

BAB 2  
**KLASIFIKASI, KONSEP &  
TERMINOLOGI BIAYA**

**POKOK BAHASAN**

1. Konsep Biaya
2. Klasifikasi Biaya dalam Perusahaan Pabrikasi
3. Klasifikasi Biaya dalam Perusahaan Dagang
4. Klasifikasi Biaya dalam Perusahaan Jasa

**Konsep Biaya**

Biaya dlm Akuntansi Keuangan :

Suatu pengorbanan yang dilakukan untuk mendapatkan barang atau jasa.

Dalam Akuntansi Manajemen

Biaya (Cost) adalah kas atau setara kas yang dikorbankan (dibayarkan) untuk barang atau jasa yang diharapkan memberikan manfaat (pendapatan) pada saat ini atau di masa mendatang bagi organisasi.

Biaya yang akan memberikan manfaat (benefit) hanya pada periode berjalan (current periode) biasanya dicatat sebagai **beban**.

**Manfaat Informasi Biaya bagi Manajer**

- **Penilaian Persediaan** yakni untuk mengetahui biaya mana yang akan dilekatkan (dibebankan) dalam persediaan perusahaan.
- **Penentuan Laba Usaha** yakni : untuk mengetahui biaya mana saja yang akan dikurangkan dari pendapatan dalam laporan laba rugi untuk menentukan laba usaha selama periode tertentu.
- **Perencanaan Keuangan** yakni : mengetahui perencanaan biaya masa depan dengan tujuan finansial yang dikehendaki.
- **Pengendalian Kegiatan Usaha** yakni : Mengetahui informasi tentang hasil biaya sesungguhnya dibandingkan dengan biaya yang dianggarkan.
- **Pengambilan Keputusan** yakni : untuk mengetahui keputusan apa yang harus diambil dlm menghadapi berbagai alternatif tindakan yang berhubungan dengan biaya.

## 2. Klasifikasi Biaya dalam Perusahaan Pabrikasi

Untuk membantu manajemen menganalisis biaya pabrikasi produknya, biaya pabrikasi pada umumnya di bagi ke dalam tiga komponen, yakni :

- **Bahan baku langsung**
- **Tenaga kerja langsung**
- **Overhead pabrikasi**

### Dalam Perusahaan Pabrikasi (*manufactured products*)

- **Total Biaya :**  
Biaya Produk + Biaya periode
- **Biaya produk :**  
Biaya bahan baku langsung + Biaya tenaga kerja langsung + Biaya overhead pabrikasi.
- **Biaya Periode**  
Biaya pemasaran/penjualan + Biaya administratif dan umum

### Biaya Produk dan Biaya periode di Organisasi Bisnis

Jenis Perusahaan	Biaya Produk	Biaya Periode
Perusahaan Jasa	Biaya penyerahan Jasa.	Beban pemasaran
Perusahaan dagang	Biaya pembelian brg Dagangan dari pema- sok.	Beban pemasaran Beban administratif
Perusahaan pabri- Kasi.	Semua biaya pabri- kasi, termasuk bhn Baku langsung, tena ga kerja langsung, dan overhead pabri kasi.	Beban pemasaran Beban administratif

### 3. Klasifikasi Biaya dalam Perusahaan Dagang.

Contoh : Laporan Laba Rugi

**PT. Lintas Media Nusantara**  
Laporan Laba Rugi  
31 Desember 2005

Pendapatan penjualan .....Rp. xxx.xxx

**Biaya produk :**

Persediaan barang dagangan, 1/1/2006 ....Rp. xxx.xxx

Pembelian barang dagangan .....Rp. xxx.xxx (+)

Barang dagangan tersedia utk dijual ..... Rp. xxx.xxx

Persediaan brg dagangan, 31/12/2006.....Rp. xxx.xxx (-)

Biaya pokok penjualan .....Rp. xxx.xxx

Laba kotor .....Rp. xxx.xxx

#### Beban Penjualan dan Administratif

**Biaya Periode :**

Gaji ..... Rp. xxx.xxx

Komisi wiraniaga ..... Rp. xxx.xxx

Sewa ..... Rp. xxx.xxx

Periklanan ..... Rp. xxx.xxx

Utilitas ..... Rp. xxx.xxx

Asuransi ..... Rp. xxx.xxx

Keperluan kantor ..... Rp. xxx.xxx (+)

Jml beban penjualan dan administratif .... Rp. xxx.xxx

Laba Operasi ..... Rp. xxx.xxx

### 4. Klasifikasi Biaya dalam Perusahaan Jasa.

Ada dua pertimbangan akuntansi mendasar untuk perusahaan jasa, yakni :

- (1) Biaya tenaga kerja yang relatif tinggi
- (2) Tidak adanya persediaan untuk dijual.

