



AKUNTANSI MANAJEMEN BAGI PENDIDIKAN VOKASI



MONIKA HANDAYANI

**AKUNTANSI MANAJEMEN
BAGI PENDIDIKAN VOKASI**

Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta

Fungsi dan sifat hak cipta Pasal 4

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

Pembatasan Perlindungan Pasal 26

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap :

- i. penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
- ii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
- iii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan
- iv. penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
3. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
4. Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

AKUNTANSI MANAJEMEN BAGI PENDIDIKAN VOKASI

Monika Handayani



Poliban Press

AKUNTANSI MANAJEMEN BAGI PENDIDIKAN VOKASI

Penulis :
Monika Handayani

ISBN :
978-623-7694-81-6

ISBN Elektronik :
978-623-7694-82-3 (PDF)

Editor dan Penyunting :
Reza Fauzan

Desain Sampul dan Tata letak :
Eko Sabar Prihatin; Rahma Indera

Penerbit :
POLIBAN PRESS
Anggota APPTI (Asosiasi Penerbit Perguruan Tinggi Indonesia)
no.004.098.1.06.2019
Cetakan Pertama, 2022

Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk
dan dengan cara apapun tanpa ijin tertulis dari penerbit

Redaksi :
Politeknik Negeri Banjarmasin, Jl. Brigjen H. Hasan Basry,
Pangeran, Komp. Kampus ULM, Banjarmasin Utara
Telp : (0511)3305052
Email : press@poliban.ac.id

Diterbitkan pertama kali oleh :
Poliban Press, Banjarmasin, Januari 2022

PRAKATA

Puji Syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat Rahmat dan Hidayah-Nyalah, Buku ajar ini dapat diselesaikan dengan tepat waktu dan semoga bisa bermanfaat sebagai media ajar bagi para mahasiswa yang mengambil mata kuliah Akuntansi Manajemen, khususnya untuk mahasiswa semester 4 (empat) D3 Komputerisasi Akuntansi di Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Banjarmasin, disamping itu buku ajar ini dapat digunakan sebagai salah satu literatur dalam memperkuat pemahaman mengenai: Harga Pokok dan Manajemen Berbasis Aktivitas, Harga Pokok Variabel dan Harga Pokok Penuh, Analisis Biaya-Volume-Laba, Penyusunan Anggaran sebagai Alat Perencanaan dan Pengendalian, Analisis Biaya untuk Pengambilan Keputusan, Penentu Harga Jual, Manajemen Persediaan, Akuntansi Pertanggungjawaban, Akuntansi dan Manajemen Lingkungan, Biaya Kualitas dan Produktivitas, dan Pengukuran Kinerja Entitas.

Buku Ajar ini disusun berdasarkan teori dan praktik yang di dapat oleh penulis baik dari bangku kuliah, maupun praktik di dunia kerja, beberapa kasus diambil dari hasil penelitian yang dilakukan dalam bidang Akuntansi. Buku Ajar ini juga dilengkapi dengan beberapa contoh soal.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan dan kesempatan untuk membuat buku ajar ini. Besar harapan agar buku ini bisa bermanfaat bagi masyarakat secara umum dan mahasiswa yang mengambil mata kuliah Akuntansi Manajemen maupun sebagai referensi untuk menyusun Tugas Akhir/ Skripsi.

Banjarmasin, 29 Juli 2021

Penulis

DAFTAR ISI

PRAKATA	v
DAFTAR ISI	vi
BAB 1 HARGA POKOK DAN MANAJEMEN BERBASIS AKTIVITAS	1
1.1 Harga Pokok Berbasis Aktivitas (ABC System)	1
1.2 Keterbatasan Harga Pokok Berbasis Aktivitas.	3
1.3 Kelebihan Harga Pokok Berbasis Aktivitas.....	4
1.4 Manajemen Berbasis Aktivitas (MBA)	4
1.5 Soal	5
BAB 2 HARGA POKOK VARIABEL DAN HARGA POKOK PENUH	6
2.1 Penilaian Persediaan dengan Harga Pokok Penuh dan Harga Pokok Variabel.	6
2.2 Laporan Laba Rugi Harga Pokok Penuh dan Harga Pokok Variabel.....	8
2.3 Soal	11
BAB 3 ANALISIS BIAYA- VOLUME-LABA	12
3.1 Analisis Titik Impas.....	12
3.2 Grafik Biaya-Volume-Laba	13
3.3 Analisis Biaya-Volume-Laba untuk Produk Ganda	15
3.4 Hubungan Antara Tingkat Operasi dengan Titik Impas Margin Keamanan	16
3.5 Aplikasi Biaya-Volume-Laba dan Pengambilan Keputusan	16
3.6 Soal	17
BAB 4 PENYUSUNAN ANGGARAN SEBAGAI ALAT PERENCANAAN DAN PENGENDALIAN	18
4.1 Fungsi Anggaran.....	18
4.2 Anggaran Induk	20
4.3 Menyiapkan Anggaran Operasional.	20

4.4	Macam-Macam Anggaran Operasional	21
4.5	Soal	24
BAB 5 ANALISIS BIAYA UNTUK PENGAMBILAN		
	KEPUTUSAN	25
5.1	Proses Pengambilan Keputusan.....	25
5.2	Mengidentifikasi Biaya Relevan.....	26
5.3	Soal	28
BAB 6 PENENTU HARGA JUAL.....		
6.1	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Harga Jual.....	29
6.2	Penentuan Biaya dalam Penentuan Harga.	30
6.3	Menentukan Presentasi Mark Up.....	30
6.4	Time and Material Pricing.....	32
6.5	Target Costing	33
6.6	Soal	33
BAB 7 MANAJEMEN PERSEDIAAN		
7.1	Konsep Traditional.	34
7.2	Konsep Just in Time	34
7.3	Soal	35
BAB 8 AKUNTANSI PERTANGGUNGJAWABAN		
8.1	Hubungan Pusat Pertanggungjawaban dan Struktur Organisasi.	36
8.2	Akuntansi Pertanggungjawaban	38
8.3	Harga Transfer (Transfer Pricing)	42
8.4	Penetapan Harga Transfer	43
8.5	Soal	44
BAB 9 AKUNTANSI DAN MANAJEMEN LINGKUNGAN		
9.1	Akuntansi dan Manajemen Lingkungan.....	45
9.2	Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan Akuntansi Tanggung Jawab Sosial	46
9.3	Laporan Keberlanjutan (Sustainability Report).....	54
9.4	Laporan Terintegrasi (Integrated Reporting).....	55

9.5	Transformasi Corporate Social Responsibility menuju Revolusi Industri 4.0: Strategi dan Tantangannya.....	58
9.6	Konsep- Konsep yang mendasari lahirnya CSR	65
9.7	Konsepsi Tanggungjawab dengan Nilai-Nilai Baiman, Bauntung dan Batuah	68
9.8	Konsep Tanggung Jawab Sosial berdasarkan Budaya Banjar..	77
9.9	“Berlian” Metafora Konsep Corporate Social Responsibility..	82
9.10	Soal.....	85
BAB 10 BIAYA KUALITAS DAN PRODUKTIVITAS		86
10.1	Konsep Biaya Kualitas	86
10.2	Pelaporan Biaya Kualitas	91
10.3	Soal.....	92
BAB 11 PENGUKURAN KINERJA PERUSAHAAN		93
11.1	Kinerja Perusahaan.....	93
11.2	Kinerja Keuangan.....	93
11.3	Analisis Laporan Keuangan	94
11.4	Analisis Dupont.....	95
11.5	Analisis Rasio.....	95
11.6	Analisis Lain	103
11.7	Market Value Added	103
11.8	Economic Value Added (EVA).....	103
11.9	Soal.....	105
DAFTAR PUSTAKA		108
GLOSARIUM		110

BAB 1

HARGA POKOK DAN MANAJEMEN BERBASIS AKTIVITAS

Capaian Pembelajaran:

1. Mampu Memahami Tahap-Tahap Dalam Sistem Penentuan Harga Pokok Berbasis Aktivitas (HPBA)
2. Mampu Menghitung Harga Pokok Produk Berbasis Aktivitas
3. Mampu Menjelaskan Manajemen Berbasis Aktivitas (MBA).
4. Mampu Membedakan Biaya Bernilai Tambah Dan Tidak Bernilai Tambah.

Penentuan Harga Pokok Produk Sangat penting di dalam perusahaan yang memproduksi barang (Manufaktur). Pembebanan biaya overhead pabrik yang lazim digunakan biasanya berdasarkan tarif tunggal, dengan menggunakan harga pokok proses dan harga pokok pesanan. Sistem tersebut dikenal dengan penerapan biaya tradisional. Sistem tersebut memiliki kelemahan diantaranya: kurang mampu untuk mengendalikan biaya, selain itu juga tidak dapat menyediakan informasi yang dibutuhkan manajemen untuk menjalankan usaha dalam cara yang lebih menguntungkan. Maka untuk memberikan solusi dari kelemahan tersebut ditawarkan sistem baru yang dinamakan harga pokok biaya berbasis aktivitas, yang menawarkan cara untuk membantu manajemen, merencanakan, mendesai dan bersaing lebih baik dari sistem sebelumnya.

1.1 Harga Pokok Berbasis Aktivitas (ABC System)

Sistem activity-based costing (ABC) adalah metode akuntansi yang dapat Anda gunakan untuk mencari total biaya aktivitas yang diperlukan untuk membuat suatu produk. Sistem ABC menetapkan

biaya untuk setiap aktivitas yang masuk ke produksi, seperti pekerja yang menguji suatu produk.

Banyak bisnis menggunakan harga pokok penjualan (COGS) untuk menentukan berapa biaya untuk membuat produk. Namun, COGS berfokus pada biaya langsung dan tidak termasuk biaya tidak langsung seperti biaya overhead.

Beberapa bisnis mengambil biaya overhead mereka dan mengalokasikannya secara merata di antara semua produk. Tetapi karena beberapa produk menggunakan lebih banyak biaya overhead daripada yang lain, biaya pembuatan setiap produk tidak akurat dengan metode ini.

Dengan penetapan biaya berbasis aktivitas, Anda mempertimbangkan biaya langsung dan overhead untuk membuat setiap produk. Anda menyadari bahwa produk yang berbeda memerlukan biaya tidak langsung yang berbeda pula.

Dengan menetapkan biaya langsung dan overhead untuk setiap produk, Anda dapat menetapkan harga dengan lebih akurat. Dan, proses penetapan biaya berbasis aktivitas menunjukkan kepada Anda biaya overhead mana yang mungkin dapat Anda kurangi. Penentuan harga pokok berdasar aktivitas adalah system yang terdiri atas dua tahap yaitu pertama melacak biaya pada berbagai aktivitas, dan kemudian ke berbagai produk. Penentuan harga pokok produk secara konvensional juga melibatkan dua tahap, namun pada tahap pertama, biaya-biaya tidak dilacak ke aktivitas melainkan ke suatu unit organisasi misalnya pabrik atau departemen-departemen. Baik pada system konvensional maupun system ABC, tahap ke dua meliputi pelacakan biaya ke berbagai produk.

Perbedaan prinsip perhitungan diantara kedua metode tersebut adalah jumlah cost driver yang digunakan. Sistem penentuan harga pokok secara ABC menggunakan cost driver dalam jumlah yang jauh lebih banyak dibandingkan dengan dalam system konvensional yang hanya menggunakan satu atau dua cost driver berdasarkan unit. Sebagai

hasilnya, metode ini meningkatkan ketelitian. Namun ditinjau dari sudut manajerial, bagaimanapun juga sisten ABC menawarkan lebih dari hanya ketelitian informasi tentang biaya dari berbagai aktivitas.

Pengetahuan atas biaya dari berbagai aktivitas tersebut memungkinkan para manajer untuk menfokuskan diri pada aktivitas-aktivitas yang memberikan peluang untuk melakukan penghematan biaya dengan cara: menyederhanakan aktivitas, melaksanakan aktivitas dengan lebih efisien, meniadakan aktivitas yang tak bernilai tambah, dsb.

1.2 Keterbatasan Harga Pokok Berbasis Aktivitas.

Harga Pokok Berbasis Aktivitas memiliki beberapa keterbatasan antara lain:

- a) Sistem penentuan harga pokok berbasis aktivitas mensyaratkan bahwa perusahaan memproduksi berbagai macam produk dan berada di dalam lingkungan persaingan tertentu.
- b) Sistem penentuan harga pokok berbasis aktivitas yang lebih menekankan pada permasalahan alokasi atau pembebanan biaya-biaya manufaktur, pemasaran, penelitian dan pengembangan dan lain-lainnya tidak menjelaskan bagaimana portfolio atau komposisi produk yang paling optimal.

Secara konseptual penentuan harga pokok berbasis aktivitas mempunyai kelemahan sebagai berikut:

- a. Beberapa biaya masih dialokasikan secara arbitrer.
- b. Dalam penentuan harga pokok produk masih terdapat penggunaan periode-periode waktu secara arbitrer.
- c. Penentuan harga pokok berbasis aktivitas untuk biaya-biaya pemanufakturan mengabaikan beberapa biaya yang dapat diidentifikasi terhadap produk tertentu dari analisa harga pokok produk.

1.3 Kelebihan Harga Pokok Berbasis Aktivitas.

Kelebihan *ABC System* adalah sebagai berikut.

- a) Biaya produk yang lebih realistis khususnya tersedia dalam pabrik berteknologi manufakturing yang maju AMT (Advanced Manufacturing Technology) dimana overhead pendukung merupakan suatu proporsi yang signifikan dari biaya total.
- b) Semakin banyak overhead dapat ditelusuri ke produk. Dalam pabrik modern, terdapat sejumlah aktivitas non unit yang berkembang. *ABC System* memberi perhatian pada semua aktivitas.
- c) *ABC System* mengakui bahwa aktivitaslah yang menyebabkan biaya *activities cause cost*, bukan produk dan produklah yang mengkonsumsi aktivitas.
- d) *ABC System* memfokus perhatian pada sifat riil dari perilaku biaya dan membantu dalam mengurangi biaya dan mengidentifikasi aktivitas yang tidak menambah nilai terhadap produk.
- e) *ABC System* mengakui kompleksitas dari diversitas dari produksi yang modern dengan menggunakan banyak pemicu *multiple cost drivers*, banyak dari pemacu biaya tersebut adalah berbasis *transaction-based* daripada berbasis volume produk.
- f) *ABC System* memberikan suatu indikasi yang dapat diandalkan dari biaya produk variabel jangka panjang / *long run variable product cost* yang relevan terhadap pengambilan keputusan strategik.
- g) *ABC System* cukup fleksibel untuk menelusuri biaya ke proses, pelanggan, area tanggung jawab manajerial, dan juga biaya produk.
- h) *ABC System* memberikan tolok ukur keuangan yang berguna misalnya tarif pemacu biaya *cost driver rates* dan tolok ukur non keuangan misalnya volume transaksi.

1.4 Manajemen Berbasis Aktivitas (MBA)

Definisi dari manajemen berbasis aktivitas (MBA) / Aktivitas bernilai tambah adalah metode yang digunakan untuk memperbaiki aktivitas dengan tujuan untuk memaksimalkan keuntungan

perusahaan dan nilai pelanggan. Informasi yang dihasilkan dari Harga Pokok Berbasis Aktivitas (HPBA) digunakan manajemen untuk dua hal yaitu:

- a) Untuk menunjukkan aktivitas-aktivitas yang menimbulkan biaya tinggi sehingga mengurangi profit.
- b) Untuk pengambilan keputusan stratejik yang lebih baik (akurat) karena manajemen telah mengetahui pelanggan atau produk yang merugikan atau menguntungkan.

Kalsifikasi Aktivitas

Dalam konsep harga pokok dan manajemen berbasis aktivitas, aktivitas dapat diklasifikasikan kedalam empat golongan aktivitas tersebut, yaitu:

- A. Aktivitas Level Unit (*Unit Level Activities*)
- B. Aktivitas Level Kelompok
- C. Aktivitas Level Produk
- D. Aktivitas Level Fasilitas

1.5 Soal

1. Apa perbedaan Harga Pokok traditional dengan Harga Pokok Berbasis Aktivitas (HPBA)?
2. Jelaskan Tahap-Tahap dalam menghitung Harga Pokok Berbasis Aktivitas!

BAB 2

HARGA POKOK VARIABEL DAN HARGA POKOK PENUH

Capaian Pembelajaran:

1. Mampu memahami perbedaan antara harga pokok variabel dan harga pokok penuh
2. Mampu menghitung biaya produk per unit dengan metode biaya penuh dan biaya variabel
3. Mampu menyusun laporan laba rugi dengan biaya penuh dan biaya variabel
4. Mampu menjelaskan penggunaan metode biaya penuh dan biaya variabel.

Harga Pokok adalah akun untuk menentukan laba atau rugi. Penentuan harga pokok produk dengan metode konvensional terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik. Untuk menentukan nilai persediaan dan harga pokok per produk terdapat dua metode, yaitu: harga pokok penuh (Full Costing) dan harga pokok variabel (Variable costing). Tujuan disusunnya dua metode tersebut berbeda, harga pokok penuh (Full Costing) disusun untuk kepentingan pihak eksternal perusahaan, sedangkan harga pokok variabel (Variable costing) disusun untuk pihak internal perusahaan sebagai alat untuk pengambilan keputusan.

2.1 Penilaian Persediaan dengan Harga Pokok Penuh dan Harga Pokok Variabel.

Dalam memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam produksi, terdapat dua pendekatan:

- a) Metode Harga Pokok Penuh (Full costing)

Pengertian Full Costing menurut Mulyadi (2012:18) Full Costing merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang

memperhitungkan semua unsur biaya produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik, baik variabel maupun tetap ditambah dengan biaya non produksi (biaya pemasaran, biaya administrasi dan umum).

b) Metode Variabel costing

Pengertian Variable Costing menurut Mulyadi (2012:20) Variable Costing merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang bersifat variabel kedalam harga pokok produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik variabel.

Metode variable costing biaya perlu dipisahkan menurut perilaku biaya sesuai dengan perubahan volume kegiatan. Biaya produksi menurut metode variable costing:

- BBB
- BTK langsung
- BOP Variabel

BOP tetap diperhitungkan sebagai biaya periode dan dibebankan pada periode terjadinya, tidak dibebankan sebagai biaya produksi

Perbandingan Harga Pokok pesanan Metode variable dan metode full costing

Perbedaan konsep penentuan harga pokok variabel dan full costing terletak pada tujuan utamanya. Harga pokok variabel memiliki tujuan utama untuk pelaporan internal, sedangkan full costing bertujuan untuk pelaporan eksternal. Perbedaan tersebut mengakibatkan perbedaan perlakuan terhadap biaya produksi tetap yang mempengaruhi:

1. Penentuan Besarnya Harga Pokok Produk

Pada full costing, semua elemen biaya produksi baik tetap maupun variabel dibebankan ke dalam harga pokok produk. Sehingga, elemen biaya harga pokok produk pada metode ini meliputi biaya bahan baku (raw material cost), biaya tenaga kerja langsung (direct labor cost), biaya overhead pabrik variabel, dan biaya overhead pabrik tetap.

Sedangkan pada harga pokok variabel, hanya biaya produksi variabel yang dimasukkan dan dibebankan ke dalam harga pokok produk. Sehingga, elemen biaya harga pokok produk pada metode ini meliputi biaya bahan baku (raw material cost), biaya tenaga kerja langsung (direct labor cost), dan biaya overhead pabrik variabel.

	HPP Full Costing	HPP Variabel
Biaya Bahan Baku	Rp 20	Rp 20
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp 10	Rp 10
Biaya Overhead Variable	Rp 4	Rp 4
Biaya Overhead Tetap	Rp 8	-
Biaya Produksi / unit	Rp 42	Rp 34

2. Penentuan Besarnya Harga Pokok Persediaan

Pada full costing, biaya overhead pabrik tetap dibebankan pada harga produk. Hal tersebut mengakibatkan sebagian biaya overhead pabrik tetap melekat pada harga pokok persediaan apabila ada persediaan yang masih belum terjual. Sedangkan pada harga pokok variabel tidak membebankan biaya overhead tetap ke dalam harga pokok produk, tetapi langsung dibebankan ke laba rugi sebagai biaya periode. Sehingga, produk dalam persediaan hanya dibebani biaya produksi variabel atau biaya overhead pabrik tetap tidak melekat pada harga pokok persediaan.

2.2 Laporan Laba Rugi Harga Pokok Penuh dan Harga Pokok Variabel

Perbedaan penggolongan dan penyajian dalam laporan laba rugi metode harga pokok variabel dan full costing dapat ditinjau dari segi:

a) Penggolongan biaya dalam laporan laba rugi

Pada full costing, biaya digolongkan menjadi biaya produksi dan biaya non-produksi. Biaya produksi meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik tetap maupun

variabel. Semua harga biaya produksi diperlakukan sebagai harga pokok produk dan dipertemukan dengan penghasilan penjualan pada periode di mana produk tersebut laku dijual dengan cara menentukan besarnya harga pokok penjualan.

Biaya nonproduksi pada full costing disebut pula biaya periode, yakni semua biaya yang tidak termasuk dalam harga pokok produk sehingga harus dibebankan langsung di laba rugi periode terjadinya, yang meliputi biaya tetap maupun variabel untuk pemasaran, administrasi dan umum, dan finansial.

Pada harga pokok variabel, biaya digolongkan menjadi biaya variabel dan biaya tetap. Biaya variabel meliputi semua biaya yang jumlah totalnya berubah secara proporsional sesuai dengan perubahan volume kegiatan, yang dikelompokkan menjadi biaya variabel produksi (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik variabel) dan biaya variabel non-produksi (biaya pemasaran variabel, Biaya administrasi & umum variabel, dan biaya finansial variabel). Semua elemen biaya variabel produksi diperlakukan sebagai harga pokok produk dan akan dipertemukan dengan penghasilan penjualan sebagai harga pokok penjualan variabel atas produk yang sudah laku dijual.

Biaya tetap meliputi semua biaya yang jumlah totalnya tetap konstan tidak dipengaruhi oleh perubahan volume kegiatan sampai dengan tingkatan kapasitas tertentu. Pada harga pokok variabel, biaya tetap disebut juga sebagai biaya periode, yakni semua biaya tetap yang terjadi dalam rangka penyediaan kapasitas tertentu untuk memproduksi dan memasarkan produk dan dalam jangka pendek jumlah totalnya tidak dipengaruhi oleh perubahan volume kegiatan. Biaya tetap pada harga pokok variabel ini meliputi biaya overhead pabrik tetap, biaya pemasaran tetap, Biaya administrasi & umum tetap, dan biaya finansial tetap.

Dalam harga pokok variabel, selain disebut biaya periode, biaya tetap juga disebut sebagai biaya kapasitas yang langsung dibebankan ke

laba rugi. Konsep harga pokok variabel berpendapat bahwa menunda biaya tetap yang terjadi pada periode tertentu pada periode berikutnya tidak memiliki manfaat.

b) Struktur atau susunan penyajian laporan laba rugi

Konsep full costing menyajikan biaya sesuai dengan penggolongan fungsi-fungsi pokok di dalam perusahaan. Penjualan dipertemukan dengan harga pokok penjualan yang meliputi biaya produksi variabel dan biaya produksi tetap, selisihnya adalah laba/rugi kotor atas penjualan. Laba/rugi kotor atas penjualan dipertemukan dengan biaya komersial, selisihnya adalah laba/rugi bersih usaha.

Selanjutnya, laba/rugi bersih usaha dipertemukan dengan biaya finansial atau biaya bunga, hasilnya adalah laba/rugi bersih. Sedangkan pada konsep harga pokok variabel, langkah pertama yang dilakukan dalam penyusunan laba rugi adalah menggolongkan biaya ke dalam biaya variabel dan biaya tetap. Langkah kedua adalah menggolongkan biaya variabel dan biaya tetap ke dalam biaya produksi dan biaya non-produksi.

Kemudian, penjualan dipertemukan dengan harga pokok penjualan variabel, selisihnya adalah batas kontribusi kotor (gross contribution margin). Batas kontribusi kotor dipertemukan dengan biaya komersial variabel, selisihnya adalah batas kontribusi bersih (net contribution margin). Batas kontribusi bersih dipertemukan dengan semua biaya tetap atau biaya periode, baik produksi maupun non-produksi, selisihnya adalah laba bersih.

c) Besarnya laba bersih

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya pada full costing, apabila masih ada persediaan barang yang masih belum terjual, maka dalam harga pokok persediaan tersebut melekat biaya overhead pabrik tetap. Sedangkan pada metode harga pokok produk, biaya overhead pabrik tetap tidak melekat pada harga pokok persediaan. Dengan demikian, penilaian harga pokok persediaan kedua metode tersebut berbeda. Nilai harga pokok persediaan pada metode harga pokok variabel menjadi

lebih kecil sehingga harga pokok penjualan sebagai pengurang penjualan menjadi lebih besar dan menghasilkan laba yang lebih kecil. Hal ini berbanding terbalik dengan metode full costing.

