

BAB II

TINJUAN PUSTAKA

Pada bab ini akan diuraikan beberapa landasan teori yang dipergunakan dalam penulisan laporan akhir ini, yaitu pengertian akuntansi manajemen, definisi akuntansi penuh, manfaat informasi akuntansi penuh, pengertian *activity based costing*, definisi *activity based management*, manfaat informasi biaya penuh dalam penentuan harga jual, pengertian harga jual, penentuan harga jual normal.

2.1 Pengertian Akuntansi Manajemen

Secara garis besar, sistem informasi akuntansi pada suatu organisasi memiliki dua subsistem utama yaitu : sistem akuntansi manajemen dan sistem akuntansi keuangan.

Menurut Sadeli dan Siswanto (2007:2)

Akuntansi Manajemen adalah jenis akuntansi yang memberikan informasi kepada manajemen untuk membantu pengelolaan suatu perusahaan, pertimbangan dan pengambilan keputusan.

Sedangkan menurut Mulyadi (2007:2)

Akuntansi manajemen merupakan suatu sistem pengolahan informasi keuangan yang digunakan untuk menghasilkan informasi keuangan bagi kepentingan pemakai intern organisasi.”Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan Akuntansi Manajemen adalah suatu sistem pengolahan informasi keuangan bagi kepentingan pemakai intern untuk digunakan sebagai bahan perencanaan, pengendalian koperasi dan pengembangan keputusan.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa informasi akuntansi manajemen bermanfaat untuk membantu manajemen dalam pelaporan, perencanaan, pengambilan keputusan, dan pengendalian dalam operasi perusahaan.

2.1.1 Pengertian Akuntansi Penuh

Manajemen dalam suatu perusahaan harus mampu memperoleh informasi yang akurat serta beraneka ragam mengenai berbagai hal, untuk mempercepat terealisasinya tujuan perusahaan Mulyadi (2007:16) menyatakan bahwa, Manfaat informasi akuntansi manajemen dapat dikelompokkan berdasarkan tipe informasi akuntansi manajemen sebagai berikut:

1. Informasi Akuntansi Penuh

Informasi akuntansi penuh selalu bersangkutan dengan objek informasi. Dalam hubungannya dengan objek Informasi akuntansi penuh dapat mencakup informasi masa lalu maupun informasi masa yang akan datang, informasi akuntansi penuh yang berisi informasi masa lalubermanfaat untuk pelaporan informasi keuangan kepada manajemen puncak dan pihak luar perusahaan, serta analisis kemampuan untuk menghasilkan laba Sedangkan informasi penuh yang berisi informasi yang akan datang bermanfaat untuk penyusunan program, penentuan harga jual normal, penentuan harga transfer dan penentuan harga jual yang diatur dengan peraturan pemerintah. untuk suatu objek informasi maka informasi ini disebut dengan biaya penuh (*full cost*). Jika informasi akuntansi penuh berupa pendapatan maka informasi ini disebut dengan pendapatan penuh (*full revenues*).

2. Informasi Akuntansi Diferensial

Informasi ini diperlukan manajemen untuk pengambilan keputusan mengenai pemilihan alternatif tindakan yang baik diantara alternatif tersedia.

3. Informasi Akuntansi Pertanggung jawaban

Informasi akuntansi pertanggungjawaban yaitu informasi yang dihubungkan dengan manajer yang bertanggung jawab atas pusat pertanggung jawaban tertentu. Informasi ini bermanfaat untuk menganalisis kerja manejer dan sekaligus untuk

memotivasi para manajer dalam melaksanakan rencana mereka yang dituangkan dalam anggaran mereka masing-masing.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa informasi akuntansi manajemen bermanfaat untuk membantu manajemen dalam pelaporan, perencanaan, pengambilan keputusan, dan pengendalian dalam operasi perusahaan.

2.2 Pengertian Biaya

Menurut Hansen dan Mowen (2006:40) Biaya adalah:

“Kas atau nilai kuivalen kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat saat ini atau dimasa datang bagi organisasi”.

Sedangkan Menurut Mulyadi (2001:8) pengertian biaya adalah:

“Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam suatu uang yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu”.

Berdasarkan beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi berupa pemakaian aktiva selama satu periode yang diukur dengan satuan uang untuk mencapai tujuan tertentu.

