya kualitas yaitu biaya pengendalian dan biaya kegagalan. Kedua kelompok tersebut dapat dipecah lagi dalam empat subkelompok biaya, yaitu biaya pencegahan (*prevention cost*), biaya penilaian (*appraisal cost*), biaya kegagalan internal (*internal failure cost*), serta biaya kegagalan eksternal (*external failure cost*). Biaya pencegahan dan

biaya penilaian merupakan subkelompok dari biaya pengendalian, sedangkan biaya kegagalan internal dan biaya kegagalan eksternal merupakan subkelompok biaya kegagalan. Definisi masing-masing biaya tersebut adalah sebagai berikut:

1. Biaya pencegahan adalah biaya yang terjadi karena adanya usaha untuk mencegah terjadinya kegagalan dalam menjalankan aktivitas jasa dan/atau produk yang berkualitas rendah.
2. Biaya penilaian adalah biaya yang terjadi karena dilakukannya penentuan apakah produk dan/atau jasa yang dihasilkan telah sesuai dengan permintaan atau kebutuhan konsumen.
3. Biaya kegagalan internal adalah biaya yang terjadi pada saat produk dan/atau jasa yang dihasilkan tidak sesuai dengan permintaan atau kebutuhan konsumen.
4. Biaya kegagalan eksternal adalah biaya yang terjadi pada saat produk dan/atau jasa yang dihasilkan tidak sesuai dengan permintaan atau kebutuhan konsumen dan diketahui setelah produk berada di luar perusahaan atau sudah di tangan konsumen.

## **2.8 Manfaat Informasi Biaya Kualitas**

Menurut Garrison (2013: 853) ada beberapa manfaat dari informasi biaya kualitas yaitu:

1. Informasi biaya kualitas membantu manajemen melihat besarnya biaya kualitas mereka karena biaya-biaya ini melintasi batas departemen dan tidak dapat ditelusuri dan diakumulasi secara normal oleh sistem biaya.
2. Informasi ini dapat membantu manajemen mengidentifikasi pentingnya masalah-masalah kualitas yang dihadapi perusahaan.
3. Informasi biaya kualitas dapat membantu manajemen melihat apakah biaya-biaya kualitas di perusahaan mereka didistribusikan secara tidak baik.

## **2.9 Perhitungan Biaya Kualitas**

Sebelum dilakukannya perhitungan biaya kualitas, komponen-komponen kegiatan harus diidentifikasi terlebih dahulu. Semua kegiatan tersebut dikonversikan dalam satuan rupiah sehingga dapat diketahui biaya yang dikeluarkan dalam aktivitas tersebut.

Perhitungan untuk mengetahui total biaya kualitas dapat diperoleh dengan menjumlahkan seluruh kategori biaya kualitas yakni biaya pencegahan, biaya penilaian, biaya kegagalan internal dan biaya kegagalan eksternal.

$$\text{Total Biaya Kualitas} = \text{Biaya Pencegahan} + \text{Biaya Penilaian} + \text{Biaya Kegagalan Internal} + \text{Biaya Kegagalan Eksternal}$$

### **G.9 Laporan Biaya Kualitas**

Laporan biaya kualitas merupakan laporan keuangan intern yang sangat penting karena dengan tersedianya laporan biaya kualitas ini pihak manajemen dapat mengetahui, merencanakan, dan menentukan strategi perusahaan dalam rangka menghadapi persaingan di masa yang akan datang. Pelaporan biaya kualitas dapat memberikan informasi yang berguna untuk pengevaluasian keefektifan pelaksanaan pelaporan kualitas, pengendalian koefisienan pada setiap elemen biaya kualitas, perbaikan kualitas dan tindakan korektif yang diperlukan. Selain untuk menunjang pembuatan keputusan seperti strategi penentuan harga, pihak manajemen pun dapat mengetahui secara pasti berapa biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk mengawasi dan mengendalikan agar produk yang dihasilkan sesuai dengan spesifikasi yang telah ditentukan, termasuk juga biaya yang dikeluarkan akibat adanya produk yang telah diproduksi dengan spesifikasi yang tidak sesuai. Berikut ini merupakan contoh format laporan biaya kualitas menurut Baldrick dkk (2014: 292) pada tabel 2.1

