

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 AKUNTANSI MANAJEMEN

2.1.1 Pengertian Akuntansi Manajemen

Akuntansi manajemen lebih berorientasi ke depan. Karena perencanaan merupakan salah satu bagian penting dari tugas manajer maka akuntansi manajemen memiliki orientasi masa depan yang lebih kuat. Akuntansi manajemen mementingkan relevansi, fleksibilitas data. Data keuangan diharapkan menjadi objektif dan dapat di uji. Bagaimana juga, untuk pemakai internal, manajer sering lebih berkonsentrasi pada penerima informasi yang relevan di banding dengan informasi sepenuhnya objektif atau bahkan dapat di uji, system akuntansi manajemen akan mencakup fleksibel menyediakan data yang relevan untuk setiap keputusan yang di inginkan. L.M Samryn (2012:4)

Akuntansi manajemen merupakan bidang akuntansi yang berhubungan dengan pelaporan keuangan untuk pengguna internal yang merupakan pihak yang mempunyai banyak kepentingan dengan system akuntansi dan informasi akuntansi yang dihasilkan dan juga adalah pihak yang diberi tanggung jawab yaitu melaksanakan kegiatan perusahaan. Firdaus Ahmad Dunia dan Wasilah Abdullah (2012:6)

Akuntansi manajemen adalah proses mengidentifikasi, mengumpulkan, mengukur, mengklasifikasi, dan melaporkan informasi yang bermanfaat bagi pengguna internal dalam merencanakan, mengendalikan dan mengambil keputusan. Hansen dan Mowen (2013:7)

Berdasarkan pernyataan diatas mengenai pengertian akuntansi manajemen dapat disimpulkan bahwa akuntansi manajemen adalah salah satu ilmu akuntansi yang mengukur, menganalisa, dan melaporkan informasi keuangan maupun non keuangan yang digunakan dalam proses pengambilan keputusan yang pelapornya bersifat internal yaitu kepada manajemen perusahaan kerja.

1.1.2. Ruang Lingkup Akuntansi Manajemen

Akuntansi adalah proses pengolahan data keuangan untuk menghasilkan informasi keuangan yang digunakan untuk memungkinkan pengambilan keputusan melakukan pertimbangan berdasarkan informasi keuangan, akuntansi dapat di bagi menjadi dua tipe akuntansi keuangan dan akuntansi manajemen sebagai salah satu tipe akuntansi, kedua pihak informasi yang dihasilkan oleh kedua tipe akuntansi tersebut mempunyai kebiasaan pengambilan keputusan berbeda. Karena akuntansi merupakan proses untuk menghasilkan informasi bagi kepentingan pemakai. Sapre dan Usman (2013).

Akuntansi manajemen suatu serangkaian kegiatan yang diarahkan langsung pengguna sumber daya organisasi secara efektif dan efisiensi untuk mencapai tujuan organisasi. Mulyadi (2014).

Akuntansi manajemen berhubungan dengan manajer (pihak internal organisasi) yang bertanggung jawab memimpin serta mengembalikan operasional organisasi). Dalam rangka mengkaji akuntansi manajemen, terlebih dahulu harus dipahami proses manajemen dan organisasi tempat manajer bekerja serta kaitan dengan akuntansi manajemen. Hadri Kusuma dan Zulkifli (2013).

Kesimpulan dari para peneliti di atas bahwa akuntansi manajemen sebagai proses mengidentifikasi, mengukur, mengakumulasi, menyiapkan, menganalisis, menginterpretasikan dan mengkomunikasikan kejadian ekonomi yang digunakan oleh manajemen untuk melakukan suatu perencanaan, pengendalian, pengambilan keputusan dan penilaian kinerja organisasi.

2.2 Biaya

2.2.1 Pengertian Biaya

Biaya merupakan setiap kegiatan untuk menghasilkan suatu barang atau jasa membutuhkan biaya, sehingga biaya menjadi salah satu faktor yang penting dan perlu diperhitungkan dengan efektif dan efisiensi. Untuk menggunakan biaya sebagai alat untuk mengendalikan kegiatan diperlukan suatu pemahaman tentang biaya, berikut ini diuraikan pengertian biaya. Berikut ini beberapa pengertian biaya yang dikemukakan para ahli:

Biaya adalah produk atau jasa, pelanggan, departemen, proyek, aktivitas. Jadi objek biaya adalah seluruh pengorbanan untuk mendapatkan sesuatu (barang atau jasa). Barang atau jasa akan dijual dengan tujuan untuk memperoleh laba. Jadi dalam dunia bisnis semua pengorbanan adalah untuk memperoleh laba. Laba merupakan penggerak utama kemajuan suatu perusahaan.

Para pengambil keputusan (pemilik, kreditor, dan manajer) harus mengetahui dan memahami objek-objek biaya agar supaya mereka bisa merencanakan laba, mengendalikan kegiatan bisnis, dan mengevaluasi kinerja yang baik. Objek lainnya merupakan fokus utama pengambil keputusan karena memerlukan pengorbanan waktu, tenaga, pikiran, material yang dapat diukur dengan satuan uang. D Prawironegoro dan Ari purwanti (2014).

Biaya adalah kas atau nilai setara kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberikan manfaat saat ini atau dimasa depan bagi suatu organisasi. Biaya dikatakan sebagai setara kas karena sumber non kas dapat di tukar dengan barang atau jasa yang diinginkan. Sebagai contoh, menukar peralatan dengan bahan yang digunakan untuk produksi. Hansen dan Mowen (2013).

Biaya merupakan suatu seperangkat metode formal yang dikembangkan untuk merencanakan dan mengendalikan biaya organisasi yang menghasilkan suatu aktivitas

terkait strategi, sasaran, dan tujuan dari organisasi tersebut. System ini dirancang untuk mengomunikasikan semua fungsi rantai nilai mengenai biaya produk, keuntungan produk, biaya manajemen dan kinerja manajemen, konsep ini telah dikembangkan untuk memfasilitasi proses komunikasi ini. Cecily dan Michael (2011).

Berdasarkan penjelasan diatas bisa disimpulkan bahwa walaupun terlihat adanya suatu perbedaan tapi pada dasarnya memiliki suatu persamaan merupakan biaya suatu pengorbanan ekonomis, yang diukur dengan adanya nilai uang untuk memperoleh suatu barang atau jasa.

2.2.2. Biaya produksi

Biaya produksi sebagai pedanan cost, tidak boleh disamakan dengan beban, sebagai terjemah *expense*, atau punaset, sebagai pedanan asset. Dalam akuntansi keuangan, biaya merupakan pengukur semua elemen laporan keuangan yang berbasis biaya histori. Definisi biaya yang paling mudah dipahami adalah bahwa biaya merupakan harga yang disepakati oleh pihak-pihak yang bertransaksi ketika transaksi terjadi. Biaya produksi suatu pengorbanan yang secara langsung atau tidak langsung dikeluarkan untuk melakukan kegiatan tertentu, misalnya kegiatan produksi atau pembeli asset tetap. Sesaat setelah transaksi terjadi biaya tersebut menjadi biaya histori.