PT EL SARI			
LAPORAN LABA RUGI			
Yang berakhir pada bulan Januari			
<i>Full Costing</i>		<i>Harga Pokok Variabel</i>	
Volume penjualan (unit)	190	Volume penjualan (unit)	190
Penjualan	Rp 19.000	Penjualan	Rp 19.000
Harga Pokok Penjualan		Harga Pokok Pejualan	
Persediaan awal	Rp 1.260	Persediaan awal	Rp 1.260
Biaya Bahan Baku	Rp 4.000	Biaya Bahan Baku	Rp 4.000
Biaya Tenaga Kerja	Rp 2.000	Biaya Tenaga Kerja	Rp 2.000
Biaya Overhead Pabrik	Rp 800	Biaya Overhead Pabrik	Rp 800
Variabel		Variabel	
Biaya Overhead Pabrik Tetap	Rp 1.600		
Harga Pokok Produk siap jual	Rp 9.660	Harga Pokok Produk siap jual	Rp 7.820
Persediaan akhir	Rp 1.680	Persediaan akhir	Rp 1.360
Hg.Pk.Penj. sebelum disesuaikan	Rp 7.980	Harga Pokok Penjualan variabel	Rp 6.460
Biaya Overhead Pabrik Kurang dibebankan	Rp 100	Biaya Adm. & Umum Variabel	Rp 570
Harga Pokok Penjualan	Rp 8.080	Biaya pemasaran Variabel	Rp 1.900
Laba Bruto	Rp 10.920	Total Biaya Variabel	Rp 8.930
Biaya Komersial		Laba Kontribusi	Rp 10.070
Biaya Administrasi & Umum Variabel	Rp 570	Biaya tetap	
Tetap	Rp 400	Biaya Overhead Pabrik tetap	Rp 1.700
Biaya Pemasaran Variabel	Rp 1.900	Biaya Adm & Um. Tetap	Rp 400
Tetap	Rp 1.000	Biaya pemasaran tetap	Rp 1.000
Jumlah Biaya Komersial	Rp 3.870	Jumlah Biaya tetap	Rp 3.100
Laba Bersih	Rp 7.050	Laba Bersih	Rp 6.970

2.3 Soal

1. Apa yang menyebabkan penentuan Harga Pokok Produk itu penting?
2. Sebutkan perbedaan antara metode harga pokok penuh dan harga pokok variabel!

BAB 3

ANALISIS BIAYA- VOLUME-LABA

Capaian Pembelajaran:

1. Mampu memahami mengenai titik Impas baik dengan metode marjin kontribusi maupun metode persamaan.
2. Mampu menentukan unit yang terjual pada target laba tertentu.
3. Mampu menghitung titik impas untuk produk ganda.
4. Mampu menghitung dan menjelaskan margin of safety dan operating leverage
5. Mampu menerapkan analisis biaya volume laba untuk pengambilan keputusan.

Kesuksesan suatu perusahaan diukur dengan kemampuan manajemen dalam membaca kemungkinan dan kesempatan atau peluang di masa yang akan datang baik jangka pendek maupun jangka panjang. Analisis biaya-volume- laba sangat bermanfaat bagi perencanaan dan pengambilan keputusan manajemen. Dengan mengetahui titik impas maka perusahaan dapat merencanakan aktivitas masa yang akan datang secara lebih baik. Analisis biaya volume laba ini juga dapat memprediksi dampak dari kebijakan tertentu terhadap laba perusahaan.

3.1 Analisis Titik Impas

Titik impas adalah kondisi dimana jumlah keseluruhan pendapatan sama dengan jumlah keseluruhan pengeluaran dalam setiap produksi barang atau jasa. Pada posisi ini, laba akan bernilai nol mutlak, atau orang awam menyebutnya dengan istilah balik modal.

Berikut empat fungsi dari mengetahui nilai titik impas, yaitu:

- a) Mengetahui nilai titik impas membantu pengusaha dalam menentukan volume kapasitas produksi yang tersisa setelah

tercapainya titik impas. Dengan mengetahui nilai titik impas tersebut, maka Anda akan mendapatkan proyeksi laba maksimum yang dapat diperoleh.

- b) Dengan adanya nilai titik impas, maka perusahaan bisa menentukan langkah efisiensi kerja yang bisa dilakukan. Sebagai contoh, penggantian tenaga kerja dengan mesin. Saat terjadi otomatisasi produksi, maka akan terjadi perubahan pada biaya tetap dan biaya variabel. Hal ini dikarenakan biaya variabel yang semula berasal dari biaya kerja digantikan oleh biaya tetap berupa mesin.
- c) Nilai titik impas membantu pengusaha untuk mengetahui perubahan nilai laba jika terjadi perubahan harga produk. Hubungan antara nilai titik impas, harga produk serta laba adalah hubungan sejajar, maka jika salah satu nilai dari elemen tersebut meningkat maka elemen yang lain juga akan mengalami peningkatan, begitu pula sebaliknya.
- d) Karena titik impas berfungsi untuk mengetahui perubahan laba, maka titik impas juga bisa menentukan kerugian yang terjadi. Bagi pengusaha, dengan mengetahui nilai titik impas maka pengusaha bisa mengantisipasi nilai kerugian ketika terjadi penurunan pada penjualan.

3.2 Grafik Biaya-Volume-Laba

Untuk mengetahui bagaimana efek perubahan harga jual biaya dan volume penjualan terhadap keuntungan yang diperoleh.

a. Pendekatan laba operasi

Laporan laba rugi merupakan suatu alat yang berguna untuk mengorganisasikan biaya-biaya perusahaan dalam kategori tetap dan variable. Laporan laba rugi dapat dinyatakan sebagai persamaan berikut.

Laba operasi = Pendapatan penjualan – Beban variable –Beban tetap

Dalam persamaan ini, istilah laba operasi digunakan untuk menunjukkan penghasilan atau laba sebelum pajak penghasilan

(taxes). Laba operasi (operating income) hanya mencakup pendapatan dan beban dari operasional normal perusahaan. Sedangkan, laba bersih (net income) adalah laba operasi dikurangi pajak penghasilan. Setelah memiliki ukuran unit yang terjual, maka dapat dikembangkanlah persamaan laba operasi dengan menyatakan pendapatan penjualan dan beban variabel dalam jumlah unit dolar dan jumlah unit. Secara lebih spesifik, pendapatan penjualan dinyatakan sebagai harga jual per unit dikali jumlah unit yang terjual, dan total biaya variabel adalah biaya variabel per unit dikali jumlah unit yang terjual. Dengan demikian, persamaan laba operasi menjadi:

$$\text{Laba operasi} = (\text{Harga} \times \text{Jumlah unit terjual}) - (\text{Biaya Variabel per unit} \times \text{jumlah unit terjual}) - \text{Total biaya tetap}$$

b. Pendekatan margin kontribusi

Margin kontribusi adalah jumlah yang tersisa dari pendapatan dikurangi beban variabel. Jadi, ini adalah jumlah yang tersedia untuk menutup beban tetap dan kemudian menjadi laba untuk periode tersebut. Margin kontribusi digunakan dulu untuk menutup beban tetap dan sisanya akan menjadi laba. Jika margin kontribusi tidak cukup untuk menutup beban tetap perusahaan, maka akan terjadi kerugian untuk periode tersebut. Ketika titik impas dicapai, laba bersih akan bertambah sesuai dengan margin kontribusi per unit untuk setiap tambahan produk yang terjual. Untuk memperkirakan pengaruh kenaikan penjualan yang direncanakan terhadap biaya, manajer cukup mengalikan peningkatan dalam unit yang terjual dengan margin kontribusi yang per unit. Hasilnya akan menggambarkan peningkatan laba yang diharapkan.

c. Target Keuntungan

Penjualan Dalam Unit Yang Diperlukan untuk Mencapai Target Laba Meskipun titik impas merupakan informasi yang berguna, sebagian besar perusahaan ingin memperoleh laba operasi lebih besar daripada nol. Analisis cost volume profit menyediakan suatu cara

menentukan jumlah unit yang harus dijual untuk menghasilkan target laba tertentu. Target laba di sini adalah laba operasi di atas nol (titik impasnya), yang dapat dinyatakan dengan jumlah dolar atau sebagai persentase dari pendapatan penjualan. Untuk mencari target laba, pendekatan yang dapat dilakukan adalah dengan pendekatan laba operasi atau pendekatan margin kontribusi.

d. Target keuntungan setelah pajak

Target Laba Setelah Pajak Pada saat menghitung titik impas, pajak penghasilan tidak berperan. Ini disebabkan karena pajak yang dibayar atas laba nol adalah nol. Namun, ketika perusahaan ingin mengetahui berapa unit yang harus dijual untuk menghasilkan laba bersih tertentu, maka diperlukan beberapa pertimbangan tambahan. Ingat kembali, bahwa laba bersih adalah laba operasi setelah pajak penghasilan dan bahwa angka target laba dinyatakan dalam kerangka sebelum pajak. Dengan demikian, ketika target laba dinyatakan sebagai laba bersih, harus menambahkan kembali pajak penghasilan untuk memperoleh laba operasi. Umumnya, pajak dihitung sebagai persentase dari laba. Laba setelah pajak dihitung dengan mengurangi pajak dari laba operasi (atau laba sebelum pajak).

3.3 Analisis Biaya-Volume-Laba untuk Produk Ganda

Analisis biaya -volume laba yang telah dibahas sebelumnya mengasumsikan bahwa entitas hanya memiliki satu jenis produk. Padahal realitanya banyak entitas yang memproduksi dan menjual lebih dari satu produk. Perhitungan titik impas untuk produk ganda sedikit lebih rumit dari pada produk tunggal, karena setiap produk yang dihasilkan memiliki harga dan margin kontribusi yang berbeda. Berikut adalah tahap-tahap dalam menentukan titik impas untuk produk ganda:

1. Menghitung margin kontribusi rata-rata tertimbang.
2. Menghitung titik impas bersama.
3. Menghitung titik impas masing-masing produk.

3.4 Hubungan Antara Tingkat Operasi dengan Titik Impas Margin Keamanan

Margin keamanan (*margin of safety*) adalah selisih antara penjualan aktual (atau rencana penjualan) dengan titik impas. *Margin of Safety* memberikan gambaran pada pembuat keputusan tentang informasi penjualan aktual turun sampai titik impas atau titik tidak terjadinya kerugian. Dengan kata lain, agar entitas tidak menderita kerugian maka penurunan penjualan maksimum harus sebesar *margin of safety adalah selisih antara volume penjualan yang direncanakan dengan volume penjualan pada titik impas (break even point)*

Margin of Safety = Penjualan aktual (rencana penjualan)-Penjualan titik impas.

3.5 Aplikasi Biaya-Volume-Laba dan Pengambilan Keputusan

Analisis biaya-volume-laba bermanfaat untuk membantu manajemen dalam pengambilan keputusan baik keputusan yang terkait dengan fungsi perencanaan, fungsi pengendalian, maupun fungsi manajemen yang lain. Berikut beberapa contoh aplikasi biaya-volume-laba.

Contoh:

PT. Prima Warna berencana meningkatkan biaya iklan perbulan dari Rp. 40.000.000,- menjadi sebesar Rp. 48.000.000,-. Kebijakan ini diharapkan dapat meningkatkan penjualan menjadi 1.850 unit. Berapakah laba yang dapat dicapai dengan adanya kebijakan tersebut? Berikut laporan laba rugi bulanan PT Prima Warna sebelum kebijakan.

Keterangan	Jumlah	Per unit	Persen
Penjualan (1.500 unit)	Rp. 150.000.000,-	Rp. 100.000,-	100%
Biaya Variabel	(Rp. 90.000.000,-)	(Rp. 60.000)	60%
Marjin Kontribusi	Rp. 60.000.000,-	Rp. 40.000,-	40%
Biaya Tetap	(Rp. 40.000.000,-)		
Laba Bersih	Rp. 20.000.000,-		

Kebijakan di atas berdampak terhadap laba entitas dan dapat dihitung sebagai berikut:

Target Penjualan (unit) = $\frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Target Laba}}{\text{Marjin Kontribusi}}$

$$1.850 = \frac{\text{Rp. 48.000.000} + \text{Target Laba}}{\text{Rp. 40.000,-}}$$

$$\begin{aligned} \text{Target Laba} &= \text{Rp. 40.000}(1.850) - \text{Rp. 48.000.000,-} \\ &= \text{Rp. 26.000.000,-} \end{aligned}$$

Jawaban tersebut dapat dibuktikan dengan menyusun laporan Laba Rugi sebagai berikut:

Keterangan	Jumlah	Per unit	Persen
Penjualan (1.500 unit)	Rp. 185.000.000,-	Rp. 100.000,-	100%
Biaya Variabel	(Rp.111.000.000,-)	(Rp. 60.000)	60%
Marjin Kontribusi	Rp. 74.000.000,-	Rp. 40.000,-	40%
Biaya Tetap	(Rp. 48.000.000,-)		
Laba Bersih	Rp. 26.000.000,-		

Hasil analisis diatas menunjukkan rencana peningkatan biaya tetap akan menghasilkan laba yang lebih besar dari pada laba yang dihasilkan saat ini atau terjadi peningkatan laba sebesar Rp. 6.000.000,- Dengan demikian kebijakan tersebut layak untuk dilaksanakan.

3.6 Soal

1. Sebutkan dan Jelaskan manfaat analisis biaya-volume laba untuk perencanaan!
2. Jelaskan apa saja pendekatan dalam menghitung titik impas
3. Apa yang dimaksud dengan titik impas, jelaskan pula manfaatnya!
4. Jelaskan hubungan marjin kontribusi dan rasio marjin kontribusi.

BAB 4

PENYUSUNAN ANGGARAN SEBAGAI ALAT PERENCANAAN DAN PENGENDALIAN

Capaian Pembelajaran:

1. Mampu memahami mengenai fungsi anggaran.
2. Mampu menjelaskan anggaran induk
3. Mampu menyusun anggaran operasional
4. Mampu menyusun anggaran keuangan
5. Mampu menjelaskan penyusunan anggaran
6. Mampu menjelaskan dampak penyusunan anggaran terhadap perilaku manusia.

Anggaran merupakan rencana yang bersifat kuantitatif yang dinyatakan dalam satuan mata uang dalam waktu tertentu. Fungsi anggaran adalah sebagai alat perencanaan dan pengendalian. Anggaran diperlukan oleh semua organisasi baik organisasi dengan profit oriented maupun non profit oriented. Anggaran disusun berdasarkan data historis perusahaan.

4.1 Fungsi Anggaran

Peranan anggaran pada suatu perusahaan merupakan alat untuk membantu manajemen dalam pelaksanaan, fungsi perencanaan, koordinasi, pengawasan dan juga sebagai pedoman kerja dalam menjalankan perusahaan untuk tujuan yang telah ditetapkan.

a. Fungsi Perencanaan

Perencanaan merupakan salah satu fungsi manajemen dan fungsi ini merupakan salah satu fungsi manajemen dan fungsi ini merupakan dasar pelaksanaan fungsi-fungsi manajemen lainnya. Pengertian perencanaan adalah "Perencanaan meliputi tindakan memilih dan menghubungkan fakta-fakta dan membuat serta menggunakan asumsi-

asumsi mengenai masa yang akan datang dalam hal memvisualisasi serta merumuskan aktifitas-aktifitas yang diusulkan yang dianggap perlu untuk mencapai basil yang diinginkan". Dari kutipan di atas disimpulkan bahwa sebelum perusahaan melakukan operasinya, pimpinan dari perusahaan tersebut harus lebih dahulu merumuskan kegiatan-kegiatan apa yang akan dilaksanakan di masa datang dan hasil yang akan dicapai dari kegiatan-kegiatan tersebut, serta bagaimana melaksanakannya. Dengan adanya rencana tersebut, maka aktifitas akan dapat terlaksana dengan baik.

b. Fungsi Pengawasan

Anggaran merupakan salah satu cara mengadakan pengawasan dalam perusahaan. Pengawasan itu merupakan usaha-usaha yang ditempuh agar rencana yang telah disusun sebelumnya dapat dicapai. Dengan demikian pengawasan adalah mengevaluasi prestasi kerja dan tindakan perbaikan apabila perlu. Aspek pengawasan yaitu dengan membandingkan antara prestasi dengan yang dianggarkan, apakah dapat ditemukan efisiensi atau apakah para manajer pelaksana telah bekerja dengan baik dalam mengelola perusahaan. Tujuan pengawasan itu bukanlah mencari kesalahan akan tetapi mencegah dan memperbaiki kesalahan. Sering terjadi fungsi pengawasan itu disalah artikan yaitu mencari kesalahan orang lain atau sebagai alat menjatuhkan hukuman atas suatu kesalahan yang dibuat pada hal tujuan pengawasan itu untuk menjamin tercapainya tujuan-tujuan dan rencana perusahaan.

c. Fungsi Koordinasi

Fungsi koordinasi menuntut adanya keselarasan tindakan bekerja dari setiap individu atau bagian dalam perusahaan untuk mencapai tujuan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa untuk menciptakan adanya koordinasi diperlukan perencanaan yang baik, yang dapat menunjukkan keselarasan rencana antara satu bagian dengan bagian lainnya. Anggaran yang berfungsi sebagai perencanaan harus dapat menyesuaikan rencana yang dibuat untuk berbagai bagian dalam

perusahaan, sehingga rencana kegiatan yang satu akan selaras dengan lainnya. Untuk itu anggaran dapat dipakai sebagai alat koordinasi untuk seluruh bagian yang ada dalam perusahaan, karena semua kegiatan yang saling berkaitan antara satu bagian dengan bagian lainnya sudah diatur dengan baik.

d. **Anggaran Sebagai Pedoman Kerja**

Anggaran merupakan suatu rencana kerja yang disusun sistematis dan dinyatakan dalam unit moneter. Lazimnya penyusunan anggaran berdasarkan pengalaman masa lalu dan taksir-taksiran pada masa yang akan datang, maka ini dapat menjadi pedoman kerja bagi setiap bagian dalam perusahaan untuk menjalankan kegiatannya.

Tujuan yang paling utama dari anggaran adalah untuk pengawasan luar, yaitu untuk membatasi sumber-sumber daya keseluruhan yang tersedia untuk suatu instansi dan untuk

mencegah pengeluaran-pengeluaran bagi hal-hal atau aktivitas-aktivitas yang tidak dibenarkan oleh undang-undang.

4.2 Anggaran Induk

Master budget (anggaran Induk) adalah rencana keuangan menyeluruh untuk suatu organisasi yang memadukan seluruh aspek kegiatan bisnis seperti anggaran bahan baku, anggaran upah, anggaran Biaya overhead, anggaran produksi, anggaran penjualan, anggaran kas.

4.3 Menyiapkan Anggaran Operasional.

Anggaran operasional merupakan salah satu biaya yang terpenting dalam pelaksanaan proyek perusahaan. Perusahaan tidak akan berjalan jika tidak adanya biaya operasional. Apa sebenarnya anggaran operasional?

Anggaran operasional adalah biaya pengeluaran perusahaan yang digunakan untuk menjalankan dan mengelola bisnis perusahaan. Biaya ini merupakan salah satu sumber daya utama semua perusahaan.

Anggaran ini juga biasanya disebut sebagai biaya dalam mengoperasikan perangkat, mesin atau peralatan.

Anggaran operasional juga bisa menjadi salah satu indikator perusahaan untuk menetapkan kebijakan-kebijakan selanjutnya seperti master budget perusahaan. Pengeluaran untuk biaya operasional yang rendah bisa menjadi salah satu pertanda bahwa perusahaan sudah mencapai efisiensi. Hal ini bisa dilihat jika biaya operasional yang rendah dengan output yang tetap atau bertambah maka perusahaan berhasil melakukan efisiensi terhadap bisnis perusahaan.

4.4 Macam-Macam Anggaran Operasional

Ada berbagai macam jenis anggaran dalam anggaran operasional diantaranya:

a. Anggaran penjualan

Pada penyusunan master budget, anggaran penjualan merupakan langkah awal dalam skema penyusunan. Hal ini dikarenakan anggaran penjualan merupakan salah anggaran yang banyak digantungkan oleh berbagai anggaran yang ada dalam perusahaan.

Master budget atau anggaran induk adalah suatu jaringan kerja yang terdiri dari berbagai macam anggaran yang dipisah tetapi saling berhubungan dan saling bergantung. Anggaran induk biasanya disusun untuk jangka waktu satu tahun.

Anggaran lain biasanya sangat bergantung pada anggaran penjualan hal ini bisa terlihat jika anggaran penjualan kurang baik maka master budget yang dihasilkan banyak menuai masalah. Ini akan membuat perusahaan melakukan pemborosan terhadap anggaran yang ada.

b. Anggaran Produksi

Ini biasanya disebut juga sebagai anggaran kegiatan karena produksi merupakan salah satu kegiatan bisnis dalam perusahaan. Anggaran produksi adalah perencanaan dan pengorganisasian dalam master budget perusahaan sebelumnya mengenai orang-orang, bahan-bahan,

mesin-mesin, dan peralatan lain serta modal yang diperlukan untuk memproduksi barang pada suatu periode tertentu dimasa depan sesuai dengan apa yang dibutuhkan atau diramalkan.

c. Anggaran Bahan Baku Langsung (Direct Material)

Pada kategori ini biaya yang dikeluarkan merupakan biaya untuk bahan yang secara langsung digunakan dalam proses produksi untuk memproduksi barang yang akan dijual atau pasarkan oleh perusahaan. Bahan-bahan yang digunakan dalam proses produksi merupakan semua bahan yang jika diidentifikasi sebagai bahan fisik sebagai

d. Anggaran Tenaga Kerja Langsung (Direct Labour)

Biaya ini merupakan biaya bagi tenaga kerja langsung ditempatkan dan diberdayakan oleh perusahaan dalam proses dan kegiatan produksi secara langsung. Tenaga kerja tersebut merubah bahan baku langsung menjadi suatu barang jadi yang sesuai dengan keinginan perusahaan, lalu barang tersebut dipasarkan oleh perusahaan.

e. Anggaran Overhead Pabrik

Overhead Factory merupakan salah satu biaya pengeluaran perusahaan dalam biaya produksi yang fungsinya sebagai biaya-biaya manufaktur yang tidak ditelusuri secara langsung ke output tertentu. Beberapa elemen biaya overhead pabrik diantaranya:

- bahan baku tidak langsung
- tenaga kerja tidak langsung
- depresiasi dan amortisasi aktiva tetap
- reparasi dan pemeliharaan mesin
- listrik dan air pabrik
- asuransi pabrik
- Overhead lain-lain

f. Anggaran Laba Rugi

Perusahaan membuat anggaran laba rugi untuk menentukan laba dan rugi yang akan diperoleh perusahaan di masa yang akan datang. Anggaran laba rugi merupakan rencana laba atau rugi yang akan

diperoleh dari anggaran penjualan, produksi, beban operasional, biaya produksi yang akan ditanggung perusahaan atau entitas pada satu periode anggaran.

Perusahaan perlu membuat anggaran laba rugi agar perusahaan mengetahui seberapa laba yang diterima atau rugi yang akan ditanggung sehingga perusahaan dapat membuat rencana program untuk mengelola keuangannya dengan baik.

g. Anggaran Keuangan

Anggaran ini merupakan salah satu hal yang terpenting dalam sistem perencanaan master budget perusahaan. Ini merupakan anggaran yang berisi terkait perkiraan dan taksiran terhadap proses produksi dan kegiatan yang akan dilakukan perusahaan pada musim atau periode tertentu. Perusahaan menggunakan anggaran keuangan untuk menunjukkan arus kas perusahaan dan posisi keuangan dengan kegiatan-kegiatan usaha yang terencana.

Anggaran keuangan menyajikan menyajikan informasi yang jelas mengenai tujuan, sasaran, hasil, dan manfaat yang ingin dicapai. Untuk itu didalam proses penyusunannya diperlukan personil yang memahami berbagai informasi yang relevan dengan penganggaran pada keuangan. Dalam anggaran keuangan terdapat anggaran kas dan anggaran neraca yang mana keduanya merupakan bagian yang saling melengkapi.

h. Anggaran Kas

Berisi mengenai estimasi sumber dan penggunaan kas dalam periode waktu tertentu. Anggaran ini berisi anggaran operasi dan anggaran pengeluaran modal, serta bisa dijadikan sebagai dasar dalam penyusunan anggaran neraca. Anggaran ini sering dibuat untuk membantu menjaga likuiditas perusahaan.

Perusahaan menggunakan anggaran kas untuk mengetahui kapan perusahaan dalam keadaan defisit atau surplus. Defisit atau surplusnya perusahaan bisa dilihat dari opsional perusahaan.

Fungsi lainnya adalah dengan mengetahui adanya defisit kas diperusahaan juah sebelum penentuan anggaran dana, maka perusahaan

dapat merencanakan langkah-langkah yang tepat untuk menutupi defisit yang terjadi. Sebaliknya dengan mengetahui jauh sebelumnya bahwa akan terdapat surplus kas yang besar, maka jauh sebelumnya sudah dapat direncanakan bagaimana menggunakan kelebihan dana secara efisien.

i. Anggaran neraca

Anggaran neraca adalah anggaran yang merencanakan keadaan keuangan sebuah perusahaan pada suatu periode. Dalam anggaran neraca tersebut tercantum jumlah kekayaan, jumlah utang, dan modal sendiri dari sebuah perusahaan. Jumlah kekayaan terlihat pada bagian aktiva, sedangkan jumlah utang dan modal sendiri terlihat pada bagian pasiva.

Anggaran neraca merupakan tahap akhir dari seluruh tahap yang harus dilalui untuk menyusun master budget suatu badan usaha. Anggaran neraca sendiri baru akan dapat disusun jika anggaran parsial yang lain telah disusun. Berdasarkan berbagai anggaran parsial yang dimiliki suatu perusahaan mulai dari anggaran penjualan, anggaran produksi, berbagai anggaran biaya, anggaran kas, dan anggaran laba, perusahaan dapat menyusun anggaran neraca.

4.5 Soal

1. Apa yang dimaksud dengan Anggaran Perusahaan?
2. Jelaskan penyusunan anggaran untuk perusahaan manufaktur, jasa dan dagang?
3. Jelaskan apa yang dimaksud dengan anggaran entitas!
4. Apa manfaat penyusunan anggaran bagi entitas!

BAB 5

ANALISIS BIAYA UNTUK PENGAMBILAN KEPUTUSAN

Capaian Pembelajaran:

1. Mampu menjelaskan tentang tahap-tahap dalam proses pengambilan keputusan
2. Mampu menjelaskan karakteristik biaya relevan
3. Mampu membedakan Akuntansi Keuangan dan Akuntansi Manajemen.
4. Mampu mengambil keputusan terkait dengan pesanan khusus.
5. Mampu mengambil keputusan terkait penambahan dan pengurangan jenis produk.
6. Mampu membuat keputusan membuat sendiri atau membeli dari luar.