**Tabel 2.1 Contoh Format Laporan Biaya Kualitas**

PT X Laporan Biaya Kualitas Untuk tahun yang berakhir 31 Desember 20xx
--

	Biaya Kualitas		Persentase (%) Dari Penjualan
Biaya pencegahan:			
Pelatihan kualitas	xxx		
Perencanaan produksi	xxx	xxx	xx%
Biaya penilaian:			
Pengecekan bahan baku	xxx		
Akseptasi produk	xxx		
Akseptasi proses	xxx	xxx	xx%
Biaya kegagalan internal:			
Sisa bahan	xxx		
Pengerjaan ulang	xxx	xxx	xx%
Biaya kegagalan eksternal:			
Komplain konsumen	xxx		
Garansi	xxx		
Reparasi	xxx	xxx	xx%
Total biaya kualitas		xxx	xx%

Sumber : *Baldric dkk*

## 2.10 *Activity Based Management (ABM)*

### 2.10.1 *Pengertian Activity Based Management (ABM)*

Menurut Hansen dan Mowen (2013:224) :

“Manajemen berdasarkan aktivitas (*Activity Based Management-ABM*) adalah pendekatan untuk keseluruhan sistem yang terintegrasi, dan berfokus pada perhatian manajemen atas berbagai aktivitas dengan tujuan meningkatkan nilai bagi pelanggan dan laba yang dicapai dengan mewujudkan nilai ini.”

Menurut Baldric dkk (2014: 253) :

“*ABM (Activity Based Management)* merupakan suatu metode pengolahan aktivitas yang bertujuan untuk meningkatkan nilai (*value*) produk atau jasa untuk konsumen, meningkatkan daya saing, dan meningkatkan profitabilitas perusahaan.”



Menurut Dewi dkk (2016: 66) :

“Manajemen berdasar aktivitas ialah perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian aktivitas untuk mencapai sasaran kerja dan tujuan organisasi melalui proses perbaikan terus menerus.”

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa *activity based manajemen* adalah suatu pendekatan yang memusatkan perhatian manajemen untuk meningkatkan nilai dan laba atau profitabilitas perusahaan.

### **2.10.2 Pengelompokan ABM**

Menurut Baldric dkk (2014:253), aplikasi ABM dapat dibedakan menjadi dua kategori, yaitu:

1. ABM Operasional (*operational ABM*)  
ABM Operasional mengarahkan pada efisiensi operasi, utilisasi aset, dan penggunaan biaya yang lebih rendah. Fokusnya adalah mengerjakan sesuatu dengan benar dan melakukan aktivitas dengan cara yang lebih efisien. Aplikasi ABM ini menggunakan teknik-teknik manajemen seperti manajemen aktivitas, perekayasaan proses bisnis (business process reengineering), TQM, dan pengukuran kinerja.
2. ABM Strategis (*strategic ABM*)  
ABM Strategis mengarahkan manajemen untuk mendapatkan manfaat dari model biaya ABC melalui pengendalian biaya dan pembuatan keputusan untuk produk individual, layanan, dan konsumen. ABM strategis bekerja melalui perubahan kombinasi aktivitas menjauhi aplikasi-aplikasi mahal dan tidak menguntungkan sehingga pendapatan akan lebih besar daripada biaya aktivitas yang dibutuhkan. ABM strategis memberi petunjuk dalam pembuatan keputusan dalam hal berikut ini.
  - a. Bauran produk dan penentuan harga.
  - b. Hubungan dengan konsumen.
  - c. Hubungan dengan pemasok dan pemilihan pemasok.
  - d. Pendesainan produk dan pengembangan produk.

