

---

# Handout Akuntansi Manajemen

**FULL ACCOUNTING INFORMATION  
(INFORMASI AKUNTASI PENUH)**



---

## **DEFINISI FULL ACCOUNTING SYSTEM (Mulyadi) :**

Seluruh Aktiva dan Pendapatan Yang diperoleh dan/atau Seluruh Sumber yang Dikorbankan untuk Objek Informasi (Produk, Jasa, Aktivitas, Divisi, Perusahaan secara keseluruhan).

---

# FULL ACCOUNTING SYSTEM

**Full Accounting Information Costing      Full Cost      Full**

---

# FULL ACCOUNTING SYSTEM

- n **Full Accounting Information** terdiri dari unsur full asset, full revenue dan atau full cost.
- n **Full Cost** merupakan bagian dari Full Accounting Information yaitu total biaya yang bersangkutan dengan objek informasi. Jika Objek informasi adalah produk maka full cost adalah total biaya yang bersangkutan dengan produk tersebut.

- 
- n Full Cost suatu produk dihitung dengan metode ***Full Costing, Variabel Costing atau Activity Based Costing***
  - n **Full Costing** : Metode penentuan harga pokok produksi yang membebankan seluruh biaya produksi sebagai harga pokok produksi baik yang berperilaku variable maupun yang tetap.

# Full Cost dengan Pendekatan Full Costing

<b>Full Production Cost</b> +	+ Biaya Bahan Baku + Biaya Tenaga Kerja langsung + Biaya Overhead Pabrik Variabel + Biaya Overhead Pabrik Tetap	<b>Full Cost dengan Pendekatan Full Costing</b>
<b>Period Cost</b>	+ Biaya Adminstrasi & Umum Variabel + Biaya Adminstrasi & Umum Tetap + Biaya Pemasaran Variabel + Biaya Pemasaran Tetap	

# Full Cost dengan Pendekatan Variable Costing

<b>Full Production Cost</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Biaya Bahan Baku</li> <li>+ Biaya Tenaga Kerja langsung</li> <li>+ Biaya Overhead Pabrik Variabel</li> </ul>	<b>Full Cost dengan Pendekatan Variabel Costing</b>
<b>Period Cost</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Biaya Adm dan Umum Variabel</li> <li>+ Biaya Pemasaran Variabel</li> <li>+ Biaya Adm dan Umum Variabel</li> <li>+ Biaya Pemasaran Variabel</li> <li>+ Biaya Adm dan Umum Tetap</li> <li>+ Biaya Pemasaran Tetap</li> </ul>	

# Full Cost dengan Pendekatan Activity Based Costing

	Aktivitas	Unsur Biaya	
<b>Full Production Cost</b>	Fase Desain dan Pengembangan	+ Biaya Desain + Biaya Pengembangan	<b>Full Cost Pendekatan ABC Costing</b>
	Fase Produksi	+ Unit level activity cost + Batch-related activity cost + Facility-sustaining activity cost	
	Fase Dukungan Logistik	+ Biaya Iklan + Biaya Distribusi + Biaya Garansi	

---

# MANFAAT FULL ACCOUNTING INFORMATION

- n Pelaporan Keuangan
- n Analisa Kemampuan menghasilkan laba
- n Menjawab Pertanyaan : Berapa biaya yang dikeluarkan untuk membuat sesuatu
- n Penentuan harga Jual dalam cost type contract
- n Penentuan harga jual normal
- n Penentuan harga jual yang diatur dengan peraturan pemerintah
- n Penyusunan Program

**Prinsip yang digunakan untuk menyediakan informasi akuntansi untuk manajemen : “ Different Accounting Information for different Purpose”**

---

# PELAPORAN KEUANGAN

- n Pelaporan keuangan ditujukan untuk ***Pihak Eksternal*** dan ***Pihak Internal (Manajemen Puncak.)***
- n Untuk Pihak Eksternal ***terikat dengan prinsip akuntansi*** yang berlaku umum sedangkan untuk pihak internal tidak terikat dengan prinsip akuntansi yang berlaku umum
- n Untuk kepentingan pelaporan keuangan dibutuhkan informasi akuntansi penuh yang berupa ***informasi masa lalu***

