Perpustakaan Unika

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Anggaran

2.1.1. Pengertian Anggaran

Adanya rencana dan pedoman dalam kegiatan akan menjadikan segala hal yang berhubungan dengan kegiatan tersebut memperoleh suatu arah yang jelas dan pasti. Anggaran merupakan salah satu alat manajemen dalam pengendalian perusahaan,yang pada dasarnya merupakan bentuk rencana dalam suatu kuantitas yang digunakan sebagai pedoman bagi pelaksanaan rencana perusahaan dimasa yang akan datang.

Untuk memberikan pengertian anggaran, maka berikut ini akan dikemukakan beberapa pengertian R.A. Supriyono (1990) mengemukakan anggaran sebagai suatu rencana terinci yang dinyatakan secara formal dalam suatu kuntitatif, biasanya dalam satuan uang untuk menunjukkan perolehan dan penggunaan sumber-sumber suatu organisasi dalam jangka waktu tertentu, biasanya satu tahun. Sedangkan Mulyadi (1992) mendefinisikan anggaran sebagai rencana kerja untuk jangka waktu satu tahun yang dinyatakan dalam satuan moneter dan satuan kuantitatif lain.

Perpustakaan Unika

Mas;ud (1985) mengemukakan anggaran sebagai suatu rencana yang terkoordinasi, menyeluruh dan dinyatakan dalam satuan uang, mengenai kegiatan operasi dan penggunaan sumber-sumber daya perusahaan untuk suatu periode tertentu di waktu yang akan datang.

Berdasarkan pengertian tersebut, maka dapat diambil beberapa pokok pikiran yang terkandung dalam anggaran yaitu :

a. Anggaran merupakan suatu rencana
b. Anggaran dinyatakan dalam kuantitas
c. Mengkoordinasi rencana agar terwujud.

2.1.2. Karakteristik Anggaran

Suatu anggaran mempunyai karakteristik sebagai berikut :

1. Dinyatakan dalam satuan keuangan, walaupun angkanya berasal dari angka yang bukan suatu keuangan.
2. Mencakup kurun waktu satu tahun.
3. Jika anggaran sudah disahkan, maka anggaran tersebut tidak dapat dirubah, kecuali dalam hal khusus.
4. Hasil akan dibandingkan dengan anggaran secara periodik, dan penyimpangan yang terjadi dianalisa dan dijelaskan.

Perpustakaan Unika

2.1.3. Tujuan Penyusunan Anggaran

Anggaran disusun oleh manajemen dalam jangka waktu tertentu untuk membawa perusahaan ke suatu kondisi yang diinginkan dengan menggunakan sumber daya yang diperhitungkan dan tanpa anggaran dalam jangka pendek, perusahaan akan berjalan tanpa arah dengan pengorbanan sumber daya yang tidak terkendali.

Tujuan penyusunan anggaran menurut Mas'ud (1985) adalah :

1. Membantu manajemen dalam mengadakan perencanaan dan pengawasan.
2. Menjadi pegangan manajer yang bertanggung jawab menjalankan operasi untuk mengadakan penelitian dari hasil-hasil yang dicapainya.
3. Merencanakan penggunaan sumber dana yang ada seefisien mungkin.

2.1.4. Fungsi Anggaran

Sedangkan fungsi anggaran menurut Mulyadi (1992) adalah :

1. Anggaran berfungsi sebagai tolak ukur yang dipakai sebagai pembanding dari hasil operasi sesungguhnya.
2. Anggaran berfungsi sebagai alat pengendalian yang memungkinkan manajemen

Perpustakaan Unika

menunjukkan bidang yang kuat dan lemah bagi perusahaan.

2.2. Anggaran Induk

2.2.1. Pengertian Anggaran Induk

Dalam suatu perusahaan, paket anggaran yang lengkap atau anggaran induk (master budget) adalah suatu jaringan kerja yang berisi berbagai macam anggaran yang dipisah tetapi saling tergantung (Mulyadi, 1993, 405).

