

Biaya: Akuntansi dan Klasifikasinya

Drs. A. Assegaff, Ak. MPAC
Akma Syarief Assegaff, S.E. Ak.



PENDAHULUAN

Modul ini membahas mengenai dasar-dasar akuntansi biaya atau *cost accounting*, dimulai dari pembahasan mengenai definisi dan kedudukan akuntansi biaya hingga definisi biaya itu sendiri serta berbagai macam klasifikasinya.

Secara umum dengan mempelajari modul ini, Anda diharapkan dapat:

1. menguraikan kedudukan dan peran akuntansi biaya dalam sebuah perusahaan;
2. mendefinisikan biaya serta berbagai macam klasifikasinya.

Secara khusus setelah mempelajari modul ini, Anda diharapkan dapat menjelaskan:

1. definisi Akuntansi Biaya;
2. hubungan antara Akuntansi Biaya dengan Akuntansi Manajemen dan Keuangan;
3. definisi biaya;
4. klasifikasi biaya serta macam-macam definisinya.

Petunjuk Cara Belajar!

1. Modul ini berisi dasar-dasar pengetahuan akuntansi biaya. Oleh karena itu, janganlah tergesa-gesa dalam membaca isinya. Anda akan sulit memahami konsep dan perhitungan di modul-modul selanjutnya seandainya Anda tidak berupaya untuk menguasai materi modul ini.
2. Usahakan Anda memahami tiap-tiap kalimat dengan baik. Jika ada yang belum dipahami, jangan begitu saja dilewatkan
3. Tandailah istilah atau kalimat yang menurut Anda penting.

4. Jika ada contoh perhitungan, sebaiknya Anda mencoba untuk menghitungnya juga.
5. Dalam mengerjakan tes formatif, usahakan Anda jangan sampai melihat kunci jawabannya. Setelah selesai, baru Anda bisa mencocokkan jawaban Anda dengan kuncinya.

KEGIATAN BELAJAR 1

Akuntansi Biaya

Anda pasti tidak asing lagi jika mendengar istilah *biaya*. Istilah ini sangat erat dengan aktivitas Anda sehari-hari. Jika Anda hendak bepergian ke suatu tempat maka Anda harus mengeluarkan sejumlah uang untuk biaya transportasi. Begitu juga jika Anda hendak makan di restoran maka Anda akan dikenai biaya makanan dan minuman yang Anda konsumsi. Setiap individu tidak mungkin dapat melepaskan diri dari dikenai biaya. Apa yang Anda inginkan haruslah disertai dengan pengorbanan, misalkan memberikan sejumlah uang yang Anda miliki. Jadi, biaya merupakan bagian yang sangat penting dalam hidup Anda. Namun, apakah Anda hanya sekadar melunasi biaya-biaya yang menjadi kewajiban Anda?

Anda tentunya akan melakukan lebih dari itu. Anda akan membandingkan biaya yang dikenakan kepada Anda jika Anda melihat adanya alternatif lain. Contohnya, Anda hendak membeli baju, sebaiknya Anda memilih baju baru yang mana? Baju A harganya lebih mahal, namun kualitasnya sangat baik. Baju B lebih murah dari A, namun kualitasnya lebih rendah. Biaya yang akan dikenakan pada Anda untuk membeli baju baru akan Anda pertimbangkan, manakah yang sesuai dengan kemampuan Anda dan kebutuhan Anda. Juga Anda akan berusaha menekan besarnya biaya jika Anda tetap menginginkan baju A, namun dengan pergi ke toko busana lain untuk mencari baju sejenis. Dengan kata lain, Anda berupaya mengendalikan biaya-biaya dalam aktivitas Anda.

Kini pertanyaannya, mungkinkah sebuah entitas, seperti perusahaan yang berorientasi laba dalam menjalankan usahanya dan melibatkan berbagai macam aktivitas operasional, tidak mengatur biaya-biayanya, dan tidak memiliki sebuah sistem pencatatan dan pengendalian biaya? Di sinilah peran akuntansi biaya dan Anda akan mempelajari seluk-beluknya dalam kegiatan belajar ini.

Setelah mempelajari uraian Kegiatan Belajar 1, Anda diharapkan memahami dan dapat menjelaskan hal-hal berikut.

1. Definisi akuntansi biaya (*cost accounting*).
2. Definisi akuntansi manajemen (*management accounting*).
3. Definisi akuntansi keuangan (*financial accounting*).

4. Hubungan akuntansi biaya dengan akuntansi manajemen.
5. Hubungan akuntansi biaya dengan akuntansi keuangan.
6. Hubungan antara akuntansi biaya, manajemen, dan keuangan.

A. DEFINISI AKUNTANSI BIAYA

Sebelum kita memasuki pembahasan akuntansi biaya, sebaiknya terlebih dahulu kita mengartikan istilah akuntansi itu sendiri. Akuntansi dapat diartikan sebagai sistem informasi yang menyajikan laporan-laporan berisikan berbagai aktivitas ekonomi sebuah entitas, dalam periode tertentu, kepada pihak-pihak yang berkepentingan terhadap entitas tersebut. Bagaimana cara penyajian laporan tersebut? Tentunya dengan adanya pengolahan data, seperti menghitung dan mengakumulasiannya, kemudian dituangkan ke dalam format baku sebuah laporan. Lalu, apakah hubungan akuntansi secara umum dengan akuntansi biaya?

1. Hubungan Akuntansi Biaya dengan Akuntansi Secara Umum

Akuntansi biaya merupakan bagian dari akuntansi secara umum. Akuntansi biaya adalah sistem informasi yang menyajikan laporan-laporan berisikan biaya yang dikeluarkan sebuah entitas setelah melalui serangkaian perhitungan dalam periode tertentu kepada pihak-pihak yang memerlukan informasi mengenai biaya-biaya yang dikeluarkan entitas tersebut. Akuntansi biaya memiliki peran yang cukup penting di dalam sebuah entitas, khususnya pada entitas ekonomi yang bertujuan menghasilkan laba, yaitu perusahaan. Salah satu unsur terpenting dalam menghitung nilai laba adalah biaya. Keakuratan biaya adalah mutlak untuk mendapatkan perhitungan yang akurat pula atas nilai laba perusahaan. Keakuratan perhitungan biaya juga akan menghasilkan penentuan nilai jual yang tepat pada sebuah produk. Kita akan mempelajari berbagai macam cara perhitungan biaya dalam modul-modul berikutnya. Selanjutnya, setelah perhitungan adalah penyajian berbagai laporan yang berisikan berbagai macam biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam periode waktu tertentu.

2. Biaya yang Dicatat dan Penyajiannya

Apakah pencatatan akuntansi biaya hanya meliputi biaya-biaya tertentu saja? Tidak. Akuntansi biaya mencatat dan mengolah data *seluruh* biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan. Biaya-biaya yang dicatat meliputi biaya

produksi sebuah produk hingga biaya umum, seperti tagihan listrik. Apakah kemudian semua biaya disajikan dalam laporan? Ini tergantung pada dua hal. *Pertama*, pihak mana yang berkepentingan dengan laporan biaya. Jika pihak-pihak luar, seperti pemegang saham dan pemerintah (pihak eksternal perusahaan) maka penyajiannya berupa nilai agregat (total) masing-masing kelompok biaya.

Contoh

Dalam Laporan Laba Rugi, setiap biaya memiliki kelompoknya masing-masing, seperti biaya tagihan telepon umumnya ada di dalam kelompok Biaya Umum dan Administrasi. Anda tidak akan menemukan detail dari biaya telepon tersebut, seperti berapa penggunaan untuk interlokal dan berapa untuk panggilan lokal. Anda akan hanya menemukan total biaya tagihan telepon. Mengapa? Karena pihak luar perusahaan memusatkan perhatian pada kinerja perusahaan secara umum dan mempercayakan pengendalian biaya pada perusahaan itu sendiri. Memperhatikan seluruh komponen biaya bukanlah tugas mereka. Ini merupakan tugas para karyawan perusahaan itu sendiri karena perusahaan telah merekrut berbagai sumber daya manusia sesuai keterampilan dan bidang masing-masing.

Untuk pihak internal perusahaan, seperti manajer produksi ia perlu mengetahui dan menelusuri sumber biaya-biaya yang terjadi. Ia perlu memastikan keakuratan perhitungan biaya stafnya dan berupaya mengendalikan biaya-biaya tersebut jika menurutnya berlebihan. Oleh karena itu, laporan biaya yang ia terima berupa biaya-biaya yang dalam bentuk detail dan terperinci. Tentunya untuk biaya-biaya yang terjadi di dalam lingkup wewenang dan tanggung jawabnya.

Kedua, seberapa material biaya tersebut. Material dalam arti seberapa besar jumlahnya sehingga dapat mempengaruhi pengambilan keputusan dalam menyajikan laporan biaya.

Contoh:

Untuk bulan Januari, tagihan telepon adalah Rp2.000.000,00. Karena perusahaan terlambat dalam membayar tagihan tersebut maka dikenakan denda, misalnya Rp5.000,00. Sekarang, permasalahannya apakah kita perlu menyajikan nilai biaya denda tersebut dalam nama akun tersendiri atau menggabungkannya dengan biaya tagihan telepon? Kita perlu

memperhitungkan materialitas denda tersebut. Jika dibandingkan dengan biaya tagihan telepon maka persentasenya adalah:

$$0,25\% \left((5.000/2.000.000) \times 100\% \right).$$

Kini kita perlu memutuskan, apakah dengan persentase 0,25% kita perlu menyajikan biaya ini dalam akun tersendiri? Tergantung tingkat materialitas perusahaan. Jika nilai ini ternyata memenuhi syarat materialitas maka dia disajikan tersendiri dalam akun Biaya Denda Telepon. Jika nilai ini di bawah batas materialitas maka dia digabungkan dengan biaya tagihan telepon hingga akan tersajikan Biaya Tagihan Telepon sebesar Rp2.005.000,00. Misalkan, dengan tingkat materialitas 5% maka untuk contoh ini besarnya biaya denda telepon berada di bawah batas materialitas.

3. Departemen dan Tanggung Jawab atas Biaya

Kemudian, departemen mana sajakah yang bertanggung jawab atas biaya? Umumnya tiap-tiap departemen dalam sebuah perusahaan tidak luput dari biaya. Walaupun kecil jumlahnya, namun pastilah ada biaya yang terjadi di departemen tersebut. Namun, yang menjadi masalah adalah lingkup tanggung jawab tiap-tiap departemen. Apakah tanggung jawab mereka hanya meliputi biaya departemen mereka sendiri atau mereka juga harus menyelarasakannya dengan nilai penjualan? Ini tergantung apakah departemen itu sebuah *cost center* atau *profit center*.

Cost center berarti departemen tersebut aktivitasnya hanyalah pengeluaran. Tanggung jawabnya hanya pada biaya. Departemen tersebut memusatkan perhatian pada biaya dan pengendalian biaya. Walaupun aktivitasnya hanyalah pengeluaran uang untuk biaya, namun pengendalian atas departemen tersebut tetaplah ada. Pengendalian ini umumnya dalam bentuk anggaran. Departemen ini harus mengupayakan pengeluaran sebatas anggaran yang telah disusun. Lapornya pun berisikan biaya-biaya yang telah dikeluarkan. Contohnya adalah departemen produksi.

Lain halnya dengan *profit center*. Departemen ini bertanggung jawab bukan hanya pada biaya yang dikeluarkan, namun juga membandingkannya dengan penjualan yang berhasil dicapai. Tanggung jawabnya terletak pada laba, bukan hanya pada biaya semata. Departemen ini harus mengupayakan terciptanya laba dalam aktivitasnya. Contohnya adalah Departemen Buku Anak di dalam sebuah perusahaan penerbitan buku yang berisikan berbagai macam jenis buku. Dengan asumsi adanya otonomi dalam aktivitas

pemasaran dan penjualan tiap departemen dalam perusahaan penerbitan ini maka departemen ini setelah menerima produk jadi dari departemen produksi, bukan saja mengeluarkan biaya sendiri, seperti promosi, namun juga menjalankan fungsi penjualan, dengan menjual produknya ke konsumen melalui toko buku dan penjualan langsung (*direct selling*). Lapornya berupa format Laba Rugi, dengan membandingkan penjualan dengan biaya untuk departemen itu sendiri. Nantinya akan digabungkan laporan-laporan dari seluruh departemen untuk disusun menjadi laporan gabungan.

B. DEFINISI AKUNTANSI MANAJEMEN

Setelah kita membahas akuntansi biaya, kini kita akan membahas perbedaannya dengan akuntansi manajemen. Apakah definisi akuntansi manajemen? Sesuai dengan istilah yang melekat pada kata akuntansinya, yaitu *manajemen*. Akuntansi manajemen adalah sistem informasi yang menyajikan laporan-laporan berisikan berbagai aktivitas ekonomi sebuah perusahaan, dalam periode yang bersifat fleksibel (tidak terdapat standar tertentu), kepada pihak-pihak internal perusahaan, khususnya para manajer. Kita akan membahas beberapa kata penting yang terdapat dalam definisi ini.

1. Pengguna Laporan Akuntansi Manajemen

Jika dibandingkan dengan definisi akuntansi secara umum, tidak ada perbedaan yang mencolok. Namun, dalam definisi tersebut dijelaskan bahwa pihak yang dituju untuk menerima laporan adalah pihak internal perusahaan. Jadi, laporan yang dihasilkan oleh akuntansi manajemen bukan untuk konsumsi pihak luar. Laporan ini dapat berisikan informasi finansial, seperti biaya desain produk, juga dapat berisikan informasi nonfinansial, seperti frekuensi ketidakhadiran karyawan dalam sebulan. Informasi-informasi tersebut diperlukan untuk menjalankan aktivitas operasional perusahaan dan sebagai dasar pengambilan keputusan. Oleh siapa? Tentunya oleh pihak yang berwenang untuk mengambil keputusan, yang umumnya wewenang tersebut terletak pada level manajer. Seorang manajer memerlukan laporan aktivitas operasional departemen yang dikepalainya karena akan mengambil keputusan, ia memerlukan informasi mengenai apa saja yang terjadi dalam departemennya. Inilah peran akuntansi manajemen, yaitu menyajikan informasi sebagai dasar pengambilan keputusan oleh manajer.

2. Periode Laporan Akuntansi Manajemen

Kemudian, mengapa disebut dalam periode yang fleksibel? Periode pelaporan akuntansi manajemen tidak berdasarkan standar periode tertentu, sedangkan laporan yang disajikan oleh akuntansi keuangan (akan dibahas pada bagian berikutnya) memiliki standar periode pelaporan. Contohnya, Laporan Laba Rugi perusahaan memiliki standar periode, seperti 3 bulan, 6 bulan, dan 1 tahun. Jarang ada pelaporan Laba Rugi, misalnya untuk 15 hari pertama pada bulan Januari. Ini dikarenakan perlu berjalan waktu yang cukup agar lebih memberikan kesempatan kepada produk hasil ciptaan perusahaan untuk mendapatkan pengenalan yang cukup oleh konsumen dan posisi yang baik di mata mereka.

Ini lain halnya dengan periode pelaporan dalam akuntansi manajemen. Karena aktivitas menciptakan produk berjalan rutin dan sistematis sehari-harinya maka manajer perlu secara rutin memantau perkembangan kinerja karyawan dan cepat menyelesaikan masalah yang mungkin timbul. Akuntansi manajemen menyajikan laporan dalam periode yang diperlukan oleh manajer. Periode dapat bersifat per hari, per 2 hari, bahkan per jam jika memang diperlukan oleh manajer. Manajer tidak dapat menunggu dalam rentang waktu yang panjang untuk timbulnya suatu masalah dan umumnya bersifat preventif, dengan memantau kinerja karyawan melalui laporan yang berisikan apa yang sedang terjadi sekaligus berupaya mencegah kemungkinan timbulnya masalah.