5.1 Proses Pengambilan Keputusan

Proses pengambilan keputusan memerlukan data yang dapat diukur, dianalisa dengan tepat dan memungkinkan untuk dilaksanakan. Dalam pengambilan keputusan tidak ada aturan umum yang membedakan biaya ke dalam biaya relevan atau tidak relevan, maka dari itu untuk mengetahui mana yang merupakan biaya relevan diperlukan analisis biaya yang meliputi langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Menghimpun seluruh biaya yang berkaitan dengan masing-masing alternatif yang dipertimbangkan.
- b. Mengeliminasi sunk cost
- c. Mengeliminasi biaya yang tidak berbeda diantara alternatif yang dipertimbangkan.
- d. Mengambil kesimpulan berdasarkan data biaya lain yang tersisa, yang merupakan biaya yang berbeda. Biaya tersebut merupakan biaya yang relevan dengan pengambilan keputusan.

5.2 Mengidentifikasi Biaya Relevan.

Suatu data dikategorikan sebagai data relevan (biaya relevan), jika data tersebut memberikan pengaruh berbeda dalam alternative keputusan. data relevan dalam pengambilan keputusan taktis meliputi pendapatan dan biaya-biaya seperti diuraikan berturut – turut dibawah ini. item data relevan dalam suatu alternative keputusan tidak mutlak menjadi data relevan dalam alternative keputusan pada kesempatan dan ditempat lain. oleh karena itu harus digunakan pendekatan karakteristik konsep biaya atau pendapatannya.

Biaya relevan (relevant cost) adalah suatu konsep biaya yang dapat digunakan dalam keputusan tertentu yang berhubungan dengan alternative yang akan dipilih.

Dua kriteria biaya relevan adalah:

- a. Biaya yang diperkirakan akan terjadi pada masa yang akan datang. dari sisi pandang ini biaya relevan merupakan biaya taksiran
- b. Biaya yang berbeda diantara berbagai alternative yang dipertimbangkan. suatu biaya dapat dikategorikan sebagai biaya relevan jika sudah menjadi unsur masuk dalam sebagai item yang diperbandingkan diantara alternative yang tersedia.

Pendapatan yang diperkirakan akan terjadi pada masa yang akan datang dan berbeda diantara alternative dipertimbangkan sebagai pendapatan relevan. Terdapat beberapa istilah biaya yang sering digunakan dalam pengambilan keputusan yaitu: biaya difrensial, biaya tambahan, biaya kesempatan, biaya terhindarkan dan biaya yang dapat dikendalikan. konsep dasarnya adalah biaya yang berbeda untuk tujuan berbeda.

- a. **Biaya Diferensial (differential cost)** adalah perbedaan atau selisih biaya diantara dua alternative atau lebih.
- b. **Biaya tambahan (incremental cost)** yaitu kenaikan atau tambahan biaya yang akan terjadi karena memilih suatu alternative.

- c. **Pendapatan diferensial**, yaitu suatu perbedaan atau selisih pendapatan antara dua alternative keputusan. pendapatan ini umumnya berupa incremental revenue atau suatu kenaikan atau tambahan pendapatan karena memilih suatu alternative. jadi merupakan kebalikan dari konsep biaya tambahan.
- d. **Biaya kesempatan** yaitu potensi perolehan keuntungan berupa pendapatan atau penghematan biaya yang hilang karena memilih suatu alternative. misalnya PT. X memiliki ruko.
- e. **Biaya terhindarkan**, yaitu suatu biaya yang dapat dihilangkan seluruhnya atau sebagian sebagai akibat dari pemilihan suatu alternative dalam suatu pengambilan keputusan. biaya terhindarkan ini bisa terjadi karena hilangnya aktifitas atau segmen yang menyebabkan terjadinya biaya yang bersangkutan.
- f. **Biaya yang tidak dapat dihilangkan** karena memilih alternative yang lain disebut biaya tidak terhindarkan misalnya, kalau membeli mobil bekas PT. A akan menanggung biaya perbaikan Rp.2.000.000 per tahun. kalau membeli mobil baru, maka selama 5 tahun pertama akan bebas dari biaya perbaikan. dengan demikian, biaya perbaikan mobil menjadi biaya terhindarkan bagi PT. A bila membeli mobil baru. sebaliknya, biaya tak terhindarkan terdiri dari biaya tenggelam dan biaya masa yang akan datang yang tidak berbeda diantara berbagai alternative.

Biaya terhindarkan dan biaya kesempatan sering mempunyai hubungan timbal balik diantara alternative keputusan. misalnya harga produk X Rp.2000 perunit, harga Produk Y Rp.1000 perunit. selisihnya Rp.1.000. selisih harga kedua produk tersebut merupakan biaya terhindarkan jika memilih produk Y karena alternative itu akan menghindarkan dari pembayaran Rp.1.000. Jika memilih Produk X, maka selisih harga tersebut akan menjadi biaya kesempatan karena pembeli akan kehilangan kesempatan menghemat Rp.1.000.

Konsep – Konsep biaya tersebut dalam penerapannya dapat digunakan sebagai dasar analisis keputusan membeli atau membuat sendiri, memenuhi atau menolak pesanan khusus, mempertahankan atau menutup segmen usaha dan lain sebagainya.

Untuk mengidentifikasi biaya-biaya yang dapat dihindarkan, maka dapat dilakukan langkah –langkah sebagai berikut:

- a. kumpulkan semua biaya yang berhubungan dengan tiap alternative yang sedang dipertimbangkan.
- b. Eliminasi biaya – biaya yang merupakan biaya tenggelam
- c. Eliminasi biaya–biaya yang tidak berbeda diantara berbagai alternative
- d. Buat keputusan berdasarkan biaya–biaya yang tersisa. biaya–biaya ini akan menjadi biaya diferensial, oleh karena itu relevan dipertimbangkan dalam pembuatan keputusan yang akan diambil.

Pengelompokan biaya–biaya sebagai biaya relevan dan biaya tidak relevan diperlukan manajemen untuk dua alasan:

- a. Penggunaan biaya tidak relevan yang bercampur dengan biaya tidak relevan dapat mengaburkan perhatian dari hal – hal yang sebenarnya kritis bagi masalah yang dihadapi
- b. Hanya sedikit informasi yang tersedia secara perinci dalam menyiapkan laporan laba rugi. dalam laporan laba rugi konvensional biaya – biaya dikelompokan menurut fungsi fungsi organisasi, bukan menurut tujuan pengambilan keputusan taktis.

5.3 Soal

1. Sebutkan dan Jelaskan Tahap-Tahap Pengambilan Keputusan!
2. Apa Manfaat Analisis Biaya Diferensial dalam Pengambilan Keputusan?

BAB 6

PENENTU HARGA JUAL

Capaian Pembelajaran:

1. Mampu Memahami Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penentuan Harga Jual
2. Mampu Menghitung Harga Jual dengan Pendekatan Biaya
3. Mampu Menghitung Mark Up
4. Mampu Menjelaskan Penentuan Harga Jual Untuk Produk Baru
5. Mampu Menghitung Harga Jual Untuk Perusahaan Jasa dengan Menggunakan *Time and Material Pricing*.
6. Mampu Menentukan Harga Jual dengan Pendekatan *Target Costing*.

Penting bagi Perusahaan untuk menentukan harga jual bagi produknya dengan tepat. Harga jual suatu produk dapat mempengaruhi jumlah unit produk yang terjual yang tentu saja akan berpengaruh pada pendapatan penjualan. Setiap perusahaan, baik perusahaan manufaktur, dagang, maupun jasa memerlukan penentuan harga jual. Perusahaan manufaktur menentukan harga jual untuk produk yang diproduksinya, perusahaan dagang memerlukan harga jual untuk barang yang dibelinya, perusahaan jasa memerlukan penentuan harga jual untuk jasa yang diberikannya.

6.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Harga Jual

Banyak faktor yang mempengaruhi kebijakan penentuan harga jual barang jadi suatu perusahaan. Menurut Tambunan (2003:262), faktor-faktor utama yang mempengaruhi penentuan harga:

- a. Permintaan
- b. Data biaya
- c. Tujuan pendapatan dan laba (revenue and profit objectives)
- d. Tindakan pesaing

- e. Peraturan-peraturan pemerintah
- f. Jenis pasar/persaingan
- g. Situasi perekonomian
- h. Citra publik atas produk.

6.2 Penentuan Biaya dalam Penentuan Harga.

Harga merupakan bagian dari elemen bauran pemasaran yaitu harga, produk, saluran dan promosi, yaitu apa yang dikenal dengan istilah empat P (Price, Product, Place dan Promotion). Harga bagi suatu usaha/badan usaha menghasilkan pendapatan (income), adapun unsur-unsur bauran pemasaran lainnya yaitu Product (produk), Place (tempat/saluran) dan Promotion (promosi) menimbulkan biaya atau beban yang harus ditanggung oleh suatu usaha/badan usaha.

Perusahaan dikatakan menghasilkan keuntungan jika menetapkan harga jual lebih tinggi daripada biaya rata-rata produksi. Semakin besar selisih antara harga jual dengan biaya, semakin tinggi keuntungan perusahaan. Beberapa perusahaan lebih mempertimbangkan biaya daripada faktor lainnya. Mereka kemudian menggunakan pendekatan *cost-plus pricing* untuk menetapkan harga. Pendekatan tersebut adalah yang paling mudah. Perusahaan hanya perlu menambahkan margin keuntungan (markup) ke biaya unit.

6.3 Menentukan Presentasi Mark Up

Mark up adalah sebuah peningkatan harga atau jumlah rupiah yang telah ditambahkan pada biaya dari sebuah produk untuk memproduksi harga jual. Perlakuan dari sebuah mark up bisa membuat margin mengalami peningkatan. Margin sendiri merupakan tingkat keuntungan awal yang diperoleh dari barang atau jasa yang akan ditawarkan dalam satuan persen.

Mark up merupakan salah satu metode penentuan harga yang biasanya dianggap paling simpel dan paling banyak diterapkan. Metode ini adalah penentuan harga yang ditetapkan dengan tujuan

tersendiri, yakni untuk menutup biaya tidak langsung serta laba rugi perusahaan. Rumus sederhana dalam menghitung mark up adalah sebagai berikut:

$$\text{HARGA JUAL} = \text{BIAYA BELI PRODUK} + \text{MARK UP}$$

Mark Up sering juga disebut dengan *cost plus*. Untuk menetapkan harga cost plus, ada tiga tahapan yang perlu dilewati, yaitu:

a. Tentukan Total Biaya

Pada tahap ini, Anda perlu menghitung dan mencatat semua biaya yang dikeluarkan untuk barang atau jasa yang Anda miliki. Total ini akan ditemukan dari biaya tetap dan biaya variabel yang dihitung sekaligus.

b. Bagi Hingga per Unit

Kemudian, bagikan total biaya tersebut dengan berapa unit yang Anda miliki. Tujuannya adalah untuk menentukan berapa biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi per unit produk atau jasa.

c. Kalikan Biaya per Unit dengan Nilai Markup

Tahap ketiga sekaligus terakhir, kalikan biaya per unit dengan persentase markup untuk menentukan harga jual dan margin produk.

Contoh Cara Menetapkan Harga Cost Plus

Setelah mengetahui ketiga tahapan penetapan harga, sekarang saatnya melihat contoh penetapan harganya. Contoh, seorang kontraktor yang membangun perumahan telah mendata bahwa untuk membangun dan menjual 10 rumah di sebuah cluster, biaya yang diperlukan diketahui sebagai berikut:

Biaya material: Rp50.000.000

Biaya tenaga kerja: Rp30.000.000

Biaya lain (sewa kantor, gaji, penyusutan alat): Rp10.000.000

Biaya total: Rp90.000.00

Jika kontraktor tersebut ingin laba sebesar 20% dari biaya total, maka:

$$\text{Harga jual total} = \text{biaya total} + \text{laba (Rp90.000.000)} + (20\% \times \text{Rp90.000.000}) = \text{Rp108.000.000}$$

Nilai Rp108.000.000 adalah total harga jual dan setiap rumah (dari total 10 rumah) akan dijual seharga Rp10.800.000. Laba yang diperoleh adalah Rp1.800.000 (dari selisih Rp18.000.000 / 10). Jika rumah tidak segera laku atau justru laris karena lokasinya strategis, maka laba bisa berubah naik atau turun.

Tentu saja hal ini bervariasi dan merupakan otoritas sepenuhnya setiap perusahaan. Persentase cost plus atau markup bergantung pada beberapa faktor dan juga melihat bagaimana situasi pasar dan perekonomian saat ini. Jika permintaan pasar terhadap produk Anda cenderung rendah, maka persentase markup bisa diturunkan untuk menarik minat pembeli. Sebaliknya, jika permintaan atas produk Anda sedang tinggi dan kondisi ekonomi juga baik, persentase markup juga bisa dinaikkan jika perusahaan merasa harga itu masih bisa terjangkau oleh segmen pembeli mereka.

6.4 Time and Material Pricing

Metode Waktu dan Material yaitu metode yang menentukan tarif tertentu dari upah langsung dan tarif lainnya dari bahan baku masing-masing, Metode penentuan harga ini digunakan oleh perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa, seperti: bengkel mobil, motor, dok kapal dan lainnya yang menjual jasa reparasi bahan dan suku cadang. Volume jasa dihitung berdasarkan waktu yang diperlukan untuk melayani pelanggan, sehingga perlu dihitung harga jual persatuan waktu yang dinikmati oleh pelanggan. Sedangkan volume bahan dan suku cadang yang diperlukan sebagai pelengkap penyerahan dihitung berdasarkan kuantitas bahan dan suku cadang yang diberikan kepada pelanggan

6.5 Target Costing

Penentuan target biaya atau target costing dapat dipandang sebagai alat manajemen biaya proaktif yang digunakan untuk mengurangi total biaya produk, selama siklus hidupnya yang lengkap, melalui produksi, teknik, penelitian dan desain. Manajemen target Costing bertujuan membantu perusahaan dalam mengelola bisnis dalam meraup untung di pasar yang sangat kompetitif.

Secara umum, penetapan target biaya atau target costing adalah proses memastikan dan mencapai biaya aliran penuh, di mana produk yang dimaksud dengan persyaratan khusus, harus diproduksi untuk mewujudkan laba yang diinginkan, dengan harga jual yang diantisipasi selama periode tertentu. Manajemen ini melibatkan penentuan biaya maksimum yang harus dikeluarkan untuk produk baru, diikuti oleh pengembangan sampel yang dapat dibuat secara menguntungkan untuk angka biaya target tersebut. Namun tentu saja metode ini mesti memiliki tahap Penentuan Biaya dan Pengembangan Produk

6.6 Soal

1. Jelaskan bagaimana harga jual produk dapat mempengaruhi pendapatan!
2. Tulis dan Jelaskan rumus harga jual berbasis biaya!

BAB 7

MANAJEMEN PERSEDIAAN

Capaian Pembelajaran:

1. Mampu memahami konsep manajemen persediaan tradisional
2. Mampu menghitung Jumlah Pemesanan Ekonomis (Economic Order Quantity/EOQ).
3. Mampu menghitung Tingkat Pemesanan Kembali (Re-Order Point/ROP).
4. Mampu Menghitung Persediaan Pengaman (Safety Stock/ SS) dan Persediaan Maksimum (Maximum Stock/ MS).
5. Mampu memahami konsep Just in Time.
6. Mampu Menjelaskan Perbedaan Konsep Traditional dan Konsep Just in Time.

7.1 Konsep Traditional.

Konsep traditional menekankan pentingnya kecukupan persediaan bahan baku untuk menghindari terjadinya gangguan dalam proses produksi. Pesediaan yang kurang dapat menghambat proses produksi, namun kelebihan persediaan juga tidak baik karena membutuhkan biaya penyimpanan yang tinggi.

Dua hal yang diperhatikan dalam pengelolaan persediaan bahan baku, yaitu Biaya pemesanan (Ordering Cost/OC) yaitu biaya-biaya untuk menempatkan dan menerima pemesanan (biaya administrasi), biaya asuransi untuk pengiriman, dan biaya pembongkaran.

Biaya penyimpanan (Carrying Cost/CC) adalah biaya yang dikeluarkan untuk penyimpanan persediaan.

7.2 Konsep Just in Time

Konsep just in time adalah suatu konsep di mana bahan baku yang digunakan untuk aktifitas produksi didatangkan dari pemasok atau

suplier tepat pada waktu bahan itu dibutuhkan oleh proses produksi, sehingga akan sangat menghemat bahkan meniadakan biaya persediaan barang / penyimpanan barang / stocking cost.

7.3 Soal

1. Sebutkan dan Jelaskan Jenis-Jenis Persediaan berdasarkan jenis Perusahaannya!
2. Apa yang dimaksud dengan Jumlah Pemesanan Ekonomis (EOQ)?

BAB 8

AKUNTANSI PERTANGGUNGJAWABAN

Capaian Pembelajaran:

1. Mampu memahami Hubungan Pusat Pertanggungjawaban dan Struktur Organisasi.
2. Mampu memahami Organisasi Fungsional dan Divisional
3. Mampu memahami Akuntansi Pertanggungjawaban.
4. Mampu Menjelaskan Sistem Pelaporan Biaya
5. Mampu Memahami Laporan Kinerja untuk Masing- Masing Pusat Pertanggungjawaban.
6. Mampu memahami Harga Transfer dan Menjelaskan Penetapan Harga Transfer.

Akuntansi pertanggungjawaban merupakan sistem yang mengukur berbagai hasil yang dicapai oleh setiap pusat pertanggungjawaban menurut informasi yang dibutuhkan oleh para manajer untuk mengoperasikan pusat pertanggungjawaban mereka. Akuntansi pertanggungjawaban adalah suatu sistem akuntansi yang mengakui berbagai pusat-pusat tanggung jawab pada keseluruhan organisasi itu dan mencerminkan rencana dan tindakan dan setiap pusat tanggung jawab itu dengan menetapkan penghasilan dan biaya tertentu bagi pusat yang memiliki tanggung jawab yang bersangkutan

8.1 Hubungan Pusat Pertanggungjawaban dan Struktur Organisasi

Struktur organisasi dapat diartikan sebagai susunan dan hubungan antar komponen bagian-bagian dan posisi dalam suatu organisasi. Akuntansi pertanggungjawaban menganggap bahwa pengendalian operasi dapat meningkat dengan cara menciptakan jaringan pusat pertanggungjawaban yang sesuai dengan cara menciptakan pusat

pertanggungjawaban yang sesuai dengan struktur formal perusahaan. Pusat pertanggungjawaban dapat menjadi alat yang efektif untuk mengendalikan perusahaan, jika struktur organisasi yang melandasinya disusun secara rasional.

Menurut Sofyandi dan Garniwa (2007:14) “struktur organisasi adalah pola formal bagaimana orang dan pekerjaan dikelompokkan”. Struktur organisasi merupakan kerangka hubungan antar satuan organisasi yang di dalamnya terdapat pejabat, tugas dan wewenang yang masing-masing mempunyai peran tertentu dalam kesatuan yang utuh. Pusat pertanggungjawaban merupakan dasar untuk seluruh sistem akuntansi pertanggungjawaban, oleh karena itu kerangka pusat pertanggungjawaban harus dirancang secara seksama.

Struktur organisasi merupakan syarat utama yang harus dipenuhi dalam menerapkan sistem akuntansi pertanggungjawaban dan penentuan pusat – pusat pertanggungjawaban dalam suatu organisasi. Terdapat dua tipe struktur organisasi yang berkaitan dengan pusat – pusat pertanggungjawaban, yaitu:

a. Organisasi Fungsional

Organisasi fungsional merupakan bentuk organisasi yang biasanya dipakai oleh perusahaan besar yang ditandai dengan adanya jumlah karyawan yang besar, spesialisasi kerja yang tinggi, wilayah kerja luas, serta komando yang tidak lagi berada pada satu tangan pimpinan. Pusat-pusat pertanggungjawaban digambarkan dalam pembagian fungsi organisasi yaitu fungsi produksi, fungsi penjualan (pemasaran) dan fungsi administrasi. Para kepala divisi bertanggung jawab hanya untuk divisi masing-masing. Pada setiap divisi terdiri dari fungsi penjualan yang merupakan pusat pendapatan, fungsi produksi/pembelian dan administrasi merupakan pusat biaya dan manajer perusahaan merupakan pusat investasi.

Berdasarkan gambar di bawah dapat disimpulkan bahwa pusat pertanggungjawaban terbesar adalah pusat investasi, setelah itu pusat laba selanjutnya pusat pendapatan dan yang terakhir adalah pusat biaya.

b. Organisasi Unit Bisnis (Divisional)

Dalam hubungannya dengan pusat pertanggungjawaban, struktur organisasi harus dianalisis untuk mengetahui kemungkinan adanya kelemahan dalam pendelegasian wewenang. Jaringan pusat pertanggungjawaban dapat menjadi alat yang efektif untuk mengendalikan organisasi jika struktur organisasi yang melandasinya disusun secara rasional.

Struktur organisasi yang sesuai dengan konsep akuntansi pertanggungjawaban adalah struktur yang memberikan peluang bagi bawahan untuk menjalankan otonomi (desentralisasi) dan yang memisahkan dengan jelas wewenang dan tanggung jawab masing-masing bagian yang ada. Kondisi demikian merupakan kebutuhan pokok pelaksanaan akuntansi pertanggungjawaban sebagai realisasi adanya pusat-pusat pertanggungjawaban.

8.2 Akuntansi Pertanggungjawaban

Akuntansi pertanggungjawaban adalah salah satu konsep akuntansi manajemen dan sistem akuntansi terkait dengan pusat-pusat pertanggungjawaban dalam entitas. Akuntansi pertanggungjawaban merupakan sistem pengukuran kinerja setiap pusat pertanggungjawaban berdasarkan pusat-pusat pertanggungjawaban. Laporan pertanggungjawaban dari masing-masing pusat pertanggungjawaban dapat mengetahui realisasi dengan anggarannya, sehingga terjadinya penyimpangan dapat dianalisa dan dicari penyelesaiannya dengan manajer pusat pertanggungjawabannya. Akuntansi pertanggungjawaban memberikan peluang kepada manajer untuk mengelola organisasi secara maksimal. Aliran wewenang tanggungjawab, dan posisi yang jelas tergambarakan melalui struktur organisasi. Pada setiap unit kerja dari setiap unit kerja dari setiap tingkat manajemen terdapat pembagian tugas dengan jelas sehingga wewenang dan tanggungjawab setiap pimpinanpun jelas. Akuntansi

pertanggungjawaban ada karena adanya konsep wewenang (authority), tanggungjawab (responsibility) dan tanggung gugat (accountability).

Akuntansi pertanggungjawaban muncul sebagai akibat dari adanya pendelegasian wewenang. Pendelegasian wewenang adalah pemberian wewenang oleh manajer lebih atas kepada manajer yang lebih rendah untuk melaksanakan suatu pekerjaan dengan otoritas secara eksplisit dari manajer pemberi wewenang pada waktu wewenang tersebut akan dilaksanakan. Menurut Trisnawati (2006:5) ada tiga alasan mengapa manajer mendelegasikan wewenangnya, yaitu:

- a) Banyaknya pekerjaan seorang manajer sehingga tidak mungkin dikerjakan oleh manajer tersebut.
- b) Mengikutsertakan bawahan serta memberikan kesempatan dalam menunjukkan prestasinya di perusahaan.
- c) Perlunya orang-orang untuk menggantikannya apabila manajer tidak berada dalam perusahaan.

Walaupun ada tugas dan wewenang yang didelegasikan atasan kepada bawahan, namun otoritas pimpinan tetap dipertahankan. Sebagai konsekuensi dari orang yang menerima wewenang, harus mempertanggungjawabkan wewenang tersebut kepada atasannya. Tanggung jawab adalah suatu kewajiban untuk melaksanakan wewenang yang dilimpahkan, dimana terjadi pelimpahan suatu peranan perorang atau dalam kelompok, untuk berperan dalam kegiatan.

Akuntansi pertanggungjawaban didasarkan pada pemikiran bahwa seorang manajer harus dibebani tanggung jawab atas kinerjanya sendiri dan kinerja bawahannya. Konsep akuntansi pertanggungjawaban menjadi pedoman departemen akuntansi untuk mengumpulkan, mengukur dan melaporkan kinerja sesungguhnya, kinerja yang diharapkan dan selisih yang timbul dalam setiap pertanggungjawaban.

Akuntansi Pertanggungjawaban adalah suatu sistem akuntansi yang disusun sedemikian rupa sehingga pengumpulan dan pelaporan biaya dan pendapatan dilakukan sesuai dengan pusat pertanggungjawaban dalam organisasi, dengan tujuan agar dapat ditunjuk orang atau

kelompok orang yang bertanggungjawab atas penyimpangan biaya dan pendapatan yang dianggarkan Mulyadi (2001:218). Definisi tersebut mengatakan bahwa akuntansi pertanggungjawaban mengelompokkan organisasi atas pusat-pusat pertanggungjawaban, sehingga apabila terjadi penyimpangan atas anggaran, maka pihak manajemen dapat mencari orang yang bertanggungjawab atas penyimpangan yang terjadi.

Pengertian akuntansi pertanggungjawaban menurut Mulyadi, beliau menyampaikan bahwa syarat untuk dapat menerapkan akuntansi pertanggungjawaban yaitu:

- a. Struktur Organisasi Dalam akuntansi pertanggungjawaban struktur organisasi harus menggambarkan aliran tanggung jawab, wewenang, dan posisi yang jelas untuk setiap unit kerja dari setiap tingkat manajemen selain itu harus menggambarkan pembagian tugas dengan jelas pula. Dengan demikian wewenang mengalir dari tingkat manajemen atas ke bawah, sedangkan tanggungjawab adalah sebaliknya.
- b. Anggaran Dalam akuntansi pertanggungjawaban setiap pusat pertanggungjawaban harus ikut serta dalam penyusunan anggaran karena anggaran merupakan gambaran rencana kerja para manajer yang akan dilaksanakan dan sebagai dasar dalam penilaian kerjanya.
- c. Penggolongan Biaya Pemisahan biaya ke dalam biaya terkendalikan dan tidak terkendalikan perlu dilakukan dalam akuntansi pertanggungjawaban, karena tidak semua biaya yang terjadi di dalam satu bagian dapat dikendalikan oleh manajer, maka hanya biaya-biaya terkendalikan yang harus dipertanggungjawabkan olehnya.
- d. Sistem Akuntansi Biaya Setiap tingkatan manajemen merupakan pusat biaya dan akan dibebani dengan biaya-biaya yang terjadi didalamnya yang dipisahkan antara biaya terkendalikan dengan biaya yang tidak terkendalikan. Oleh karena biaya yang terjadi akan dikumpulkan untuk setiap tingkatan manajer maka biaya

harus digolongkan dan diberi kode sesuai dengan tingkatan manajemen yang terdapat dalam struktur organisasi.

