BAB II

KAJIAN PUSTAKA KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Biaya

2.1.1.1 Pengertian Biaya

Istilah biaya Menurut Mursyidi (2008:14) menjelaskan bahwa pengertian biaya sebagai berikut :

"Biaya adalah sebagai suatu pengorbanan yang dapat mengurangi kas atau harta lainnya untuk mencapai tujuan, baik yang dapat dibebankan saat ini maupun pada saat yang akan datang".

Sedangkan menurut Mulyadi (2005:8-9) menjelaskan bahwa pengertian biaya sebagai berikut :

"Biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi dalam satuan uang yang telah atau kemungkinan besar akan terjadi untuk tujuan tertentu".

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa biaya adalah suatu pengorbanan ekonomis yang di ukur dengan nilai uang untuk memperoleh barang atau jasa.

2.1.1.2 Penggolongan Biaya

Penggolongan atau klasifikasi biaya sangat penting dilakukan oleh perusahaan dalam melakukan perencanaa dan pengendalian yang dilakukan manajemen. Menurut Mursyidi (2008:14) pembagian biaya dapat dihubungkan

dengan suatu proses produksi dalamperusahaan industry baik yang memiliki hubungan langsung maupun tidak langsung, yaitu berhubungan dengan produk, volume produksi, departemen manufaktur atau periode akuntansi. Biaya dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

1. **Biaya Dalam Hubunganya Dengan Produk**
   a. **Biaya Langsung *(Direct Cost)***

      Biaya langsung adalah biaya yang sifatnya berhubungan langsung dengan suatu produk dikenal dengan nama biaya produksi.

   b. **Biaya Tidak Langsung*(Inderect Cost)***

      Biaya tidak langsung adalah biaya yang memiliki hubungan tidak langsung dengan suatu produk. Biaya tidak langsung juga disebut dengan beban komersial.

2. **Biaya Yang Hubungannya Dengan Volume Produksi**
   a. **Biaya Variabel *(Variable Cost)***

      Biaya variable adalah biaya yang jumlah totalnya berubah secara sebanding dengan perubahan volume kegiatan atau aktivitas. Contohnya : biaya perlengkapan, biaya penerimaan barang.

   b. **Biaya Tetap *(Fixed Cost)***

      Biaya tetap adalah biaya yang jumlahnya tetap konstan tidak dipengaruhi perubahan volume kegiatan atau aktivitas sampai tingkat kegiatan tersebut. Contohnya : gaji direktur produksi, pemeliharaan dan perbaikan mesin atau gedung.

c. Biaya Semi Variabel *(Semi Variable Cost)*

Biaya semi variable adalah biaya yang jumlah totalnya berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Contohnya : biaya listrik yang digunakan

d. Biaya Semi Tetap *(Semi Fixed Cost)*

Biaya semi tetap adalah biaya yang berubah dan volume secara bertahap. Contohnya : gaji penyedia.

3. Biaya Dalam Hubungannya Dengan Departemen Produksi

a. Biaya langsung Departemen

Biaya langsung departemen adalah biaya yang dapat ditelusuri secara langsung ke departemen bersangkutan. Contohnya : gaji mandor pabrik.

b. Biaya Tidak Langsung Departemen

Biaya tidak langsung departemen adalah biaya yang tidak dapat ditelusuri secara langsung ke departemen bersangkutan. Contohnya : biaya penyusutan dan biaya asuransi.

4. Biaya Dalam Hubungannya Dengan Periode Waktu

a. Biaya Pengeluaran Modal

Biaya pengeluaran modal adalah biaya yang dikeluarkan untuk memberikan manfaat dimasa depan dan dalam jangka waktu yang

panjang dan dilaporkan sebagai aktiva. Contohnya : pembelian mesin dan peralatan.

b. Biaya Pengeluaran pendapatan

Biaya pengeluaran pendapatan adalah biaya yang memberikan manfaat untuk periode sekarang dan dilaporkan sebagai beban. Contohnya : penyusutan mesin dan peralatan

5. Biaya Dalam Hubungannya Dengan Pengambilan Keputusan

a. Relevan Cost

Relevan cost adalah biaya masa akan datang yang berbeda dalam beberapa alternayif berbeda.

b. Differential Cost

Differential cost adalah selisih biaya dalam beberapa alternatif pilihan.

c. Opportunity Cost

Opportunity cost adalah kesempatan yang dikorbankan dalam memilih suatu alternatif.

d. Disguised Cost

Disguised cost adalah biaya yang tidak terlihat dalam catatan akuntansi tetapi mempengaruhi dalam pengambilan keputusan.

e. Real Cost

Real cost adalah biaya yang benar-benar dikeluarkan akibat memilih suatu alternatif.

f. Direct Cost

Direct cost adalah biaya yang dapat dilacak kepada produk selesai.

g. Irrelevant Cost

Irrelevant cost adalah biaya yang sudah dikeluarkan tetapi tidak mempengaruhi keputusan apapun.

