

BAB II

LANDASAN TEORI

1.1 Sistem Informasi

Menurut Kadir (2014), sistem informasi tidak selalu berkaitan dengan kata komputer saja. Sistem informasi yang berkaitan dengan komputer disebut sistem informasi yang terkomputerisasi. Dalam praktiknya, istilah sistem informasi tidak terlalu sering memakai kata komputer walaupun dalam kenyataannya perangkat keras komputer merupakan bagian penting.

Jadi pengertian sistem informasi merupakan kumpulan dari data yang dapat diproses menjadi informasi yang digunakan untuk mencapai tujuan dalam organisasi. Sistem informasi meliputi beberapa komponen seperti manusia, komputer, teknologi informasi, dan prosedur kerja.

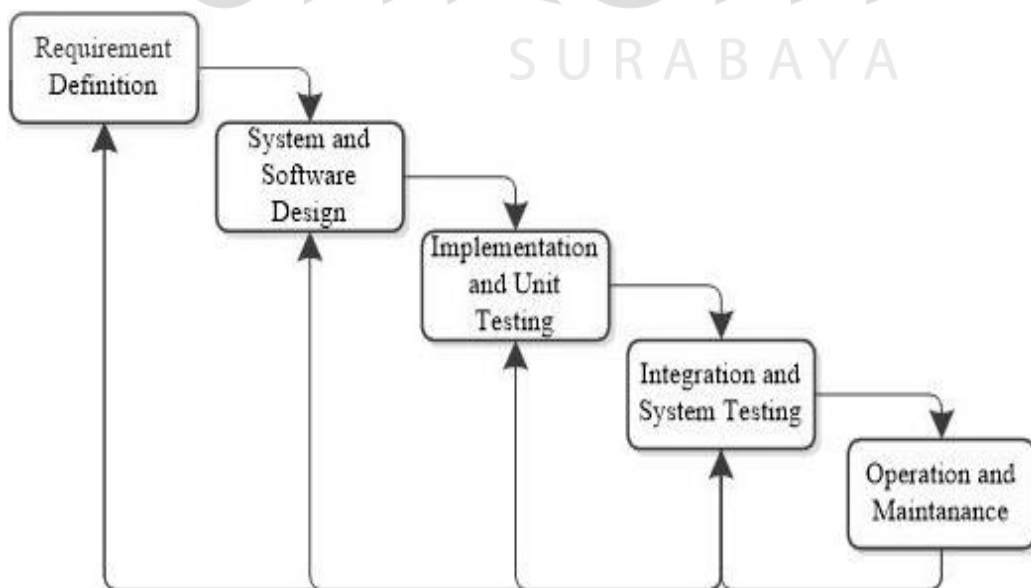
2.2 Sistem Informasi Akuntansi

Menurut Robert G. Murdick, Thomas C. Fuller dan Joel E. Ross dalam (Jogiyanto, 2005), sistem informasi akuntansi merupakan berbagai kegiatan yang terdapat pada sebuah organisasi. Dari kegiatan tersebut memiliki tanggung jawab dalam menyediakan informasi keuangan yang bertujuan untuk membuat pelaporan internal kepada manajer. Sehingga, manajer dapat melakukan pengendalian dan perencanaan untuk operasional sekarang maupun masa depan serta membuat pelaporan eksternal kepada pemegang saham, pemerintah, dan pihak luar lainnya.

2.3 System Development Life Cycle (SDLC)

Menurut Jogiyanto (2005), *System Development Life Cycle (SDLC)* merupakan suatu metode yang digunakan untuk menggambarkan tahapan-tahapan dalam proses pengembangan sistem. SDLC mempunyai beberapa model yang terdiri dari *Waterfall* model, *Prototype*, *Rapid Application Development (RAD)*, *Agile Software Development*, dan sebagainya.

Pada penelitian ini menggunakan model *Waterfall* yang digambarkan oleh Sommerville. Menurut Rizky (2011), model *Waterfall* merupakan sebuah alur proses dari perangkat lunak yang memiliki bentuk proses pengembangan yang linier dan sekuensial. Oleh karena itu, prinsip dari model *Waterfall* adalah setiap tahapan dilaksanakan secara bertahap dan berurutan. Sehingga, tahapan selanjutnya bisa dilaksanakan jika tahapan sebelumnya selesai dilaksanakan. Menurut Sommerville (2001), terdapat lima tahapan SDLC model *waterfall*. Namun, pada penelitian ini hanya menggunakan empat tahapan saja. Gambaran dari tahapan SDLC model *waterfall* terdapat pada gambar 2.1.