## **Pendapatan dan Biaya Penuh yang disajikan dalam Laporan Laba Rugi untuk Pihak Luar Perusahaan**

Pendapatan Penjualan Kepada Pihak Luar	Rp. 10.000.000
Harga Pokok Penjualan	5.500.000
Laba Bruto	<u>4.500.000</u>
Biaya Usaha	(2.000.000)
Laba Bersih Usaha	<u>1.500.000</u>
Pendapatan dan (biaya) diluar usaha	(500.000)
Laba bersih sebelum Pajak	Rp. <u>1.000.000</u>

## Pendapatan dan Biaya Penuh yang disajikan dalam Laporan Laba Rugi untuk Manajemen Puncak

Pendapatan Penjualan Kepada Pihak Luar	Rp.	<b>10.000.000</b>
Pendapatan Penjualan antar Divisi		<b>2.500.000</b>
Pendapatan Penuh		<b>12.500.000</b>
Biaya Langsung Divisi :		
Biaya Produksi	Rp.	<b>5.000.000</b>
Biaya Adm dan Umum		<b>1.000.000</b>
Biaya Pemasaran		<b>2.500.000</b>
Biaya langsung Divisi		<b>8.500.000</b>
Alokasi biaya kantor pusat		<b>1.000.000</b>
Biaya Penuh		<b>9.500.000</b>
Laba Bersih Divisi		<b>3.000.000</b>

---

## **ANALISA KEMAMPUAN MENGHASILKAN LABA (PROFITABILITY ANALYSIS)**

- n Profitability analysis dapat diterapkan dalam objek informasi : produk, produk line, aktivitas, atau unit organisasi.
- n Berguna untuk mendeteksi penyebab timbulnya laba atau rugi yang dihasilkan oleh suatu objek informasi dalam periode akuntansi tertentu

---

## **ANALISA KEMAMPUAN MENGHASILKAN LABA (PROFITABILITY ANALYSIS)**

- n Jika analisa profitabilitas dilakukan atas produk maka dibutuhkan informasi akuntansi penuh berupa :
- n Pendapatan penuh yang dihasilkan oleh produk dalam periode tertentu.
- n Biaya penuh yang dikorbankan untuk memproduksi dan memasarkan produk tersebut pada periode yang sama
- n Aktiva penuh yang digunakan memproduksi produk tersebut

# Analisis Kemampuan Menghasilkan Laba Menurut Produk

Keterangan	Produk A	Produk B	ProdukC	Total
Pendapatan Penjualan	10.000	20.000	30.000	60.000
<b>Biaya Penuh Untuk :</b>				
Desain dan Pengembangan Produk	1.500	2.000	1.000	5.000
<b>Biaya Produksi :</b>				
Fasility-sustaining activity cost	1.000	4.000	9.000	14.000
Product-sustaining activity cost	500	3.000	6.000	10.000
Batch-related activity cost	600	5.000	2.000	8.600
Unit level activity cost	4.200	6.800	10.500	24.000
Dukungan Logistik	800.	1.200	500	2.000
Jumlah Biaya Aktivitas	8.600	22.000	29.000	59.600
Laba(Rugi) Per Produk	<b>1.400</b>	<b>(2.000)</b>	<b>1.000</b>	<b>400</b>

# Analisa profitabilitas Pada Pusat Laba

<b>ROI</b>	<b>=</b>	$\frac{\text{Pendapatan Penuh} - \text{Biaya Penuh}}{\text{Aktiva Penuh}}$
------------	----------	----------------------------------------------------------------------------

<b>Pendapatan Penuh</b>	<b>XXXXX</b>
<b>Biaya Penuh</b>	<b>XXX -</b>
<b>Laba Bersih</b>	<b>XX</b>
<b>Beban Modal = y% x Aktiva Penuh</b>	<b>X -</b>
<b>Residual Income</b>	<b>X</b>