- e. Sistem Pelaporan Biaya Bagian akuntansi biaya setiap bulannya membuat laporan pertanggungjawaban untuk setiap pusat-pusat biaya. Isi dari laporan pertanggungjawaban disesuaikan dengan tingkatan manajemen yang akan menerimanya.

Syarat-syarat yang telah diuraikan sebelumnya dalam menerapkan akuntansi pertanggungjawaban menunjukkan bahwa penerapan akuntansi pertanggungjawaban yang baik harus memiliki standar yang telah ditentukan dan jika ternyata salah satu syarat diatas tidak terpenuhi maka harus ada perbaikan-perbaikan untuk menyempurnakannya. Akuntansi pertanggungjawaban bukan hanya untuk menunjukkan terjadinya penyimpangan biaya yang diperlihatkan dalam laporan kinerja manajer, tetapi yang terutama adalah sebagai manfaat dengan memberi informasi bagaimana kegiatan yang menjadi tugas manajer pusat pertanggungjawaban dilakukan. Melalui informasi ini diharapkan akan timbul motivasi bagi manajer untuk bekerja lebih efektif dan efisien serta dapat melakukan tindakan korektif yang diperlukan agar hasil yang diperoleh merupakan yang terbaik dengan tidak mengesampingkan tujuan perusahaan.

Pengertian akuntansi pertanggungjawaban menurut Hansen dan Mowen adalah alat fundamental untuk pengendalian manajemen dan ditentukan melalui empat elemen penting, yaitu: pemberian tanggung jawab, pembuatan ukuran kinerja atau benchmarking, pengevaluasian kinerja dan pemberian penghargaan. Akuntansi pertanggungjawaban bertujuan memengaruhi perilaku dalam cara tertentu sehingga seseorang atau kegiatan perusahaan akan disesuaikan dalam cara tertentu bersama.

Menurut Mulyadi (2001:175), informasi akuntansi pertanggungjawaban yang berupa informasi yang akan datang bermanfaat untuk: a) Informasi akuntansi sebagai dasar penyusunan anggaran. b) Informasi akuntansi sebagai penilaian kinerja manager

pusat pertanggungjawaban. c) Informasi akuntansi sebagai pemotivasi manager. d) Informasi akuntansi memungkinkan pengelolaan aktivitas. e) Informasi akuntansi memungkinkan pemantauan efektivitas program pengelolaan aktivitas.

Ada empat tipe pusat pertanggungjawaban yang didasarkan kepada sifat masukan dalam bentuk biaya dan sifat keluaran dalam bentuk pendapatan ataupun secara bersama-sama, yaitu sebagai berikut.

- a) Pusat Pendapatan (Revenue Center) Pusat pendapatan adalah suatu pusat pertanggungjawaban dalam suatu organisasi yang kinerja manajerialnya dinilai atas dasar pendapatan dalam pusat pertanggungjawaban yang dipimpinnya.
- b) Pusat Biaya (Cost Center) Pusat biaya adalah suatu pusat pertanggungjawaban atas suatu unit organisasi dalam suatu organisasi yang kinerja manajernya dinilai atas dasar beban biaya dalam pusat pertanggungjawaban yang dipimpinnya.
- c) Pusat Laba Pusat laba adalah suatu pusat pertanggungjawaban dalam suatu organisasi yang kinerja manajernya dinilai atas dasar selisih pendapatan dengan beban biayanya dalam pusat pertanggungjawaban yang dipimpinnya.
- d) Pusat Investasi (Investment Centre) Pusat investasi adalah suatu pusat pertanggungjawaban dalam suatu organisasi yang kinerja manajernya dinilai atas dasar pendapatan, beban dan sekaligus investasi (aktiva atau modal) pada pusat pertanggungjawaban yang dipimpinnya.

8.3 Harga Transfer (Transfer Pricing)

Harga transfer adalah harga yang dibebankan pada satu divisi yang memberikan barang atau jasa pada divisi lain pada suatu entitas atau harga barang atau jasa yang ditransfer diantara pusat-pusat pertanggungjawaban. Harga transfer tidak sama dengan harga jual. Harga jual adalah nilai produk atau jasa dari satu divisi ke divisi lain dalam suatu entitas (transaksi antar divisi secara internal entitas). Harga

transfer di satu pihak (divisi penjualan) merupakan pendapatan bagi pusat pertanggungjawaban yang menjual produk atau jasa.

Harga transfer pada umumnya dilakukan oleh entitas yang bersifat desentralisasi dan pusat pertanggungjawaban dilakukan melalui pusat laba (profit center) dan pusat investasi (investman center). Entitas yang bersifat desentralisasi maka keputusan penentuan biaya produksi dan harga jual produk akan menjadi wewenang masing-masing divisi. Terjadinya transaksi antar divisi (transfer pricing) sebaiknya entitas (kantor pusat) tidak melakukan intervensi karena pengukuran kinerja masing-masing divisi dari perolehan labanya. Penentuan transfer pricing harus memenuhi tiga kriteria, yaitu:

1. Penilaian kinerja yang akurat. Penentuan harga yang tidak boleh menguntungkan satu divisi dan merugikan divisi lainnya
2. Keseluruhan tujuan. Penentuan harga harus dapat memaksimalkan laba entitas secara keseluruhan.
3. Otonomi atau kebebasan divisi dalam mengambil keputusan. Setiap divisi yang terlibat dalam transaksi berhak untuk memutuskan atau menolak tawaran tersebut tanpa campur tangan dari kantor pusat.

8.4 Penetapan Harga Transfer

Penetapan harga transfer bagi divisi penjual dan divisi pembeli seharusnya mempertimbangkan biaya peluang (*opportunity cost*). Pertimbangan biaya peluang adalah adanya harga transfer minimum bagi divisi penjual dan harga transfer maksimum bagi divisi pembeli.

- a. Harga transfer minimum (*minimum transfer pricing*) adalah harga transfer divisi penjual tidak lebih rendah dibandingkan penjualan di luar entitas atau tidak menimbulkan kerugian bagi divisi penjual.
- b. Harga transfer maksimum (*maximum transfer pricing*) adalah harga transfer bagi divisi pembeli tidak lebih tinggi dibandingkan

pembelian di luar atau tidak menimbulkan kerugian bagi divisi pembeli.

Penggunaan penetapan harga transfer dapat bervariasi berdasar pada sifat usahanya. Terdapat tiga pendekatan utama terkait dalam penetapan harga transfer, yaitu:

- a. Harga Transfer Berdasarkan Harga Pasar (*Market Based Transfer Prices*)
- b. Harga Transfer Berdasarkan Biaya (*Cost Based Transfer Prices*)
- c. Harga Transfer Negosiasi (*Negotiation Based Transfer Pricing*)

8.5 Soal

1. Jelaskan Hubungan Pusat Pertanggungjawaban dengan Struktur Organisasi!
2. Apa maksud dari Akuntansi Pertanggungjawaban?
3. Akuntansi Pertanggungjawaban terjadi karena adanya wewenang, tanggungjawab dan tanggung gugat. Jelaskan!

BAB 9

AKUNTANSI DAN MANAJEMEN LINGKUNGAN

Capaian Pembelajaran:

1. Mampu menyebutkan pengertian akuntansi lingkungan
2. Mampu menghitung biaya lingkungan dan klasifikasi biaya lingkungan.
3. Mampu menyusun laporan biaya lingkungan dan pengendalian biaya lingkungan.
4. Mampu memahami Laporan Keberlanjutan.

Semakin meningkatnya kerusakan lingkungan dan sosial yang disebabkan oleh pertumbuhan penduduk, perusahaan yang tidak bertanggungjawab dan kurang pedulinya masyarakat terhadap lingkungan sekitar mengharuskan perlunya pengelolaan sumber daya yang berkelanjutan, hal ini diperuntukan untuk menjaga kelestarian sosial dan lingkungan.

Meningkatnya tekanan dari masyarakat peduli lingkungan mendorong dunia usaha untuk memperluas penyajian informasi perusahaannya, tidak hanya laporan keuangan namun juga non keuangan. Tujuan dari akuntansi manajemen adalah untuk memberikan informasi untuk pengambilan keputusan.

9.1 Akuntansi dan Manajemen Lingkungan.

Schaltegger et al (1996) mendefinisikan akuntansi lingkungan sebagai suatu sub area dalam akuntansi yang berhubungan dengan aktivitas, metoda dan sistem pencatatan, analisis, dan pelaporan informasi lingkungan terkait dengan dampak-dampak finansial dan ekologis dari suatu sistem ekonomi korporasi. Menurut Gray dan Bebbington (2001), ruang lingkup akuntansi lingkungan mencakup: Pertama, pertanggung jawaban kewajiban dan risiko

kontinjen; kedua, pertanggung jawaban atas revaluasi aset dan proyeksi modal; ketiga, analisis biaya dalam area-area penting seperti energi, limbah dan proteksi lingkungan; keempat, pengembangan sistem akuntansi dan sistem informasi baru yang melingkupi semua area performa lingkungan; kelima, menilai costs dan benefits dari program-program lingkungan; keenam, Pengembangan teknik-teknik akuntansi yang dapat mengungkap nilai aset, kewajiban dan ekuitas dalam terminologi ekologi.

9.2 Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan Akuntansi Tanggung Jawab Sosial

Paradigma CSR mengalami pergeseran pendekatan dari traditional-pasif menjadi pendekatan baru-positif, sebelum tahun 2000, CSR masih dipandang sebagai kewajiban atau tanggung jawab perusahaan kepada masyarakat. Setelah tahun 2000, CSR telah menjadi strategi perusahaan. Galan (2006) menyebutkan bahwa adanya pergeseran paradigma dari pendekatan tradisional (mandatoris/kewajiban) menuju pendekatan strategis baru (mendukung tujuan perusahaan). cara pandang perusahaan dengan pendekatan tradisional cenderung melakukan CSR untuk berbuat baik agar terlihat baik, sedangkan perusahaan yang menggunakan pendekatan strategis baru akan melakukan CSR dengan baik dan berbuat baik. Beberapa ahli mengatakan bahwa perusahaan yang mempraktikkan strategis CSR akan menjalankan bisnisnya dengan manfaat yang maksimal dalam jangka panjang (Carroll, 1991; Porter & Kramer, 2006). Carroll (1991) menyarankan implementasi strategi CSR untuk membantu perusahaan dalam mencapai tujuan-tujuan yang strategis dalam bentuk piramida CSR.

Piramida CSR yang diterbitkan oleh Carrol pada tahun 1991 terdiri dari empat kategori yaitu: Tanggung Jawab Ekonomi (mendapatkan untung), Tanggung Jawab Hukum (patuhi hukum), Tanggung Jawab Etis (beretika), dan Tanggung Jawab Filantropis (menjadi warga

korporat yang baik) (Sukoharsono, 2019b). Keempat kategori tersebut akan dimasukkan ke sudut pandang ekonomi dan sosial dari CSR dan tujuan dari pemangku kepentingan, Piramida Carrol dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Sumber: (Carroll, 1991)

Tanggung jawab ekonomi adalah dasar untuk semua tanggung jawab lainnya dan sebagai dasar dari operasi perusahaan. Kepuasan tanggung jawab ekonomi adalah tujuan utama perusahaan, yakni untuk menghasilkan keuntungan bagi perusahaan dan untuk bertahan hidup dan terus tumbuh. Perusahaan melakukan peran utama, seperti memproduksi barang dan jasa berdasarkan kebutuhan konsumen dan mendapatkan keuntungan dalam prosesnya (Carroll, 1991).

Selain menjadi perusahaan yang menguntungkan, perusahaan harus menjalankan bisnis berdasarkan hukum dan peraturan oleh pemerintah federal, negara bagian, dan lokal (Carroll, 1991). Hukumnya jelas dan pasti karena ada tertulis termasuk aturan apa yang harus dilakukan dan apa yang tidak boleh dilakukan dan ada yang pasti sanksi atas pelanggaran. Lapisan berikutnya adalah tanggung jawab etis, Carroll

(1991) mengatakan bahwa tanggung jawab etis mewakili standar, norma, atau harapan yang mereplikasi kepedulian klien, staf, pemegang saham dan publik tentang keadilan, menjaga dengan menghormati atau melindungi hak pemangku kepentingan.

Tanggung jawab etis adalah tanggung jawab tidak tertulis, aturan, dan harapan para pemangku kepentingan. Tanggung jawab Filantropi mencakup aktivitas perusahaan sebagai respons terhadap harapan masyarakat manfaat apa yang diberikan oleh bisnis kepada warga masyarakat (Carroll, 1991). Kegiatan utama dalam tanggung jawab filantropis adalah untuk mempromosikan kesejahteraan manusia atau niat baik, seperti kontribusi untuk seni, budaya dan pendidikan untuk masyarakat. Perusahaan menyumbangkan uang, fasilitas, dan karyawan mereka waktu untuk program atau tujuan kemanusiaan pada tingkat yang diinginkan.

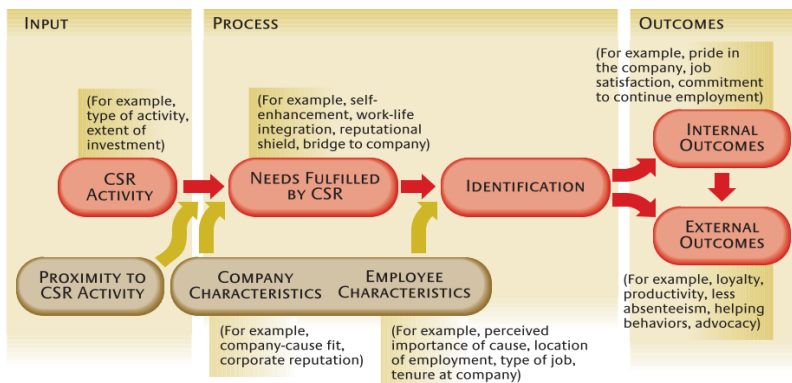
Piramida Carroll yang telah menyempurnakan konsep- konsep CSR sebelumnya masih memiliki kelemahan, diantaranya: piramida bagian bawah yaitu motif ekonomi tetap menyiratkan bahwa ekonomi adalah faktor utama bagi perusahaan dalam melakukan operasi bisnisnya, terlihat pada piramida ini porsi ekonomi cukup besar dibandingkan porsi hukum, etis, dan sukarela. Hal ini menyiratkan sisi materialisme yang kental, meski bagaimanapun tujuan perusahaan beroperasi pasti mengutamakan sisi materi, apabila tidak bermanfaat dan menghasilkan materi maka perlu pertimbangan bagi perusahaan dalam mengeluarkan dana tanggungjawab sosialnya. Justru kedermawanan hanya mendapatkan porsi kecil di pucuk piramida.

Penulis mempertanyakan benarkan konsep CSR yang dibangun selama ini memang berasal dari hati/sukarela perusahaan atau merupakan hal-hal yang dipaksakan hadir karena motif ekonomi (profit oriented) sudah tidak dapat menjaga perusahaan agar terus mendapatkan legitimasi dari konsumen. Sehingga konsep CSR yang ada hanyalah propaganda perusahaan untuk membujuk konsumen dalam rangka membeli produknya ataupun membeli saham

perusahaannya dengan bertopeng kegiatan CSR (Bojonegoro & Rizkylojiwo, 2013). Bisa kita renungkan sama-sama apa yang menjadi motif perusahaan sebenarnya.

Program CSR sebaiknya dimasukkan ke dalam rantai nilai perusahaan sehingga dapat memberikan kontribusi pada aktivitas utama dan penunjang. Program CSR yang terintegrasi dengan rantai nilai perusahaan akan mampu meningkatkan keuntungan yang lebih tinggi apabila dibandingkan dengan yang tidak terintegrasi dengan rantai nilai perusahaan (Porter & Kramer, 2006). Praktik CSR merupakan investasi jangka panjang yang pada akhirnya akan meningkatkan reputasi dan goodwill perusahaan, sehingga meningkatkan daya saing perusahaan.

Praktik CSR dapat menciptakan peluang bisnis baru, menurut Bhattacharya, et.al (2008) harus diarahkan pada tiga hal, yaitu: Mendesain dan mengintegrasikan aktivitas CSR kedalam rantai nilai perusahaan agar lebih efisien dan efektif, merencanakan jenis atau bentuk kegiatan CSR yang dapat mendorong daya saing perusahaan/usaha dan implementasi program CSR memberikan peluang untuk bisnis yang baru di masa akan datang. Perusahaan sekarang perlu mengubah pendekatan mereka ke manajemen CSR jika mereka ingin sepenuhnya menyadari pengembalian yang dijanjikan CSR. Berikut tujuh faktor yang perlu mendapat perhatian khusus dapat dilihat pada bagan dibawah ini:



Sumber: (Bhattacharya et al., 2008).

Dunia saat ini mengalami krisis sosial, lingkungan dan kesehatan yang kian serius dan menakutkan. Akuntansi dan akuntan dianggap sebagai salah satu penyebabnya. Karena bertahan dengan GAAP konvensional maka perlakuan akuntansi untuk pelaporan informasi biaya tanggung jawab sosial dan lingkungan (CSR) menjadi beban periodik perseroan (expense). Dilema Akuntansi apakah bertahan pada GAAP konservatif atau bertransformasi menuju Green Accounting/ Sustainability Accounting. (Lako, 2016).

Definisi dari Akuntansi pertanggung jawaban sosial (Social Responsibility Accounting) adalah proses seleksi variabel-variabel kinerja sosial perusahaan, berdasarkan ukuran dan prosedur pengukuran, dan secara sistematis mengembangkan informasi yang bermanfaat untuk mengevaluasi kinerja sosial perusahaan dan mengkomunikasikan informasi tersebut kepada kelompok sosial yang tertarik, baik di dalam maupun di luar perusahaan. Akuntansi pertanggung jawaban sosial dapat memberikan informasi mengenai sejauh mana organisasi atau perusahaan memberikan kontribusi positif maupun negatif terhadap kualitas hidup manusia dan lingkungannya (Ramanathan, 1976).

Akuntansi CSR (CSR accounting) adalah perluasan dari akuntansi sosial (social accounting) dan akuntansi lingkungan (environmental accounting). Meski berbeda istilah, namun esensinya hampir sama. Gray et.al. (1985) mengartikan akuntansi sosial sebagai proses pengkomunikasian dampak-dampak sosial dan lingkungan dari tindakan-tindakan ekonomi perusahaan untuk kelompok-kelompok kepentingan tertentu dalam masyarakat. Definisi itu didasarkan asumsi bahwa eksistensi suatu perusahaan tidak hanya sekedar menghasilkan laba untuk pemegang sahamnya (stockholders). tetapi bertanggung jawab secara luas kepada para pemangku kepentingan lainnya (stakeholders).

Menurut Elkington (1997), akuntansi sosial bertujuan menilai dampak-dampak (effects) dari suatu korporasi terhadap masyarakat,

baik di dalam maupun di luar perusahaan. Dampak itu mencakup relasi komunikasi, kenyamanan produk, aktivitas pelatihan, inisiatif pendidikan, sponsorship, aktivitas amal, donasi uang dan waktu serta mempekerjakan kelompok masyarakat yang tidak beruntung. Karena itu, ruang lingkup akuntansi sosial mencakup:

Uraian	PABU Akuntansi Konservatif	PABU Akuntansi Hijau
Pengakuan	Kebanyakan diakui sebagai beban periodik (expense) karena menganggap manfaat ekonomik masa datangnya tidak pasti	Kebanyakan diakui sebagai investasi
Pengukuran Nilai	Nilai pengorbanannya pasti, sementara nilai manfaat ekonomik masa datangnya tidak pasti dan sulit diukur	Nilai pengorbanan dan nilai manfaat ekonomi dan non ekonomik dimasa akan datang cukup pasti dan dapat diukur
Pencatatan, Peringkasan dan Pelaporan Informasi	Dicatat sebagai biaya periodik yang mengurangi aset dan dilaporkan sebagai biaya tanggung jawab Sosial Lingkungan (TJSL) dalam Laporan Laba Rugi.	Dicatat sebagai investasi TJSL yang tidak mengurangi aset dan dilaporkan dalam kelompok investasi TJSL atau aset tak berwujud (ATB).
Dampak Periodik	Menurunkan nilai aset, menaikkan biaya	

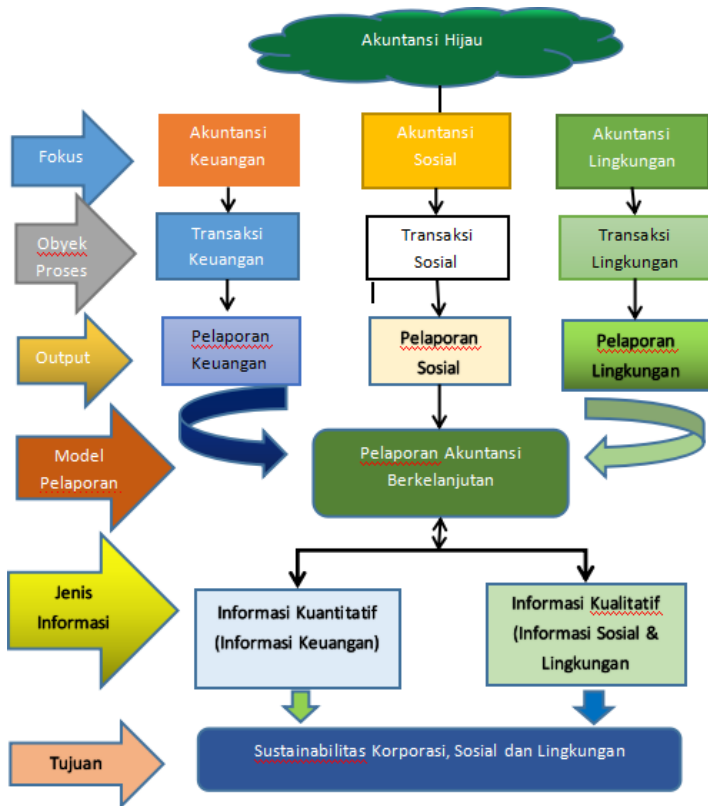
	periodik, dan menurunkan laba, pajak, dan ekuitas pemilik, serta meningkatkan resiko finansial.	
Korporasi enggan melakukan TJSL (CSR) atau meminimumkan CSR.	Tidak menurunkan nilai aset, laba dan ekuitas pemilik.	

Pertama, Identifikasi sasaran dan nilai-nilai sosial perusahaan; kedua, Identifikasi siapa saja stakeholder perusahaan; ketiga, Menentukan indikator untuk mengukur kinerja sosial dan target-target yang mau dicapai; keempat, mengukur kinerja, melakukan pencatatan, dan mempersiapkan akun-akun (accounts) dengan menggunakan prinsip kualitatif akuntansi seperti relevansi, reliabilitas, understandability, objektivitas dan konsistensi; kelima, mencatat opini stakeholder agar bisa menyajikan baseline komparasi di masa depan; keenam, menyertakan accounts dalam audit independen, dan ketujuh, mempublikasikan accounts dalam pelaporan keuangan.

Transformasi PABU Konservatif menuju Akuntansi Hijau, Pengorbanan sumberdaya ekonomi untuk CSR. Ada beberapa hal yang menjadi perbedaan baik dari segi pengakuan, pengukuran nilai, pencatatan, peringkasan dan pelaporan informasi, serta dampak periodik antara PABU Konservatif dan PABU Akuntansi Hijau.

Bila digabungkan, dasar akuntansi CSR adalah suatu proses pengukuran, pencatatan, pelaporan dan pengungkapan informasi terkait efek-efek sosial dan lingkungan dari kegiatan-kegiatan ekonomi perusahaan bagi kelompok-kelompok tertentu dalam masyarakat atau yang menjadi stakeholder perusahaan. Ada dua dimensi utama dalam

akuntansi CSR. Pertama, melaporkan dan mengungkap biaya dan keuntungan dari aktivitas ekonomi perusahaan yang secara langsung berdampak pada profit (laba). biaya dan keuntungan tersebut bisa dihitung secara akuntansi. Kedua, melaporkan biaya dan keuntungan dari transaksi ekonomi perusahaan yang berdampak langsung pada individu, masyarakat dan lingkungan. keuntungan itu sulit diukur sehingga pelaporannya mesti dilakukan secara kualitatif. Bagan 2.2. dibawah ini merupakan model rerangka Akuntansi Hijau (Green Accounting).



Sumber: (Lako, 2016)

Asumsi yang mendasari akuntansi CSR adalah perusahaan tidak hanya memiliki tanggung jawab ekonomi untuk memaksimalkan laba (profits oriented) sebagai upaya untuk meningkatkan nilai kekayaan

pemegang saham. Tetapi, juga memiliki tanggung jawab moral dan etis untuk meningkatkan nilai, kapasitas dan kualitas masyarakat (people) dan lingkungan (planet) yang turut menanggung dampak dari aktivitas ekonomi perusahaan. Karena memiliki tiga dimensi tujuan yang terintegrasi maka akuntansi CSR disebut juga *triple bottom line accounting*.

Intinya, pelaporan keuangan oleh suatu perusahaan harus mencakup informasi ekonomi, sosial dan lingkungan. Tujuannya, agar perusahaan bisa berkembang secara berkelanjutan. Hal ini disebabkan investor dan stakeholders akan kian mengapresiasi perusahaan karena mereka mendapatkan informasi yang lebih komprehensif tentang kinerja, risiko, intangible values dan prospek perusahaan.