Gambar 2.1 SDLC Model *Waterfall*

SDLC menggunakan metode *waterfall* memiliki beberapa tahapan yang terdiri dari:

1. *Requirement Definition*

Pada tahapan ini, melakukan identifikasi dan menganalisis semua kebutuhan dari sistem yang akan dibangun dengan cara melakukan wawancara maupun studi lapangan terkait proses bisnis pada objek organisasi yang dilakukan penelitian.

2. *System and Software Design*

Tahapan selanjutnya adalah melakukan perancangan sistem yang akan dibuat atau membuat desain dari sistem. Desain yang dibuat tidak hanya berupa tampilan saja tetapi meliputi alur proses dari sistem, cara menjalankan sistem, *output* yang dihasilkan, dan semua desain yang telah disesuaikan dengan analisis kebutuhan pada tahap awal.

3. *Implementation and Unit Testing*

Pada tahapan ini, *programmer* membangun sebuah aplikasi dengan melakukan *coding* aplikasi sesuai dengan hasil dari desain sistem yang telah dibuat. Pada tahapan ini juga dilakukan proses uji coba terhadap setiap bagian dari aplikasi yang telah dibangun. Hal ini dilakukan agar hasil *coding* sesuai dengan hasil analisis kebutuhan dan desain sistem.

4. *Integration and System Testing*

Setelah menyelesaikan pembuatan aplikasi, tahapan selanjutnya menggabungkan keseluruhan bagian yang terdapat pada aplikasi. Setelah itu, dilakukan proses uji coba keterkaitan satu bagian dengan bagian lain yang terdapat pada aplikasi.

5. *Operation and Maintenance*

Ketika suatu sistem telah digunakan oleh *client*, suatu saat memerlukan *maintenance* atau perbaikan dari sistem tersebut. Proses *maintenance* bisa terjadi secara berskala.

2.4 Akuntansi Biaya

Menurut Mulyadi (2009), akuntansi biaya merupakan sebuah proses yang terdiri dari proses mencatat, menggolongkan, meringkas, dan menyajikan biaya yang digunakan untuk memproduksi maupun memasarkan produk atau jasa, dengan menggunakan berbagai cara tertentu. Objek dari kegiatan akuntansi biaya adalah biaya. Proses dari akuntansi biaya digunakan untuk memenuhi kebutuhan perusahaan. Oleh karena itu, akuntansi biaya harus memperhatikan karakteristik dari akuntansi manajemen sehingga secara tidak langsung akuntansi biaya merupakan akuntansi manajemen.

Akuntansi biaya mempunyai tiga tujuan pokok yaitu, penentuan harga pokok produk, pengendalian biaya, dan pengambilan keputusan. Untuk memenuhi penentuan harga pokok produk, akuntansi biaya melakukan proses pencatatan, penggolongan, dan peringkasan seluruh biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi produk ataupun pelayanan jasa. Biaya yang digunakan merupakan biaya yang terjadi di masa lalu.

2.5 Akuntansi Manajemen

Menurut Mulyadi (2001), akuntansi manajemen dipandang dari dua sudut yaitu, akuntansi manajemen sebagai salah satu tipe akuntansi dan akuntansi manajemen sebagai salah satu tipe informasi. Sebagai salah satu tipe akuntansi, akuntansi manajemen merupakan sistem pengolahan informasi keuangan yang

digunakan untuk menghasilkan informasi keuangan bagi kepentingan internal dari organisasi.

Sebagai salah satu tipe informasi, akuntansi manajemen merupakan salah satu tipe informasi kuantitatif yang memakai nominal uang sebagai satuan ukuran sehingga dapat membantu pihak manajer dalam pengelolaan kegiatan operasi perusahaan. Akuntansi manajemen adalah informasi keuangan yang merupakan *output* dari tipe akuntansi manajemen, yang dapat dipakai oleh pemakai internal dari organisasi.

2.6 Biaya

Menurut Kohler dalam (Herman, Edi, 2013), biaya merupakan pengeluaran kas, aktiva lain yang ditransfer, saham modal yang dikeluarkan atau pelayanan yang diberikan atau terhutang yang dapat diidentifikasi terhadap barang atau pelayanan yang dibeli atau diterima, kerugian yang terjadi dan dapat diukur dalam satuan kas yang dibayarkan atau terhutang.