2.1.2 Harga Pokok Jasa

2.1.2.1 Pengertian Jasa

Jasa sering dipandang sebagai fenomena yang rumit. Kata jasa itu sendiri mempunyai banyak arti, mulai dari pelayanan personal (*personal services*) sampai jasa sebagai suatu produk. Sejauh ini sudah banyak pakar pemasaran yang telah berusaha mendefinisikan pengertian jasa.

Menurut ***Valarie A. Zethamil*** **dan** ***Mary Jo Bitner*** yang diterjemahkan oleh **Buchari Alma (2006:204)** menjelaskan bahwa pengertian jasa sebagai berikut :

"Jasa adalah suatu kegiatan ekonomi yang outputnya bukan produk dikonsumsi bersamaan dengan waktu produksi dan memberikan nilai tambahan (seperti kenikmatan, hiburan, santai, sehat) bersifat tidak berwujud".

Sedangkan menurut **Adrian Payne (2007:08)** mendefinisikan jasa sebagai berikut :

"Jasa merupakan suatu kegiatan yang memiliki beberapa tanda ketakberwujudan (*Intangible*) yang berhubungan dengannya yang melibatkan beberapa interaksi dengan konsumen atau dengan property dengan kepemilikannya dan tidak menghasilkan transfer kepemilikan".

Berdasarkan dari beberapa pengertian jasa diatas, maka dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan jasa merupakan kegiatan ekonomi yang pada dasarnya tidak berwujud, tidak dapat diraba, dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

2.1.2.2 Karakteristik Jasa

Pada umumnya orang mengenal jasa adalah sebagai suatu kegiatan pelayanan yang diberikan untuk memenuhi semua kepuasan yang diinginkan oleh konsumen tanpa mengetahui karakteristik dari jasa yang diberikan tersebut. Dapat dikatakan bahwa yang dimaksud dengan karakteristik yaitu ciri, fungsi dari karakteristik jasa adalah untuk membedakan jenis pelayanan yang akan diberikan kepada setiap orang atau konsumen yang memperoleh pelayanan jasa tersebut.

Dari uraian mengenai karakteristik jasa diatas, menurut **Suherli dan Michell (2006:85)** mengemukakan ada 3 jenis karakteristik jasa adalah sebagai berikut :

1. **Lebih bersifat tidak berwujud (*More Intangible than tangible*)**
2. **Produksi dan konsumsi berjalan serempak (*Simultaneous Production and Consumption*)**
3. **Kurang memiliki standar dan keseragaman (*Less Standarized and Uniform*)**

Penjelasan Uraian mengenai karakteristik jasa tesebut diatas adalah sebagai berikut :

1. **Lebih bersifat tidak berwujud**

   Benda atau barang yang kita beli atau kita gunakan adalah sebuah objek, sebuah alat atau sebuah benda, sedangkan jasa merupakan perbuatan, penampilan atau sebuah usaha. Bila kita membeli suatu barang, maka barang tesebut dipakai atau ditempatkan pada suatu tempat. Tapi bila membeli jasa, maka pembeli tidak memperoleh tanbahan benda yang dapat dibawa kerumah.

2. **Produksi dan konsumsi berjalan serempak**

   Jasa diproduksi dan dikonsumsi dalam jangka waktu yang sama. Pada umumnya barang diproduksi dulu kemudian dijual dan dikonsumsi. Sedangkan jasa biasanya dijual dulu kemudian diproduksi dan dikonsumsi secara serempak. Dikatakan serempak artinya si penghasil jasa sering hadir secara fisik pada waktu konsumsi berlangsung.

3. **Kurang memiliki standar dan keseragaman**

   Jasa yang memakai pelayanan orang memiliki variabilitas, tergantung pada orangnya dan tingkat perbedaan ini tidak ada pada jasa yang dilayani mesin. Ini merupakan pertimbangan penting bagi industri jasa yang menggunakan banyak orang. Potensi keanekaragaman jasa yang dilayani oleh tenaga orang ini sangat dikenal dimasyarakat, sedangkan para konsumen selalu mengharapkan adanya kesamaan seperti orang ingin rasa makanan yang sama seperti yang pernah dia cicipi.