Anggaran induk ini terbagi dalam tiga bagian :

1. Anggaran Operasi

   Anggaran ini menunjukkan rencana operasi atau kegiatan tahun yang akan datang. Elemen anggaran operasi meliputi antara lain anggaran pendapatan, biaya, persediaan, dan elemen modal kerja lainnya.

2. Anggaran Kas

   Anggaran ini menunjukkan prakiraan sumber dan penggunaan kas dalam tahun anggaran.

3. Anggaran Pengeluaran Modal

   Anggaran ini menunjukkan rencana investasi dalam tahun anggaran.

Perpustakaan Unika

2.3. Anggaran Biaya

2.3.1. Pengertian Anggaran Biaya

Anggaran biaya menunjukkan besarnya biaya yang diperlukan untuk mengolah produk yang dianggarkan. Munandar (1990) mendefinisikan anggaran biaya sebagai anggaran yang direncanakan secara lebih terperinci tentang biaya untuk produksi selama periode yang akan datang, yang didalamnya meliputi rencana jenis bahan yang diolah, jumlah kuantitas bahan yang diolah, dan waktu bahan tersebut diolah dari proses produksi yang masing-masing dikatikan dengan jenis barang jadi yang membutuhkan bahan tersebut.

2.3.2. Manfaat Penyusunan Anggaran Biaya Bahan Baku

Matz & Usry (1989) mengemukakan manfaat penyusunan biaya sebagai berikut :

1. Memungkinkan penentuan kuantitas bahan yang harus tersedian.
2. membantu manajemen dalam menyusun anggaran kas sehingga di dalamnya tercakup anggaran pembelian.

2.4. Pengertian Dan Arti Penting Tarif Penjualan

Tarif Penjualan adalah suatu nilai jasa yang diukur dengan sejumlah uang dimana berdasarkan nilai tersebut seseorang atau perusahaan bersedia melepaskan jasa atau produk yang dimiliki kepada pihak lain (Nitisemito, 1986).

Perpustakaan Unika

Tarif penjualan mempunyai arti penting bagi perusahaan, menurut Kotler (1987), ada empat macam arti penting tarif penjualan bagi perusahaan yaitu :

a. **Bertahan hidup**

Tujuan perusahaan adalah bertahan hidup jika menghadapi kapasitas yang berlebih, persaingan yang gencar, atau perubahan keinginan konsumen. Agar perusahaan dapat meneruskan usahanya, maka perusahaan harus memasang tarif penjualan yang rendah dengan harapan bahwa pasar akan peka terhadap tarif penjualan.

b. **Memaksimalkan laba jangka panjang**

Tujuan memaksimalkan laba jangka panjang banyak digunakan perusahaan untuk menentukan tarif penjualan yang nantinya akan menghasilkan keuntungan semaksimal mungkin.

c. **Unggul dalam bagian pasar**

Perusahaan-perusahaan bersaing untuk merebut pasar yang dominan dengan keyakinan bahwa perusahaan yang memiliki bagian pasar terbiasakan menikmati struktur biaya terendah dan keuntungan jangka panjang maksimal. Hal ini dilakukan dengan cara menetapkan tarif penjualan serendah mungkin.

d. **Unggul dalam kualitas jasa**

Pada umumnya dilakukan oleh perusahaan dengan cara menetapkan tarif penjualan yang tinggi agar dapat

Perpustakaan Unika

menutup tingginya biaya-biaya yang telah dikeluarkan seperti biaya penelitian dan pengembangan.

2.5. Pengertian dan Peranan Akuntansi Biaya Dalam Penentuan Tarif Penjualan

Akuntansi biaya adalah proses pencatatan, penggolongan, peringkasan dan penyajian biaya-biaya pembuatan dan penjualan produk atau penyerahan jasa, dengan cara-cara tertentu, serta penafsiran terhadap hasilnya (Mulyadi, 1990).

Tujuan akuntansi biaya adalah menyajikan informasi biaya yang diperlukan oleh manajemen dalam mengelola perusahaannya. Informasi biaya tersebut bermanfaat untuk menentukan harga pokok produk secara tepat dan teliti, perencanaan dan pengendalian biaya serta pengambilan keputusan oleh manajemen (Mulyadi, 1990).

