

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORITIS**

#### **A. Pengertian dan Jenis Akuntansi Manajemen**

##### **1. Pengertian Akuntansi Manajemen**

Akuntansi dapat dipandang sebagai suatu sistem yang mengolah masukan berupa data operasi dan data keuangan untuk menghasilkan keluaran berupa informasi akuntansi yang dibutuhkan oleh pemakai. Akuntansi manajemen merupakan salah satu bidang akuntansi yang tujuan utamanya adalah menyajikan laporan-laporan sebagai satu satuan usaha untuk kepentingan pihak internal dalam rangka melaksanakan proses manajemen yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian.

Ahmad (2011:4), menyatakan bahwa yang dimaksud dengan akuntansi manajemen adalah sebagai berikut:

Akuntansi manajemen adalah penerapan teknik-teknik dan konsepsi yang tepat dalam pengolahan data ekonomi historical dan yang diproyeksikan dari suatu atuan usaha untuk membantu manajemen dalam penyusunan rencana untuk tujuan-tujuan ekonomi yang rasional dan dalam membuat keputusan-keputusan rasional dengan suatu pandangan ke arah pencapaian tujuan tersebut.

Menurut Halim dan Supomo(2009:3), menyatakan bahwa akuntansi manajemen adalah:“Akuntansi manajemen adalah suatu kegiatan (proses) yang menghasilkan informasi keuangan bagi manajemen untuk pengambilan keputusan ekonomi dalam melaksanakan fungsi manajemen.”

Sedangkan menurut Dunia dan Abdullah (2012:6) :

Akuntansi manajemen (management accounting) merupakan bidang akuntansi yang berhubungan dengan pelaporan keuangan untuk pengguna internal yang merupakan pihak yang mempunyai banyak kepentingan dengan system akuntansi dan informasi akuntansi yang dihasilkan dan juga adalah pihak yang diberi tanggung jawab yaitu melaksanakan kegiatan perusahaan.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa akuntansi manajemen dapat diartikan sebagai suatu proses dalam suatu perusahaan untuk menghasilkan informasi yang bersifat keuangan dengan tujuan untuk memenuhi keperluan manajemen dalam melaksanakan fungsinya, yaitu perencanaan, implementasi, dan pengawasan aktivitas organisasi.

## **2. Jenis Akuntansi Manajemen**

### **a. Akuntansi Manajemen sebagai Tipe Akuntansi**

Menurut Yusuf (2009:4) menjelaskan bahwa: “Akuntansi adalah suatu disiplin yang menyediakan informasi yang diperlukan untuk melaksanakan kegiatan secara efisien dan mengevaluasi kegiatan-kegiatan suatu organisasi.”

Berdasarkan pengertian di atas dapat dikatakan bahwa akuntansi merupakan proses pengolahan data keuangan untuk menghasilkan informasi keuangan yang digunakan untuk memungkinkan pengambilan keputusan. Akuntansi manajemen sebagai salah satu tipe akuntansi, merupakan salah satu pengolahan informasi keuangan yang digunakan untuk menghasilkan informasi keuangan bagi kepentingan pemakai intern organisasi.

Menurut Purwanti dan Prawironegoro(2013:7), mengungkapkan tentang perbedaan antara akuntansi keuangan dan akuntansi manajemen sebagai berikut: “Akuntansi keuangan menitikberatkan pada pelaporan transaksi bisnis untuk kepentingan eksternal (pemegang saham, kreditur, pemerintah). Sedangkan akuntansi manajemen menitikberatkan pada pelaporan transaksi bisnis untuk kepentingan manajemen perusahaan”.

Berdasarkan uraian di atas, dapat diketahui bahwa kedua tipe akuntansi tersebut mempunyai perbedaan dari keperluan dibuatnya informasi. Kedua pihak pemakai informasi yang dihasilkan oleh kedua tipe akuntansi tersebut mempunyai kebiasaan pengambilan keputusan yang berbeda. Perbedaan pengambilan keputusan yang dilakukan oleh pemakai informasi akan sangat menentukan setiap tipe akuntansi tersebut.

#### **b. Akuntansi Manajemen sebagai Tipe Informasi**

Manajemen memerlukan informasi, baik yang berupa informasi kuantitatif maupun non kuantitatif sebagai dasar pengambilan keputusan. Pengambilan keputusan selalu berupa pilihan alternatif, dan setiap pemilihan alternatif selalu mengandung ketidakpastian. Informasi berperan sebagai pengurang ketidakpastian, sehingga manajemen mampu menjatuhkan pilihan yang terbaik.

Berdasarkan kepada siapa penyajian informasi keuangan lebih dititikberatkan, Halim dan Supomo(2009:3), menyatakan bahwa:“Akuntansi dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu akuntansi

manajemen yang menyajikan informasi untuk pihak internal perusahaan; dan informasi akuntansi keuangan yang menyajikan informasi keuangan untuk pihak eksternal perusahaan.”

Berdasarkan pernyataan di atas, dapat diketahui bahwa akuntansi dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu akuntansi manajemen yang menyajikan informasi untuk pihak internal perusahaan, seperti untuk keperluan dalam melaksanakan fungsi perencanaan dan pengendalian organisasi dan informasi akuntansi keuangan yang menyajikan informasi keuangan untuk pihak eksternal perusahaan.

Informasi akuntansi manajemen diperlukan oleh manajemen berbagai jenjang organisasi, untuk menyusun rencana aktivitas perusahaan di masa yang akan datang, seperti perencanaan dan pengendalian. Informasi akuntansi manajemen ini dihasilkan oleh sistem pengolahan informasi keuangan yang disebut akuntansi manajemen.

Halim dan Supomo (2009 : 5) menjelaskan tiga jenis informasi akuntansi manajemen, yaitu :

Akuntansi penuh (*full accounting*) yang menghasilkan informasi akuntansi penuh, akuntansi diferensial (*differential accounting*) yang menghasilkan informasi akuntansi diferensial, akuntansi pertanggungjawaban (*responsibility accounting*) yang menghasilkan informasi akuntansi pertanggungjawaban.

Menurut Mulyadi(2009:17), terdapat tiga tipe informasi akuntansi manajemen yaitu:

- “1) Informasi Akuntansi Penuh (*Full Accounting Information*)  
2) Informasi Akuntansi Diferensial (*Differential Accounting Information*)  
3) Informasi Akuntansi Pertanggungjawaban (*Responsibility Accounting Information*)”.

Dengan demikian, dapat diketahui bahwa terdapat tiga tipe informasi akuntansi manajemen, yaitu informasi akuntansi penuh, informasi akuntansi diferensial, dan informasi akuntansi pertanggungjawaban.

Berdasarkan pernyataan di atas, dapat diuraikan sebagai berikut:

1) Informasi Akuntansi Penuh

Informasi akuntansi penuh mencakup informasi aktiva, pendapatan dan atau biaya. Informasi akuntansi penuh dapat mencakup informasi masa lalu maupun informasi yang akan datang. Informasi akuntansi penuh yang berisi informasi masa lalu bermanfaat untuk pelaporan informasi keuangan kepada manajemen puncak dan pihak luar perusahaan, analisis kemampuan untuk menghasilkan laba, dan penentuan harga jual dan *cost-type contract*. Informasi akuntansi penuh yang berisi informasi masa yang akan datang bermanfaat untuk penyusunan program, penentuan harga jual normal, penentuan harga transfer, dan penentuan harga jual yang diatur dengan peraturan pemerintah.

Sebagai contoh, PT. ANDO membeli komponen kipas angin sebesar Rp. 15.000,- dan untuk merakit kipas angin tersebut diperlukan biaya-biaya sebagai berikut : Upah tenaga kerja Rp. 2.000,- biaya material (suku cadang) sebesar Rp. 3.000,- serta biaya operasi sebesar Rp. 5.000,- (termasuk biaya tetap), maka biaya penuh dari kipas angin tersebut adalah Rp. 25.000,-.

## 2) Informasi Akuntansi Diferensial

Informasi akuntansi diferensial mencakup informasi aktiva, pendapatan, dan biaya yang akan terjadi di masa yang akan datang dan diperkirakan akan berbeda untuk setiap alternatif. Informasi akuntansi diferensial bermanfaat dalam pengambilan keputusan untuk pemilihan suatu alternatif tindakan dari berbagai alternatif tindakan yang sedang dipertimbangkan.