C. HUBUNGAN AKUNTANSI BIAYA DENGAN AKUNTANSI MANAJEMEN

Akuntansi manajemen menyajikan laporan perkembangan aktivitas internal perusahaan berdasarkan data-data yang diolah oleh akuntansi biaya. Akuntansi manajemen tidak dapat berdiri sendiri, ia memerlukan pasokan data akurat mengenai biaya-biaya yang dikeluarkan dari catatan akuntansi biaya. Data-data ini bukan hanya berdasarkan transaksi finansial, namun juga dapat berdasarkan aktivitas nonfinansial. Sebagai contoh, agar akuntansi manajemen dapat menyajikan laporan mengenai biaya perbaikan produk dalam suatu departemen tertentu, diperlukan data mengenai biaya komponen-komponen yang digunakan. Keakuratan biaya komponen tersebut merupakan syarat mutlak agar manajer dapat mengambil keputusan yang tepat.

Akuntansi biaya bertanggung jawab untuk menghitung dengan akurat biaya tersebut.

D. DATA NONFINANSIAL

Akuntansi biaya juga dapat menyediakan data mengenai kejadian nonfinansial yang memunculkan biaya. Contohnya, 3 orang karyawan tidak masuk selama 5 hari. Akuntansi biaya dapat memperhitungkan dan menyajikan biaya kerugian keterlambatan produksi, yang tidak akan terjadi seandainya karyawan tersebut masuk. Biaya ini dapat dihitung dengan mengasumsikan seandainya proses produksi berjalan normal, yang berarti produk sudah ada di tangan konsumen, berapa yang seharusnya bisa terjual. Akuntansi manajemen kemudian menyajikan kepada manajer laporan keterlambatan waktu produksi (informasi nonfinansial) dan biaya kerugian atas keterlambatan proses produksi tersebut (informasi finansial).

E. DEFINISI AKUNTANSI KEUANGAN

Sama halnya dengan akuntansi manajemen, akuntansi biaya memberikan data biaya kepada akuntansi keuangan, kemudian diolah bentuk penyajiannya menjadi laporan-laporan dengan format standar akuntansi keuangan. Namun, sebelumnya apakah definisi akuntansi keuangan?

Akuntansi keuangan adalah sistem informasi yang menyajikan laporan-laporan berisikan berbagai aktivitas ekonomi sebuah entitas dalam periode tertentu kepada pihak-pihak *eksternal*. Dari definisi ini, dapat dilihat perbedaan antara akuntansi keuangan dengan akuntansi manajemen. Akuntansi keuangan menyajikan informasi yang lebih diperuntukkan bagi pihak eksternal perusahaan, seperti pemegang saham, pemerintah, kreditor, dan pihak lainnya. Jadi, informasinya lebih diutamakan untuk konsumsi pihak luar. Inilah yang menjadikan isi laporan akuntansi keuangan berbeda dengan akuntansi manajemen. Dalam laporan akuntansi keuangan, nilai-nilai akun disajikan dalam jumlah total, bukan detail. Alasannya sudah kita bahas pada uraian sebelumnya.

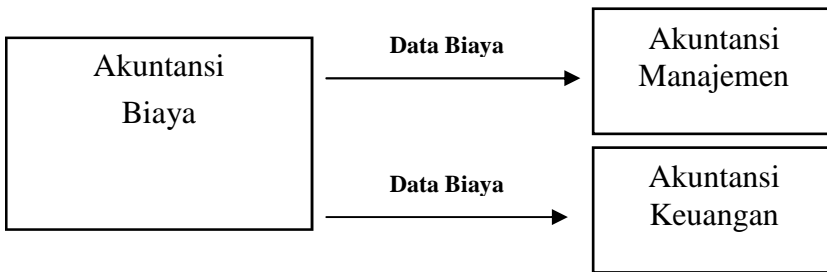
Juga untuk pihak eksternal perusahaan maka perlu diciptakan standar pelaporan antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Sebagai contoh, pihak pemerintah menerima laporan, bukan hanya dari satu perusahaan, melainkan dari banyak perusahaan. Menciptakan standar

pelaporan termasuk periode pelaporannya akan meningkatkan *comparability*, yaitu dapat diperbandingkannya laporan keuangan antarperusahaan.

Laporan standar akuntansi keuangan berupa Laporan Neraca, Laba Rugi, dan Arus Kas. Seluruh laporan ini sangat mengandalkan keakuratan perhitungan biaya oleh akuntansi biaya karena dalam ketiga laporan tersebut, semuanya mengandung unsur biaya.

F. HUBUNGAN ANTARA AKUNTANSI BIAYA, MANAJEMEN, DAN KEUANGAN

Hubungan antara ketiganya adalah akuntansi biaya menyajikan data-data biaya kepada akuntansi manajemen dan juga akuntansi keuangan. Data-data tersebut akan diolah dan disajikan dalam bentuk dan isi laporan sesuai keperluan masing-masing. Bila digambarkan hubungan ini maka akan tampak sebagai berikut.



Gambar 1.1



LATIHAN

Untuk memperdalam pemahaman Anda mengenai materi di atas, kerjakanlah latihan berikut!

- 1) Apakah pencatatan biaya oleh akuntansi biaya hanya meliputi biaya-biaya tertentu atau seluruh biaya? Jelaskan!
- 2) Terdapat dua faktor yang mempengaruhi penyajian biaya di dalam laporan. Sebutkan dan jelaskan!

- 3) Departemen, berdasarkan tanggung jawabnya atas biaya terbagi menjadi dua, yaitu *cost center* dan *profit center*. Jelaskan maksud kedua istilah tersebut!
- 4) Akuntansi biaya memiliki hubungan dengan akuntansi manajemen. Jelaskan bentuk hubungannya!
- 5) Mengapa laporan keuangan, seperti Laporan Neraca dan Laba Rugi mengandalkan keakuratan perhitungan biaya oleh akuntansi biaya? Jelaskan!

Petunjuk Jawaban Latihan

- 1) Akuntansi biaya mencatat seluruh biaya yang dikeluarkan oleh sebuah perusahaan karena lengkap tidaknya catatan biaya akan mempengaruhi isi laporan yang kemudian akan mempengaruhi keputusan yang diambil oleh pihak internal dan eksternal perusahaan.
- 2) *Faktor pertama, pengguna laporan*, yaitu pihak mana yang berkepentingan dengan laporan biaya. Jika pihak-pihak luar, seperti pemegang saham dan pemerintah (pihak eksternal perusahaan) maka penyajiannya berupa nilai agregat (total) masing-masing kelompok biaya. Jika pihak internal, penyajiannya berupa biaya terperinci. *Faktor kedua, materialitas*, yaitu seberapa besar jumlahnya sehingga dapat mempengaruhi pengambilan keputusan dalam menyajikan laporan biaya.
- 3) *Cost center* adalah departemen yang bertanggung jawab hanya pada biaya, yaitu biaya yang dikeluarkannya. Aktivitasnya adalah pengeluaran. *Profit center* adalah departemen yang bertanggung jawab, bukan hanya pada biaya juga pada pendapatan yang mencukupi agar dapat terciptanya *profit* (laba). Aktivitasnya adalah penerimaan dan pengeluaran.
- 4) Akuntansi manajemen memerlukan pasokan data akurat mengenai biaya-biaya yang dikeluarkan dari catatan akuntansi biaya.
- 5) Laporan keuangan, seperti Laporan Neraca dan Laba Rugi semuanya mengandung unsur biaya dalam isi laporannya. Ketepatan perhitungan biaya yang tersaji dalam laporan tersebut akan mempengaruhi penilaian penggunaannya.

**RANGKUMAN**

Akuntansi biaya adalah sistem informasi yang menyajikan laporan-laporan berisikan biaya yang dikeluarkan sebuah entitas, setelah melalui serangkaian perhitungan dalam periode tertentu kepada pihak-pihak yang memerlukan informasi mengenai biaya-biaya yang dikeluarkan entitas. Akuntansi biaya memiliki hubungan dengan akuntansi manajemen dan keuangan, yaitu akuntansi biaya menyajikan data-data biaya kepada akuntansi manajemen dan juga akuntansi keuangan. Data-data tersebut akan diolah dan disajikan dalam bentuk dan isi laporan sesuai keperluan masing-masing.

**TES FORMATIF 1**

Pilihlah satu jawaban yang paling tepat!

- 1) Definisi yang paling tepat untuk akuntansi biaya adalah sistem informasi yang
 - A. mencatat biaya yang dikeluarkan perusahaan
 - B. mencatat dan menyajikan daftar biaya yang dikeluarkan perusahaan
 - C. mencatat dan menyajikan laporan yang berisikan biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam satu tahun kepada direktur perusahaan
 - D. menyajikan laporan-laporan berisikan biaya yang dikeluarkan sebuah perusahaan setelah melalui serangkaian perhitungan dalam periode tertentu kepada pihak-pihak yang memerlukan informasi mengenai biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan tersebut

- 2) Berikut ini merupakan pernyataan mengenai biaya. Pernyataan yang salah adalah
 - A. akuntansi biaya mencatat biaya yang pengeluarannya rutin
 - B. salah satu unsur terpenting dalam menghitung nilai laba adalah biaya
 - C. seluruh biaya disajikan dalam laporan dengan lengkap, sesuai akunnya masing-masing
 - D. manajer produksi bertanggung jawab atas seluruh biaya di dalam departemen produksi

- 3) Diketahui biaya pembelian pesawat telepon baru sebesar Rp1.500.000,00 yang akan dimasukkan ke dalam akun Perlengkapan Kantor. Biaya untuk jasa pemasangan pesawat telepon tersebut sebesar Rp15.000,00. Dengan tingkat materialitas sebesar 5% maka penyajian yang tepat di dalam laporan adalah
- A. dengan hasil perbandingan sama dengan tingkat materialitas (5%) maka biaya jasa pemasangan sambungan telepon disajikan dalam akun tersendiri
 - B. dengan hasil perbandingan sama dengan tingkat materialitas (5%) maka biaya jasa pemasangan sambungan telepon disajikan dalam akun tersendiri
 - C. dengan hasil perbandingan di bawah tingkat materialitas (5%) maka biaya jasa pemasangan sambungan telepon digabungkan dengan akun Perlengkapan Kantor (telepon)
 - D. tingkat materialitas tidak memiliki pengaruh. Biaya disajikan dengan akun masing-masing
- 4) Berikut ini, departemen yang tepat untuk dijadikan *profit center* adalah Departemen
- A. *cleaning service* (layanan kebersihan)
 - B. perakitan dalam perusahaan otomotif
 - C. pengadaan bahan mentah
 - D. pemasaran pada perusahaan asuransi
- 5) Dengan penyajian informasi dalam bentuk laporan oleh akuntansi manajemen, para manajer menggunakan laporan tersebut untuk
- A. mencari kesalahan dalam penyajian laporan
 - B. mencari tahu siapa yang menyusun laporan
 - C. menyimpannya dalam arsip kantornya
 - D. mengambil keputusan yang menjadi wewenangnya

Cocokkanlah jawaban Anda dengan Kunci Jawaban Tes Formatif 1 yang terdapat di bagian akhir modul ini. Hitunglah jawaban Anda yang benar. Kemudian gunakan rumus di bawah ini untuk mengetahui tingkat penguasaan Anda terhadap materi Kegiatan Belajar 1.

$$\text{Tingkat penguasaan} = \frac{\text{Jumlah Jawaban yang Benar}}{\text{Jumlah Soal}} \times 100\%$$

Arti tingkat penguasaan: 90 - 100% = baik sekali

80 - 89% = baik

70 - 79% = cukup

< 70% = kurang

Apabila Anda mencapai tingkat penguasaan 80% atau lebih, Anda dapat meneruskan dengan Kegiatan Belajar 2. **Bagus!** Tetapi apabila tingkat penguasaan Anda masih di bawah 80%, Anda harus mengulangi Kegiatan Belajar 1, terutama bagian yang belum Anda kuasai.

KEGIATAN BELAJAR 2

Definisi Biaya dan Klasifikasinya

Pada Kegiatan Belajar 1, kita telah membahas definisi Akuntansi Biaya dan kedudukannya dalam sebuah perusahaan. Kita pun telah membahas hubungannya dengan Akuntansi Manajemen dan Keuangan. Pengenalan akan Akuntansi Biaya telah tersaji di Kegiatan Belajar 1, namun telah mengertikah Anda arti dari *biaya* itu sendiri?

Memberikan definisi pada biaya haruslah berdasarkan teori akuntansi. Tanpa mendasarkan diri pada teori akuntansi, akan menimbulkan berbagai perbedaan pandangan akan definisi biaya. Contohnya, Anda dikenakan biaya untuk berlangganan Koran Tempo selama 1 tahun. Tanpa pengetahuan akan teori akuntansi, pelanggan tersebut akan memandang pengeluaran langganan korannya sebagai biaya. Mengapa? Karena ia merasa telah mengeluarkan sejumlah uang dan mendapatkan apa yang dia tukarkan dengan uangnya tersebut, yaitu koran hariannya. Lagi pula, jumlah yang dikenakan untuk berlangganan umumnya disebut biaya berlangganan. Namun, pandangan ini tidak diterima dalam teori akuntansi.

Teori akuntansi mengakui pengeluaran diakui sebagai biaya jika pihak yang mengeluarkan uang telah mendapatkan barang atau jasa dengan nilai penuh sesuai uang yang ia keluarkan tersebut. Untuk contoh biaya berlangganan koran, pelanggan telah mengeluarkan uang dan seluruhnya telah ia keluarkan untuk berlangganan selama satu tahun. Namun, ia akan menerima korannya secara bertahap dan bukan untuk satu tahun sekaligus. Berarti ia memiliki hak untuk dikirim koran selama satu tahun. Haknya akan berkurang setiap koran hari berikutnya diantar. Jadi, uang yang dikeluarkan untuk berlangganan koran bukanlah sepenuhnya biaya. Ada bagian yang justru menjadi haknya, atau dengan kata lain aktiva miliknya. Aktiva ini secara periodik akan berkurang nilainya, seiring dengan diterimanya koran setiap harinya, dan menjadi *beban*. Itu merupakan contoh bahwa mendefinisikan biaya harus memperhatikan untuk apa biaya tersebut dan tidak semata hanya melihat jumlah uang yang telah dikeluarkan. Seluk-beluknya akan dibahas pada kegiatan belajar ini.

Setelah mempelajari modul ini, Anda diharapkan memahami dan dapat menjelaskan hal-hal sebagai berikut.

1. Definisi Biaya.
2. Perbedaan antara istilah Biaya dan Beban.
3. Definisi *Actual Cost*, *Cost Object*, *Cost Accumulation & Cost Assignment*.
4. Definisi *Direct Cost* dan *Indirect Cost*.
5. Definisi *Variable Cost* dan *Fixed Cost*.
6. Kombinasi antara *Direct Cost* dan *Indirect Cost*, dengan *Variable Cost* dan *Fixed Cost*.
7. Definisi *Cost Driver*.
8. Definisi *Relevant Range*.
9. Definisi *Total Cost* dan *Unit Cost*.
10. Biaya dalam Perusahaan Manufaktur.
11. Definisi *Inventoriable Cost* dan *Period Cost*.
12. Laporan Harga Pokok Produksi dan Laporan Laba Rugi.
13. Definisi *Prime Cost* dan *Conversion Cost*.
14. Definisi *Product Cost*.
15. Definisi *Cost Management*.

A. DEFINISI BIAYA

Biaya adalah sesuatu yang kita miliki, kemudian kita serahkan untuk mendapatkan sesuatu yang lain sesuai yang kita inginkan. Jika kita tengok ke zaman dahulu, zaman di mana belum terciptanya uang, sistem barter diakui dan dijalankan oleh semua orang. Apa yang mereka inginkan haruslah ditukar dengan apa yang mereka miliki. Sejak terciptanya uang, konsep ini tidak berubah, hanya alat yang digunakannya yang berubah. Di zaman sekarang, seseorang harus mengeluarkan sejumlah uang untuk membeli apa yang mereka inginkan. Jadi, baik itu menukar barang dengan barang ataupun menukar barang dengan uang, intinya adalah adanya sesuatu yang kita miliki harus kita serahkan atau korbankan untuk mendapatkan yang kita inginkan. Oleh karena itu, biaya sering disebut dengan *pengorbanan*. Anda harus bersedia mengorbankan uang yang Anda miliki jika ingin memiliki, misalnya baju baru. Juga ada satu argumen lagi yang menguatkan mengapa biaya disebut juga dengan pengorbanan.