Biaya dalam perusahaan jasa dibagi menjadi biaya langsung dan biaya tidak langsung.

### **Biaya langsung (direct cost)**

adalah biaya yang dapat ditelusuri secara fisik ke produk atau jasa tertentu, seperti gaji yang dibayarkan kepada para akuntan, pengacara, dll.

### **Biaya Tidak langsung (indirect cost)**

adalah biaya yang tidak dapat ditelusuri ke produk atau jasa, seperti asuransi atau sewa kantor. Biaya tidak langsung biasanya dikurangkan dari pendapatan dalam periode di mana biaya dipakai.

## **Laporan Laba Rugi Perusahaan Jasa**

**PT Cahaya Abadai  
Laporan Laba Rugi  
31 Desember 2006**

---

---

Pendapatan Jasa Konsultasi		Rp. 18.000.000
Kompensasi dan Tunjangan	Rp. 8.500.000	
Sewa Kantor	Rp. 1.200.000	
Pelatihan dan Riset	Rp. 900.000	
Rekrutmen Karyawan	Rp. 500.000	
Asuransi Profesional	Rp. 350.000	
Lain-Lain	<u>Rp. 750.000</u>	
Jumlah Biaya		<u>Rp. 12.100.000</u>
Laba Operasi		<u>Rp. 7.900.000</u>

---

### **5. Biaya untuk Perencanaan, Pengendalian dan Pengambilan Keputusan.**

Untuk tujuan perencanaan dan pengendalian, biaya sering kali digolongkan sebagai : biaya langsung dan tidak langsung, ter-kendalikan dan tidak terkendalikan, bergabung dan bersama, dan berbagai golongan lainnya.

### **Hubungan Biaya dengan Obyek Biaya**

Biaya sering dikategorikan dari segi hubungannya dengan suatu obyek atau segmen operasi, yang sering disebut obyek biaya. Obyek biaya dapat berupa produk, kawasan penjualan, pelanggan, divisi, pabrik, departemen atau suatu aktivitas.

Terdapat dua jenis obyek biaya : **obyek biaya antara** dan **obyek biaya akhir**. Obyek biaya antara (*intermediate cost object*) adalah penghimpunan biaya yang dilaporkan yang lalu dialokasikan kepada obyek biaya lainnya.

Obyek biaya Akhir (*final cost object*), adalah titik penghimpunan biaya di mana tidak dilakukan lagi alokasi biaya. Obyek biaya akhir yang paling lazim adalah produk.

## **Biaya Terkendalikan dan Biaya tidak Terkendalikan**

### **Biaya Terkendalikan :**

Suatu biaya dianggap sebagai biaya terkendalikan pada jenjang manajemen tertentu manakala lapisan manajemen tersebut mempunyai kekuasaan untuk mengotorisasi biaya tadi. Contoh biaya iklan surat kabar menjadi biaya terkendalikan oleh manajer pemasaran apabila di mempunyai kekuasaan untuk mengotorisasi biaya dan jenis iklan surat kabar.

### **Biaya tidak Terkendalikan :**

Biaya ini berada di luar kendali manajer karena di tidak dapat mengotorisasinya. Misal biaya penyusutan mesin perlengkapan pabrik bagi manajer pemasaran menjadi biaya tidak terkendalikan, karena manajer tsb tidak mempunyai wewenang untuk mengotorisasi pemakaian mesin pabrik.

## **Biaya Bergabung dan Biaya Bersama**

Biaya tidak langsung sering pula disebut biaya bersama atau biaya bergabung. Biaya Bersama (Common Cost) dikeluarkan untuk menyediakan manfaat kepada lebih dari satu aktivitas. Biaya ini terjadi ketika dua produk, yang mungkin dihasilkan secara terpisah, diproduksi bersama.

Biaya bergabung (*joint cost*), diterapkan dalam situasi di mana bermacam-macam keluaran berasal dari satu sumber. Contoh minyak mentah dapat diolah menjadi bermacam-macam produk (misal solar, oli, premium dll).

## **Biaya Relevan dan Biaya Tidak Relevan.**

Dalam rangka untuk pengambilan keputusan, biaya relevan harus memiliki manfaat yang paling tinggi. Agar supaya biaya disebut biaya relevan, maka biaya tersebut :

- Harus berbeda pada waktu dilakukan perbandingan pilihan keputusan. Apabila suatu biaya meningkat, menurun, atau hilang pada waktu suatu tindakan yang berbeda dievaluasi, maka biaya tadi boleh disebut relevan.
- Harus bernilai kini atau masa yang akan datang.