9.3 Laporan Keberlanjutan (Sustainability Report).

Pelaporan Keberlanjutan (GRI), GRI didirikan pada tahun 1997 sebagai program di bawah Ceres, sebuah organisasi yang berbasis di AS. Pada tahun 2000, GRI menjadi organisasi non pemerintah yang independen, internasional, dan memindahkan kantor pusatnya ke Amsterdam, Belanda. Pedoman GRI untuk Pelaporan Keberlanjutan dibuat diakhir tahun 1990-an untuk membantu para manajer bisnis untuk memperhitungkan, dalam pengambilan keputusan mereka, dampak yang lebih luas dari keputusan mereka; untuk membantu pemegang saham mengevaluasi kinerja penuh dari investasi mereka; dan untuk menciptakan bahasa yang sama bagi semua masyarakat untuk berdialog tentang bagaimana memantau dan mengkomunikasikan kinerja ekonomi, sosial dan lingkungan organisasi. Perusahaan secara sukarela mengikuti Pedoman GRI untuk pelaporan keberlanjutan.

Pedoman Pelaporan Keberlanjutan GRI pertama kali diterbitkan pada tahun 2000 dan versi kedua, G2, menyusul pada 2002. Pada Oktober 2006 versi G3 diluncurkan, berikutnya versi G4 diluncurkan tahun 2013. Pada tahun 2015, GRI membentuk Global Sustainability Standard Board (GRI GSSB) yang secara spesifik bertugas menangani

pengembangan standar laporan keberlanjutan. Menjelang kuartal keempat tahun 2016, GRI GSSB mulai memperkenalkan GRI Standards yang kemudian diluncurkan di Indonesia pada tahun 2017. GRI Standards akan mulai efektif berlaku pada tanggal 1 Juli 2018 (Williams, 2011).

9.4 Laporan Terintegrasi (Integrated Reporting)

Menurut International Integrated Reporting Committee (IIRC), Laporan Terintegrasi adalah komunikasi singkat tentang bagaimana strategi, tata kelola, kinerja, dan prospek organisasi, dalam konteks lingkungan eksternalnya, mengarah pada penciptaan nilai dalam jangka pendek, jangka menengah, dan jangka panjang.

Inteegrated Reporting (IR) adalah jenis pelaporan yang mencakup lebih luas dan lebih banyak dari SR. IR adalah komunikasi singkat tentang integrasi strategi organisasi dengan tata kelola entitas, tiga dimensi keberlanjutan dan bagaimana dimensi keberlanjutan dan bagaimana dimensi keberlanjutan tersebut menciptakan nilai jangka pendek, menengah dan panjang.

Menurut The International Integrated Reporting Committee (IIRC), Laporan Terintegrasi adalah suatu proses yang didasarkan pada pemikiran yang terintegrasi yang menghasilkan laporan terintegrasi secara berkala oleh sebuah organisasi tentang penciptaan nilai dari waktu ke waktu dan komunikasi terkait mengenai aspek penciptaan nilai.

Standar Integrated Reporting dibuat oleh council yang bernama IIRC (The International Integrated Reporting Committee) telah didukung oleh pebisnis dan investor lebih dari 25 negara, selain juga beberapa lembaga penyusun standar internasional duduk di council yang mengawasi Board penyusun standar IR. Diantaranya adalah perwakilan IASB (yang menyusun IFRS). IFAC (Organisasi Akuntan Internasional), Dan GRI.

Integrated report adalah suatu komunikasi yang ringkas dan terintegrasi tentang bagaimana strategi, tatakelola dan remunerasi, kinerja dan prospek suatu organisasi menghasilkan penciptaan nilai dalam jangka pendek, menengah dan jangka panjang. Perlu ditekankan bahwa sebuah integrated report bukan sekedar suatu laporan yang menggabungkan laporan keuangan dan laporan berkelanjutan. Dalam membuat integrated reporting IR fokus entitas adalah melaporkan bagaimana entitas menciptakan nilai untuk keberlanjutan entitas dimasa depan.

Tujuan utama dari Integrated Reporting adalah untuk menjelaskan kepada penyedia modal keuangan bagaimana organisasi menciptakan nilai dari waktu ke waktu. Sebuah laporan yang terintegrasi menguntungkan semua stakeholder yang tertarik pada kemampuan organisasi dalam menciptakan nilai dari waktu ke waktu, termasuk karyawan, pelanggan, pemasok, mitra bisnis, masyarakat lokal, legislator, regulator dan pembuat kebijakan.

Proses Integrated Reporting juga akan menguntungkan manajemen dan pihak yang bertanggungjawab atas tata kelola, karena mereka akan memiliki informasi yang lebih baik dan dapat menjadi dasar keputusan tentang bagaimana organisasi dapat menciptakan nilai dalam jangka pendek, menengah dan panjang.

a. Perbedaan Integrated Reporting dan Sustainability Reporting

Secara umum, *Integrated Reporting dan Sustainability Reporting* memiliki perbedaan tujuan. Sustainability Reporting bertujuan untuk membantu organisasi dalam menetapkan tujuan. Mengukur kinerja dan mengelola perubahan menuju ekonomi global yang berkelanjutan, salah satunya yang menggabungkan keuntungan jangka panjang dengan tanggung jawab sosial dan peduli lingkungan. Sedangkan Integrated Reporting berfokus untuk melaporkan penciptaan nilai entitas dengan membuat semua jenis pelaporan menjadi terpadu atau terintegrasi.

b. Kerangka Prinsip Integrated Reporting

IIRC mengeluarkan kerangka prinsip pelaporan terintegrasi yang bersifat internasional atau Internasional Framework (IR).

Tujuan dari Integrated Reporting Framework adalah untuk membangun panduan prinsip dan elemen elemen yang mengatur keseluruhan isi yang mengatur Integrated Report dan untuk menjelaskan konsep dasar yang mendukungnya. Integrated Reporting Framework adalah suatu kerangka untuk:

Mengidentifikasi informasi untuk dimasukkan secara terpadu laporan untuk digunakan dalam menilai kemampuan organisasi untuk menciptakan nilai; tidak menetapkan standar untuk seperti hal hal kualitas strategi organisasi atau tingkat kinerjanya.

Ditunjukkan kepada sektor swasta, untuk entitas dari berbagai ukuran. Tetapi kerangka ini juga dapat diterapkan dan disesuaikan seperlunya untuk digunakan oleh sektor publik dan organisasi nirlaba. Berikut ini adalah pedoman prinsip prinsip yang mendasari penyusunan Integrated Reporting menginformasikan isi laporan dan bagaimana informasi disajikan:

Fokus strategi dan orientasi masa depan; Integrated Reporting (IR) harus memuat informasi mengenai strategi entitas dan bagaimana strategi ini menciptakan nilai untuk jangka pendek, menengah dan jangka panjang dan bagaimana dampaknya terhadap modal. Konektivitas informasi; Integrated Reporting (IR) harus menunjukkan gambaran menyeluruh kombinasi keterhubungan dan ketergantungan dan faktor faktor yang mempengaruhi penciptaan nilai.

Keterhubungan para pemangku kepentingan; ; Integrated Reporting harus menyediakan informasi bagaimana kualitas hubungan entitas dengan para key stakeholders. Juga harus menjelaskan seberapa jauh perusahaan harus memahami kebutuhan para pemangku kepentingan dan merespon kebutuhan dan kepentingan mereka.

Materialitas; Integrated Reporting harus menunjukkan informasi hal hal material yang secara substantif mempengaruhi proses penciptaan nilai jangka pendek, menengah dan panjang.

Keringkasan; Integrated Reporting harus ringkas

Keandalan dan Kelengkapan; Integrated Reporting harus lengkap memuat hal hal yang berifat material dan bebas dari kesalahan material. Konsistensi dan keterbandingan: informasi yang dimuat dalam Integrated Reporting harus konsisten dari waktu ke waktu dan dapat dibandingkan dengan laporan dan entitas lain.

9.5 Transformasi Corporate Social Responsibility menuju Revolusi Industri 4.0: Strategi dan Tantangannya

Revolusi Industri 1.0 berawal di Inggris sekitar th 1760 sampai dengan 1840, pada tahun tersebut terjadi perubahan proses manufaktur dari tenaga manusia ke mesin, hal ini diawali dengan ditemukannya tenaga uap oleh James Watt di tahun 1764, yang kemudian diikuti oleh penemuan-penemuan lain yang sangat bermanfaat bagi dunia industry. Tetapi dampak negative dari penemuan-penemuan tersebut adalah bergantinya peran manusia sebagai tenaga kerja yang digantikan oleh tenaga mesin, hal ini menyebabkan pengangguran masal yang menyebabkan demo besar-besaran, memprotes kebijakan perusahaan yang telah melakukan pemecatan besar-besaran karena penggunaan tenaga mesin. Perusahaan berargumen kalau tenaga mesin jauh lebih murah dibandingkan tenaga manusia.

Revolusi Industri 2.0 terjadi pada tahun 1840 sampai dengan 1870, terdapat perubahan penelitian listrik, diawali dengan ditemukannya telegraf kode morse, kemudian di tahun 1870-1879, Thomas Alpa Edison menemukan pita kertas dan lampu. Tahun 1908 Henry Ford mengubah pabriknya dengan ban berjalan, ban berjalan menurunkan harga hingga 300 % hal ini menjadikan Ford menguasai pasar mobil pada saat itu. Puncak dari dampak dari persaingan pasar mobil terjadi

di tahun 1930, Industri mobil turun drastis, dari 250 perusahaan menjadi 20 perusahaan.

Revolusi Industri 3.0 berawal pada tahun 1970 ditandai dengan penemuan berupa mesin industri dapat berjalan sendiri yang mengakibatkan biaya produksi menjadi murah, di industri musik lahir musik digital yang bisa dinikmati masyarakat tanpa harus membeli kaset maupun disc. Pada dunia fotografi inovasi yang terjadi adalah mengambil gambar dan mengirim dapat dilakukan dengan cepat dan mudah, tanpa diperlukan kertas film sebagai medianya.

Revolusi Industri 4.0 dimulai sejak tahun 2000, mesin-mesin yang menggunakan operator diganti menjadi mesin-mesin full automatic, tenaga manusia menjadi sedikit. Sebagai contoh penjaga pintu parkir dengan adanya e-parking, google mengembangkan “self driving car” sehingga tidak memerlukan tenaga manusia dalam berkendara. Hal ini akan berdampak pada masyarakat (people) dan lingkungan (Planet). Perusahaan yang hanya mengutamakan keuntungan (Profit) akan bermasalah dengan masyarakat dan lingkungan.

Konsep Corporate Social Responsibility (CSR) yang dicetuskan oleh John Elkington (1997) dikenal dengan nama triple bottom line (Planet, People dan Profit). Konsep tersebut belum bisa memenuhi perkembangan ekonomi, sosial dan budaya sekarang ini, banyak tantangan yang harus dihadapi dengan adanya revolusi industri 4.0, Sukoharsono (2019) mencetuskan konsep baru yang bisa melengkapi konsep triple bottom line, konsep tersebut dinamakan Pentaple Bottom Line yang terdiri dari Planet, People, Profit, Phenotechnology dan Prophet. Konsep ini tidak hanya mengedepankan hal-hal yang bersifat material tapi juga hal-hal yang berhubungan dengan immaterial.

a. Revolusi Industri dari zaman ke zaman

Revolusi Industri adalah perubahan dari pola hidup dan pola pikir, yang berpengaruh terhadap ekonomi, sosial dan budaya, berawal di Inggris pada akhir abad ke 18, masyarakat mulai mengubah cara

berpikir dan cara hidupnya, yang semula agraris bergeser menjadi industri.

Revolusi industri 1.0

Tenaga produksi masih menggunakan tenaga manusia, pengerjaan juga masih tradisional, produksi dilakukan dari rumah ke rumah. Negara-negara koloni Inggris merupakan sumber bahan baku dan sebagai daerah pemasaran industri. Faktor kunci terjadinya Revolusi Industri juga dipengaruhi oleh timbulnya revolusi di bidang ilmu pengetahuan yang mulai berkembang sejak pertengahan abad ke-16. Saat itu muncul banyak ilmuwan yang mengembangkan ilmu pengetahuan dengan melakukan riset dan penelitian. Ditemukannya mesin-mesin dengan tenaga uap adalah awal dari inovasi dalam bidang industri.

Sektor industri yang mengawali Revolusi Industri 1.0, diantaranya: pertama, Industri Tekstil Di awal era industrialisasi dan mekanisasi, inovasi di sektor industri tekstil mengalami perkembangan yang luar biasa. Hal ini diawali dengan pembuatan mekanisasi mesin pintal. Mesin pintal merupakan temuan inovasi yang mengubah corak sektor industri tekstil. Produksi tekstil yang sebelumnya menggunakan tenaga manusia berubah menggunakan tenaga mesin yang tentu bisa lebih efisien dan efektif.

Produktivitas produksi tekstil mengalami peningkatan beberapa kali lipat. Tumpuan industri tekstil yang semula menggunakan tenaga manusia berubah menjadi tenaga mesin. Kedua, Industri Besi dan Baja, perkembangan inovasi di sektor pertambangan juga mengalami kemajuan pesat. Dengan ditemukannya inovasi produksi, proses pembuatan besi dan baja yang lebih murah merupakan tonggak sejarah berkembangnya industri permesinan dan transportasi. Besi dan baja mendukung perkembangan revolusi industri berikutnya. Besi dan baja keduanya merupakan bahan penting yang digunakan untuk pembuatan berbagai peralatan dan infrastruktur penting lainnya. Industri

Transportasi Sebelum revolusi industri barang-barang hasil produksi diangkut dengan menggunakan tenaga hewan. Namun setelah ditemukannya mesin uap dan kapal uap proses pengiriman barang produksi ke lokasi yang jauh bisa menggunakan kapal laut dan kereta api.

Revolusi Industri 2.0

Pada periode ini terjadi kemajuan industri yang sangat cepat di Inggris, Jerman, Amerika, Perancis, dan Jepang. Selanjutnya revolusi industri ini menyebar ke seluruh Eropa dan Amerika. Revolusi industri 2.0 ini merupakan kelanjutan yang tidak terpisahkan dari revolusi industri sebelumnya yang mulai di Inggris pada abad ke-18. Revolusi Industri 2.0 dikenal juga dengan revolusi teknologi dimana dalam periode ini terjadi lompatan besar dan radikal dalam perkembangan teknologi dan budaya masyarakat. Inovasi pada periode ini merupakan pengembangan industri sebelumnya dengan berbasis ilmu pengetahuan dan teknologi dan berlangsung sekitar tahun 1900- 1960 dengan ditemukannya mekanisasi sistem produksi massal dengan menggunakan jalur perakitan yang lebih efektif dan efisien, serta adanya standarisasi mutu dan kualitas.

Beberapa inovasi dan kemajuan pada periode revolusi industri 2.0 antara lain: Pengembangan sumber daya energi seperti minyak bumi, batubara sebagai sumber bahan bakar baru. Periode awal teknologi listrik yaitu penemuan arus listrik AC dan DC yang bisa difungsikan untuk pembuatan motor listrik (elektrifikasi). Inovasi baru produksi besi dan baja dalam skala besar. Produksi massal mobil dan pesawat sebagai alat transportasi massal. Meluasnya pemakaian mesin industri untuk manufaktur. Meluasnya penggunaan telegraf yang memungkinkan untuk melakukan komunikasi jarak jauh. Penggunaan teknologi listrik yang diterapkan ke dalam teknologi transportasi dan telekomunikasi merupakan lompatan besar bagi perkembangan di sektor industri.

Revolusi industri 3.0

Perkembangan jaman mendorong kita untuk melakukan inovasi. Di mulai dengan Revolusi industri 1.0 yang ditandai dengan ditemukannya mesin untuk industri, revolusi industri 2.0 ditandai dengan penemuan teknologi listrik untuk industri dan berikutnya revolusi industri 3.0 yang diawali dengan munculnya teknologi informasi dan elektronik yang masuk ke dalam dunia industri yaitu sistem otomatisasi berbasis komputer dan robot. Peralatan industri sudah tidak lagi dikendalikan oleh manusia, namun sudah dikendalikan oleh komputer atau lebih dikenal dengan istilah komputerisasi. Pada periode tahun 1960-2010 melahirkan inovasi pengembangan sistem perangkat lunak untuk memanfaatkan perangkat keras elektronik. Banyak penemuan-penemuan dan pembuatan perangkat elektronik yang memungkinkan untuk melakukan otomatisasi operasional mesin-mesin menggantikan peran operator produksi. Beberapa inovasi dan kemajuan pada periode revolusi industri 3.0 antara lain: Teknologi komputer, akses internet, peralatan elektronik smartphone, inovasi sistem perangkat lunak, Inovasi dan pengembangan sumber energi baru.

Revolusi industri 4.0

Era yang ditandai dengan adanya konektivitas manusia, data, dan mesin dalam bentuk virtual atau dikenal dengan istilah cyber physical. Perkembangan revolusi industri membawa perubahan yang sangat cepat dengan tujuan mulia menciptakan kualitas kehidupan yang lebih baik. Pada era industri 4.0 ini ada pergeseran trend inovasi ke arah teknologi digital. Di era revolusi industri 4.0 memungkinkan otomatisasi di semua bidang untuk mencapai produktivitas yang efektif dan efisien.

Penerapan sistem informasi rantai pasokan digital ke seluruh unit kerja meminimalkan peran manusia sebagai operator. Secara umum di era industri 4.0 ini peran tenaga manusia berubah dari peran operator menjadi seorang ahli dengan kompetensi yang tinggi. Istilah lain dari

revolusi industri 4.0 adalah revolusi digital dan era disrupsi teknologi. Semua bidang menggunakan otomatisasi sistem pencatatan dengan komputer. Salah satu karakteristik unik dari revolusi industri 4.0 adalah penerapan kecerdasan buatan dalam semua bidang industri. Revolusi industri 4.0 berasal dari sebuah proyek yang diprakarsai oleh pemerintah Jerman untuk mempromosikan komputer manufaktur.

Revolusi generasi empat ini ditandai dengan munculnya komputer canggih, robot pintar, kendaraan tanpa kemudi, yang memungkinkan manusia lebih mengoptimalkan fungsi otak. Di era Revolusi industri 4.0 saat ini banyak peluang-peluang yang bisa dikembangkan. Ini semua bergantung pada kreativitas untuk mencari dan menemukan peluang yang bertebaran di bidang industri masing-masing. Revolusi industri 4.0 banyak mengubah industri dan karakter pekerjaan. Menghadirkan lini-lini usaha baru, lapangan kerja baru, profesi baru yang tidak terpikirkan sebelumnya. Tuntutan kemampuan yang dibutuhkan di era industri 4.0 berubah mengikuti perkembangan teknologi. Untuk bisa bersaing di era industri 4.0, kita harus mampu membaca dan responsif terhadap perubahan dan membekali diri dengan keterampilan terkini.

Potensi dampak industri 4.0 terhadap dunia, bagi masyarakat, planet, dan sistem ekonomi kita. Dampak negatif yang kita dapat, yaitu: pertama, terjadinya pengurangan tenaga kerja atau pemecatan pada sebuah perusahaan. Hal ini merupakan dampak dari globalisasi dikarenakan berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi menyebabkan mesinisasi atau penggunaan mesin dan komputer yang menggantikan fungsi manusia sebagai tenaga kerja.

Hal ini terjadi dikarenakan pertimbangan manusia yang kurang efisien dan terlalu banyak biaya. Kedua, Individu bersifat lebih individualis dibandingkan sebelumnya. Hal ini dikarenakan privasi individu dalam globalisasi dapat dengan mudah terekspos bila bersifat lebih sosial dibandingkan sebelumnya. Ketiga, masuknya pola hidup ataupun budaya yang tidak sesuai dengan budaya kita. Dampak negatif

globalisasi ini semakin besar apabila budaya yang masuk dapat menyerap dan dijadikan sebagai salah satu nilai dalam kebudayaan kita. Contoh: budaya barat yang mengizinkan terjadinya perzinahan sangat merusak moral tiap individu yang ada dalam masyarakat Indonesia.

Dampak positif yang kita dapat pada perkembangan industri, yaitu; pertama adanya pola hidup yang serba cepat atau semakin instan. Dampak positif globalisasi ini mendukung dalam kecepatan produksi produksi barang khususnya makanan. Contoh langsungnya dibidang pertanian. Kedua, perkembangan informasi dan teknologi yang lebih pesat dan maju: Dampak positif globalisasi ini tentu saja hadir dengan sendirinya karena adanya perpaduan atau minimal pertemuan kebudayaan yang didalamnya tentu saja hasil pemikiran tentang informasi dan teknologi yang dikembangkan. Ketiga, Perbedaan yang ada dalam satu negara khususnya negara yang memiliki warga negara berbagai ras, etnis dan agama lebih mudah disatukan.

Dampak positif globalisasi ini terjadi dikarenakan adanya interaksi antara warga negara lain yang berbeda ras, etnis dan agama sehingga perbedaan yang ada diantara mereka semakin lenyap. Keempat, peningkatan ekonomi dan Kesejahteraan. Dampak positif ini hadir bila masyarakat dan negara dapat memanfaatkan kemudahan berinteraksi dengan negara lain di wilayah perekonomian, bisnis barang dan jasa. Apalagi dengan menggunakan e-commerce, ekspor dan impor barang. Kelima, peningkatan kesehatan, karena adanya pertukaran dan penambahan ilmu pengetahuan medis dari Negara lain.

Teknologi 4.0 bisa dipergunakan untuk mengambil alih pekerjaan manusia atau untuk menciptakan dan memfasilitasi pekerjaan-pekerjaan baru; bisa dioptimalkan untuk kepentingan pemiliknya, atau untuk semua orang. Terdapat beberapa keahlian yang dibutuhkan agar dapat sukses menghadapi dinamika dunia kerja yang terus berubah. Terdapat 4 (empat) keahlian utama yang dibutuhkan seperti berikut: *information, media dan technology skills, life and career skills, learning and innovation skills*, dan *effective communication skills*.

b. Strategi Menghadapi Revolusi Industri 4.0

Revolusi industri 4.0 adalah kombinasi gabungan dari beberapa inovasi teknologi terbaru seperti teknologi informasi dan komunikasi, sistem jaringan, big data dan cloud computing, virtualisasi, dll. Oleh sebab itu, mempersiapkan diri dengan meningkatkan kompetensi di bidang teknologi digital adalah sebuah keniscayaan dan keharusan. Selain itu secara mental kita harus mempersiapkan ketahanan, kemampuan beradaptasi, keterampilan berpikir kritis dan kemampuan berinovasi.

c. Tantangan Corporate Social Responsibility pada Revolusi Industri 4.0

Revolusi industri 4.0 mengancam lini usaha yang ada, karena profesi dan lapangan kerja digantikan oleh sistem otomasi dan robot. Penggunaan tenaga robot berdampak pada biaya yang lebih murah, efektif dan efisien. Pada era industri 4.0, manusia hidup di dalam ketidakpastian, oleh karena itu kita harus memiliki kemampuan untuk memprediksi masa depan. Kita harus memiliki kemampuan untuk merespon perubahan dengan arif dan bijaksana. Kehadiran industri 4.0 mengancam keberadaan perusahaan-perusahaan yang telah mapan.

Disruptif teknologi hadir begitu cepat dan sudah banyak kisah perusahaan besar yang tumbang dengan meninggalkan kesedihan yang mendalam. Kecepatan pelaku bisnis dalam merespon suatu perubahan sangat menentukan kemajuan untuk masa mendatang. Persaingan bisnis tidak lagi kasat mata, karena teknologi digital mampu menembus tatanan yang ada. Secara fisik tidak terlihat adanya pesaing, namun kenyataannya secara virtual banyak sekali pesaing.

9.6 Konsep- Konsep yang mendasari lahirnya CSR

Konsep laba yang merupakan alat pengukur tradisional dalam mengevaluasi kinerja perusahaan telah dikenal oleh para pelaku usaha dan menjadi konsep yang diajarkan banyak perguruan tinggi ekonomi

di dunia. Keberhasilan perusahaan diukur dari jumlah keuntungan yang diperoleh, sehingga perusahaan lebih memfokuskan pada keuntungan.

Hal ini menjadi sebuah pola pikir yang tertanam pada manajemen dan pengusaha saat menjalankan bisnisnya. Namun mengikuti perkembangan jaman hadir konsep-konsep baru untuk mengukur kinerja perusahaan, diantaranya Balance Score Card (BSC) (Kaplan & Norton, 1992), Tablo de Board (TDB) (Bessire dan Baker, 2005), Triple Bottom Line (TBL) (Elkington, 1997), dan lain-lain. Konsep-konsep yang ada tersebut berusaha menyempurnakan konsep yang terdahulu.

Konsep laba memfokuskan pada satu aspek saja yaitu keuangan, konsep tersebut disempurnakan oleh konsep TDB dan BSC yang berusaha untuk menyeimbangkan fitur non keuangan dengan keuangan. Konsep TBL juga melakukan penyempurnaan dengan menyeimbangkan konsep laba yang pada dasarnya menekankan pada relaitas ekonomi (laba), dengan memasukan komponen alam (planet) dan realitas sosial (people). Konsep laba, Balance Score Card (BSC), Tablo de Board (TDB), danTriple Bottom Line (TBL) merupakan konsep yang lahir dari tradisi budaya, ekonomi dan nilai-nilai sosial tertentu (Burchell et. el,1985).

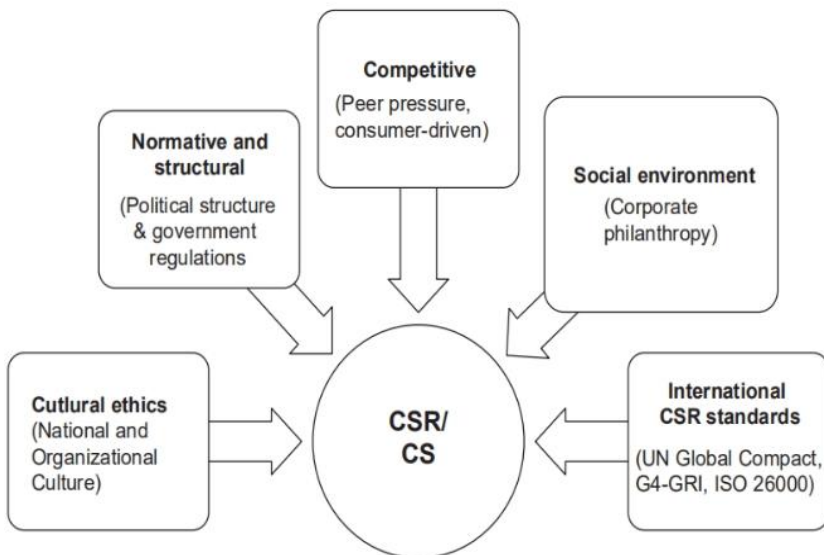
Konsep-konsep tersebut dibentuk berdasarkan tradisi sekuler dan ateistik, yang sepenuhnya berorientasi pada kehidupan sekuler. Memisahkan antara kehidupan dunia dan akherat. Ciri dari paham sekuler adalah: individualistis, materialistis dan ateistik (Gallhofer dan Haslam, 2011). Karakter tersebut memiliki pengaruh yang besar pada pembentukan karakter manusia (James, 2007). Paham kapitalisme ini didorong kuat oleh neoliberalisme, dimana seseorang telah mengubah kebutuhannya menjadi keinginan, hubungan dengan sesama berdasarkan penampilan fisik semata, kekayaan, karisma, bukan dari cinta. Hal yang menyebabkan gangguan kepribadian, sehingga terasa hampa dan kosong. Hal ini sering didapati di kota-kota besar.