Biaya produksi adalah biaya yang digunakan dalam proses produksi yang terdiri dari bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik. Biaya produksi ini disebut juga dengan biaya produk yaitu biaya-biaya yang dapat dihubungkan dengan suatu produk dimana biaya ini merupakan bagian dari persediaan. Bastian Bustami dan Nurlela (2010)

Biaya produksi adalah biaya yang terjadi sehubungan dengan kegiatan manufaktur atau memproduksi suatu barang terdiri atas bahan langsung, tenaga kerja langsung, *overhead* pabrik. Firdaus Ahmad Dunia dan Wasilah Abdullah (2012).

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut di atas dapat di Tarik kesimpulan bahwa biaya produksi merupakan biaya yang t erjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual yang terdiri dari biaya bahan baku dengan indicator harga bahan baku dan kualitas bahan baku, biaya tenag keraj dengan indicator tarif upah tenaga kerja dan jam kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik dengan indicator tingkat kapasitas produksi dan tarif biaya *overhead* pabrik. Biaya produksi mencakup keseluruhan biaya yang telah dikeluarkan untuk memperoleh atau memproduksi barang atau jasa selama satu periode.

2.2.3. Perilaku Biaya

Menurut Bastian Bustami dan Nurlela (2010) “Perilaku biaya dapat diartikan sebagai perubahan biaya yang terjadi akibat dari suatu perubahan dari aktivitas bisnis. Menurut Sofia Prima Dewi dan Septian Bayu Kristanto (2015) “Suatu keberhasilan dalam merencanakan dan mengendalikan biaya dan aktivitas bisnis”. Sedangkan menurut Simamora dan Henry (2012) “ Perilaku biaya berarti bagaimana suatu biaya bereaksi atau merespon perubahan tingkat aktivitas usaha”.

Kesimpulan dari beberapa sumber itu perilaku biaya suatu aktivitas di dalam bisnis dan berdasarkan perilakunya dalam hubungan dengan perubahan volume, kegiatan, biaya dapat dibagi menjadi tiga golongan yaitu biaya tetap, biaya variable, dan biaya semi variable.

2.3 Objek Biaya

Carter (2014), suatu objek biaya (*cost object*) dan tujuan biaya (*cost objective*), didefinisikan sebagai suatu item atau aktivitas yang biayanya diakumulasikan dan diukur. Berikut adalah item-item dan aktivitas-aktivitas yang dapat menjadi objek biaya :

- 1) Produk
- 2) Batch dari unit-unit sejenis
- 3) Pesanan pelanggan
- 4) Kontrak
- 5) Lini produk
- 6) Pesanan
- 7) Departemen
- 8) Divisi
- 9) Proyek
- 10) Tujuan strategis

Konsep dari objek biaya adalah suatu terobosan ide dalam bidang akuntansi pemilihan atas objek biaya memberikan jawaban atas pertanyaan paling mendasar tentang biaya. Oleh karena beragamnya kebutuhan dalam menemukan, merencanakan dan mengendalikan biaya, maka sistem akuntansi biaya bersifat multidimensional.

2.3.1. Pengendalian biaya produksi

Pengendalian biaya produksi merupakan usaha manajemen, untuk mencapai tujuan yang telah diterapkan dengan melakukan perbandingan secara terus-menerus antara pelaksanaan dengan rencana. Firdaus Ahmad Dunia dan Wasilah Abdullah (2012).

Suatu pengendalian biaya produksi yang efektif dapat terlaksana dengan adanya perencanaan biaya produksi yang baik. Salah satu bentuk perencanaan tersebut adalah dengan menyusun anggaran biaya produksi. Pengendalian biaya dilakukan dengan membandingkan anggaran biaya produksi yang telah dihitung dimuka dengan biaya produksi yang sesungguhnya (biaya realisasi). Jika biaya realisasinya lebih besar daripada yang telah dianggarkan sebelumnya maka dianggap tidak menguntungkan (*unfavourable*), sebaliknya jika biaya realisasinya lebih rendah dan anggaran dianggap menguntungkan (*favourable*) (Hongren, Datar, dan Rajan, 2012).

Pengendalian biaya dapat dilakukan dengan membandingkan antara biaya yang sesungguhnya terjadi dengan biaya standar. Dari beberapa pendapat tersebut diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa pengendalian biaya produksi adalah proses untuk mencapai rencana biaya produksi yang telah ditetapkan dengan cara membandingkan

antara biaya yang sesungguhnya terjadi dengan biaya menurut standar atau yang ditetapkan dimuka. Pengendalian biaya ini dilakukan apabila terjadi pentimpangan, manajemen dapat segera mengetahui dan langsung mengambil tindakan untuk menanganinya.

Maksud dari pengertian yang baik perlu melewati proses tiga tahap, yaitu perencanaan, pelaksanaan dan pengukuran. Setiap program agar efektif, harus direncanakan terlebih dahulu secara sesame sebelum tindakan dimulai. Setelah tindakan dijalankan kemajuan dapat diumpun balik terhadap rencana sebelumnya. Dengan demikian perencanaan disempurnakan terus-menerus atau di sesuaikan dengan membandingkan hasil karya actual dengan standar atau sasaran yang telah ditetapkan. Darsono (2011)

Menurut Darsono dan Ari Purwanti (2014) tipe atau jenis standar ada 3 standar ideal yaitu:

1. Standar ideal (standar teoritis) menginginkan efisiensi maksimum dan hanya bisa dicapai bila semua lancer.
2. Standar normal suatu tantangan yang bisa dicapai dalam kondisi bisnis dan ekonomi yang normal
3. Standar yang dapat dicapai (*currently attainable standar*) yang diharapkan dapat dicapai dalam kondisi operasi yang efisien standar ini lazim disebut standar actual yang diharapkan, bisa diatas normal atau bisa dibawah normal

Para pembuat standar pada umumnya menetapkan standar yang didasarkan pada pengalaman masa lampau (data historis) yang diolah ilmiah, kemudian disesuaikan dengan prediksi perubahan kondisi bisnis, ekonimi, social, politik, dimasa yang akan dating.

Berdasarkan pengertian diatas dapat diambil kesimpulan bahwa pengendalian merupakan suatu usaha sistematis yang dilakukan suatu organisasi atau badan usaha untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien dengan cara membandingkan prestasi kerja (hasil) dengan rencana.

2.3.2. Unsur-unsur Biaya Produksi

Penentuan biaya standar di bagi kedalam tiga bagian yaitu standar biaya bahan baku, standar biaya tenaga kerja langsung, dan standar biaya *overhead* pabrik. Cecily dan Michael (2011).

