

**PENERAPAN *ACTIVITY - BASED COSTING* DALAM
PENENTUAN HARGA JUAL
PADA PT. UNIBIS MEDAN
MEDAN**

SKRIPSI

Oleh :

**SANTI IMELDA SIANIPAR
09 833 0105**



**JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2014**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 16/2/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Judul skripsi : PENERAPAN ACTIVITY BASED COSTING DALAM
PENENTUAN HARGA JUAL PADA PT.UNIBIS MEDAN

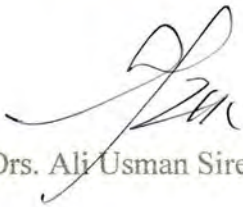
Nama Mahasiswa : SANTI IMELDA SIANIPAR

No Stambuk : 09.833.0105

Jurusan : Akuntansi

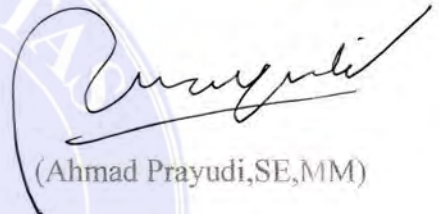
Menyetujui :
Komisi Pembimbing

Pembimbing I

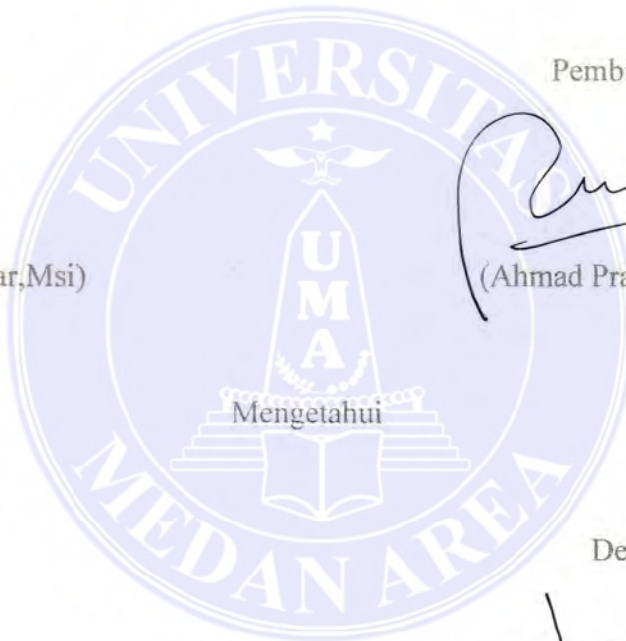


(Drs. Ali Usman Siregar, Msi)

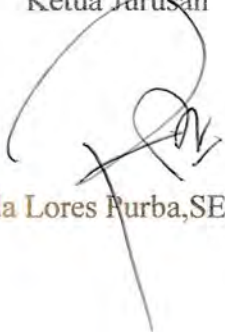
Pembimbing II



(Ahmad Prayudi, SE, MM)

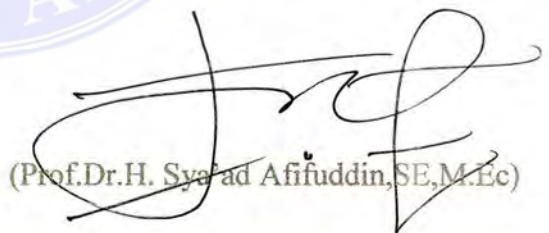


Ketua Jurusan



(Linda Lores Purba, SE, Msi)

Dekan



(Prof. Dr. H. Syafiq Afifuddin, SE, M. Ec)

Tanggal Lulus 05 Mei 2014

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 16/2/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

ABSTRAK

Santi Imelda Sianipar, **PENERAPAN ACTIVITY BASED COSTING DALAM PENETUAN HARGA JUAL PADA PT. UNIBIS MEDAN**, (dibawah bimbingan Bapak Ali Usman Siregar. SE, Msi sebagai Pembimbing I dan Bapak Ahmad Prayudi, SE, MM sebagai Pembimbing II).

Definisi metode *Activity Based Costing (ABC)* merupakan suatu sistem kalkulasi biaya yang pertama kali menelusuri biaya keaktivitasan dan kemudian keproduk. Perbedaan utama perhitungan dengan ABC adalah *cost driver* (pemicu biaya) yang digunakan dalam sistem penentuan harga pokok produk dengan metode ABC menggunakan *cost driver* dalam jumlah lebih banyak dibandingkan dalam sistem akuntansi biaya tradisional yang hanya menggunakan satu atau dua *cost driver* berdasarkan unit. Dalam metode ABC, menganggap bahwa timbulnya biaya disebabkan oleh adanya aktivitas yang dihasilkan produk. Pendekatan ini menggunakan *cost driver* yang berdasar pada aktivitas yang menimbulkan biaya dan akan lebih baik apabila diterapkan pada perusahaan yang menghasilkan keanekaragaman produk.

Tujuan penulis dalam melakukan penelitian ini adalah : untuk mendapatkan bukti nyata tentang penerapan *Activity Based Costing* dalam alokasi biaya produk dan penentuan harga jual pada PT. Unibis Medan dan seberapa besar pengaruh tersebut. Jenis penelitian yang peneliti lakukan adalah penelitian deskriptif. Data yang digunakan peneliti dalam melakukan penelitian adalah data kuantitatif dan kualitatif, Sedangkan sumber data yaitu primer dan skunder. Teknik pengumpulan data dari penelitian ini adalah wawancara dan dokumentasi sedangkan untuk alat analisis menggunakan teknik analisis statistik deskriptif.

Dari hasil pembahasan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan hasil perhitungan, rata – rata skor variabel Penerapan *Activity Based Costing* PT. Unibis Medan adalah sebesar 4,6. Nilai ini mengandung arti bahwa Penerapan *Activity Based Costing* di PT. Unibis MEDAN termasuk dalam kategori sangat baik.
2. Berdasarkan hasil perhitungan, rata – rata skor variabel kebijakan penetapan Harga Jual PT. Unibis Medan adalah sebesar 4,5. Nilai ini mengandung arti bahwa kebijakan penetapan harga jual di PT. Unibis Medan termasuk dalam kategori sangat baik .
3. PT. Unibis Dalam pengambilan keputusan harga jual pimpinan selalu berkordinasi khususnya dengan bagian produksi dan marketing. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, peneliti berkesimpulan bahwa penentuan harga jual di PT. Unibis Medan sudah baik.
4. PT. Unibis Medan mengalokasikan biaya produksi yang hanya menggunakan volume produksi sebagai satu-satunya dasar alokasi sehingga biaya yang dibebankan tidak mencerminkan besarnya biaya yang benar-benar diserap oleh produk.
5. PT. Unibis Medan memasukkan biaya non produksi dalam biaya yang dilaporkan dalam laporan harga pokok produksi, hal ini bertujuan untuk menutupi biaya – biaya yang dikeluarkan agar terbeban pada produk dan sebagai cadangan apabila perusahaan mengalami kerugian.

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 16/2/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id) 16/2/24

6. Proses pengambilan keputusan harga jual di PT. Unibis Medan sudah baik, hal ini dikarenakan pihak manajemen telah mempertimbangkan berbagai faktor baik internal (harga pokok produksi) maupun eksternal (harga kompetitor)

Kata Kunci: Activity Based Costing , Biaya Berdasarkan Aktivitas dan PT.Unibis Medan



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Tuhan yang Maha Esa atas kasih karunia dan anugerah yang telah di berikan, sehingga penulisan skripsi dengan judul **“Penerapan Activity Based Costing Dalam Penentuan Harga Jual Pada PT. UNIBIIS MEDAN”** dapat di selesaikan dengan baik sebagai salah satu syarat studi pada Program Sarjana (S1) Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Medan Area.