Contoh:

Tatkala Anda telah mengeluarkan uang, misalnya Rp100.000,00 untuk membeli baju baru, Anda tidak mungkin menggunakan uang yang telah Anda keluarkan untuk membeli barang lain lagi. Dengan kata lain, uang yang Anda keluarkan hanyalah untuk apa yang telah Anda terima, misalnya Anda membeli baju baru. Uang yang Anda keluarkan untuk baju tersebut sudah menjadi milik si penjual baju, dan uang tersebut sudah sepenuhnya terlepas dari kepemilikan Anda. Mungkinkah Anda dapat memintanya kembali dan menggunakannya untuk keperluan lain, namun baju tidak Anda kembalikan? Tentu tidak. Anda telah berkorban untuk mendapatkan baju baru tersebut dan sekaligus menghilangkan kemungkinan terpenuhinya keperluan Anda yang lain, dengan uang sama yang telah Anda gunakan untuk membeli baju.

B. PERBEDAAN BIAYA DENGAN BEBAN

Biaya telah kita bahas dan kini kita akan membahas arti dari beban. Mengapa beban perlu kita bahas? Karena ada hubungan yang erat antara biaya dengan beban. Sebelumnya, akan kita bahas apakah yang memicu timbulnya beban.

Contoh:

Anda telah membeli baju baru. Anda kenakan, misalnya 3 × seminggu. Seiring dengan waktu, Anda telah menggunakannya selama 1 tahun. Kini coba Anda perhatikan. Adakah perubahan pada baju Anda? Tentunya tidak layak lagi disebut baru karena jelas terlihat adanya penurunan kualitas di baju Anda. Ada jenis baju yang terlihat dengan jelas penurunan kualitasnya, namun ada yang tetap seakan-akan baru. Dengan tidak mempermasalahkan hal tersebut, satu hal yang telah jelas, baju Anda tidaklah seperti dulu. Lalu, apa yang Anda lakukan? Apakah Anda kemudian menghitung berapa besar nilainya yang turun sehingga harganya pun menurun? Jelas tidak, namun untuk entitas berorientasi laba, seperti perusahaan maka teori akuntansi memiliki metode untuk mengakui penurunan nilai suatu barang.

Teori akuntansi mengakui adanya penurunan nilai pada aset-aset sebuah perusahaan. Contohnya, nilai mesin cetak pada sebuah perusahaan percetakan. Tidaklah rasional jika perusahaan mencatat nilai mesin tersebut di masa kini sama nilainya dengan sewaktu mesin tersebut dibeli. Penurunan nilai ini tidaklah harus selalu terkait dengan penggunaan. Misalnya, mesin

tersebut digunakan terus-menerus maka daya tahannya berkurang dan nilainya pun menurun. Namun, sejak pembeliannya mesin tersebut tidak pernah digunakan sama sekali, tetap saja ada penurunan nilainya. Berdasarkan apa? Waktu. Faktor waktu ini telah mengharuskan semua orang menerima bahwa apa yang mereka beli dahulu tidaklah mungkin sama dengan nilainya saat ini (Ini dengan asumsi tidak membahas barang-barang langka yang semakin tinggi nilainya jika semakin tua). Lalu, bagaimana teori akuntansi mengakui penurunan nilai tersebut? Dengan memunculkan beban.

Beban adalah pengakuan *penurunan* nilai suatu aset pada sebuah perusahaan, baik itu melalui penggunaan, maupun seiring dengan waktu. Mengapa pemunculan beban ini tidak berlaku untuk perorangan seperti Anda? Orientasi Anda bukanlah laba. Anda membeli sesuatu bukan digunakan untuk mendapatkan laba. Anda memang tidak seharusnya mempermasalahkannya dan bahkan menghitung nilai beban dari aset Anda. Namun, perusahaan sangat berorientasi pada laba. Oleh karena itu, untuk mengetahui keadaan nilai asetnya di masa kini, perusahaan harus mengakui dan mencatat adanya beban. Tanpa adanya pengakuan beban, seakan-akan aset perusahaan tetaplah tinggi nilainya dan tidak menunjukkan adanya penurunan nilai aset tersebut. Pengakuan atas beban akan menjadikan perusahaan tetap terjaga dan mengetahui dengan jelas kondisinya saat ini.

Lalu, di manakah letak beban di laporan keuangan? Posisinya adalah di Laporan Laba Rugi. Keberadaannya adalah untuk mengurangi nilai penjualan sehingga akan terlihat laba yang dihasilkan perusahaan. Namun, mengapa harus mengurangi penjualan? Bukankah, seperti contoh penurunan nilai aset tidak ada uang yang dikeluarkan? Benar, memang tidak ada pengeluaran uang, namun perusahaan telah menggunakan aset tersebut untuk kepentingan pencapaian penjualan. Karena digunakan oleh perusahaan maka tentunya perusahaan harus menghitung seberapa banyak dari nilai aset yang telah dimanfaatkan untuk menghasilkan penjualan. Jadi, intinya bukan pada adanya pengeluaran atau tidak, tapi berapa besar nilai sumber daya yang digunakan untuk mencapai suatu tujuan.

C. DEFINISI *ACTUAL COST*, *COST OBJECT*, DAN *COST ACCUMULATION*

Sebagai pengantar untuk pengenalan atas penggolongan biaya, mari terlebih dahulu kita definisikan istilah-istilah sebagai berikut.

Pertama, actual cost. Jika kita artikan maka akan berbunyi *biaya aktual* atau *biaya sebenarnya*. Biaya apakah ini? Ini merupakan sejumlah uang yang Anda keluarkan tatkala Anda membeli barang. Jadi, jumlah uang yang benar-benar Anda keluarkan. Sama halnya dengan perusahaan yang mengeluarkan uang untuk keperluan operasionalnya, kemudian mencatatnya. Namun, bukan hanya biaya aktual yang dicatat perusahaan. Melalui anggaran, perusahaan mencatat biaya yang bukan aktual. Anggaran adalah laporan yang memuat biaya dan juga penerimaan yang diprediksi jumlahnya untuk periode yang akan datang sehingga biaya yang tertera pun bukan biaya aktual yang telah dikeluarkan, namun biaya yang akan dikeluarkan.

Kedua, cost object. Terjemahannya adalah *objek biaya*, yaitu sesuatu yang Anda telah dikenakan biaya untuk memperolehnya. Dengan kata lain, apa-apa yang melekat nilai pada diri sesuatu yang menyebabkan Anda harus mengorbankan milik Anda untuk mendapatkannya. Contohnya, mobil Anda di mana Anda telah membayar biaya untuk mendapatkan mobil tersebut. Mobil Anda itulah yang disebut objek biaya. Bagaimana dalam perusahaan? Sama halnya dengan Anda, misalkan karyawan. Untuk mendapatkan tenaga dan keahlian yang dimiliki seorang karyawan maka perusahaan harus mengeluarkan biaya untuk menggajinya. Gaji adalah biaya bagi perusahaan karena karyawan tersebut adalah objek biaya

Ketiga, cost accumulation. Terjemahannya adalah *akumulasi biaya*. Ini merupakan proses pencatatan dan pengumpulan biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan. Mengapa disebut akumulasi? Karena satu macam biaya dapat terjadi berulang-ulang dalam satu periode, misalnya sebulan yang harus dijumlahkan (diakumulasikan) untuk mendapatkan nilai totalnya. Contohnya, pembelian kertas oleh perusahaan jasa fotokopi. Pembelian kertas merupakan satu jenis biaya yang terjadi berulang-ulang selama satu bulan. Perusahaan harus membeli kertas karena ini merupakan elemen vital dalam usaha fotokopi. Jadi, setelah satu bulan, biaya pembelian kertas yang terjadi di tanggal-tanggal yang berbeda dikumpulkan dan diakumulasikan (dijumlahkan) menjadi nilai agregat (total) untuk periode satu bulan.

Keempat, cost assignment. Jika diartikan, bunyinya *penugasan biaya* (terkadang penerjemahan istilah-istilah ini menjadi janggal). Lalu, apa maksudnya? *Cost assignment* adalah aktivitas yang mengupayakan dapat menelusuri dan menentukan biaya total yang diperlukan untuk mendapatkan suatu barang.

Contoh:

Anda pergi ke sebuah pusat perbelanjaan dengan tujuan untuk membeli jam tangan. Anda kemudian mengeluarkan uang sejumlah Rp250.000,00 untuk jam tangan tersebut. Nah, berapa biaya jam tangan Anda? Anda pun akan menjawab karena uang yang Anda keluarkan sejumlah Rp250.000,00 maka biayanya adalah Rp250.000,00. Namun, sesungguhnya biayanya lebih dari uang yang Anda keluarkan di toko tempat Anda membeli jam tangan tersebut. Jika Anda ingin mengetahui biaya sebenarnya jam tangan Anda maka Anda juga harus menghitung biaya bensin yang Anda gunakan jika Anda menggunakan mobil pribadi, uang transportasi jika Anda naik kendaraan umum, uang parkir di pusat perbelanjaan tersebut, dan biaya-biaya yang Anda keluarkan, sejak Anda ke luar dari rumah hingga sampai kembali ke rumah Anda. Anda harus menghitung biaya-biaya apa saja yang Anda keluarkan untuk dapat menggunakan jam tangan tersebut. Anda akan mendapatkan biaya yang sesungguhnya yang telah Anda keluarkan untuk mendapatkan jam tangan tersebut.

Lalu, bagaimana jika Anda pergi ke pusat perbelanjaan bukan hanya untuk membeli jam tangan? Misalkan, Anda juga menonton bioskop, makan di restoran cepat saji, dan membeli buku. Bagaimana Anda menentukan, misalnya dari uang parkir, mana yang menjadi biaya tambahan untuk jam tangan dan yang menjadi biaya tambahan untuk menonton bioskop? Di sinilah peran *cost assignment*. Aktivitas ini bukan hanya mencari biaya mana yang langsung dapat diketahui untuk pembelian jam tangan, namun juga mencoba mencari porsi untuk jam tangan dari biaya yang sifatnya tidak langsung dapat dilekatkan pada jam tangan tersebut. Jadi, dalam *cost assignment* ada dua aktivitas, yaitu berikut ini.

Pertama, menentukan biaya yang jelas-jelas berhubungan dengan suatu produk. Ini disebut *tracing*. Dalam contoh jam tangan maka uang yang dikeluarkan untuk membeli jam tangan di toko jam, disebut *direct cost*. Lalu, bagaimana dengan yang tidak langsung berhubungan, seperti biaya parkir? *Kedua*, kita akan menentukan berapa dari biaya parkir yang harus dialokasikan untuk pembelian jam tangan. Ini disebut proses *allocating*. Jadi, kita menentukan bagian dari biaya parkir yang menjadi *haknya* jam tangan. Porsi biayanya disebut *indirect cost*. Istilah-istilah tersebut akan dibahas dalam kegiatan belajar ini.

D. DEFINISI *DIRECT COST* DAN *INDIRECT COST*

Istilah *direct cost*, terjemahannya adalah *biaya langsung*. Seperti yang telah dijelaskan di uraian sebelumnya, biaya ini adalah biaya yang jelas-jelas berhubungan langsung dengan suatu produk. Langsung dalam arti dapat diidentifikasi dengan mudah dan tidak memerlukan perhitungan yang rumit. Walaupun di paragraf sebelumnya telah diberikan contoh, namun kita akan bahas contoh lainnya.

Contoh:

Pada sebuah perusahaan jasa pengiriman barang, biaya untuk mengirim suatu dokumen kepada tujuannya adalah biaya langsung dokumen tersebut. Misal, perusahaan ini mengirim dokumen A. Jika dalam hari itu kurir hanya mengantarkan dokumen tersebut maka biaya yang dikeluarkan untuk bensin menjadi biaya langsung dokumen A. Anda dapat menentukan dengan jelas bahwa biaya tersebut memang hanya untuk mengantarkan dokumen A karena biaya tersebut *langsung* berhubungan dengan dokumen A.

Lalu mengapa aktivitas untuk mengidentifikasi biaya ini disebut *tracing*? Seperti maksud kata terjemahannya, yaitu menelusuri. Diibaratkan Anda hendak menuju ke suatu tempat dengan menelusuri petunjuk-petunjuk yang ada di pinggir jalan dan Anda dapat melihat dengan jelas petunjuk tersebut dan dengan menelusurinya, Anda akan mencapai tempat yang Anda kehendaki. Hal yang sama berlaku untuk biaya. Masih dengan contoh di atas, Anda menelusuri informasi berupa dokumen apa saja yang hari ini akan dikirim. Apakah hanya satu atau lebih? Anda kemudian menemukan ternyata hanya satu, yaitu dokumen A. Anda pun dapat menyimpulkan bahwa bensin yang kelak akan diisi di jalan diperuntukkan agar dokumen A sampai di tujuan. Jadi, jelas bahwa biaya bensin untuk dokumen A.

Sedangkan *indirect cost* kita artikan *biaya tidak langsung*. Ini merupakan biaya yang tidak langsung berhubungan dengan suatu produk. Mengapa tidak langsung? Karena biaya tersebut bukan hanya untuk 1 produk, namun berkaitan dengan banyak produk. Contohnya, masih menggunakan contoh perusahaan jasa pengiriman barang, pada hari itu kurir mengirim 3 dokumen, yaitu dokumen A, B, dan C. Pengisian bensin dilakukan agar ketiga, bukan hanya satu, dokumen tersebut sampai di tujuan. Lalu, biaya bensin tersebut diperhitungkan untuk dokumen yang mana? Semuanya menggunakan bensin

tersebut untuk mencapai tujuan karena untuk mengetahui porsi penggunaan bensin masing-masing dokumen adalah dengan cara alokasi.

Alokasi berarti menempatkan sesuatu sesuai bagiannya. Biaya bensin yang dikeluarkan harus ditempatkan sesuai bagian masing-masing dokumen. Misalkan, berdasarkan jarak pengiriman yang harus ditempuh, dokumen A mengonsumsi 30% dari biaya pengisian bensin, dokumen B mengonsumsi 40%, dan dokumen C mengonsumsi 30%. Alokasi harus dilakukan bukan karena kita tidak mampu untuk menghitung berapa sebenarnya penggunaan bensin oleh masing-masing dokumen, namun alokasi memudahkan pencatatan biaya dan juga diperhitungkan dengan menghasilkan bagian yang mendekati kenyataannya. Bagaimana cara menghitung bagian dari alokasi tersebut? Kelak akan dibahas di Modul 3. Contoh lain adalah gaji *supervisor* (pengawas) di departemen produksi. Jika jenis produk yang dihasilkan oleh departemen produksi lebih dari 1 macam maka gaji pengawas tersebut adalah biaya tidak langsung bagi produk-produk yang dihasilkan departemen tersebut.

Kemudian, terdapat faktor-faktor yang menentukan klasifikasi suatu biaya yaitu biaya langsung atau tidak langsung. *Pertama*, materialitas. Usaha untuk menelusuri biaya kepada suatu produk haruslah memperhatikan besarnya biaya tersebut. Contohnya, pada dokumen A, misalkan kita menggunakan klip kertas. Biaya untuk membeli 1 boks (isi 100 klip kertas) adalah Rp1.000,00. Berarti biaya penggunaan 1 klip kertas adalah Rp10,00. Sekarang, kita harus menentukan biaya sejumlah Rp10,00 ini material atau tidak untuk dijadikan sebagai biaya tambahan untuk dokumen A? Jika aktivitas untuk menentukan biaya klip kertas ini dan biaya-biaya dengan nilai kecil lainnya memakan waktu yang cukup lama maka nilai biaya tersebut tidaklah material. Jadi, biaya kertas klip tidak digolongkan biaya langsung maupun tidak langsung untuk dokumen-dokumen yang dikirim. Biaya tersebut langsung digolongkan sebagai biaya operasional, tidak menambah biaya pengiriman dari salah satu dokumen.