Sebagai contoh, PT. ANDO membeli komponen kipas angin dengan harga Rp. 15.000,- untuk merakit kipas angin tersebut dibutuhkan biaya suku cadang sebesar Rp. 5.000,- dan upah tenaga kerja Rp. 3.000,- .Apabila dirakit oleh perusahaan lain, maka biaya yang dikeluarkan sebesar Rp. 10.000,-. Dari informasi tersebut dapat dibuat analisa tentang pemilihan merakit sendiri atau dirakit oleh perusahaan lain, yaitu sebagai berikut :

**Tabel 2.1**  
**Contoh Perhitungan**  
**Informasi Akuntansi Differensial**

	Dirakit perusahaan sendiri	Dirakit perusahaan lain
Komponen kipas angin	Rp. 15.000,-	Rp. 15.000,-
Suku cadang	Rp. 5.000,-	-
Upah tenaga kerja	Rp. 3.000,-	-
Dirakit perusahaan lain	-	Rp. 10.000,-
Total	Rp. 23.000,-	Rp. 25.000,-
Penghematan biaya	Rp. 2.000,-	-
	Rp. 25.000,-	Rp. 25.000

Sumber : Sucipto, 2004, **Penerapan Akuntansi Manajemen Dalam Pengambilan Keputusan**, Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara, USU Digital Library, Medan, hal. 6.

### 3) Informasi Akuntansi Pertanggungjawaban

Informasi akuntansi pertanggungjawaban merupakan informasi aktiva, pendapatan, dan biaya yang dihubungkan dengan manajer yang bertanggungjawab atas pusat pertanggungjawaban tertentu. Informasi akuntansi pertanggungjawaban merupakan informasi yang penting dalam proses pengendalian manajemen karena informasi tersebut menekan hubungan antara informasi keuangan dengan manajer yang bertanggungjawab terhadap perencanaan dan pelaksanaannya.

**Tabel 2.2**  
**Contoh Perhitungan**  
**Informasi Akuntansi Pertanggungjawaban**

<b>Laporan Prestasi Dari Departemen Pemasaran</b> <b>Untuk bulan April 19XX</b>			
	<b>Budget</b>	<b>Realisasi</b>	<b>Varians</b>
Penjualan	Rp. 30.000,-	Rp. 48.000,-	Rp. 18.000,-
<u>Biaya Penjualan :</u>	Rp. 1.000,-	Rp. 1.850,-	(Rp. 850,-)
• Gaji, Bonus dan Lembur	Rp. 200,-	Rp. 270,-	(Rp. 70,-)
• Transportasi	Rp. 500,-	Rp. 550,-	(Rp. 50,-)
• Biaya iklan	Rp. 100,-	Rp. 120,-	(Rp. 20,-)
• Biaya lain - lain	-	-	-
	Rp. 1.800,-	Rp. 2.290,-	(Rp. 990,-)

Sumber : Sucipto, 2004, **Penerapan Akuntansi Manajemen Dalam Pengambilan Keputusan**, Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara, USU Digital Library, Medan, hal. 7.

Dari contoh tersebut terlihat bahwa adanya kenaikan penjualan penjualan sebesar Rp. 18.000,- dari anggaran yang telah ditetapkan. Kenaikan penjualan ini dipengaruhi oleh tingkat kinerja dan motivasi yang diterapkan pada departemen pemasaran yaitu upah lembur dan bonus dinaikkan, sehingga terjadi varians yang cukup besar antara anggaran dengan realisasi yang terjadi untuk biaya gaji, bonus dan lembur tersebut.

## **B. Informasi Akuntansi Diferensial**

### **1. Pengertian Informasi**

Informasi adalah ‘motor’ yang membuat manajemen berjalan. Tanpa aliran informasi yang baik, pemimpin perusahaan akan tidak berdaya dalam melakukan suatu tindakan baik dalam rangka pemecahan masalah maupun pencapaian tujuan perusahaan.

Menurut Hall(2011:4), menyatakan bahwa informasi sebagai berikut: “Informasi adalah salah satu sumber daya bisnis.”

Berdasarkan pengertian di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa Informasi merupakan suatu fakta, data pengamatan, persepsi, atau sesuatu yang lain yang dapat menambah pengetahuan yang merupakan salah satu sumber daya bisnis. Informasi yang telah diolah menjadi suatu bentuk yang penting bagi sipenerima dan mempunyai nilai yang nyata atau yang dapat dirasakan, dalam keputusan-keputusan yang sekarang atau keputusan-keputusan yang akan datang.

Informasi secara garis besar dibagi menjadi dua, yaitu: informasi kualitatif dan informasi kuantitatif. Informasi kualitatif yaitu informasi berdasarkan nilai mutu sedangkan informasi kuantitatif yaitu informasi berdasarkan angka, jumlah dan ukuran. Salah satu bentuk dari informasi kuantitatif adalah informasi akuntansi manajemen karena informasi ini menggunakan satuan uang sebagai ukurannya.

Hall(2011:218), mengemukakan bahwa sifat dari informasi adalah:

- a. Relevansi, hubungan informasi dengan situasi keputusan, dan juga dengan tujuan perusahaan.
- b. Kuantifiabilitas (dapat dikuantifikasikan), tingkat kemampuan pemberian nilai numerik terhadap informasi.
- c. Kecermatan (*accuracy*), keterandalan dan ketepatan informasi.
- d. Kepadatan (*consiseness*), tingkat penggabungan atau pengikhtisaran informasi.
- e. Ketepatan waktu, kekinian informasi.
- f. Lingkup, jangka yang diliput oleh informasi.

Adapun penjelasan dari pernyataan di atas, adalah sebagai berikut:

- a. Relevansi, hubungan informasi dengan situasi keputusan, dan juga dengan tujuan perusahaan. Relevansi berkaitan dengan tujuan-tujuan perusahaan dan tergantung pada penggunaan yang memerlukan informasi tersebut. Jadi, relevansi merupakan suatu kriteria mendasar yang menentukan kegunaan sifat-sifat lain dari informasi.
- b. Kuantifiabilitas (dapat dikuantifikasikan), merupakan sifat yang memberikan nilai-nilai numerik pada peristiwa atau obyek. Kuantifikasi biasa digunakan dalam proses pengukuran yang terdiri dari empat langkah: (1) penentuan apa yang akan di ukur, (2) pemilihan skala

pengukuran yang cocok, (3) pemastian keadaan suatu peristiwa atau obyek, dan (4) penggunaan ukuran yang dihasilkan.

- c. Kecermatan (*accuracy*), keterandalan dan ketepatan informasi. Informasi yang bebas dari kesalahan dan seksama (tepat) disebut akurat (cermat). Informasi lebih bermanfaat bagi para manajer, jika informasi itu setia pada kecermatannya (yaitu, kualitasnya).
- d. Kepadatan (*consiseness*), tingkat penggabungan atau pengikhtisaran informasi. Kepadatan dapat dicapai dengan berbagai metode. Salah satu metode memakai penggunaan perkiraan ikhtisar di dalam kerangka siklus akuntansi. Metode ini mengarah pada penyusunan laporan keuangan dan lampiran ikhtisarnya. Metode lain menggunakan tingkat-tingkat manajerial di dalam struktur organisasi sebagai suatu mekanisme pengikhtisaran.
- e. Ketepatan waktu atau kekinian informasi, mempunyai dua segi yang berkaitan dengan frekuensi dan keterlambatan. Frekuensi menunjukkan seberapa sering informasi dimutakhirkan dan diukur selama interval waktu antara dua laporan berturut-turut untuk informasi yang serupa. Keterlambatan (*delay*) adalah lamanya waktu yang berlalu setelah suatu peristiwa terjadi sampai informasi yang bersangkutan sampai pada pemakai.
- f. Lingkup, yaitu jangka yang diliput oleh informasi. Sejauh mana informasi tersebut dapat bermanfaat bagi pemakainya.

## **2. Pengertian Informasi Akuntansi Diferensial**

Rahayu (2013:1) menyebutkan bahwa :

Informasi akuntansi diferensial merupakan taksiran perbedaan aktiva, pendapatan, dan/atau biaya dalam alternatif tindakan yang lain. Informasi akuntansi diferensial mempunyai dua unsur pokok, yaitu merupakan informasi masa yang akan datang dan berbeda di antara alternatif yang dihadapi oleh pengambil keputusan.