Skripsi ini dapat tersusun atas bantuan dan perhatian berbagai pihak , yang telah dengan baik hati bersedia meluangkan waktunya untuk bebagai ilmu dan informasi serta senantiasa memberikan semangat sehingga konsisten selalu terjaga selama mengerjakan skripsi ini. Oleh sebab itu , dengan segala kerendahan hati , ucapan terima kasih di berikan kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H.A. Ya'kub Matondang, MA selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Prof. Dr. H. Sya'ad Afifuddin, SE, M.Ec selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area dan Ketua Pembimbing.
3. Ibu Linda Lores Purba, SE, Msi selaku ketua jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bapak Drs. Zainal Abidin, MH selaku Dosen Wali.
4. Bapak Ali Usman SE ,Msi selaku Dosen Pembimbing I, Bapak Ahmad Prayudi, SE, MM selaku Pembimbing II.
5. Bapak Ibu Dosen serta staff Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
6. Bapak dan Ibu Pimpinan dan para staf PT. UNIBIS Medan,yang selama ini memiliki rasa kebersamaan besar. Terimakasih untuk semua ilmu dan kerjasamanya.

7. Papa tersayang F.Sianipar dan mama tercinta R. Manik, terima kasih atas dukungan dan doanya, saya mampu menyelesaikan karya kecil ini yang akan saya persembahkan untuk Papa dan Mama, Tuhan Yesus Memberkati.
8. Abang Marudut Sianipar tersayang dan Kakak Putri Sianipar yang tercinta. Terimakasih atas doa dan dukungannya. Semoga kita menjadi orang yang sukses.
9. Sahabat-sahabat ku , desy, echa, emmi dan sahabat-sahabat Akuntansi 2009 yang mewarnai hari-hari kuliah selama ini tanpa kalian kuliah ku akan terasa hampa .
10. Buat adek ku tercinta coumel dan keponakan yang tersayang Michael Sinaga Terima kasih buat dukungan menemani dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Skripsi ini masih memiliki banyak kelemahan dan kekurangan, oleh karena itu saran dan kritik dapat di sampaikan sehingga menjadikan skripsi ini menjadi lebih baik dan bermanfaat serta dapat menambah pengetahuan dan wawasan bagi yang membaca ataupun pihak yang memerlukannya.

Medan, 21 Mei 2013

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRAK

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR TABEL

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	3
D. Manfaat Penelitian	3

BAB II : LANDASAN TEORITIS

A. Pengertian Activity-Based Costing	5
B. Konsep-Konsep Dasar <i>Activity Based Costing</i>	6
C. Perbandingan Biaya Produk Tradisional dan <i>ABC</i>	9
D. Cost Driver	13
E. Faktor Penentu Harga Jual	15
F. Proses Pengambilan Keputusan	23

BAB III: METODE PENELITIAN

A. Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian	25
B. Populasi dan Sampel	26
C. Definisi Operasional	26

D. Jenis dan Sumber Data	27
E. Teknik Pengumpulan Data	28
F. Teknik Analisis Data	28

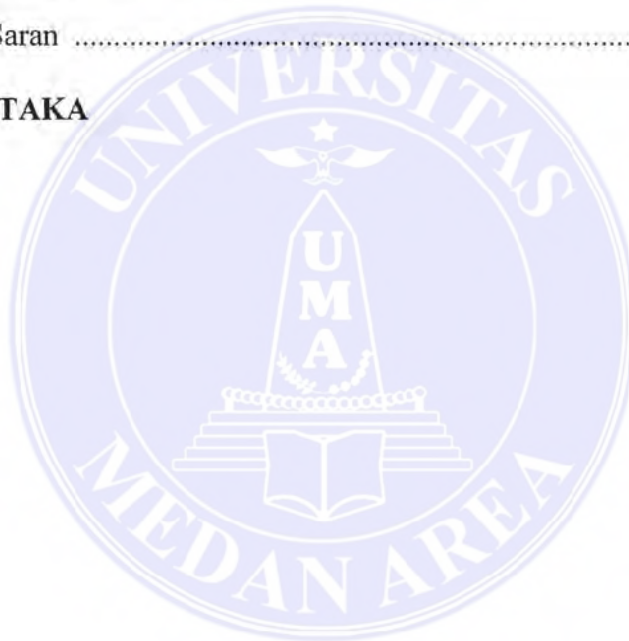
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	31
B. Pembahasan	49

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	55
B. Saran	56

DAFTAR PUSTAKA



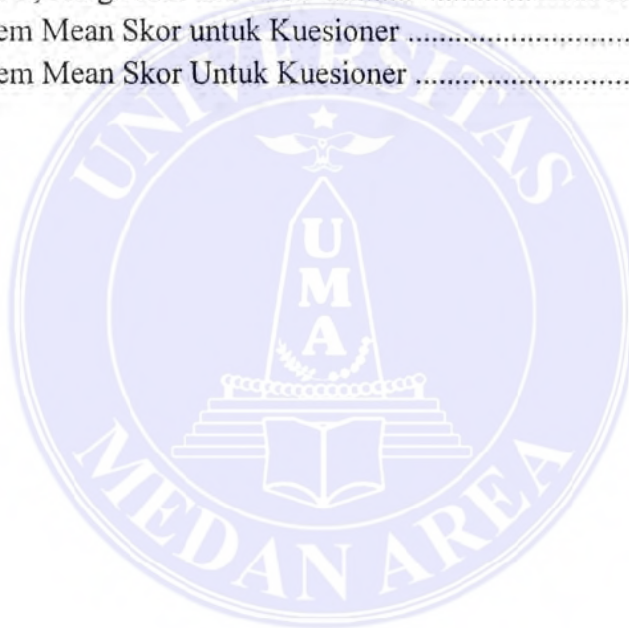
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Konsep Dasar <i>Activity Based Costing</i>	6
------------	--	---



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Perbedaan Penetapan Harga Pokok Tradisional Dengan Metode <i>Activity Based Costing</i>	10
Tabel 3.1	Rencana Waktu Penelitian	25
Tabel 4.1	Skor Penerapan <i>Activity Based Costing</i>	31
Tabel 4.2	Skor Kebijakan Penetapan Harga Jual	32
Tabel 4.3	Tahapan Proses Pemicu Biaya Produksi	40
Tabel 4.4	Pengelompokan Bahan Baku Produksi	42
Tabel 4.5	Alokasi Biaya Bersama	44
Tabel 4.6	Harga Pokok Produksi	45
Tabel 4.7	Harga Jual Rata – Rata	46
Tabel 4.8	HPP, Harga Jual dan Laba	47
Tabel 4.9	Item Mean Skor untuk Kuesioner	50
Tabel 4.10	Item Mean Skor Untuk Kuesioner	50



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Produksi dapat dikatakan sebagai masalah utama di dalam perusahaan industri yang hendaknya diperhatikan oleh setiap pimpinan perusahaan. Kegagalan di dalam mengolah bahan baku menjadi produk jadi akan mengakibatkan perusahaan tidak memperoleh sejumlah dana untuk membiayai operasi perusahaan termasuk biaya produksinya. Menurut William (2005:40), mendefinisikan “biaya manufaktur yang juga disebut biaya produksi atau biaya pabrik biasanya didefinisikan sebagai penjumlahan dari tiga elemen biaya, yaitu bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, dan *overhead* pabrik”.