Kedua, tersedianya sarana untuk penelusuran. Semakin canggihnya sarana untuk menelusuri suatu biaya maka akan semakin memperbesar kemungkinan biaya tertentu yang seharusnya dihitung berdasarkan alokasi, namun akan dapat dihitung berdasarkan penelusuran. Contohnya, pengiriman uang menggunakan amplop yang tidak mudah sobek dan bahannya sangat kuat. Amplop jenis ini nilainya mahal. Karena jumlahnya material maka akan diusahakan dijadikan biaya bagi pengiriman uang tersebut. Sarana untuk

menelusurinya tersedia melalui komputer, yaitu penggunaan tombol *search* (pencarian) untuk mencari faktur dan bukannya manual dengan membuka map arsip. Maka, dengan mudah akan ditemukan nilai pembelian amplop tersebut dan dengan cepat akan terlihat biaya satuan amplop tersebut. Biaya amplop pun akan menjadi biaya langsung pengiriman uang tersebut.

Ketiga, jenis aktivitas perusahaan. Jika perusahaan memanufaktur produk dengan bermacam-macam jenis dan menggunakan bahan-bahan yang juga berbeda-beda maka akan lebih mudah untuk menelusuri biaya produk hasil perusahaan tersebut dan menggolongkannya sebagai biaya langsung. Mengapa? Karena tidak akan ada penggunaan bahan yang sama untuk dua produk yang berbeda sehingga tidak perlunya aktivitas alokasi biaya. Contohnya, sebuah toko yang memproduksi ikatan batu cincin. Tersedia dua macam produk, yaitu ikatan perak dan baja. Kedua produk ini jelas menggunakan bahan yang berbeda. Ikatan cincin perak menggunakan bahan perak dan baja menggunakan bahan baja. Jadi, biaya bahan ikatan akan jelas untuk masing-masing produk karena tidak ada penggunaan suatu bahan bersama-sama oleh 2 produk. Biaya bahan tersebut dapat digolongkan sebagai biaya langsung. Bahan perak menjadi biaya langsung untuk ikatan perak dan bahan baja menjadi biaya langsung untuk ikatan baja.

Penggolongan suatu biaya menjadi biaya langsung atau biaya tidak langsung juga dapat tergantung dari objek biayanya. Contoh, sebuah perusahaan produsen mobil yang memiliki departemen perakitan. Perusahaan menggaji seorang pengawas untuk mengawasi jalannya aktivitas di departemen perakitan tersebut. Kita akan tentukan, apa yang menjadi objek biaya bagi biaya gaji pengawas? Jika objek biayanya adalah departemen perakitan itu sendiri maka gaji pengawas akan menjadi biaya langsung untuk Departemen tersebut. Artinya jika disajikan dalam laporan biaya total per departemen maka gaji pengawas akan tergabung dalam golongan biaya langsung di departemen tersebut. Namun, apabila objek biayanya adalah mobil yang dirakit dan perusahaan memiliki lebih dari satu jenis mobil maka gaji pengawas akan menjadi biaya tidak langsung untuk masing-masing jenis mobil dan harus ditentukan porsi biaya gaji pengawas untuk masing-masing jenis mobil dengan cara alokasi. Jadi, perusahaan harus menentukan apa yang akan dijadikan objek, yang mana biaya akan melekat padanya.

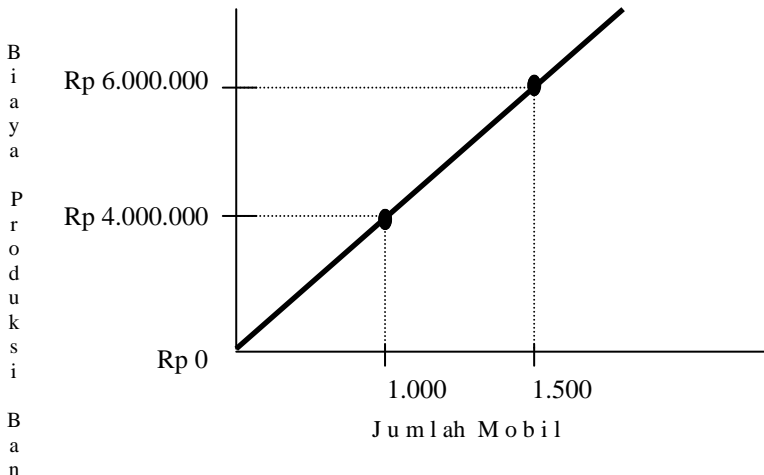
E. DEFINISI VARIABLE COST, FIXED COST, DAN SEMIVARIABLE COST

Kita telah membahas pembagian jenis biaya berdasarkan hubungannya dengan objek biaya. Tapi kita belum mempertanyakan, adakah perubahan biaya jika ada perubahan dalam kuantitas objek biaya? Pembahasan kita ini dinamakan *behavior* yang artinya bagaimana biaya *berperilaku* (bereaksi) terhadap perubahan hasil produksi. Terdapat tiga jenis biaya.

Pertama, variable cost, yang artinya 'biaya variabel'. Biaya ini cenderung berubah secara proporsional dengan perubahan dalam jumlah hasil produksi. Naik turunnya jenis biaya ini tergantung keputusan jumlah produk yang akan diproduksi.

Contoh:

Dalam proses produksi ban pada sebuah perusahaan mobil, semakin banyak mobil yang dihasilkan maka tidak terelakkan timbulnya kebutuhan akan lebih banyak ban. Jika diproduksi 1.000 mobil dalam waktu 1 bulan maka perusahaan harus memproduksi 4.000 ban. Dengan asumsi biaya untuk memproduksi 1 ban adalah Rp1.000,00 maka total biaya produksi ban adalah Rp4.000.000,00. Bagaimana jika produksi mobil meningkat menjadi 1.500 buah? Tentunya karena sebuah mobil tidak mungkin jalan tanpa ban maka perusahaan akan memproduksi 6.000 ban, dengan biaya Rp6.000.000,00. Berikut contoh ini dalam bentuk grafik:

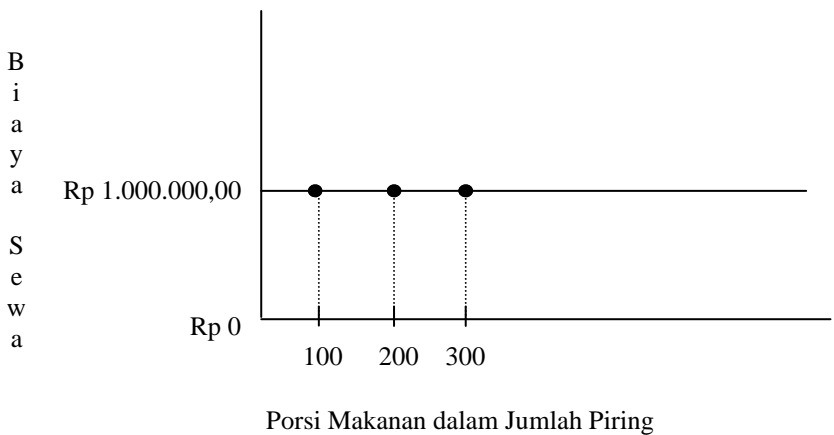


Gambar 1.2. Grafik Biaya Variabel

Penjelasan: Dari grafik, dapat Anda lihat, setiap perusahaan memutuskan untuk menaikkan jumlah mobil yang diproduksi maka biaya produksi ban pun semakin meningkat secara proporsional.

Ada hal penting yang harus Anda perhatikan. Seberapa besarnya perubahan biaya variabel, biaya per unitnya tetap sama. Pada contoh biaya ban tadi, seberapa besar peningkatan produksi yang kemudian meningkatkan biaya produksi, tetap saja biaya produksi 1 ban adalah Rp1.000,00 Jadi, pada biaya variabel yang berubah adalah *biaya total* dan tergantung dari perubahan jumlah produksi, biaya per unit *tidak* berubah.

Kini kita membahas *fixed cost*, yaitu biaya tetap. Kapan suatu biaya dapat digolongkan sebagai biaya tetap? Jika biaya tersebut tidak berubah walaupun ada perubahan dalam jumlah produksi. Contohnya, adalah biaya sewa ruko (rumah toko) oleh sebuah rumah makan, dengan jumlah misal, Rp1.000.000,00 per bulan. Seberapa banyak makanan dan minuman yang diproduksi untuk dikonsumsi pengunjung maka biaya sewa ini tidak akan berubah. Seandainya pun rumah makan tersebut sama sekali tidak menyiapkan makanan dan minuman, tetap saja biaya sewa harus dibayar dan jumlahnya tidak akan berubah. Berikut contoh ini dalam bentuk grafik berikut.



Gambar 1.3. Grafik Biaya Tetap

Penjelasan: Dari grafik dapat dilihat, seberapa banyak jumlah porsi makanan yang dijual oleh restoran, biaya sewa tidak akan meningkat atau berkurang. Biaya sewa tidak memiliki hubungan langsung dengan jumlah porsi makanan yang disajikan.

Terdapat satu syarat dalam penilaian kita tetap tidaknya suatu biaya, yaitu kita harus menilainya berdasarkan jumlah total biaya, dan bukannya biaya per unit. Ini berbeda dengan biaya variabel yang secara total berubah dengan perubahan produksi, namun biaya per unitnya tetap. Untuk biaya tetap, kebalikan dari biaya variabel dalam jumlah total tidak berubah, namun jika dihitung per unit maka ada perubahan.

Dengan kembali menggunakan contoh rumah makan, dalam jumlah total biaya sewa per bulan adalah Rp1.000.000,00. Kini, kita hendak menentukan nilai biaya tetap per unit. Biaya tetap per unit adalah berapa biaya tetap yang harus ditanggung per 1 unit hasil produksi. Misalkan, rumah makan menyiapkan 500 porsi setiap bulannya. Maka, biaya tetap yang harus ditanggung per 1 porsi makanan adalah Rp2.000,00 ($\text{Rp}1.000.000,00/500$ porsi). Jika rumah makan meningkatkan porsi per bulannya menjadi 750 porsi maka biaya tetap yang harus ditanggung per 1 porsi makanan menjadi Rp1.333,00 yang berarti menurun dibandingkan dengan 500 porsi. Kita menyebut penurunan ini dengan istilah *economic of scale*, yaitu *semakin banyak produk yang dihasilkan maka akan semakin rendah biaya tetap yang harus ditanggung per produk*. Jadi, sudah jelas bahwa ada perubahan biaya tetap per unit seiring dengan perubahan jumlah produksi. Oleh karena itu, suatu biaya disebut biaya tetap jika *total biaya* tersebut tidak berubah dengan adanya perubahan produksi.

Suatu biaya menjadi biaya tetap bukan berarti biaya tersebut secara inheren (kodratnya) memang tetap. Begitu juga dengan variabel. Suatu biaya menjadi variabel atau tetap juga dapat tergantung dari keputusan perusahaan. Contohnya, gaji karyawan ada sebuah perusahaan botol parfum. Perusahaan dapat menentukan pola penggajiannya dan terdapat dua alternatif. *Pertama*, karyawan digaji berdasarkan kemampuan mereka untuk memproduksi seberapa banyak botol untuk dijadikan tempat parfum. Semakin banyak maka gaji pun semakin meningkat. Jika alternatif ini yang dipilih maka biaya gaji karyawan adalah biaya variabel atau yang *kedua*, karyawan mendapatkan gaji bulanan, dengan tidak ada kaitan dengan kemampuan mereka memproduksi botol parfum. Pola penggajian ini menjadikan biaya gaji karyawan sebagai

biaya tetap. Jadi, suatu gaji tidak selamanya variabel atau tetap. Tergantung bagaimana perusahaan menentukan pola pengeluarannya.

Lalu, adakah biaya *semivariable*? Sebelum memberikan contohnya, kita artikan terlebih dahulu. Biaya ini adalah biaya yang menggabungkan biaya variabel dan tetap. Jadi, dalam satu biaya, ada *dua* unsur yang berbeda, namun tidak bertentangan satu dengan yang lainnya. Contoh yang paling jelas adalah biaya telepon.

Contoh:

Penyedia jasa telepon (seperti Telkom) mengharuskan Anda membayar biaya bulanan (abonemen), terlepas Anda pernah melakukan panggilan atau tidak. Penggunaan telepon tersebut juga mengharuskan Anda membayar sejumlah pemakaian pulsa Anda. Semakin banyak melakukan panggilan maka biaya pun akan semakin besar. Jadi, ada dua jenis biaya. Jumlah tagihan abonemen berupa biaya tetap dan tagihan pemakaian berupa biaya variabel. Karena mengandung dua jenis biaya dalam waktu yang bersamaan maka biaya telepon disebut biaya semivariabel.

Lalu, mengapa disebut biaya semivariabel dan bukannya semitetap? Menurut pendapat pribadi penulis, ini karena suatu biaya erat dengan suatu aktivitas yang menimbulkan biaya tersebut. Biaya tetap berupa abonemen menunjukkan, Anda pernah menggunakannya atau tidak, biaya tersebut tetap muncul. Jadi, tidak adanya suatu kepastian akan berjalannya suatu aktivitas. Namun, biaya variabel berupa penggunaan telepon menunjukkan dengan jelas adanya aktivitas yang memunculkan biaya. Oleh karena itu, lebih tepat biaya telepon menggunakan istilah biaya semivariabel.

F. DEFINISI *COST DRIVER*

Sesuatu disebut sebagai *cost driver* jika ia mengakibatkan munculnya biaya. Contohnya, pada perusahaan yang memproduksi kendaraan. Memproduksi kendaraan dalam jumlah besar jelas memunculkan biaya dan dalam jumlah yang besar pula. Namun, mana yang kita dapat sebut sebagai *cost driver* sehingga perusahaan harus mengeluarkan biaya untuk produksi? *Cost driver* pada contoh ini adalah *aktivitas* memproduksi kendaraan. Perusahaan memutuskan untuk memproduksi kendaraan yang mana membutuhkan biaya. Apa yang membutuhkan biaya? Produksi kendaraan. Apa yang memicu munculnya biaya produksi? Yaitu aktivitas memproduksi

kendaraan. Semakin banyak kendaraan yang akan diproduksi semakin meningkatkan biaya produksi, sedangkan kendaraan yang diproduksi tersebut adalah objek biaya. Mari kita bahas contoh lainnya.

Contoh:

Anda menggunakan jalan tol untuk mencapai tujuan Anda. Biaya tol akan dikenakan pada Anda. Dalam contoh ini, mana yang dapat disebut sebagai *cost driver*? Apakah mobil Anda? Atau mungkin keberadaan penjaga gerbang tol yang menerima uang dari Anda? Jika Anda perhatikan, mengapa Anda dikenakan biaya untuk menggunakan jalan tol? Karena Anda membayar kelancaran perjalanan Anda dengan memasuki jalan tol. Apakah Anda harus menggunakan tol? Tidak, jalan biasa pun bisa. Jadi, apa yang mengakibatkan Anda harus mengeluarkan uang? Aktivitas penggunaan jalan tol itulah yang menjadikan Anda harus mengeluarkan uang. Jadi, *cost driver*-nya adalah aktivitas penggunaan jalan tol, sedangkan objek biayanya adalah jalan tol itu sendiri.

G. DEFINISI *RELEVANT RANGE*

Kita telah membahas perilaku biaya variabel yang berubah secara proporsional dengan perubahan jumlah produksi. Kaitannya dengan istilah *relevant range*, istilah ini dapat kita artikan sebagai suatu rentang atau area, di mana hanya pada rentang ini, biaya akan berubah secara proporsional seiring dengan perubahan jumlah produksi. Di luar area ini, perubahan biaya tidak lagi proporsional. Contohnya sebagai berikut.

Contoh:

Sebuah toko roti memiliki target produksi roti keju sebanyak 50 buah dalam waktu 1 hari. Untuk memenuhi target tersebut maka toko tersebut harus membeli bahan roti keju, misalnya keju dalam jumlah 1 kg. Untuk bulan-bulan lainnya, produksi terendahnya adalah 42 roti dan terbesarnya adalah 72 roti. Dalam rentang ini, setiap ada perubahan produksi roti keju maka biaya akan berubah secara proporsional. Misal, dengan jumlah produksi roti keju sebanyak 42 buah maka jumlah keju yang dibeli pun menjadi $\frac{3}{4}$ kg, yang mengakibatkan biaya pembelian keju pun menurun secara proporsional. Begitu juga jika mencapai target produksi terbesar, yaitu 72 buah.

