

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Landasan Teori

##### 1. Pengertian Biaya

Biaya merupakan komponen utama dalam menunjang pelaksanaan kinerja perusahaan dalam mencapai tujuan. Biaya dikeluarkan sebagai bentuk pengorbanan yang harus diperhitungkan secara tepat. Definisi biaya sendiri menurut para ahli antara lain:

- a. Anthony A. Atkinson, Robert S. Kamplan, Ella Mae Matsumura dan S. Mark Young (2012:33) biaya adalah nilai moneter barang dan jasa yang dikeluarkan untuk mendapatkan manfaat sekarang atau masa depan.
- b. Menurut Charles T. Horngren, Srikant M. Datar, dan George Foster yang diterjemahkan oleh P. A. Lestari (2012:35) mendefinisikan biaya (*cost*) sebagai sumber daya yang dikorbankan (*sacrificed*) atau dilepaskan (*forgone*) untuk mencapai tujuan tertentu.
- c. Menurut Hansen dan Mowen (2013:47) biaya adalah kas atau nilai setara kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat saat ini atau di masa depan bagi organisasi.

- d. Menurut Mulyadi (2015:8) menjelaskan bahwa biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu. Ada empat unsur pokok dalam definisi biaya tersebut diatas: biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi; diukur dalam satuan uang; yang telah terjadi atau yang secara potensial akan terjadi; pengorbanan tersebut untuk tujuan tertentu.

Dari pengertian diatas dapat diambil kesimpulan bahwa yang dimaksud biaya adalah suatu nilai tukar atau pengorbanan yang dilakukan guna memperoleh suatu manfaat baik pada saat ini maupun di masa yang akan datang.

## 2. Klasifikasi Biaya

Klasifikasi biaya merupakan suatu proses pengelompokan biaya secara sistematis atas keseluruhan elemen biaya yang ada ke dalam golongan-golongan tertentu yang lebih ringkas. Menurut Mulyadi (2015:13) biaya digolongkan dengan berbagai macam cara. Umumnya penggolongan biaya ini ditentukan atas dasar tujuan yang hendak dicapai dengan penggolongan tersebut, karena dalam akuntansi biaya dikenal konsep “*different costs for different purposes*”. Adapun cara penggolongan biaya adalah sebagai berikut:

a. Penggolongan biaya menurut objek pengeluaran

Dalam cara penggolongan ini, nama objek pengeluaran merupakan dasar penggolongan biaya. Misalnya nama objek pengeluaran adalah bahan bakar, maka semua pengeluaran yang berhubungan dengan bahan bakar disebut “biaya bahan bakar”.

b. Penggolongan biaya menurut fungsi pokok dalam perusahaan

Dalam perusahaan manufaktur, ada tiga fungsi pokok, yaitu fungsi produksi, fungsi pemasaran dan fungsi administrasi & umum. Oleh karena itu dalam perusahaan manufaktur, biaya dapat dikelompokkan menjadi tiga kelompok:

- 1) biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual.
- 2) biaya pemasaran merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk.
- 3) biaya administrasi dan umum merupakan biaya-biaya untuk mengkoordinasi kegiatan produksi dan pemasaran produk.

c. Penggolongan biaya menurut hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai

Sesuatu yang dibiayai dapat berupa produk atau departemen. Dalam hubungannya dengan sesuatu yang dibiayai, biaya dapat dikelompokkan menjadi dua golongan yaitu:

- 1) Biaya langsung (*direct cost*) adalah biaya yang terjadi, yang penyebab satu-satunya adalah karena adanya sesuatu yang dibiayai. Jika sesuatu yang dibiayai tersebut tidak ada, maka biaya langsung ini tidak akan terjadi. Dengan demikian biaya langsung akan mudah diidentifikasi dengan sesuatu yang dibiayai.
  - 2) Biaya tidak langsung (*indirect cost*) adalah biaya yang terjadinya tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai.
- d. Penggolongan biaya menurut perilakunya dalam hubungan dengan perubahan volume aktivitas

Dalam hubungannya dengan perubahan volume aktivitas, biaya dapat digolongkan menjadi:

- 1) Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap dalam kisar volume kegiatan tertentu. Contoh biaya tetap adalah gaji direktur produksi.
- 2) Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Contoh biaya variabel adalah biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung.
- 3) Biaya semivariabel adalah biaya yang berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Biaya semivariabel mengandung unsur biaya tetap dan unsur

biaya variabel. Pemisahan biaya semi variabel dapat menggunakan tiga metode yaitu:

- a) metode titik tertinggi dan terendah: memisahkan biaya tetap dan biaya variabel dalam satu periode berdasarkan kapasitas dan biaya pada titik tertinggi dan terendah. Metode ini mempunyai kelemahan kurang teliti karena menggunakan dua tingkatan kapasitas tertinggi dan terendah tanpa mempertimbangkan tingkatan kapasitas yang lain.
- b) metode *scattergraph*: memisahkan biaya tetap dan biaya variabel dengan cara menggambarkan biaya setiap bulan dalam sebuah grafik dan menarik garis lurus di tengah biaya-biaya tersebut. Kelemahan metode *scattergraph* adalah memungkinkan penarikan garis yang berbeda antara yang satu dengan yang lain karena bersifat subjektif, maka data yang dihasilkan tidak selalu sama antara yang satu dengan yang lain.
- c) metode kuadrat terkecil (metode *least squares*): metode yang menganggap hubungan antara biaya dengan volume kegiatan sebagai garis lurus dengan persamaan  $y = a + bx$ , dimana  $y$  adalah variabel tidak bebas dan menunjukkan biaya sedangkan  $x$  merupakan variabel

bebas yang menunjukkan volume kegiatan, a merupakan biaya tetap dan b biaya variabel.

4) Biaya *semifixed* adalah biaya yang tetap untuk tingkat volume kegiatan tertentu dan berubah dengan jumlah yang konstan pada volume produksi tertentu.

e. Penggolongan biaya atas dasar jangka waktu manfaatnya

1) Pengeluaran modal (*capital expenditures*)

Pengeluaran modal adalah biaya yang mempunyai manfaat lebih dari satu periode akuntansi (biasanya periode akuntansi adalah satu tahun kalender). Pengeluaran modal ini pada saat terjadinya dibebankan sebagai kos aktiva dan dibebankan dalam tahun-tahun yang menikmati manfaatnya dengan cara didepresiasi, diamortisasi atau didepleksi.

2) Pengeluaran pendapatan (*revenue expenditures*)

Pengeluaran pendapatan adalah biaya yang hanya mempunyai manfaat dalam periode akuntansi terjadinya pengeluaran tersebut. Pada saat terjadinya, pengeluaran pendapatan ini dibebankan sebagai biaya dan dipertemukan dengan pendapatan yang diperoleh dari pengeluaran biaya tersebut.

### 3. Tarif atau Harga Jual

Pengertian harga jual menurut Mulyadi (2015:78) 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*. Harga jual atau tarif merupakan jumlah yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada konsumen atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan. Dari definisi tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa harga jual adalah biaya yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan atau menikmati produk atau jasa yang ditawarkan oleh produsen. Harga tersebut sudah menutupi semua biaya yang dikeluarkan untuk biaya produksi serta laba perusahaan.

### 4. Tujuan Penetapan Tarif atau Harga Jual

Dalam strategi penentuan harga, pengelola harus menetapkan dulu tujuan penetapan tarif tersebut. Tujuan ini berasal dari perusahaan itu sendiri yang selalu berusaha menetapkan harga barang atau jasanya setepat mungkin. Berikut adalah tujuan penetapan tarif atau harga yang bersifat ekonomis dan non ekonomis:

- a. Memaksimalkan laba; penetapan harga ini biasanya memperhitungkan tingkat keuntungan yang ingin diperoleh. Semakin besar margin keuntungan yang ingin didapat, maka menjadi tinggi pula harga yang ditetapkan untuk konsumen. Dalam menetapkan harga sebaiknya turut memperhitungkan

daya beli dan variabel lain yang dipengaruhi harga agar keuntungan yang diraih dapat maksimum.