1) Biaya bahan baku langsung

Segala bagian dari sebuah produk yang siap dan dapat diidentifikasi merupakan bahan baku langsung. Secara teoritis, biaya bahan baku langsung harus memasukan seluruh biaya bahan baku digunakan untuk memproduksi sebuah produk atau kinerja jasa. Oleh karena itu, biaya ini dapat diklasifikasikan dan dibukukan sebagai bahan baku tidak langsung

dan dimasukkan sebagai bagian dari biaya *overhead*. Dalam sebuah bisnis jasa, bahan baku langsung sering kali tidak signifikan atau tidak mudah untuk di lacak ke sebuah objek biaya yang telah di pilih.

2) Biaya tenaga kerja langsung

Tenaga kerja langsung berkenaan dengan usaha setiap individu yang melakukan produksi sebuah produk atau mengerjakan sebuah jasa. Tenaga langsung dapat juga dianggap sebagai pekerjaan yang secara langsung menambah nilai produk akhir atau jasa. Biaya tenaga kerja langsung terdiri dari upah atau gaji yang dibayarkan untuk pegawai tenaga kerja kerja langsung. Upah atau gaji yang dibayarkan untuk pegawai atau jasanya. Biaya tenaga kerja langsung harus memasukan dasar konpensasi, bonus atas efisiensi produksi, dan saham pemberi kerja atas jaminan sosail dan pajak-pajak program kesehatan.

Seperti bahan baku, beberapa biaya tenaga kerja yang secara teori dapat dianggap langsung, diperlakukan sebagai tidak langsung. Alasan pertama atas perlakuan ini adalah bahwa secara *spesifik* melacak tenaga biaya kerja tertentu untuk produksi dapat menjadi tidak efisien.

Biaya tenaga kerja langsung adalah harga yang dibebankan untuk penggunaan tenaga kerja manusia yang terlibat dalam produksi. Standar biaya tenaga kerja langsung adalah biaya tenaga kerja langsung yang seharusnya terjadi dalam pengolahan satu satuan produk.

a. Standar tarif upah langsung, tarif upah langsung yang seharusnya terjadi untuk setiap satuan pengupahan dalam pengolahan produk tertentu. Besarnya standar tarif upah langsung didasarkan atas:

- 1) System penggajian yang dilaksanakan oleh perusahaan.
- 2) Perjanjian penggajian yang dilaksanakan oleh perusahaan
- 3) Kerja kolektif yang diadakan oleh organisasi buruh atau karyawan dengan perusahaan.
- 4) Tarif upah langsung yang dibayar pada masa lalu disesuaikan dengan tingkat upah yang diharapkan akan terjadi pada periode penggunaan standar.
- 5) Pasaran tenaga kerja yang bersaing sesuai dengan kondisi dan tempat atau lokasi perusahaan.

b. Standar jam tenaga kerja langsung adalah jam atau waktu kerja yang seharusnya dipakai dalam pengolahan satuan satuan produk. Syarat berlakunya jam tenaga kerja langsung adalah:

- 1) Tata letak pabrik yang efisien dengan peralatan yang modern sehingga dapat dilakukan produksi yang maksimum dengan biaya yang minimum.

- 2) Pengembangan staf perencanaan produksi, routing, scheduls, dan dispatching, agar aliran proses produksi lancar tanpa terjadi penundaan dan kesimpangsiuran.
- 3) Pembelian bahan baku direncanakan dengan baik sehingga tersedia pada saat dibutuhkan untuk produksi.
- 4) Standarisasi kerja karyawan dan metode-metode kerja dengan instruksi-instruksi dan latihan yang cukup bagi karyawan sehingga proses produksi dapat dilaksanakan dengan baik.

3) Biaya *overhead* langsung

Overhead merupakan berbagai factor atau biaya produksi yang tidak langsung untuk memproduksi sebuah produk atau menyediakan sebuah jasa. Maka, biaya *overhead* tidak memasukan bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung. Biaya *overhead* telah memasukan bahan baku tidak langsung dan tenaga kerja tidak langsung juga semua biaya lainnya yang terjadi dalam area produksi. Teknologi *terotomatisasi* dan dan terkomputerisasi telah membuat pabrikasi menjadi lebih padat pada modal. Dengan tenaga kerja langsung menjadi sebuah bagian yang semakin lebih kecil dari biaya produk , biaya *overhead* menjadi bagian yang lebih besar , dan biaya tersebut patut menerima perhatian yang lebih daripada perlakuan dimasa yang lalu. Biaya *overhead* dapat menjadi variable atau tetap berdasarkan pada bagaimana mereka berperilaku dalam respon perubahan dalam jumlah produksi atau pengukuran aktivitas lainnya. Penyusutan dihitung menggunakan metode unit produksi atau metode umur jasa yang juga merupakan biaya *overhead* pabrik dengan metode-metode penyusutan ini merefleksikan sebuah penurunan dalam kegunaan mesin berdasarkan pada pemakaian daripada berjalannya waktu dan dengan tepat dalam sebuah terotomatisasi.

Biaya *overhead* pabrik adalah biaya produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Menurut mulyadi (2014)

Mengungkapkan biaya *overhead* merupakan suatu biaya keseluruhan biayanya berhubungan dengan proses produksi pada suatu perusahaan, akan tetapi tidak mempunyai hubungan langsung dengan hasil produksinya. Slamet Sugiri Sodikin (2015).

Menurut Michael dan Efendy (2011) ada beberapa factor unsur biaya produksi yaitu sebagai berikut :

1. Biaya Bahan Baku Langsung Secara teoritis, biaya bahan baku langsung harus merinci seluruh biaya bahan baku yang digunakan untuk membuat sebuah produk atau kinerja sebuah jasa.
2. Biaya Tenaga Kerja Langsung Biaya tenaga kerja langsung terdiri dari upah atau gaji yang dibayar untuk pegawai tenaga kerja langsung. Biaya tenaga kerja

langsung harus memasukkan dasar kompensasi, saham pemberi kerja atas jaminan sosial dan pajak-pajak, dan program bonus atas efisiensi produksi kesehatan.

3. Biaya Overhead Pabrik Overhead merupakan berbagai faktor atau biaya produksi yang tidak memproduksi langsung untuk sebuah produk atau memfasilitasi sebuah jasa. Maka biaya overhead tidak memasukkan bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung. Menurut Carter dalam Efendy (2009) Biaya variabel didefinisikan sebagai total biaya yang meningkat secara proporsional terhadap peningkatan dalam aktivitas dan menurun secara proporsional terhadap penurunan dalam aktifitas.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan biaya *overhead* pabrik didefinisikan sebagai seluruh biaya produksi yang tidak dapat dilacak unit produksi secara individual. Secara umum yang termasuk kelompok biaya *overhead* pabrik adalah bahan baku tidak langsung, energi dan listrik, pajak bumi dan bangunan, asuransi pabrik dan biaya lainnya yang bertujuan mengoperasikan pabrik.