Banyak faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan tentang penentuan tarif penjualan, baik itu dari dalam maupun luar perusahaan. Namun dari manajemen, biaya merupakan faktor yang paling bisa dikendalikan dan mempunyai tingkat kepastian tinggi. Oleh karena itu biaya dipandang sebagai titik tolak dalam penentuan tarif penjualan.

Ikatan Akuntan Indonesia mendefinisikan biaya sebagai pengorbanan sumber ekonomi yang diperlukan untuk memperoleh barang dan jasa. Pengorbanan ekono-

Perpustakaan Unika

mis diukur dalam satuan uang dan dalam bentuk pemindahan kekayaan, pengeluaran modal saham, jasa-jasa yang diserahkan atau kewajiban-kewajiban yang ditimbulkan. Dalam bentuk apapun, pengeluaran-pengeluaran tersebut dilakukan dengan harapan akan tertutup (kembali) di kemudian hari.

Untuk memudahkan analisis terhadap biaya maka biaya yang terjadi digolong-golongkan. Agar penggolongan dapat dilakukan secara efektif maka dalam mencatat dan menggolongkan biaya harus selalu diperhatikan untuk tujuan apa manajemen memerlukan informasi biaya. Dalam hal ini berlaku konsep "Different cost for different purpose", karena tidak ada satupun konsep yang dapat memenuhi berbagai tujuan. Menurut Matz dan Usry, penggolongan biaya diperlukan untuk membantu manajemen dalam membuat data biaya. Adapun penggolongan biaya dapat dilakukan sebagai berikut :

1. Penggolongan biaya atas dasar fungsi-fungsi pokok dalam perusahaan. Dalam perusahaan manufaktur, ada dua kelompok biaya yaitu :

   a. Biaya produksi

      Merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk biaya bahan penolong. Menurut objek pengeluarannya, biaya dibagi menjadi : biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan overhead pabrik.

Perpustakaan Unika

b. Biaya Komersial, yang terdiri dari :

- Biaya Pemasaran

  Merupakan biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk.

- Biaya Administrasi dan Umum

  Merupakan biaya-biaya yang mengkoordinasi kegiatan produksi dan pemasaran produk.

2. Penggolongan biaya atas dasar waktu dan manfaatnya

   Biaya ini dibagi dalam dua jenis :

   - Pengeluaran modal, yang dimaksudkan untuk mendapatkan keuntungan di masa yang akan datang.
   - Pengeluaran pendapatan, yang dimaksudkan untuk mendapatkan keuntungan sekarang.

3. Penggolongan biaya atas dasar hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai.

4. Penggolongan biaya sesuai dengan perilakunya terhadap peruahan volume kegiatan.

Manfaat data biaya secara umum adalah sebagai berikut :

a. Perencanaan

Perencanaan meliputi evaluasi dengan seksama terhadap alternatif tindakan yang akan dilakukan, membuat program untuk operasi dimasa datang. Perencanaan dapat bersifat jangka panjang dan jangka pendek tergantung dari tujuan atau periodenya. Salah satu perhitungan biaya masa depan adalah anggaran, dengan anggaran dapat diperkira-

Perpustakaan Unika

kan tingkat kegiatan dan biaya untuk mencapai tujuan.

Dalam penyusunan anggaran diharapkan dapat diperoleh suatu gambaran masa depan yang cukup realistis yaitu dengan melihat realisasi kegiatan tahun sebelumnya yang dijadikan estimasi sebagai titik tolak penyusunan anggaran.

b. Pengendalian

Pengendalian termasuk evaluasi dan perbandingan antara prestasi sekarang dengan program dan anggaran yang dihasilkan oleh fungsi perencanaan.

c. Pengukuran pendapatan

Pengukuran pendapatan termasuk akumulasi dan aplikasi data biaya untuk digunakan dalam persiapan laporan keuangan dan penentuan pendapatan secara periodik.

d. Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan meliputi pemilihan antara berbagai kemungkinan tindakan, dalam beberapa situasi bisnis memungkinkan untuk mengkuantifisir kemungkinan tindakan.