Namun, apa yang akan terjadi jika toko menaikkan target produksinya sebanyak 100 buah roti keju dalam waktu 1 hari? Apakah kemudian biaya pembelian keju akan melonjak naik? Belum tentu. Benar, biaya pembelian keju akan naik, tapi mungkin tidak secara proporsional dengan kenaikan jumlah produksi. Besar kemungkinan penyebabnya adalah pemasok keju memberikan diskon pembelian yang besar jika toko membeli keju dalam jumlah besar. Jadi, tatkala toko memiliki target 100 buah roti dan membeli keju dalam kuantitas yang cukup besar maka target 100 buah roti menjadikannya mendapatkan diskon pembelian dari pemasok keju.

Hal yang sama jika kebalikannya jika produksi di bawah 42 buah maka pemasok keju akan memberikan harga keju yang mahal karena kecilnya nilai pembelian. Maka kenaikan atau penurunan volume produksi belum tentu seiring dengan kenaikan atau penurunan secara proporsional biayanya. Jadi, dalam contoh ini yang menjadi batas bawah dan atas *relevant range* ini adalah biaya bahan mentah. Selama dalam rentang ini, perubahan biaya terjadi secara proporsional dengan perubahan volume (jumlah) produksi.

H. KOMBINASI ANTARA BIAYA LANGSUNG DAN BIAYA TAK LANGSUNG, DENGAN BIAYA VARIABEL DAN BIAYA TETAP

Satu macam biaya dapat memiliki dua jenis golongan yang berbeda. Contohnya, biaya yang digolongkan sebagai biaya langsung juga dapat digolongkan sebagai biaya variabel. Berikut penjelasannya, dengan menggunakan contoh perusahaan percetakan buku yang memiliki mesin cetak dan menyewa sebuah ruangan untuk mencetak. Objek biayanya adalah buku dengan Judul A.

1. Kombinasi Pertama

Biaya Langsung dan Biaya Variabel : Biaya Kertas untuk Cetak

Biaya pembelian kertas memiliki hubungan langsung dengan buku A karena kertas merupakan unsur terpenting dalam sebuah buku. Penggunaan kertas akan semakin meningkat seiring dengan peningkatan jumlah eksemplar buku yang akan dicetak.

2. Kombinasi Kedua

Biaya Langsung dan Biaya Tetap : Biaya Gaji Operator Mesin Cetak

Gaji operator mesin cetak memiliki hubungan langsung dengan buku A karena perusahaan dengan jelas dapat menghitung jumlah jam atau hari yang dihabiskan operator mesin yang diperlukan untuk mencetak buku A. Biaya gaji ini juga tetap setiap bulannya dan tidak berubah jika ada perubahan dalam jumlah produksi.

3. Kombinasi Ketiga

Biaya Tak Langsung dan Biaya Variabel : Biaya Pemakaian Listrik

Biaya pemakaian listrik tidak memiliki hubungan langsung dengan buku A karena tidak mudah menelusuri nilai kontribusi listrik terhadap penciptaan produk. Tapi, biaya pemakaian listrik akan meningkat jika aktivitas mencetak meningkat, lebih-lebih jika ada lembur.

4. Kombinasi Keempat

Biaya Tak Langsung dan Biaya Tetap : Biaya Sewa Bulanan Ruang Cetak

Biaya sewa ini memiliki kontribusi terhadap penciptaan produk, namun tidak mudah untuk menghitung berapa kontribusinya. Biaya ini juga tidak akan berubah walaupun tidak ada kegiatan mencetak sama sekali.

I. DEFINISI TOTAL COST DAN UNIT COST

Berdasarkan jumlahnya, penggolongan biaya dibagi menjadi dua, yaitu *total cost*, yang artinya biaya total dan *unit cost* yang artinya biaya per unit.

Biaya total adalah jumlah keseluruhan biaya suatu objek biaya. Seluruh biaya yang berkaitan dengan pengeluaran atas suatu objek biaya, dijumlahkan untuk mendapatkan nilai totalnya. Contohnya, biaya untuk memproduksi mesin cetak. Seluruh biaya yang berkaitan dengan proses penciptaan mesin cetak hingga siap dipakai, dijumlahkan untuk mendapatkan total biayanya. Mengapa kita perlu mengetahui biaya total suatu produk? Ada dua alasan penting, yaitu sebagai berikut.

Pertama, untuk penilaian persediaan. Bagi, misalnya perusahaan yang memproduksi mesin cetak, sebelum terjual, mesin tersebut akan disimpan terlebih dahulu dan menjadi persediaan perusahaan. Semakin banyak mesin cetak yang diproduksi maka semakin banyak mesin cetak yang disimpan

hingga terjual nanti. Perusahaan perlu mengetahui berapa nilai produk yang telah dihasilkan, namun belum terjual. Dengan kata lain, perusahaan perlu mengetahui nilai persediaannya. Ini dapat dicapai dengan perusahaan mengetahui berapa biaya total per produknya, yang kemudian dijumlahkan dengan biaya total produk lain sehingga akan mencapai angka yang menunjukkan nilai biaya total seluruh produk dalam persediaan. Lebih jauhnya, informasi biaya total dapat membantu perusahaan menganalisis mengapa, misalnya nilai persediaannya lama sekali pengurangannya yang berarti produk membutuhkan waktu lama untuk terjual.

Kedua, untuk penentuan biaya per unit (*unit cost*), yaitu biaya yang dikeluarkan untuk menciptakan satu unit produk. Perusahaan perlu mengetahui biaya per unit jika produksinya menghasilkan produk sejenis dalam jumlah massal. Jika perusahaan memanufaktur produk tidak dalam jumlah massal maka biaya per unit produk tersebut mudah untuk ditentukan.

Contoh:

Misalnya, perusahaan yang bergerak di bidang furnitur *handmade* (buatan tangan). Produk ini dihasilkan dalam jumlah satuan dan tidak dalam jumlah massal karenanya biaya total furnitur *sama* dengan biaya per unitnya. Tidak ada biaya yang dikeluarkan untuk lebih dari 1 produk. Seluruh biaya yang dikeluarkan diperuntukkan bagi proses produksi *satu* furnitur tersebut. Ini berbeda dengan perusahaan yang menghasilkan produk secara massal. Biaya-biaya yang dikeluarkan bukan hanya untuk satu produk, namun untuk banyak produk. Lalu, bagaimana cara menghitungnya?

Biaya per unit didapat dengan cara biaya total untuk memproduksi sejumlah produk dibagi dengan jumlah produk yang dihasilkan. Contohnya, pada perusahaan penerbitan buku. Untuk mencetak Judul A, misalnya banyak melibatkan biaya, dari biaya kertas hingga biaya plastik pembungkus buku. Biaya-biaya ini bukan untuk menghasilkan Judul A dalam jumlah satu buku, melainkan untuk *banyak* buku, misalnya 1.000 buku. Jadi, perusahaan perlu mengetahui berapa biaya yang dibutuhkan untuk memproduksi satu buku. Caranya, biaya total dibagi dengan jumlah buku yang dicetak yang menghasilkan nilai biaya per unit. Kini pertanyaannya, untuk apa perusahaan mengetahui biaya per unit?

Tujuan yang paling utama adalah penentuan laba suatu produk. Ini dapat dicapai dengan penentuan harga yang tepat untuk menghasilkan laba yang diinginkan. Seperti yang telah kita ketahui, laba adalah harga jual dikurangi

biaya. Kesalahan dalam perhitungan biaya dapat menghasilkan kesalahan dalam penentuan harga yang mengakibatkan tidak tercapainya laba yang telah ditargetkan. Biaya per unit suatu mesin cetak, misalnya akan menentukan berapa harganya yang tepat sehingga jumlah laba yang diinginkan dapat tercapai. Oleh karena itu, kita dapat menilai seberapa penting nilai biaya per unit bagi perusahaan.

Biaya per unit juga disebut dengan istilah *average cost* (biaya rata-rata). Dengan perhitungan, dapat kita lihat bahwa nilai biaya per unit *sama* dengan biaya rata-rata.

Contoh:

Biaya untuk memproduksi sebuah kendaraan motor adalah Rp5.000.000,00. Ini adalah biaya per unit kendaraan motor. Misalkan, jumlah kendaraan motor yang diproduksi sebanyak 1.000 buah. Lalu, bagaimana cara menghitung nilai biaya rata-rata? Yaitu, biaya total dibagi dengan jumlah kendaraan yang diproduksi. Biaya total didapatkan dengan mengalikan biaya per unit dengan jumlah produksi, yang berarti $\text{Rp}5.000.000,00 \times 1.000 \text{ buah} = \text{Rp}5.000.000.000,00$ (Lima miliar rupiah). Kemudian $\text{Rp}5.000.000.000,00$ dibagi dengan jumlah produksi, yaitu 1.000 buah dengan hasil $\text{Rp}5.000.000,00$. Ini adalah nilai biaya rata-rata dan sama dengan nilai biaya per unit.

J. BIAYA DALAM PERUSAHAAN MANUFAKTUR

Sebelum kita memasuki pembahasan jenis biaya dalam perusahaan manufaktur, terlebih dahulu kita akan membahas dua hal penting, yaitu jenis perusahaan dan jenis persediaan dalam perusahaan manufaktur.

Perusahaan terbagi menjadi tiga jenis sebagai berikut.

1. Perusahaan Manufaktur

Perusahaan ini menghasilkan produk, dengan melalui proses produksi, dari bahan mentah hingga menghasilkan produk siap untuk dijual. Keakuratan perhitungan biaya sangatlah penting, mengingat sebuah produk pasti melibatkan lebih dari satu macam biaya untuk memproduksinya. Perusahaan ini harus mencatat seluruh biaya yang berkaitan dengan produknya dan menentukan jumlah biaya yang diperlukan untuk menciptakan

suatu produk. Persediaannya ada tiga jenis, yang nanti akan dibahas. Contoh perusahaan manufaktur adalah penerbit buku.

2. Perusahaan Dagang

Perusahaan ini membeli barang yang kemudian akan dijual kembali. Tidak ada proses penciptaan di dalam perusahaan ini. Proses yang ada berupa pembelian barang jadi untuk dijual kembali. Umumnya perusahaan ini tidak perlu lagi mengolah barang yang dibelinya dan dapat langsung menjualnya kembali. Biaya yang berkaitan dengan produk yang perlu dicatat adalah biaya pembelian barang jadi, ditambah dengan biaya-biaya yang dikeluarkan agar barang jadi ini dapat dijual kembali. Persediaannya hanya berupa barang jadi yang akan dijual kembali. Contoh perusahaan dagang adalah pasar swalayan (supermarket).

3. Perusahaan Jasa

Perusahaan ini tidak menghasilkan suatu produk dan juga tidak membeli barang yang akan dijual kembali. Aktivitas perusahaan ini adalah pelayanan (servis) kepada konsumen. Pelayanannya bukan dalam bentuk produk nyata, namun berupa jasa yang diperlukan konsumen. Biaya-biaya yang dikeluarkan adalah biaya-biaya yang diperlukan untuk dapat memberikan pelayanan kepada konsumen. Perusahaan jenis ini tidak memiliki persediaan untuk produknya karena tidak ada produk nyata (konkret) yang dapat disimpan. Contoh perusahaan jasa adalah stasiun televisi.

Kini kita akan membahas jenis-jenis persediaan dalam *perusahaan manufaktur*, yang terbagi menjadi tiga sebagai berikut.

1. Persediaan Bahan Mentah

Ini adalah persediaan yang berisikan seluruh bahan yang diperlukan perusahaan untuk menciptakan suatu produk. Bahan-bahan ini disimpan dan siap untuk digunakan dalam proses produksi. Contohnya, pada perusahaan percetakan koran. Persediaan bahan mentahnya meliputi tinta cetak, kertas cetak, pelumas, dan barang lainnya. Persediaan ini dalam bahasa Inggris dinamakan *direct materials inventory*. Perhatikan adanya penggunaan kata-kata *direct*, yang berarti bahan-bahan mentah yang berkaitan *langsung* dengan produksi dan akan digunakan untuk menciptakan suatu produk. Contohnya, kertas cetak pada proses penciptaan koran. Jadi, diperuntukkan

hanya untuk bahan mentah yang kontribusinya *jelas terlihat* dalam penciptaan produk. Bahan mentah akan diolah dan memasuki bentuk yang baru, yaitu produk setengah jadi.

2. Persediaan Produk Setengah Jadi

Produk ini belum selesai diproses oleh perusahaan. Belum selesai bukan berarti ada masalah dalam proses produksi. Penciptaan sebuah produk membutuhkan waktu dan tahap-tahap yang sistematis. Tidak mungkin dalam sekejap akan tercipta sebuah produk. Perusahaan mencatat seluruh biaya dalam tahap-tahap produksinya dan karena bertahap maka pasti akan ada tahap di mana sebuah produk sedang diproduksi. Perusahaan perlu mengetahui seberapa besar nilai produknya yang dalam proses penciptaan dan sedang berada di tahap mana. Ini membantu perusahaan untuk menentukan kecepatan produksinya dan mengetahui keadaan terkini proses produksinya. Dalam bahasa Inggris dinamakan *work in process inventory*. Terkadang juga menggunakan istilah *work in progress inventory*, yang pada dasarnya sama artinya. Contohnya, produksi mobil yang baru pada tahap pemasangan ban dan belum komponen untuk interiornya. Setelah selesai proses produksi maka akan memasuki persediaan produk jadi.

3. Persediaan Produk Jadi

Ini merupakan persediaan produk setengah jadi yang telah sempurna menjadi produk siap untuk dijual. Dalam bahasa Inggris dinamakan *finished goods inventory*. Contohnya, sebuah mobil yang sempurna komponennya dan siap untuk dipasarkan.

Setelah membahas jenis perusahaan dan jenis-jenis persediaan dalam perusahaan manufaktur, kini kita akan memasuki pembahasan istilah umum bagi biaya-biaya yang terdapat pada perusahaan manufaktur. Terdapat tiga istilah biaya sebagai berikut.

1. *Direct Material Cost*

Ini adalah biaya pembelian bahan mentah yang akan digunakan dalam proses produksi perusahaan. Namun, bukan hanya nilai pembelian, tapi termasuk juga biaya-biaya pasca pembelian yang dikeluarkan agar bahan mentah tersebut siap untuk digunakan. Contohnya adalah biaya untuk mendatangkan bahan mentah ke lokasi produksi dan biaya pembelian kertas

pada perusahaan penerbit buku. Lalu apakah semua bahan mentah masuk dalam kategori *direct material cost*?

Tidak semua. Bahan mentah yang digunakan dalam proses produksi, tapi tidak memiliki hubungan *langsung* (makna hubungan langsung telah dibahas di bagian biaya langsung dan tak langsung) dengan produk yang akan dimanufaktur maka tidak termasuk golongan biaya ini. Mengapa? Tidak berhubungan langsung berarti, bahan mentah A, misalnya memiliki dua kemungkinan. *Kemungkinan pertama*, sulit untuk menarik benang merah antara bahan mentah dengan produk.

Contoh:

Misalnya, biaya air untuk campuran semen dalam proses pembangunan suatu rumah. Jelas air merupakan bahan mentah yang sangat penting dalam pembangunan rumah tersebut. Namun, tidaklah mudah untuk menghitung persentase penggunaan air untuk rumah tersebut. Haruskah perusahaan properti (pembangun rumah) mencatat dengan detail berapa jam penggunaan air dalam waktu satu hari? Atau mencatat total volume air yang digunakan untuk proses pencampuran semen tersebut? Jelas aktivitas semacam ini bukan hanya menghabiskan waktu (*time consuming*), tapi juga tidak sepadan dengan manfaat yang didapat jika dibandingkan dengan usaha untuk menghitungnya. Jadi, dengan cara apa? Dengan cara alokasi (*allocation*), yang akan dibahas lebih rinci di Modul 3. *Kemungkinan kedua*, nilai bahan mentah tersebut tidak material. Dengan kata lain, biaya untuk membeli bahan mentah tersebut tidaklah cukup besar dalam perhitungan perusahaan sehingga harus dicatat penggunaannya.

2. Direct Manufacturing Labor

Ini adalah biaya tenaga kerja yang dengan jelas dapat ditelusuri hubungannya dengan bahan mentah yang diolahnya. Contohnya, pada toko furnitur. Pesanan untuk meja A, misalnya melalui beberapa tahap dalam pengerjaannya. Biaya yang dikeluarkan toko untuk menggaji tukang serut kayu, dalam tahap penyerutan, digolongkan sebagai biaya tenaga kerja langsung. Contoh lainnya adalah gaji karyawan bagian pemasangan ban mobil yang sedang diproduksi.