Menurut Mulyadi (2009), biaya adalah pengorbanan yang diukur dalam satuan uang serta merupakan pengorbanan yang telah dilakukan ataupun yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu. Selain itu, biaya dapat diartikan sebagai pengorbanan sumber ekonomi yang digunakan untuk mendapatkan aktiva.

2.7 Klasifikasi Biaya Berdasarkan Fungsi Perusahaan

Menurut Suigiri (2009), berdasarkan fungsi yang berada di perusahaan manufaktur, biaya dapat dibagi menjadi:

2.7.1 Biaya Produksi

Menurut Sugiri (2009), biaya produksi merupakan biaya yang digunakan untuk mendapatkan bahan baku atau bahan mentah dari pemasok dan mengubahnya

menjadi produk selesai dan dapat dijual. Biaya produksi tersebut terdapat tiga elemen biaya yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik.

2.7.2 Biaya Non Produksi

Menurut Garrison, Noreen, dan Brewer (2013), biaya non produksi dibagi menjadi dua bagian yang terdiri dari:

1. Biaya Penjualan

Biaya penjualan merupakan biaya yang digunakan untuk memasarkan produk dan memenuhi pesanan kepada pelanggan. Contoh dari biaya penjualan adalah biaya iklan, biaya pengiriman, biaya perjalanan selama melakukan kegiatan penjualan, biaya angkut untuk barang yang dijual, komisi tenaga penjual, gaji bagian penjualan, dan biaya gudang penyimpanan barang siap dijual.

2. Biaya administrasi

Biaya administrasi merupakan biaya yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan administrasi secara umum. Biaya administrasi hanya berhubungan dengan manajemen umum perusahaan saja. Contoh dari biaya administrasi adalah gaji eksekutif, akuntansi umum, kesekretariatan, humas, dan biaya lain yang berhubungan dengan administrasi umum perusahaan secara keseluruhan.

2.8 Klasifikasi Biaya Berdasarkan Perubahan Volume Kegiatan

Menurut Suigiri (2009), berdasarkan perubahan volume kegiatan, biaya dapat dibagi menjadi:

2.8.1 Biaya Tetap

Menurut Sugiri (2009), biaya tetap merupakan biaya yang dalam waktu tertentu memiliki total biaya tidak berubah meskipun terdapat perubahan jumlah

unit produksi. Namun untuk nilai biaya setiap unitnya dapat berubah. Contoh: Biaya gaji seorang manajer, biaya penyusutan dengan metode garis lurus, biaya sewa gedung, dan lain-lain.

2.8.2 Biaya Variabel

Menurut Sugiri (2009), biaya variabel merupakan biaya yang memiliki total biaya selalu berubah sesuai dengan fluktuasi pelaksanaan produksi ataupun penjualan. Semakin meningkat kegiatan tersebut maka biaya variabel yang dikeluarkan semakin besar. Sebaliknya, semakin menurun kegiatan tersebut maka biaya variabel yang dikeluarkan semakin kecil. Namun, untuk nilai biaya setiap unitnya tetap. Contoh: biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya listrik, biaya telepon, biaya pengiriman, dan lain-lain.

2.9 Harga Pokok Produksi

Menurut Soemarso (2013), harga pokok produksi merupakan total seluruh biaya dari barang yang telah selesai diproduksi. Harga pokok produksi terdiri dari nilai barang dalam proses awal periode ditambah total biaya pabrik selama satu periode dikurangi nilai barang dalam proses akhir periode.

2.10 Dasar Investasi

Menurut Sugiri (2009), belum bisa dilakukan perhitungan *Return on Investment* (ROI) apabila pihak manajer belum menentukan bagaimana laba dan investasi harus diukur. Oleh karena itu, perhitungan ROI digunakan untuk mengevaluasi efektivitas setiap divisi pada perusahaan dengan menggunakan aktiva yang digunakan divisi tersebut untuk menjalankan kegiatan operasional perusahaan, maka investasi tersebut harus dapat diukur sebesar rerata investasi divisi selama periode melakukan evaluasi.

Dasar investasi merupakan aktiva operasi saja. Aktiva operasi merupakan penjumlahan dari aktiva-aktiva produktif yang terdiri dari kas, piutang usaha, persediaan, gedung, dan peralatan. Aktiva non produktif seperti tanah digunakan untuk perluasan perusahaan pada waktu yang akan datang. Namun, aktiva ini tidak dimasukkan sebagai investasi divisi. Berikut ini dijelaskan masing-masing elemen yang membentuk dasar investasi.