Peradaban kapitalistik telah membuat orang hidup dalam tujuan materialistis dan individualistis. Di sisi lain, kondisi ini telah membuat

sebuah titik balik menuju dimensi spiritual (Gallhofer dan Haslam, 2011). Ini adalah pencarian manusia untuk kebahagiaan. Tetapi, apakah ini solusi nyata? Beralih ke dimensi spiritual dengan mengabaikan sebuah dimensi materialistik tidak dapat memecahkan masalah, bukan itu mungkin membuat masalah lain. Mengapa? Karena manusia adalah makhluk yang memiliki materialistik dan dimensi spritual sekaligus. Kedua dimensi harus menjadi seimbang dan selaras (Triyuwono, 2016).

Konsep TBL dipandang sebagai konsep yang tidak lepas dari pengaruh budaya, ekonomi, politik dan keadaan sosial, penelitian Triyuwono (2016) mengasumsikan bahwa TBL dibangun dalam konteks peradaban modern dimana masyarakat didalamnya kemungkinan tidak memiliki keyakinan yang kuat dalam eksistensi ketuhanan. Khususnya sekuler dan atheistic (Mc. Phail et al, 2004).

Unsur-unsur yang mempengaruhi Corporate Social Responsibility terdiri dari: Cultural Ethics, Normative and Structural, Competitive, Social Environment, dan International CSR Standards, bisa dilihat pada gambar dibawah ini.



Sumber: Data Diolah (2020)

9.7 Konsepsi Tanggungjawab dengan Nilai-Nilai Baiman, Bauntung dan Batuah

Pengertian tanggung jawab menurut bahasa adalah keadaan wajib menanggung segala sesuatu. sehingga makna bertanggung jawab artinya berkewajiban menanggung, memikul jawab, menanggung segala sesuatunya sebagai kesadaran dan kewajibannya akan tingkah laku atau perbuatannya yang disengaja maupun yang tidak disengaja karena adanya kesadaran atas segala perbuatan dan akibatnya atas kepentingan pihak lain. Tanggungjawab disini dimaksudkan untuk perusahaan tambang yang beroperasi di Kalimantan Selatan. Konsep tersebut dikaitkan dengan baiman, bauntung dan batuah, yang maknanya dijelaskan dibawah ini:

a. Baiman

Baiman maknanya adalah suatu keyakinan, kepercayaan, dalam hati yang terkait dengan agama dan religi dan terpancar dalam perbuatan. Iman secara bahasa berarti tashdiq (membenarkan). Sedangkan secara istilah syar'i, iman adalah "Keyakinan dalam hati, Perkataan di lisan, amalan dengan anggota badan, bertambah dengan melakukan ketaatan (Al-Muddatsir: 31, Al- Fath: 4) dan berkurang dengan maksiat".

Definisi iman memiliki 5 karakter: keyakinan hati, perkataan lisan, dan amal perbuatan, bisa bertambah dan bisa berkurang. Bertambahnya iman adalah dengan adanya amalan, berkurangnya adalah dengan meninggalkan amalan, seperti meninggalkan shalat, zakat, dan haji.

Iman adalah sesuatu yang diyakini sebagai pedoman hidup baik itu hubungannya dengan Tuhan, manusia, dan alam semesta. Iman menjadi dasar hidup orang Banjar. Keimanan ini harus terus diasah dan dipelajari, karena itu masyarakat Banjar mendidik anak-anaknya untuk dapat mempertebal keimanannya yaitu dengan mengajarkan memperkenalkan rukun iman, mengaji, mengajarkan sholat, menyekolahkan di pesantren, puasa, zakat, sedekah, nilai keimanan itu juga dibarengi dengan pelajaran untuk berbakti pada orang tua, guru,

kakek dan nenek, alim ulama, dan orang-orang yang di tuakan, serta berempati terhadap alam dan manusia sekitarnya.

Orang yang beriman. Orang beriman diartikan sebagai orang yang mengetahui rukun iman dan dasar-dasar ketauhidan. Iman menjadi dasar hidup bagi orang Banjar. Agar menjadi orang yang beriman, maka setiap orang tua mendidik anak-anaknya tentang pendidikan agama, seperti belajar membaca Al Qur'an, belajar bacaan sholat, belajar sholat, mengajarkan ibadah wajib dan sunah.

Apabila orangtuanya tidak mampu mengajarkan secara langsung, maka orang tua menyekolahkan anak-anaknya ke sekolah-sekolah Islam terpadu, pondok-pondok pesantren, sekolah diniyah (atau waktu sore setelah sekolah di SD), dan Tempat Penitipan Anak yang mengajarkan agama sejak dini, maupun belajar dengan Guru Mengaji di rumah atau di langgar.

Di rumah urang Banjar bahari (zaman dulu) selalu terdapat Al Qur'an, Kitab Parukunan, kitab sabilal muhtadin, Kitab Surah Yasin, juz amma, hiasan kaligrafi berlafadzkan Allah dan Muhammad, dan kaligrafi Ayat Kursi serta ayat seribu dinar. Dengan dasar baiman, maka diharapkan kelak dikemudian hari anak-anak masyarakat Banjar dapat menjadi manusia yang bauntung kehidupannya.

Hasil pengumpulan informasi melalui wawancara mengungkapkan makna dari istilah baiman, konsepsi dari Baiman adalah keyakinan dan kepercayaan dalam hati yang dipancarkan dari tindakan, sebagaimana yang diperintahkan Allah, dan menjauhi larangan-Nya, iman disini meliputi 6 (enam) hal sebagaimana rukun iman, yaitu beriman kepada Allah, Malaikat-Nya, Kitab-kitab-Nya, Rasul-rasul-Nya, hari akhir dan takdir Allah baik yang baik maupun yang buruk. Iman adalah sesuatu yang diyakini sebagai pedoman hidup, untuk menentukan arah tujuan hidup seseorang.

Bukti sebagai orang yang beriman adalah taat dalam memenuhi ajaran agama seperti mematuhi perintah Allah, menjauhi larangan-Nya (Taqwa), beribadah sesuai rukun iman dan rukun Islam, mengerjakan

sholat, berbakti pada orang tua, infaq, zakat dan sadaqah. Kandungan Pendidikan dari Baiman adalah orang tua hendaknya mengajarkan ilmu agama, terutama rukun iman, rukun islam, sholat lima waktu, patuh dan taat terhadap orang tua dan menjadi anak yang saleh, serta mengamalkan kalimat La illaha illallah Muhammad Rasullullah (Tauhid).

Iman yang pertama adalah beriman kepada Allah (Tuhan yang Maha Kuasa). Seseorang yang beriman kepada Tuhannya senantiasa mengucapkan “Alhamdulillah Rabb al- A'alamin” (Segala puji bagi Allah Tuhan segenap alam) apabila diberi nikmat dan mengucap “Inna lillaahi wa innaa ilaihi raaji'uun” (Sesungguhnya kami adalah kepunyaan Allah dan kepada Allah jugalah kami kembali)(QS. Al-Baqarah 2:156) apabila menerima cobaan.

Maknanya mengimani adanya Allah, mengimani rububiah Allah, mengimani uluhiah Allah dan mengimani semua nama dan sifat Allah (Asmaul Husna). Iman berfungsi untuk percaya bahwa Allah itu benar-benar ada. Keberadaan Allah sebagai Tuhan Semesta Alam yang menciptakan langit dan bumi beserta isinya. Orang yang tak percaya keberadaan Allah berarti dia disebut sebagai atheis.

Keberadaan Allah ditunjukkan melalui makhluk ciptaan-Nya dan cinta kasih kepada setiap makhluk hidup. Mengimani rububiah Allah artinya beriman atau percaya bahwa tidak ada yang menciptakan, menguasai, dan mengatur alam semesta ini kecuali Allah SWT. Oleh karena semua yang ada di bumi ini milik Allah maka apa yang dimiliki manusia hanyalah titipan, begitu juga alam semesta, karena merupakan titipan maka hendaknya dijaga keberadaanya, keindahannya, dan kebermanfaatannya.

Umat Islam percaya bahwa Tuhan itu Esa (satu) yaitu Allah SWT. Fa'lam annahu Ia ilaha illallah. “Maka ketahuilah, bahwa tidak ada Ilah (Yang Haq) melainkan Allah.” (QS. Muhammad: 19). Hal ini tentu saja berbeda dengan beberapa agama atau kepercayaan lain yang percaya adanya banyak Tuhan atau dewa. Sifat Orang yang Bertakwa yaitu

seorang muslim tidak boleh percaya tentang kuasa lain selain kuasa yang dimiliki oleh Allah SWT. Hanya Allah yang menciptakan serta mengatur alam semesta ini.

Mengimani uluhiah Allah adalah menyakini bahwa tidak ada yang berhak untuk disembah selain Allah SWT. Seorang muslim dilarang untuk menyembah selain menyembah Allah SWT. Zaman modern sekarang ini manusia banyak menyembah benda-benda (seperti: uang, emas, harta, ataupun sesuatu yang di agung-agungkan (seperti: kecantikan, kekayaan, ketampanan, kepintaran, dan lain-lain). Hal tersebut sangat dilarang dalam Islam dan menyebabkan keimanan seseorang menjadi dipertanyakan.

Mengimani Asmaul Husna. Dengan secara tidak langsung membaca, menghafal, dan mengetahui artinya dapat meningkatkan keimanan. Ada 99 nama Allah yang perlu dipelajari oleh seorang muslim sehingga dapat memahami sifat-sifat Allah.

Sifat-sifat Allah tersebut diantaranya Ar Rahman (Maha Pengasih), Ar Rahim (Maha Penyayang), As Salaam (Maha Memberi Kesejahteraan), Al Mu'min (Maha Memberi Keamanan), Al Baari' (Maha Melepaskan (membuat, membentuk, menyeimbangkan)), Al Wahhaab (Maha Pemberi Karunia), Ar Razzaaq (Maha Pemberi Rezeki), Al Haliim (Maha Penyantun), As Syakuur (Maha Pembalas Budi (menghargai)), Al Hafizh (Maha Memelihara), Al Kariim (Maha Pemurah), Al Barru (Maha Penderma (maha pemberi kebajikan)).

Asmaul husna seringkali diucapkan pada saat berdoa dan berzikir, manfaatnya selain mendapatkan pahala, namun juga memberikan efek tenang, damai dan tentram dalam jiwa. Iman yang kedua adalah beriman kepada Malaikat-Nya, malaikat itu diciptakan dari Nur atau Cahaya. Malaikat itu Ghaib jadi kita tidak mungkin bisa untuk melihatnya, namun mereka selalu taat kepada Allah. Tidak seperti kita yang diciptakan dari tanah dan melakukan banyak kesalahan.

Artinya: “Dan kepunyaan-Nyalah segala yang di langit dan di bumi. Dan malaikat-malaikat yang di sisi-Nya, mereka tiada mempunyai rasa

angkuh untuk menyembah-Nya dan tiada (pula) merasa letih. (20) Mereka selalu bertasbih malam dan siang tiada henti-hentinya.” (QS Al-Anbiya:19-20).

Secara Istilah, iman kepada malaikat adalah meyakini sepenuh hati bahwa Allah SWT telah menciptakan Malaikat sebagai makhluk gaib yang diutus untuk melaksanakan segala perintah-Nya. Malaikat mempunyai tugas tertentu yang diperintahkan oleh Allah, mereka selalu melakukan tugasnya tanpa kita sadari, Ya karena mereka tidak dapat dilihat maupun dirasakan, namun kita harus tetap percaya mereka ada. Fungsi dari manusia beriman kepada malaikat, diantaranya: meningkatkan Ketaatan, menjaga Sikap Manusia, berusaha Meningkatkan Amal Ibadah, menerima Rezeki yang Sudah Diberikan, meningkatkan Kesabaran.

Manfaatnya bagi manusia adalah: semakin meyakini tentang kebesaran Allah SWT, bersyukur kepada Allah SWT, Cinta kepada Malaikat, bertaqwa dan beriman kepada Allah SWT serta berlomba-lomba dalam kebaikan, meningkatkan keimanan untuk mengikuti sifat dan perbuatan Malaikat, selalu berfikir dan berhati-hati setiap melakukan suatu perbuatan, membentuk jiwa seorang muslim yang benar-benar bertakwa kepada Allah.

Iman kepada Allah dan iman kepada Malaikat merupakan satu kesatuan yang tidak bisa dipisahkan, mendorong manusia untuk senantiasa bertindak hati-hati, karena dia menyadari bahwa setiap perbuatannya selalu diawasi oleh para Malaikat, mendorong manusia untuk selalu meningkatkan amal baik, karena manusia menyadari bahwa sekecil apapun tindakan baiknya akan dicatat oleh Malaikat.

Iman yang ketiga adalah beriman kepada kitab-kitab Allah. Tujuan manusia untuk hidup di dunia adalah untuk beribadah kepada Tuhan. Implementasinya adalah mematuhi perintahNya dan menjauhi laranganNya, apa saja yang menjadi perintahNya dan apa saja laranganNya dapat dibaca oleh manusia dalam kitab-kitab Allah. Kitab-kitab Allah merupakan petunjuk manual manusia dalam menjalani

hidup. Apabila manusia tidak berpegang pada manual petunjuknya tersebut maka akan sesat.

“Dan kami telah turunkan kepadamu al-Qur`an dengan membawa kebenaran, membenarkan apa yang sebelumnya, yaitu kitab-kitab (yang diturunkan sebelumnya) dan muhaiminan (batu ujian) terhadap kitab-kitab yang lain itu (QS. Al-Maidah: 48)”.

Iman yang keempat adalah beriman kepada Rasul Allah. Beriman kepada Rasul Allah berarti kita yakin dan percaya dengan adanya rasul, hal yang harus dilakukan adalah meneladani sifat-sifat mulia rasul dan menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari.

“Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat, dan dia banyak menyebut Allah”. (Q.S. Al-Ahzab [33]: 21).

Beberapa sifat mulia rasul adalah: Sidiq, amanah, dan tabligh. Sifat pertama, shidiq (benar/jujur, dalam perkataan maupun perbuatan). Allah s.w.t. menyandingkan perintah bertakwa dengan perintah mengikuti orang-orang yang bersifat shidiq. Sifat kedua, amanah (amanat, dapat dipercaya). Allah s.w.t. berfirman:

“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya”. (Q.S. An-Nisa' [4]: 58).

Sifat ketiga, tabligh (menyampaikan hal yang diperintahkan untuk disampaikan, tidak menyembunyikannya). Keempat, fathanah (cerdas, cerdas, dan pandai). Kecerdasan dan kepandaian (pencapaian derajat ilmiah) itu niscaya perlu, bahkan terpuji. Hanya saja, ilmu itu haruslah bermanfaat (dalam pengertian produktif dan konstruktif), terutama untuk membangun bangsa dan negara yang aman, damai, sejahtera, adil, dan beradab (baldatun thayyibatun wa rabbun ghafur). Sebutan negara dan bangsa maju (developed countries, super power, dan lain-lain) selalu merujuk kepada tingginya pencapaian ilmu pengetahuan dan teknologi.

Iman yang kelima adalah beriman kepada Hari Akhir. Iman kepada hari akhir artinya mempercayai bahwa hari kiamat suatu hari akan datang. Di mana, seluruh alam semesta hancur dan kehidupan yang kekal (akhirat) akan menanti. Hikmah beriman kepada hari akhir, hikmahnya adalah manusia bisa benar-benar memaknai tujuan kehidupan di dunia, yakni beribadah kepada Allah SWT. Sebab, hari akhir merupakan waktu pertanggungjawaban. Selain itu, iman kepada hari akhir juga bisa membuat manusia semakin semangat menjalankan ibadah.

Iman yang keenam adalah beriman kepada Qada dan Qadar. berarti percaya serta meyakini sepenuh hati bahwa Allah SWT memiliki kehendak, ketetapan, keputusan atas semua makhluk-Nya. Selalu bersyukur atas nikmat yang diberikan Allah SWT, sebab percaya bahwa takdir Allah merupakan ketetapan yang terbaik bagi seluruh makhluk-Nya.

Rendah hati, bahwa segala sesuatu yang terjadi itu semua berkat kehendak Allah, selalu berjiwa optimis dan tidak putus asa saat merasakan kegagalan. Mungkin Allah akan menggantinya dengan cara lain yang lebih baik. Membiasakan diri untuk bersikap sabar dan tawakal kepada Allah SWT, dan Jiwa lebih tenang.

b. Bauntung

Bauntung Adalah orang yang beruntung, dalam setiap tindakannya memberikan manfaat (keuntungan), keuntungan menurut orang Banjar tidak hanya bersifat materi namun juga immateri, seperti kesehatan, ketenangan hidup, kebahagiaan, kebersamaan, kekeluargaan dan lain sebagainya. Keuntungan tidak dilihat bahwa seseorang itu kaya, banyak harta, namun keuntungan yang mendasar adalah yang ada didalam jiwa seseorang berupa ketenangan, kebahagiaan, keamanan, dan lain-lain.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, maka istilah Bauntung adalah keuntungan yang dilandasi oleh iman, maksudnya beruntung atau keuntungan yang didapatkan sesuai dengan ajaran agama, kalau dalam Islam disebut dengan rezeki yang halal, lagi

berkah. Proses untuk mencapai hidup beruntung maka orang hidup harus berdasarkan iman, meyakini bahwa harta bukan satu-satunya ukuran kesuksesan, beruntung itu penting, namun bukanlah ukuran untuk segala-galanya.

Meminta doa dengan orang tua, kakek serta nenek dan alim ulama, agar hidup beruntung, dengan keberuntungan diharapkan dapat membahagiakan, membanggakan, dan tidak mengecewaan orang tua menjadi hal yang tidak kalah penting, selain berusaha dan bekerja keras.

c. Batuah

Batah Adalah kharisma, citra, khasiat, kehebatan atau sesuatu yang dipandang baik, memberikan berkah. Kalau suatu wilayah dikatakan batah maknanya wilayah tersebut memiliki citra yang baik, mudah untuk mencari rezeki disana dan memberi berkah bagi masyarakatnya. Kalau manusianya yang bertuah maknanya manusia tersebut sakti, atau memiliki keahlian yang tidak dimiliki oleh manusia lain.

Menurut Sarbaini (2014) Batah adalah harapan orang Banjar agar anaknya menjadi manusia yang mempunyai harkat dan martabat, bahkan dalam taraf tertentu bisa menjadi karamah. Diharapkan memiliki martabat yang mulia baik di dunia maupun di akhirat. Batah ini memadukan antara kebermanfaatannya manusia dalam konteks amal di dunia dan amal di akhirat berbasis iman yang kuat dan pengetahuan yang luas.

Orang Banjar mengidolakan beberapa tokoh yang dapat dijadikan referensi untuk sosok Urang Banua yang batah, diantaranya: Muhammad Arsyad al Banjari yang diberi gelar Datu Kalampayan, Abah guru sekumpul (Kiyai. H. Muhammad zaini Abdul Ghani) yang setiap tahun haulnya selalu dihadiri banyak pelayat dari dalam maupun luar negeri, dan Ustadz H. Arifin Ilham, Ustadz kharismatik yang terkenal dengan ajaran djikirnya, dan baru saja wafat pada tahun 2019 kemarin. Beliau-beliau adalah tokoh-tokoh asli Banjar yang menjadi panutan masyarakat Banjar.

Batuah juga memiliki makna bermanfaat atau berguna, orang Banjar menghendaki juga memiliki dasar keimanan kepada Allah. Batuah dalam bahasa Banjar berarti memberikan manfaat kepada sesama. Dengan berdasarkan iman, dan dibekali ilmu keagamaan, maka insyaallah kehidupannya akan membawa manfaat dan berguna bagi dirinya sendiri, orang lain, masyarakat, lingkungan, agama maupun negaranya. Jika asas manfaat dan berguna ini didasarkan dengan iman dan digunakan melalui proses keilmuan, maka kehidupannya insyaAllah akan bernasib baik. Jadi nasib baik, bukan karena keberuntungan semata, tetapi ada koridor keimanan yang menjadi dasar dari proses keilmuan untuk pemanfaatan dirinya.

Berdasarkan hasil wawancara, maka disusun konsepsi tanggungjawab dari istilah Batuah (Sarbaini, 2014), yakni: hidup yang memiliki kelebihan berupa bakat, keistimewaan atau keahlian khusus yang tidak dimiliki orang lain yang berdasarkan iman, digunakan untuk menolong dan menjadi berkah bagi orang lain, sehingga disukai bahkan dicintai orang, menjadi contoh yang baik, patut ditiru kelakuannya, terhormat hidupnya di masyarakat, memiliki harkat dan martabat, karena memiliki akhlak yang mulia.

Agar dapat Mencapai hidup batuah, maka orang harus memiliki perilaku yang baik dan mempunyai bakat, keistimewaan, atau keahlian khusus. Hal ini berdasarkan pada iman, suka menolong, menjadi berkah bagi orang lain, contoh perilaku yang baik dan patut ditiru, terhormat hidupnya, memiliki harkat dan martabat, menghias diri dengan akhlak mulia.

Kandungan perilaku dari Batuah adalah berusaha memiliki kelebihan yang tidak dimiliki orang lain, mempelajari kelebihan manusia berupa rahmat, kelebihan ulama, maunah, kelebihan rasul, mukjijat, berorientasi pada iman, suka menolong, menjadi berkah bagi orang lain, menjadi teladan dalam perilaku, terhormat dalam harkat dan martabat, menghias diri dengan akhlak mulia, sehingga mencapai kebahagiaan di dunia dan di akhirat.

9.8 Konsep Tanggung Jawab Sosial berdasarkan Budaya Banjar

a. Konsep Tanggung Jawab Sosial berdasarkan Baiman

Konsepsi tanggungjawab sosial pada nilai Baiman ini pada masyarakat Banjar yang mayoritas beragama islam mengaplikasikannya berdasarkan Al-quran dan hadis,

“Sesungguhnya orang-orang yang beriman hanyalah orang-orang yang beriman kepada Allah dan Rasul-Nya kemudian mereka tidak ragu-ragu” (QS. al-Hujurat:15).

Ajaran Islam mengajarkan rukun islam dan rukun iman, falsafah Baiman ini banyak mengadopsi dari rukun iman, yaitu manifestasi dari 6 (enam) rukun iman. “Rasul telah beriman kepada al-Qur’an yang diturunkan kepadanya dari Rabbnya, demikian pula orang-orang yang beriman. Semuanya beriman kepada Allah, malaikat-malaikat-Nya, kitab-kitab-Nya dan rasul-rasul-Nya. (Mereka mengatakan): “Kami tidak membeda-bedakan antara seorangpun (dengan yang lain) dari rasul-rasul-Nya”, dan mereka mengatakan: “Kami dengar dan kami taat”. (Mereka berdoa) Ampunilah kami ya Rabb kami dan kepada Engkaulah tempat kembali”. (QS. al-Baqarah:285).

Maknanya setiap perusahaan yang menjalankan usahanya di Kalimantan Selatan sebaiknya berperilaku layaknya orang yang beriman. Dan mengimplementasikan tanggungjawab perusahaannya dengan berdasarkan konsep beriman. Tujuan perusahaan tidak hanya untuk dunia tapi juga untuk akhirat.

Konsep beriman akan mengharmonisasikan konsep triple bottom line yang masih bersifat keduniawian. Sehingga tercipta keharmonisan antara makhluk, lingkungan, semesta dan kehidupan akherat, tidak hanya melihat unsur profit (materi). Bentuk Konsepsi Tanggungjawab Sosial Baiman dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

No	Baiman	Bentuk Program CSR Perusahaan	CSR dalam tiga pilar utama
1.	Iman Kepada Allah Ar Rahman (Maha Pengasih), Ar Rahim (Maha Penyayang), As Salaam (Maha Memberi Kesejahteraan), Al Mu'min (Maha Memberi Keamanan), Al Baari' (Maha Melepaskan (membuat, membentuk, menyeimbangkan)), Al Wahhaab (Maha Pemberi Karunia), Ar Razzaaq (Maha Pemberi Rezeki), Al Haliim (Maha Penyantun), As Syakuur (Maha Pembalas Budi (menghargai), Al Hafizh (Maha Memelihara), Al Kariim (Maha Pemurah), Al Barru (Maha Penderma (maha pemberi kebajikan)	Remunerasi dan Tingkat perpindahan karyawan	People dan Planet
2.	Iman Kepada Malaikat Ketaatan, menjaga Sikap Manusia, berusaha Meningkatkan Amal Ibadah, menerima Rezeki yang Sudah Diberikan, meningkatkan Kesabaran		People
3.	Iman Kepada Kitab-kitab mematuhi perintahNya dan menjauhi laranganNya,		People dan Profit
4.	Iman Kepada Rasul shidiq (benar/jujur, dalam perkataan maupun perbuatan). Amanah (amanat, dapat dipercaya), Tabligh (menyampaikan hal yang diperintahkan untuk disampaikan, tidak menyembunyikannya). fathanah (cerdas, cerdik, dan pandai)	Informasi Produk	People dan Profit
5.	Iman Kepada Hari Akhir Motivasi manusia untuk beribadah		People
6.	Iman kepada Qadha dan Qadar berjiwa optimis dan tidak putus asa, sabar dan tawakal.		Profit

Sumber: Data diolah (2020).

