

## ANALISIS BIAYA PT. ARTHA TRIMITRA EXPOTAMA

Henryanto Wijaya<sup>1</sup>, Ivana Michellin<sup>2</sup>, Christopher Elihu Billy Morgan<sup>3</sup> dan Kelly Rich<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Sarjana Akuntansi, Universitas Tarumanagara Jakarta  
Email: [henryantow@fe.untar.ac.id](mailto:henryantow@fe.untar.ac.id)

<sup>2</sup>Program Studi Sarjana Akuntansi, Universitas Tarumanagara Jakarta  
Email: [ivana.125180303@stu.untar.ac.id](mailto:ivana.125180303@stu.untar.ac.id)

<sup>3</sup>Program Studi Sarjana Akuntansi, Universitas Tarumanagara Jakarta  
Email: [christopher.125190054@stu.untar.ac.id](mailto:christopher.125190054@stu.untar.ac.id)

<sup>4</sup>Program Studi Sarjana Akuntansi, Universitas Tarumanagara Jakarta  
Email: [kelly.125200107@stu.untar.ac.id](mailto:kelly.125200107@stu.untar.ac.id)

### ABSTRACT

*The specific objectives and targets to be achieved from this Community Service are to conduct a cost analysis for PT Artha Trimitra Expotama to formulate a suitable cost model for partners. For this, we, lecturers and students from the Faculty of Economics and Business, will conduct a FGD (Forum Group Discussion) to identify problems and reach an agreement with the management of PT Artha Trimitra Expotama to determine a suitable cost model for partners. We conducted a survey before the FGD (Forum Group Discussion) was conducted to obtain information about the location of the company and the area around it. Next we will conduct a FGD (Forum Group Discussion) with the management of PT Artha Trimitra Expotama. After the discussion, we will also provide various alternatives to the management for consideration in making decisions. We will end this activity by making a FGD narrative (Forum Group Discussion), cost analysis, as well as compiling a final report and financial report on the activities we have carried out. We plan to carry out this series of activities from August 2021 to November 2021*

**Keywords:** *community, cost analysis, cost model*

### ABSTRAK

Tujuan dan target khusus yang akan dicapai dari Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah melakukan analisis biaya untuk PT Artha Trimitra Expotama untuk merumuskan model biaya yang cocok bagi mitra. Untuk ini, kami, dosen dan mahasiswa dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis, akan melakukan FGD (Forum Group Discussion) untuk mengidentifikasi masalah dan mencapai suatu kesepakatan dengan pihak manajemen PT Artha Trimitra Expotama untuk menentukan model biaya yang cocok bagi mitra. Kami melakukan survey terlebih dahulu sebelum FGD (Forum Group Discussion) dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai lokasi perusahaan dan daerah di sekitarnya. Berikutnya kami akan melakukan FGD (Forum Group Discussion) dengan pihak manajemen PT Artha Trimitra Expotama. Setelah diskusi dilakukan, kami juga akan memberikan berbagai alternatif kepada pihak manajemen sebagai bahan pertimbangan pengambilan keputusan. Kegiatan ini akan kami akhiri dengan membuat narasi FGD (Forum Group Discussion), analisis biaya, juga menyusun laporan akhir maupun laporan keuangan atas kegiatan yang telah kami lakukan. Serangkaian kegiatan ini kami rencanakan akan dilakukan mulai bulan Agustus 2021 sampai dengan bulan November 2021.

**Kata kunci:** masyarakat, analisis biaya, model biaya

## 1. PENDAHULUAN

PT Artha Trimitra Expotama adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang kontraktor interior dan pameran internasional yang berada di Jakarta. Didirikan sebagai Partners expo pada tahun 2005. PT Artha Trimitra Expotama memiliki workshop 8.000 meter persegi, memiliki lebih dari 100 staf dan pekerja terampil di bidangnya dan alat produksi yang luas dan modern. PT Artha Trimitra Expotama sudah menjadi mitra terpercaya dari merek global seperti Sony, Asus dan Samsung. PT Artha Trimitra Expotama dipercaya untuk mendesain interior, mengadakan pameran internasional oleh klien-klien dengan merek tersebut dan masih banyak merek global lainnya.

Harga yang terjangkau serta kualitas yang terjamin merupakan bagian dari aspek yang dipertimbangkan oleh masyarakat dalam menentukan pilihannya untuk membeli sebuah

produk, baik itu barang maupun jasa. Harga serta kualitas dapat dicapai apabila perusahaan melakukan analisis biaya produksi.