2.10.1 Kas

Menurut Soemarso (2013), kas merupakan sejumlah uang tunai yang berada di perusahaan. Aktiva ini merupakan aktiva sangat lancar bagi perusahaan karena digunakan secara langsung untuk memenuhi berbagai macam transaksi pada perusahaan.

2.10.2 Piutang Usaha

Menurut Soemarso (2013), piutang usaha merupakan hak klaim yang dimiliki oleh perusahaan terhadap pihak atau perusahaan lain. Pada waktu jatuh tempo pelunasan piutang, perusahaan memperoleh uang tunai, aktiva lain atau jasa. Piutang usaha merupakan piutang yang berasal dari kegiatan utama perusahaan yaitu penjualan kredit.

2.10.3 Persediaan

Menurut Soemarso (2013), persediaan merupakan barang-barang yang dimiliki perusahaan. Dimana barang tersebut digunakan perusahaan untuk dijual kembali atau digunakan untuk kegiatan perusahaan.

2.10.4 Aktiva Tetap

Menurut Sasongko (2016), aktiva tetap pada perusahaan merupakan aktiva berwujud yang digunakan untuk melakukan kegiatan produksi atau penyediaan

barang atau jasa. Ataupun, digunakan perusahaan untuk disewakan kepada pihak lain serta digunakan untuk tujuan administrasi. Selain itu, dari aktiva tersebut diharapkan dapat digunakan selama lebih dari satu periode.

Contoh dari aktiva tetap antara lain tanah, bangunan, kendaraan, mesin, dan peralatan kantor. Aktiva tetap merupakan salah satu komponen terbesar pada neraca sehingga dapat membantu kegiatan operasional perusahaan apabila pemanfaatannya dilakukan secara efektif dan efisien. Semua aktiva tetap yang dimiliki perusahaan harus dilakukan penyusutan, kecuali tanah karena memiliki masa manfaat tidak terbatas.

2.11 Penyusutan Aktiva Tetap

Menurut Rudianto (2009), penyusutan merupakan proses mengalokasikan harga perolehan yang dimiliki oleh aktiva tetap menjadi biaya dalam periode akuntansi yang digunakan hingga akhir masa manfaat dari aktiva tetap itu. Proses penyusutan yang dilakukan memiliki beberapa faktor yang harus diperhatikan, antara lain:

1. Harga Perolehan: merupakan keseluruhan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk mendapatkan aktiva tetap hingga aktiva tersebut dapat digunakan oleh perusahaan.
2. Nilai Sisa: merupakan tolak ukur terhadap harga jual dari aktiva tetap pada akhir masa manfaat dari aktiva itu. Namun, setiap perusahaan mempunyai tolak ukur yang tidak sama.
3. Taksiran Umur Kegunaan: merupakan perkiraan umur ekonomis dari aktiva tetap yang dimiliki oleh perusahaan.

Salah satu metode yang dapat digunakan untuk menghitung penyusutan adalah metode garis lurus. Metode garis lurus merupakan metode yang digunakan untuk menghitung aktiva tetap dengan cara memberikan beban yang sama setiap periode akuntansi. Untuk menghitung biaya penyusutannya dapat menggunakan rumus seperti di bawah ini.

$$\text{Biaya Penyusutan} = \frac{\text{Harga Perolehan} - \text{Nilai Sisa}}{\text{Umur Ekonomis Aktiva Tidak Lancar}} \dots\dots\dots (2.1)$$

Perhitungan penyusutan dengan menggunakan metode garis lurus menghasilkan biaya penyusutan sama untuk setiap tahunnya.

2.12 Penentuan Harga Jual

Menurut Sugiri (2009), pihak manajemen harus mengambil keputusan yang tepat dalam menentukan harga jual karena keputusan dalam menentukan harga jual akan menentukan keberlangsungan kegiatan operasional perusahaan. Dalam jangka panjang, harga jual harus mampu menutupi seluruh biaya dan laba normal agar perusahaan dapat bertahan dan melanjutkan kegiatan operasionalnya. Jika biaya dan laba yang diinginkan tidak dapat ditutupi oleh harga jual maka para investor akan mencari perusahaan lain yang lebih menguntungkan.