Merupakan sebagai biaya bahan baku tidak langsung (penolong), tenaga kerja langsung dan semua pabrik lainnya yang tidak dapat secara nyata didefinisikan dengan atau dibebankan langsung ke pesanan, produk atau objek lain yang spesifik. Ostilah lain yang digunakan untuk biaya *overhead* pabrik adalah beban produksi, *overhead* produk, beban pabrik dan biaya produksi tidak langsung.

Menurut Bastian Bustami Nurlela (2010) unsur-unsur biaya produksi merupakan:

- 1) Biaya bahan baku langsung

Biaya bahan baku langsung adalah bahan baku yang merupakan suatu bagian yang tidak dapat dipisahkan dari produk selesai dan dapat di telusuri langsung kepada produk selesai.

Contohnya:

- a. Kayu dalam pembuatan mebel
- b. Kain dalam pembuatan pakaian
- c. Karet dalam pembuatan ban
- d. Kulit dalam pembuatan sepatu
- e. Tepung dalam pembuatan kue

- 2) Biaya tenaga kerja langsung

Merupakan tenaga kerja yang digunakan dalam merubah atau mengonversikan bahan baku menjadi suatu produk selesai dan dapat ditelusuri secara langsung kepada produk selesai.

Contohnya:

- a. Operator mesin jika menggunakan mesin
- b. Tukang liting roko dalam pabrik roko
- c. Tukat jahit, border, pembuatan pola pakaian
- d. Upah tikang srut dan potong kayu dalam pembuatan mebel

e. Upah koki kue

3) Biaya overhead pabrik

Biaya selain bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung tetapi membantu dalam mengubah bahan menjadi produk selesai.

Berdasarkan diatas dapat disimpulkan bahwa unsur-unsur biaya produksi yang dinyatakan oleh para ahli biaya produksi adalah biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik.

2.3.3. Klasifikasi Biaya produksi

Klasifikasi biaya sangat penting untuk membuat ikhtisar yang berarti atas data biaya. Konsep klasifikasi biaya adalah penggunaan yang berbeda untuk tujuan yang berbeda. Sofia Prima Dewi dan Septian Bayu kristanto (2015)

Menurut Willian K. Carter (2014) klasifikasi biaya sangat penting untuk membuat ikhtisar yang berarti atas data biaya.

Akuntansi Biaya bertujuan untuk menyajikan informasi biaya yang akurat dan tepat bagi manajemen dalam mengelola perusahaan atau divisi secara efektif. Oleh karena itu biaya perlu dikelompokkan sesuai dengan apa tujuan informasi biaya tersebut digunakan, konsep '*Different Cost Different Purposes*' artinya berbeda tapi satu tujuan. Sedangkan menurut Bastian Bustami Nurlela (2010).

Klasifikasi biaya yang umum digunakan adalah biaya dalam berhubungan dengan:

1. Produk
2. Volume produksi
3. Departemen dan pusat biaya
4. Periode akuntansi
5. Pengembalian keputusan

2.4 Efisiensi Biaya Produksi

Efisiensi adalah penggunaan sumber daya nyata yang lebih rendah dari pada standar yang ditetapkan, atau kinerja actual dibanding kinerja standar. Jika kinerja actual lebih baik dari pada kinerja standar, maka disebut efisien, atau jika penggunaan sumber daya nyata dibawah standar penggunaan sumber daya yang disepakati, maka penggunaan sumber daya tersebut efisiensi. Dalam proses produksi, sumber daya terdiri dari bahan langsung, tenaga kerja langsung, dan *overhead* pabrik. Darsono dan Ari Purwanti (2014). Menyatakan bahwa efisiensi adalah perbandingan *output* terhadap *input* dengan menggunakan sumber-sumber yang ada secara baik, dalam sasaran tersebut. Kosasih, Sobarsa (2009).

Efisiensi adalah kualitas dan waktu merupakan hal penting namun peningkatan dimesi tersebut tanpa peningkatan laba akan membuat kinerja menjadi sia-sia, atau bahkan fatal. Meningkatkan efisiensi adalah juga hal vital. Baik pengukuran efisiensi finansial maupun non finansial. Hansen dan Mowen (2014).

Dari pengertian tersebut, dapat dikatakan bahwa efisiensi merupakan perbandingan output terhadap input dengan menggunakan sumber-sumber yang ada secara baik, dalam pencapaian sasaran tersebut. Efisiensi juga digunakan untuk meminimalisir pemborosan penggunaan daya yang dimiliki perusahaan.

2.5. Target Costing

2.5.1 Definisi Target Costing

Sesuai dengan namanya, *target costing* boleh dikatakan kebalikan dari *cost based pricing* seperti telah diuraikan sebelumnya. Jika *cost-based pricing* adalah menentukan harga jual produk berdasarkan pada biaya produk, *target costing* ini menargetkan biaya produk dengan berdasarkan pada harga jual yang para konsumen mau membayarkannya. Jadi perusahaan menurut *target costing* ini memperhatikan lebih dahulu harga termungkin yang konsumen mau bayar. Oleh karena merupakan taksiran, harga tersebut *target price*. Jika perusahaan melebihi laba tertentu, biaya tergetnya adalah harga target dikurangi laba yang diinginkan tersebut formula sangat sederhana sebagai berikut. Slamet Sugiri Sodikin (2015).

Target costing adalah suatu metode penetapan biaya maksimum yang dibolehkan untuk suatu produk baru dan kemudian mengembangkan suatu *prototype* yang dapat dibuat dan di distribusikan dengan harga sebesar nilai target biaya maksimum tersebut secara menguntungkan. Atau dengan kata lain. *Target costing* merupakan metode harga pokok barang atau jasa yang didasarkan pada estimasi harga maksimum yang dapat dibayar oleh pelanggan. Penggunaan *target costing* dapat dilakukan dengan alasan:

1. Banyak perusahaan yang melakukan kurang control atas harga sebagaimana yang mereka pikirkan.
2. *Observasi* merupakan komponen biaya yang terbesar dari suatu produk yang ditetapkan pada tahap desain. Sekali suatu produk selesai di desain dan telah masuk dalam produksi, tidak ada lagi yang dapat dilakukan secara signifikan untuk mengurangi biaya tersebut.
3. Dari pada mendesain produk dan kemudian menghitung jumlah biayanya, *target cost* dapat dibuat terlebih dahulu dan kemudian produk di desain sehingga dengan demikian target biaya menjadi standar yang harus dicapai. L.M Samryn (2012)

Target cost adalah perbedaan antara harga jual produk atau jasa yang diperlukan untuk mencapai pangsa pasar (*market share*) tertentu dengan laba per satuan yang diharapkan. Jika *target cost* dibawah kos produk yang sekarang dapat dicapai, maka manajemen harus berencana program pengurangan biaya untuk menurunkan biaya yang dikonsumsi untuk menghasilkan produk ke *target cost*. Kemajuan yang dicapai dari program pengurangan biaya tersebut diukur dengan membandingkan biaya sesungguhnya dengan *target cost*. *Target Costing* system akuntansi biaya yang menyediakan informasi bagi manajemen untuk memungkinkan manajemen memantau kemajuan yang dicapai dalam pengurangan biaya produk menuju *target cost* yang telah