---

# **“BERAPA BIAYA YANG DIKELUARKAN UNTUK OBJEK BIAYA?”**

- n Biaya penuh yang telah dikeluarkan untuk suatu objek biaya (produk, jasa, aktivats, pusat biaya atau perusahaan secara keseluruhan) berperan bagi manajemen dalam :
- n Evaluasi konsumsi sumber daya yang dikorbankan untuk sesuatu
- n Penyediaan informasi untuk memungkinkan manajemen melihat struktur biaya perusahaan pesaing
- n Pengambilan keputusan membeli atau membuat sendiri (Keputusan untuk membeli atau membuat sendiri dipicu oleh penghematan biaya dengan membeli atau membuat sendiri)

# “BERAPA BIAYA YANG DIKELUARKAN UNTUK OBJEK BIAYA?”

- n Penentuan harga jual produk atau jasa
- n Dalam situasi persaingan yang semakin ketat perusahaan harus mampu menghasilkan produk yang bermutu dengan harga yang relative rendah. Untuk dapat memberikan harga yang rendah perusahaan hanya akan membebani konsumen dengan biaya-biaya untuk aktivitas nilai tambah (value added activity) sehingga dibutuhkan informasi biaya yang teliti yang memperhitungkan secara cermat sumber daya yang dikorbankan untuk aktivitas penambah nilai bagi konsumen
- n Penyediaan kemudahan dalam menghilangkan pemborosan dengan meniadakan informasi biaya untuk aktivitas bukan penambah biaya.

---

# **“BERAPA BIAYA YANG DIKELUARKAN UNTUK OBJEK BIAYA?”**

- n Penyediaan informasi untuk perbaikan produk atau jasa dalam menghasilkan laba dengan memantau total biaya daur hidup produk atau jasa
- n Penyediaan informasi untuk memungkinkan manajemen melakukan perencanaan, pengendalian dan pengambilan keputusan tentang biaya mutu
- n Cost reimbursement, Informasi jumlah biaya yang dikeluarkan untuk membiayai kegiatan produk tertentu, penyerahan jasa atau pelaksanaan suatu aktivitas untuk dasar permintaan penggantian atas biaya yang telah dikeluarkan

---

# **“BERAPA BIAYA YANG DIKELUARKAN UNTUK OBJEK BIAYA?”**

- n Inventory costing. Untuk pertanggungjawaban kepada investor diperlukan informasi biaya untuk menghitung harga pokok persediaan produk yang masih dalam proses dan persediaan barang jadi yang tersedia digudang pada akhir periode.

---

## **PENENTUAN HARGA JUAL DALAM COST TYPE CONTRACT**

- n Cost Type Contract adalah kontrak pembuatan produk atau jasa yang pihak pembeli setuju untuk membeli produk atau jasa pada harga yang didasarkan pada total biaya sesungguhnya dikeluarkan oleh produsen ditambah dengan laba yang dihitung berdasarkan persentase tertentu dari total biaya tersebut.

# PENENTUAN HARGA JUAL DALAM COST TYPE CONTRACT

Pendapatan Penjualan Kepada Pihak Luar	Rp. 10.000.000
Harga Pokok Penjualan	5.500.000
Laba Bruto	<u>4.500.000</u>
Biaya Usaha	(2.000.000)
Laba Bersih Usaha	<u>1.500.000</u>
Pendapatan dan (biaya) diluar usaha	(500.000)
Laba bersih sebelum Pajak	Rp. <u>1.000.000</u>

---

# PENYUSUNAN PROGRAM

- n **Penyusunan Program** : Proses Pengambilan Keputusan mengenai program-program yang akan dilaksanakan oleh organisasi dan penaksiran jumlah sumber daya yang akan dialokasikan kepada setiap program tersebut.
- n Contoh : Program Penelitian dan Pengembangan produk baru, program pelatihan karyawan
- n Informasi akuntansi penuh yang dibutuhkan untuk penyusunan program adalah informasi pendapatan penuh, biaya penuh dan aktiva penuh masa yang akan datang.

---

# **PENENTUAN HARGA JUAL NORMAL**

- n Dalam keadaan normal manajemen harus memperoleh jaminan bahwa harga jual produk atau jasa yang dijual dipasar harus dapat menutup biaya penuh untuk menghasilkan produk atau jasa tersebut dan mendapat laba yang wajar.