Peranan akutansi biaya dalam penentuan tarif penjualan bermanfaat untuk menentukan harga pokok produk secara tepat dan teliti. Selanjutnya tarif penjualan dihitung dengan menambahkan mark up tertentu sesuai dengan laba yang diinginkan pada harga pokok tersebut.

Perpustakaan Unika

2.6. Hubungan Tarif Penjualan Dengan Harga Pokok

Pada dasarnya tarif penjualan yang ditetapkan harus mampu menutup biaya penuh dan menghasilkan laba yang sepadan dengan tingkat investasi. Manajemen penentu tarif jual memerlukan informasi biaya penuh sebagai dasar penentu tarif penjualan.

Harga pokok penuh (absortion costing) merupakan harga yang ditetapkan berdasarkan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik baik tetap maupun variabel yang telah dikeluarkan untuk menghasilkan produk/jasa tertentu. Dengan demikian di dalam harga pokok sudah tercakup biaya-biaya yang telah dikeluarkan untuk memproduksi barang/jasa tersebut.

Jadi jelaslah bahwa harga pokok merupakan dasar untuk menentukan tarif jual. Tarif penjualan ditentukan dengan menambahkan mark up tertentu terhadap harga pokok tersebut.

Formulasinya adalah sebagai berikut :

$$\text{Mark up/unit} = \frac{\text{Bi.adm dan umum + bi.pemasaran + laba}}{\text{Volume produk}}$$

$$\text{Tarif jual/unit} = \frac{\text{Jumlah biaya total + mark up}}{\text{Volume produk}}$$

Perpustakaan Unika

2.7. Macam-macam Metode Penentuan Harga Jual Berdasarkan Biaya

Metode penentuan harga jual yang akan dibahas di sini yaitu penentuan harga jual yang menggunakan biaya sebagai titik tolaknya. Berikut ini akan diuraikan metode penentuan harga jual yang menggunakan biaya sebagai titik tolaknya, yaitu :

A. Penentuan Harga Jual, Waktu, dan Bahan

Penentuan harga jual waktu dan bahan ini pada dasarnya adalah cost plus pricing. Cost plus pricing adalah penentuan harga jual dengan cara menambahkan laba yang diharapkan di atas biaya penuh masa yang akan datang untuk memproduksi dan memasarkan produk. Harga jual produk dan jasa dalam keadaan normal ditentukan dengan formula sebagai berikut :

$$\text{Mark up/unit} = \frac{\text{Bi.adm dan umum + bi.pemasaran + laba}}{\text{Volume produk}}$$

$$\text{Tarif jual/unit} = \frac{\text{Bi. produksi total + mark up}}{\text{Volume produk}}$$

Harga jual ditentukan sebesar biaya penuh di tambah dengan laba yang diharapkan. Metode ini banyak digunakan di perusahaan bengkel, dok kapal, mobil dan perusahaan lain yang menjual jasa reparasi dan suku cadang sebagai pelengkap penjualan jasa. Volume jasa

Perpustakaan Unika

dihitung berdasarkan waktu yang diperlukan untuk melayani konsumen.

B. Penentuan Harga Jual Dalam Cost Type Contract

Cost Type Contract adalah kontrak pembuatan produk atau jasa di mana pihak konsumen setuju untuk membeli produk dan jasa pada harga yang didasarkan pada total biaya yang sesungguhnya terjadi ditambah dengan laba yang dihitung sebesar prosentase tertentu dari total biaya sesungguhnya tersebut. Sebenarnya metode ini hampir sama dengan metode cost plus pricing, perbedaannya pada penekanan biaya yang menjadi dasar yaitu pada cost plus pricing menggunakan taksiran biaya penuh (biaya masa datang) sedangkan cost type contrak harga jual yang dibebankan ke konsumen dihitung berdasarkan biaya penuh sesungguhnya terjadi.