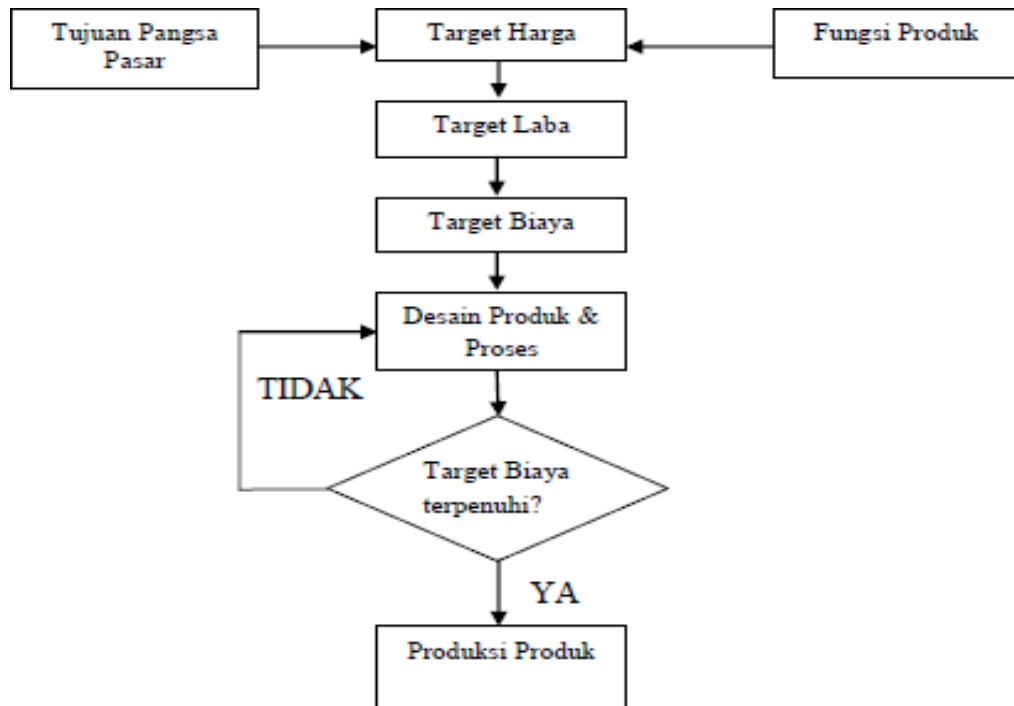
ditetapkan. Target ini merupakan suatu biaya standar yang dapat dicapai sekarang (*current attainable standard*).

Jika perusahaan menekankan usahanya dalam pengurangan biaya Bungan penambahan nilai (*non-value-added-costs*), standar yang dapat dicapai sekarang harus mencerminkan kenaikan efisiensi yang diharapkan untuk tahun ini. Perbandingan antara biaya sesungguhnya dengan biaya standar yang dapat dicapai sekarang untuk memberikan ukuran seberapa besar tujuan *improvement* tahun ini yang dicapai. Jika biaya standar yang dapat dicapai sekarang ditetapkan atas dorongan untuk mencapai suatu standar yang dapat dicapai sekarang ditetapkan atas dorongan untuk mencapai suatu standar yang ideal (*ideal standard*) oleh insinyur produksi dan manajer produksi, maka target *cost* didorong oleh factor luar, yaitu atas dasar analisis pasar dan persaingan. Target *cost* dan biaya standar yang dapat dicapai sekarang mempunyai tujuan yang sama, yaitu pengurangan biaya atau *improvement*. Mulyadi (2014)

Berdasarkan penjelasan diatas penulis menyimpulkan bahwa didalam penerapan *target costing* dapat berpengaruh dalam upaya meningkatkan efisiensi biaya produksi di suatu perusahaan. *Penerapan target costing* ini yang disesuaikan dengan suatu tujuan perusahaan bisa dapat meningkatkan efisiensi biaya produksi agar dapat tercapai. Jika *target costing* yang diterapkan kurang optimal maka biaya produksi yang dikeluarkan akan kurang atau bahkan melebihi biaya yang ditargetkan.

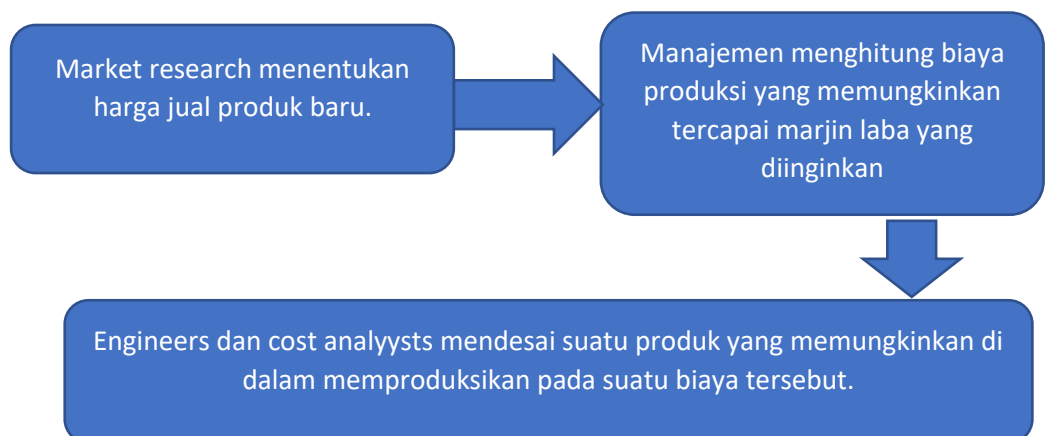
2.5.2 Model Penerapan Target Costing

Suatu model perhitungan didalam penetapan target costing hingga di dalam penetapan harga sebagai berikut



Gambar 2.1 Proses target costing
(Sumber : Hansen dan Mowen, 2009 : 362)

2.5.3 Ilustrasi Target Costing



Gambar 2.2 Ilustrasi *target costing*

Sumber . Armanto Witjaksono (2013:176)

Berdasarkan gambar 2 mengenai ilustrasi *target costing* berdasarkan prediksi harga pasar dan keuntungan yang diharapkan oleh perusahaan. Manajemen harus melakukan dan mencoba mengurangi suatu biaya dan mengontrol biaya tersebut, sehingga biaya produk tidak melebihi target cost dan marjet *price* serta bisa memperoleh laba yang diharapkan.