Dengan melakukan analisis biaya produksi, perusahaan akan memperoleh data serta deskripsi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja serta biaya overhead pabrik, sehingga perusahaan dapat menghitung harga pokok produksi dan melakukan evaluasi. Apabila PT Artha Trimitra Expotama melakukan analisis biaya produksi, hasil analisis tersebut dapat digunakan perusahaan untuk menekan biaya produksi namun tetap memperhatikan kualitas dari produk itu sendiri dan keinginan konsumen akan terpenuhi karena sudah mencapai harga yang efektif dan efisien, sehingga PT Artha Trimitra Expotama akan lebih unggul dari kompetitor.

Biaya (cost) adalah uang tunai atau nilai setara kas yang digunakan untuk membeli barang dan jasa yang diharapkan membawa manfaat saat ini atau masa depan bagi organisasi. Biaya bisa dianggap sebagai tolak ukur dolar dari sumber daya yang digunakan untuk mencapai manfaat tertentu. Meminimalkan biaya sangat diperlukan agar tujuan perusahaan untuk memaksimalkan laba atau keuntungan tercapai. Namun, biaya harus dikelola secara strategis (Hansen & Mowen, 2007).

Perilaku biaya (cost behavior) adalah istilah umum untuk menggambarkan apakah biaya berubah sebagai output perubahan. Biaya berpengaruh terhadap perubahan output dalam berbagai cara. perilaku ini mempunyai 3 jenis perubahan output kegiatan biaya yaitu; biaya tetap, biaya semi variabel dan biaya variabel (Hansen & Mowen, 2007).

Biaya tetap (fixed cost) adalah biaya yang secara keseluruhan tetap konstan dalam kisaran yang relevan sebagai tingkat perubahan keluaran kegiatan. Contoh biaya tetap adalah biaya gaji, biaya konsultan, biaya sewa gedung, sewa mesin dan sebagainya (Hansen & Mowen, 2007).

Biaya variabel adalah biaya yang, secara total, bervariasi dalam proporsi langsung terhadap perubahan keluaran. Artinya, biaya variabel naik saat output naik, dan itu naik turun saat output turun (Hansen & Mowen, 2007).

Biaya semi variabel merupakan suatu biaya yang memiliki unsur tetap dan variabel, dalam biaya semi variabel ini terdapat biaya tetap yang tergolong sebagai jumlah biaya minimal untuk penyediaan jasa. Selain itu, biaya variabel juga akan memengaruhi perubahan volume kegiatan (Carter, 2005). Penjumlahan dari 3 elemen biaya, yaitu *direct material*, *direct labor*, dan *factory overhead* merupakan total biaya produksi.

Pada kenyataannya, biaya yang efektif dan efisien sangatlah penting bagi perusahaan, karena dengan biaya yang efektif dan efisien perusahaan dapat memaksimalkan pendapatan serta meminimalisir pengeluaran, yang tentunya akan menjaga perusahaan agar dapat tetap beroperasi. Analisis biaya produksi berdasarkan Tactical Decision Making adalah proses untuk mengidentifikasi serta mengolah data terkait pengeluaran yang harus dikorbankan perusahaan yang mana hasil dari proses tersebut akan membantu perusahaan dalam mempertimbangkan berbagai alternatif operasional perusahaan dengan sudut pandang yang segera/langsung dan terbatas sehingga dapat digunakan oleh perusahaan untuk menentukan alternatif terbaik guna mendapatkan hasil yang efektif dan efisien (Hansen & Mowen, 2007).

Dalam mengambil keputusan taktis, terdapat beberapa pendekatan umum atau langkah-langkah yang perlu dilakukan oleh perusahaan, yakni mengenali serta mendefinisikan permasalahan (perusahaan harus mengetahui permasalahan yang ada, dan mendefinisikan permasalahan secara spesifik), mengidentifikasi alternatif (mengeliminasi alternatif yang tidak layak), mengidentifikasi biaya serta manfaat, menghitung total biaya relevan serta manfaat dari setiap alternatif yang ada, menilai faktor kualitatif dan berakhir pada pemilihan alternatif dengan manfaat yang paling menguntungkan. Dalam proses tersebut, salah satu model yang dapat digunakan perusahaan untuk menilai relevansi adalah model penggunaan sumber daya aktivitas (Mowen, Hansen, & Heitger, 2018).