2.1.2.3 Penggolongan Jasa

Dalam lingkup usahanya jasa digolongkan dengan berbagai cara, pada umumnya penggolongan jasa ini ditentukan atas dasar kondisi, tempat, atau atas dasar tujuan usaha dari jasa tesebut.

Menurut **Buchari Alma (2006:208)** Jasa digolongkan kedalam beberapa kriteria sebagai berikut :

1. *Personalize Service*
2.*Financial Service*
3.*Public Utility and Transportation Service*
4.*Entertainment*

Dibawah ini dijelaskan mengenai uraian dari penggolongan jasa, sebagai berikut :

1. *Personalize Service* merupakan jasa yang sangat mengutamakan pelayanan orang dan perlengkapannya. Jasa ini sangat bersifat personal, yang tidak dapat dipisahkan dari orang yang menghasilkan jasa tersebut. Pelayanannya harus langsung ditangani oleh produsennya. (Seperti tukang cukur, salon kecantikan, laundry, foto).
2. *Financial service*, terdiri dari :
   a. *Banking Service* (Bank)
   b. *Insurance Service* (Asuransi)
   c. *Investment Securities* (Lembaga Penanaman Modal)
3. *Public Utility and Transportation Service*, *public utility service* mempunyai monopoli secara alamiah, misal : perusahaan listrik, perusahaan air minum dan PT Pos. Para pemakainnya terdiri dari konsumen lokal, perkantoran dan

perdagangan, industri, kota praja dan pemda. Sedangkan dalam *transportation service* meliputi angkutan kerta api, kendaraan umum, pesawat udara dan sebagainya. Pelayanan disini ditujukan untuk penumpang dan angkutan barang.

4. *Entertainment* orang yang mempunyai usaha ini bisa memperoleh pendapatan yang besar karena mereka bisa mempengaruhi masyarakat melalui advertising. Yang temasuk dalam kelompok ini adalah usaha-usaha dibidang olahraga, bioskop, gedung-gedung pertunjukan dan usaha hiburan lainnya. Metode marketing yang dipakainya adalah sistem penyaluran langsung dimana karcis dijual diloket-loket.