2.5.4 Model Penerapan *target Costing*.

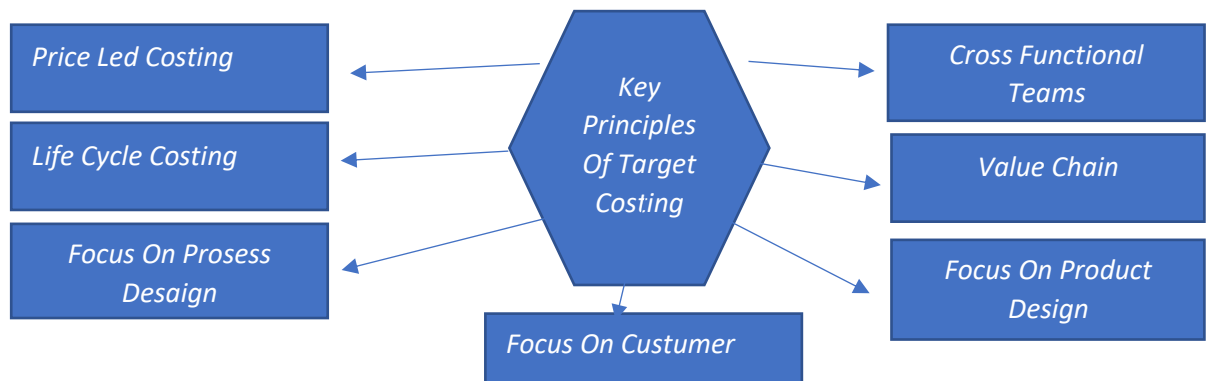


Gambar 2.3. Model Penetapan Target Costing

Sumber: Armanto Witjaksono (2013:178)

Semakin rendah *Cost design* yang sebagai suatu tujuan *definitif* yang nantinya akan berdampaknya dapat diwujudkan dalam kerap memacu di dalam memotivasi kerja karyawan tersebut.

2.5.5 Prinsip-Prinsip Penerapan *Target Costing*



Gambar 2.4. Prinsip-Prinsip Penerapan *Target Costing*

Sumber: Armanto Wijaksono (2013)

Penerapan *Target Costing* menganut Prinsip – Prinsip sebagai berikut:

1. Harga menentukan biaya (*Price Led Costing*)

Persaingan yang semakin ketat dan kompetitif membuat penentuan harga jual produk bukan hal mudah. Harga jual ditentukan oleh pasar, sehingga harga pasar (*market Share*) digunakan untuk menentukan target biaya.

a. Fokus pada pelanggan

Kehendak atau kebutuhan pelanggan akan kualitas, biaya dan fungsi (*Functionality*) secara simultan terdapat dalam produk dan dimanfaatkan

dalam pengambilan keputusan dengan desain dan perhitungan harga pokok produksi,

b. Focus pada desain produk dan desain proses

Pengendalian Biaya ditekankan pada tahapan desain produk dan tahapan desain proses produksi, maka setiap perubahan atau rekayasa harus dilakukan sebelum proses produksi, dengan tujuan menekan biaya dan mengurangi waktu terutama bagi produk baru.

c. *Cross Functional Team*

Tim atau kelompok ini bertanggung jawab atas keseluruhan produk, dimulai dari ide atau konsep produk hingga tahapan produksi penuh.

d. Melibatkan rantai nilai (*Value Chain orientation*)

Seluruh anggota yang terlibat dalam rantai nilai, dimulai dari pemasok barang/jasa, distributor hingga pelanggan dilibatkan dalam proses target costing.

e. Orientasi daur hidup produk (*Life-Cycle*)

Meminimalkan biaya selama daur hidup produk, antara harga, bahan baku, biaya operasional, pemeliharaan dan biaya distribusi.

2.5.6 Karakteristik Target Costing

Menurut Rudianto (2013:148), Metode *target costing* memiliki beberapa karakteristik khusus yang membedakannya dengan metode *cost based pricing*, adalah:

- a. *Target costing* digunakan pada tahap perencanaan dan desain. Tidak seperti standar costing yang digunakan pada tahap produksi, *target costing* lebih banyak digunakan pada tahap perencanaan dan desain.
- b. *Target costing* merupakan perencanaan biaya yang berujung pada pengurangan biaya, bukan pengendalian biaya.
- c. *Target costing* lebih cocok digunakan oleh perusahaan yang berorientasi pada perakitan yang membuat beranekaragam produk dalam jumlah sedang dan sedikit dibandingkan dalam industri yang berorientasi pada proses yang ditandai dengan produksi yang terus menerus dan bersifat massal.
- d. *Target costing* digunakan untuk pengendalian spesifikasi desain dan teknik produksi. Oleh karena itu, *target costing* lebih banyak berorientasi pada manajemen dan teknik dibandingkan dengan akuntansi.

2.5.7 Langkah Mengimplementasikan Target Costing

Sebuah perusahaan yang sudah berdiri selama bertahun-tahun terbiasa dengan metode *based pricing*, biasanya akan mengalami kesulitan untuk bergeser menuju metode *target costing*. Manajemen perusahaan harus lebih memahami metode yang akan dilakukan dengan baik dan langkah-langkah yang diperlukan untuk mengimplementasikannya. Menurut Rudianto (2013:148-149), untuk

mengimplementasikan metode target costing dalam perusahaan, terdapat serangkaian fase yang harus dilalui oleh perusahaan, yaitu:

1. Menentukan harga jual yang *kompetitif* Untuk menentukan harga pokok, terdapat beberapa hal yang harus dipertimbangkan oleh manajemen seperti harga pokok pesaing, daya beli masyarakat, kondisi perekonomian secara umum, nilai tukar rupiah, dan lain-lain.
2. Menentukan laba yang diharapkan Penentuan harga jual produk ini dipengaruhi oleh berbagai hal terkait, seperti pangsa pasar yang ingin diperoleh, tingkat pertumbuhan yang dicapai perusahaan, volume penjualan yang direncanakan, dan sebagainya. Unsur-unsur tersebut akan berpengaruh secara langsung terhadap laba produk yang ingin dicapai.
3. Menetapkan target biaya
Perusahaan dapat menentukan tingkat biaya yang diharapkan untuk menghasilkan produk yang diinginkan. Harga jual yang ditetapkan harus mewakili harga pasar supaya menjadi unsur penting dalam bersaing.
 $\text{Target Biaya} = \text{Harga Jual} - \text{Laba yang diharapkan}$

2.5.8 Kendala Penerapan *Target Costing*

Dari uraian di atas dapat dibayangkan bahwa penerapan target costing ternyata tidak mudah. Adanya kendala yang kerap dikeluhkan oleh perusahaan yang mencoba menerapkan target costing. Menurut Witjaksono dalam Henry (2013:866) kendala-kendala yang kerap dikeluhkan oleh perusahaan yang mencoba menerapkan target costing:

1. Konflik antara kelompok dan antar anggota kelompok
2. Karyawan yang mengalami burnout karena tuntutan target penyelesaian pekerjaan.
3. Target waktu penyelesaian yang mencoba menerapkan target costing terpaksa ditambah.
4. Sulitnya melakukan pengaturan atas berbagai faktor penentu keberhasilan *target costing*.