Dalam melakukan pendekatan tersebut, perusahaan juga perlu menilai relevansi. Salah satu model yang dapat digunakan perusahaan dalam menilai relevansi adalah model sumber daya aktivitas, yang mana sumber daya aktivitas harus diidentifikasi sebagai fleksibel (mudah dibeli sesuai jumlah yang dibutuhkan pada saat dipakai) atau berkomitmen (dibeli sebelum dibutuhkan dan ada kemungkinan tidak semuanya digunakan). Setelah mengidentifikasi model tersebut, perusahaan dapat mempertimbangkan berbagai alternatif yang ada, sehingga bisa meningkatkan keuntungan perusahaan.

## **2. METODE PELAKSANAAN PKM**

Berdasarkan pada permasalahan yang dihadapi oleh Mitra, maka kami, dosen dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara, menawarkan solusi berupa melakukan FGD (Forum Group Discussion) dengan manajemen PT Artha Trimitra Expotama.

FGD merupakan metode dan teknik pengumpulan data atau informasi yang awalnya dikembangkan di dalam penelitian pemasaran. FGD digunakan untuk mengetahui citra tentang produk tertentu, hal-hal apa yang menarik calon pembeli atau konsumen, desain produk, pilihan ukuran, pilihan warna, disain kemasan, hal-hal apa yang perlu diperbaiki dan sebagainya.

Dengan menggunakan FGD, dalam waktu relatif singkat (cepat) dapat digali mengenai persepsi, pendapat, sikap, motivasi, pengetahuan, masalah dan harapan perubahan berkaitan dengan masalah tertentu.

Adapun beberapa kunjungan yang akan dilakukan adalah :

- Kunjungan 1 = Bertemu dengan Direktur PT Artha Trimitra Expotama
- Kunjungan 2 = Berdiskusi dengan Manajemen PT Artha Trimitra Expotama
- Kunjungan 3 = FGD dengan Direktur dan Manajemen PT Artha Trimitra Expotama
- Kunjungan 4 = Pembawaan laporan dan feedback

## **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berikut ini adalah gambaran dari mitra pengabdian. PT Artha Trimitra Expotama dipimpin oleh Bapak Heru Hendrawijaya selaku Direktur Perusahaan dan Ibu Felani selaku Manajer Keuangan dan Akuntansi Perusahaan. Perusahaan menjalankan usaha jasa disain interior, namun karena Perusahaan juga melakukan produksi atas barang-barang eksibisi dan interior pelanggan maka Perusahaan terdaftar sebagai perusahaan manufaktur.

Ketika pelanggan meminta jasa Perusahaan, maka bagian pemasaran Perusahaan akan mencatat kebutuhan pelanggan, seperti tipe produk, ukuran produk, kualitas produk, bahan yang diinginkan, disain yang dikehendaki, lokasi penyerahan produk, waktu penyerahan produk dan hal-hal lain yang dibutuhkan pelanggan.

Perusahaan kemudian akan mendiskusikan kesanggupan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Setelah itu, maka Bagian Keuangan dan Akuntansi akan menyusun penawaran harga kepada pelanggan. Tentunya, penawaran harga tersebut dilengkapi dengan rincian anggaran dan biaya, dan harus disusun dengan sangat hati-hati oleh Perusahaan, karena penawaran tersebut akan menjadi kontrak antara Perusahaan dengan pelanggan yang berkekuatan hukum.

Dalam menyusun penawaran harga, Perusahaan harus memastikan bahwa semua biaya yang diperlukan untuk pekerjaan dari pelanggan tersebut sudah dimasukkan. Perusahaan juga harus berhati-hati dengan adanya pengeluaran yang tidak terduga, seperti biaya yang sebelumnya tidak ada namun kemudian muncul. Hal ini akan merugikan Perusahaan karena biaya tersebut tidak akan diganti oleh pelanggan sebab telah ada kontrak yang mengikat.

Misalnya, ketika melakukan pekerjaan eksibisi di pusat perbelanjaan. Ada pusat perbelanjaan yang mengenakan sejumlah pembayaran sebagai jaminan, yang merupakan jaminan apabila terjadi kerusakan yang tidak terduga dan disebabkan oleh kesalahan Perusahaan. Jaminan ini