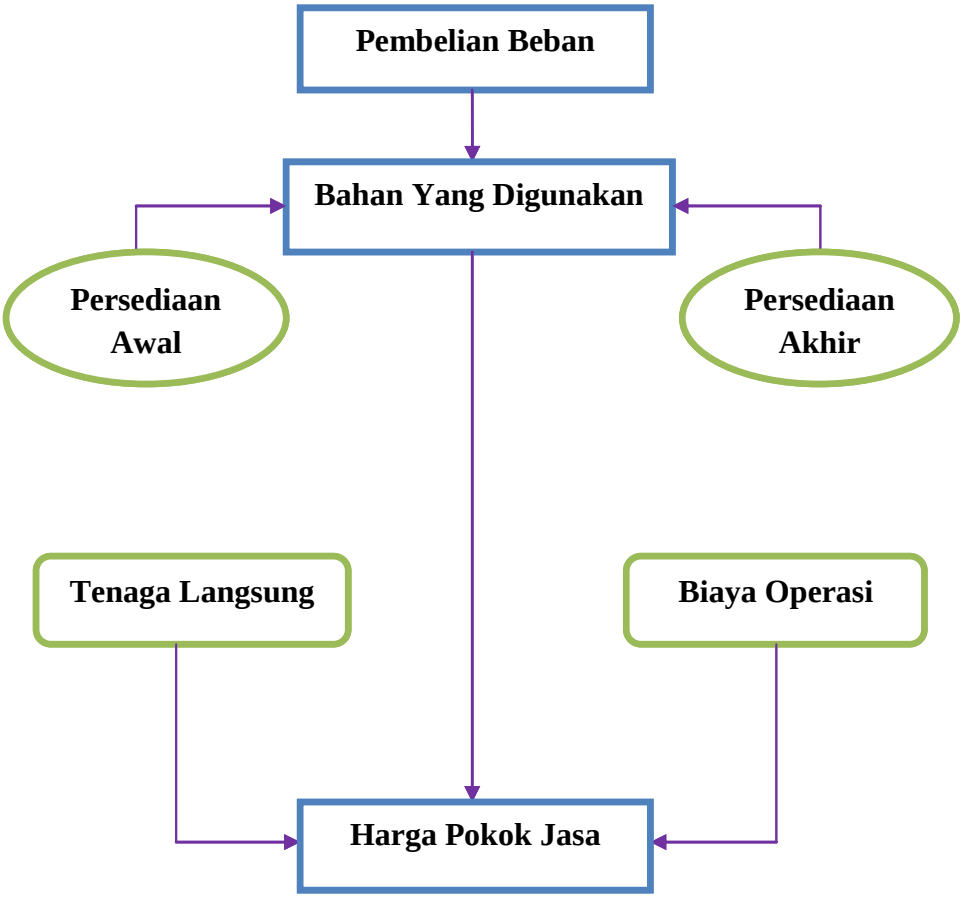
2.1.2.4 Harga Pokok Jasa

Menurut **Gunadarma (2010:64)** menyatakan bahwa:

"harga pokok jasa yaitu biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan suatu jasa".

Untuk perusahaan manufaktur elemen harga pokok jasanya terdiri dari biaya operasional dan juga biaya tenaga langsung. Karena keluaran (output) yang dihasilkan antara perusahaan manufaktur dan jasa berbeda, maka penentuan harga pokoknya pun akan berbeda.

Perusahaan jasa sering kali tidak mempunyai atau hanya sedikit persediaan, sehingga sistem penentuan harga pokoknya relatif sederhana. Berikut merupakan aliran biaya dalam perusahaan jasa **(Blocher, Chen,Lin, 2005 : 87)** :



Gambar 2.1 Aliran Biaya Dalam Perusahaan Jasa
(Blocher, Chen,Lin, 2005 : 87)

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan harga pokok jasa adalah biaya yang digunakan untuk menghasilkan suatu produk jasa. Cara menghitung harga pokok jasa tersebut relatif lebih sederhana, karena dalam perusahaan jasa perhitungan harga pokok tidak atau sedikit melibatkan bahan baku.

2.1.2.5 Komponen Harga Pokok Jasa

Dalam *http://employeeissues.com/overtime_pay.com* yang diakses pada tanggal 30 Maret 2011, sumber pendapatan utama dari jenis usaha jasa pengiriman adalah Pendapatan Jasa Pengiriman Barang dan Pendapatan Jasa *Packing* Barang, dengan nama Account Pendapatannya adalah :

1. Pendapatan Jasa Pengiriman Barang
2. Pendapatan Jasa *Packing* Barang

Jika ada pendapatan lain yang sifatnya adalah pendapatan utama, bisa ditambahkan juga sesuai dengan kebutuhan. Dalam contoh di atas, ada dua sumber pendapatan, maka harga pokoknya harus ada 2, yaitu :

1. Harga Pokok Jasa Pengiriman Barang
2. Harga Pokok Jasa *Packing* Barang

Sub account dari Harga Pokok Pengiriman Barang antara lain adalah :

1. Gaji/Upah Sopir dan Kurir
2. Uang Makan Sopir
3. BBM
4. Tenaga kerja angkut
5. *Service* dan *Maintenance* Kendaraan
6. Penyusutan Kendaraan
7. dan biaya lain yang terkait langsung dengan pengiriman Barang

Ada beberapa jasa pengiriman tidak melakukan pengangkutan sendiri (menggunakan jasa angkutan lain), maka biaya yang dikeluarkan untuk membayar ongkos pengiriman ini menjadi komponen harga pokok dengan nama "Ongkos Angkut".

Sedangkan sub account Harga Pokok *Packing* Barang antara lain adalah :

1. Bahan Baku *Packing*
2. Bahan Perlengkapan *Packing*
3. Tenaga Kerja *Packing*
4. Overhead packing lainnya

Sedangkan biaya lain yang tidak terkait langsung, bisa dimasukkan ke kelompok Biaya Administrasi dan Umum.