2.6 Penelitian Terdahulu dan Kerangka Pemikiran

2.6.1 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya

Nama Penulis	Judul	Variable	Hasil
1. Sri Lestari, (2015)	Pengaruh penggunaan <i>Target Costing</i> Terhadap tingkat Efisiensi Biaya Produksi pada PT. Bukaka Teknik Utama.	1. <i>Target Costing</i>	Penerapan <i>Target Costing</i> pada PT. Bukaka Teknik Utama Tbk belum dapat meningkatkan efisiensi biaya produksi. Hal ini terjadi karena karena adanya suatu

			kontrak antara perusahaan dengan perusahaan lain, yang mana apa bila sudah terjadi kontrak dan biaya yang dikeluarkan perusahaan lebih besar dari target berarti perusahaan mengalami kerugian
2. Tartius Clara Caroline, (2017)	Analisis penerapan <i>target costing</i> dan <i>activated-based costing</i> sebagai alat bantu manajemen dalam pengendalian biaya produksi pada UD. Bogor bakery	1. Target Costing 2. Pengendalian Biaya Produksi	Bahwa metode <i>Target Costing</i> belum tepat diterapkan dalam perhitungan Bogor Bakery, karena perhitungan jumlah produksi dengan system <i>Activity Based Costing</i> yang lebih rendah dari perhitungan biaya dengan menggunakan target Costing, sehingga <i>activity based costing</i> dapat membantu manajemen dalam pengendalian biaya produksi berdasarkan aktivitas yang ada dengan lebih akurat.
3. Ganies Adrian Rhamadani, (2018)	Metode <i>Target Costing</i> dalam Upaya pengurangan Biaya Produksi Guna meningkatkan laba PT. Sumber Taman Kramika,	1. <i>Target Costing</i> 2. Pengurangan Biaya 3. Meningkatkan Laba	Berdasarkan hasil perhitungan mengenai penerapan <i>target costing</i> , yang menunjukkan bahwa penerapan target costing pada PT. Sumber Taman Kramika (SKI) lebih efisien jika dilakukan oleh perusahaan selama ini, dan juga merupakan alternatif yang baik bagi perusahaan untuk menekan biaya produksi, dimana dengan penerapan <i>target costing</i> maka perusahaan dapat

			memproleh penghematan biaya dari biaya yang dikeluarkan sebelum menggunakan <i>target costing</i>
4. Febriana Hedayanti, (2016)	Analisis Pendekatan <i>Target Costing</i> sebagai alat penilaian Efisiensi Produksi Semen pada PT. Sewmwn Bosowa Maros,	1. <i>Target Costing</i> 2. Efisiensi Biaya Produksi	Berdasarkan hasil analisis mengenai penerapan <i>target costing</i> , yang menunjukkan bahwa penerapan target costing pada PT. Semen Bosowa cukup efisien jika dibandingkan dengan dilakukan oleh perusahaan lain. Dimana dengan menggunakan penerapan target costing perusahaan mendapat memproleh penghematan biaya.
5. Aditya Firman, (2016)	Pengaruh penggunaan <i>Target Costing</i> terhadap tingkat efisien biaya Produksi Pada PT. Bukaka Utama,	1. <i>Target Costing</i> 2. Efisiensi Biaya Produksi	Hubungan penerapan <i>target costing</i> terdapat upaya peningkatan efisiensi biaya produksi pada PT. Bukaka Teknik Utama Tbk belum berpengaruh. Hal ini dikarenakan <i>target costing</i> yang ditetapkan lebih kecil dari biaya produksi yang dikeluarkan.
6. Heri Supriyadi, (2013)	Penerapan Target Costing Dalam Upaya Pengurangan Biaya Produksi Untuk Meningkatkan Laba Perusahaan (Studi Kasus Pada usaha Dagang Eko Kusen)	1. <i>Target Costing</i> 2. Efisiensi Biaya Produksi	Penelitian ini membuktikan bahwa penerapan target costing merupakan alternative yang baik untuk memaksimalkan laba yang ditargetkan oleh perusahaan dengan cara menekan biaya-biaya produksi yang terjadi selama proses desain produk.

7. Arwina Novienti Alimuddin (2012)	Analisis Pendekatan Target Costing sebagai alat penilaian Efisiensi Produksi Semen Pada PT. Tonasa Di Kabupaten Pangkep	1. <i>Target Costing</i> 2. <i>Efisiensi Biaya Produksi</i>	Berdasarkan hasil analisis mengenai penerapan target costing menunjukan bahwa pelaksanaan target costing pada PT. Semen Tonasa jauh lebih efisien jika dibandingkan dengan yang dilakukan perusahaan selama ini, dimana dengan penerapan target costing maka perusahaan dapat memperoleh penghematan biaya.
8. Eka Citra Anugerah (2010)	Penerapan Target Costing Pada Perusahaan Konveksi YUAN F Collection Yogyakarta	1. <i>Target Costing</i> 2. <i>Biaya Produksi</i>	Dengan metode target costing perusahaan dapat melakukan penghematan dan menekan biaya produksi hingga Rp. 37.600,- per unit.

Dari penelitian terdahulu ini memiliki tahun yang beda beda mulai dari 2010 – 2018. Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Tartius Clara Caroline (2017) ini kebetulan dilakukan di UD Bakery daerah Bogor dengan Variable Target Costing dan Pengendalian Biaya produksi dengan hasil bahwa target costing belum tepat diterapkan dalam perhitungan bogor bakery ini. Selanjutnya untuk Penelitian terdahulu yang dilakukan Febriana Hedayanti (2016) memiliki kesamaan Variable pada Penelitian Terdahulu yang dilakukan oleh Aditya Firman (2016), Heri Suryadi (2013), dan Arwina Novienti Alimuddin (2012) adapun Variabelnya adalah Target Costing dan Efisiensi Biaya Produksi, namun hasil dari ke empat Penelitian Terdahulu ini sangat berbeda beda, untuk Febriana dan Arwina memiliki hasil yang cukup efisien, untuk Aditya masih belum berpengaruh pada PT Bukaka Teknik Utama Tbk, dan untuk Heri penerapan Target Costing merupakan alternative yang baik untuk memaksimalkan laba di Usaha Dagang Eko Kusen. Untuk Penelitian Terdahulu Sri Lestari (2015) hanya memiliki satu Variabel yaitu Target Costing dengan hasil belum dapat meningkatkan efisiensi biaya produksinya. Untuk Penelitian Terdahulu Ganies Adrian Rhamadani (2018) memiliki tiga Variabel yaitu Target Costing, Pengurangan Biaya, dan Meningkatkan Laba dan memiliki hasil Perhitungan mengenai Target Costing bahwa lebih Efisien. Dan untuk Penelitian Terdahulu yang terakhir adalah Eka Citra Anugerah (2010) dengan dua Variable yaitu Target Costing dan Biaya Produksi dengan hasil cukup menghemat dan menekan biaya produksi hingga sebesar Rp. 37.600,- per unit .