2.3 Pengertian Kualitas

Menurut Hansens dan Mowen (2005:4) “Kualitas adalah derajat atau tingkat kesempurnaan” dalam hal ini kualitas adalah ukuran relatif dari kebaikan (goodness)”. Masih menurut Hansen dan Mowen(2005:5) ada delapan dimensi produk atau jasa yang berkualitas yang memenuhi harapan konsumen yaitu :

1. Kinerja (*performance*)
Mengacu pada konsistensu dan seberapa baik fungsi-fungsi sebuah produk
2. Estika (*aesthetics*)
Berhubungan dengan penampilan wujud produk
3. Kemudahan perawatan dan perbaikan (*serviceability*)
Beerkaitan dengan tingkat kemudahan perawatan dan memperbaiki produk
4. Fitur (*features*)
Adalah karakteristik produk yang berbeda dengan dari produk-produk sejenis yang fungsinya sama
5. Keandalan (*reliability*)
Adalah probabilitas produk dan jasa menjalankan fungsi seperti yang dimaksudkan dalam jangka waktu tertentu.
6. Tahana lama (*durability*)
Didefinisikan sebagai jangka waktu produk dapat berfungsi.
7. Kualitas kesesuaian (*quality of conformance*)
Adalah ukuran mengenai apakah sebuah produk telah memenuhi spesifikasinya atau tidak
8. Kecocokan pengguna (*fitnes for use*)
Adalah kecocokan dari sebuah produk menjalankan fungsi-fungsi sebagaimana yang telah dijalankan.

Dari penjelasan diatas dapat dikatakan bahwa kualitas adalah segala sesuatu yang bebas dari kekurangan atau kerusakan sempurna. Suatu produk akan dikatakan berkualitas apabila produk tersebut sesuai dengan harapan konsumen, dapat dimanfaatkan dengan baik diproduksi dengan cara baik pula.

2.4 Biaya Kualias

2.4.1 pengertian Biaya Kualitas

Menurut Hansen dan Mowen (2005:40) “biaya adalah kas atau nilai akuivalen kas yang dikorbankan untuk mendapat barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat saat ini atau dimasa datang bagi organisasi.

Biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan suatu produk memiliki hubungan yang erat dengan kualitas yang dihasilkan perusahaan. Menurut Samtyn (2001:152) “Biaya kualitas adalah biaya yang terjadi atau mungkin akan terjadi karena kualitas yang buruk”. Masih menurut Samryn (2001:154) yang menyatakan bahwa:

Terdapat 3 kategori pandangan yang berkembang mengenai biaya kualitas yakni sebagai berikut:

1. Kualitas yang semakin tinggi semakain tinggi pula biayanya. Seperti tenaga kerja, bahan baku dan sumber daya ekonomis lainnya. Manfaat kualitas diharapkan akan menjadi lebih besar daripada biaya tambahan tersebut.
2. Biaya peningkatan kualitas lebih rendah daripada penghambatan yang dihasilkan. Pandangan ini dikemukakan oleh deming. Penghematan dihasilkan dari berkurangnya tingkat produk cacat, pemeriksian ulang dan biaya kerusakan.
3. Biaya kualitas merupakan biaya yang besarnya melebihi biaya yang terjadi bila produk yang dihasilkan secara benar sejak awal, meliputi tidak hanya biaya langsung tetapi juga biaya akibat kehilangan pelanggan atau bahkan kehilangan pangsa pasar dan lain-lain.

Pengertian biaya kualitas menurut Hansen dan Mowen (2005:7_ menyatakan bahwa ”biaya yasng timbul karena mungkin atau telah dihasilkan produk yang jelek mutunya”. Hal senada juga diungkapkan oleh Garrison (2001:846) yang menyatakan bahwa “pencegahan deteksi dan aktivitas lain yang berkaitan dengan produk cacat memakan biaya yang sering disebut biaya kualitas’.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa biaya kualitas adalah biaya yang berhubungan dengan produk, karena kualitasnya yang buruk atau cacat.

2.4.2 Kategori Biaya Kualitas

Pemahaman manajemen mengenai biaya kualitas diperlukan untuk memungkinkan manajemen melakukan perencanaan, pengendalian, dan pengendalian keputusan mengenai kualitas produk. Pada dasarnya biaya kualitas dapat dikategorikan menjadi dua subkategori menurut Garrison (2001:846):

Biaya kualitas dapat dipilah menjadi empat kategori. Dua kategori dari pemilahan ini adalah biaya pencegahan dan biaya penilaian biaya yang terjadi dalam usaha supaya konsumen tidak mendapatkan produk cacat. Dua kategori lainnya biaya kegagalan internal dan biaya kegagalan eksternal terjadi karena adanya barang cacat.

Dari penjelasan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa kegiatan pengendalian terdiri dari kegiatan pencegahan dan penilaian. Sedangkan kegiatan karena kegagalan terdiri dari kegiatan kegagalan terdiri dari kegagalan internal dan kegagalan eksternal. Berikut ini akan dijelaskan masing-masing kategori kualitas yaitu :

1. Biaya Pencegahan

Menurut Samryn (2001:153) “kelompok biaya pencegahan (prevention cost) ini terjadi dalam rangka kegiatan menghindarkan adanya produk cacat dalam proses produksi”. masih menurut Samryn (2001:153) yang menyatakan bahwa:

Biaya pencegahan merupakan biaya yang terjadi untuk mencegah kerusakan produk yang dihasilkan, meliputi teknik dan perencanaan kualitas, peninjauan produk baru, rancangan proses atau produk, pengendalian proses, pelatihan dan audit kualitas.