Konsep tanggungjawab sosial berdasarkan iman ini menjadi poros bagi seluruh aspek dalam konsep CSR “Berlian”, iman terletak di tengah yang menjadi hakekat bagi setiap aspek, sebagaimana kita lihat pada tabel diatas, baiman yang terdiri dari iman kepada Allah, Malaikat, kitab-kitab, Rasul, hari akhir dan Qadha/ Qadhar ternyata merasuk pada aspek 3P (Triple Bottom Line), dapat dilihat pada pada aspek people (Masyarakat).

Hakekat dari baiman yang merasuk pada aspek people adalah pertama, mengambil perilaku atau sifat Allah (Ar Rahman (Maha Pengasih), Ar Rahim (Maha Penyayang), As Salaam (Maha Memberi Kesejahteraan), Al Mu'min (Maha Memberi Keamanan), Al Baari' (Maha Melepaskan (membuat, membentuk, menyeimbangkan)), Al Wahhaab (Maha Pemberi Karunia), Ar Razzaaq (Maha Pemberi Rezeki), Al Haliim (Maha Penyantun), As Syakuur (Maha Pembalas Budi (menghargai), Al Hafizh (Maha Memelihara), Al Kariim (Maha Pemurah), Al Barru (Maha Penderma (maha pemberi kebajikan).

Kedua, perilaku malaikat yaitu Ketaatan, menjaga Sikap Manusia, berusaha Meningkatkan Amal Ibadah, menerima Rezeki yang Sudah Diberikan, meningkatkan Kesabaran. Ketiga, implementasi dari iman kepada kitab-kitab, bentuk dari taqwa yaitu mematuhi perintah-Nya dan menjauhi larangan-Nya, hal ini menjadi rambu bagi manusia untuk mengerjakan hal-hal yang dianjurkan oleh al- Kitab dan menjauhi hal-hal yang dilarang.

Keempat, meneladani perilaku Rasul yaitu shidiq (benar/jujur, dalam perkataan maupun perbuatan). Amanah (amanat, dapat dipercaya), Tabligh (menyampaikan hal yang diperintahkan untuk disampaikan, tidak menyembunyikannya). fathanah (cerdas, cerdik, dan pandai). Kelima, mengimani hari akhir yaitu Motivasi manusia untuk beribadah, memberikan motivasi perilaku untuk mengerjakan segala sesuatu sebagai niat ibadah karena setelah dunia ada kehidupan akherat yang abadi.

Sifat-sifat inilah yang diimplementasikan dalam perilaku tanggungjawab sosial pada aspek people. Hal ini dijabarkan kedalam bentuk program-program CSR perusahaan. Sebagai contoh: pertama, remunerasi mengambil perilaku Allah, As Salaam (Maha Memberi Kesejahteraan), Ar Razaq (Maha Pemberi Rezeki) dan Al Haliim (Maha Penyantun), kedua, tingkat perpindahan karyawan perilaku Allah, Al Baari' (Maha Melepaskan (membuat, membentuk, menyeimbangkan)).

Pada aspek Profit hakekatnya adalah taqwa, mengerjakan perintah-Nya dan menjauhi larangan-Nya, keuntungan yang diharapkan tidak hanya untung semata namun juga ada halal dan keberkahan. Profit juga mengandung hakekat sifat-sifat kenabian, seperti: shidiq (benar/jujur, dalam perkataan maupun perbuatan). Amanah (amanat, dapat dipercaya), Tabligh (menyampaikan hal yang diperintahkan untuk disampaikan, tidak menyembunyikannya).

Fathanah (cerdas, cerdik, dan pandai). Selain itu profit disini juga mengandung iman kepada Qadha dan Qadhar, seperti: berjiwa optimis dan tidak putus asa, sabar dan tawakal. Implementasi dalam program CSR dicontohkan adalah informasi produk harus sesuai dengan kejujuran, sesuai dengan realistis yang ada.

Aspek Planet didasarkan pada sifat-sifat Allah, Al Hafizh (Maha Memelihara) maknanya dalam pelaksanaan konsep tanggungjawab untuk aspek planet didasarkan atas sifat memelihara. Memelihara disini tentu saja harus dilakukan oleh semua pihak, tidak hanya perusahaan namun juga masyarakat sekitar.

b. Konsep Tanggungjawab Sosial Bauntung

Konsep Tanggungjawab berdasarkan nilai Bauntung menurut budaya Banjar, bukan hanya materi semata, untung disini harus dibekali dengan ilmu, iman dan doa, konsep untung menurut budaya Banjar adalah dapat bermanfaat bagi orang banyak.

Seseorang yang memiliki kelebihan dari segi ekonomi dapat dikatakan beruntung, tapi tidak hanya itu, konsep ini menyebutkan

beruntung dengan memberi dan berbakti pada orang tua. Tujuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan tapi bukan hanya materi ukurannya, tapi juga kebermanfaatn kepada sesama dan lingkungan. Konsep bauntung mengukur keuntungan perusahaan tidak hanya dari segi materi tapi juga kebermanfaatn pada sekitarnya dan hubungan dengan pihak-pihak yang dituakan seperti ulama, tetua adat, pemerintah daerah. Bentuk Konsepsi Tanggungjawab Sosial Bauntung dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

No	Bauntung	Bentuk Program CSR Perusahaan	CSR dalam tiga pilar utama
1.	Keuntungan yang halal		Profit
2.	Kesehatan	Kesehatan dan Keselamatan Kerja, tingkat kecelakaan kerja	People
3.	Kebahagiaan		People
4.	Kebersamaan		People
5.	Kekeluargaan		People

Sumber: Data diolah (2020).

c. Konsep Tanggung jawab Sosial Batuah

Konsepsi tanggung jawab sosial dengan nilai Batuah adalah Dapat bermanfaat bagi sesame dan perlunya keahlian tambahan, keahlian khusus dan prilaku yang baik. Kalau disandingkan dengan zaman sekarang adalah kemampuan untuk berinovasi, menguasai informasi dan teknologi, sehingga mampu menjadi contoh bagi yang lain, bahkan menjadi berkah bagi orang lain. Tujuan perusahaan untuk lebih mengasah kemampuan dan keahllian sesuai dengan tuntutan zaman. Berinovasi untuk menjadi teladan, dengan tetap berlandaskan iman.

Makna Bauntung, Baiman dan Batuah telah dijabarkan berdasarkan pendapat ahli budaya pada bahasan sebelumnya, masyarakat Banjar adalah masyarakat yang mendambakan ruhui rahayu artinya kehidupan yang harmonis, damai sejahtera, adil makmur, aman dan tenteram. Dengan konsep ini diharapkan akan tercipta masyarakat Banjar yang

ruhui rahayu. Bentuk Konsepsi Tanggung jawab Sosial Batuah dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

No	Batuah	Bentuk Program CSR Perusahaan	CSR dalam tiga pilar utama
1.	Berkah	Penggunaan tenaga kerja lokal, Pengembangan Masyarakat Sekitar Perseroan, Kepuasan Pelanggan.	People
2.	Citra yang baik	Sertifikasi ISO 14001:2004, Implementasi Kebijakan Anti Korupsi dan Gratifikasi.	Profit
3.	Keahlian	Pendidikan/ Pelatihan	People
4.	Inovasi		Planet
5.	Harmonisasi	Pengaduan Masalah Lingkungan, Kesetaraan dalam Kesempatan Kerja, Mekanisme pengaduan Masalah Ketenagakerjaan, Mekanisme Pengaduan Pelanggan.	Planet
6.	Pelestarian Lingkungan	Rehabilitasi Daerah Aliran Sungai, Pengembangan Kawasan Ekowisata Bakantan	Planet
7.	Kebermanfaatan		People

Sumber: Data diolah (2020)

9.9 “Berlian” Metafora Konsep Corporate Social Responsibility.

CSR merupakan bentuk perhatian perusahaan terhadap masyarakat sekitar dengan alasan perusahaan bertanggungjawab atas keberlangsungan hidup masyarakat sekitar dan lingkungan pasca tambang, hal ini merupakan warisan untuk generasi mendatang.

Kerusakan alam yang diakibatkan praktik perusahaan yang tidak bertanggungjawab akan berdampak pada perekonomian masyarakat, kesehatan, keamanan, oleh karena itu perusahaan perlu untuk melakukan pencegahan agar tidak terjadi hal-hal yang merugikan masyarakat sekitar dan lingkungan. Perusahaan tidak menginginkan

setelah berakhirnya masa operasi tambang, kota yang ditinggalkan menjadi “kota mati” karena sumber daya alam yang tidak bisa di gunakan untuk penghasilan masyarakat akibat polusi tanah, air maupun udara.

Perusahaan melakukan upaya preventif agar hal itu tidak terjadi dengan melakukan kegiatan CSR, namun implementasi CSR tidak berjalan dengan baik karena kurang tepat sasaran, perlu dilakukan pemetaan sosial untuk mengetahui apa yang dibutuhkan oleh masyarakat, hal ini tidak lepas dari budaya masyarakat setempat, masyarakat pada masing-masing daerah memiliki kekhasan tingkah laku yang merupakan ciri dari kebudayaan mereka.

Sepeti pepatah “dimana bumi dipijak disitu langit dijunjung” artinya apabila kita ingin diterima hidup berdampingan dalam suatu wilayah maka kita harus mengetahui dan menghargai budaya tersebut. Perusahaan yang ingin terus berlanjut usahanya harus mengimplementasikan budaya setempat dalam aktivitas perusahaan. Dalam hal ini budaya adalah satu kesatuan utuh yang dapat mempengaruhi aktivitas perusahaan karena perusahaan berada di wilayah yang dipengaruhi oleh budaya masyarakat.

Gesekan budaya yang terjadi antara perusahaan dengan komunitas setempat akan berpengaruh sangat buruk terhadap keberlanjutan perusahaan. Hal ini terbukti dengan beberapa perusahaan yang tidak mampu mempertahankan keberlanjutan usahanya. Agar perusahaan dapat diakui keberadaannya dan semakin berkembang faktor budaya menjadi faktor penting yang harus diperhatikan, peneliti mengulas falsafah Baiman, Bauntung dan Batuah telah dijabarkan berdasarkan pendapat ahli budaya pada bahasan sebelumnya, Masyarakat Banjar adalah masyarakat yang mendambakan ruih rahayu artinya kehidupan yang harmonis, damai sejahtera, adil makmur, aman dan tenteram. Dengan konsep ini diharapkan akan tercipta Perusahaan yang rahmatan lil alamin. Temuan penelitian menghubungkan program Corporate

Social Responsibility (CSR) dengan konsep Baiman, Bauntung dan Batuah.

Implementasi Perilaku dari Konsep Baiman, Bauntung dan Batuah dapat dilihat dirangkum pada tabel berikut ini:

No	Konsep	Perilaku
1.	Baiman Ar Rahman (Maha Pengasih), Ar Rahim (Maha Penyayang), As Salaam (Maha Memberi Kesejahteraan), Al Mu'min (Maha Memberi Keamanan), Al Baari' (Maha Melepaskan (membuat, membentuk, menyeimbangkan)), Al Wahhaab (Maha Pemberi Karunia), Ar Razzaaq (Maha Pemberi Rezeki), Al Haliim (Maha Penyantun), As Syakuur (Maha Pembalas Budi (menghargai), Al Hafizh (Maha Memelihara), Al Kariim (Maha Pemurah), Al Barru (Maha Penderma (maha pemberi kebajikan)	Pengasih (Ar Rahman) Penyayang (Ar Rahim) Memberi Kesejahteraan (As Salam) Memberi Keamanan (Al Mu'Min) Menyeimbangkan (Al Ba'arri) Pemberi Karunia (Al Wahhaab) Pemberi Rezeki (Ar Razzaaq) Penyantun (Al Haliim) Pembalas Budi (As Syakuur) Pemelihara (Al Hafizh) Pemurah (Al Kariim) Penderma (Al Barru) Taat Beramal Bersabar shidiq (jujur) Amanah (dapat dipercaya) Tabligh (menyampaikan hal yang diperintahkan untuk disampaikan). fathanah (cerdas) Rajin Beribadah Optimis Tawakal

2.	Bauntung	Mencari rezeki yang halal Menjauhi yang Haram Mengedepankan perilaku-perilaku: Mengutamakan Kesehatan Kebahagiaan Kebersamaan Kekeluargaan
3.	Batuah	Kemampuan untuk berinovasi Menguasai informasi dan teknologi Bermanfaat bagi sesama dan lingkungan Berkah Citra yang baik Pelestarian lingkungan Harmonisasi

Sumber: Data diolah (2020)

9.10 Soal

1. Apa yang dimaksud dengan Akuntansi Lingkungan?
2. Jelaskan hubungan 3P (Planet, People, Profit) dengan Tanggungjawab sosial perusahaan!

BAB 10

BIAYA KUALITAS DAN PRODUKTIVITAS

Capaian Pembelajaran:

1. Mampu memahami tentang konsep biaya kualitas
2. Mampu memahami jenis-jenis biaya kualitas
3. Mampu memahami pelaporan biaya kualitas
4. Mampu mengukur biaya kualitas
5. Mampu memahami pengertian produktivitas dan mengukur produktivitas.

Perusahaan yang tidak memperhatikan kualitas produk akan kesulitan dalam memasarkan produknya. Adanya persaingan dalam dunia usaha mengharuskan perusahaan untuk meningkatkan kualitas dan produktivitas sehingga laba akan meningkat. Pada saat perusahaan mengimplementasikan program perbaikan kualitas maka akan timbul kebutuhan untuk melaporkan dan memantau program tersebut. Pelaporan dan pengukuran kinerja biaya kualitas sangatlah penting bagi keberhasilan program perbaikan kualitas yang sedang dijalankan dan prasyarat utama pelaporan ini adalah pengukuran biaya kualitas. Konsep biaya kualitas dipergunakan oleh entitas yang mengaplikasi program gugus kendali mutu (GKM). Tujuan dari proses GKM adalah menghasilkan barang yang berkualitas yaitu memproduksi barang sesuai spesifikasi yang telah ditentukan dengan konsep *zero defect*.

10.1 Konsep Biaya Kualitas

Biaya kualitas adalah seluruh biaya yang timbul dalam menangani masalah kualitas barang, biasanya biaya kualitas ini juga ditangani oleh manajemen kualitas melalui sistem informasi manufaktur. Selain itu pada perusahaan dalam mengukur kualitas produk juga terbagi tiga

komponen biaya kualitas yaitu biaya pencegahan, biaya penilaian, dan biaya kegagalan.

Biaya kegagalan terbagi menjadi dua jenis yaitu biaya kegagalan internal dan biaya kegagalan eksternal. Dengan kata lain perbaikan biaya ini diharapkan bahwa dalam pembuatan serta pengiriman produk kepada pelanggan dapat terpuaskan. Sampai akhirnya biaya kualitas adalah total biaya yang mempertahankan kualitas produk yang baik, atau bahkan memperbaiki produk yang cacat.

a. Biaya Pencegahan (Prevention Costs)

Adanya biaya ini digunakan untuk mencegah setiap kesalahan ataupun masalah yang terjadi pada kualitas produk. Biaya ini termasuk biaya yang paling murah.

Contoh sederhana dari biaya pencegahan adalah pelatihan karyawan, riset pasar, perencanaan kualitas, dan proses kontrol. Untuk itu, banyak perusahaan yang menganggap biaya ini sebagai suatu investasi penting.

b. Biaya Penilaian (Appraisal Cost)

Sama seperti point sebelumnya, biaya penilaian ini juga dikeluarkan agar kualitas barang tidak mengalami suatu masalah. Untuk itu, biaya ini termasuk dalam inspeksi bahan baku guna memeriksa ataupun menguji produk pada proses pembuatan barang jadi.

c. Biaya Kegagalan Internal (Internal Failure Costs)

Umumnya, biaya kegagalan internal ini terjadi bila ada produksi yang cacat. Pada saat itu terjadi, maka biaya ini akan dikeluarkan, karena produk tersebut sudah lagi tidak sesuai dengan standar kualitas yang ada.

Contoh sederhananya seperti perbaikan pada produk yang rusak, biaya scrap, atau downtime sebelum pembeli menerima pesannya.

d. Biaya Kegagalan Eksternal (External Failure Costs)

Setiap pebisnis tentu akan berpotensi mengalami kegagalan biaya eksternal, yang mana biaya ini akan dikeluarkan saat pembeli menerima

produk berkualitas buruk. Untuk itu, biaya ini harus dikeluarkan sebagai upaya garansi, penggantian produk, penyelidikan keluhan, atau biaya ini juga bisa digunakan sebagai bagian dari biaya kehilangan pelanggan.

Contoh Biaya Pencegahan:

a. Perencanaan Kualitas

Contoh biaya perencanaan kualitas adalah yang berhubungan dengan kegiatan perencanaan kualitas secara menyeluruh, termasuk persiapan berbagai proses yang dibutuhkan untuk menginformasikan kualitas secara menyeluruh pada pihak yang berkepentingan di dalamnya.

b. Tinjauan-Tinjauan Produk Baru

Seluruh biaya yang berhubungan dengan rekayasa keandalan dan juga kegiatan lainnya yang berhubungan dengan kualitas yang berkaitan dengan informasi desain baru.

c. Pengendalian Proses

Berbagai biaya inspeksi dan juga pengujian pada proses guna menentukan status dari suatu proses, bukan status dari suatu produk.

d. Audit Kualitas

Seluruh biaya yang berkaitan dengan relevansi dari suatu pelaksanaan kegiatan dalam rencana kualitas secara menyeluruh.

e. Evaluasi Kualitas Pemasok

Seluruh biaya yang berhubungan dengan evaluasi pada supplier sebelum pemilihan supplier, audit pada setiap kegiatan selama kontrak berlangsung, dan berbagai upaya yang berkaitan dengan supplier

f. Pelatihan

Seluruh biaya yang berhubungan dengan penyiapan dan juga pelaksanaan berbagai program pelatihan yang berkaitan dengan kualitas.

Contoh Biaya Penilaian

g. Inspeksi dan Pengujian Kedatangan Material

Seluruh biaya yang berkaitan dengan penentuan suatu kualitas materi yang sudah dibeli.

h. Inspeksi dan Pengujian Produk dalam Proses

Biaya yang berhubungan dengan evaluasi produk dalam suatu proses terhadap persyaratan kualitas yang sudah ditetapkan.

i. Inspeksi dan Pengujian Produk Akhir

Berbagai biaya yang berhubungan dengan evaluasi produk akhir pada persyaratan kualitas yang sebelumnya sudah ditetapkan.

j. Audit Kualitas Produk

Biaya yang dikeluarkan untuk produk dalam suatu proses atau akhir produk.

k. Pemeliharaan Akurasi Peralatan Pengujian

Suatu biaya yang untuk melakukan kalibrasi guna mempertahankan akurasi instrumen alat ukur perusahaan.

l. Evaluasi Stok

Biaya yang dikeluarkan untuk menguji produk dalam penyimpanan untuk menilai kualitasnya.

Beberapa Contoh Biaya Kegagalan Internal

m. Scrap

Scrap adalah biaya yang dikeluarkan untuk material, tenaga kerja, atau overhead pada produk cacar secara ekonomis dan sudah tidak bisa diperbaiki lagi.

n. Inspeksi Ulang dan Pengujian Ulang

Biaya yang dikeluarkan untuk inspeksi ulang dan juga pengujian ulang produk yang sudah mengalami pengerjaan utang maupun perbaikan kembali.

o. Downgrading

Downgrading adalah selisih harga jual dan juga harga beli yang dikurangi dengan alasan kualitas.

p. **Avoidable Process Losses**

Berbagai biaya kehilangan yang terjadi, walaupun produk tersebut tidaklah cacat. Contoh: biaya kegagalan eksternal

q. **Jaminan (Warranty)**

Suatu biaya yang harus dikeluarkan untuk mengganti atau memperbaiki produk yang masih dalam jaminan garansi.

r. **Penyelesaian Keluhan**

Berbagai biaya yang dikeluarkan untuk menyelidiki dan juga untuk menyelesaikan keluhan yang berkaitan dengan produk cacat.

s. **Produk Dikembalikan**

Berbagai biaya yang berhubungan dengan penerimaan dan juga penempatan pada produk cacat yang dikembalikan oleh para pelanggan.

t. **Allowances**

Berbagai biaya yang berhubungan dengan konsep pelanggan karena produk yang diterimanya berada dibawah standar kualitas.

Perilaku Biaya Kualitas

Suatu kualitas bisa diukur berdasarkan biayanya, perusahaan ingin agar biaya kualitas turun tapi ingin memiliki kualitas yang baik, atau pada suatu titik tertentu. Jika standar kerusakan nol bisa diraih, maka perusahaan pun masih harus menanggung biaya pencegahan dan penilaian. Suatu perusahaan yang memiliki program pengelolaan kualitas yang baik biasanya biaya kualitasnya tidak melebihi 2,5% penjualan.

Setiap perusahaan akan bisa menyusun anggaran guna menentukan besaran standar kualitas pada setiap kelompok secara individu, sehingga biaya total kualitas yang sudah dianggarkan bisa tidak lebih dari 2,5% penjualan. Agar standar ini bisa diraih, maka perusahaan

harus bisa melakukan identifikasi perilaku pada setiap elemen biaya kualitas secara individu.

Biaya kualitas ini harus terus dievaluasi dengan cara membandingkan biaya sesungguhnya dan biaya yang sudah dianggarkan. Perbandingan pada biaya kualitas tetap menggunakan jumlah nilai biaya absolut yang sebenarnya dibelanjakan dengan biaya yang sudah dianggarkan.

Perbandingan biaya dengan kualitas yang menggunakan persentase penjualan tidak akan bermanfaat, karena penjualan yang sudah dianggarkan belum tentu sama dengan penjualan yang sebenarnya. Biaya kualitas variabel baru bisa dibandingkan dengan menggunakan persentase penjualan, jumlah biaya, atau keduanya.

10.2 Pelaporan Biaya Kualitas

Pelaporan biaya kualitas dapat menjadi sumber informasi terpenting dalam pembuat keputusan perbaikan kualitas dan penurunan biaya kualitas. **Pertama**, dalam membuat pelaporan biaya kualitas adalah menentukan biaya kualitas sesungguhnya untuk setiap komponen kualitas. **Kedua**, mengelompokkan komponen-komponen biaya kualitas tersebut dalam kelompok-kelompok biaya kualitas. Penyusunan laporan biaya kualitas tersebut dalam kelompok-kelompok biaya kualitas. Penyusunan laporan biaya kualitas mudah dilakukan dan dipahami biasanya disajikan dalam bentuk persentase dari penjualan sesungguhnya.

Tujuan utama laporan biaya kualitas adalah untuk memperbaiki dan mempermudah perencanaan, pengendalian dan pengambilan keputusan manajerial. Terdapat beberapa tipe laporan biaya kualitas, yaitu:

1. *Interim Standart Report*, yaitu laporan yang membandingkan antara biaya kualitas aktual dengan biaya kualitas standar.
2. *One Year Trend Report*, yaitu laporan yang membandingkan kinerja kualitas tahun berjalan dengan kinerja kualitas tahun sebelumnya

3. *Multiple- period trend reports*, yaitu laporan yang membandingkan kinerja kualitas untuk beberapa tahun
4. *Long-range standart report*, yaitu laporan yang membandingkan antara realisasi biaya kualitas tahun berjalan dengan target biaya kualitas yang diinginkan.

(Muslichah dan Syaiful Bahri, 2021)

10.3 Soal

1. Apa yang dimaksud dengan biaya kualitas?
2. Jelaskan program Gugus Kendali Mutu (GKM)!

BAB 11

PENGUKURAN KINERJA PERUSAHAAN

Capaian Pembelajaran:

1. Mampu memahami mengenai pengertian kinerja Perusahaan
2. Mampu memahami Kinerja Keuangan
3. Mampu memahami Dupont Analysis
4. Mampu memahami Jenis- jenis rasio Keuangan
5. Mampu memahami Economic Value Added (EVA)
6. Mampu memahami analisa rasio metode radar.
7. Mampu memahami Balanced Score card (BSC).

11.1 Kinerja Perusahaan

Kinerja perusahaan adalah hasil dari kegiatan manajemen. Parameter yang sering digunakan untuk menilai kinerja suatu perusahaan yang dilakukan dengan menggunakan pendekatan di mana informasi keuangan diambil dari laporan keuangan atau laporan keuangan lainnya.

Penilaian kinerja bertujuan untuk menentukan efektivitas operasi perusahaan. Hal ini dapat dilakukan dengan menggunakan metode atau pendekatan. Kaplan dan Atkinson (1998: 551), kinerja non-keuangan, mengukur kinerja dengan menggunakan satuan pengukuran non-keuangan. Informasi yang digunakan dalam mengukur kinerja keuangan adalah informasi keuangan, akuntansi manajemen informasi, dan informasi akuntansi keuangan seperti laba sebelum pajak, laba atas investasi, dan sebagainya. Dalam kaitannya dengan pengukuran kinerja, Healy (1995) menyatakan bahwa pengukuran kinerja didasarkan pada kinerja pasar.

11.2 Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan merupakan prospek masa depan, pertumbuhan, dan potensi perkembangan yang baik untuk entitas. Informasi kinerja

keuangan diperlukan untuk menilai perubahan potensial sumber daya ekonomi yang mungkin dikendalikan di masa depan untuk memprediksi kapasitas produksi dari sumber daya yang ada. Laporan keuangan merupakan alat manajemen untuk menganalisis. Digunakan untuk mengambil keputusan bagi pihak manajemen.

Ukuran yang digunakan adalah rasio atau indeks yang menunjukkan hubungan antara dua data keuangan. Rasio keuangan merupakan alat utama dalam analisis keuangan karena dengan analisis keuangan dapat digunakan untuk mengidentifikasi beberapa kekuatan dan kelemahan keuangan entitas. Dengan melakukan analisa rasio keuangan akan diperoleh informasi mengenai penilaian keadaan entitas baik masa lalu, saat sekarang maupun ekspektasi di masa yang akan datang.