Dalam menentukan harga pokok produk terkadang masih menggunakan akuntansi biaya tradisional. Dimana sistem ini tidak sesuai dengan lingkungan pemanufakturan yang maju, pada diversifikasi (keanekaragaman) produk yang tinggi. Biaya produk yang dihasilkan oleh sistem akuntansi biaya tradisional memberikan informasi biaya yang terdistorsi. Distorsi timbul karena adanya ketidakakuratan dalam pembebanan biaya, sehingga mengakibatkan kesalahan penentuan biaya, pembuatan keputusan, perencanaan, dan pengendalian. Distorsi tersebut juga mengakibatkan *undercost/overcost* terhadap produk.

Dengan berkembangnya ilmu pengetahuan, kemudian pada tahun 1800-an dan awal 1900-an lahirlah suatu sistem penentuan harga pokok produk berbasis aktivitas yang dirancang untuk mengatasi distorsi pada akuntansi biaya

tradisional. Sistem akuntansi ini disebut *Activit-Based Costing*. Definisi metode *Activity-Based Costing (ABC)* merupakan suatu sistem kalkulasi biaya yang pertama kali menelusuri biaya keaktivitas dan kemudian keproduk.

Perbedaan utama penghitungan harga pokok produk antara akuntansi biaya tradisional dengan *ABC* adalah jumlah *cost driver* (pemicu biaya) yang digunakan. Dalam sistem penentuan harga pokok produk dengan metode *ABC* menggunakan *cost driver* dalam jumlah lebih banyak dibandingkan dalam sistem akuntansi biaya tradisional yang hanya menggunakan satu atau dua *cost driver* berdasarkan unit. Dalam metode *ABC*, menganggap bahwa timbulnya biaya disebabkan oleh adanya aktivitas yang dihasilkan produk. Pendekatan ini menggunakan *cost driver* yang berdasar pada aktivitas yang menimbulkan biaya dan akan lebih baik apabila diterapkan pada perusahaan yang menghasilkan keanekaragaman produk.

PT. Unibis Medan merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang pemasaran dan distribusi (manufaktur) seperti pemasaran biskuit, wafer, snack dan roti. Meskipun demikian, PT. Unibis Medan juga menghadapi persaingan dari perusahaan sejenis untuk menguasai *market share*, khususnya di Sumatera Utara. PT. Unibis Medan diharapkan tetap mampu mengembangkan usaha dan mengoptimalkan laba perusahaan. Hal ini tentunya dapat dicapai apabila manajemen perusahaan melakukan perencanaan laba yang baik.

PT. Unibis Medan diharapkan untuk meningkatkan penjualan produk dari tahun ke tahun. Namun jika perusahaan mengalami penurunan penjualan, maka persentase penurunan tersebut tidak boleh melebihi batas keamanan agar

perusahaan tidak mengalami kerugian. Oleh karena itu, penentuan atas harga jual yang terbaik dan kompetitif merupakan faktor penting yang harus diperhatikan dalam meningkatkan penjualan yang pada akhirnya akan meningkatkan laba perusahaan secara berkelanjutan.

Dari uraian tersebut di atas peneliti memandang bahwa penerapan metode *Activity-Based Costing System* sangat tepat dilakukan untuk menunjang tujuan perusahaan dalam menghasilkan harga jual yang kompetitif. Peneliti ingin melakukan penelitian dengan menetapkan judul : “Penerapan *Activity-Based Costing System* Dalam Penentuan Harga Jual Pada PT. Unibis Medan”

B. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut diatas peneliti membuat rumusan masalah sebagai berikut : “Apakah penerapan sistem *Activity Based Costing* dalam alokasi biaya produk dijadikan dasar dalam menetapkan harga jual?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mendapatkan bukti nyata tentang penerapan *Activity-Based Costing System* dalam alokasi biaya produk dan penentuan harga jual pada pada PT. Unibis Medan.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti, menambah dan memperdalam pengetahuan mengenai penerapan *Activity-Based Costing System* dalam dalam alokasi biaya produk dan penentuan harga jual.

2. Bagi perusahaan, untuk memberikan masukan dan sebagai dasar pertimbangan dalam menjalankan usahanya, khususnya mengenai penerapan *Activity-Based Costing System* dalam alokasi biaya produk dan penentuan harga jual.
3. Bagi akademisi, sebagai bahan informasi referensi bagi mahasiswa pihak akademis terutama bagi mereka yang ingin melakukan penelitian sejenis.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pengertian *Activity-Based Costing*

Activity Based Costing merupakan metode yang menerapkan konsep-konsep akuntansi aktivitas untuk menghasilkan perhitungan harga pokok produk yang lebih akurat. Namun dari perspektif manajerial, sistem *ABC* menawarkan lebih dari sekedar informasi biaya produk yang akurat akan tetapi juga menyediakan informasi tentang biaya dan kinerja dari aktivitas dan sumber daya serta dapat menelusuri biaya-biaya secara akurat ke objek biaya selain produk, misalnya pelanggan dan saluran distribusi.

Hongren (2008:125) mendefinisikan *ABC* sebagai berikut : “*ABC (Activity Based Costing)* sebagai suatu sistem pendekatan perhitungan biaya yang dilakukan berdasarkan aktivitas-aktivitas yang ada di perusahaan.”

Sedangkan menurut Mulyadi (2008:34) memberikan pengertian *ABC* sebagai berikut : “*ABC* merupakan metode penentuan HPP (product costing) yang ditujukan untuk menyajikan informasi harga pokok secara cermat bagi kepentingan manajemen, dengan mengikursecara cermat konsumsi sumber daya alam setiap aktivitas yang digunakan untuk menghasilkan produk.”

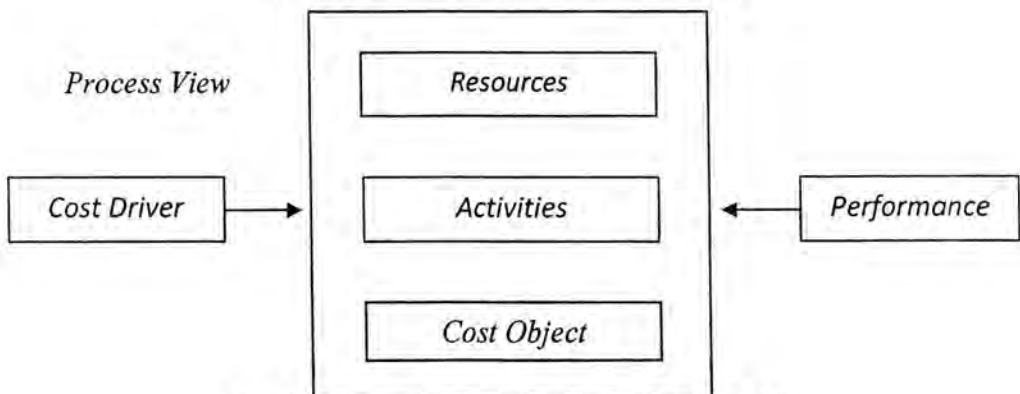
Pengertian *ABC* Sistem yang lain juga dikemukakan oleh Hansen and Mowen (2009: 321) sebagai berikut : “Suatu sistem kalkulasi biaya yang pertama kali menelusuri biaya ke *aktivitas* kemudian ke produk.”

Definisi lain dikemukakan oleh Garrison dan Norren (2008: 292) sebagai berikut: “Metode *costing* yang dirancang untuk menyediakan informasi biaya bagi manajer untuk keputusan strategik dan keputusan lainnya yang mungkin akan mempengaruhi kapasitas dan juga biaya tetap.”