Biaya Tidak relevan (*irrelevant cost*) adalah biaya yang tidak berubah untuk semua alternatif.

## A. KONSEP BIAYA

Persatuan Akuntansi Indonesia menggunakan istilah biaya sebagai cost dan istilah beban sebagai expense. Cost adalah pengorbanan sumber daya ekonomis tertentu untuk memperoleh sumber daya ekonomis lainnya. Secara sederhana cost adalah sejumlah kas yang dikeluarkan untuk membeli barang dagangan. Sedangkan Expense adalah pengorbanan sumber daya ekonomis untuk memperoleh penghasilan. Jika barang dagangan dijual, maka cost yang melekat pada barang dagangan tersebut kini berubah menjadi expense. Pada pembahasan selanjutnya istilah harga pokok dinyatakan sebagai cost, dan istilah harga pokok penjualan dinyatakan sebagai expense.

## B. KLASIFIKASI BIAYA BERDASARKAN FUNGSI PERUSAHAAN

### 1. Biaya Produksi

Adalah biaya –biaya yang diperlukan untuk memperoleh bahan baku (mentah) dari pemasok dan mengubahnya menjadi produk selesai yang siap dijual. Elemen biaya produksi terdiri atas biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik.

### 2. Biaya Penjualan

Adalah biaya yang dikeluarkan untuk memasarkan produk selesai ,termasuk biaya iklan, Biaya gaji para pramuniaga,biaya angkut barang –barang yang di jual, dan gaji manajer pemasaran.

### 3. Biaya Administrasi

Adalah biaya yang dikeluarkan untuk administrasi secara umum,seperti gaji para eksekutif ,biaya penyelenggaraan akuntansi,gaji pegawai bagian administrasi , dan biaya habis pakai.

## C. KLASIFIKASI BIAYA BERDASARKAN PERIODA

### 1. Biaya Produk

Adalah biaya-biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh atau memproduksi barang/produk . Biaya-biaya ini dipertemukan (ditandingkan) dengan pendapatan pada periode penjualan produk.

### 2. Biaya Periode

Adalah biaya yang diidentifikasi dengan interval waktu tertentu karena tidak diperlukan untuk memperoleh barang/produk yang akan dijual. Biaya periode diakui sebagai biaya (ditandingkan dengan penghasilan) pada periode terjadinya. Biaya-biaya ini tidak boleh dimasukkan sebagai elemen harga pokok persediaan dan karenanya disebut juga noninventoriable cost. Contoh biaya periode adalah gaji manajer pemasaran,gaji direktur,penyusutan gedung kantor administrasi , biaya iklan, biaya listrik untuk kantor administrasi dan pemasaran , rekening langganan Koran,biaya telpon, dan lain sebagainya.

## D. KLASIFIKASI BIAYA BERDASARKAN PENELUSURAN OBJEK BIAYA

### 1. Biaya Langsung

Adalah biaya yang dapat ditelusuri atau diidentifikasi ke suatu objek biaya tertentu karena hanya dikeluarkan untuk manfaat objek biaya itu sendiri.

### 2. Biaya Tak Langsung

Adalah biaya yang dikeluarkan untuk lebih dari suatu objek biaya dan tak dapat ditelusuri ke salah satu objek biaya tertentu;karenanya biaya tersebut bersifat umum disebut common cost.

## E. KLASIFIKASI BIAYA BERDASARKAN PERUBAHAN VOLUME KEGIATAN

### 1. Biaya Tetap

Adalah biaya yang jumlah totalnya tetap, tidak berubah untuk suatu periode tertentu. Biaya tidak akan naik ataupun turun meskipun volume kegiatannya bervariasi.

Jadi, biaya tetap adalah biaya yang totalnya tetap untuk suatu periode tertentu dan per unitnya berubah – ubah berbanding terbalik dengan volume kegiatan.

### 2. Biaya Variabel

(variable cost) adalah biaya yang jumlah totalnya bervariasi secara proporsional dengan variasi volume kegiatan, tetapi jumlah per unitnya tetap. Sebagai contoh adalah upah tenaga kerja langsung sebesar 1.000 rupiah untuk setiap unit produk yang dihasilkan. Upah adalah 5.000 rupiah bila 5 unit yang diproduksi dan upah adalah 10.000 rupiah bila 10 yang diproduksi. Perhatikan bahwa upah total berubah-ubah sesuai jumlah produk yang dihasilkan, akan tetapi upah per unitnya konstan. Biaya bahan baku, komisi berdasarkan persentase penjualan, dan biaya telepon berdasarkan lamanya penggunaan merupakan contoh biaya variabel.