Menurut Caerter dan Usry (2005:198)

“biaya pencegahan adalah biaya yang terjadi untuk mencegah terjadinya kegagalan produk. Biaya pencegahan adalah biaya yang dikeluarkan untuk mendesain produk dan sistem produksi bermutu tinggi, termasuk biaya untuk menerapkan dan memelihara sistem-sistem tersebut”.

Sedangkan menurut Garrison (2005:198) ada beberapa macam biaya yang termasuk dalam biaya pencegahan yaitu:

1. Biaya perencanaan mutu
2. Program pelatihan mutu
3. Pengendalian mutu
4. Pelaporan mutu
5. Pemeriksaan mutu dan lain-lain

2. Biaya Deteksi/penilaian

Menurut Samryn (2001:153) “Biaya deteksi/penilaian adalah biaya yang terjadi untuk menentukan apakah produk dengan persyaratan-persyaratan kualitas yang ditetapkan sebelumnya”.

Sedangkan menurut Hansens dan Mowen (2005:8) ada beberapa macam biaya yang termasuk dalam biaya penilaian yaitu:

1. Pengujian bahan baku
2. Inspeksi
3. Aktivitas pengawasan
4. Verifikasi pemasok
5. Penerimaan produk
6. Penerimaan proses

3. Biaya Kegagalan Internal

Menurut Samryn (2001:154) “Biaya kegagalan internal adalah biaya yang terjadi adanya ketidaksesuaian persyaratan yang terdeteksi sebelum suatu produk dikirimkan kepada pelanggan”. Masih menurut Samryn

Sedangkan menurut Hansen dan Mowen (2005:198) “Biaya kegagalan internal terjadi karena produk dan jasa yang dihasilkan tidak sesuai dengan spesifikasi atau kebutuhan pelanggan”. Ada beberapa macam biaya termasuk biaya kegagalan internal yaitu :

1. Biaya sisa bahan baku
2. Biaya produk cacat
3. Biaya pengerjaan ulang
4. Biaya pengujian ulang
5. Waktu yang terbuang karena masalah kualitas dan sebagainya

4. Biaya Kegagalan Eksternal

Menurut Samryn (2001:154) “Biaya kegagalan eksternal meliputi biaya-biaya yang terjadi karena produk gagal memenuhi persyaratan yang diketahui setelah produk tersebut diterima oleh pelanggan”.

Sedangkan menurut Garrison (2001:847) ada beberapa macam biaya yang termasuk dalam biaya kegagalan eksternal yaitu :

1. Biaya pelayanan dan penanganan keluhan dari konsumen
2. Garansi perbaikan dan penggantian
3. Perbaikan dan penggantian dalam masa garansi
4. Penarikan produk
5. Kewajiban yang muncul karena adanya produk cacat
6. Retur karena adanya produk cacat
7. Berkurangnya penjualan karena reputas rendahnya kualitas

2.4.3 Manfaat Informasi Biaya Kualitas

Garrison (2001:853-854) menjelaskan bahwa ada beberapa manfaat dari informasi biaya kualitas yaitu :

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.

1. Informasi ini dapat membantu manajemen mengidentifikasi pentingnya masalah-masalah kualitas yang dihadapi perusahaan.
2. Informasi biaya kualitas dapat membantu manajemen melihat apakah biaya-biaya kualitas diperusahaan mereka didistribusikan secara baik. Selain memiliki manfaat menurut Garrison (2001:854) informasi biaya kualitas juga memiliki kelemahan yang seharusnya diakui yaitu:
 - a. hanya mengukur dan melaporkan biaya kualitas tidak akan memecahkan masalah kualitas apapun. Masalah hanya dapat diselesaikan dengan mengambil tindakan.
 - b. Hasil-hasil biaya biasanya ketinggalan dibelakang program perbaikan kualitas
 - c. Biaya kualitas yang paling penting, kehilangan penjualan dari konsumen yang kecewa, biasanya diabaikan dari laporan biaya kualitas karena hal itu sangat sulit untuk diperkirakan.

2.4.4 Perhitungan Biaya Kualitas

perhitungan biaya kualitas dilakukan terhadap komponen-komponen kegiatan-kegiatan yang telah didefinisikan. Semua kegiatan tersebut dikoncersikan dalam satuan rupiah sehingga dapat diketahui biaya yang dikeluarkan dalam aktivitas lebih mudah dinilai dengan menampilkan biaya-biaya kualitas berikut sebagai persentase dari penjualan aktual rumus perhitungan total biaya kualitas yaitu :

$$\text{Total biaya kualitas} = \text{Biaya pengendalian} + \text{Biaya kegagalan}$$

$$\text{Total biaya kualitas} = \text{Biaya pencegahan} + \text{Biaya penilaian} + \text{Biaya Kegagalan internal} + \text{Biaya kegagalan eksternal}$$

Sehubungan dengan hal tersebut, Hansen dan Mowen (2005:12) mengemukakan bahwa “Mengaku pada prinsip yang berlaku umum, bahwa biaya kualitas sebaiknya kurang dari 2,5 persen”. Dengan demikian dapat

dikatakan bahwa perusahaan yang telah dianggap baik dalam pengendalian biayanya adalah perusahaan yang memiliki biaya kualitas kurang dari 2,5 persen dari penjualannya yang terdiri dari biaya pencegahan dan biaya penilaian.