### **2.10.3 Dimensi *Activity Based Management***

Menurut Hansen dan Mowen (2013: 224), Activity Based Management memiliki dua dimensi yaitu : dimensi biaya dan dimensi proses. Dimensi biaya memberikan informasi biaya mengenai sumber daya, aktivitas, produk, dan objek biaya yang menjadi perhatian, seperti produk, pelanggan, pemasok, dan saluran distribusi. Sedangkan dimensi proses, memberikan informasi mengenai aktivitas apa saja yang dilakukan, mengapa harus dilakukan, dan seberapa baik aktivitas-aktivitas tersebut dilakukan. Dimenis inilah yang memberikan kemampuan untuk melakukan dan mengukur perbaikan berkelanjutan.

Sama halnya yang dikemukakan oleh Supriyono (2015: 354) bahwa Activity Based Management (ABM) memiliki dua dimensi yaitu:

#### 1. Dimensi biaya

Dimensi biaya atau dimensi ABC adalah dimensi Activity Based Management yang bertujuan untuk menyempurnakan keakuratan penelusuran biaya pada objek-objek biaya dengan cara:

- a. Sumber-sumber yaitu mengidentifikasi biaya sumber-sumber
- b. Aktivitas-aktivitas yaitu menelusuri biaya sumber-sumber pada aktivitas
- c. Objek biaya yaitu membebankan biaya pada objek-objek biaya, misalnya berbagai produk atau konsumen yang mengkonsumsi aktivitas-aktivitas.

ABC merupakan bagian ABM yang digunakan untuk hal-hal berikut ini:

- a. Mendesain produk atau jasa untuk memenuhi bahkan melebihi keinginan konsumen dan mampu menghasilkan laba yang lebih besar.
- b. Memberi tanda untuk melanjutkan atau menghentikan perbaikan kualitas, kecepatan, dan efisiensi yang berkelanjutan.
- c. Mengarahkan penentuan bauran produk dan keputusan investasi.
- d. Memilih pemasok.
- e. Negosiasi produk, fitur, kualitas, dan layanan untuk konsumen.
- f. Memanfaatkan proses distribusi dan layanan pada konsumen sasaran secara efisiensi dan efektif.
- g. Meningkatkan nilai produk dan jasa perusahaan.

#### 2. Dimensi proses

Dimensi proses atau nilai proses adalah dimensi ABM untuk mengendalikan aktivitas-aktivitas dengan cara:

- a. Menganalisis driver-driver biaya

Analisis driver biaya adalah mengidentifikasi faktor-faktor yang menyebabkan biaya aktivitas atau menjelaskan mengapa biaya aktivitas terjadi

- b. Mengidentifikasi aktivitas  
Yaitu menilai aktivitas-aktivitas apa yang dilaksanakan
- c. Menganalisis kinerja  
Menganalisis kinerja adalah evaluasi aktivitas-aktivitas yang dilaksanakan untuk menilai seberapa baik kinerja

#### **2.10.4 Analisis Nilai Proses (*Process Value Analysis*)**

Menurut Hansen dan Mowen (2013:236) analisis nilai proses memusatkan pada (1) analisis penggerak, (2) analisis aktivitas, dan (3) pengukuran kinerja aktivitas.

##### **1. Analisis Penggerak**

Setiap aktivitas memiliki input dan output. Input aktivitas adalah sumber-sumber yang dipakai oleh aktivitas dalam memproduksi output. Output aktivitas adalah hasil atau produk suatu aktivitas. Ukuran output aktivitas adalah beberapa kali aktivitas dilakukan. Ukuran output secara efektif adalah suatu ukuran permintaan yang ditempatkan pada suatu aktivitas, yang disebut penggerak aktivitas.

Tujuan analisis penggerak adalah untuk mendapatkan akar penyebab. Jadi, analisis penggerak adalah usaha yang dikeluarkan untuk mengidentifikasi faktor-faktor tersebut yang merupakan akar penyebab biaya aktivitas.

##### **2. Analisis Aktivitas**

Analisis aktivitas adalah proses pengidentifikasian, penjelasan, dan pengevaluasian aktivitas yang perusahaan lakukan. Analisis aktivitas akan menghasilkan empat hal, yaitu:

- a. Aktivitas apa yang dilakukan.
- b. Berapa banyak orang yang melakukan aktivitas.
- c. Waktu dan sumber daya yang dibutuhkan untuk melakukan aktivitas.
- d. Penghitungan nilai aktivitas untuk organisasi, termasuk rekomendasi untuk memilih dan hanya mempertahankan aktivitas yang menambah nilai.