Bagaimana dengan biaya gaji lembur untuk karyawan di bagian pemasangan ban tersebut? Apakah gaji karyawan di waktu lembur juga termasuk biaya tenaga kerja langsung? Tidak. Mengapa? Perusahaan

memberikan gaji kepada karyawan untuk bekerja di rentang waktu yang produktif bagi tenaga kerja, yang umumnya dari pagi hingga sore. Gaji karyawan tidak meliputi waktu lembur, yang berarti di luar waktu produktif. Begitu juga sebaliknya jika ternyata ada waktu menganggur bagi karyawan, berarti porsi gaji untuk waktu yang kosong tersebut bukanlah termasuk biaya tenaga kerja langsung karena di luar rentang waktu yang produktif. Walaupun, misalnya lembur hanya untuk satu jenis produk yang berarti biaya gajinya jelas untuk produk tersebut, namun tetap yang dianggap biaya tenaga kerja langsung adalah biaya kerja karyawan di waktu kerja produktif. Oleh karena itu, biaya tenaga kerja di waktu lembur dan kosong (menganggur) masuk ke dalam golongan berikutnya, yaitu *indirect manufacturing cost*.

3. *Indirect Manufacturing Cost*

Indirect Manufacturing Cost adalah biaya yang memerlukan alokasi dalam menentukan porsinya yang terpakai dalam proses produksi. Contohnya, biaya listrik dan biaya air. Juga termasuk biaya bahan mentah yang tidak langsung (*indirect material cost*), seperti contoh penggunaan air dalam proses pencampuran semen dan biaya tenaga kerja tidak langsung (*indirect manufacturing labor cost*), seperti contoh gaji pengawas pada departemen perakitan mobil yang bertugas mengawasi jalannya perakitan, bukan hanya satu, namun lebih dari satu produk mobil. Dalam bahasa Inggris, sering disebut juga *manufacturing overhead cost* atau *factory overhead cost*, yang artinya sama saja.

K. DEFINISI *INVENTORIAL COST* DAN *PERIOD COST*

Inventoriable cost adalah biaya yang tatkala dikeluarkan bukan digolongkan sebagai pengeluaran yang kelak akan mengurangi nilai penjualan. Justru jumlah dalam biaya ini digolongkan sebagai aset perusahaan yang kelak akan menjadi produk untuk dipasarkan. Contoh yang paling jelas adalah biaya bahan mentah dan seluruh biaya produksi lainnya. Pengeluaran ini bertujuan untuk menciptakan suatu produk yang kelak akan dijual dan menghasilkan keuntungan bagi perusahaan, bukan menjadi biaya yang ditanggung perusahaan. Biaya bahan mentah akan digabungkan dengan biaya-biaya produksi lainnya dan menghasilkan nilai biaya total sebuah produk yang disebut dengan Harga Pokok Produksi. Dalam bahasa Inggris, istilah ini berbunyi *cost of goods manufactured (COGM)*. Nilai ini berasal

dari WIP yang telah selesai dikerjakan dan menjadi produk jadi. Kemudian nilai ini akan menambah nilai persediaan produk jadi perusahaan. Lalu bagaimana penyajian biaya ini dalam laporan? Biaya ini akan disajikan sebagai aset perusahaan di laporan Neraca dengan Akun Persediaan. Mengapa? Pengeluaran ini bukan bersifat jangka pendek dan mendukung penjualan produk yang sudah ada. Pengeluaran ini adalah investasi perusahaan dalam bentuk produk yang kelak akan tergantikan oleh pengembalian investasi tersebut, berupa keuntungan, setelah produk berhasil dijual.

Untuk perusahaan dagang, biaya yang digolongkan sebagai *inventoriable cost* adalah biaya untuk membeli barang jadi yang kelak akan dijual kembali. Pembelian ini bukan menjadi biaya dan mengurangi penjualan, justru pembelian yang akan menghasilkan keuntungan tatkala barang jadi tersebut mulai terjual.

Bagi kedua perusahaan, baik manufaktur maupun dagang, persediaan harus diakui sebagai biaya sesuai dengan jumlah yang terjual. Perusahaan mencatatnya sebagai biaya, yaitu dengan mengubah nilai persediaan yang telah terjual tersebut menjadi Harga Pokok Penjualan (*cost of goods sold*). Perusahaan mengakui persediaan yang telah terjual sebagai biaya untuk mengetahui nilai laba kotor dalam setiap transaksi penjualan, yaitu selisih antara nilai penjualan dengan biaya pembelian produk (untuk perusahaan dagang) atau biaya manufaktur produk (untuk perusahaan manufaktur). Pengakuan ini juga bertujuan untuk memantau perubahan dalam nilai persediaan produk jadi (*finished goods*).

Sedangkan untuk perusahaan jasa karena setiap biaya yang dikeluarkan adalah pengeluaran untuk mendukung penjualan dan bukannya penciptaan produk maka dalam jenis perusahaan ini tidak dikenal istilah *inventoriable cost*. Lagi pula, di dalam perusahaan jasa tidak ada persediaan barang dagang karena yang ditawarkan kepada konsumen, bukanlah sebuah produk, namun sebuah pelayanan.

Kebalikan dari *inventoriable cost* adalah *period cost*, yaitu biaya yang mendukung penjualan di periode yang sama pengeluaran atas biaya tersebut terjadi. Biaya-biaya ini berupa biaya nonproduksi dan pengeluaran umum. Contohnya, biaya promosi. Biaya ini tidak menghasilkan produk, namun mendukung agar produk dapat terjual dan tidak mendukung penjualan di periode berikutnya, melainkan hanya untuk periode yang berjalan. Oleh karena itu, biaya ini setelah mendukung penjualan akan dicari selisihnya

dengan penjualan, untuk menghasilkan nilai keuntungan. Jadi, biaya ini tidak menghasilkan aset bagi perusahaan.

L. LAPORAN HARGA POKOK PRODUKSI

Kita telah membahas berbagai macam biaya produksi dan juga macam-macam persediaannya. Kini, untuk lebih jelasnya, akan disajikan dalam bentuk laporan. Laporan pertama adalah Laporan Harga Pokok Produksi dan disajikan dalam dua bahasa agar mudah dimengerti. Kemudian akan ada penjelasan lengkapnya.

(Dalam bahasa Inggris)

XYZ Company
Schedule of Cost of Goods Manufactured
For the month ended in January 31, 2004

Direct materials:

| | |
|---|---------------------|
| <i>Beginning inventory, January 1, 2004</i> | <i>xxx</i> |
| <i>(+) Purchase of direct materials</i> | <u><i>xxx</i></u> |
| <i>= Cost of direct materials available for use</i> | <i>xxx</i> |
| <i>(-) Ending inventory, January 31, 2004</i> | <u><i>(xxx)</i></u> |

Direct materials used

(+) Direct manufacturing labor ***xxx***

(+) Indirect manufacturing cost:

| | |
|-------------------------------------|-------------------|
| <i>Indirect materials</i> | <i>xxx</i> |
| <i>Indirect manufacturing labor</i> | <i>xxx</i> |
| <i>Heat</i> | <i>xxx</i> |
| <i>Water</i> | <u><i>xxx</i></u> |

Total indirect manufacturing cost ***xxx***

Total manufacturing cost ***xxx***

(+) Beginning work in process (WIP), Januari 01, 2004 *xxx*

= Work in process to be completed *xxx*

(-) Ending work in process (WIP), Januari 31, 2004 *(xxx)*

= Cost of goods manufactured (COGM) ***xxx***

(Dalam bahasa Indonesia)

Perusahaan XYZ
Laporan Harga Pokok Produksi
Untuk bulan Januari 2004

| | | |
|---|--|-------------------|
| Bahan mentah | | |
| Persediaan awal, 01 January 2004 | | xxx |
| (+) Pembelian bahan mentah | | <u>xxx</u> |
| Jumlah bahan mentah yang bisa digunakan | | xxx |
| (-) Persediaan akhir, Januari 31 2004 | | <u>(xxx)</u> |
| Biaya bahan mentah yang digunakan | | |
| (+) Biaya Tenaga Kerja | | xxx |
| (+) Biaya Overhead: | | xxx |
| Bahan mentah tidak langsung | | xxx |
| Tenaga kerja tidak langsung | | xxx |
| Listrik | | xxx |
| Air | | <u>xxx</u> |
| Total Biaya Overhead | | <u>xxx</u> |
| Total Biaya Manufaktur | | xxx |
| (+) Persediaan setengah jadi, 01 Januari 2004 | | <u>xxx</u> |
| = Persediaan setengah jadi yang siap diproses | | xxx |
| (-) Pekerjaan dalam proses, 31 Januari 2004 | | <u>(xxx)</u> |
| = Harga Pokok Produksi | | xxx |

Penjelasan laporan tersebut akan kita bahas dengan mengambil contoh penciptaan *satu* jenis produk. Oleh karena itu, Laporan Harga Pokok Produksi di atas adalah untuk satu jenis produk dan bukan banyak produk. Misalkan, mobil A pada perusahaan produsen mobil. Dalam laporan tersebut, terdapat langkah-langkah untuk menyusunnya, yaitu sebagai berikut

1. Langkah Pertama

Kita memulainya dengan *bahan mentah*. Perusahaan perlu mengetahui seberapa banyak bahan mentah yang digunakan dalam produksi, misalkan selama bulan Januari 2004. Perusahaan perlu memperhitungkan persediaan bahan mentah yang masih ada. *Pertama*, perusahaan menentukan berapa banyak bahan mentah yang ada pada awal Januari 2004 (sisa dari 31 Desember 2003). Lalu, apakah perusahaan sepanjang bulan Januari pernah

menambah persediaan bahan mentah dengan membeli bahan mentah tersebut? Jika ya maka jumlah persediaan bahan mentah yang bisa digunakan adalah persediaan awal dijumlahkan dengan penambahan bahan mentah tersebut. Lalu, seberapa banyak sebenarnya bahan mentah yang digunakan? Perusahaan akan melihat berapa yang tersisa di akhir Januari. Jumlah bahan mentah yang bisa digunakan dikurangi dengan persediaan akhir tersebut. Jadi, bahan mentah yang ada dikurangi dengan sisa yang ada. Ini akan menunjukkan hasil berupa bahan mentah yang digunakan. Inilah biaya bahan mentah langsung (*direct material cost*) yang dikeluarkan perusahaan.

2. Langkah Kedua

Perusahaan kini menentukan seberapa banyak pengeluaran untuk menggaji karyawan yang mengolah bahan mentah. Dengan kata lain, berapa biaya gaji yang dikeluarkan perusahaan? Namun, bukan seluruh gaji karyawan yang ada, melainkan yang mempunyai hubungan yang langsung dengan produk yang diolah. Oleh karena itu, disebut biaya tenaga kerja langsung (*direct manufacturing labor cost*).

3. Langkah Ketiga

Kemudian, perusahaan menentukan seberapa kontribusi biaya-biaya tidak langsung terhadap penciptaan produk. Biaya-biaya ini dikeluarkan untuk mendukung aktivitas produksi, namun memberikan manfaat untuk banyak produk dan tidak untuk satu produk tertentu. Contohnya, listrik. Biaya untuk pemakaian listrik bermanfaat untuk banyak produk. Juga biaya satuan pengamanan (satpam), misalnya. Keberadaan satpam ini menjaga keamanan dalam proses produksi. Namun, jelas sulit mengetahui berapa kontribusinya untuk tiap-tiap produk. Ini yang dinamakan biaya tenaga kerja tak langsung (*indirect manufacturing labor cost*).

4. Langkah Keempat

Jumlahkan biaya bahan mentah, tenaga kerja, dan biaya-biaya tidak langsung yang akan menghasilkan total biaya manufaktur. Apakah cukup kita mengetahui cukup sampai biaya ini? Tidak. Kita mengingat bahwa dalam perusahaan manufaktur diakui persediaan pekerjaan dalam proses (*work in process*). Kita perlu memperhitungkan produk setengah jadi ini untuk menentukan berapa nilai produk yang siap untuk masuk gudang sebagai persediaan produk jadi (*finished goods*).

5. Langkah Kelima

Nilai biaya total bukan berarti penciptaan produk telah selesai. Perusahaan telah menentukan berapa biaya-biayanya, namun proses produksi masih berjalan. Bakal produk dengan biaya total yang sudah diketahui ini akan mulai diolah menjadi produk setengah jadi. Ini menambah nilai persediaan awal *work in process* (WIP), yaitu 01 Januari 2004. Mengapa? Karena produk setengah jadi yang harus diolah jumlahnya bertambah dengan adanya penambahan, sebesar nilai bakal produk tersebut. Setelah dijumlahkan, perusahaan akan mengetahui seberapa besar nilai WIP, yaitu persediaan setengah jadi yang akan diproses di bulan Januari. Lalu, nilai WIP ini dikurangi dengan sisa WIP yang ada di akhir Januari, yang hasilnya menunjukkan berapa produk yang sudah jadi dan bukan lagi persediaan setengah jadi. Perusahaan pun akan mendapatkan nilai berupa biaya produk yang menambah nilai persediaan produk jadi (*finished goods*), yaitu COGM atau harga pokok produksi. Anda tidak akan menemukan akun Harga Pokok Produksi karena nilai produk yang baru selesai diproduksi langsung menambah persediaan produk jadi, melalui penambahan nilai akun Persediaan Produk Jadi. Lalu, kapan nilai ini akan menjadi harga pokok penjualan? Berikut penjelasannya dalam contoh Laporan Laba Rugi.

M. LAPORAN LABA RUGI

Setelah selesai diproduksi dan telah diketahui nilai harga pokok produksi maka produk jadi akan disimpan di dalam gudang hingga terjual nanti. Seperti yang telah kita bahas, setiap produk jadi yang terjual maka kita perlu menentukan berapa nilai biaya produk yang terjual tersebut. Karenanya, produk jadi yang terjual dicatat sebagai Harga Pokok Penjualan. Berikut contohnya dalam format laporan.

(Dalam bahasa Inggris)

XYZ Company
Income Statement
For the month ended 31 Januari 2004

| | | |
|---|---------------------|---------------------|
| Revenues | | xxx |
| <i>Cost of goods sold:</i> | | |
| <i>Beginning finished goods, Januari 1 2004</i> | <i>xxx</i> | |
| <i>(+) Cost of goods manufactured</i> | <u><i>xxx</i></u> | |
| <i>Cost of goods available for sale</i> | <i>xxx</i> | |
| <i>(-) Ending finished goods, Januari 31 2004</i> | <u><i>(xxx)</i></u> | |
| Cost of goods sold | | <u>(xxx)</u> |
| Gross margin (Gross profit) | | xxx |
| <i>Operating cost (Period cost):</i> | | |
| <i>Marketing</i> | <i>xxx</i> | |
| <i>Promotion</i> | <u><i>xxx</i></u> | |
| <i>Total operating cost</i> | | <u>(xxx)</u> |
| Operating income | | xxx |

(Dalam bahasa Indonesia)

Perusahaan XYZ
Laporan Laba Rugi
Untuk bulan Januari 2004

| | | |
|---|---------------------|---------------------|
| Pendapatan | | xxx |
| <i>Harga pokok penjualan:</i> | | |
| <i>Persediaan awal produk jadi, 1 Januari 2004</i> | <i>xxx</i> | |
| <i>(+) Harga pokok produksi</i> | <u><i>xxx</i></u> | |
| <i>Harga pokok tersedia untuk dijual</i> | <i>xxx</i> | |
| <i>(-) Persediaan akhir produk jadi, 31 Januari</i> | <u><i>(xxx)</i></u> | |
| Harga pokok penjualan | | <u>(xxx)</u> |
| Laba Kotor | | xxx |
| <i>Biaya operasional:</i> | | |
| <i>Pemasaran</i> | <i>xxx</i> | |
| <i>Promosi</i> | <u><i>xxx</i></u> | |
| <i>Total biaya operasional</i> | | <u>(xxx)</u> |
| Laba operasi | | xxx |

Nilai produk yang telah selesai diproduksi kini disimpan di gudang produk jadi. Terjadi penjualan sepanjang bulan Januari. Lalu, bagaimana kita menentukan laba hasil penjualan produk tersebut? Berikut langkah-langkahnya

1. Langkah Pertama

Kita memulainya dengan menghitung total penjualan sepanjang bulan Januari. Kita akan mendapatkan nilai *revenues* atau pendapatan. Setelah mendapatkan nilai totalnya, tentunya kita ingin menguranginya dengan biaya produk yang terjual. Langkah kedua adalah menghitung nilai harga pokok penjualan

2. Langkah Kedua

Setelah selesai produksi dan disimpan ke gudang produk jadi maka produk tersebut akan tergabung dengan produk jadi lainnya yang tersimpan di gudang. “Datangnya” produk baru ini, disebut dengan istilah *cost of goods manufactured*, namun pengakuannya dalam akuntansi, yaitu dengan menambah nilai akun Persediaan Produk Jadi. Penggunaan istilah COGM berlaku hanya untuk Laporan Biaya Produksi, bukan di pencatatan akuntansi (Lebih jelasnya mengenai penyusunan jurnal untuk biaya produksi akan Anda temukan di Modul 3). Nilai COGM akan menambah nilai produk jadi yang sudah ada sebelumnya, yaitu nilai di awal bulan (*beginning finished goods*) Penjumlahan ini akan menghasilkan total produk jadi yang siap untuk dijual (*cost of goods available for sale*). Lalu, berapa yang terjual? Jumlah yang ada kita kurangi dengan sisa yang masih ada di akhir bulan (*ending finished goods*). Nilai yang kita dapat menunjukkan seberapa banyak produk jadi yang telah terjual sepanjang bulan Januari. Kita telah mendapatkan nilai *cost of goods sold* atau harga pokok penjualan.