Sedangkan menurut Halim dan Supomo(2009:8), informasi akuntansi diferensial adalah:“Informasi akuntansi diferensial merupakan informasi mengenai taksiran pendapatan, biaya dan aktiva yang berbeda jika suatu tindakan tertentu dipilih, dibandingkan dengan alternatif tindakan yang lain”.

Berdasarkan dua pendapat di atas dapat diketahui bahwa, informasi akuntansi diferensial bermanfaat bagi manajemen dalam pemilihan alternatif yang terbaik bagi perusahaan, karena informasi akuntansi diferensial memuat informasi tentang taksiran perbedaan aktiva, pendapatan dan biaya sebagai akibat dipilihnya suatu alternatif tindakan dibandingkan dengan alternatif tindakan yang lain.

## **3. Konsep Informasi Akuntansi Diferensial**

Informasi akuntansi diferensial merupakan informasi akuntansi yang dihubungkan dengan pemilihan alternatif. Mulyadi(2009:115), menyatakan bahwa konsep dari Informasi akuntansi diferensial, adalah:“Informasi akuntansi diferensial mempunyai dua unsur pokok: merupakan informasi masa yang akan datang dan berbeda diantara alternatif yang dihadapi oleh pengambil keputusan”.

Dari pendapat di atas dapat diketahui bahwa, Informasi akuntansi diferensial merupakan informasi yang menyangkut masa yang akan datang yang diperkirakan akan berbeda untuk setiap alternatif yang sedang dipertimbangkan, sehingga memudahkan manajemen untuk memilih suatu alternatif yang dianggap paling tepat bagi kemajuan perusahaannya.

Informasi akuntansi diferensial yang hanya berkaitan dengan biaya disebut biaya diferensial (*differential cost*), dan yang hanya berkaitan dengan pendapatan disebut pendapatan diferensial (*differential revenue*), dan yang hanya berkaitan dengan aktiva disebut aktiva diferensial (*differential asset*).

a. Biaya Diferensial (*differential cost*)

Carter dan Usry (2013:310) mengemukakan bahwa “biaya diferensial adalah biaya yang harus dikeluarkan untuk menyelesaikan suatu usulan proyek atau memperluas aktivitas yang telah dilakukan”.

Sedangkan menurut Supriyono (2011:399), “biaya diferensial merupakan biaya yang berbeda pada berbagai alternatif pengambilan keputusan yang mungkin untuk dipilih”.

Beberapa pendapat di atas pada dasarnya mempunyai prinsip yang sama mengenai biaya diferensial, yaitu perbedaan biaya sebagai akibat dari dipilihnya suatu alternatif.

Contoh:

PT. Bara Jaya, sebuah perusahaan yang menghasilkan peralatan ski air, telah diminta untuk langsung menjual 2.000 pasang sepatu ski air

kepada toko penjual peralatan olahraga murah di Bandung dengan harga Rp. 100.000 per pasang. Perusahaan PT. Bara Jaya tidak akan membubuhkan merk dagangnya untuk pesanan khusus ini, oleh karena itu PT. Bara Jaya akan menjual sepatu ski air ini dibawah harga eceran normal. Kapasitas penuh untuk PT. Bara Jaya adalah 25.000 pasang sepatu per tahun. Taksiran penjualan perusahaan untuk tahun ini adalah sebanyak 24.000 pasang dengan harga jual Rp 143.750 per pasang. Berikut ini merupakan biaya yang dikeluarkan untuk produksi sepasang sepatu adalah sebagai berikut:

Biaya Bahan Baku	Rp 37.500 / pasang
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp 31.100 / pasang
Biaya Overhead Pabrik (40%) dan Tetap (60%)	Rp 34.450 / pasang

Sekarang terdapat dua alternatif tindakan yang mungkin dipertimbangkan didalam suatu keputusan untuk menerima atau menolak pesanan khusus sebanyak 2.000 pasang sepatu yang didasarkan pada asumsi bahwa pembeli pesanan khusus tidak akan menerima kurang dari 2.000 pasang.

Alternatif tindakan pertama yang mungkin, mengharuskan adanya penurunan penjualan yang sudah tetap kepada konsumen dari 24.000 pasang menjadi 23.000 pasang saja sehingga pesanan khusus sebanyak 2.000 pasang dapat dihasilkan tanpa harus melebihi kapasitas penuh.

**Tabel 2.3**  
**Analisis Biaya Diferensial**  
**Alternatif Tindakan Pertama**

	Pesanan Khusus		Analisis Diferensial
	Menolak	Menerima	
<b>Penjualan :</b> ( 24.000 x Rp 143.750 ) ( 23.000 x Rp 143.750 ) ( 2.000 x Rp 100.000 )	Rp 3.450.000.000 - -	- Rp 3.306.250.000 Rp 200.000.000	
<b>Total Penjualan</b>	<b>Rp 3.450.000.000</b>	<b>Rp 3.506.250.000</b>	<b>Rp 56.250.000</b>
<b>Biaya Variabel :</b> <b>BBB</b> (24.000 x Rp 37.500) (23.000 x Rp 37.500) ( 2.000 x Rp 37.500) <b>BTKL</b> (24.000 x Rp 31.100) (23.000 x Rp 31.100) ( 2.000 x Rp 31.100) <b>BOP</b> (24.000x40% x Rp 34.450) (23.000x40% x Rp 34.450) ( 2.000x40% x Rp 34.450)	Rp 900.000.000 - - Rp.746.400.000 - - Rp 330.720.000 - -	- Rp 862.500.000 Rp 75.000.000 - Rp 715.300.000 Rp 62.200.000 - Rp 316.940.000 Rp 27.560.000	
<b>Total Biaya Variabel</b>	<b>Rp 1.977.120.000</b>	<b>Rp 2.059.500.000</b>	<b>Rp 82.380.000</b>
	<b>Rp 1.472.880.000</b>	<b>Rp 1.446.750.000</b>	<b>Rp 26.130.000</b>

Sumber : Agustin Tri Astuti, 2013, **Contoh Soal Menerima atau Menolak Pesanan Khusus**, <http://astritria.blogspot.com/2013/05/contoh-soal-menerima-atau-menolak.html>, diupload pada hari Kamis, 30 Mei 2013 (didownload pada hari Kamis, 25 September 2014 Pukul 13.26 WIB).

Alternatif tindakan kedua yang mungkin, mengharuskan adanya perluasan kapasitas produksi secara temporer, dari tingkat kapasitas penuh yang sudah ada sekarang sebanyak 25.000 pasang sepatu menjadi tingkat kapasitas produksi sebanyak 260.000 pasang setelah ditingkatkan.

**Tabel 2.4**  
**Analisis Biaya Diferensial**  
**Alternatif Tindakan Kedua**

	Pesanan Khusus		Diferensial
	Menolak	Menerima	
Penjualan (24000xRp.143.750) ( 2000xRp. 100.000)	Rp.3.450.000.000	Rp. 3.450.000.000 Rp. 200.000.000	
<b>Total Penjualan</b>	<b>Rp.3.450.000.000</b>	<b>Rp. 3.650.000.000</b>	<b>Rp. 200.000.000</b>
<b>Biaya Variabel</b>			
Bahan Baku (24000 x Rp. 37.500) ( 2000 x Rp.37.500)	Rp. 900.000.000	Rp. 900.000.000 Rp. 75.000.000	
BTKL (24000 x Rp.31.100) ( 2000 x Rp. 31.100)	Rp. 746.400.000	Rp. 746.400.000 Rp. 62.200.000	
BOP Variabel (24000 x 40% x Rp.34.450) ( 2000 x 40% x Rp. 34.450)	Rp. 33.120.000	Rp. 33.120.000 Rp. 27.560.000	
<b>BOP Tetap</b> (1000 x 60% x Rp. 34.450)	-	Rp. 20.670.000	
Jumlah	Rp.1.679.520.000	Rp.1.864.950.000	<b>Rp. 185.430.000</b>
<b>Kenaikan Laba</b>			<b>Rp. 14.570.000</b>

Sumber : Agustin Tri Astuti, 2013, **Contoh Soal Menerima atau Menolak Pesanan Khusus**, <http://astritria.blogspot.com/2013/05/contoh-soal-menerima-atau-menolak.html>, diupload pada hari Kamis, 30 Mei 2013 (didownload pada hari Kamis, 25 September 2014 Pukul 13.26 WIB).