2.4.5 Laporan Biaya Kualitas

Laporan biaya kualitas mengurangkan biaya pencegahan, biaya penilaian, biaya kegagalan internal, biaya kegagalan eksternal yang timbul dari kegiatan perusahaan. Contoh format laporan biaya menurut Hansen dan Mowe (2005:12) adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1
Contoh Laporan Biaya Kualitas

PT.X			
Laporan Biaya Kualitas			
Untuk Tahun yang Berakhir 31 Desember 200x			
	Biaya Kualitas		Persentase(%) dari penjualan
Biaya Pencegahan :			
Pelatihan Kualitas	xxx		
Rekayasa Keandalan	<u>xxx</u>	xxx	xx%
Biaya Penilaian :			
Pemeriksaan Bahan Baku	xxx		
Penerimaan Produk	xxx		
Penerimaan Proses	<u>xxx</u>	xxx	xx%
Biaya Kegagalan Internal :			
Sisa Bahan Baku	xxx		
Pengerjaan Bahan Baku	<u>xxx</u>	xxx	
Biaya kegagalan Eksternal :			
Keluhan Pelanggan	xxx		
Garansi	xxx		
Perbaikan	<u>xxx</u>	<u>xxx</u>	<u>xx%</u>
Total Biaya Kualitas	xxx	xxx	xx%

2.5 *Activity-Based Management (ABM)*

2.5.1 *Pengertian Activity Based Management*

Menurut Supriyono (2007:354) *Activity-based-management (ABM)* atau manajemen berbasis aktivitas (MBA) adalah: suatu disiplin (sistem yang luas dan pendekatan yang terintegrasi) yang memusatkan perhatian manajemen pada aktivitas-aktivitas dengan tujuan untuk meningkatkan nilai yang diterima oleh konsumen dan laba yang diperoleh dari penyediaan nilai tersebut.

Hansen dan Mowen (2006:11) juga mengemukakan bahwa :

Manajemen berdasarkan aktivitas (*Activity-Based Management*) adalah suatu pendekatan diseluruh sistem dan terintegrasi, yang memfokuskan perhatian manajemen pada berbagai aktivitas, dengan tujuan meningkatkan nilai untuk pelanggan(customer value) dan laba sebagai hasilnya.

Berdasarkan aktivitas manajemen menekankan pada berbagai aktivitas atau *activity based costing (ABC)* dan analisis nilai proses. Biaya berdasarkan aktivitas meningkatkan keakuratan mengalokasikan biaya dengan pertamanya menelusuri biaya berbagai aktivitas tersebut. Analisis nilai proses di lain pihak menekankan pada analisis aktivitas yaitu mencoba untuk menetapkan mengapa aktivitas dilakukan dan seberapa baik dilakukan. Tujuannya adalah untuk menemukan cara melakukan aktivitas yang diperlukan secara lebih efisien, dan untuk menghapus aktivitas yang tidak memberikan nilai bagi pelanggan.

2.5.2 *Tujuan dan Manfaat Activity Based Management(ABM)*

Berikut ini tujuan dan manfaat *Activity-Based Management* menurut Supriyono (2001:356) yaitu :

Tujuan *Activity-Based Management* adalah untuk meningkatkan nilai produk atau jasa yang diserahkan pada para konsumen, dan oleh karena itu dapat digunakan untuk mencapai laba ekstra dengan menyediakan nilai

tambah bagi konsumennya. Adapun Manfaat *Activity-Based Management* antara lain :

1. Mengukur kinerja keuangan dan pengoperasian non keuangan organisasi dan aktivitas-aktivitasnya
2. Menentukan biaya-biaya dan profitabilitas yang “Benar” untuk setiap tipe produk jasa
3. Mengidentifikasi aktivitas-aktivitas (faktor-faktor yang mendrive biaya-biaya) dan mengendalikannya
4. Mengelompokkan aktivitas-aktivitas bernilai tambah dan tidak bernilai tambah
5. Mengefisienkan aktivitas bernilai tambah dan mengeliminasi aktivitas-aktivitas tidak bernilai tambah
6. Menjamin bahwa pembuatan keputusan, perencanaan dan pengendalian didasarkan pada isu-isu bisnis yang luar dan tidak semata berdasar informasi keuangan
7. Menilai penciptaan rangkaian nilai tambah (*value-added chain*) untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen.