bukan merupakan pengeluaran oleh Perusahaan karena akan dikembalikan oleh pusat perbelanjaan ketika pekerjaan telah selesai dikerjakan Perusahaan. Namun sekarang ini, terdapat pusat perbelanjaan yang mengenakan premi asuransi terhadap kerusakan. Hal ini menjadi masalah baru karena sebelumnya Perusahaan tidak mengenakan premi ini dalam perhitungan penawaran harga kepada pelanggan sehingga pengeluaran ini tidak akan digantikan oleh pelanggan. Contoh kedua yang sering terjadi adalah kesalahan melakukan estimasi biaya pengiriman barang apabila menerima pekerjaan pelanggan di luar kota Jakarta. Dalam perhitungan awal, estimasi pengiriman barang dimasukkan sesuai dengan pengalaman yang dimiliki Perusahaan. Namun bisa saja terjadi terjadi kekeliruan dalam melakukan estimasi biaya tersebut, sehingga biaya akan membengkak. Hal ini biasanya karena kesalahan estimasi ukuran, berat, volume dan lainnya. Biaya yang membengkak ini tentunya juga tidak akan diganti oleh pelanggan karena kontrak penawaran harga sudah mengikat Perusahaan untuk mengantarkan barang kepada pelanggan.

Contoh berikutnya yang juga sering dialami Perusahaan adalah ketika menerima pekerjaan pelanggan di luar kota Jakarta terdapat kondisi dimana membutuhkan suku cadang untuk barang yang diantarkan kepada pelanggan, namun tidak tersedia karena tidak disangka akan terjadi. Akhirnya staf Perusahaan harus mencari suku cadang tersebut di kota tempat pekerjaan pelanggan dilakukan. Akibatnya adalah biaya akan membengkak karena harga pembelian suku cadang yang tinggi, disebabkan karena pembelian dalam kuantitas kecil dan pemasok yang tidak dikenal. Juga bisa disebabkan adanya disparitas harga suku cadang antar kota yang berbeda-beda. Tentunya ada hal-hal lain yang mungkin akan dapat menyebabkan adanya biaya yang tidak terduga yang dialami Perusahaan dalam melakukan pekerjaan dari pelanggan. Hal ini tentunya akan menyebabkan kerugian bagi Perusahaan karena biaya yang naik. Seharusnya hal ini tidak terjadi dalam Perusahaan apabila sudah terdapat model biaya yang tepat bagi Perusahaan (Nishimura, 2003).

Sesuai dengan hasil *FGD* dengan pihak manajemen Perusahaan yang dilakukan pada Hari Rabu, 22 September 2021 jam 13.00 – 15.00 WIB, maka dapat dituliskan informasi tentang biaya perusahaan sebagai berikut. Perusahaan telah membagi sistem akumulasi biaya menjadi dua. Pertama adalah biaya produksi dan kedua adalah biaya kantor. Yang termasuk biaya produksi adalah biaya yang berkaitan dengan produksi barang yang diproduksi sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Sedangkan biaya lainnya semua diakumulasi sebagai biaya kantor.

Biaya produksi terbagi menjadi tiga jenis biaya, yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* (Atkinson, Kaplan, Matsumura, & Young, 2012). Biaya bahan baku adalah biaya bahan-bahan untuk memproduksi barang pekerjaan pelanggan, misalnya kayu, triplek, besi atau bahan-bahan lainnya yang digunakan dalam produksi. Biaya tenaga kerja langsung adalah merupakan gaji dan upah kepada karyawan bagian produksi yang memegang langsung proses produksi barang pekerjaan pelanggan. Sedangkan biaya produksi lainnya seperti biaya listrik, biaya transportasi, biaya tips, yang semuanya diakumulasi menjadi biaya *overhead* (Carter, 2005).

Biaya bahan baku bersifat variabel mengikuti jumlah produksi yang terjadi (Hansen & Mowen, 2007). Biaya tenaga kerja langsung bersifat semivariabel yaitu terdiri dari gaji pokok yang bersifat tetap dan upah yang bersifat variabel. Tenaga kerja bagian produksi lebih memilih gaji pokok yang jumlahnya kecil namun upah yang dihitung secara per jam kerja. Dengan struktur biaya seperti ini, maka jumlah *take home pay* yang lebih besar dibandingkan mengandalkan gaji pokok yang bersifat tetap. Biaya *overhead* juga bersifat variabel tergantung banyaknya pekerjaan dari pelanggan. Biaya kantor mencakupi biaya gaji tenaga kerja selain bagian produksi, biaya sekuriti, biaya listrik dan seluruh biaya lainnya yang tidak berhubungan dengan bagian produksi.