Pada alternatif tindakan pertama yaitu mengurangi penjualan tetap kepada para pelanggan sebanyak 1.000 pasang bukan merupakan penyelesaian yang dapat diterima atau dengan kata lain ditolak karena dalam hal ini PT. Bara Jaya akan mengalami kerugian diferensial sebesar Rp.26.130.000 .

Sedangkan pada metode alternative tindakan kedua terlihat bahwa jumlah manfaat yang diterima lebih besar dari pada pengorbanan yang dikeluarkan, maka statement menerima pesanan khusus dapat dilaksanakan atau diterima.

Diantara unsur informasi akuntansi diferensial, yang relatif pengukurannya adalah biaya diferensial. Di samping itu terdapat berbagai konsep biaya yang telah dikembangkan dalam akuntansi biaya. Oleh karena itu, untuk mendapatkan pengertian yang benar mengenai biaya diferensial, perlu diuraikan secara mendalam pengertian biaya diferensial.

Mulyadi(2009:116-123)menyatakan bahwa membandingkan konsep biaya diferensial dengan berbagai konsep biaya yang telah dikembangkan sebelumnya dalam akuntansi biaya, yaitu:

- 1) Biaya diferensial versus biaya relevan
- 2) Biaya diferensial sebagai biaya masa yang akan datang (*Future Cost*)
- 3) Biaya diferensial adalah biaya yang berbeda
- 4) Perbedaan biaya penuh dengan biaya diferensial
- 5) Biaya diferensial versus biaya variabel
- 6) Biaya diferensial versus biaya tetap
- 7) Biaya diferensial versus biaya depresiasi
- 8) Biaya diferensial versus biaya tambahan (*Incremental Cost*)
- 9) Biaya diferensial versus biaya kesempatan (*Opportunity Cost*)
- 10) Biaya diferensial versus biaya keluar dari saku (*Out-of-Pocket Cost*).

Adapun penjelasan dari pernyataan di atas, adalah sebagai berikut:

- 1) Biaya diferensial versus biaya relevan

Suatu biaya disebut biaya relevan jika biaya tersebut berhubungan dengan tujuan perekayasaan biaya tersebut. Biaya yang relevan dengan pengambilan keputusan disebut dengan istilah yang lebih tepat adalah biaya diferensial.

- 2) Biaya diferensial sebagai biaya masa yang akan datang (*Future Cost*)

Biaya masa yang akan datang adalah biaya yang dapat diperkirakan akan terjadi dalam periode yang akan datang. Biaya diferensial merupakan biaya masa yang akan datang karena informasi biaya yang diperlukan dalam pengambilan keputusan adalah biaya masa yang akan datang.

- 3) Biaya diferensial adalah biaya yang berbeda

Biaya diferensial merupakan biaya yang diperkirakan berbeda atau terpengaruh oleh suatu pengambilan keputusan pemilihan diantara berbagai alternatif. Oleh karena itu, biaya diferensial merupakan biaya yang berbeda pada setiap alternatif.

- 4) Perbedaan biaya penuh dengan biaya diferensial

Biaya diferensial berbeda dengan biaya penuh dalam tiga aspek:

- a) Unsur biaya. Unsur yang membentuk biaya penuh suatu produk adalah terdiri dari biaya langsung yang berkaitan dengan produk ditambah dengan bagian biaya tidak langsung yang dibebankan kepada produk tersebut. Sedangkan biaya diferensial hanya meliputi biaya yang berbeda dalam kondisi tertentu saja.
- b) Sumber informasi. Informasi biaya penuh dapat diambil langsung dari catatan akuntansi reguler, sedangkan informasi biaya diferensial dikumpulkan dengan cara merancang sistem

akuntansi yang sesuai dengan masalah tertentu yang sedang dihadapi oleh pengambil keputusan.

- c) Perspektif waktu. Dalam biaya penuh, informasi akuntansi masa yang akan datang dan masa lalu perlu dikumpulkan. Sedangkan dalam biaya diferensial hanya informasi akuntansi masa yang akan datang saja yang dikumpulkan.
- 5) Biaya diferensial versus biaya variabel. Biaya variabel merupakan biaya yang berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan, sedangkan biaya diferensial selalu berkaitan dengan alternatif tertentu yang sedang dipertimbangkan untuk dipilih.
- 6) Biaya diferensial versus biaya tetap. Biaya tetap merupakan biaya yang jumlah totalnya tidak berubah dengan adanya perubahan volume kegiatan dalam kisar perubahan volume kegiatan tertentu. Dalam pengambilan keputusan jangka pendek, biaya tetap mungkin merupakan biaya diferensial atau mungkin tidak. Jika suatu biaya tetap seluruhnya dapat diusut jejaknya ke dalam suatu keputusan khusus dan hanya akan terjadi jika keputusan tersebut dilakukan, biaya tersebut merupakan biaya diferensial.
- 7) Biaya diferensial versus biaya depresiasi. Depresiasi merupakan alokasi secara periodik kos aktiva yang tetap yang diperoleh pada waktu yang lampau. Dalam pengambilan keputusan jangka pendek biaya depresiasi bukan merupakan biaya diferensial dan dapat diabaikan

- 8) Biaya diferensial versus biaya tambahan (*Incremental Cost*).  
Biaya tambahan suatu alternatif adalah tambahan biaya yang akan terjadi jika suatu alternatif yang berkaitan dengan perubahan volume kegiatan dipilih. Biaya tambahan merupakan jumlah semua biaya diferensial yang berhubungan dengan suatu alternatif yang berkaitan dengan penambahan atau pengurangan volume kegiatan.
- 9) Biaya diferensial versus biaya kesempatan (*Opportunity Cost*).  
Biaya kesempatan adalah pendapatan atau penghematan biaya yang dikorbankan sebagai akibat dipilihnya alternatif tertentu. Biaya kesempatan merupakan salah satu unsur biaya diferensial, namun biaya diferensial tidak terbatas pada biaya kesempatan saja.
- 10) Biaya diferensial versus biaya keluar dari saku (*Out-of-Pocket Cost*). Biaya yang akan memerlukan pengeluaran kas sekarang atau dalam jangka dekat sebagai akibat dari keputusan manajemen disebut sebagai biaya keluar dari saku. Biaya keluar dari saku adalah unsur biaya diferensial yang dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan.

b. Pendapatan Diferensial (*differential revenue*)

Menurut Mulyadi(2009:116), menyatakan bahwa pendapatan diferensial adalah:“Pendapatan diferensial (*differential revenues*) adalah informasi akuntansi diferensial yang hanya berkaitan dengan pendapatan.”

Pendapat ini tidak berbeda jauh dengan pendapat yang dikemukakan oleh Syamrin (2012:279), yaitu: “Pendapatan diferensial yaitu suatu perbedaan atau selisih pendapatan antara dua alternatif umumnya berupa *incremental revenue* atau suatu kenaikan atau tambahan pendapatan karena memilih suatu alternatif”.

Sedangkan menurut Halim dan Supomo(2009:76), menyatakan bahwa pendapatan diferensial adalah:“Pendapatan diferensial merupakan pendapatan yang berbeda dalam suatu kondisi, dibandingkan dengan kondisi-kondisi yang lain.”

Berdasarkan pendapat-pendapat tersebut, maka dapat diartikan bahwa pendapatan diferensial adalah informasi masa yang akan datang yang berupa pendapatan yang berbeda pada berbagai alternatif yang sedang dipertimbangkan.

Contoh : Perusahaan kulit bisa memilih alternatif menjual kulit mentah atau memproses kulit mentah menjadi kulit jadi. Harga jual kulit mentah Rp 4500 per lbr, harga pokok Rp 3.000. Bila kulit diproses menjadi kulit jadi, harga jual per lembarnya Rp 7.500 dan tambahan by variabel Rp 1.500 per lembar. Perusahaan bisa membuat 10.000 lembar tiap periode.

**Tabel 2.5**  
**Analisis Pendapatan Diferensial**  
**Menjual atau memproses Lebih Lanjut**

	Dijual		Pendapatan Diferensial
	Kulit Mentah	Kulit Jadi	
Penjualan(10.000 x Rp 4.500)	Rp 45.000.000	Rp 75.000.000	Rp 30.000.000
HP kulit mentah(10.000 x Rp 3.000)	Rp 30.000.000	Rp 30.000.000	-
By meneruskan proses(10.000 x Rp 1.500)		-Rp 15.000.000	Rp 15.000.000
<b>LABA</b>	Rp 15.000.000	Rp 30.000.000	Rp 15.000.000

Sumber : Nabila Sishma, 2013, **Informasi Akuntansi dengan Alternatif Menjual atau Memproses Lebih Lanjut**, [http://nabilasishma.blogspot.com/2013/05/informasi-akuntansi-dengan-alternatif\\_1037.html](http://nabilasishma.blogspot.com/2013/05/informasi-akuntansi-dengan-alternatif_1037.html), diupload pada hari Jumat, 10 Mei 2013 (didownload pada hari Kamis, 25 September 2014, Pukul 14.35 WIB).