Aktivitas dapat diklasifikasikan sebagai aktivitas bernilai tambah dan aktivitas tidak bernilai tambah. Aktivitas-aktivitas tersebut dapat menimbulkan biaya bernilai tambah dan biaya tidak bernilai tambah.

Menurut Baldric dkk (2014: 257) :

Aktivitas bernilai tambah (*value-added activity*) adalah aktivitas yang dapat meningkatkan nilai produk atau jasa untuk konsumen. Penghilangan aktivitas ini secara otomatis akan menurunkan nilai produk atau jasa untuk konsumen. Aktivitas memotong kain pada saat membuat baju, memasang paku pada saat membuat rangka atap, dan menuangkan besi cair pada saat mencetak plat merupakan contoh aktivitas bernilai tambah. Aktivitas bernilai tambah merupakan aktivitas yang memenuhi hal-hal berikut ini:

- a. Ada perubahan bentuk.
- b. Bentuk yang dihasilkan tidak diperoleh dari aktivitas sebelumnya.
- c. Aktivitas lain menjadi dapat dilakukan.
- d. Untuk memenuhi permintaan atau harapan konsumen.
- e. Mendorong pembelian material atau komponen produk.
- f. Berkontribusi terhadap kepuasan konsumen.
- g. Salah satu langkah penting dalam proses bisnis.
- h. Untuk memecahkan atau menghilangkan masalah kualitas.
- i. Dilakukan atas permintaan konsumen atau memuaskan mereka.

Aktivitas tidak bernilai tambah (*nonvalue-added activity*) adalah suatu aktivitas yang mengonsumsi waktu, sumber daya, atau tempat tetapi hanya memberikan sedikit nilai tambah bagi kepuasan konsumen atau bahkan sama sekali tidak member nilai tambah. Jika aktivitas ini dihilangkan, nilai atau kepuasan konsumen tidak akan berkurang, tetapi konsumen tidak akan menyadarinya. Aktivitas tidak bernilai tambah adalah aktivitas yang memiliki ciri-ciri seperti berikut:

- a. Dapat dihilangkan tanpa mempengaruhi bentuk, kenyamanan, atau fungsi produk atau jasa.
- b. Menimbulkan pemborosan dan hanya memberikan sedikit nilai tambah bagi produk atau jasa atau bahkan tidak member nilai tambah sama sekali.
- c. Dilakukan karena adanya inefisiensi atau kesalahan dalam aliran proses.
- d. Pekerjaan ulang atas suatu pekerjaan yang telah dilakukan pada bagian atau departemen lain.
- e. Dilakukan untuk mengawasi masalah kualitas.
- f. Menghasilkan output yang tidak perlu atau tidak diinginkan.

Dalam melakukan perhitungan biaya bernilai tambah dan biaya tidak bernilai tambah diperlukan formula untuk menghitungnya. Formula untuk menghitung biaya bernilai tambah dapat dihitung dengan formula berikut ini.

$$\text{Biaya Bernilai Tambah} = \text{KS} \times \text{HS}$$

Sedangkan biaya tidak bernilai tambah dapat dihitung dengan formula berikut ini.

$$\text{Biaya Tidak Bernilai Tambah} = (\text{KA} - \text{KS}) \times \text{HS}$$

Keterangan :

KS = Kuantitas Sesungguhnya output penambah nilai untuk sebuah aktivitas.

HS = Harga standar per unit untuk ukuran output aktivitas.

KA = Kuantitas aktual atau sesungguhnya output sebuah aktivitas yang digunakan (jika sumber daya disediakan sebanyak yang dibutuhkan) atau jumlah sesungguhnya kapasitas yang dimiliki (jika sumber daya disediakan terlebih dahulu untuk digunakan).