- b. Meraih pangsa pasar; untuk dapat menarik perhatian para konsumen yang menjadi target pasar maka suatu perusahaan sebaiknya menetapkan harga yang serendah mungkin. Dengan harga turun, maka akan memicu peningkatan permintaan yang juga datang dari pangsa pasar pesaing atau kompetitor, sehingga ketika pangsa pasar tersebut diperoleh maka harga akan disesuaikan dengan tingkat laba yang diharapkan.
- c. *Return on investment* (ROI) atau pengembalian modal usaha; setiap usaha menginginkan tingkat pengembalian modal yang tinggi. ROI yang tinggi dapat dicapai dengan jalan menaikkan profit margin serta meningkatkan angka penjualan.
- d. Mempertahankan pangsa pasar; ketika perusahaan memiliki pasar tersendiri, maka perlu adanya penetapan harga yang tepat agar dapat tetap mempertahankan pangsa pasar yang ada.
- e. Tujuan stabilisasi harga; dalam pasar yang konsumennya sangat sensitif terhadap harga, bila suatu perusahaan menurunkan harganya, maka para pesaingnya harus menurunkan pula harga mereka. Kondisi seperti ini yang mendasari terbentuknya tujuan stabilisasi harga dalam industri-industri tertentu (misalnya minyak bumi). Tujuan stabilisasi dilakukan dengan jalan



menetapkan harga untuk mempertahankan hubungan yang stabil antara harga suatu perusahaan dan harga pemimpin industri.

- f. Menjaga kelangsungan hidup perusahaan; perusahaan yang baik menetapkan harga dengan memperhitungkan segala kemungkinan agar tetap memiliki dana yang cukup untuk tetap menjalankan aktifitas usaha bisnis yang dijalani.

Tujuan-tujuan dalam penetapan harga ini mengindikasikan bahwa pentingnya perusahaan untuk memilih, menetapkan dan membuat perencanaan mengenai nilai produk atau jasa dan tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan atas produk atau jasa tersebut.

#### 5. Metode penentuan tarif atau harga jual

Penentuan tarif atau harga jual harus dilakukan karena harga jual dipengaruhi oleh perubahan dari internal dan eksternal perusahaan. Dalam keadaan normal, harga jual yang sesuai harus mampu menutup semua biaya yang dikeluarkan dan menghasilkan laba. Sedangkan dalam keadaan khusus, harga jual tidak dibebani keseluruhan biaya namun setiap harga jual diatas biaya variabel telah memberikan kontribusi dalam menutup biaya tetap.

a. Penentuan harga jual normal (*cost plus pricing*)

Metode harga jual normal ini sering disebut *cost plus pricing* karena harga jual ditentukan dengan menambah biaya masa yang akan datang dengan suatu prosentase *mark-up* (tambahan diatas jumlah biaya) yang dihitung dengan rumus tertentu. Cara menghitung harga jual produk atau jasa dalam keadaan normal ditentukan dengan formula sebagai berikut:

$$\text{Harga jual} = \text{Taksiran biaya penuh} + \text{laba yang diharapkan}$$

Taksiran biaya penuh dapat dihitung dengan dua pendekatan yaitu *full costing* dan *variable costing*, dimana taksiran biaya penuh tersebut dibagi menjadi dua yaitu: biaya yang dipengaruhi secara langsung oleh volume produk yang menjadi dasar penentuan harga jual dan biaya yang tidak dipengaruhi oleh volume produk yang ditambahkan kepada laba yang diharapkan dalam perhitungan *mark-up*.

Rumus perhitungan harga jual atas dasar biaya secara umum dapat dilakukan dengan dua pendekatan dengan persamaan berikut ini:

1) Pendekatan *Full costing*

Pendekatan *full costing* menggunakan taksiran biaya penuh yang dipakai sebagai dasar penentuan harga jual yang terdiri dari unsur biaya produksi yaitu biaya bahan baku,

biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik (variabel dan tetap) sebagai biaya yang dipengaruhi langsung oleh volume produk dan biaya nonproduksi yaitu biaya administrasi dan umum serta biaya pemasaran sebagai biaya yang tidak dipengaruhi langsung oleh volume produk.

Penentuan *mark-up* besarnya berbeda-beda untuk tiap perusahaan. Perusahaan yang mempunyai resiko besar akan menentukan besarnya *mark-up* yang relatif lebih besar dibanding perusahaan yang resikonya tidak begitu besar.