Berdasarkan hasil perhitungan pada table diatas, dapat disimpulkan bahwa lebih baik perusahaan memilih alternatif membuat kulit jadi karena menghasilkan laba yang lebih besar yaitu sebesar Rp 30.000.000.

$$\begin{aligned} \text{By.Diferensial} &= (\text{Rp } 45.000.000 - \text{Rp } 30.000.000) \\ &= \text{Rp } 15.000.000 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Pdptn diferensial} &= (\text{Rp } 75.000.000 - \text{Rp } 45.000.000) \\ &= \text{Rp } 30.000.000 \end{aligned}$$

c. Aktiva Diferensial (*differential asset*)

Menurut IAI(2009:13), Aset adalah:“Aset adalah sumber daya yang dikuasai oleh perusahaan sebagai akibat dari peristiwa masa lalu dan darinya manfaat ekonomi di masa depan diharapkan akan diperoleh perusahaan.”

Menurut Mulyadi(2009:116), menyatakan bahwa aktiva diferensial adalah“Aktiva diferensial (*differential assets*) adalah informasi akuntansi diferensial yang hanya berkaitan dengan aktiva.”

Berdasarkan pengertian-pengertian di atas, dapat diketahui bahwa aktiva diferensial merupakan taksiran perbedaan aktiva yang akan terjadi di masa yang akan datang yang diperkirakan akan berbeda untuk setiap alternatif.

Contoh : Manajemen puncak PT X mempertimbangkan akan mengganti salah satu mesin, dengan mesin baru. Perbandingan biaya operasi mesin lama dengan biaya operasi mesin baru per tahun dan perhitungan biaya differensial, serta kenaikan produktivitas dengan penggunaan mesin baru.

**Tabel 2.6**  
**Analisis Aktiva Diferensial**  
**Untuk Pengambilan Keputusan Investasi**

	Mesin lama	Mesin baru	Biaya differensial	Pendapatan differensial	Aktiva differensial
Biaya bahan bakar	Rp. 1.000	Rp.750	Rp.250		
Biaya tenaga kerja	1.200	800	400		
Biaya pemeliharaan	750	400	350		
Total biaya operasi	<b>2.950</b>	<b>1.950</b>	<b>1.000</b>		<b>Rp.1.000</b>
Pendapatan	5.500	6.000		500	500
total					

Sumber : Farahana, 2012, **Penggunaan Informasi Akuntansi Diferensial Dalam Pengambilan Keputusan Investasi**, <http://fara-narsis.blogspot.com/2012/04/penggunaan-informasi-akuntansi.html>, diupload Senin, 30 April 2012 (didownload Kamis, 25 September 2014 Pukul 2.15 WIB).

Jika misalnya harga beli dan biaya pemasangan mesin baru tersebut berjumlah Rp.10.000.000 dan diperkirakan berumur ekonomis 4 tahun,

maka yang harus dipertimbangkan oleh manajemen puncak dalam pengambilan keputusan investasi penggantian mesin tsb adalah :

- a. Apakah penghematan biaya tunai dan tambahan pendapatan sebesar Rp, 1.500.000per tahun selama umur ekonomis mesin baru tsb cukup memadai jika dibandingkan dengan investasi yang akan dilakukan sebesar Rp.10.000.000 ? Jawaban ini diperoleh dengan menggunakan *average return on investment method, present value method, atau discounted cash flows method.*
- b. Apakah investasi sebesar Rp.10.000.000 tsb akan dapat kembali dalam waktu yg diinginkan, jika penghematan biaya tunai dan pendapatan differensial dari investasi per tahun sebesar Rp. 1.500.000? Jawaban ini diperoleh dengan menggunakan *pay back period method.*

#### **4. Manfaat Informasi Akuntansi Diferensial**

Informasi akuntansi diferensial merupakan salah satu informasi biaya yang dipertimbangkan dalam mengambil suatu keputusan jangka pendek, yaitu keputusan yang berlaku kurang dari satu periode akuntansi (satu tahun). Kegunaan informasi akuntansi diferensial dalam pengambilan keputusan adalah untuk membantu manajemen dalam memilih alternatif yang paling menguntungkan bagi perusahaan.

Ada beberapa manfaat informasi akuntansi diferensial dalam pengambilan keputusan jangka pendek yang pada umumnya dihadapi oleh manajemen dalam pengambilan keputusan yang menurut Bustami dan Nurlela (2009:175) umumnya terdiri dari empat macam keputusan, yaitu:

- a. Menjual atau memproses lebih lanjut ( *sell or process further* )
- b. Menghentikan atau melanjutkan produksi produk tertentu atau kegiatan usaha departemen tertentu ( *stop or continue product line* )
- c. Menerima atau menolak pesanan khusus ( *special order decision* )
- d. Membeli atau membuat sendiri ( *make or buy decision* ).

Dengan demikian, dapat diketahui bahwa informasi akuntansi diferensial bermanfaat dalam pengambilan keputusan jangka pendek seperti keputusan membeli atau membuat sendiri, menjual atau memproses lebih lanjut suatu produk, menghentikan atau melanjutkan produksi produk tersebut, dan menerima atau menolak pesanan khusus.

Berdasarkan pernyataan di atas, dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Keputusan membeli atau membuat sendiri.

Keputusan membeli atau membuat sendiri dihadapi oleh manajemen terutama dalam perusahaan yang produknya terdiri dari berbagai komponen dan yang memproduksi berbagai jenis produk. Salah satu pemicu timbulnya pertimbangan untuk membeli atau memproduksi sendiri adalah adanya taksiran penghematan biaya.

- b. Menjual atau memproses lebih lanjut suatu produk.

Manajemen puncak seringkali dihadapkan pada pilihan menjual produk tertentu pada kondisinya sekarang atau memproses lebih lanjut menjadi produk lain yang lebih tinggi harga jualnya. Dalam pengambilan keputusan macam ini, informasi akuntansi diferensial yang diperlukan oleh manajemen adalah pendapatan diferensial dengan biaya diferensial jika alternatif lebih lanjut dipilih.

c. Menghentikan atau melanjutkan produksi produk tersebut.

Dalam perusahaan yang menghasilkan lebih dari satu macam keluarga produk atau yang memiliki berbagai departemen penghasil laba, adakalanya manajemen puncak menghadapi salah satu keluarga produknya atau salah satu departemennya mengalami kerugian usaha yang diperkirakan akan berlangsung terus. Dalam menghadapi kondisi ini, manajemen perlu mempertimbangkan keputusan menghentikan atau melanjutkan produksi produk atau kegiatan usaha departemen yang mengalami kerugian tersebut. Informasi yang relevan untuk dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan ini adalah biaya diferensial dan pendapatan diferensial.

d. Menerima atau menolak pesanan khusus.

Umumnya perusahaan mempunyai kapasitas menganggur, yang serikali mendorong manajemen puncak untuk mempertimbangkan penetapan harga jual di bawah harga jual yang hanya diterapkan pada pesanan khusus yang tidak berdampak terhadap penjualan reguler. Dalam pengambilan keputusan menerima atau menolak pesanan khusus, informasi akuntansi yang relevan adalah pendapatan diferensial dan biaya diferensial.

## **5. Peranan Informasi Akuntansi Diferensial**

Informasi akuntansi diferensial mempunyai peranan yang cukup besar bagi seorang pengambil keputusan. Mulyadi (2009:115), menyatakan bahwa informasi akuntansi diferensial berperan untuk:

- a. Merangsang manajemen di dalam menyadari dan mendefinisikan masalah
- b. Memisahkan alternatif tindakan yang satu dengan alternatif tindakan yang lain.
- c. Menjelaskan konsekuensi berbagai alternatif tindakan yang akan dipilih.
- d. Membantu menganalisis dan menilai berbagai alternatif tindakan yang akan dipilih.
- e. Umpan balik untuk memantau keputusan dan tindakan koreksi penyimpangan.”