Dalam *http://www.answer.com/topic/direct-labor* yang diakses pada tanggal 30 Maret 2011, yang dikutip oleh ***Hansen*** dan diterjemahkan oleh **Maryane.M (2006:24)** pada perusahaan manufaktur, komponen harga pokok terdiri dari :

1. Biaya tenaga kerja langsung

2. *Overhead* pabrik

Penjelasan uraian mengenai komponen harga pokok tersebut diatas adalah sebagai berikut :

a. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Dalam *http://www.answer.com/topic/direct-labor* yang diakses pada tanggal 30 Maret 2011, yang dikutip oleh ***Hansen*** dan diterjemahkan oleh **Maryane.M (2006:46)** mengungkapkan bahwa :

"tenaga kerja langsung adalah seseorang yang terlibat atau bekerja secara langsung dalam pembuatan produk atau memberikan pelayanan jasa secara langsung".

Menurut **Mursyidi (2008:15) mengemukakan bahwa :**

"tenaga kerja langsung adalah tenaga kerja yang memberikan suatu jasa kepada seseorang yang dapat dirasakan secara langsung oleh orang tersebut dan pembebanan biayanya dapat ditelusuri pada setiap jenis jasa yang telah diberikan".

Menurut **Mulyadi (2005:319) menjelaskan bahwa :**

"biaya tenaga kerja langsung adalah harga yang dibebankan untuk penggunaan jasa tenaga kerja manusia tersebut".

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa biaya tenaga kerja langsung adalah upah atau harga yang dibebankan kepada para pegawai yang terlibat langsung dalam pembuatan suatu produk.

Dalam *http://biztaxlaw.about.com/od/glossaryb/g/bonuses.htm* yang diakses pada tanggal 30 Maret 2011 menurut ***Carter dan Usry*** yang diterjemahkan oleh **Milton.F (2006:240)** menyatakan bahwa biaya tenaga kerja langsung ini terdiri dari tiga komponen, yaitu :

1. **Upah Reguler**
2. **Upah Lembur**
3. **Bonus**

Penjelasan uraian mengenai komponen biaya tenaga kerja lansung tersebut diatas adalah sebagai berikut :

1. **Upah Reguler**

   Upah regular adalah upah pokok yang diberikan perusahaan kepada karyawannya.

2. **Upah Lembur**

   Overtime pay is extra cash compensation for the hours that nonexempt employees work in excess of 40 in one workweek. (Upah lembur adalah kompensasi tambahan kas untuk karyawan yang bekerja lebih dari 40 jam dalam satu minggu kerja).

3. **Bonus**

   Bonus adalah kompensasi bagi karyawan untuk pekerjaan yang dilakukan; mereka dibayar selain gaji atau upah. Contoh, bonus dikarenakan karyawan mempunyai kinerja yang bagus dikantor atau bonus akhir tahun yang diberikan perusahaan.

b. Biaya Tidak Langsung

Biaya tidak langsung umumnya didefinisikan sebagai tenaga kerja tidak langsung, bahan penolong, dan semua biaya pabrik lainnya yang tidak dapat dengan mudah diidentifikasi dengan atau dibebankan langsung pada pekerjaan tertentu atau produk ataututjuan biaya akhir.

Overhead pabrik, juga disebut manufaktur atau beban *overhead* pabrik, adalah total biaya yang terlibat dalam operasi fasilitas produksi semua bisnis manufaktur. Hal ini umumnya berlaku untuk tenaga kerja langsung dan biaya tidak langsung, juga meliputi seluruh biaya yang terlibat dalam manufaktur dengan pengecualian dari biaya bahan baku dan tenaga kerja langsung. Beban pabrikasi juga mencakup biaya-biaya tertentu seperi biaya jaminan kualitas, biaya pembersihan. *(http://en.wikipedia.org/wiki/factory_overhead)*

Menurut ***Carter dan Usry*** dan diterjemahkan oleh **Mursyidi (2004:411)** biaya *overhead* pabrik adalah :

"biaya *overhead* pabrik didefinisikan sebagai bahan baku langsung dan semua biaya pabrik lainnya yang tidak dapat secara nyaman didefinisikan dengan atau dibebankan langsung ke pesanan produk atau objek biaya lain yang spesifik".

Menurut **Mulyadi (2005:19)** menjelaskan bahwa:

"biaya *overhead* pabrik adalah biaya produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung".