2.6.2 Kerangka Pemikiran

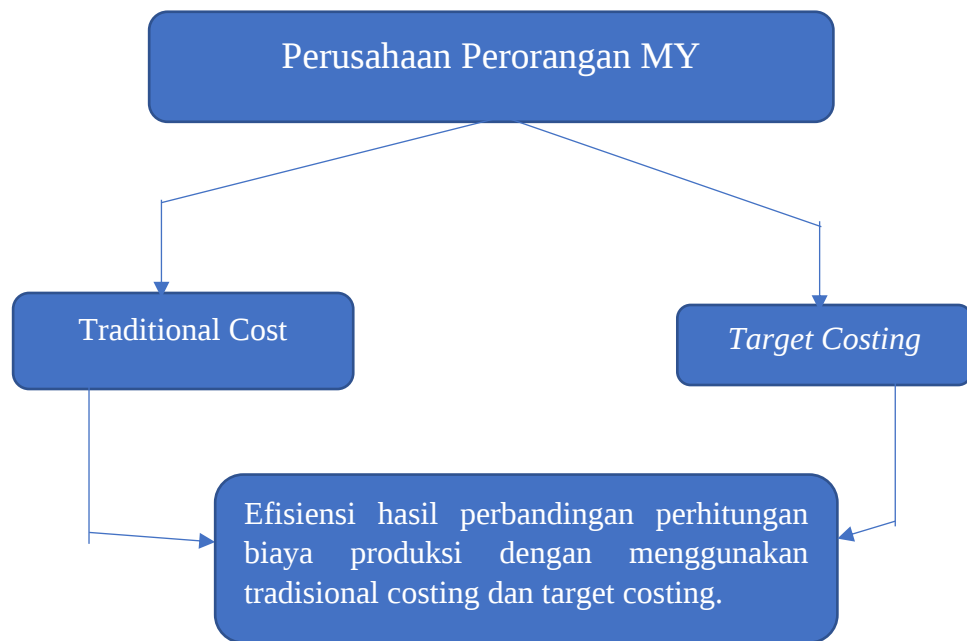
Target Costing digunakan selama tahap perencanaan dan menuntun dalam pemilihan produk serta proses desain yang akan menghasilkan suatu produk yang dapat diproduksi pada biaya yang di ijin dan pada suatu tingkat laba yang dapat di terima untuk menentukan harga jual yang di inginkan perusahaan. *Target Costing* yang memberikan perkiraan harga pasar produk, volume penjualan dan tingkat fungsionalisme.

Penerapan *Target Costing* dimanfaatkan dalam pengolahan perusahaan untuk pengembangan produk. Produser yang digunakan dalam penempatan biaya target yang menetapkan dulu biayanya dan kemudian produk dirancang sehingga biaya target tercapai.

Biaya produksi ditentukan pada tahap perencanaan. Sekali produk telah di rancang, dan dimasukan ke dalam produksi, tidak banyan yang dapat dilakukan untuk menurunkan biayanya secara signifikan. Sebagai besar kesempatan untuk mengurangi dan meningkatkan efisiensi biaya produksi berasal dari perencanaan harga jual produk sehingga produk tersebut mudah di buat menggunakan bahan yang murah, dan kuat serta handal.

Perusahaan peroranga MY merupakan salah satu bidang usaha yang bergerak dibidang *Home Industries* dalam pengolahan tahu. Perusahaan perorangan MY dalam menentukan harga jual masih tergolong tradisional yang menghitung harga pokok produksi dengan menjumlahkan seluruh *cost* pemakaian bahan baku dan menghitung biaya tenaga kerja serta biaya *overhead* pabrik yang diasumsikan dalam perkiraan , dalam biayanya, dalam skala ratio yang dihitung dari pemakaian bahan baku. Perusahaan perorangan MY pernah mengalami penjualan produk yang sangat minim di karenakan oleh harga jual yang terlalu mahal tanpa memperhatikan *cost* yang dibebankan dalam setiap produksinya.

Berdasarkan penjelasan diatas menyimpulkan bahwa penerapan *target costing* dapat membantu Perusahaan perorangan MY dalam upaya meningkatkan efisiensi biaya produksi dan meningkatkan harga jual dengan harga pasarnya. Penerapan *Target Costing* disesuaikan dengan tujuan Perusahaan perorangan MY agar peningkatan efisiensi biaya produksi dapat tercatat dengan laba yang sudah ditentukan pada harga jualnya.



Gambar 2.5 Kerangka pemikiran

2.7 Definisi Pengukuran dan Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini, terdapat tiga definisi operasional variabel yang akan digunakan yaitu:

- a. Target Biaya (Target Costing) Target costing adalah metode penentuan biaya produksi dimana perusahaan menetapkan biaya produksi sesuai biaya pasar untuk menentukan laba yang diinginkan kemudian baru menentukan harga jual produk tersebut kepada konsumen. Melalui Target Costing produk yang dihasilkan akan dapat memperoleh laba yang diharapkan karena biaya yang diharapkan ditentukan berdasarkan harga yang kompetitif. Sebagai dampaknya maka penggunaan Target Costing harus sering mengadopsi ukuran-ukuran penurunan biaya yang ketat atau melakukan desain ulang produk atau desain proses produksi sehingga harga produk dapat kompetitif namun tetap dapat menghasilkan laba. Sehingga Target Costing merupakan biaya yang seharusnya dikeluarkan untuk membuat suatu produk. Adapun rumus dari Target Costing adalah:

$$\text{Target Costing} = \text{Harga Jual (Kompetitif)} - \text{Laba yang diinginkan}$$

- b. Biaya Tradisional (Traditional Costing) Biaya tradisional (traditional costing) adalah sistem yang memberikan informasi biaya mengenai kumpulan dan alokasi biaya dari objek biaya, dimana biaya dapat

ditelusuri ke setiap produk sebabpada sistem biaya ini membebankan biaya pada produk sebesar biaya produksinya. Jadi setiap bagian produk mengkonsumsi sumber daya.

Adapun rumus dari Tradisional Costing adalah:

Biaya bahan baku	xx	
BTKL	xx	
Biaya overhead pabrik	xx	+
Total Biaya Produksi	xx	

- c. Efisiensi Biaya adalah penggunaan sumber daya nyata yang lebih rendah dari pada standar yang ditetapkan, atau kinerja actual dibanding kinerja standar. Jika kinerja actual lebih baik dari pada kinerja standar, maka disebut efisien, atau jika penggunaan sumber daya nyata dibawah standar penggunaan sumber daya yang disepaktati, maka penggunaan sumber daya tersebut efisiensi.