Selain permasalahan kesalahan estimasi biaya dalam penawaran harga kepada pelanggan, Perusahaan juga mengalami kesulitan dalam melakukan alokasi biaya *overhead* biaya transportasi pengiriman barang untuk diserahkan kepada pelanggan. Misalnya dalam satu hari terdapat beberapa lokasi pelanggan untuk penyerahan barang pekerjaan, maka bagaimanakah mengalokasikan biaya transportasi selama satu hari tersebut kepada pesanan pelanggan tertentu? Diasumsikan misalnya biaya bensin untuk pengiriman adalah dua ratus ribu rupiah untuk satu hari dan terdapat tiga lokasi pengiriman yang berbeda-beda. Maka kebijakan alokasi biaya *overhead* transportasi tersebut dialokasikan berdasarkan persentasi nilai pekerjaan untuk setiap pelanggan. Jadi kalau seandainya ketiga pelanggan memiliki nilai pekerjaan seratus juta rupiah, lima puluh juta rupiah dan seratus juta rupiah, maka alokasi biaya transportasi untuk ketiga pelanggan adalah 40%, 20% dan 40% dari total biaya transportasi. Dan metode ini dilakukan untuk alokasi seluruh biaya *overhead* yang terjadi.

Setelah menentukan biaya produksi, maka kemudian ditentukan harga yang diajukan dalam penawaran harga. Hal ini dengan memasukkan laba yang diinginkan oleh Perusahaan dan juga mempertimbangkan

#### 4. KESIMPULAN

Dari hasil *FGD* yang dilakukan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut. Pertama, Perusahaan sangat terpuak dengan pandemik COVID-19 sehingga merasa perlu untuk meninjau struktur biaya yang terjadi, termasuk membenahan sehingga lebih tepat lagi dalam menghitung total biaya produksi atas pekerjaan pelanggan.

Kedua adalah dalam melakukan estimasi biaya dalam penawaran harga kepada pelanggan maka perlu melakukan *survey-survey* kepada pusat perbelanjaan dan lokasi lain untuk mengetahui apakah terdapat perubahan kebijakan yang diterapkan. Hal ini wajar terjadi mengingat akibat dampak pandemik COVID-19 membuat banyak normal baru (*new normal*) yang diterapkan oleh banyak pelaku usaha karena aturan Pemerintah atau untuk menjaga kelangsungan hidup usahanya. Selain itu, mencari tahu *vendor-vendor* di luar kota dan memperbanyak jaringan hubungan yang lebih untuk siap menghadapi kebutuhan suku cadang ketika melakukan pekerjaan pelanggan di luar kota.

Ketiga adalah melakukan penggantian metode alokasi biaya *overhead* yang selama ini menggunakan satu dasar alokasi, yaitu nilai pekerjaan pelanggan, menjadi metode alokasi yang lain. Yang dapat diusulkan kepada Perusahaan adalah menggunakan metode aktivitas, dimana alokasi biaya *overhead* dilakukan berdasarkan konsumsi aktivitas yang dilakukan oleh Perusahaan. Misalkan seperti kasus yang dialami Perusahaan mengenai alokasi biaya transportasi pengiriman barang pekerjaan pelanggan ke tiga lokasi yang berbeda, maka dapat diusulkan bahwa alokasi dilakukan dengan menghitung berapa jarak yang ditempuh, biasanya per kilometer. Sehingga lebih akurat dalam menghitung alokasi biaya transportasi tersebut.

Keempat adalah dapat diusulkan model perhitungan biaya berdasarkan *job order costing*, yakni melakukan akumulasi biaya berdasarkan pekerjaan pelanggan dengan alokasi biaya *overhead* menggunakan metode aktivitas, sehingga ke depannya mampu menghitung lebih akurat dan menghindari kemungkinan mengalami kerugian.

#### REFERENSI

- Atkinson, A.A., Kaplan, R.S., Matsumura, E.M., Young, S.M. (2012). *Management Accounting: Information for Decision-Making and Strategy Execution. 6<sup>th</sup> Edition*. Essex: Pearson Education Limited.
- Carter, W., K. (2005). *Cost Accounting: 14th Edition*. Boston : Cengage Learning.

- Hansen, D.R. and Mowen M.M. (2007). *Managerial Accounting: 8<sup>th</sup> Edition*. Boston: Cengage Learning.
- Mowen, M.M., Hansen, D.R. and Heitger, D.L. (2018). *Managerial Accounting: The Cornerstone of Business Decision Making. 7<sup>th</sup> Edition*. Boston: Cengage Learnings
- Nishimura, Akira. (2003). *Management Accounting: Feed Forward and Asian Perspectives*. New York: Palgrave Macmillan.