B. Konsep-Konsep Dasar *Activity Based Costing*

Activity Based Costing Sistem adalah suatu sistem akuntansi yang terfokus pada aktivitas-aktifitas yang dilakukan untuk menghasilkan produk/jasa. *Activity Based Costing* menyediakan informasi perihal aktivitas-aktivitas dan sumber daya yang dibutuhkan untuk melaksanakan aktivitas-aktivitas tersebut. Aktivitas adalah setiap kejadian atau transaksi yang merupakan pemicu biaya (*cost driver*) yakni, bertindak sebagai faktor penyebab dalam pengeluaran biaya dalam organisasi. Aktivitas-aktivitas ini menjadi titik perhimpunan biaya. Dalam sistem *ABC*, biaya ditelusur ke aktivitas dan kemudian ke produk. System *ABC* mengasumsikan bahwa aktivitas-aktivitaslah, yang mengkonsumsi sumber daya dan bukannya produk.

Gambar 2.1
Konsep Dasar *Activity Based Costing*



Sumber: Hansen dan Mowen, 2009, hal.292.

1. Struktur sistem ABC

Desain ABC difokuskan pada kegiatan, yaitu apa yang dilakukan oleh tenaga kerja dan peralatan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Kegiatan adalah segala sesuatu yang mengkonsumsi sumber daya perusahaan. Dengan memusatkan perhatian pada kegiatan dan bukannya departemen atau fungsi, maka sistem ABC akan dapat menjadi media untuk memahami, memanejemeni, dan memperbaiki suatu usaha. Ada dua asumsi penting yang mendasari Metode *Activity Based Costing*, yaitu:

- a. Aktivitas-aktivitas yang menyebabkan timbulnya biaya. Metode *Activity Based Costing* bahwa sumber daya pembantu atau sumber daya tidak langsung menyediakan kemampuannya untuk melaksanakan kegiatan bukan hanya sekedar penyebab timbulnya biaya.
- b. Produk atau pelanggan jasa Produk menyebabkan timbulnya permintaan atas dasar aktivitas untuk membuat produk atau jasa yang diperlukan berbagai kegiatan yang menimbulkan sumber daya untuk melaksanakan aktivitas tersebut.

Asumsi tersebut diatas merupakan konsep dasar dari sistem ABC. Selanjutnya, karena adanya aktivitas akan menimbulkan biaya, maka untuk dapat menjalankan usahanya secara efisien, perusahaan harus dapat mengelola aktivitasnya. Dalam hubungannya dengan biaya produk, maka biaya yang dikonsumsi untuk menghasilkan produk adalah biaya-biaya untuk aktivitas merancang, merekayasa, memproduksi, menjual dan memberikan pelayanan produk

2. Syarat Penerapan Sistem *Activity-Based Costing*

Dalam penerapannya, penentuan harga pokok dengan menggunakan sistem *ABC* mensyaratkan tiga hal:

- a. Perusahaan mempunyai tingkat diversitas yang tinggi Sistem *ABC* mensyaratkan bahwa perusahaan memproduksi beberapa macam produk atau lini produk yang diproses dengan menggunakan fasilitas yang sama. Kondisi yang demikian tentunya akan menimbulkan masalah dalam membebankan biaya ke masing-masing produk.
- b. Tingkat persaingan industri yang tinggi, yaitu terdapat beberapa perusahaan yang menghasilkan produk yang sama atau sejenis. Dalam persaingan antar perusahaan yang sejenis tersebut maka perusahaan akan semakin meningkatkan persaingan untuk memperbesar pasarnya. Semakin besar tingkat persaingan maka semakin penting peran informasi tentang harga pokok dalam mendukung pengambilan keputusan manajemen.
- c. Biaya pengukuran yang rendah, yaitu bahwa biaya yang digunakan system *ABC* untuk menghasilkan informasi biaya yang akurat harus lebih rendah dibandingkan dengan manfaat yang diperoleh (Supriyono, 2008:664-665).

Ada dua hal mendasar yang harus dipenuhi sebelum kemungkinan penerapan metode *ABC*, yaitu (Supriyono, 2008: 247)

- a. Biaya berdasarkan non unit harus merupakan prosentase yang signifikan dari *biaya overhead*. Jika hanya terdapat *biaya overhead*

yang dipengaruhi hanya oleh volume produksi dari keseluruhan *overhead* pabrik maka jika digunakan akuntansi biaya tradisionalpun informasi biaya yang dihasilkan masih akurat sehingga penggunaan sistem *ABC* kehilangan relevansinya. Artinya *Activity Based Costing* akan lebih baik diterapkan pada perusahaan yang biaya *overheadnya* tidak hanya dipengaruhi oleh volume produksi saja.

- b. Rasio konsumsi antara aktivitas berdasarkan unit dan berdasarkan non unit harus berbeda. Jika rasio konsumsi antar aktivitas sama, itu artinya semua biaya *overhead* yang terjadi bisa diterangkan dengan satu pemicu biaya. Pada kondisi ini penggunaan system *ABC* justru tidak tepat karena sistem *ABC* hanya dibebankan ke produk dengan menggunakan pemicu biaya baik unit maupun non unit (memakai banyak *cost driver*). Apabila berbagai produk rasio konsumsinya sama, maka sistem akuntansi biaya tradisional atau sistem *ABC* membebankan biaya *overhead* dalam jumlah yang sama. Jadi perusahaan yang produksinya homogen (diversifikasi paling rendah) mungkin masih dapat menggunakan sistem tradisional tanpa ada masalah.

C. Perbandingan Biaya Produk Tradisional dan *ABC*

Metode *ABC* memandang bahwa biaya *overhead* dapat dilacak dengan secara memadai pada berbagai produk secara individual. Biaya yang ditimbulkan oleh *cost driver* berdasarkan unit adalah biaya yang dalam metode tradisional disebut sebagai biaya *variabel*.

Metode *ABC* memperbaiki keakuratan perhitungan harga pokok produk dengan mengakui bahwa banyak dari biaya *overhead* tetap bervariasi dalam proporsi untuk berubah selain berdasarkan volume produksi. Dengan memahami apa yang menyebabkan biaya-biaya tersebut meningkat dan menurun, biaya tersebut dapat ditelusuri kemasing-masing produk. Hubungan sebab akibat ini memungkinkan manajer untuk memperbaiki ketepatan kalkulasi biaya produk yang dapat secara signifikan memperbaiki pengambilan keputusan (Hansen dan Mowen, 2009: 159-160)

Digambarkan dalam tabel, perbedaan antara penentuan harga pokok produk tradisional dan sistem *ABC*, yaitu:

Tabel 2.1
Perbedaan Penetapan Harga Pokok Produk Tradisional dengan Metode
Activity Based Costing

	Metode Penentuan HPP Tradisional	Metode <i>ABC</i>
Tujuan	<i>Inventory level</i>	<i>Product Costing</i>
Lingkup	Tahap produksi	Tahap desain, produksi, pengembangan
Fokus	Biaya bahan baku, t. kerja langsung	Biaya overhead
Periode	Periode akuntansi	Daur hidup produk
Teknologi yang digunakan	Metode manual	Komputer telekomunikasi

Sumber: Mulyadi, 2008, hal.55.

1. Keunggulan Metode *ABC*

Keunggulan dari *Activity Based Costing (ABC) System* adalah sebagai berikut:

- a. Suatu pengkajian *ABC* dapat meyakinkan manajemen bahwa mereka harus mengambil sejumlah langkah untuk menjadi lebih kompetitif. Sebagai hasilnya mereka dapat berusaha untuk meningkatkan mutu sambil secara simultan memfokus pada mengurangi biaya. Analisis biaya

dapat menyoroti bagaimana benar-benar mahalnya proses manufaktur, dapat menyoroti bagaimana benar-benar mahalnya proses manufaktur,

yang pada akhirnya dapat memicu aktivitas untuk mereorganisasi proses, memperbaiki mutu dan mengurangi biaya

- b. *ABC* dapat membantu dalam pengambilan keputusan Manajemen akan berada dalam suatu posisi untuk melakukan penawaran kompetitif yang lebih wajar
- c. Dengan analisis biaya yang diperbaiki, manajemen dapat melakukan analisis yang lebih akurat mengenai volume, yang dilakukan untuk mencari break even atas produk yang bervolume rendah.
- d. Melalui analisis data biaya dan pola konsumsi sumber daya, manajemen dapat mulai merekayasa kembali proses manufaktur untuk mencapai pola keluaran mutu yang lebih efisien dan lebih tinggi.