Rumus perhitungan prosentase mark-up dalam pendekatan *full costing* yaitu:

$$\text{Prosentase Mark-up} = \frac{\text{Laba Yang Diharapkan} + \text{Biaya Nonproduksi}}{\text{Biaya Produksi}} \times 100\%$$

$$\text{Harga jual} = \text{Biaya Produksi} + \text{Prosentase Mark-up}$$

## 2) Pendekatan *variable costing*

Pendekatan *variable costing* menggunakan harga pokok variabel sebagai dasar penentuan harga jual. Pada penentuan harga jual produk atau jasa ditentukan sebesar biaya variabel ditambah *mark-up* yang harus tersedia untuk menutup semua biaya tetap dan untuk menghasilkan laba yang diinginkan.

Dalam pendekatan ini, taksiran biaya penuh yang dipakai sebagai dasar penentuan harga jual terdiri dari unsur biaya variabel sebagai biaya yang dipengaruhi langsung oleh volume produk dan biaya tetap sebagai biaya yang tidak dipengaruhi langsung oleh volume produk. Biaya variabel terdiri dari biaya produksi variabel (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik variabel), biaya administrasi dan umum, dan biaya pemasaran variabel, sedangkan biaya tetap terdiri dari biaya overhead pabrik tetap, biaya administrasi dan umum tetap, dan biaya pemasaran tetap. *Mark-up* yang ditambahkan harus cukup untuk menutup semua biaya tetap dan laba yang diharapkan oleh perusahaan.

Rumus perhitungan persentase *mark-up* dalam metode harga pokok variabel ditambah *mark-up*:

$$\text{Prosentase Mark-up} = \frac{\text{Laba Yang Diharapkan} + \text{Biaya Tetap}}{\text{Biaya Variabel}} \times 100\%$$

$$\text{Harga jual} = \text{Biaya Variabel} + \text{Prosentase Mark-up}$$

Keunggulan Pendekatan *variable costing* dibandingkan dengan *full costing* antara lain: lebih bermanfaat untuk perencanaan laba jangka pendek, untuk pengendalian biaya jangka pendek, dan untuk pengambilan keputusan jangka pendek

- b. Penentuan harga jual berbasis pasar (*Market Based Pricing*)
- 1) Harga pasar saat ini (*current market price*) penentuan harga jual untuk produk baru hasil modifikasi produk lama. Harga jual menggunakan harga produk yang lama, namun pangsa pasar yang diperoleh relatif kecil.
  - 2) Harga pesaing (*competitor price*) harga jual menggunakan harga yang ditetapkan pesaing untuk produk yang sama atau berkaitan.
  - 3) Harga pasar yang disesuaikan (*adjusted current market price*) sebelum menetapkan harga jual, perusahaan mengidentifikasi harga pasar yang berlaku, kemudian dikalikan dengan penyesuaian dengan mempertimbangkan faktor internal dan eksternal.

