

ABSTRAK

Perkembangan perekonomian dunia akan diikuti juga dengan semakin meningkatnya perkembangan di bidang teknologi dan industri. Setiap negara di dunia berusaha untuk selalu memproduksi barang ataupun jasa agar dapat ikut serta dalam kancah persaingan dunia dan merebut pasar dunia. Di samping itu arus informasi yang ada juga semakin deras sehingga pihak konsumen dapat dengan mudah mendapatkan dan mengetahui nilai suatu produk secara lebih mendetail. Hal ini mengakibatkan para konsumen menjadi kritis dalam memilih dan mengkonsumsi suatu produk tertentu. Badan usaha-badan usaha yang ada kemudian mencari dan membuat strategi yang tepat untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya dengan tujuan agar bisa merebut hati *customer* sehingga akhirnya target *profit* maksimal dapat dicapai. Strategi penetapan harga dirasakan sangat tepat dipakai dalam hal ini.

Akuntansi sebagai suatu sistem informasi terus dituntut untuk selalu menyediakan informasi yang relevan dan andal. Informasi yang digunakan adalah informasi yang menyangkut biaya. Biaya memberi pengaruh besar bagi pengambilan keputusan oleh pihak manajemen perusahaan.

PT "X" merupakan badan usaha yang bergerak di bidang produksi knalpot. Biaya produksi yang terjadi dihitung dengan cara menjumlahkan seluruh biaya-biaya yang terjadi selama proses produksi berlangsung yang terdiri dari biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik. Perhitungan ini adalah perhitungan yang kurang akurat karena biaya yang diperhitungkan hanya biaya yang terjadi selama proses produksi saja sedangkan biaya-biaya lain yang dikeluarkan oleh badan usaha secara keseluruhan tidak diperhitungkan. Maka dari itu pihak manajemen badan usaha harus mencari cara perhitungan biaya baru yang lebih akurat.

Badan usaha harus selalu melakukan pengembangan produk agar tetap mampu mempertahankan kelangsungan hidupnya dan tentu saja sebagai konsekuensinya adalah timbulnya biaya-biaya pra produksi (*pre-production cost*) yang secara konseptual merupakan biaya produk yang dibuat.

Biaya yang dikeluarkan untuk suatu produk selama usia hidupnya disebut daur hidup produk (*life cycle costing*). *Life cycle costing* terdiri dari 3 macam biaya yaitu biaya pengembangan (*development cost*), biaya produksi (*manufacturing cost*) dan biaya logistik (*logistic cost*). *Life cycle costing* mengidentifikasi biaya produk dari tahap penelitian dan pengembangan kemudian dilakukan tahap produksi dan akhirnya terjadi biaya logistik. Pada tahap penelitian dan pengembangan badan usaha mengeluarkan biaya untuk menganalisa selera dan kebutuhan konsumen.

Pada tahap produksi, biaya yang dikeluarkan terdiri dari biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik. Akhirnya sampai pada tahap dikeluarkannya biaya logistik yang berupa dikeluarkannya biaya-biaya oleh badan usaha untuk mendistribusikan barang-barang yang diproduksinya kepada pihak konsumen akhir dimana biaya ini terdiri dari biaya transportasi/pengiriman, biaya iklan, biaya distribusi dan lain-lainnya.

Life cycle costing berfluktuasi karena ditentukan oleh posisi produk itu di pasaran. Dari hal ini dapat diketahui bahwa harga yang ditetapkan secara *full costing* tidak memperhatikan *life cycle costing* dapat menyebabkan harga jual yang ditetapkan menimbulkan kerugian yang sangat besar dan berakibat fatal bagi perusahaan.

Pihak manajemen badan usaha harus mampu memproyeksikan beberapa faktor dalam operasi usahanya antara lain : memprediksi penjualan untuk masa yang akan datang, menetapkan tingkat kenaikan biaya (sesuai dengan perilakunya) dengan akurat dan memperhitungkan *life cycle costing* pada produk-produk secara proporsional dengan fluktuasi penjualan. Penetapan biaya yang dilakukan dengan *life cycle costing* memberikan informasi dan manfaat bagaimana keadaan produk jika produk tersebut sudah tidak diproduksi lagi.