2. Kelemahan Sistem akuntansi Biaya Tradisional

Hal-hal yang tidak diberitahukan oleh sistem akuntansi biaya tradisional kepada manajemen banyak sekali. Akuntansi biaya tradisional memberi sedikit ide kepada manajemen pada saat harus mengurangi pengeluaran pada waktu yang mendesak. Sistem tersebut hanya memberikan laporan manajemen dengan menunjukkan dimana biaya dikeluarkan dan tidak ada indikasi apa-apa yang menimbulkan biaya.

Sistem biaya tradisional memang memperhatikan biaya total perusahaan, akan tetapi mereka mengabaikan "*below the line expenses*", seperti penjualan, distribusi, riset, dan pengembangan serta biaya administrasi. Biaya-biaya ini tidak dibebankan kepasar, pelanggan, saluran distribusi, atau bahkan produk yang berbeda. Banyak manajer yang percaya bahwa biaya-biaya ini adalah

tetap. Oleh sebab itu, biaya-biaya "*below the line*" ini diperlakukan secara sama dengan mendistribusikannya kepada pelanggan. Padahal, sekarang ini beberapa pelanggan jauh lebih mahal untuk dilayani dibandingkan dengan yang lain dan sebenarnya beberapa biaya tersebut adalah biaya variabel..

Lebih jauh lagi dijelaskan oleh Supriyono (2008: 74-77) bahwa dengan berkembangnya dunia teknologi, sistem biaya tradisional mulai dirasakan tidak mampu menghasilkan produk yang akurat lagi. Hal ini disebabkan karena lingkungan global menimbulkan banyak pertanyaan yang tidak dapat dijawab sistem akuntansi biaya tradisional, antara lain:

- a. Sistem akuntansi biaya tradisional terlalu menekankan pada tujuan penentuan harga pokok produk yang dijual. Akibatnya sistem ini hanya menyediakan informasi yang relatif sangat sedikit untuk mencapai keunggulan dalam persaingan global.
- b. Sistem akuntansi biaya tradisional untuk biaya *overhead* terlalu memusatkan pada distribusi dan alokasi biaya *overhead* daripada berusaha keras untuk mengurangi pemborosan dengan menghilangkan aktivitas yang tidak bernilai tambah.
- c. Sistem akuntansi biaya tradisional tidak mencerminkan sebab akibat biaya karena seringkali beranggapan bahwa biaya ditimbulkan oleh faktor tunggal misalnya volume produk atau jam kerja langsung.
- d. Sistem akuntansi biaya tradisional menghasilkan informasi biaya yang terdistorsi sehingga mengakibatkan pembuatan keputusan yang menimbulkan konflik dengan keunggulan perusahaan

- e. Sistem akuntansi biaya tradisional menggolongkan biaya langsung dan tidak langsung serta biaya tetap dan variabel hanya mendasarkan faktor penyebab tunggal misalnya volume produk, padahal dalam lingkungan teknologi maju cara penggolongan tersebut menjadi kabur karena biaya dipengaruhi oleh berbagai macam aktivitas.
- f. Sistem akuntansi biaya tradisional menggolongkan suatu perusahaan kedalam pusat-pusat pertanggung jawaban yang kaku dan terlalu menekankan kinerja jangka pendek.
- g. Sistem akuntansi biaya tradisional memusatkan perhatian kepada perhitungan selisih biaya pusat-pusat pertanggungjawaban tertentu dengan menggunakan standar.
- h. Sistem akuntansi biaya tradisional tidak banyak memerlukan alat-alat dan teknik-teknik yang canggih dalam sistem informasi dibandingkan pada lingkungan teknologi maju.
- i. Sistem akuntansi biaya tradisional kurang menekankan pentingnya daur hidup produk. Hal ini dibuktikan dengan perlakuan akuntansi biaya tradisional terhadap biaya aktivitas-aktivitas perekayasaan, penelitian dan pengembangan. Biaya-biaya tersebut diperlakukan sebagai biaya periode sehingga menyebabkan terjadinya distorsi harga pokok daur hidup produk.

F. Cost Driver

Landasan penting untuk menghitung biaya berdasarkan aktivitas adalah dengan mengidentifikasi pemicu biaya atau *cost driver* untuk setiap aktivitas.

Pemahaman yang tidak tepat atas pemicu akan mengakibatkan ketidaktepatan pada pengklasifikasian biaya, sehingga menimbulkan dampak bagi manajemen dalam mengambil keputusan.

Jika perusahaan memiliki beberapa jenis produk maka biaya *overhead* yang terjadi ditimbulkan secara bersamaan oleh seluruh produk. Hal ini menyebabkan jumlah *overhead* yang ditimbulkan oleh masing-masing jenis produk harus diidentifikasi melalui *cost driver*.

1. Pengertian *Cost Driver*

Cost driver merupakan faktor yang dapat menerangkan konsumsi biaya-biaya *overhead*. Faktor ini menunjukkan suatu penyebab utama tingkat aktifitas yang akan menyebabkan biaya dalam aktifitas.

Ada dua jenis *cost driver*, yaitu:

- a. *Cost Driver* berdasarkan unit. *Cost Driver* berdasarkan unit membebankan biaya *overhead* pada produk melalui penggunaan tarif *overhead* tunggal oleh seluruh departemen.
- b. *Cost Driver* berdasarkan non unit. *Cost Driver* berdasarkan non unit merupakan factor-faktor penyebab selain unit yang menjelaskan konsumsi *overhead*. Contoh *cost driver* berdasarkan unit pada perusahaan jasa adalah luas lantai, jumlah pasien, jumlah kamar yang tersedia.

2. Penentuan *Cost Driver* Yang Tepat

Aktivitas yang ada dalam perusahaan sangat kompleks dan banyak jumlahnya. Oleh karena itu perlu pertimbangan yang matang dalam menentukan penimbal biayanya atau *cost driver*.

a. Penentuan jumlah *cost driver* yang dibutuhkan

Penentuan banyaknya *cost driver* yang dibutuhkan berdasarkan pada keakuratan laporan *product cost* yang diinginkan dan kompleksitas komposisi *output* perusahaan. Semakin banyak *cost driver* yang digunakan, laporan biaya produksi semakin akurat. Dengan kata lain semakin tinggi tingkat keakuratan yang diinginkan, semakin banyak *cost driver* yang dibutuhkan.

b. Pemilihan *cost driver* yang tepat.

Dalam pemilihan *cost driver* yang tepat ada tiga faktor yang harus dipertimbangkan:

- 1) Kemudahan untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dalam pemilihan *cost driver* (*cost of measurement*). *Cost driver* yang membutuhkan biaya pengukuran lebih rendah akan dipilih.
- 2) Korelasi antara konsumsi aktivitas yang diterangkan oleh *cost driver* terpilih dengan konsumsi aktivitas sesungguhnya (*degree of correlation*). *Cost driver* yang memiliki korelasi tinggi akan dipilih.
- 3) Perilaku yang disebabkan oleh *cost driver* terpilih (*behavior effec*). *cost driver* yang menyebabkan perilaku yang diinginkan yang akan dipilih

D. Faktor Penentu Harga Jual

1. Pengertian Harga Jual

Salah satu keputusan yang sulit dihadapi suatu perusahaan adalah menetapkan harga. Meskipun cara penetapan harga yang dipakai sama bagi

setiap perusahaan yaitu didasarkan pada biaya, persaingan, permintaan, dan laba. Tetapi kombinasi optimal dari faktor-faktor tersebut berbeda sesuai dengan sifat produk, pasarnya, dan tujuan perusahaan. Menurut Ricky dan Ebert (2009 ; 25) mengemukakan bahwa: “Penetapan harga jual adalah proses penentuan apa yang akan diterima suatu perusahaan dalam penjualan produknya”.