## B. Penelitian Terdahulu

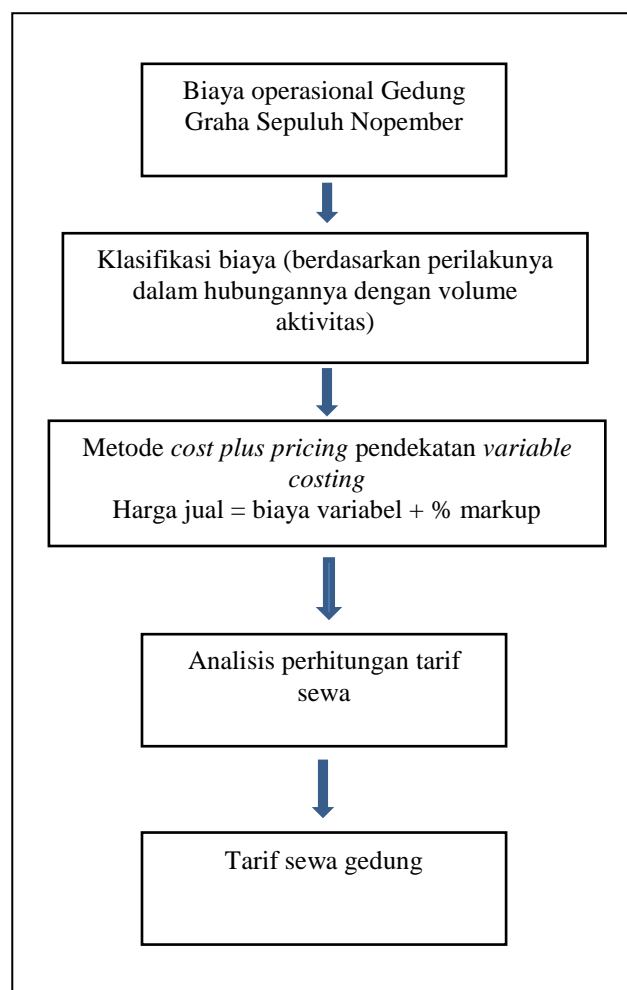
Tabel 2.1 Penelitian terdahulu

Tahun	Peneliti	JUDUL PENELITIAN	METODE PENELITIAN	KESIMPULAN
2016	Nurlyan	Analisis Penentuan Harga Jual Jasa Kamar Pada Hotel Plaza Kubra Kendari	Analisis kualitatif deskriptif	Tarif yang dianalisis dengan metode <i>full costing</i> lebih besar daripada tarif hotel sesungguhnya. Tarif hasil analisis dengan metode <i>variable costing</i> mempunyai selisih lebih besar dari tarif hotel sesungguhnya.
2013	Hesti Triyono	Penentuan Harga Jual Kamar Hotel Saat <i>Low Season</i> Dengan Metode <i>Cost-Plus Pricing</i> Pendekatan <i>Variable Costing</i> (Studi Kasus Pada Hotel Puri Artha Yogyakarta)	Analisis kualitatif deskriptif	Harga jual yang ditentukan oleh Hotel Puri Artha ditentukan terlalu tinggi dibandingkan dengan harga jual berdasarkan teori <i>cost-plus pricing</i> pendekatan <i>variable costing</i> dikarenakan pembebanan biaya tetap yang dikenakan pada saat <i>peak season</i> dikenakan juga pada saat <i>low season</i> .
2013	Woro Prihastuti	Perbandingan Hasil Perhitungan Tarif Jasa Kamar Rawat Inap Berdasarkan Metode <i>Cost Plus Pricing</i> Melalui Pendekatan <i>Full Costing</i> Periode 2012 (Studi Kasus RSU PKU Muhammadiyah Yogyakarta Dan RSUD Kota Yogyakarta)	Analisis kualitatif deskriptif	Tarif jasa kamar rawat inap RSU PKU Muhammadiyah Yogyakarta berdasarkan metode <i>cost plus pricing</i> melalui pendekatan <i>full costing</i> untuk kamar kelas VIP, kelas I, kelas II, kelas III tarifnya lebih mahal daripada tarif yang telah ditetapkan oleh RSU PKU Muhammadiyah Yogyakarta.

Sumber: Diolah Peneliti

### C. Kerangka Konseptual

Dalam penelitian ini, penulis membuat kerangka konsep sesuai dengan tahapan-tahapan yang akan dilakukan dalam memenuhi tujuan penelitian. Tahapan dimulai dari kajian pustaka kemudian mengacu pada rumusan masalah yang ingin dijadikan acuan penelitian hingga sampai pada penentuan tarif sewa. Tahapan tersebut dapat digambarkan seperti di bawah ini.



Gambar 2.1 Kerangka konsep penelitian  
Sumber: Diolah Peneliti

Peneliti mengajukan permintaan data dari perusahaan terkait yaitu gedung Graha Sepuluh Nopember ITS, dari data tersebut peneliti akan mengklasifikasikan

biaya menurut hubungannya dengan volume aktifitas. Perhitungan akan dilakukan dengan menggunakan metode *cost plus pricing* pendekatan *variabel costing*. Dari hasil perhitungan yang didapatkan akan dibandingkan dan dievaluasi untuk menetapkan tarif sewa yang paling sesuai untuk diterapkan pada gedung Graha Sepuluh Nopember. Tarif tersebut akan disampaikan kepada pengelola sebagai bahan pertimbangan untuk mengambil keputusan penentuan tarif sewa.