11.3 Analisis Laporan Keuangan

Pada waktu menganalisis laporan keuangan, beberapa hal perlu diperhatikan.

- 1) Manajer keuangan perlu melihat trend/perkembangan dalam laporan keuangan. Laporan keuangan 5 atau 6 tahun ke belakang barangkali bisa digunakan untuk melihat adanya trend-trend tsb. Lebih spesifik lagi, jika trend menunjukkan perkembangan yang lebih baik, maka perusahaan barangkali berada pada jalur yang tepat, dan sebaliknya.
- 2) Dalam analisis perusahaan, membaca dan menganalisis laporan keuangan dengan hati-hati adalah penting. Diskusi atau pernyataan-pernyataan yang melengkapi laporan keuangan seperti diskusi strategi perusahaan, diskusi rencana ekspansi atau restrukturisasi, merupakan bagian integral yang harus dimasukkan ke dalam analisis.
- 3) Manajer keuangan memerlukan informasi tambahan yang tidak tersedia di laporan keuangan, sehingga membuat analisis lebih tajam. Contoh: analisis perkembangan pangsa pasar.
- 4) Angka-angka yang berdiri sendiri akan sulit ditentukan baik-tidaknya. Angka pembanding diperlukan untuk melihat apakah

angka tertentu itu baik atau tidak baik. Salah satu contoh angka pembandingan yang sering digunakan adalah rata-rata industri (rata-rata yang diperoleh dari perusahaan-perusahaan lain yang bergerak di sektor usaha yang sama).

11.4 Analisis Dupont

Analisis bertujuan untuk memisahkan *Return On Asset* ke dalam dua bagian:

- a. Perputaran aset = Penjualan/Total Aktiva
- b. Profit margin = Laba/Rugi Bersih /penjualan

$$\text{ROA} = \text{Perputaran aset} \times \text{Profit Margin}$$

$$\text{Total Hutang} + \text{Ekuitas} = \text{Total Ekuitas \& Hutang}$$

$$\text{Total Ekuitas \& Hutang} / \text{Ekuitas} = \text{Faktor Kali Ekuitas}$$

$$\text{Faktor Kali Ekuitas} \times \text{ROA} = \text{ROE}$$

$$\text{ROE} = \text{ROA} / (1 - (\text{Total Utang} / \text{Total Aset}))$$

11.5 Analisis Rasio

Analisis rasio dapat dilakukan secara:

- a. Cross section (*Cross-Sectional Analysis*) membandingkan rasio keuangan perusahaan berbeda untuk waktu yang sama, misalnya membandingkan perusahaan dengan pesaing utama ataupun dengan industri (cara ini disebut dengan benchmarking)
- b. Time series (*Time-Series Analysis*) melakukan evaluasi atas perkembangan kinerja perusahaan melalui rasio keuangan

Ada lima jenis rasio keuangan yang sering digunakan:

1. Rasio likuiditas: rasio yang mengukur kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban jangka pendek.
2. Rasio aktivitas: rasio yang mengukur kemampuan perusahaan menggunakan asetnya dengan efisien.
3. Rasio utang/leverage: rasio yang mengukur kemampuan perusahaan memenuhi total kewajibannya.
4. Rasio keuntungan/profitabilitas: rasio yang mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan profitabilitas.
5. Rasio pasar: rasio yang mengukur prestasi pasar relatif terhadap nilai buku, pendapatan, atau dividen.

Rasio Likuiditas

Rasio likuiditas mengukur kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban jangka pendek yang segera jatuh tempo.

a. Current Ratio

Kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek dengan aset lancar yang dimiliki.

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Aset Lancar}}{\text{Utang Lancar}}$$

b. Quick Ratio

Rasio ini memberikan petunjuk yang lebih baik dalam melihat likuiditas perusahaan dibandingkan dengan rasio lancar, karena peniadaan perkiraan persediaan dari perhitungan rasio. Adanya peniadaan persediaan dikarenakan persediaan memerlukan jangka waktu yang lama untuk dikonversi menjadi kas.

$$\text{Quick Ratio} = \frac{\text{Aset Lancar} - \text{Persediaan}}{\text{Utang Lancar}}$$

Contoh: Hitung current ratio dan quick ratio!

Aktiva Lancar	Jumlah (Rp)	Utang Lancar	Jumlah (Rp)
Kas	5.000.000	Utang dagang	12.500.000
Piutang dagang	12.500.000	Utang wesel	10.000.000
Piutang wesel	10.000.000	Utang gaji	2.500.000
Persediaan	25.000.000	Utang lain-lain	5.000.000

Perlengkapan	7.500.000	Jumlah	30.000.000
Jumlah	60.000.000	Utang dagang	12.500.000

Penyelesaian:

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Aset Lancar}}{\text{Utang Lancar}} = \frac{60.000.000}{30.000.000} = 2$$

Artinya, kemampuan perusahaan untuk membayar utang lancar dengan aset lancar yang ada sebesar 2: 1 atau 200%. Setiap Rp 1,- utang lancar dijamin dgn aset lancar sebesar Rp 2,-.

$$\begin{aligned} \text{Quick Ratio} &= \frac{\text{Aset Lancar} - \text{Persediaan}}{\text{Utang Lancar}} = \frac{60.000.000 - 25.000.000}{30.000.000} \\ &= 1,167 \end{aligned}$$

Artinya, kemampuan perusahaan untuk membayar utang lancar dengan aset lancar tanpa persediaan sebesar 1,167: 1 atau 116,7%. Setiap Rp 1,- utang lancar dapat dijamin dg aset lancar tanpa persediaan sebesar Rp 1,167,-

Rasio Aktivitas

a. Inventory Turn Over

Inventory Turn Over mengukur seberapa efektifnya perusahaan dalam mengelola persediaan.

Rumus:

$$\text{Inventory Turnover} = \frac{\text{Harga Pokok Penjualan}}{\text{Persediaan}}$$

$$\text{Inventory Turnover in days} = \frac{365}{\text{Perputaran persediaan}}$$

(Average Day's Inventory) Perputaran persediaan

$$= \frac{\text{Persediaan} \times 365}{\text{HPP}}$$

Makin tinggi ITO makin baik bagi perusahaan. Nilai ITO akan lebih bermanfaat jika dibandingkan dengan perusahaan lain dalam industri yang sama.

b. Receivable Turn Over

Receivable Turn Over mengukur seberapa cepat piutang usaha telah berputar (menjadi kas) selama periode/tahun tersebut. Rumus:

$$\text{Receivable Turnover} = \frac{\text{Penjualan kredit}}{\text{Piutang}}$$

$$\text{Receivable Turnover in days} = \frac{365}{\dots}$$

(Average Collection Periode) Perputaran piutang

$$= \frac{\text{Piutang} \times 365}{\text{Penjualan kredit}}$$

c. Assets Turn Over

Assets Turn Over mengukur kemampuan aset/aktiva dalam menciptakan/menghasilkan penjualan.

Rumus:

$$\text{Asset Turn over} = \frac{\text{Penjualan bersih}}{\text{Total Aset}}$$

Tujuan:

Melihat kemampuan perusahaan menggunakan asetnya dengan efektif. Semakin tinggi angka perputaran, semakin efektif aset digunakan. Semakin tinggi rata-rata umur piutang, semakin tidak baik (tidak efektif menggunakan aset).

Rasio ini menunjukkan seberapa cepat perusahaan menghasilkan kas (ditunjukkan dengan seberapa cepat beberapa akun dikonversikan menjadi kas).

Rasio ini disebut juga rasio efisiensi, digunakan untuk mengukur efisiensi perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya (aktiva) yang dimiliki.

Rasio ini dapat melihat seberapa jauh aktiva perusahaan dibiayai oleh utang atau pihak luar dengan kemampuan perusahaan yang digambarkan oleh modal (equity). Perusahaan yang baik mestinya memiliki komposisi modal yang lebih besar daripada utang.

Rasio Solvabilitas

Rasio total utang terhadap total aktiva (*debt to total asset ratio*)

Debt to total asset ratio menunjukkan besarnya total utang terhadap total aktiva yang dimiliki oleh perusahaan. Rasio ini menunjukkan besarnya aset perusahaan yang didanai oleh utang. Rumus:

$$\text{Debt to Total Asset Ratio} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Aset}}$$

Semakin tinggi rasio ini menunjukkan semakin besar pula pendanaan dari utang, artinya semakin besar risiko bagi perusahaan (kemungkinan tidak dapat membayar utangnya juga semakin besar). Rasio yang tinggi juga menunjukkan bahwa rendahnya aset perusahaan yang dibiayai oleh ekuitas (modal sendiri).

Rasio utang terhadap ekuitas (*debt to equity ratio*)

Debt to equity ratio mengukur sampai seberapa besar jumlah modal sendiri yang dijamin atas utang (termasuk utang jangka pendek). Semakin besar rasio ini akan semakin menguntungkan perusahaan, sedangkan bagi pihak bank akan mengakibatkan semakin besar risiko yang ditanggungnya. Rumus:

$$\text{Debt to equity ratio} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Ekuitas Pemegang Saham}}$$

Semakin rendah rasio ini, semakin tinggi tingkat pendanaan perusahaan yang disediakan oleh pemegang saham, dan semakin besar perlindungan bagi kreditur jika terjadi kerugian besar.

Contoh:

Hitung debt to equity ratio dan debt to total asset ratio dari data keuangan berikut:

Total Aktiva	Rp 3.250.000
Utang Jangka Pendek	Rp 823.000
Utang Jangka Panjang	Rp 631.000
Ekuitas Pemegang Saham	Rp 1.796.000
Total Utang+Ekuitas Pemegang Saham	Rp 3.250.000

Penyelesaian:

$$\begin{aligned}
 \text{Debt to equity ratio} &= \frac{\text{Total}}{\text{Ekuitas Pemegang Saham}} \\
 &= \frac{\text{Rp 1,454,000}}{\text{Rp 1.796.000}} \\
 &= 0,81 \text{ atau } 81\%
 \end{aligned}$$

Artinya, setiap Rp 0,81,- total utang dijamin dengan ekuitas sebesar Rp 1,-. Atau, untuk setiap Rp 1,- yang diberikan oleh pemegang saham, kreditur memberikan Rp 0,81 pendanaan (utang).

Penyelesaian:

$$\begin{aligned}
 \text{Debt to Total Aset ratio} &= \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Aset}} \\
 &= \frac{\text{Rp 1,454,000}}{\text{Rp 3.250.000}} \\
 &= 0,45 \text{ atau } 45\%
 \end{aligned}$$

Artinya, 45% dari aset perusahaan didanai oleh utang, sedangkan sisanya 55% pendanaan berasal dari pemegang saham.

Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba; menunjukkan pengaruh kebijakan likuiditas, manajemen aktiva (aktivitas), manajemen utang (solvabilitas) terhadap hasil operasional perusahaan.

Profitabilitas dalam kaitannya dengan penjualan

GPM (*Gross Profit Margin*) mengukur laba kotor perusahaan dari aktivitas penjualan. Rumus:

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Penjualan Bersih}} = \frac{\text{Penjualan Bersih} - \text{HPP}}{\text{Penjualan Bersih}}$$

NPM (*Net Profit Margin*) digunakan untuk menunjukkan keuntungan netto atau laba bersih dari setiap penjualan. Semakin besar angka yang didapat menunjukkan kinerja yang semakin baik. Rumus:

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba Bersih setelah pajak}}{\text{Penjualan Bersih}}$$

Profitabilitas dalam kaitannya dengan pengembalian investasi

ROA (*Return On Asset*) digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dengan keseluruhan dana yang telah ditanamkan pada aktiva untuk operasi perusahaan dalam memperoleh keuntungan. Rasio ini juga menunjukkan produktivitas dari seluruh dana perusahaan. Rumus:

$$\text{Return On Assets (ROA)} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total aset}} \times 100\%$$

ROE (*Return On Equity*) digunakan untuk mengukur tingkat efisiensi modal sendiri (ekuitas) dan menunjukkan laba bersih yang dapat diperoleh dari modal pemilik (ekuitas). Semakin tinggi rasio ini semakin memperkuat posisi modal pemilik perusahaan. Rumus:

$$\text{Return On Equity (ROE)} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Ekuitas Pemegang Saham}} \times 100\%$$

Contoh:

Diketahui:

Laba kotor	= Rp 1.312.000
HPP	= Rp 2.680.000
Total Aktiva	= Rp 3.250.000
Beban Adm. Penjualan dan Umum	= Rp 912.000
Beban Bunga	= Rp 85.000
Pajak PPh	= Rp 114.000
Ekuitas Pemegang Saham	= Rp 1.796.000

Hitung:

GPM, NPM, ROA dan ROE!

Jawab:

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Penjualan Bersih}} = \frac{\text{Penjualan Bersih} - \text{HPP}}{\text{Penjualan Bersih}}$$

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Rp } 1.312.000}{\text{Rp } 3.992.000}$$

$$\text{Gross Profit Margin} = 0,329 \text{ atau } 32,9\%$$

Artinya, untuk setiap Rp 1,- penjualan memberikan penghasilan kotor Rp 0,329,-

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba Bersih setelah pajak}}{\text{Penjualan Bersih}}$$

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Rp } 201.000}{\text{Rp } 3.992.000}$$

$$\text{Net Profit Margin} = 0,0504 \text{ atau } 5,04\%$$

Artinya, untuk setiap Rp 1,- penjualan memberikan penghasilan bersih Rp 0,0504,-

$$\text{Return On Assets (ROA)} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total aset}} \times 100\%$$

$$\text{Return On Assets (ROA)} = \frac{\text{Rp } 201.000}{\text{Rp } 3.250.000} \times 100\%$$

$$\text{Return On Assets (ROA)} = 6,18\%$$

$$\text{Return On Equity (ROE)} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Ekuitas Pemegang Saham}} \times 100\%$$

$$\text{Return On Equity (ROE)} = \frac{\text{Rp } 201.000}{\text{Rp } 1.796.000} \times 100\%$$

$$\text{Return On Equity (ROE)} = 11,19\%$$

Tujuan:

Melihat kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban totalnya. Semakin tinggi angka rasio Total Utang/Total Aktiva, semakin berisiko (tidak baik). Semakin tinggi angka TIE atau FCC, semakin kecil risiko (semakin baik).

Rasio Pasar

PER = Harga Pasar per Lembar / Laba Bersih per Lembar

Dividend Yield = Dividen per Lembar / Harga Pasar per Lembar

Rasio Pembayaran Dividen = $\frac{\text{Dividen per Lembar}}{\text{Laba Bersih per Lembar}}$

Tujuan:

Melihat seberapa jauh tujuan kemakmuran pedagang saham tercapai. Secara umum, semakin tinggi angka PER, dividend yield, dan rasio pembayaran dividen, semakin baik.

11.6 Analisis Lain

a. Analisis Perbandingan

Angka pembanding bisa memakai data historis (data masa lalu) dan angka-angka dari perusahaan lain yang sejenis, yang diringkaskan ke dalam rata-rata industri.

b. Analisis Common Size

Analisis ini disusun dengan jalan menghitung tiap rekening dalam laporan laba-rugi dan neraca menjadi proporsi dari total penjualan (untuk laporan laba-rugi) atau dari total aktiva (untuk neraca). Teknik ini memudahkan membaca data-data keuangan dalam beberapa periode untuk mencari trend.

11.7 Market Value Added

MVA menghitung selisih antara nilai pasar dengan nilai buku saham. MVA adalah Nilai Pasar Saham dikurangi Nilai Buku Saham. MVA dihitung dengan menggunakan dasar nilai buku saham awal. MVA dapat untuk mengukur prestasi perusahaan sejak perusahaan berdiri.

MVA hanya digunakan untuk perusahaan secara keseluruhan, sedangkan EVA bisa digunakan untuk divisi disamping juga untuk perusahaan secara keseluruhan.

11.8 Economic Value Added (EVA)

EVA merupakan ukuran kinerja yang menggabungkan perolehan nilai dengan biaya untuk memperoleh nilai tambah tersebut.

$$\text{EVA} = \text{NOPAT} - \text{Biaya Modal}$$

NOPAT adalah tingkat keuntungan yang diperoleh dari modal yang kita tanam. Biaya modal adalah biaya dari modal yang kita tanamkan.

$$\text{NOPAT} = \text{Modal yang Diinvestasikan} \times \text{ROIC}$$

$$\text{Biaya Modal} = \text{Modal yang Diinvestasikan} \times \text{WACC}$$

$$\text{EVA} = \text{Modal yang Diinvestasikan} (\text{ROIC} - \text{WACC}).$$

$$\text{ROIC} = \text{Return on Invested Capital}$$

$$\text{WACC} = \text{Weighted Average Cost of Capital}$$

Formula di atas menunjukkan bahwa nilai tambah yang diperoleh adalah nilai tambah bersih (net), yaitu nilai tambah yang dihasilkan dikurangi biaya yang digunakan untuk memperoleh nilai tambah tsb. Berbeda dengan pengukuran kinerja akuntansi yang tradisional (seperti ROE), EVA mencoba mengukur nilai tambah yang dihasilkan suatu perusahaan dengan cara mengurangi beban biaya modal (cost of capital) yang timbul sebagai akibat investasi yang dilakukan.

Kelebihan dan Kekurangan EVA

Kelebihannya adalah sebagai berikut.

1. Bermanfaat sebagai penilai kinerja yang berfokus pada penciptaan nilai (value creation), membuat perusahaan lebih memperhatikan struktur modal, dan dapat digunakan untuk mengidentifikasi kegiatan atau proyek yang memberikan pengembalian lebih tinggi daripada biaya modal.
2. Manajemen dipaksa untuk mengetahui berapa the true cost of capital dari bisnisnya sehingga tingkat pengembalian bersih dari modal yang merupakan hal yang sesungguhnya menjadi perhatian para investor dapat diperlihatkan secara jelas.
3. Manajer akan berpikir dan bertindak seperti halnya pemegang saham yaitu memilih investasi yang memaksimalkan tingkat

pengembalian dan meminimumkan tingkat biaya modal sehingga nilai perusahaan dapat dimaksimumkan.

Dan kelemahannya adalah sebagai berikut.

1. EVA hanya menggambarkan penciptaan nilai pada suatu tahun tertentu.
2. Secara praktis, penerapan EVA masih sulit, karena proses perhitungan EVA memerlukan estimasi atas biaya modal dan estimasi ini terutama untuk perusahaan yang belum go public sulit untuk dilakukan.

11.9 Soal

1. Apa yang dimaksud dengan kinerja?
2. Sebutkan dan Jelaskan alat pengukur kinerja mulai dari kinerja keuangan dan non keuangan!
3. Dibawah ini:

Neraca PT Karya Hasta

(dalam ribuan rupiah)

AKTIVA	2010	2011
Kas dan Surat Berharga	155.000	309.099
Piutang Usaha	10.000	12.000
Persediaan	250.000	270.000
Total Aktiva Lancar	415.000	591.099
Tanah, Bangunan, Pabrik, dan Peralatan.	250.000	250.000
Akumulasi depresiasi	(25.000)	(50.000)
Aktiva Tetap Bersih	225.000	200.000
Total Aktiva	640.000	791.099
KEWAJIBAN DAN MODAL		
Utang Bank	50.000	145.000
Utang Dagang	10.000	10.506
Akrual	5.000	5.100
Kewajiban Lancar	65.000	160.606
Utang Jangka Panjang	238.366	271.000
Saham Biasa (100.000 lembar)	320.000	320.000
Laba Ditahan	16.634	39.493
Total Kewajiban + Modal	640.000	791.099

Laporan Laba Rugi PT Karya Hasta

	2010	2011
Penjualan Bersih	600.000	655.000
Harga Pokok Penjualan	480.000	537.100
Laba Kotor	120.000	117.900
Biaya Administrasi dan Penjualan	30.000	15.345
Depresiasi	25.000	25.000
Biaya lain-lain	2.027	3.557
Total Biaya Operasi	57.027	43.902
Laba Sebelum Bunga dan Pajak /EBIT/NOI	62.973	73.998
Bunga pinjaman	35.250	35.900
Laba Sebelum Pajak / EBT	27.723	38.098
Pajak	11.089	15.239
Laba Bersih	16.634	22.859
Dividen saham	0	0
Tambahan Laba Ditahan	16.634	22.859
Jumlah lembar saham beredar	100.000 lbr	100.000 lbr
Laba per lembar	0, 17	0,23

Diketahui:

- Rasio Hutang jangka panjang terhadap modal sendiri = 50%
- Asset turn over = 2,5 kali
- Periode pengumpulan piutang = 18 hari
- Perputaran persediaan = 9 kali
- Gross Profit Margin = 10%
- Acid Test Ratio = 100%

4. Isilah titik-titik dibawah ini:

PT UNTUNG MELULU
NERACA PER 31 DESEMBER 2010

Kas	Rp	Utang lancar	Rp 100.000
Piutang	Rp	Utang jangka panjang	Rp.....
Persediaan	Rp	Saham Biasa	Rp 100.000
Aktiva Tetap (net)	Rp	Laba ditahan	Rp 100.000
Total Aktiva	Rp	Total Utang + Modal	Rp.....

5. Dibawah ini:

Neraca PT Kasih Sayang
Per 31 Desember 2021

Kas	100.000	Hutang Dagang	150.000
Surat berharga	50.000	Hutang Bank	150.000
Piutang	150.000	Obligasi	250.000
Persediaan	100.000	Saham Biasa	400.000
Mesin (net)	200.000	Laba ditahan	50.000
Gedung (net)	300.000		
Tanah	100.000		
Total Aktiva	1.000.000	Total Hutang + Modal	1.000.000

Ditanyakan:

- a. Berapa tambahan modal kerja yang diperlukan untuk membiayai inventory dari modal sendiri agar Current Ratio meningkat menjadi 200% ?
- b. Berapa berkurangnya modal kerja yang digunakan untuk membayar sebagian hutang bank agar Current Ratio menjadi 150 % ?
- c. Berapa berkurangnya hutang bank yang di dibiayai dari modal sendiri agar Current Ratio menjadi 200% ?

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofyan, 2004. Manajemen Produksi dan Operasi. CP-FEUI: Jakarta.
- Atkinson, A.A., Robert S. Kaplan (1998). Edisi 3. Advance Management Accounting. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Bhattacharya, Som Sekhar, Sahay Arunditya, Arora Ahok Pratap dan Chatuvedi Abha, 2008. A Toolkit For Designing Firm Level Strategic Corporate Social Responsibility (CSR) Social Responsibility Journal. Vol. 4 No.3 2008, pp 265-282, Emerald Group Publish.
- Bojonegoro, I. and Rizkylorojiwo. 2013. Topeng Bernama CSR. Available at: <http://asylum87.blogspot.com/2013/03/topeng-bernama-csr.html> (Accessed: 20 May 2015).
- Carrol, A. B, 1991. The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. Business Horizons.
- Elkington, J. 1997. Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business. Capstone. Oxford.
- Gray S. J. 1985. Culture Influences and The International Classification of Accounting System, Working Paper 7-85, University of Glasgow.
- Gray Rob, Bebbington, J, 2001. Accounting for the Environment. SAGE Publications Ltd.
- Handayani, Monika, 2021. Konsep Corporate Social responsibility dengan perspektif Budaya Banjar. Disertasi, Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya, Malang.
- Lako, Andreas, 2016. Transformasi Menuju Akuntansi Hijau: Desain Konsep dan Praktik. Simposium Nasional Akuntansi XIX, Lampung, 26 Agustus.

- Muslichah dan Bahri, Syaiful, 2021. Akuntansi Manajemen, Teori dan Aplikasi. Mitra Wacana Media. Jakarta.
- Porter, M, E and Kramer, M, R, 2006. Strategy & Society: The link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility, Harvard Business Review, Vol. 84 No. 12, pp. 56-68.
- Ramanathan, Kavasseri V, 1976. Toward a Theory of Corporate Social Accounting. The Accounting Review Journal. Vol. 51. No. 3 (Jul, 1976) pp 516-528.
- Schaltegger, S. 1996. Corporate Environmental Accounting. Wiley.
- Tambunan, Loran, 2003. Akuntansi Manajemen: Analisa Biaya untuk Perencanaan dan Pengawasan, Edisi Kedua, Cetakan Pertama, Medan UHN.

GLOSARIUM

Akuntansi : Proses mengidentifikasi, mengukur, melaporkan
Manajemen dan menganalisa tentang peristiwa ekonomi untuk mencapai tujuan organisasi.

Akuntansi : Cabang Akuntansi secara khusus berkaitan dengan
Lingkungan masalah lingkungan dengan tujuan untuk pelaporan eksternal dalam laporan lingkungan entitas atau laporan tahunan yang diterbitkan.

Akuntansi Manajemen

Bagi Pendidikan Vokasi

MONIKA HANDAYANI

Dengan penetapan biaya berbasis aktivitas, Anda mempertimbangkan biaya langsung dan overhead untuk membuat setiap produk. Anda menyadari bahwa produk yang berbeda memerlukan biaya tidak langsung yang berbeda pula.

Dengan menetapkan biaya langsung dan overhead untuk setiap produk, Anda dapat menetapkan harga dengan lebih akurat. Dan, proses penetapan biaya berbasis aktivitas menunjukkan kepada Anda biaya overhead mana yang mungkin dapat Anda kurangi. Penentuan harga pokok berdasar aktivitas adalah system yang terdiri atas dua tahap yaitu pertama melacak biaya pada berbagai aktivitas, dan kemudian ke berbagai produk. Penentuan harga pokok produk secara konvensional juga melibatkan dua tahap, namun pada tahap pertama, biaya-biaya tidak dilacak ke aktivitas melainkan ke suatu unit organisasi misalnya pabrik atau departemen-departemen. Baik pada system konvensional maupun system ABC, tahap ke dua meliputi pelacakan biaya ke berbagai produk.



Penerbit Poliban Press

Redaksi :

Politeknik Negeri Banjarmasin, Jl. Brigjen H. Hasan Basry,
Pangeran, Komp. Kampus ULM, Banjarmasin Utara

Telp : (0511)3305052

Email : press@poliban.ac.id

ISBN 978-623-7694-82-3 (PDF)



ISBN 978-623-7694-81-6