Perusahaan melakukan penetapan harga dengan berbagai cara. Pada perusahaan-perusahaan kecil harga biasanya ditetapkan oleh manajemen puncak bukannya oleh bagian pemasaran. Sedangkan pada perusahaan-perusahaan besar penetapan harga biasanya ditangani oleh manajer divisi dan lini produk. Bahkan disini manajemen puncak juga menetapkan tujuan dan kebijakan umum penetapan harga serta memberikan persetujuan atas usulan harga dari manajemen dibawahnya.

Mulyadi (2008 ; 79) menyatakan bahwa: “Pada prinsipnya harga jual harus dapat menutupi biaya penuh ditambah dengan laba yang wajar. Harga jual sama dengan biaya produksi ditambah Mark-up. Selain itu Hansen & Mowen (2005 ; 22) mengemukakan bahwa “Harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan”.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa harga jual adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi suatu barang atau jasa ditambah dengan persentase laba yang diinginkan perusahaan, karena itu untuk mencapai laba yang diinginkan oleh perusahaan salah satu cara yang

dilakukan untuk menarik minat konsumen adalah dengan cara menentukan harga yang tepat untuk produk yang terjual. Harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk suatu barang, dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Boyd, Walker, dan Laurreche (2008 ; 33) yang menyatakan bahwa : “Ada sejumlah cara dalam menetapkan harga, tetapi cara apapun yang digunakan seharusnya memperhitungkan faktor-faktor situasional”. Faktor-faktor itu meliputi:

- a. Strategi perusahaan dan komponen-komponen lain didalam bauran pemasaran.
- b. Perluasan produk sedemikian rupa sehingga produk dipandang berbeda dari produk-produk lain yang bersaing dalam mutu atau tingkat pelayanan konsumen.
- c. Biaya dan harga pesaing.
- d. Ketersediaan dan harga dari produk pengganti.

Faktor-faktor tersebut merupakan faktor-faktor objektif. Artinya pendapatan pribadi pengusaha atau pedagang tidak ikut berperan, atau kalau pun ada hanya kecil sekali. Faktor-faktor objektif ini kadang-kadang tidak cukup kuat untuk dipakai sebagai dasar penentuan harga, sehingga ada faktor-faktor pertimbangan subyektif (*ucupneptune*).

Seperti dipaparkan oleh Mulyadi (2008 ; 60) bahwa :

“Harga jual = Biaya penuh (full cost) + Laba memadai yang diharapkan”.

Pada prinsipnya rumus penentuan harga jual adalah seperti yang dipaparkan oleh Mulyadi (2008 ; 354) adalah sebagai berikut:

“Harga jual = Biaya produksi + Biaya non produksi + Laba yang diharapkan”.

Dari rumus penentuan harga jual diatas, peneliti dapat merumuskan tujuan pokok penentuan harga jual adalah sebagai berikut:

- a. Mencapai target penjualan (*Return on investment*).
- b. Memaksimalkan laba.
- c. Meningkatkan penjualan dan mempertahankan atau memperluas pangsa pasar
- d. Menstabilisasikan harga.

2. Penetapan Harga Jual

Penetapan harga jual merupakan masalah yang rumit sehingga memerlukan kerja sama dan koordinasi dari ahli statistik, pemasaran, teknik industri, dan akuntansi karena harga jual sulit dipastikan dan ditetapkan dalam waktu yang lama atau harga jual tersebut selalu berubah sewaktu-waktu. Penetapan harga jual memerlukan banyak faktor, yang sebagian diantaranya tidak dapat diukur atau tidak dapat dikendalikan misalnya citra masyarakat dan peraturan pemerintah. Penetapan harga jual yang salah sering berakibat fatal pada masalah keuangan perusahaan dan akan mempengaruhi kontinuitas usaha perusahaan. Misalnya kerugian yang terus menerus atau menimbunnya produksi di gudang karena macetnya pasaran yaitu karena terlalu banyak pesaing sehingga produk yang dipasarkan kurang laku di pasaran atau kualitas dari produk tersebut kurang baik dari produk pesaing.

Kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka waktu panjang tergantung pada keputusan harga jual ini. Harga jual yang ditetapkan harus mampu menutupi semua biaya dan menghasilkan laba jangka panjang sehingga dapat memberikan return yang wajar bagi perusahaan serta mempertahankan dan mengembangkan perusahaan.

3. Kebijakan Penentuan Harga

Kebijakan penetapan harga jual merupakan pernyataan sikap manajemen terhadap penetapan harga jual. Dalam hal ini, manajemen tidak menetapkan harga jual tetapi menetapkan faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dan aturan dasar yang perlu diikuti dalam penetapan harga jual.

Menurut Alma (2008 ; 226) mengemukakan tentang pengertian dari kebijakan penetapan harga jual sebagai berikut : “Kebijakan penetapan harga jual adalah suatu keputusan mengenai harga-harga yang akan diikuti untuk suatu jangka waktu tertentu yaitu dengan maksud untuk mengikuti perkembangan pasar”.

Berdasarkan pengertian diatas, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa kebijakan penetapan harga jual adalah suatu keputusan tentang harga yang akan ditetapkan di pasar dalam jangka waktu tertentu yang harus selalu mengikuti perkembangan yang terjadi di pasar.

4. Keputusan Penetapan Harga Jual

Keputusan penetapan harga jual merupakan penetapan harga jual produk atau jasa suatu perusahaan yang pada umumnya dibuat untuk jangka pendek.

Keputusan ini diperoleh dari kebijaksanaan penetapan harga jual, pemanfaatan kapasitas dan tujuan perusahaan.

Menurut Afif (2009 ; 131) dalam ada tiga faktor dasar pembatasan dalam keputusan penetapan harga jual adalah sebagai berikut :

- a. Harga dasar atau harga minimal yang dibatasi oleh harga pokok produk.
- b. Harga plafon atau harga maksimal yang dibatasi oleh harga pesaing dari produk serupa.
- c. Kemampuan pelanggan untuk membayar.

Berdasarkan tiga faktor pembatas dalam keputusan penetapan harga jual, maka dapat disimpulkan bahwa diantara harga dasar dan harga plafon untuk setiap produk terdapat harga optimum yang merupakan fungsi dari permintaan produk dan kemampuan pelanggan untuk membayar. Keputusan penetapan harga berdampak besar terhadap sejumlah kelompok masyarakat atau pihak-pihak yang berkepentingan antara lain: konsumen, karyawan, masyarakat, dan pesaing.

5. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga Jual

Penentuan harga jual merupakan masalah yang kompleks, karena penetapan dari harga jual memerlukan pertimbangan dari berbagai faktor baik faktor internal maupun faktor eksternal perusahaan. Faktor internal perusahaan diantaranya biaya-biaya lain yang relevan, laba yang diinginkan, tujuan perusahaan, dan lain sebagainya. Sedangkan faktor eksternal perusahaan diantaranya persaingan, luasnya pasar, kebijakan pemerintah, dan lain sebagainya.

Menurut Ahmed (2009 ;142) faktor-faktor yang mempengaruhi harga jual adalah:

- a. Tujuan Perusahaan.
- b. Situasi pasar: meliputi konsumen, sifat biaya, dan operasi.
- c. Biaya produksi dan operasi.