Menurut Rudianto (2013), salah satu persoalan yang dihadapi oleh manajemen perusahaan adalah bagaimana cara menentukan harga jual karena hal tersebut mempunyai pengaruh yang sangat penting terhadap keberhasilan perusahaan untuk mencapai tujuannya. Jika perusahaan menentukan harga jual terlalu tinggi maka akan mengurangi minat masyarakat untuk melakukan pembelian produk sehingga perusahaan tidak akan memperoleh pendapatan dan laba yang cukup. Sebaliknya, jika perusahaan menentukan harga jual yang terlalu rendah membuat perusahaan tidak dapat mencapai laba usaha yang direncanakan. Oleh

karena itu, perusahaan harus menentukan harga jual dengan tepat karena hal tersebut merupakan hal yang penting untuk mencapai tujuan perusahaan dalam memperoleh laba.

Namun, dalam menentukan harga jual tidak mudah karena memerlukan analisis pasar, analisis pesaing, analisis statistik, dan analisis produksi. Oleh karena itu, memerlukan koordinasi antara bagian terkait seperti bagian pemasaran, bagian penelitian, bagian keuangan, bagian akuntansi, dan bagian produksi.

2.12.1 Metode Penentuan Harga Jual

Menurut Sugiri (2009), metode yang paling mudah digunakan untuk menentukan harga jual produk adalah metode *Cost Plus Pricing*. Metode *Cost Plus Pricing* merupakan metode menentukan harga jual dengan cara menambahkan keseluruhan biaya total dengan laba yang diharapkan (*markup*) sebesar persentase tertentu dari biaya tersebut. *Markup* harus ditentukan dengan tepat sehingga perusahaan dapat mencapai laba yang diharapkan. Dari metode tersebut terdapat beberapa pendekatan dasar dalam menentukan harga jual antara lain:

1. Biaya Produksi Penuh (*Full Costing*)

Salah satu dasar yang digunakan untuk menentukan harga jual produk pada penelitian ini adalah biaya produksi yang dihitung berdasarkan pendekatan *full costing*. Menurut pendekatan ini, biaya produksi terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik tetap maupun variabel. Harga jual ditentukan dengan cara menambah biaya produksi dengan *markup*.

2. Biaya Penuh (*Full Cost*)

Dasar kedua yang digunakan untuk menentukan harga jual adalah *full cost*. *Full cost* merupakan seluruh biaya baik biaya produksi maupun biaya non produksi.

Harga jual ditentukan dengan cara menambah seluruh biaya tersebut dengan *markup*.

3. Biaya Produksi Variabel (*Variable Costing*)

Dasar ketiga yang digunakan untuk menentukan harga jual adalah *variable costing*. Menurut pendekatan ini, biaya produksi hanya terdiri atas biaya variabel yang digunakan untuk memproduksi produk. Komponen biaya produksi tersebut hanya terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* variabel. Biaya *overhead* tetap bukan menjadi bagian dari biaya produksi melainkan menjadi biaya perioda. Harga jual yang ditentukan dengan cara menambah seluruh biaya tersebut dengan *markup*.

2.12.2 Perhitungan Penentuan Harga Jual

Menurut Krismiaji (2011), penentuan harga jual dengan cara menambahkan persentase laba yang diharapkan (*markup*) pada biaya produksi. *Markup* tersebut diperoleh dari persentase dari biaya produksi.

Menurut Sugiri (2009), penentuan persentase *markup* digunakan untuk menutupi biaya non produksi seperti biaya pemasaran dan administrasi umum serta untuk menutupi ROI. Jika salah dalam menentukan persentase *markup* maka biaya tersebut dan ROI tidak dapat ditutup oleh harga jual. Berikut ini merupakan formula dalam menetapkan *markup* menggunakan *full costing*.

$$\%markup = \frac{(\text{Target ROI}) + (\text{Biaya non produksi})}{(\text{Volume dalam unit}) \times (\text{Biaya produksi per unit})} \dots\dots\dots (2.2)$$

Berdasarkan formula di atas salah satu cara untuk menentukan *markup* dengan melakukan perhitungan *Return on Investment* (ROI) terlebih dahulu. Menurut Mulyadi (2001), ROI merupakan perbandingan investasi dengan berapa tahun investasi yang digunakan untuk mengembalikan modal sehingga diketahui

target laba yang digunakan untuk mengembalikan modal dari investasi tersebut.

Berikut ini merupakan formula dalam menetapkan *Return on Investment*.

$$ROI = \sum \frac{\text{Investasi}}{n \text{ (berapa tahun investasi kembali)}} \dots\dots\dots (2.3)$$

Sedangkan untuk menghitung persentase *Return on Investment* (ROI) dapat menggunakan rumus pada (2.4).

$$\% ROI = \frac{\sum ROI}{\sum \text{Investasi}} \dots\dots\dots (2.4)$$