2.5.3 Penerapan *Activity-Based Management*(ABM)

Menurut Supriyono (2001:357) penerapan ABM umumnya melibatkan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Mengidentifikasi aktivitas-aktivitas
2. Membedakan antara aktivitas bernilai tambah dan tidak bernilai tambah untuk produk atau jasa tertentu
3. Menelusuri arus produk atau jasa melalui aktivitas-aktivitas
4. Membebaskan nilai-nilai waktu dan biaya pada setiap aktivitas
5. Menentukan keterkaitan antara aktivitas-aktivitas dengan fungsi-fungsi dan lintas fungsi
6. Membuat arus produk atau jasa lebih efisien
7. Mengurangi atau meniadakan aktivitas-aktivitas tidak bernilai tambah

8. Menganalisis dua atau lebih aktivitas yang saling berhubungan untuk menentukan trade-offs diantara aktivitas-aktivitas tersebut agar mengarah pada pengurangan biaya
9. Penyempurnaan berkesinambungan

2.5.4 dimensi *Activity-Based Management*

Menurut Hansen dan Mowen (2001:478), *Activity Based Management* memiliki dua dimensi yaitu : dimensi biaya dan dimensi proses. Dimensi biaya memberikan informasi biaya mengenai sumber daya, aktivitas, produk, dan pelanggan dan biaya-biaya lain yang diperlukan. Sedangkan dimensi proses, memberikan informasi tentang aktivitas apa saja yang dilakukan, mengapa aktivitas itu dilakukan, dan seberapa baik dilakukan. Dimensi inilah yang memberikan kemampuan untuk melakukan dan mengukur perbaikan berkelanjutan.

Sama halnya seperti yang dikemukakan oleh Supriyono(2001:354-355) 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.

Activity-Based Management menggunakan ABC sebagai informasi utamanya untuk :

1. Menentukan dan mengimplementasikan prioritas-prioritas strategis
2. Menganalisis dan mengukur kinerja agar tercapai
 - a. Desain produk berbiaya rendah

- b. Peluang-peluang pengurangan biaya
 - c. Penyempurnaan mutu
3. Mengidentifikasi pemborosan dalam hubungan dengan pemasok
 4. Menyalurkan pembelanjaan modal pada peluang-peluang yang paling menguntungkan

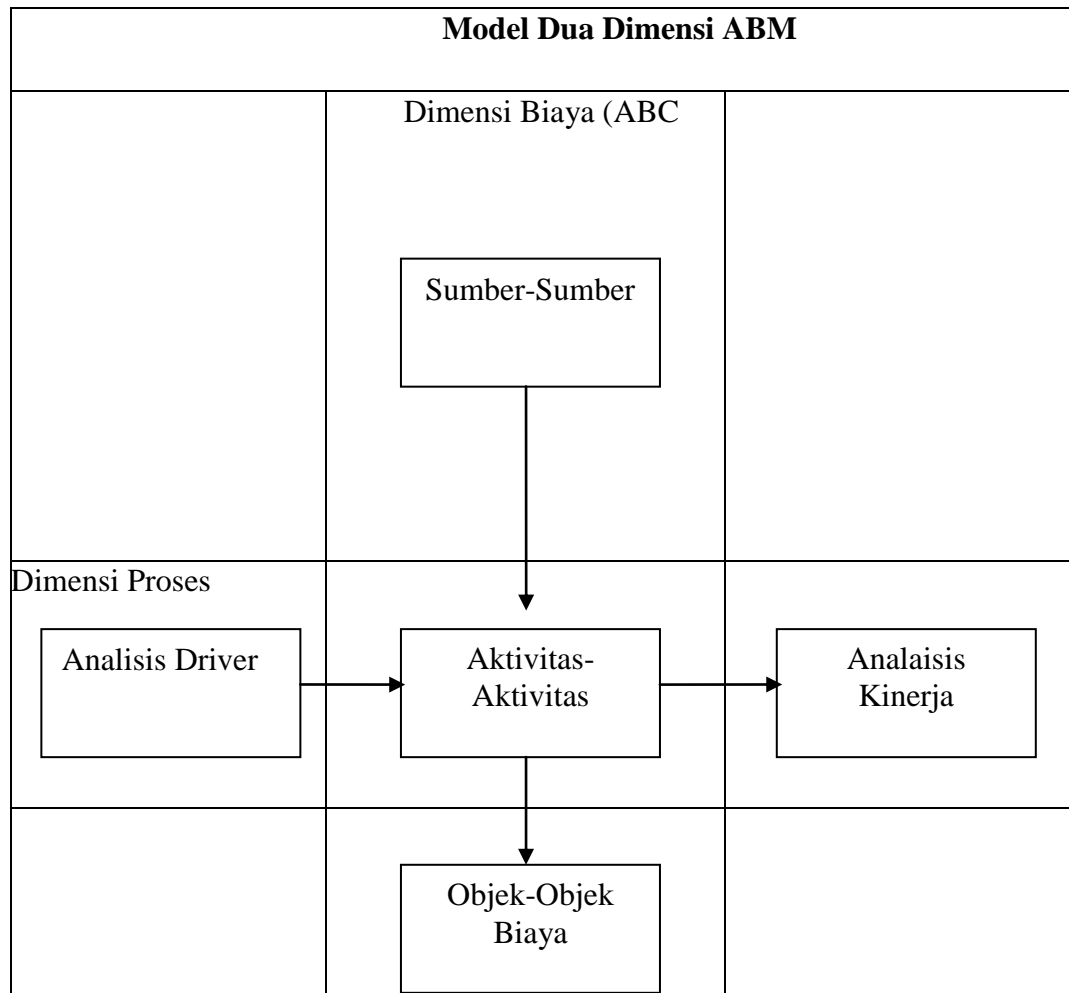
Dimensi biaya mencerminkan kebutuhan organisasi untuk menelusuri sumber-sumber pada aktivitas-aktivitas dan akhirnya membebankan pada objek-objek untuk menganalisis keputusan-keputusan penting suatu organisasi. Adapun keputusan yang menggunakan dimensi biaya misalnya penentuan harga jual, desain produk, dan sebagainya.