Rumus :

Biaya langsung proyek	Rp xx		
Biaya tidak langsung proyek	xx		
		+	
Biaya penuh proyek	Rp xx		
Total Biaya Penuh proyek		Rp xx	
(%laba x total biaya penuh proyek)		xx	
			+
Harga Jual		Rp xx	

Perpustakaan Unika

C. Penentuan Harga Jual Pesanan Khusus (Special Order Pricing)

Pesanan Khusus merupakan pesanan yang diterima oleh perusahaan di luar pesanan reguler perusahaan. Biasanya konsumen yang melakukan pesanan khusus ini meminta harga di bawah harga jual normal. Dalam mempertimbangkan penerimaan pesanan khusus, informasi akuntansi diferesial merupakan dasar yang dipakai sebagai landasan penentuan harga jual. Dan penghitungan biayanya hanya dihitung biaya variabelnya, karena biaya tetap di tanggung oleh pesanan reguler sehingga rumusnya adalah :

Total Harga Variabel Pesanan Khusus (jumlah pesanan khusus + harga pesanan khusus)	Rp	xx
Total biaya variabel pesanan khusus		xx
		+
Laba Kontribusi	Rp	xx

D. Penentuan Harga Jual Yang Diatur Peraturan Pemerintah

Produk atau jasa yang dihasilkan untuk memenuhi kebutuhan pokok masyarakat luas seperti air, telephon dan telegraph, transportasi dan jasa pos diatur dengan peraturan pemerintah. Harga jual produk dan jasa tersebut ditentukan berdasarkan biaya penuh masa yang akan datang ditambah dengan laba yang diharapkan.

Perpustakaan Unika

Dalam penentuan harga jual normal, biaya penuh masa yang akan datang yang dipakai sebagai dasar penentuan harga jual dihitung dengan menggunakan salah satu pendekatan : Full Costing atau variable costing. Dalam penentuan harga jual yang diatur dengan peraturan pemerintah, biaya penuh masa yang akan datang yang dipakai sebagai dasar penentuan harga jual tersebut dihitung dengan menggunakan full costing saja, karena pendekatan variabel costing tidak diterima sebagai prinsip akuntansi yang lazim.

Untuk memungkinkan wakil rakyat menilai kewajaran biaya penuh yang dipakai sebagai dasar penentuan harga jual diperlukan pedoman nilai unsur-unsur biaya produksi dan biaya non produksi yang diperhitungkan dalam biaya penuh dan pedoman cara pengukurannya masing-masing. Dengan demikian masyarakat akan terjamin untuk memperoleh produk dan pelayanan jasa pada harga yang benar-benar wajar. Setiap kenaikan harga jual produk atau jasa yang diatur dengan peraturan pemerintah harus dapat dipertangungjawabkan ditinjau dari segi perhitungan kewajaran laba yang ditambahkan diatas biaya penuh tersebut. Penentuan harga jual yang diatur dengan peraturan pemerintah mempunyai kebaikan dan kelemahan, yaitu :

- Kebaikan harga jual yang dipakai sudah didasarkan perhitungan kondisi sosial dan ekonomi masyarakat dengan harga jual yang dapat terjangkau oleh semua

Perpustakaan Unika

golongan masyarakat yang relatif adil.

- Kelemahannya adalah manajemen perusahaan tidak leluasa dalam menjalankan kebijaksanaan perusahaan dengan harga jual yang telah dipatok oleh ketentuan pemerintah sedangkan perusahaan dituntut untuk memperoleh laba yang tinggi.

2.8. Peranan Harga Pokok Dalam Penentuan Tarif Penjualan

Di dalam akuntansi biaya yang konvensional komponen-komponen harga pokok produk adalah terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik baik yang bersifat tetap maupun variabel. Formulasinya adalah sebagai berikut :

$$\text{Harga pokok/unit} = \frac{\text{BBB} + \text{B.TKL} + \text{BOP}}{\text{Volume Produk}}$$

Keterangan : BBB = Biaya Bahan Baku

BOP = Biaya Overhead Pabrik

BTKL = Biaya Tenaga Kerja Langsung

Metode harga pokok dibagi menjadi dua metode, yaitu:

a. Metode Full Costing

Full Costing atau sering pula disebut absorption costing atau conventional costing adalah metode penentuan harga pokok produk yang membebankan seluruh biaya produksi baik yang bersifat tetap maupun variabel kepada produk.