### 3. Pengukuran Kinerja Aktivitas

Ukuran kinerja aktivitas dirancang untuk menilai seberapa baik suatu aktivitas dikerjakan dengan hasil yang dicapai. Ukuran kinerja aktivitas berpusat pada tiga dimensi utama yaitu:

a. Efisiensi

Efisiensi berfokus pada hubungan input aktivitas dan output aktivitas. Sebagai contoh, satu cara untuk memperbaiki efisiensi aktivitas adalah dengan menghasilkan output aktivitas yang sama dengan biaya lebih rendah dari input yang digunakan.

b. Kualitas

Kualitas mengacu pada aktivitas yang dilakukan secara benar pada saat pertama kali dikerjakan. Jika output aktivitas cacat, maka aktivitas memerlukan pengulangan, yang menyebabkan biaya yang tidak perlu dan penurunan efisiensi.

c. Waktu

Waktu yang dibutuhkan untuk melakukan aktivitas juga penting. Lebih banyak waktu biasanya berarti lebih banyak sumber daya yang dipakai dan sedikit kemampuan untuk merespon permintaan pelanggan.

## **2.11 Sistem Activity Based Costing**

### **2.11.1 Pengertian Activity Based Costing (ABC)**

Menurut Rudianto (2013: 160) :

“Metode ABC (*Activity Based Costing*) adalah sistem akumulasi biaya dan pembebanan biaya ke produk dengan menggunakan berbagai *cost driver*, dilakukan dengan menelusuri biaya dari aktivitas dan setelah itu menelusuri biaya dari aktivitas ke produk.”

Menurut Baldric dkk (2014: 232) :

“Perhitungan biaya berdasarkan aktivitas adalah suatu pendekatan perhitungan biaya yang membebankan biaya sumber daya ke dalam objek biaya, seperti produk, jasa, atau konsumen berdasarkan aktivitas yang dilakukan oleh objek biaya.”

Menurut Supriyono (2015:305) :

“*Activity-based costing* (ABC) adalah sistem pembebanan biaya pada objek biaya melalui dua tahap yaitu : (1) melacak biaya pada aktivitas-aktivitas, dan selanjutnya (2) melacak biaya aktivitas-aktivitas pada objek-objek biaya.”

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa *activity based costing* adalah suatu pendekatan yang membebankan biaya ke dalam produk dengan menelusuri biaya-biaya dan aktivitas-aktivitas pada produk.

### 2.11.2 Penggolongan Aktivitas Pada ABC

Menurut Rudianto (2013: 165) mengungkapkan bahwa pengelompokan aktivitas yang seragam menjadi satu, antara lain:

1. Aktivitas berlevel unit (*unit level activities*)  
*Unit level activities* merupakan aktivitas yang dilakukan untuk setiap unit produk yang dihasilkan secara individual. Aktivitas ini dilakukan untuk setiap unit produk. Biaya aktivitas berlevel unit bersifat proporsional dengan jumlah unit produksi. Beberapa contoh kegiatan yang termasuk dalam kategori aktivitas ini adalah memesan bahan baku, mengebor suatu lobang, menginspeksi suatu komponen, dan menjalankan mesin. Berbagai aktivitas tersebut cenderung dikonsumsi secara proporsional dengan jumlah unit yang diproduksi.
2. Aktivitas Berlevel Batch (*batch level activities*)  
*Batch level activities* merupakan aktivitas yang berkaitan dengan sekelompok produk. Aktivitas dilakukan setiap kali *batch* proses, tanpa memperhatikan berapa unit yang ada pada *batch* tersebut. Beberapa contoh kegiatan yang termasuk dalam kategori aktivitas ini seperti menangani bahan baku, membuat pesanan produk, dan pengaturan pesanan konsumen adalah aktivitas berlevel *batch*.
3. Aktivitas berlevel produk (*product level activities*)  
*Product level activities* dilakukan untuk melayani berbagai kegiatan pembuatan produk yang berbeda antara satu dengan yang lainnya. Aktivitas berlevel produk berkaitan dengan produk spesifik dan biasanya dikerjakan tanpa memperhatikan berapa batch atau unit yang diproduksi atau dijual. Beberapa contoh kegiatan yang termasuk dalam kategori aktivitas ini adalah mengadministrasi komponen, merancang produk, mengurus pengiriman produk kepada konsumen, dan mengiklankan produk.
4. Aktivitas berlevel Fasilitas (*facility level activities*)  
*Facility level activities* sering disebut sebagai biaya umum karena tidak berkaitan dengan jenis produk tertentu. Aktivitas berlevel fasilitas adalah aktivitas yang menopang proses operasi perusahaan namun banyak sedikitnya aktivitas ini tidak berhubungan dengan volume. Aktivitas ini dimanfaatkan secara bersama oleh berbagai jenis produk yang berbeda. Beberapa contoh kegiatan yang termasuk dalam kategori aktivitas ini meliputi menyiapkan laporan keuangan, mengelola pabrik, mengurus kebersihan kantor, menyediakan jaringan computer, dan sebagainya.