2. Dimensi proses

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

1. Menganalisis driver-driver biaya.
Analisis driver biaya adalah mengidentifikasi faktor-faktor yang menyebabkan biaya aktivitas atau menjelaskan mengapa biaya aktivitas terjadi
2. Mengidentifikasi aktivitas
Yaitu menilai aktivitas-aktivitas apa yang dilaksanakan
3. Menganalisis kinerja
Menganalisis kinerja adalah mengevaluasi aktivitas-aktivitas yang dilaksanakan untuk menilai seberapa baik kinerja

Tabel 2.2
Model dua dimensi *Activity-Based Management*(ABM)



Sumber: Supriyono

2.6 Analisis Nilai Proses

Menurut Hansen dan Mowen (2006:488) analisis nilai proses memusatkan pada(1) analisis aktifitas, (2) analisis aktivitas,(3) pengukuran Kinerja aktivitas

2.6.1 Analisis Penggerak

Setiap aktivitas memiliki input dan ouput. Input aktivitas adalah sumber-sumber yang dipakai oleh aktivitas dalam memproduksi output. Output aktivitas adalah hasil atau produk suatu aktivitas. Ukuran output aktivitas adalah berapa kali aktivitas dilakukan. Ukuran output secara efektif

adalah suatu ukuran permintaan yang ditempatkan pada suatu aktifitas, 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.

2.6.2 Analisis Aktivitas

Definisi analisis aktivitas menurut Hansen dan Mowen (2006:489) yaitu: "analisis aktivitas adalah proses pengidentifikasian, penjelasan, dan pengevaluasian aktivitas yang perusahaan lakukan".

Analisis aktivitas akan menghasilkan empat hal (1) aktivitas apa yang dilakukan, (2) berapa banyak orang yang melakukan aktivitas, (3) waktu dan sumber 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.

1. Aktivitas Bernilai Tambah (*Value-added activity*)

Pengertian aktivitas bernilai tambah (*value-added activity*) menurut Supriyono (2001:377) yaitu:

"Aktivitas bernilai tambah adalah aktivitas-aktivitas yang diharuskan untuk melaksanakan bisnis atau menciptakan nilai yang dapat memuaskan bagi para konsumennya".

2. Aktivitas Tidak Bernilai Tambah (*nonvalue-added activity*)

Menurut Mulyadi (2007:183) pengertian aktivitas tidak bernilai

"Aktivitas tidak bernilai tambah adalah aktivitas yang menambah biaya yang tidak perlu dan menurunkan kinerja".

Tabel 2.3
Format laporan biaya bernilai tambah dan tidak bernilai tambah

Aktivitas	Bernilai Tambah	Tidak Bernilai Tambah	Actual
Penggunaan bahan	Rp.xxx	Rp.xxx	Rp.xxx
Tenaga Listrik	Rp.xxx	Rp.xxx	Rp.xxx
Pengerjaan Ulang	0	Rp.xxx	Rp.xxx
Persiapan(setup)	0	Rp.xxx	Rp.xxx
Pemeriksaan	0	Rp.xxx	Rp.xxx
Total	Rp.xxx	Rp.xxx	Rp.xxx

Keterangan :

Biaya Bernilai Tambah = $Kst \times Hst$

Biaya Bukan Bernilai Tambah = $(Kst - Ks)Hst$

Catatan :

Kst = Kuantitas ideal Cost Driver

KS = Kuantitas Sesungguhnya Cost Driver yang digunakan

Hst = Harga Standar Per Unit Cost Driver

2.6.3 Pengukuran Kinerja Aktivitas

Hansen dan Mowen (2006:493) menjelaskan bahwa ukuran kinerja aktivitas dirancang untuk menilai seberapa baik suatu aktivitas dikerjakan dan hasil yang dicapai. Ukuran berpusat pada tiga dimensi utama (1) efisiensi, (2) kualitas, dan (3) waktu

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.