Biaya *overhead* pabrik dapat digolongkan dalam tiga cara, yaitu :

1. **Menurut sifat**

   Mulyadi (2005:22) mengemukakan bahwa biaya *overhead* pabrik menurut sifatnya dibagi menjadi lima, yaitu :

   a. **Biaya bahan baku penolong**

      Bahan yang meskipun menjadi bagian produk jadi tetapi nilainya relative kecil bila dibandingkan dengan harga pokok produksinya.

   b. **Biaya reparasi dan pemeliharaan**

      Misalnya: biaya suku cadang, biaya bahan habis pakai untuk keperluan perbaikan dan pemeliharaan bangunan pabrik, mesin dan peralatan, kendaraan dan aktiva tetap lainnya yang digunakan untuk keperluan pabrik.

   c. **Biaya tenaga kerja tidak langsung**

      Yaitu tenaga kerja pabrik yang upahnya tidak dapat diperhitungkan secara langsung kepada produk atau pesanan tertentu.

   d. **Biaya yang timbul sebagai akibat terhadap aktiva tetap**

      Misalnya biaya depresiasi bangunan pabrik, mesin, alat kerja dan aktiva tetap lain yang digunakan dipabrik.

   e. **Biaya *overhead* pabrik lain**

      Yang secara langsung memerlukan pengeluaran uang tunai.

2. Menurut Perilakunya Dalam Hubungannya Dengan Perubahan Volume Produksi

Mulyadi (2005:29) mengemukakan bahwa biaya *overhead* pabrik menurut prilakunya dalam hubungannya dengan volume produksi dibagi menjadi tiga, yaitu :

a. Biaya *overhead* tetap

Yaitu biaya *overhead* yang tidak berubah dalam kisaran perubahan *volume* kegiatan tertentu.

b. Biaya *overhead* variabel

Yaitu biaya *overhead* yang berubah sebanding dengan *volume* kegiatan.

c. Biaya *overhead* semivariabel

Yaitu biaya *overhead* yang berubah tidak sebanding dengan *volume* kegiatan.

3. Menurut Hubungannya Dengan Departemen

Mulyadi (2005:35) mengemukakan bahwa biaya *overhead* pabrik menurut hubungannya dengan departemen dibagi menjadi dua, yaitu :

a. Biaya overhead pabrik langsung departemen

Yaitu biaya *overhead* yang terjadi dalam departeman tertentu dan manfaatnya hanya dinikmati departemen tertentu.

b. Biaya overhead pabrik tidak langsung departeman

Yaitu biaya *overhead* yang manfaatnya hanya dinikmati lebih dari satu departemen.

2.1.3 Penetapan Tarif

2.1.3.1 Pengertian Penetapan Tarif

Menurut ***Horngen, Foster, dan Datar*** **(2005:59)** yang diterjemahkan oleh **Desi Adhariani** mengatakan bahwa :

"Penetapan tarif adalah pembebanan unsur biaya terhadap produk yang dihasilkan dari suatu proses produksi".

Dalam penetapan tarif terdapat dua cara, yaitu *full costing* dan *variable costing*. *Full costing (absorption costing)* adalah penetapan tarif yang memperhitungkan semua unsur biaya yang terdiri dari biaya seperti biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik yang bersifat variabel (*variable cost*) maupun yang bersifat tetap (*fixed cost*).

Variable costing (direct costing) adalah penetapan tarif yang hanya memasukkan unsur-unsur biaya produksi yang bersifat variabel, yaitu biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik variabel.

Untuk perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa, tidak ada biaya bahan baku, karena perusahaan jasa hanya sedikit atau tidak menggunakan bahan baku.

2.1.3.2 Penetapan Tarif

Menurut ***Horngen, Foster, dan Datar*** **(2005:76)** dan diterjemahkan oleh **Desi Adhariani** mengatakan bahwa keputusan dalam menetapkan tarif ada dua, yaitu :

1. ***Price Discrimination***
2. ***Peak-Load Pricing***

Penjelasan uraian mengenai penetapan tarif tersebut diatas adalah sebagai berikut :

a. Price Discrimination

Adalah penetapan tarif yang dibebankan kepada beberapa pelanggan lebih tinggi untuk produk atau jasa yang sama dibandingkan dengan yang dibebankan kepada pelanggan lainnya.

Contoh, tarif jasa yang ditetapkan oleh pos lebih rendah dibandingkan dengan tarif jasa yang ditetapkan oleh non pos (swasta).

b. Peak-Load Pricing

Adalah penetapan tarif yang dibebankan kepada konsumen merupakan harga tertinggi untuk produk atau jasa disaat permintaan melebihi batas.

Contoh, tarif dalam menggunakan telepon pada saat jam sibuk akan lebih mahal jika dibandingkan dengan menggunakan telepon pada saat malam hari (bukan jam sibuk).