Berdasarkan pernyataan di atas, dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Merangsang manajemen di dalam menyadari dan mendefinisikan masalah

Informasi akuntansi diferensial dapat berfungsi sebagai perangsang untuk menyadari adanya masalah dengan cara penyajian penyimpangan kinerja sesungguhnya dengan sasaran yang ditetapkan dalam anggaran atau dengan memberitahukan kepada manajer bahwa mereka gagal dalam pencapaian keluaran atau sasaran laba yang telah ditetapkan lebih dahulu.

- b. Memisahkan alternatif tindakan yang satu dengan alternatif tindakan yang lain

Informasi akuntansi diferensial dapat memisahkan alternatif tindakan yang satu dengan alternatif tindakan yang lain, karena informasi akuntansi diferensial mampu mengurangi ketidakpastian yang melingkupi pemilihan alternatif.

- c. Menjelaskan konsekuensi berbagai alternatif tindakan yang akan dipilih.

Informasi akuntansi diferensial dapat mewujudkan alternatif dalam bentuk kuantitatif sehingga dapat menjelaskan konsekuensi berbagai alternatif tindakan yang akan dipilih.

d. Membantu menganalisis dan menilai berbagai alternatif tindakan yang akan dipilih.

Informasi akuntansi diferensial dapat memberikan gambaran mengenai besarnya manfaat dan pengorbanan sehingga dapat membantu menganalisis dan menilai berbagai alternatif tindakan yang akan dipilih

e. Umpan balik untuk memantau keputusan dan tindakan koreksi penyimpangan.

Informasi akuntansi diferensial dapat memberikan gambaran mengenai hasil pelaksanaan dari keputusan yang dipilih sehingga dapat diketahui sejauhmana tercapainya keberhasilan keputusan tersebut.

## **C. Harga Jual**

### **1. Pengertian Harga Jual**

Harga merupakan satu hal penting, dimana harga merupakan komponen besar dari kepuasan konsumen, dan nilai produk adalah apa yang dirasakan konsumen, jadi pembeli membantu menetapkan nilai dari produk. Dari sudut pandang produsen, harga tentu saja mempunyai peranan yang sangat penting. Laba yang akan diperoleh perusahaan dan kelangsungan hidup perusahaan sangat ditentukan oleh seberapa besar pendapatan yang mereka peroleh, dan ini tergantung dari berapa banyaknya jumlah produk yang terjual. Banyaknya jumlah penjualan produk sangat di pengaruhi oleh harga jual produk itu sendiri. Jadi harga jual merupakan hal penting atas suatu produk yang dijual baik bagi produsen, maupun bagi konsumen.

Harga adalah nilai barang atau jasa yang diungkapkan dalam satuan rupiah atau satuan uang lainnya. Sedangkan harga jual adalah nilai yang dibebankan kepada pembeli atau pemakai barang dan jasa. Dalam hal ini harga jual merupakan suatu yang dapat digunakan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang dan jasa serta pelayanannya.

Menurut Supriyono (2011:32) mengemukakan pengertian harga jual sebagai berikut: "Harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan".

Dalam manajemen tradisional, produsen menentukan harga jual produk atau jasa dengan berangkat dari taksiran biaya penuh (full cost) produk atau jasa kemudian ditambah dengan laba yang diharapkan, sehingga formula harga jual produk atau jasa terlihat sebagai berikut, seperti yang dipaparkan oleh Mulyadi (2009 : 60): "Harga jual = Biaya penuh (full cost) + Laba memadai yang diharapkan".

Pada prinsipnya rumus penentuan harga jual adalah seperti yang dijelaskan oleh Mulyadi (2009 : 79) sebagai berikut: "Harga Jual = Biaya produksi + Biaya nonproduksi + Laba yang diharapkan".

Dari definisi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa harga jual merupakan biaya penuh ditambah biaya wajar atau laba yang diinginkan oleh perusahaan yang dibebankan kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan.

Tujuan pokok penentuan harga jual adalah sebagai berikut :

- a. Mencapai target penjualan (return on invesment).
- b. Memaksimalkan laba.
- c. Meningkatkan penjualan dan mempertahankan/memperluas pangsa pasar.
- d. Menstabilkan harga.

## **2. Faktor-faktor yang mempengaruhi penentuan harga jual**

Banyak faktor yang mempengaruhi penentuan harga jual, baik dipandang dari barang yang akan dijual atau pasarnya dan tak kalah pentingnya adalah biaya untuk membuat barang tersebut. Secara singkat berikut ini adalah faktor-faktor yang mempengaruhi penetapan harga jual

Menurut Kotler dan Armstrong yang dikutip oleh Tjiptono (2008:154) dalam buku Strategi Pemasaran : “Secara umum ada dua faktor utama yang perlu dipertimbangkan dalam menetapkan harga jual, yaitu faktor internal perusahaan dan lingkungan eksternal”.

### **a. Faktor Internal Perusahaan**

#### **1) Tujuan pemasaran**

Faktor utama yang menentukan dalam penetapan harga adalah tujuan pemasaran perusahaan. Tujuan tersebut bisa berupa maksimisasi laba, mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan meraih pangsa pasar yang besar, menciptakan kepemimpinan dalam hal kualitas, mengatasi persaingan, melakukan tanggung jawab sosial dll.

## 2) Strategi Bauran Pemasaran

Harga hanyalah salah satu komponen dari bauran pemasaran. Oleh karena itu harga perlu dikoordinasikan dan saling mendukung dengan bauran pemasaran lainnya, yaitu produk, distribusi dan promosi.

## 3) Biaya

Biaya merupakan faktor yang menentukan harga minimal yang harus ditetapkan agar perusahaan tidak mengalami kerugian. Oleh karena itu setiap perusahaan pasti menaruh perhatian besar pada aspek struktur biaya (tetap dan variabel) serta jenis-jenis biaya lainnya, seperti out-of-pocket cost, incremental cost, opportunity cost, dan replacement cost

## 4) Organisasi

Managemen perlu memutuskan siapa di dalam organisasi yang harus menetapkan harga. Setiap perusahaan menangani masalah penetapan harga menurut caranya masing-masing. Pada perusahaan kecil, umumnya harga ditetapkan oleh manajemen puncak, pada perusahaan besar, seringkali masalah penetapan harga ditangani oleh divisi atau manager suatu lini produk. Dalam pasar industri para wiraniaga (sales people) diperkenankan untuk bernegosiasi dengan pelanggannya guna menetapkan rentang (range) harga tertentu. Dalam industri dimana harga merupakan faktor kunci (misalnya perusahaan minyak, penerbangan luar angkasa) biasanya setiap perusahaan memiliki departemen pemasaran atau manajemen puncak. Pihak-pihak lain yang

memiliki pengaruh terhadap penetapan harga adalah manajer penjualan, manajer produksi, manajer keuangan dan akuntan.

b. Faktor Lingkungan Eksternal

1) Sifat Pasar dan Permintaan

Setiap perusahaan perlu memahami sifat pasar dan permintaan yang dihadapinya, apakah termasuk pasar persaingan sempurna, persaingan monopolistik, oligopoli atau monopoli. Faktor lain yang tidak kalah pentingnya adalah elastisitasnya permintaan.

2) Persaingan

Kekuatan pokok yang mempengaruhi persaingan dalam suatu industri ada lima, yaitu persaingan dalam industri yang bersangkutan, produk substitusi, pemasok, pelanggan dan ancaman pendatang baru. Informasi-informasi yang dibutuhkan untuk menganalisis karakteristik persaingan yang dihadapi antara lain:

a) Jumlah perusahaan dalam industri. Bila hanya ada satu perusahaan dalam industri, maka secara teoritis perusahaan yang bersangkutan bebas menetapkan harganya sebarang. Akan tetapi sebaliknya bila industri terdiri dari banyak perusahaan, maka persaingan harga pun terjadi. Bila produk yang dihasilkan tidak terdiferensiasi, maka hanya pemimpin industri yang leluasa menentukan perubahan harga.

b) Ukuran relatif setiap anggota dalam industri . Bila perusahaan memiliki pangsa pasar yang besar, maka perusahaan yang

bersangkutan dapat memegang inisiatif perubahan harga. Bila pangsa pasarnya kecil, maka hanya menjadi pengikut.