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.

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

2.7 Activity-Based Costing(ABC)

2.7.1 Pengertian Activity-Based Costing

Pengertian *Activity-Based Costing* menurut Supriyono (2001:28) adalah :

Activity-Based Costing(ABC) adalah metodologi untuk mengukur biaya dan kinerja aktivitas , sumber-sumber, dan objek-objek biaya dengan cara :

1. Membebankan biaya (sumber-sumber) pada aktivitas, dan selanjutnya
2. Membebankan biaya pada objek-objek biaya berbasis aktivitas yang digunakannya

Sedangkan menurut Mulyadi (2007:53) mengemukakan bahwa :

Activity-Based Costing pada dasarnya merupakan metode penentuan harga pokok produk (*product costing*) yang ditujukan untuk menyajikan informasi harga pokok produk secara cermat (*accurate*) bagi kepentingan manajemen, dengan mengukur secara cermat konsumsi sumber daya dalam setiap aktivitas yang digunakan untuk menghasilkan produk.

2.7.2 Perbedaan Antara *Cost Management* dengan *Activitas Management*

Tabel 2.1

<i>FULL COSTING</i>	<i>VARIABLE COSTING</i>	<i>ACTIVITY-BASED-COSTING</i>
Biaya produksi	Biaya Variabel	<i>Unit-level activity cost</i>
Biaya administrasi dan umum	Biaya tetap	<i>Batch-related activity cost</i> <i>Product-sustaining activity cost</i>
Biaya pemasaran		<i>Facility-sustaining activity costs</i>

	<i>Conventional Costing Method</i>	<i>Activity-Based costing Method</i>
Tujuan	Inventory Valuation	Product costing
Lingkup	Tahap Produksi	Tahap desain Tahap dukungan logistik
Fokus	Biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung	Biaya overhead pabrik
Periode	Periode akuntansi	Daur hidup produksi

2.7.3 sistem *Activity-Based Costing (ABC)*

Sistem ABC adalah sistem yang terdiri atas dua tahap yaitu pertama melacak biaya pada berbagai aktivitas dan kemudian ke berbagai produk. Baik pada sistem tradisional maupun sistem ABC, tahap kedua meliputi pelacakan biaya ke berbagai produk. Perdebatan prinsip perhitungan diantara kedua metode tersebut adalah jumlah cost driver yang digunakan. Sistem ABC menggunakan cost driver dalam jumlah yang jauh lebih banyak dibandingkan dengan sistem tradisional yang hanya menggunakan satu atau dua cost driver berdasarkan unit.

1. Prosedur tahap pertama

Pada tahap pertama penentuan harga pokok berdasarkan aktivitas meliputi

a. Penggolongan berbagai aktivitas

Langkah pertama dalam prosedur tahap pertama ABC adalah penggolongan berbagai aktivitas. Aktivitas adalah pekerjaan yang dilaksanakan ke dalam organisasi. Berbagai aktivitas diklasifikasikan ke dalam beberapa kelompok aktivitas yang mempunyai hubungan fisik yang jelas dan mudah ditentukan.

b. Pengasosiasian biaya dengan aktivitas

Menghubungkan berbagai biaya dengan setiap kelompok aktivitas berdasarkan pelacakan langsung dan driver-driver sumber.

c. Penentuan kelompok-kelompok biaya homogin

Kelompok biaya homogin (*homogeneous cost pool*) adalah sekumpulan biaya overhead yang terhubung secara logis dengan tugas-tugas yang dilaksanakan dengan berbagai macam biaya tersebut dengan diterangkan oleh cost driver tunggal.

d. Penentuan tarif kelompok

Tarif kelompok (*pool rate*) adalah tarif biaya overhead perunit cost driver yang dihitung dengan rumus total biaya overhead untuk kelompok aktivitas tertentu di bagi dasar pengukuran aktivitas kelompok tersebut.

2. Prosedur tahap kedua

Dalam tahap kedua, BOP setiap kelompok aktivitas dilacak ke berbagai jenis produk dengan menggunakan tarif kelompok yang dikonsumsi oleh setiap produk. Pembebanan produk dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$\text{BOP dibedakan} = \text{Tarif Kelompok} \times \text{unit cost driver yang digunakan}$
--

3. Contoh penentuan biaya sistem ABC

Langkah-langkah pembebanan biaya dengan sistem ABC adalah sebagai berikut ini :

a. Penentuan tarif BOP

Aktivitas-aktivitas perusahaan dapat digolongkan ke dalam empat kelompok aktivitas yaitu :