2.1.3.3 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penetapan Tarif

Menurut ***Horngren, Foster, dan Datar*** yang diterjemahkan oleh **Desi Adhariani (2005:98)** mengemukakan bahwa :

"tarif dari sebuah produk atau jasa bergantung pada permintaan dan penawaran".

Tiga pengaruh atas permintaan dan penawaran adalah :

a. Pesaing

Tidak ada bisnis tanpa pesaing. Perusahaan harus selalu menyadari tindakan dari para pesaingnya. Pada satu sisi, produk alternatif atau produk pengganti kompetitor dapat mempengaruhi permintaan dan memaksa sebuah perusahaan untuk menurunkan harganya.

Disisi lainnya, sebuah perusahaan yang tidak memiliki pesaing dapat menetapkan tarif yang lebih tinggi, sehingga perusahaan harus mampu memperkirakan biaya pesaingnya dan informasi yang berharga dalam menetapkan tarif untuk mempertahankan dan meningkatkan laba perusahaan.

b. Pelanggan

Pelanggan mempengaruhi tarif melalui pengaruh mereka pada permintaan atas suatu produk atau jasa. Perusahaan harus selalu menguji keputusan penentuan tarif melalui para pelanggan mereka. Harga terlalu tinggi dapat menyebabkan para pelanggan menolak produk suatu perusahaan dan memilih produk pengganti atau yang bersaing.

c. Biaya

Biaya mempengaruhi tarif karena biaya mempengaruhi penawaran. Makin rendah biaya produksi sebuah produk terhadap tarif yang dibayarkan pelanggan, maka makin besar kuantitas produk yang bersedia ditawarkan oleh perusahaan.

Para manajer yang memahami biaya produksi, mereka menetapkan tarif produk itu menarik bagi para pelanggan yang dapat memaksimalkan penghasilan operasi perusahaan mereka.

2.1.3.4 Metode Penetapan Tarif

Menurut **Mulyadi (2006:348)** terdapat empat metode penentuan tarif, yaitu :

1. **Penentuan Tarif Normal**
2. **Penentuan Tarif Dalam *cost-type contract***
3. **Penentuan Tarif Pesanan Khusus**
4. **Penentuan Tarif Produk atau Jasa Yang Dihasilkan Oleh Perusahaan Yang Diatur Dengan Peraturan Pemerintah.**

Berikut merupakan penjelasan mengenai keempat metode penetuan tarif tersebut.

1. Penentuan Tarif Normal

Penentuan tarif normal sering disebut dengan istilah *cost-plus pricing*, karena tarif ditentukan dengan menambah biaya dengan suatu prsentase *markup* (tambahan diatas jumlah biaya).

2. Penentuan Tarif Dalam Cost-Type Contract

Penentuan tarif dalam *cost-type contract (cost-type contract pricing)* adalah kontrak pembuatan produk atas jasa pada tarif yang didasarkan pada total biaya

yang sesungguhnya dikeluarkan oleh produsen ditambah dengan laba yang dihitung sebesar presentase tertentu dari total biaya yang sesungguhnya tersebut.

Jika dalam keadaan normal tarif produk atau jasa yang akan dijual dimasa yang akan datang ditentukan dengan metode *cost-plus pricing*, dalam *cost-type contract* tarif yang dibebankan kepada pelanggan dihitung berdasarkan biaya penuh sesungguhnya yang telah dikeluarkan untuk memproduksi dan memasarkan produk.

3. Penentuan Tarif Pesanan Khusus

Pesanan khusus merupakan pesanan yang diterima oleh perusahaan diluar pesanan regular perusahaan. Biasanya pelanggan yang melakukan pesanan khusus ini meminta tarif dibawah tarif normal, bahkan seringkali tarif yang diminta oleh pelanggan berbeda dibawah biaya penuh, karena biasanya pesanan khusus mencangkup jumlah yang besar. Dalam keadaan ini, manajer harus lebih mempertimbangkan kembali tarif pesanan khusus.

4. Penentuan tarif Produk Atau Jasa Yang Dihasilkan Oleh Perusahaan Yang Diatur Dengan Peraturan Pemerintah

Keluaran *(output)* produk dan jasa yang dihasilkan dari perusahaan yang diatur dengan peraturan pemerintah biasanya merupakan produk atau jasa yang ditunjukkan untuk memenuhi kebutuhan pokok masyarakat luas, seperi air, listrik, telepon dan telegraf, transportasi dan juga jasa pos. tarif produk dan jasa tersebut ditentukan berdasarkan biaya penuh masa yang akan datang ditambah dengan laba yang diharapkan.