Adapun penjelasan dari kutipan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi dalam penetapan harga jual diatas adalah sebagai berikut:

Tujuan Perusahaan

Tujuan perusahaan merupakan faktor utama yang mempengaruhi dalam penetapan harga jual, karena tujuan perusahaan adalah untuk mendapatkan laba. Apabila ada kesalahan dalam penetapan harga jual dapat mengakibatkan kegagalan perusahaan dalam menjual produknya dan pada akhirnya tujuan perusahaan tidak akan tercapai atau perusahaan tidak akan mendapatkan laba.

Situasi Pasar

Situasi pasar merupakan faktor yang mempunyai pengaruh penting dalam menentukan harga jual suatu produk, karena situasi pasar ini meliputi konsumen, sifat biaya dan operasi. Dimana konsumen berupaya keras dalam menawarkan harga pada produsen dengan harga yang rendah, sedangkan produk tersebut dijual dengan harga tinggi. Hal ini bisa berpengaruh terhadap situasi pasar yang tidak menentu karena harga tidak seimbang.

Biaya produksi dan operasi

Adalah biaya yang dikeluarkan untuk membuat barang dan biaya produk tersebut bisa sampai ketangan konsumen. Berdasarkan penjelasan diatas,

maka dapat disimpulkan bahwa 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.

Faktor-faktor yang mempengaruhi penetapan harga jual adalah sebagai berikut :

Faktor laba yang diinginkan

- a. Apakah pengembalian modal (return on capital) sudah mencukupi.
- b. Berapa laba yang dibutuhkan untuk membayar deviden.
- c. Berapa laba yang dibutuhkan untuk perluasan.
- d. Berapa trend penjualan yang diinginkan.

Faktor produk atau penjualan produk tersebut

- a. Apakah volume penjualan tersebut bisa direalisasikan.
- b. Apakah ada diskriminasi.
- c. Apakah ada kapasitas menganggur.
- d. Apakah harga tersebut logis untuk diterapkan.

Faktor biaya dan produk tersebut

- a. Apakah biaya variable dan biaya tetapnya tinggi.
- b. Apakah harga tersebut adalah harga pertama.
- c. Apakah penggunaan modal sudah efektif.

d. Apakah ada biaya bersama karena ada produk campuran.

Faktor di luar perusahaan (konsumen)

- a. Apakah permintaan terhadap produk tersebut elastisitas atau inelastisitas
- b. Siapa langganan yang akan dicapai
- c. Apakah produk dipasar homogen atau heterogen
- d. Persaingan tajam atau tidak.

E. Proses Pengambilan Keputusan

Banyak manajer yang bergantung pada metode penyelesaian masalah secara informal. Percaya pada tradisi menyebabkan para manajer mengambil keputusan yang sama dengan keputusan terdahulu untuk masalah atau kesempatan yang sama, meminta saran kepada yang berwenang dan mengambil keputusan berdasarkan saran seorang ahli atau manajer tingkat yang lebih tinggi.

Manajer yang memakai pendekatan rasional, cerdas dan sistematis akan mencapai solusi lebih baik. Pembuatan keputusan adalah kegiatan kunci kegiatan manajer yang memainkan peranan penting, terutama bila manajer melaksanakan fungsi perencanaan yang menyangkut keputusan-keputusan yang sangat penting dan jangka waktu yang panjang.

Pengambilan keputusan menggambarkan proses yang digunakan untuk memilih suatu tindakan sebagai cara pemecah masalah. Menurut Helga (2006 ; 17) membedakan pengambilan keputusan dari penentuan pilihan (*Choice Making*) dan dari pemecahan masalah (*Problem Solving*).

Menurut Helga (2006 ; 17) langkah-langkah dalam pengambilan keputusan adalah :

- a. Pemecahan dan perumusan masalah
- b. Pengumpulan dan analisa data yang relevan
- c. Pemilihan alternatif yang ada
- d. Komunikasi dan pelaksanaan keputusan
- e. Langkah lanjutan dan umpan balik hasil keputusan.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis, Tempat dan waktu Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menggunakan penelitian deskriptif. Menurut Sugiyono (2010 : 11) penelitian deskriptif adalah suatu metode dengan terlebih dahulu mengumpulkan data, menyusun data, mengolah data, dan mengelompokkannya sehingga diperoleh gambaran yang jelas mengenai masalah yang diteliti”.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT. Unibis Medan yang berlokasi di Jalan Kol. Yos Sudarso Km.7,3 Tanjung Mulia Medan Deli, Telepon (061) 6619882 Medan 20241

3. Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini direncanakan empat bulan dimulai dari bulan Juni 2013 sampai dengan bulan September 2013. untuk lebih jelasnya disajikan tabel waktu penelitian pada tabel 3.1 berikut ini :

Tabel 3.1. Rencana Waktu Penelitian

No	Keterangan	Tahun 2013															
		Juni				Juli				Agustus				September			
		I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
1	Pra Riset																
2	Pengajuan Judul																
3	Pembuatan dan Bimbingan Proposal																
4	Seminar Proposal																
5	Pengumpulan Data																
6	Penyusunan dan Bimbingan Skripsi																
7	Pengajuan Sidang dan Meja Hijau																

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 16/2/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (Repository.uma.ac.id)16/2/24

B. Populasi dan sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2010:72), “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari ; objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Berdasarkan pendapat di atas, maka yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh alokasi biaya produk dan penentuan harga jual yang ada pada PT. Unibis Medan.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2010:73), “Sampel merupakan dari jumlah dan karekteristik yang dimiliki oleh populasi”. Sample dalam penelitian ini adalah alokasi biaya produk dan penentuan harga jual pada PT. Unibis Medan Tahun 2012.

C. Defenisi Operasional

Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menentukan indikator, ukuran serta skala dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian, sehingga pengujian hipotesis dengan alat bantu statistik dapat dilakukan secara benar sesuai dengan judul penelitian.

Variabel itu sendiri menurut Sugiyono (2010:38) adalah: “Suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.”

Berdasarkan judul yang peneliti tuangkan dalam skripsi ini yaitu “Penerapan *Activity-Based Costing System* Dalam Penentuan Harga Jual Pada

PT. Unibis Medan”, maka dapat ditentukan variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

1. **Alokasi Biaya Produk.** Alokasi biaya produk merupakan langkah yang dilakukan oleh manajemen perusahaan untuk menghubungkan biaya atau sekelompok biaya dengan produk yang dihasilkan.
2. **Harga Pokok Produk.** Harga pokok produk merupakan jumlah biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik dalam menghasilkan produk yang terjadi pada tahun 2012 di PT. Unibis Medan.
3. **Harga Jual.** Harga jual adalah nilai kompensasi yang ingin dicapai atas penjualan produk dengan harapan dari kompensasi tersebut akan dapat menutupi seluruh biaya dan menghasilkan laba yang maksimal bagi perusahaan..
4. **Pengambilan Keputusan Harga jual** adalah langkah yang ditempuh oleh manajemen PT. Unibis Medan untuk menetapkan jumlah kompensasi yang ingin dicapai atas penjualan Roti Unibis. PT. Unibis Medan selalu menetapkan harga produknya dengan harapan produk tersebut laku terjual dan memperoleh laba yang maksimal.

D. Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan peneliti dalam melakukan penelitian adalah data kuantitatif. Pengertian data kuantitatif menurut Sugiyono (2010:13) adalah : “Data yang berbentuk angka atau data yang diangkakan.”

Sumber data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder menurut Sugiyono (2010:13) adalah ”Sumber data yang

tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen".Data sekunder antara lain disajikan dalam bentuk data-data, tabel-tabel, diagram-diagram, atau mengenai topik penelitian. Data ini merupakan data yang berhubungan secara langsung dengan penelitian yang dilaksanakan dan bersumber dari PT. Unibis Medan.