1. Aktivitas berlevel unit
2. Aktivitas berlevel batch
3. Aktivitas berlevel produk, dan
4. Aktivitas berlevel fasilitas

Tarif BOP per kelompok aktivitas dapat dihitung dengan rumus.

$$\begin{array}{c} \text{Tarif BOP kelompok aktivitas} \\ = \\ \text{BOP kelompok aktivitas tertentu} \\ : \\ \text{Driver biayanya} \end{array}$$

b. Pembebanan BOP pada produk

Perbedaan BOP pada produk digunakan rumus sebesar tarif BOP per driver biaya setiap kelompok aktivitas dikalikan driver yang dikonsumsi oleh jenis produk

c. Penentuan biaya total dan biaya per unit

Setelah BOP dibebankan pada setiap produk berdasarkan sistem ABC, langkah selanjutnya adalah penentuan biaya total dan biaya per unit setiap produk.

2.7.4 Penggolongan Aktivitas

Menurut Supriyono (2001:276) penggolongan aktivitas mencakup (a) penggolongan level aktivitas, dan (b) penggolongan driver aktivitas. Sesuai dengan levelnya, aktivitas-aktivitas dapat digolongkan menjadi :

1. Aktivitas-aktivitas Berlevel unit

Aktivitas berlevel unit (*unit-level activities*) adalah aktivitas yang dikerjakan setiap kali satu unit produk diproduksi. Biaya aktivitas berlevel unit (*unit-level activities cost*) adalah biaya yang besar kecilnya dipengaruhi oleh jumlah unit produk yang diproduksi. Contoh biaya overhead untuk aktivitas ini adalah biaya listrik dan biaya operasi mesin.

2. Aktivitas-aktivitas Berlevel *Batch*

Aktivitas-aktivitas berlevel batch (*batch-level activities*) adalah aktivitas yang dikerjakan setiap kali suatu batch produk diproduksi, besar kecilnya aktivitas ini dipengaruhi oleh jumlah batch produk yang diproduksi. Contoh aktivitas yang termasuk dalam kelompok ini adalah aktivitas setup, aktivitas penjadwalan produksi, aktivitas pengolahan bahan, aktivitas inspeksi.

3. Aktivitas-aktivitas Berlevel Produk

Aktivitas-aktivitas berlevel produk (*product-level activities*) adalah aktivitas yang dikerjakan untuk mendukung berbagai produk yang diproduksi oleh perusahaan. Contoh aktivitas yang termasuk dalam kelompok ini adalah aktivitas penelitian dan pengembangan produk, perekrutan proses, spesifikasi produk, perubahan perekrutan dan peningkatan produk.

4. Aktivitas Berlevel Fasilitas

Aktivitas berlevel fasilitas (*facility-level activities*) adalah meliputi aktivitas untuk menopang proses manufaktur secara umum yang diperlukan untuk menyediakan fasilitas atau kapasitas pabrik untuk memproduksi produk, namun banyak sedikitnya aktivitas ini tidak berhubungan dengan volume atau bauran produk yang diproduksi. Contoh aktivitas ini mencakup manajemen pabrik, pemeliharaan bangunan, keamanan, penerangan pabrik, kebersihan pabrik, pajak bumi dan bangunan (PBB), serta depresiasi pabrik.

Driver aktivitas yang digunakan untuk keempat level aktivitas tersebut diatas dapat digolongkan menjadi dua yaitu : (1) driver aktivitas yang dapat diukur konsumsinya untuk setiap jenis produk secara individual,

dan (2) driver aktivitas yang tidak dapat diukur konsumsinya untuk setiap jenis produk secara individual. Termasuk dalam golongan pertama, yaitu driver aktivitas yang dapat diukur konsumsinya oleh setiap jenis produk, adalah aktivitas: (a) berlevel unit, (b) berlevel batch, dan (c) berlevel produk. Sedangkan yang termasuk dalam golongan kedua adalah aktivitas berlevel fasilitas.

2.7.5 Manfaat *Activity Based Management*

Menurut Supriyono (2001:356) menjelaskan bahwa ada beberapa manfaat dari informasi activity based management yaitu :

1. Menentukan biaya produk secara lebih akurat sehingga dapat mengukur laba lebih akurat.
2. Meningkatkan mutu pembuatan keputusan.
3. Menyempurnakan perencanaan strategis.
4. Meningkatkan kemampuan yang lebih baik untuk mengelola aktivitas-aktivitas melalui penyempurnaan berkesinambungan.
5. Mengidentifikasi penyebab biaya.
6. Mengarahkan organisasi agar berorientasi pada operasi operasi atau aktivitas aktivitas.
7. Menggunakan ukuran-ukuran kinerja yang konsisten dengan tujuan-tujuan strategis.
8. Menimbulkan rasa memiliki dan pertanggungjawaban.
9. Memusatkan pada masa depan organisasi.
10. Menghasilkan manfaat yang jauh lebih besar dibandingkan dengan biayanya.