Dalam penentuan tarif normal, biaya penuh masa yang akan datang yang dipakai sebagai dasar penentuan tarif dihitung dengan menggunakan salah satu pendekatan, full costing atau varibel costing, sedangkan penentuan tarif yang diatur oleh pemerintah, biaya penuh masa yang akan datang yang dipakai sebagai dasar penentuan harga jual tersebut dihitung dengan menggunakan pendekatan *full costing* saja, karena pendekatan *variable costing* tidak diterima sebagai prinsip akuntansi yang lazim.

2.2 Kerangka Pemikiran

Perusahaan merupakan suatu organisasi yang didirikan oleh seseorang atau sekelompok orang yang kegiatannya adalah melakukan produksi dan distribusi guna memenuhi kebutuhan secara ekonomis manusia. Kebutuhan ekonomis manusia adalah sandang, pangan, dan papan. Sandang adalah kebutuhan akan pakaian, pangan adalah kebutuhan akan makan, dan papan adalah kebutuhan perumahan.

Saat ini, ada bermacam-macam perusahaan yang dapat ditemui, seperti perusahaan dagang yaitu perusahaan yang kegiatannya membeli barang dan menjualnya kembali tanpa melakukan pengolahan lagi (contoh : *dealer*, toserba), perusahaan industri yaitu perusahaan yang kegiatannya mengolah bahan baku menjadi barang jadi kemudian menjual barang jadi tersebut (contoh : pabrik roti, *garment)* dan perusahaan jasa yaitu perusahaan yang kegiatannya menjual jasa (contoh : salon, kantor pos).

Setiap perusahaan didalam melakukan kegiatan usahanya harus selalu mengarah pada pencapaian yang telah ditetapkan, sehingga didalam melakukan seluruh aktivitasnya perusahaan dapat berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan sebelumnya, agar perusahaan selalu termotivasi untuk melaksanakan kegiatan secara bertanggung jawab.

Selain itu, perusahaan tentunya memiliki tujuan agar mendapatkan keuntungan yang maksimal didalam usaha yang sedang dijalankanya. Tetapi, agar dapat meraih tujuan tersebut, perusahaan dalam melaksanakan semua kegiatan usahanya memerlukan perencanaan, pengendalian biaya dan juga informasi mengenai biaya yang berkenaan dengan kegiatan usaha untuk kebutuhan internal perusahaan, dimana informasi biaya ini bertujuan untuk mengetahui harga pokok produksi perusahaan dan menentukan harga pokok produk perusahaan.

Menurut **Mulyadi (2005:8 - 9)** mengatakan bahwa

“biaya adalah suatu pengorbanan yang diukur dalam satuan uang baik itu yang dibebankan saat ini maupun dimasa yang akan datang”.

Menurut **Mursyidi (2008:14)** mengatakan bahwa :

”harga pokok jasa adalah biaya yang melekat pada suatu aktiva yang belum di konsumsi atau digunakan dalam upaya merealisasi pendapatan dalam suatu periode dan akan dikonsumsi dikemudian hari”.

Dari definisi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa setiap perusahaan sangat penting untuk memahami arti dari sebuah biaya, karena biaya merupakan dasar didalam penentuan harga. Besar kecilnya laba yang diperoleh setiap perusahaan tergantung dari jumlah biaya yang dikeluarkan. Selain itu, perhitungan biaya yang

akurat yang dilakukan oleh setiap perusahaan pun sangat penting untuk menganalisis tingkat keuntungan yang didapat oleh perusahaan.

Arti penting pemahaman biaya dan juga perhitungan biaya yang akurat ini pun haruslah dilaksanakan oleh setiap perusahaan tidak terkecuali dengan perusahaan jasa seperti PT Pos. PT Pos Indonesia pun dapat melakukan penetapan biaya-biaya untuk setiap kegiatan usahanya seperti didalam kegiatan pengiriman paket atau barang dalam negeri dan juga luar negeri. Dengan adanya kegiatan pengiriman paket atau barang tersebut, maka PT Pos Indonesia pun dapat melakukan perhitungan harga pokok jasa pengiriman untuk peenetapan tarif pengiriman paket.

Berdasarkan uraian di atas dapat disusun skema kerangka berpikir seperti gambar 2.2.



Gambar 2.2
Skema Kerangka Pemikiran