- c) Diferensiasi produk. Bila perusahaan berpeluang melakukan diferensiasi dalam industrinya, maka perusahaan tersebut dapat mengendalikan aspek penetapan harganya, bahkan sekalipun perusahaan itu kecil dan banyak persaingan dalam industry.
- d) Kemudahan untuk memasuki industri tersebut. Bila suatu industri mudah untuk dimasuki maka perusahaan yang ada sulit mempengaruhi atau mengendalikan harga. Sedangkan bila ada hambatan masuk ke pasar (game to market entry) maka perusahaan – perusahaan yang sudah ada dalam industri tersebut dapat mengendalikan harga.

Hambatan masuk ke pasar dapat berupa:

- a) Persyaratan teknologi
- b) Investasi modal yang besar
- c) Ketidak tersediaan bahan baku pokok / utama
- d) Skala ekonomis yang sudah dicapai perusahaan-perusahaan yang telah ada sulit diarahkan oleh para pendatang baru
- e) Kendali atas sumber daya alam oleh perusahaan-perusahaan yang sudah ada
- f) Keahlian dalam pemasaran.

### 3) Unsur-unsur lingkungan eksternal lainnya

Selain faktor diatas, perusahaan juga perlu mempertimbangkan faktor kondisi ekonomi (inflasi, boom atau resesi, tingkat bunga) kebijakan dan peraturan pemerintah dan aspek social (kepedulian terhadap lingkungan).

Faktor-faktor yang mempengaruhi dalam penetapan harga jual harus diperhatikan dan dipertimbangkan menurut aturan dasar yang diikuti dalam penetapan harga jual produk atau jasa, sehingga perusahaan tidak akan mengalami kegagalan dalam menjual produknya dan pada akhirnya tujuan perusahaan tercapai. Banyak faktor yang mempengaruhi penentuan harga jual, baik dipandang dari barang yang akan dijual atau pasarannya dan biaya untuk membuat barang tersebut.

Sedangkan menurut Mas'ood Machfud yang dikutip Thoyib (2010:6) faktor-faktor yang mempengaruhi penetapan harga jual adalah sebagai berikut:

- a. Faktor laba yang diinginkan
  - 1) Apakah pengembalian modal (return on capital) sudah mencukupi
  - 2) Berapa laba yang dibutuhkan untuk membayar deviden
  - 3) Berapa laba yang dibutuhkan untuk perluasan
  - 4) Berapa trend penjualan yang diinginkan
- b. Faktor produk atau penjualan produk tersebut
  - 1) Apakah volume penjualan tersebut bisa direalisasikan
  - 2) Apakah ada diskriminasi
  - 3) Apakah ada kapasitas menganggur
  - 4) Apakah harga tersebut logis untuk diterapkan
- c. Faktor biaya dan produk tersebut
  - 1) Apakah biaya variable dan biaya tetapnya tinggi
  - 2) Apakah harga tersebut adalah harga pertama
  - 3) Apakah penggunaan modal sudah efektif
  - 4) Apakah ada biaya bersama karena ada produk campuran
- d. Faktor di luar perusahaan (konsumen)
  - 1) Apakah permintaan terhadap produk tersebut elastisitas atau inelastisitas

- 2) Siapa langganan yang akan dicapai
- 3) Apakah produk dipasar homogen atau heterogen
- 4) Persaingan tajam atau tidak.

Apabila perusahaan menjual barang atau jasa dengan harga jual di bawah biaya produksi, maka perusahaan akan mengalami kerugian sedangkan jika perusahaan menetapkan harga jual barang atau jasa di atas biaya produksi maka perusahaan akan memudahkan dalam menghitung laba yang akan diterima oleh perusahaan.

### 3. Metode Penetapan Harga Jual

Salah satu kebijakan perusahaan yang penting adalah keputusan untuk menetapkan harga jual pada produknya agar profitable dan marketable. Banyak faktor yang mempengaruhi penentuan harga jual selain biaya dari pembuatan produk itu sendiri. Harga jual ini harus disesuaikan dengan jenis perusahaan, produk, dan pasarnya.

Horngen, dkk (2008:350) mengatakan bahwa terdapat empat metode penentuan harga jual, yaitu :

- a. Penentuan Harga Jual Normal (Normal Pricing)
- b. Penentuan Harga Jual dalam Cost-type Contract (Cost-type Contract Pricing).
- c. Penentuan Harga Jual Pesanan Khusus (Special Order Pricing)
- d. Penentuan harga jual produk peraturan pemerintah.

Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut :

- a. Penentuan Harga Jual Normal (*Normal Pricing*)

Dalam keadaan normal, manajer penentu harga jual memerlukan informasi biaya penuh masa yang akan datang sebagai dasar penentu harga jual produk atau jasa. Harga jual suatu produk harus dapat menutup

biaya taksiran biaya penuh produk atau jasa tersebut ditambah dengan laba yang wajar. Harga jual produk atau jasa dalam keadaan normal ditentukan dengan formula sebagai berikut:

$$\text{Harga Jual} = \text{Taksiran Biaya Penuh} + \text{Laba Yang Diharapkan}$$

Terdapat dua unsur yang diperhitungkan dalam penentuan harga jual tersebut diatas, yaitu; taksiran biaya penuh dan laba yang diharapkan.

Taksiran biaya penuh dapat dihitung dengan dua pendekatan, yaitu; pendekatan *Full Costing* dan *Variable Costing*.

Dalam pendekatan *Full Costing* taksiran biaya penuh yang dipakai sebagai dasar penentuan harga jual terdiri atas unsur sebagai berikut:

#### **Unsur Biaya Penuh Dengan Pendekatan *Full Costing***

Biaya bahan baku	XXX	
Biaya tenaga kerja langsung	XXX	
Biaya overhead pabrik	<u>XXX</u>	
Taksiran total biaya produksi		XXX
Biaya administrasi dan umum	XXX	
Biaya pemasaran	<u>XXX</u>	
Taksiran total biaya komersial		<u>XXX</u>
Taksiran biaya penuh		XXX

Sedangkan dalam pendekatan *Variable Costing* taksiran biaya penuh yang dipakai sebagai dasar penentuan harga jual terdiri dari unsur sebagai berikut:



maka semakin besar pula laba yang diharapkan dalam perhitungan harga jual.

## 2. Penentuan Harga Jual dalam *Cost-type Contract* (*Cost-type Contract Pricing*)

*Cost-type Contract* adalah kontrak pembuatan produk dan jasa yang pihak pembeli setuju membeli produk atau jasa pada harga yang didasarkan pada total biaya yang sesungguhnya dikeluarkan oleh produsen ditambah dengan laba yang dihitung sebesar persentase tertentu dari total biaya yang sesungguhnya.

Perhitungan menurut *Cost Type Contract* dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

### **Perhitungan Harga Jual yang Dibebankan Kepada Pemilik Proyek dalam *Cost Type Contract***

Total biaya penuh proyek	XXX
Laba (% X total biaya penuh proyek)	XXX
Harga jual yang dibebankan kepada pemilik proyek	XXX

## 3. Penentuan Harga Jual Pesanan Khusus (*Special Order Pricing*)

Pesanan khusus merupakan pesanan yang diterima oleh perusahaan diluar pesanan reguler perusahaan. Biasanya harga yang diminta *Customer* adalah harga dibawah harga jual normal, karena biasanya pesanan khusus mencakup jumlah yang besar. Dalam mempertimbangkan penerimaan pesanan khusus informasi akuntansi diferensial merupakan dasar yang dipakai sebagai landasaan penentuan harga jual. Bentuk perhitungan menurut pesanan khusus dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

### **Perhitungan Harga Jual Menurut Pesanan Khusus**

Total harga jual dari pesanan khusus (Kg X @ Rp)	XXX
Total biaya variabel untuk menghasilkan pesanan khusus (Kg X @ Rp)	<u>XXX</u>
Laba kontribusi	<u>XXX</u>

4. Penentuan harga jual produk yang dihasilkan perusahaan yang diatur dengan peraturan pemerintah.

Harga jual produk atau jasa yang diatur oleh pemerintah ditentukan berdasarkan biaya penuh masa yang akan datang ditambah dengan laba yang diharapkan. Dalam hal ini pendekatan *Full Costing* saja yang dipakai karena pendekatan *Variable Costing* tidak diterima sebagai prinsip akuntansi yang lazim

Formula penentuan harga jual yang diatur oleh peraturan pemerintah berdasarkan pendekatan *Full Costing* dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

#### **Penentuan Harga Jual yang Diatur oleh Peraturan Pemerintah Berdasarkan Pendekatan *Full Costing***

##### **Perhitungan *mark up*:**

Biaya administrasi dan umum	XXX
Biaya pemasaran	XXX
Laba yang diharapkan (% X total aktiva)	<u>XXX</u>
Jumlah	<u>XXX</u>
Biaya produksi	<u>XXX</u>
Persentase mark up	XX %

##### **Perhitungan harga jual:**

Biaya produksi	XXX
Mark up (% X biaya produksi)	<u>XXX</u>
Jumlah harga jual	<u>XXX</u>
Volume produksi	<u>XXX</u>
Harga jual per Kg	XXX

## **D. Pengambilan Keputusan**

### **1. Pengertian Pengambilan Keputusan**

Pengertian pengambilan keputusan menurut Silalahi (2009:207) adalah sebagai berikut:

Pengambilan keputusan adalah kegiatan yang dilakukan oleh seorang (pimpinan) atau sekelompok orang (antar pimpinan dan bawahan) dalam usaha memecahkan dan mencari solusi dari suatu problema yang dihadapi dengan merumuskan, menetapkan, berbagai alternatif. Suatu dari berbagai alternatif yang dianggap paling baik, tepat dan rasional dipilih untuk dilaksanakan.