E. Teknik Pengumpulan data

Adapun teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Wawancara adalah suatu cara untuk mendapatkan data dengan tanya jawab dimana peneliti terlebih dahulu mempersiapkan data pertanyaan supaya pertanyaan terarah dan terfokus untuk mendapatkan data yang diinginkan.
2. Dokumentasi, yaitu mengumpulkan dokumen-dokumen dan catatan perusahaan yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti.

F. Teknik Analisis data

1. Analisis Data Primer

Dalam analisis data primer, digunakan metode deskriptif-kuantitatif. Untuk menjawab rumusan masalah digunakan perhitungan *mean score*. Selanjutnya dari data yang diperoleh, dicari nilai rata-ratanya dan standar deviasi untuk mengetahui ukuran pemusatan dan ukuran keragaman tanggapan responden.

Dengan menggunakan rumus :

$$\text{Rata-rata} = \frac{\sum Xi Fi}{N}$$

dimana :

Xi = nilai pengukuran ke-i

F_i = frekuensi kelas ke- i

n = banyaknya pengamatan

Hasil dari nilai rata-rata dan standar deviasi tersebut kemudian dipetakan ke rentang skala yang mempertimbangkan informasi interval berikut :

$$\begin{aligned} \text{Interval} &= \frac{\text{nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}}{\text{banyaknya kelas}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0,8 \end{aligned}$$

(Sumber : Durianto, 2001)

Setelah besarnya interval diketahui, kemudian dibuat rentang skala sehingga dapat diketahui dimana letak rata-rata penilaian responden terhadap setiap unsur diferensiasinya dan sejauh mana variasinya. Informasi rentang skala tersebut adalah sebagai berikut:

- 1,00 – 1,80 : Sangat jelek
- 1,81 – 2,60 : Jelek
- 2,61 – 3,40 : Rata-rata
- 3,41 – 4,20 : Baik
- 4,21 – 5,00 : Sangat Baik

2. Analisis Data Sekunder.

Analisis data sekunder dilakukan dengan menggunakan teori yang berhubungan dengan penerapan *Activity Based Costing* dan penentuan harga jual produk. Kemudian pembahasan akan dilanjutkan dengan membandingkan dengan yang terjadi di PT. Unibis Medan sehingga dapat diketahui apakah sudah tepat atau belum.

Pada teknik ini analisa dilakukan dengan cara menganalisis, menafsirkan dan menginterpretasikan data sehingga dapat memberikan gambaran mengenai permasalahan yang diteliti yaitu kebijakan penetapan harga jual. Penentuan harga jual dipergunakan untuk menghasilkan sebuah keputusan mengenai berapa rupiah nilai dari suatu produk yang dihasilkan oleh perusahaan dalam satuan tertentu. Dimana harga tersebut merupakan harapan manajemen untuk menutupi biaya dan menghasilkan laba yang maksimal bagi perusahaan.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari hasil pembahasan pada bab sebelumnya mengenai analisis informasi biaya produk yang dilakukan PT. Unibis Medan dalam hubungannya terhadap penentuan harga jual, peneliti berkesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil perhitungan, rata-rata skor variabel Penerapan Activity Based Costing PT. Unibis Medan adalah sebesar 4,6. Nilai ini mengandung arti bahwa Penerapan Activity Based Costing di PT. Unibis Medan termasuk dalam kategori sangat baik.
2. Berdasarkan hasil perhitungan, rata-rata skor variabel Kebijakan Penetapan Harga Jual PT. Unibis Medan adalah sebesar 4,5. Nilai ini mengandung arti bahwa Kebijakan Penetapan Harga Jual di PT. Unibis Medan termasuk dalam kategori sangat baik.
3. PT. Unibis dalam pengambilan keputusan harga jual pimpinan selalu berkordinasi khususnya dengan bagian produksi dan marketing. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, peneliti berkesimpulan bahwa penentuan harga jual di PT. Unibis Medan sudah baik.
4. PT. Unibis Medan mengalokasikan biaya produksi yang hanya menggunakan *volume* produksi sebagai satu-satunya dasar alokasi sehingga biaya yang dibebankan tidak mencerminkan besarnya biaya yang benar-benar diserap oleh produk.

5. PT. Unibis Medan memasukkan biaya non produksi dalam biaya yang dilaporkan dalam laporan harga pokok produksi, hal ini bertujuan untuk menutupi biaya-biaya yang dikeluarkan agar terbeban pada produk dan sebagai cadangan apabila perusahaan sewaktu-waktu mengalami kerugian.
6. Proses pengambilan keputusan harga jual di PT. Unibis Medan sudah baik, hal ini dikarenakan pihak manajemen telah mempertimbangkan berbagai faktor baik internal (harga pokok produksi) maupun eksternal (harga kompetitor)

B. Saran

Dari hasil kesimpulan di atas, diketahui bahwa Penerapan Activity Based Costing hanya digunakan untuk menghitung biaya produksi. Hasil perhitungan dengan metode Activity Based Costing ini yang kemudian dipergunakan sebagai alat untuk mengambil keputusan pada masa- masa akan datang termasuk keputusan mengenai harga jual produk.

Penerapan Activity Based Costing yang diterapkan perusahaan guna menghasilkan keputusan harga jual sudah sangat baik. Tetapi tidak ditemui adanya suatu sistem informasi yang benar – benar terintegrasi dengan bagian produksi. Sistem informasi yang terkomputerisasi akan membantu pihak manajemen khususnya bagian produksi untuk menghitung biaya produksi yang lebih cepat dan akurat.

PT. Unibis Medan sebaiknya dalam mengalokasikan biaya produksi jangan hanya menggunakan *volume* produksi sebagai satu-satunya dasar alokasi agar sehingga biaya yang dibebankan mencerminkan besarnya biaya yang benar-benar diserap oleh produk.



DAFTAR PUSTAKA

- Affif, Faisal, 2009, **Analisis Pemasaran**, PT. Rosda Karya, Bandung.
- Ahmed, Kamaruddin, 2009, **Akuntansi Manajemen, Dasar-dasar Konsep Biaya dan Pengambilan Keputusan**, Edisi Revisi, Rajawali Pers, Jakarta.
- Alma, Buchari, 2008, **Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa**, Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Boyd, Walker, Laurreche, 2008, **Manajemen Pemasaran**, Erlangga, Jakarta.
- Garrison, Ray H, E W Noreen dan PC Brewer, 2008, *Managerial Accounting*, **Akuntansi Manajerial**, Edisi XII, McGraw-Hill Irwin.
- Hansen, Don R, Maryanne M Mowen, 2009, *Managerial Accounting*, **Akuntansi Manajerial**, Terjemahan Deny Arnos, Salemba Empat, Jakarta.
- Helga, Drummond, 2006, **Pengambilan Keputusan Yang Efektif (*Effective Decision Making*)**, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Mulyadi, 2008 **Akuntansi Manajemen**, Edisi Ketiga, Cetakan Ketiga, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Ricky, Griffin W. dan Ronald J. Ebert, 2009, *Business*, 8th Edition, Pearson International Edition, Prentice Hall, New Jersey.
- Sugiyono, 2008, **Statistik Untuk Penelitian**, Alfa Beta, Jakarta.
- Sunyoto, Danang, 2011, **Metodologi Penelitian Ekonomi; Alat Statistik dan Analisis Output Komputer**, Cetakan Pertama, Penerbit CAPS, Yogyakarta.
- Supriyono, R.A., 2008, **Akuntansi Biaya Perencanaan dan Pengendalian Biaya serta Pembuatan Keputusan**, BPFE, Yogyakarta.
- Tim Penyusun, 2008, **Pedoman Penulisan Skripsi**, Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area – Medan.