3. Langkah Ketiga

Kita kurangkan nilai penjualan dengan harga pokok penjualan. Untuk apa? Untuk mendapatkan nilai laba. Namun, disebutnya laba kotor (*gross margin* atau *gross profit*). Istilah kotor menunjukkan masih ada biaya-biaya lain yang belum dikurangkan dari nilai penjualan, seperti biaya operasional.

4. Langkah Keempat

Kini kita memperhitungkan biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk mendukung penjualan. Biaya ini disebut biaya operasional atau *period cost* dan umumnya terdiri dari biaya pemasaran produk dan promosi untuk memperkenalkan produk tersebut. Lalu, mengapa biaya-biaya seperti biaya listrik, air, dan telepon tidak menambah biaya operasional? Biaya-biaya ini sudah dialokasikan sesuai porsi produk yang sedang diproduksi dan sudah tergabung dalam akun Biaya *overhead*. Jadi, biaya-biaya operasional adalah biaya yang terjadi setelah produk *selesai* diproduksi. Kemudian, laba kotor dikurangi dengan biaya operasional. Kita pun akan mendapatkan laba operasi. Penggunaan kata operasi dikarenakan laba ini didapat setelah dikurangi dengan biaya operasional, yang berarti menunjukkan perusahaan sudah berhasil menutup biaya operasional dan masih mendapatkan sisa berupa laba. Namun, laba operasi belum memperhitungkan biaya-biaya depresiasi, pajak, dan biaya nonoperasional lainnya sehingga belum bisa dikatakan laba bersih.

Itulah langkah-langkah untuk menyusun Laporan Biaya Produksi dan Laporan Laba Rugi. Sebaiknya Anda membaca ulang jika ada yang belum dipahami.

N. DEFINISI *PRIME COST* DAN *CONVERSION COST*

Sebelum kita membahas definisi dua istilah biaya ini, mari kira mengingat kembali macam-macam biaya dalam sebuah perusahaan manufaktur. *Pertama*, biaya bahan mentah langsung (*direct material cost*). *Kedua*, biaya tenaga kerja langsung (*direct manufacturing labor cost*). *Ketiga*, biaya tidak langsung (*indirect manufacturing cost*). Tiga biaya ini yang tergabung dalam biaya manufaktur atau produksi. Lalu apa hubungannya dengan *prime* dan *conversion cost*?

Prime cost adalah biaya yang pengeluarannya untuk unsur-unsur utama dalam proses produksi sebuah perusahaan. Apa saja biaya-biaya utama itu? *Pertama*, biaya bahan mentah. Tanpa adanya bahan mentah maka tidak akan terciptanya produk. *Kedua*, biaya tenaga kerja. Tanpa adanya pihak yang mengolah bahan mentah maka akan selamanya menjadi bahan mentah dan tidak akan pernah tercipta produk. Dua biaya ini yang dinamakan dengan *prime cost*.

Conversion cost adalah biaya yang mengubah bahan mentah menjadi produk jadi. Ada dua jenis biaya ini. *Pertama*, biaya tenaga kerja. Ini merupakan biaya untuk mengolah bahan mentah. *Kedua*, biaya tidak langsung. Biaya-biaya ini mendukung aktivitas tenaga kerja. Contohnya, biaya listrik, air, dan telepon. Dua biaya ini yang disebut dengan *conversion cost*.

O. DEFINISI *PRODUCT COST*

Sesuai namanya, *product cost* (biaya produk) adalah jumlah dari bermacam-macam biaya yang berkaitan dengan satu jenis produk. Misalnya, produk berupa Mobil dengan merek Toyota. Maka, yang disebut dengan biaya produk adalah biaya-biaya yang berkaitan dengan mobil Toyota tersebut. Jika kita ingin memerinci, jenis biaya apa saja yang terkandung dalam biaya produk? Ini tergantung dari untuk apa pencatatan biaya produk akan digunakan. Terdapat tiga kemungkinan tujuan, yaitu sebagai berikut.

Pertama, jika perusahaan hendak menggunakannya untuk mengambil keputusan penentuan harga suatu produk maka biaya apa saja yang termasuk *biaya produk*? *Seluruh biaya*, sejak sebelum produksi (praproduksi), saat produksi hingga setelah selesai produksi (pascaproduksi). Jadi, sejak biaya desain awal produk, biaya produksi hingga biaya pemasaran dan promosi. *Seluruh biaya* ini diperhitungkan untuk mendapatkan biaya yang akurat atas suatu produk yang siap untuk dijual sehingga atas dasar biaya yang akurat dapat menentukan harga produk yang akurat pula.

Lalu jika memang untuk penentuan harga, bagaimana menentukan biaya pemasaran dan promosi, padahal kedua aktivitas ini baru akan dijalankan setelah harga produk sudah ditentukan? Dengan cara pengumpulan informasi. Perusahaan merencanakan pemasaran produk melalui jalur apa dan promosi macam apa yang akan digunakan untuk produk tersebut. Perusahaan tidak perlu memprediksi berapa biaya untuk jalur pemasaran dan promosi karena di era informasi bebas ini, seluruh informasi dapat diperoleh dan menjadi panduan dalam menentukan biaya-biaya pemasaran dan promosi sehingga biaya pemasaran dan promosi yang tertera benar-benar mencerminkan jumlah yang sebenarnya.

Kedua, jika perusahaan hendak menggunakannya untuk menentukan harga produk, dalam perjanjian transaksi dengan pemerintah. Umumnya dalam perjanjian transaksi jual beli dengan pemerintah, pihak pemerintah

mengharuskan bahwa biaya-biaya yang boleh diakui sebagai biaya suatu produk, hanyalah biaya praproduksi dan produksi. Pemerintah tidak mau menerima jika biaya pascaproduksi juga turut masuk dalam perhitungan, yang pada akhirnya dapat menggelembungkan biaya yang mengakibatkan pengembungan harga pula. Penentuan biaya yang diperbolehkan oleh pemerintah di Indonesia hanya berlaku dalam pelaporan laba rugi perusahaan untuk perhitungan pajak dan tidak berlaku untuk transaksi jual beli perusahaan dengan pemerintah. Bahkan sering kali perusahaan sengaja *mark up* (melipatgandakan) biaya sebesar-besarnya agar dapat memberikan harga yang sangat tinggi.

Ketiga, jika perusahaan hendak menggunakannya untuk penyajian nilai persediaan dalam laporan Neraca. Dalam akuntansi keuangan, terdapat sebuah kesepakatan bersama dan tertulis yang menjelaskan bagaimana menentukan metode-metode perhitungan yang bisa diterapkan dan juga nilai akun-akun perusahaan yang akan disajikan dalam laporan. Kesepakatan bersama ini disebut dengan *Generally Accepted Accounting Principles* (GAAP). Sesuai GAAP, penyajian nilai persediaan dalam laporan Neraca hanya memperbolehkan biaya manufaktur (produksi) dalam menghasilkan persediaan tersebut. Jadi, biaya nonmanufaktur tidak disertakan dalam penilaian dan penyajian persediaan. Dengan kata lain, hanya *inventoriable cost* yang diperbolehkan menjadi nilai persediaan dan biaya-biaya yang termasuk *period cost* dikeluarkan dari nilai *product cost*. Berarti, dalam akuntansi keuangan, biaya produk (*product cost*) memiliki nilai yang sama dengan *inventoriable cost*.

Value-Added Cost dan Nonvalue-Added Cost

Klasifikasi untuk biaya yang akan kita bahas selanjutnya adalah berdasarkan hasil yang dicapai dengan mengeluarkan biaya. Pengeluaran biaya produksi tidak selalu menambah nilai sebuah produk. Beberapa biaya timbul karena dipicu oleh aktivitas yang tidak memberikan nilai tambah untuk produk. Contohnya, biaya perbaikan sebuah produk cacat. Jika Anda sekilas memperhatikan maka Anda akan menanggapi biaya yang dikeluarkan adalah bermanfaat untuk mempersiapkan produk tersebut agar bisa terjual. Anda tidak salah, namun biaya perbaikan *tidak menambah* nilai produk, melainkan hanya *mengembalikan* nilai produk tersebut, dari nilai yang rendah karena cacat dan tidak bisa dijual, menjadi nilai normal produk, yang menjadikannya bisa terjual. Biaya yang tidak menambah nilai untuk produk

yang akan dijual digolongkan sebagai *non value-added cost*. Kebalikannya, untuk biaya-biaya yang menambah nilai produk, seperti biaya bahan mentah, tenaga kerja, dan *overhead* yang dikategorikan sebagai *value-added cost* karena dengan mengeluarkan biaya-biaya tersebut, secara bertahap nilai produk yang sebelumnya setara dengan nilai bahan mentah, meningkat hingga siap untuk dijual.

P. DEFINISI *COST MANAGEMENT*

Sebelum membahas istilah ini dengan mendalam, terlebih dahulu kita akan membahas secara singkat definisi *management* (manajemen). Manajemen adalah aktivitas perencanaan, pengorganisasian, dan pengendalian yang dijalankan oleh manajer dalam mengatur jalannya roda perusahaan. Terdiri dari tiga aktivitas, yaitu perencanaan (*planning*, merencanakan apa yang menjadi tujuan perusahaan), pengorganisasian (*organizing*, merumuskan bagaimana cara mencapai tujuan perusahaan), dan pengendalian (*controlling*, mengawasi langkah-langkah yang diambil perusahaan dan melakukan tindakan koreksi jika perlu). Dengan tiga aktivitas ini, manajer mengatur apa-apa yang menjadi tugas para karyawan dan bagaimana karyawan menjalankan tanggung jawabnya. Kini, apa arti *cost management* (manajemen biaya)?

Cost Management adalah aktivitas pengaturan biaya, yaitu bagaimana manajer memperlakukan biaya, sejak merencanakan berapa yang harus dikeluarkan hingga menggunakannya untuk pengambilan keputusan. Terdapat tiga langkah dalam manajemen biaya sebagai berikut.

Pertama, menghitung biaya-biaya yang akan dikeluarkan yang terkait dengan produk yang diproduksi oleh perusahaan, meliputi biaya praproduksi, produksi, dan pascaproduksi. Setelah secara nyata mengeluarkan biaya-biaya yang sebelumnya diprediksi, baru kemudian dilakukan aktivitas pencatatan biaya. Untuk biaya yang bersifat langsung ditentukan dengan cara *tracing* dan biaya tidak langsung dengan cara *allocating*.

Kedua, menggunakan informasi perhitungan biaya untuk menilai kinerja produksi. Untuk melakukan penilaian, harus ada perbandingan yang dengannya biaya produksi dapat diperbandingkan. Cara yang umum dalam menciptakan perbandingan adalah melalui anggaran. Perusahaan membuat rencana pengeluaran biaya untuk misalnya, satu tahun ke depan. Karena sifatnya rencana dan belum ada pengeluaran yang nyata maka nilai biaya-

biayanya bersifat prediksi. Namun, prediksi yang memiliki dasar-dasar yang jelas penentuan nilainya, seperti menggunakan data-data biaya di tahun sebelumnya dan menyesuaikannya dengan kondisi terkini. Nilai prediksi ini akan dibandingkan dengan pengeluaran yang nyata di akhir tahun. Perbandingan ini dapat membantu manajer dalam menilai apakah biaya yang telah dikeluarkan lebih besar dari yang seharusnya, biaya yang seharusnya tidak perlu ada dan biaya baru yang muncul. Singkatnya, untuk menilai dan membandingkan apa yang direncanakan akan terjadi (biaya dalam anggaran) dan apa yang telah terjadi (biaya aktual).

Ketiga, menganalisis informasi biaya. Perusahaan tidak hanya membandingkan, namun juga mengambil tindakan koreksi jika perlu. Atas dasar apa perusahaan dapat mengambil tindakan koreksi? Jika ditemukan adanya hal negatif yang perlu perbaikan. Bagaimana cara menemukannya? Melalui analisis. Perusahaan tidak cukup hanya dengan perbandingan untuk menemukan apa yang salah. Perusahaan perlu menganalisis, yaitu dengan menggali lebih dalam untuk menemukan apa yang melatarbelakangi suatu kejadian negatif. Namun, perlu diperhatikan bahwa kegiatan analisis ini harus mengesampingkan biaya yang tidak material. Analisis dilakukan hanya atas biaya-biaya yang menurut perusahaan material karena efek yang ditimbulkan oleh biaya yang material tentunya material pula, baik itu positif maupun negatif.



LATIHAN

Untuk memperdalam pemahaman Anda mengenai materi di atas, kerjakanlah latihan berikut!

- 1) Jelaskan perbedaan antara biaya dengan beban!
- 2) Sebutkan dan jelaskan dua aktivitas dalam *cost assignment*!
- 3) Berikut data-data yang dimiliki perusahaan ABC untuk Maret 2004:

| | |
|---|------------------|
| a. Persediaan akhir bahan mentah, 31 Maret | Rp150.000.000,00 |
| b. Biaya tenaga kerja | Rp 30.000.000,00 |
| c. Persediaan awal pekerjaan dalam proses, 01 Maret | Rp 75.000.000,00 |
| d. Persediaan awal bahan mentah, 01 Maret | Rp 40.000.000,00 |
| e. Biaya-biaya overhead | Rp275.000.000,00 |

| | |
|--|------------------|
| f. Pembelian bahan mentah | Rp200.000.000,00 |
| g. Persediaan akhir Pekerjaan dalam proses, 31 Maret | Rp100.000.000,00 |
| h. Pendapatan bulan Maret | Rp500.000.000,00 |
| i. Persediaan akhir produk jadi, 31 Maret | Rp350.000.000,00 |
| j. Persediaan awal produk jadi, 01 Maret | Rp250.000.000,00 |
| k. Biaya-biaya operasional | Rp 75.000.000,00 |

Susunlah Laporan Biaya Produksi dan Laporan Laba Rugi untuk bulan Maret 2004 dengan menggunakan data-data di atas!

- 4) Jelaskan perbedaan antara *cost object* dengan *cost driver*!
- 5) Jelaskan mengapa *cost management* memiliki peran yang sangat penting dalam akuntansi biaya!

Petunjuk Jawaban Latihan

- 1) Biaya adalah nilai pengorbanan untuk mendapatkan suatu barang atau jasa, sedangkan beban adalah penurunan nilai suatu produk akibat faktor waktu atau penggunaan.
- 2) Aktivitas pertama adalah *tracing*, yaitu menelusuri biaya-biaya langsung yang terkait dengan suatu produk, sedangkan *allocating* menentukan porsi dari biaya-biaya tidak langsung yang dikonsumsi suatu produk.