### 2.11.3 Manfaat dan Keterbatasan Activity Based Costing

Awalnya tujuan perusahaan menggunakan ABC adalah untuk mengurangi distorsi dalam perhitungan biaya produk yang sering dijumpai dalam system biaya berbasis unit. Berikut ini manfaat lain ABC bagi perusahaan menurut Baldric dkk (2013: 239) :

1. Pengakuan profitabilitas yang lebih baik. Biaya setiap aktivitas dapat dibebankan dengan lebih akurat dan terperinci ke dalam produk atau jasa sehingga hasil penawaran produk atau jasa menjadi mudah ditelusur.
2. Pembuatan keputusan yang lebih baik. Informasi pengguna aktivitas yang lebih detail menjadikan manajemen dapat menganalisis dampak atau hasil dari suatu aktivitas sehingga dapat member dasar pembuatan keputusan yang lebih akurat.
3. Perbaikan proses (*process improvement*). ABC memberikan informasi detail mengenai penggunaan aktivitas. Hal ini memudahkan manajemen menelusur dan menganalisis efektivitas dan efisiensi biaya aktivitas.
4. Estimasi biaya. Ketersediaan informasi pengguna aktivitas dan biaya di masa lalu yang terperinci dapat memberikan dasar yang akurat dalam penentuan estimasi biaya di masa depan.
5. Penentuan biaya kapasitas tak terpakai. Estimasi biaya yang akurat atas suatu asset atau sumber daya pada suatu kapasitas yang dianggarkan dapat menjadi dasar penentu nilai biaya dari kapasitas yang tidak digunakan akibat inefisiensi produksi atau pelayanan.

Selain manfaat, ABC juga memiliki beberapa keterbatasan. Berikut ini keterbatasan-keterbatasan yang terdapat dalam ABC.

1. Alokasi

Beberapa biaya perlu dialokasikan ke departemen dan produk berdasarkan pengukuran volume arbiter karena mencari aktivitas yang memicu biaya tidak praktis. Contohnya , biaya system informasi untuk pemeliharaan fasilitas pabrik, gaji manajer pabrik, asuransi pabrik, dan pajak property pabrik.

2. Pengabaian biaya (omission of cost)



Biaya produk atau jasa yang diidentifikasi oleh system ABC cenderung tidak memasukkan semua biaya yang terkait dengan produk atau jasa, seperti biaya untuk aktivitas pemasaran, riset periklanan, pengembangan dan rekayasa produk. Biaya produk tidak memasukkan biaya-biaya ini karena prinsip-prinsip akuntansi yang berlaku umum untuk pelaporan keuangan mengharuskan biaya tersebut diperlakukan sebagai biaya periode.

### 3. Biaya dan waktu

Salah satu kendala terbesar dalam penerapan ABC adalah besarnya biaya aplikasi dan lamanya proses implementasi ABC. Hal ini karena ABC bukan masalah menghitung biaya produk semata, tetapi lebih pada cara manajemen mengidentifikasi aktivitas-aktivitas dalam produksi, sumber daya yang dikonsumsi, hal-hal yang memicu biaya aktivitas tersebut, dan besarnya biaya yang terjadi. Penentuan pemicu aktivitas sangat penting karena menentukan akurasi alokasi biaya dari aktivitas tersebut. Sebuah aktivitas bisa saja memiliki lebih dari satu pemicu.