## F. KLASIFIKASI BIAYA BERDASARKAN KENDALI MANAJER

### 1. Biaya Terkendali

Adalah biaya yang secara signifikan dapat dipengaruhi dan dikendalikan oleh manajer tertentu pada periode tertentu.

### 2. Biaya Tak Terkendali

Adalah biaya yang secara signifikan tak dapat dipengaruhi dan dikendalikan oleh manajemen tertentu pada periode tertentu.

## G. KLASIFIKASI BIAYA BERDASARKAN PENGAMBILAN KEPUTUSAN

### 1. Biaya Relevan

Adalah biaya akan terjadi dimasa mendatang perbedaan di antara pelbagai alternative keputusan. Sebagai contoh, manajemen akan memilih alternatif menggunakan mesin foto copy merek X atau merek Y. upah operator mesin foto copy mungkin relevan dan mungkin tak relevan jika upah operator mesin foto copy X sama dengan upah operator mesin foto copy merek Y, maka upah bukanlah biaya relevan dalam pengambilan keputusan ini. tetapi Jika berbeda, maka upah operator adalah biaya relevan. Beda antara dua atau lebih biaya relevan di sebut differential cost.

### 2. Biaya Tak Relevan

Adalah biaya yang tak memenuhi salah satu atau kedua-duanya dari kriteria biaya relevan Oleh karena itu biaya tak relevan tidak perlu dipertimbangkan di dalam pengambilan keputusan. Nilai buku aktiva tetap yang sekarang di gunakan merupakan contoh biaya tak relevan. Nilai buku adalah cost aktiva tetap yang belum didepresiasi. Keputusan apapun yang akan diambil oleh manajemen terhadap aktiva tetap tersebut tidak akan dapat mengubah cost yang masih tersisa itu.

### 3. Biaya Terhindarkan

Adalah biaya yang dapat dihindarkan jika satu alternatif keputusan diambil. Misalnya, perusahaan mempunyai tiga bagian penjualan lini produk A, B, dan C. jika bagian lini produk A akan ditutup maka gaji pegawai pada bagian itu dapat di hindarkan, dalam arti tidak akan dikeluarkan lagi gaji tersebut.

#### 4. Biaya Tak Terhindarkan

Jika dikaitkan dengan relevansi biaya terhadap keputusan, maka biaya terhindarkan adalah biaya relevan dan biaya tak terhindarkan adalah biaya tak relevan. Biaya penyusutan ruangan yang di tempati bagian itu tidak akan dapat dihindarkan. Biaya seperti ini disebut unavoidable cost atau biaya tak terhindarkan.

### H. KLASIFIKASI BIAYA BERDASARKAN DAMPAK KEPUTUSAN

#### 1. Sunk Cost

Adalah biaya yang telah dikeluarkan dan yang tak dapat diubah oleh keputusan sekarang atau masa yang akan datang. Karena tak dapat diubah kini dan yang akan datang, biaya tersebut tak dapat di gunakan untuk menganalisa alternatif tindakan yang akan datang. Dengan kata lain, biaya ini tidak akan pernah relevan dengan pengambilan keputusan sekarang.

#### 2. Biaya Tunai

(out-of pocket cost) adalah biaya yang membutuhkan pengeluaran kas di masa mendatang akibat keputusan sekarang atau keputusan yang akan datang. Sebagai contoh, perusahaan sekarang mengambil keputusan untuk melakukan ekspansi usaha. Keputusan ini mengakibatkan munculnya biaya – biaya tertentu seperti upah karyawan akan dipekerjakan dan bahan habis pakai yang akan di gunakan. Biaya-biaya ini sudah barang tentu memerlukan pengeluaran kas. Itulah biaya tunai.

### I. KLASIFIKASI BIAYA BERDASARKAN PEMANFAATAN

Opportunity cost adalah manfaat potensial yang hilang atau dikorbankan karena dipilihnya satu alternatif keputusan tertentu. Manfaat potensial ini dapat berupa penghasilan (revenue) atau penghematan biaya (cost saving). Sebagai contoh: Sebuah perusahaan memiliki beberapa buah gudang. Salah satunya berada didalam kota. Keberadaan gudang ini mampu menghemat biaya distribusi sekitar Rp.36 Juta/tahun. Suatu saat toko disebelahnya meminta untuk menyewa gudang tersebut Rp.36 juta/tahun. Keputusan yang bijak untuk diambil adalah memilih alternative yang opportunity costnya paling rendah, yakni menyewakan gudang tersebut. Apalagi penggunaan gudang dalam kota sudah dibatasi oleh Pemkot.