3) **Perusahaan ABC**
Laporan Harga Pokok Produksi
 01 s/d 31 Maret 2004 (dalam Jutaan)

| | |
|---|----------------|
| Bahan mentah : | |
| Persediaan awal, 01 Maret 2004 | Rp 40 |
| (+) Pembelian bahan mentah | <u>Rp 200</u> |
| Jumlah bahan mentah yang bisa digunakan | Rp 240 |
| (-) Persediaan akhir, 31 Maret 2004 | <u>Rp(150)</u> |
| Biaya bahan mentah yang digunakan | Rp 90 |
| (+) Biaya tenaga kerja | Rp 30 |
| (+) Biaya overhead: | <u>Rp 60</u> |
| Total biaya manufaktur | Rp 180 |
| (+) Pekerjaan dalam proses, 01 Maret 2004 | Rp 75 |
| (-) Pekerjaan dalam proses, 31 Maret 2004 | <u>Rp(100)</u> |
| Harga pokok produksi | Rp 155 |

Perusahaan ABC
Laporan Laba Rugi
Untuk bulan Maret 2004 (dalam Jutaan)

| | |
|---|-----------------------|
| Pendapatan | Rp 500 |
| Harga pokok penjualan: | |
| Persediaan awal produk jadi, 1 Maret 2004 | Rp 250 |
| (+) Harga pokok produksi | <u>Rp 155</u> |
| Harga pokok tersedia untuk dijual | Rp 405 |
| (-) Persediaan akhir produk jadi, 31 Maret 2004 | <u>Rp(350)</u> |
| Harga Pokok Penjualan | <u>Rp (55)</u> |
| Laba Kotor | Rp 445 |
| Biaya Operasional: | <u>Rp(275)</u> |
| Laba Operasi | Rp 170 |

- 4) *Cost object* adalah produk, yang mana biaya-biaya dikeluarkan untuk proses penciptaan produk tersebut, sedangkan sesuatu disebut sebagai *cost driver* jika ia mengakibatkan munculnya biaya.
- 5) *Cost management* menyediakan sistem yang menyeluruh bagi pencatatan dan pengendalian biaya dalam sebuah perusahaan. Peran yang paling utamanya adalah penyediaan informasi biaya yang akan digunakan manajer untuk pengambilan keputusan.



RANGKUMAN

Biaya (*cost*) adalah pengorbanan untuk mendapatkan suatu barang atau jasa. Biaya memiliki berbagai macam klasifikasi, dilihat dari jenisnya, keterkaitannya dengan aktivitas dan berbagai macam lainnya. Biaya perlu diatur, melalui *cost management*, yaitu aktivitas manajer dalam memperlakukan biaya, sejak pencatatan hingga menggunakannya untuk pengambilan keputusan.

**TES FORMATIF 2**

Pilihlah satu jawaban yang paling tepat!

- 1) Berikut ini yang *bukan* merupakan *cost object* adalah
 - A. mobil pada perusahaan otomotif
 - B. pakaian di toko busana
 - C. kertas untuk mencetak di perusahaan percetakan
 - D. pesanan meja oleh pembeli di toko furnitur

- 2) Aktivitas berikut yang hampir sama dengan *cost accumulation* adalah
 - A. mencatat biaya-biaya
 - B. melaporkan biaya-biaya
 - C. merencanakan biaya-biaya
 - D. mengumpulkan catatan biaya-biaya

- 3) Yang termasuk ke dalam *indirect cost* adalah biaya
 - A. tinta *printer* pada usaha penerbitan buku
 - B. pembelian daging sapi pada usaha restoran
 - C. gaji karyawan di departemen perakitan mobil
 - D. penyediaan kaca pada toko kacamata

- 4) Perusahaan berikut merupakan perusahaan tergolong perusahaan manufaktur, *kecuali*
 - A. penerbit buku
 - B. perusahaan taksi
 - C. pasar swalayan
 - D. kontraktor jalan tol

- 5) Yang *bukan* termasuk *inventoriable cost* adalah biaya
 - A. pembelian ban pada perusahaan mobil
 - B. gaji satpam pada sebuah restoran
 - C. besi pada pembangunan jembatan penyeberangan
 - D. prosesor pada produsen komputer

Cocokkanlah jawaban Anda dengan Kunci Jawaban Tes Formatif 2 yang terdapat di bagian akhir modul ini. Hitunglah jawaban Anda yang benar. Kemudian gunakan rumus di bawah ini untuk mengetahui tingkat penguasaan Anda terhadap materi Kegiatan Belajar 2.

$$\text{Tingkat penguasaan} = \frac{\text{Jumlah Jawaban yang Benar}}{\text{Jumlah Soal}} \times 100\%$$

Arti tingkat penguasaan: 90 - 100% = baik sekali
80 - 89% = baik
70 - 79% = cukup
< 70% = kurang

Apabila Anda mencapai tingkat penguasaan 80% atau lebih, Anda dapat meneruskan dengan modul selanjutnya. **Bagus!** Tetapi apabila tingkat penguasaan Anda masih di bawah 80%, Anda harus mengulangi Kegiatan Belajar 2, terutama bagian yang belum Anda kuasai.

Kunci Jawaban Tes Formatif

Tes Formatif 1

- 1) D. Karena ini definisi yang paling komprehensif.
- 2) A. Karena akuntansi biaya mencatat seluruh biaya yang dikeluarkan perusahaan, tanpa melihat rutin tidaknya pengeluaran suatu biaya.
- 3) C. Karena nilai perbandingannya ($15.000/1.500.000 \times 100\%$) adalah 1%. Nilai ini kurang dari 5%. Karenanya, penyajian biaya pemasangan digabung dengan nilai pembelian pesawat telepon baru, yaitu dalam akun Perlengkapan Kantor dengan nilai Rp1.515.000,00.
- 4) D. Ini karena departemen pemasaran mengeluarkan biaya untuk mendapatkan penjualan. Jadi, aktivitasnya bukan hanya pengeluaran. Bahkan, umumnya sebuah departemen pemasaran diberikan target penjualan yang harus dicapai setiap periode tertentu.
- 5) D. Fungsi utama laporan yang disajikan oleh akuntansi manajemen adalah untuk pengambilan keputusan para manajer.

Tes Formatif 2

- 1) D. Pesanan meja oleh pembeli adalah *cost driver*. Pesanan ini memicu timbulnya pengeluaran biaya oleh toko, yaitu untuk membeli bahan dan menggaji tukang agar dapat memenuhi spesifikasi pesanan pembeli tersebut.
- 2) D. Mencatat biaya hanyalah bagian dalam proses *cost accumulation*. Sedangkan mengumpulkan catatan biaya lebih menunjukkan adanya aktivitas mengakumulasi biaya-biaya menjadi total biaya.
- 3) A. *Printer* digunakan untuk mencetak naskah mentah yang akan diterbitkan menjadi buku. Namun, tinta *printer* dapat digunakan untuk banyak buku sehingga biayanya tidak berhubungan langsung dengan suatu produk. Untuk mendapatkan perhitungan biaya sebuah buku yang akurat maka biaya tinta *printer* dilekatkan kepada produk dengan menggunakan alokasi (*allocation*).

- 4) C. Pasar swalayan membeli barang dari produsen dan dijual kembali.
- 5) B. Cukup jelas.

Glosarium

Kegiatan Belajar 1

- Accounting***
(Akuntansi) : Sistem informasi yang menyajikan laporan-laporan berisikan berbagai aktivitas ekonomi sebuah entitas, dalam periode tertentu, kepada pihak-pihak yang berkepentingan terhadap entitas tersebut.
- Comparability***
(Komparibilitas) : Salah satu kriteria utama yang harus dipenuhi oleh laporan keuangan, yaitu dapat diperbandingkannya laporan keuangan sebuah perusahaan dengan perusahaan lain. Umumnya dicapai dengan penggunaan metode perhitungan dan pencatatan yang standar.
- Cost Accounting***
(Akuntansi Biaya) : Sistem informasi yang menyajikan laporan-laporan berisikan biaya yang dikeluarkan sebuah entitas, setelah melalui serangkaian perhitungan, dalam periode tertentu, kepada pihak-pihak yang memerlukan informasi mengenai biaya-biaya yang dikeluarkan entitas tersebut.
- Cost Center (Pusat Biaya)*** : Suatu entitas atau departemen yang bertanggung jawab hanya atas biaya yang dikeluarkannya dan memusatkan perhatiannya hanya pada biaya dan pengendaliannya. Bentuk pengendaliannya berupa anggaran.
- Financial Accounting***
(Akuntansi Keuangan) : Sistem informasi yang menyajikan laporan-laporan berisikan berbagai aktivitas ekonomi sebuah entitas, dalam periode tertentu, kepada pihak-pihak eksternal
- Management Accounting***
(Akuntansi Manajemen) : Sistem informasi yang menyajikan laporan-laporan berisikan berbagai aktivitas ekonomi sebuah perusahaan dalam periode yang bersifat fleksibel (tidak terdapat standar tertentu), kepada pihak-pihak internal perusahaan, khususnya para manajer.

- Materiality (Materialitas)** : Seberapa besar nilai suatu transaksi sehingga dapat mempengaruhi perusahaan dalam mengambil keputusan.
- Profit Center (Pusat Laba)** : Suatu entitas atau departemen yang bertanggung jawab bukan hanya atas biaya yang dikeluarkannya, namun juga bertanggung jawab untuk menghasilkan laba. Bentuk pengawasannya berupa penetapan target penjualan.
- Kegiatan Belajar 2*
- Actual Cost (Biaya Aktual)** : Biaya yang benar-benar dikeluarkan oleh perusahaan.
- Allocating (Mengalokasi)** : Menentukan porsi dari biaya-biaya tidak langsung yang dikonsumsi oleh suatu produk.
- Average Cost (Biaya Rata-rata)** : Biaya yang memiliki nilai sama dengan *Unit Cost*.
- Conversion Cost (Biaya Konversi)** : Biaya yang dikeluarkan untuk mengubah bahan mentah menjadi produk jadi, yaitu biaya tenaga kerja dan overhead.
- Cost (Biaya)** : Pengorbanan untuk mendapatkan suatu produk atau jasa
- Cost Accumulation (Akumulasi Biaya)** : Proses pencatatan dan penjumlahan biaya-biaya yang telah dikeluarkan oleh perusahaan.
- Cost Assignment (Penugasan Biaya)** : Aktivitas menelusuri dan menentukan biaya-biaya yang diperlukan untuk memanufaktur suatu produk.
- Cost Driver (Pemicu Biaya)** : Sesuatu yang mengakibatkan (memicu) munculnya biaya.
- Cost Management (Manajemen Biaya)** : Aktivitas pengaturan biaya, yaitu bagaimana manajer memperlakukan biaya, sejak pencatatan hingga menggunakannya untuk pengambilan keputusan.
- Cost Object (Objek Biaya)** : Sesuatu yang perusahaan telah dikenakan biaya untuk memperolehnya.

- Cost of Goods Manufactured* (Harga Pokok Produksi)** : Nilai WIP yang telah selesai dikerjakan dan menjadi produk jadi. Kemudian nilai ini akan menambah nilai persediaan produk jadi perusahaan.
- Direct Cost* (Biaya Langsung)** : Biaya yang jelas-jelas berhubungan langsung dengan suatu produk. Cara menentukan biaya-biaya langsung dengan sebuah produk, yaitu dengan *tracing*.
- Direct Manufacturing Cost* (Biaya Manufaktur Langsung)** : Biaya-biaya manufaktur yang langsung berkaitan dengan suatu produk. Terdiri dari biaya bahan mentah langsung dan tenaga kerja langsung.
- Direct Manufacturing Labor Cost* (Biaya Tenaga Kerja Langsung)** : Biaya tenaga kerja yang dengan jelas terlihat hubungannya dengan suatu produk.
- Direct Materials Cost* (Biaya Bahan Mentah Langsung)** : Biaya bahan mentah yang dengan jelas terlihat hubungannya dengan suatu produk.
- Finished Goods* (Produk Jadi)** : Produk yang telah selesai dimanufaktur dan siap untuk dijual.
- Finished Goods Inventory* (Persediaan Produk Jadi)** : Kumpulan produk jadi yang umumnya terdapat di dalam gudang persediaan dan menunggu untuk dijual.
- Fixed Cost* (Biaya Tetap)** : Biaya yang tidak berubah seiring dengan adanya perubahan dalam jumlah produksi.
- Generally Accepted Accounting Principles* (GAAP)** : Sebuah kesepakatan bersama dan tertulis yang menjelaskan bagaimana menentukan metode-metode perhitungan yang bisa diterapkan dan juga nilai akun-akun perusahaan yang akan disajikan dalam laporan.
- Indirect Cost* (Biaya Tak Langsung)** : Biaya yang tidak langsung berhubungan dengan suatu produk. Cara menentukan biaya-biaya tidak langsung dengan sebuah produk, yaitu dengan *allocation*.

- Indirect Manufacturing Cost (Biaya Manufaktur Tak Langsung)*** : Biaya-biaya manufaktur yang secara tidak langsung terlihat kontribusinya untuk suatu produk.
- Indirect Manufacturing Labor Cost (Biaya Tenaga Kerja Tak Langsung)*** : Biaya tenaga kerja yang sulit untuk ditelusuri hubungan langsungnya dengan suatu produk.
- Indirect Materials Cost (Biaya Bahan Mentah Tak Langsung)*** : Biaya bahan mentah yang sulit untuk ditelusuri hubungan langsungnya dengan suatu produk.
- Manufacturing/Factory Overhead Cost (Biaya Overhead)*** : Biaya-biaya yang sulit untuk ditelusuri hubungan langsungnya dengan suatu produk. Terdiri dari *Indirect Manufacturing Labor Cost*, *Indirect Materials Cost*, dan biaya-biaya yang mengonsumsi sumber daya perusahaan.
- Prime Cost (Biaya Utama)*** : Biaya yang pengeluarannya untuk unsur-unsur utama dalam proses produksi sebuah perusahaan, yaitu biaya bahan mentah dan tenaga kerja.
- Product Cost (Biaya Produk)*** : Jumlah dari bermacam-macam biaya yang berkaitan dengan satu jenis produk.
- Relevant Range (Interval Relevan)*** : Suatu rentang atau area, di mana hanya pada rentang ini, biaya akan berubah secara proporsional seiring dengan perubahan jumlah produksi. Di luar area ini, perubahan biaya tidak lagi proporsional.
- Revenues (Pendapatan)*** : Jumlah uang yang diterima perusahaan dari hasil penjualan dan penerimaan lainnya. Jika berupa hasil penjualan dan untuk membedakannya dari hasil nonpenjualan maka akan berbunyi *sales revenue*, yaitu pendapatan penjualan.

- Total Cost (Biaya Total)*** : Jumlah keseluruhan biaya suatu objek biaya.
- Tracing (Menelusuri)*** : Menelusuri dan menentukan biaya-biaya langsung yang terkait dengan suatu produk
- Unit Cost (Biaya Satuan)*** : Biaya yang dikeluarkan untuk menciptakan satu unit produk.
- Variable Cost (Biaya Variabel)*** : Biaya yang cenderung berubah secara proporsional dengan perubahan dalam jumlah hasil produksi.
- Work In Process/Progress (Pengerjaan dalam Proses)*** : Bahan mentah yang sedang dalam tahap pengolahan dan belum menjadi produk yang sempurna.
- Work In Process/Progress Inventory (Persediaan Pengerjaan dalam Proses)*** : Persediaan bahan mentah yang masih dalam tahap pengolahan.

Daftar Pustaka

- Echols, John M., Shadily, Hassan. (1994). *Kamus Indonesia Inggris*. Jakarta: PT Gramedia.
- Hansen, Don R., Mowen, Maryanne M. (1997). *Management Accounting*. Ohio: South-Western College Publishing.
- Hornngren, Charles T., Datar, Srikant M., Foster, George. (2003). *Cost Accounting, A Managerial Emphasis*. New Jersey: Prentice Hall.
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional. (2002). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Siegel, Joel G., Shim, Jae K. (1994). *Kamus Istilah Akuntansi*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Warren, Carl S., Reeve, James M., Fess, Philip E. (2002). *Accounting*. Ohio: South-Western College Publishing.