Sedangkan pengambilan keputusan menurut Hasan (2008:78) adalah : “Suatu proses memilih suatu alternatif dari beberapa alternatif secara sistematis untuk ditindak lanjuti sebagai suatu cara pemecahan masalah yang ada”.

Dengan demikian, dapat diketahui bahwa pengambilan keputusan merupakan tindakan pemimpin perusahaan dalam memilih dan menetapkan satu alternatif yang dianggap paling tepat dari berbagai alternatif yang akan dipilih. Alternatif yang dipilih merupakan suatu keputusan. Keputusan adalah ketetapan atau penentuan atas suatu pilihan yang diinginkan. Keputusan tersebut harus fleksibel, realistis, dan mungkin untuk dilaksanakan dengan dukungan sarana, prasarana, dan sumber-sumber daya yang tersedia baik manusia dan materiil.

### **2. Proses Pengambilan Keputusan**

Dalam mengambil keputusan yang bersifat taktis atau bersifat jangka pendek, ada beberapa langkah yang perlu dilakukan agar keputusan yang dilakukan dapat menghasilkan keputusan yang tepat bagi perusahaannya.

Pengambilan keputusan menurut Mulyadi (2009:108), dilaksanakan melalui empat langkah yaitu:

- a. Pengakuan dan perumusan masalah atau peluang
- b. Pencarian tindakan alternatif dan pengkuantifikasian konsekuensinya masing-masing
- c. Pemilihan alternatif optimum atau alternatif yang memuaskan
- d. Implementasi dan penindaklanjutan.

Berdasarkan pernyataan di atas, dapat dijelaskan bahwa keputusan yang harus diambil oleh manajemen kemungkinan merupakan respon terhadap peristiwa yang mengandung masalah, ancaman yang dirasakan ada dan kesempatan yang diperkirakan akan terjadi. Selanjutnya, jika timbul suatu masalah atau adanya kesempatan, manajemen kemudian membuat alternatif tindakan untuk memecahkan masalah tersebut dan menghitung secara kuantitatif konsekuensi setiap alternatif tindakan tersebut. Dalam mencari tindakan alternatif, manajemen dapat melihat pengalaman yang sama yang terjadi dimasa lalu dan menggunakan pemecahan masalah yang pernah berhasil digunakan untuk memecahkan masalah yang sama dimasa lalu. Cara lain, adalah dengan mencari alternatif baru untuk memecahkan masalah atau menghadapi kesempatan yang ada.

Menurut Hasan (2008:82), langkah - langkah dalam pengambilan keputusan yaitu:

- a. Mendefenisikan masalah
- b. Mengidentifikasi kriteria keputusan
- c. Menimbang kriteria
- d. Membuat alternatif pilihan tindakan
- e. Mengevaluasi setiap alternatif
- f. Memperkirakan keputusan yang paling optimal.

Berikut ini penjelasan dari langkah-langkah tersebut di atas :

a. Mengidentifikasi masalah

Langkah pertama dalam pengambilan keputusan adalah mengenali (mengidentifikasi) masalah. Masalah adalah terdapatnya perbedaan antara keinginan yang ditetapkan dan keadaan yang dihadapi. Adanya perbedaan antara keadaan yang sesungguhnya dan keinginan yang ditetapkan tidaklah menjamin bahwa manajer akan membuat keputusan untuk menyelesaikan masalah. Identifikasi dapat di permudah dengan, pertama, manajer harus menyadari adanya perbedaan. Mereka harus mengetahui adanya masalah sebelum memulai mencari pemecahan masalah. Kedua, manajer menyadari adanya perbedaan antara keinginan yang ditetapkan dan kenyataan yang sesungguhnya tidaklah cukup untuk memulai proses pengambilan keputusan, untuk itu manajer harus termotivasi untuk mengurangi perbedaan tersebut. Pada akhirnya manajer juga harus memiliki pengetahuan, keterampilan, kemampuan dan sumber-sumber daya untuk menyelesaikan masalah tersebut.

b. Mengidentifikasi kriteria keputusan

Kriteria keputusan adalah ukuran dasar yang digunakan untuk menuntun pertimbangan dan keputusan. Biasanya, semakin banyak ditemukan kriteria yang memungkinkan untuk memecahkan masalahnya.

c. Menimbang kriteria

Setelah mengenali kriteria keputusan, langkah berikutnya adalah memutuskan kriteria mana yang lebih penting atau kurang penting.

Banyak jumlah model matematika yang dapat dipakai untuk menimbang kriteria keputusan, semuanya memerlukan pengambil keputusan untuk menentukan peringkat awal kriteria keputusan. Selain itu dapat menggunakan perbandingan mutlak (absolute comparisons), dimana setiap patokan dibandingkan dengan ukuran dasar (standar) atau tingkatan atas manfaatnya sendiri. Metode lain adalah perbandingan nisbi relative comparisons), dimana masing-masing patokan dibandingkan secara langsung terhadap tiap-tiap patokan lain.

d. Membuat alternatif pilihan tindakan

Setelah mengenali dan menimbang kriteria keputusan yang akan menuntun proses pengambilan keputusan, langkah berikutnya adalah mengenali pilihan tindakan yang mungkin dapat memecahkan masalah secara umum, pada langkah ini, pemikirannya adalah untuk menyusun sebanyak mungkin alternatif.

e. Mengevaluasi setiap alternatif

Langkah berikutnya adalah secara sistematis mengevaluasi tiap-tiap alternatif terhadap masing-masing patokan. Karena sejumlah informasi harus dikumpulkan, langkah ini memakan waktu jauh lebih lama dan lebih mahal dari langkah-langkah lain dalam proses pengambilan keputusan.

f. Memperkirakan keputusan yang paling optimal

Langkah terakhir dalam pengambilan keputusan adalah memperkirakan keputusan yang paling optimal dengan menentukan nilai optimal setiap

alternatif. Ini dilakukan dengan mengalikan penilaian setiap patokan (langkah e) dengan bobot patokan tersebut (langkah c), dan kemudian menjumlahkan nilai-nilai tersebut untuk setiap alternative rangkaian tindakan yang disusun. Kemudian hasil keputusan dievaluasi pengimplementasiannya dan harus dimonitor terus-menerus. Manajer harus mengevaluasi apakah implementasi dilakukan dengan lancar dan keputusan memberikan hasil yang diinginkan. Hal ini dilakukan karena pembuatan keputusan adalah suatu proses yang bersifat kontiniu bagi manajer dan merupakan tantangan yang harus selalu dihadapinya.

Dalam proses pengambilan keputusan adalah pemilihan satu diantara alternatif yang dapat dipilih. Meskipun tahap tampaknya rasional, namun pemilihan akhir seringkali lebih didasarkan atas pertimbangan yang bersifat politis dan psikologis daripada pertimbangan secara ekonomis rasional. Berhasil atau tidaknya pilihan akhir tergantung atas efisiensi implementasi alternatif yang dapat dipilih. Implementasi hanya akan berhasil jika individu yang memiliki pengendalian terhadap sumber daya organisasi yang diperlukan untuk melaksanakan keputusan tersebut sepenuhnya sanggup mewujudkan alternatif yang dipilih.