Harga pokok produk menurut metode full costing terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga

Perpustakaan Unika

kerja langsung, biaya overhead pabrik tetap dan variabel.

Di sini biaya penjualan dan biaya administrasi tidak dimasukkan ke dalam pokok biaya, tetapi dipertimbangkan melalui mark up yang akan ditambahkan dalam menentukan tarif penjualan. Jadi mark up harus cukup tinggi untuk menutup biaya ini maupun untuk memberi perusahaan margin laba yang memuaskan. Besarnya mark up dapat dihitung sebagai berikut :

$$\text{Harga Pokok/unit} = \frac{\text{BBB} + \text{BTK} + \text{BOPT} + \text{BOPV}}{\text{Volume Produk}}$$

$$\text{Mark up} = \frac{\text{Bi. Adm dan umum} + \text{bi. penjualan} + \text{laba}}{\text{Volume Produk}}$$

Harga jual/unit = Harga Pokok/unit + mark up/unit

Keterangan : BBB = Biaya Bahan Baku

BTK = Biaya Tenaga Kerja

BPPT = Biaya Overhead Pabrik Tetap

BOPV = Biaya Overhead Pabrik Variabel

b. Metode Variabel Costing (pendekatan kontribusi)

Variabel Costing adalah metode penentuan harga pokok produk yang hanya membebankan biaya-biaya produksi variabel saja ke dalam harga pokok produk. Tidak ada unsur biaya tetap yang dimasukkan ke dalam pokok biaya, maka mark up yang ditambahkan harus cukup menutup biaya tetap maupun memberikan keuntungan persatuan yang dikehendaki.

Perpustakaan Unika

$$\text{Harga pokok/unit} = \frac{\text{Biaya Variabel}}{\text{Volume Produksi}}$$

$$\text{Mark up/unit} = \frac{\text{Biaya tetap + laba}}{\text{Volume Produksi}}$$

Harga jual/unit = harga pokok/unit + mark up

Berdasarkan uraian diatas terlihat jelas peranan harga pokok dalam penentuan tarif penjualan. Sebelum menentukan tarif penjualan harus dihitung lebih dahulu harga pokok produk tersebut. Sebab dengan mengetahui harga pokok produk tersebut akan diketahui harga jual minimumnya. Selanjutnya tarif penjualan ditentukan dengan menambahkan mark up tertentu pada harga pokok tersebut. Sehingga dapat dikatakan bahwa harga pokok merupakan dasar dalam menentukan tarif penjualan.

2.9. Langkah-Langkah Penentuan Tarif Penjualan Atas Dasar Harga Pokok

Tarif penjualan atas dasar harga pokok dihitung dengan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Mengumpulkan seluruh elemen biaya produksi seperti biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, serta biaya overhead pabrik baik tetap maupun variabel. Apabila menggunakan metode Full Costing seluruh biaya produksi baik yang bersifat tetap maupun variabel dibebankan dalam penentuan harga pokok produk. Jika menggunakan metode variabel costing maka hanya biaya-biaya produksi variabel saja yang dibebankan ke dalam harga pokok produk.
2. Menentukan volume produksi total dalam satu periode.

Perpustakaan Unika

3. Menentukan harga pokok/unit dengan cara membagi seluruh biaya produksi dengan volume produk, rumusnya sebagai berikut :

$$\text{Harga Pokok Produksi/unit} = \frac{\text{BBB} + \text{BTKL} + \text{BOP}}{\text{Volume Produk}}$$

Keterangan : BBB = Biaya Bahan Baku
BTKL = Biaya Tenaga Kerja Langsung
BOP = Biaya Overhead Pabrik

4. Tarif penjualan atas dasar harga pokok dihitung dengan cara menambahkan mark up pada HPP/unit. Untuk mencari mark up rumusnya adalah sebagai berikut :

$$\text{Mark up/unit} = \frac{\text{bi.adm dan umum} + \text{bi. pemasaran} + \text{laba}}{\text{Volume Produksi}}$$

Sehingga besarnya tarif penjualan dapat ditentukan sebagai berikut :

Tarif penjualan/unit = HPP/unit + Mark up/unit