

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Akuntansi Manajemen

Menurut Siregar dkk (2016:1) menyatakan bahwa akuntansi manajemen adalah proses mengidentifikasi, mengukur, mengakumulasi, menyiapkan, menganalisis, menginterpretasikan, dan mengkomunikasikan kejadian ekonomi yang digunakan oleh manajemen untuk melakukan perencanaan, pengendalian, pengambilan keputusan, dan penilaian kinerja dalam organisasi. Selanjutnya menurut Indriani (2018:1) mendefinisikan akuntansi manajemen sebagai berikut, “Akuntansi manajemen adalah suatu kegiatan (proses) yang menghasilkan informasi keuangan bagi manajemen untuk pengambilan keputusan ekonomi dalam melaksanakan fungsi manajemen”.

Disisi lain Hansen dan Mowen (2017:7) menyatakan bahwa Akuntansi Manajemen adalah:

Akuntansi manajemen adalah proses mengidentifikasi, mengumpulkan, mengukur, mengklasifikasi, dan melaporkan informasi yang bermanfaat bagi pengguna internal dalam merencanakan, mengendalikan, dan mengambil keputusan.

Dalam hal ini Rudianto (2016:9) menyatakan bahwa Akuntansi Manajemen adalah:

Akuntansi Manajemen adalah sistem akuntansi dimana informasi yang dihasilkannya ditujukan kepada pihak-pihak internal organisasi, seperti manajer keuangan, manajer produksi, manajer pemasaran, dan sebagainya guna pengambilan keputusan internal organisasi. Itu berarti informasi yang dihasilkan dari sistem akuntansi manajemen sebuah entitas dipakai oleh pihak internal perusahaan itu sendiri untuk mendukung pengambilan keputusan manajemen organisasi tersebut.

Berdasarkan beberapa definisi diatas dapat dinyatakan bahwa akuntansi manajemen adalah sejumlah kegiatan yang bertujuan untuk menghasilkan informasi keuangan guna kepentingan pihak manajemen. Informasi keuangan dapat digunakan oleh pihak manajemen untuk melakukan perencanaan,

pengendalian, pengambilan keputusan, dan penilaian kinerja dalam suatu perusahaan atau organisasi. Akuntansi Manajemen juga merupakan informasi yang dapat dipakai oleh pihak internal guna pengambilan keputusan dalam organisasi.

2.2 Pengertian dan Klasifikasi Biaya

2.2.1 Pengertian Biaya

Biaya berkaitan dengan semua jenis organisasi bisnis, non-bisnis, manufaktur, eceran maupun jasa. Menurut Siregar dkk (2016:36), “Biaya adalah kos barang atau jasa yang telah digunakan untuk memperoleh pendapatan”. Sunarto dalam Tumilantouw dkk (2017) mendefinisikan biaya adalah sebagai berikut:

“Biaya merupakan harga pokok atau bagiannya yang telah dimanfaatkan atau dikonsumsi untuk memperoleh pendapatan atau dapat disebut kas atau nilai setara kas yang dikorbankan untuk barang atau jasa yang diharapkan memberikan manfaat pada saat ini atau di masa mendatang bagi organisasi”.

Disisi lain, menurut Mulyadi (2018:8) “Biaya (*cost*) dalam arti luas dapat diartikan sebagai pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi, atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu”.

Berdasarkan beberapa definisi diatas dapat dinyatakan bahwa biaya merupakan sumber ekonomis guna memperoleh pendapatan berupa barang atau jasa. Barang atau jasa yang diperoleh diharapkan memberikan manfaat pada saat ini atau di masa mendatang bagi perusahaan. Tujuan biaya dikeluarkan antara lain adalah untuk menghasilkan pendapatan bagi perusahaan dalam menjalankan usahanya.

2.2.2 Klasifikasi Biaya

Pengklasifikasian didalam akuntansi biaya diperlukan untuk memberikan informasi akuntansi yang mudah dimengerti dan dianalisis oleh pihak-pihak yang berkepentingan baik pihak intern maupun pihak ekstern, juga diperlukan untuk penyajian data biaya dan informasi yang dibutuhkan oleh manajemen.

Penggolongan biaya adalah proses pengelompokan biaya atas keseluruhan unsur-unsur biaya tersebut secara sistematis kedalam golongan-golongan tertentu yang lebih ringkas dengan tujuan menyediakan informasi biaya bagi kepentingan manajemen dan menjalankan perusahaan khususnya dalam rangka mengambil keputusan.

Menurut Siregar dkk (2016:36-38) pada dasarnya biaya dapat diklasifikasi berdasarkan:

1. Biaya Berdasarkan Ketelusuran
Berdasarkan ketelusuran biaya ke produk, biaya dapat digolongkan menjadi dua yaitu:
 - a. Biaya langsung (*direct cost*)
Biaya langsung adalah biaya yang dapat ditelusur ke produk.
 - b. Biaya tidak langsung (*indirect cost*)
Biaya tidak langsung adalah biaya yang tidak dapat secara langsung ditelusur ke produk.
2. Biaya Berdasarkan Prilaku
Berdasarkan perilakunya biaya dapat diklasifikasikan menjadi:
 - a. Biaya variabel (*variabel cost*), adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding va dengan perubahan tingkat aktivitas.
 - b. Biaya tetap (*fixed cost*), adalah biaya yang jumlahnya tidak terpengaruh oleh tingkat aktivitas dalam kisaran tertentu.
 - c. Biaya campuran (*mixed cost*). Adalah biaya yang memiliki karakteristik biaya variabel sekaligus biaya tetap.
3. Biaya Berdasarkan Fungsi
Berdasarkan fungsi pokok perusahaan, biaya dapat diklasifikasikan menjadi tiga:
 - a. Biaya produksi (*production cost*)
 - b. Biaya pemasaran (*marketing expense*)
 - c. Biaya administrasi dan umum (*general and administrative expense*)
 - d. Biaya berdasarkan elemen biaya produksi
 Berdasarkan fungsi produksi, biaya dapat diklasifikasikan menjadi tiga, yaitu:
 - a. Biaya bahan baku (*raw material cost*)
 - b. Biaya tenaga kerja langsung dan tidak langsung (*direct labour cost*)
 - c. Biaya overhead pabrik (*manufacture overhead cost*), semua biaya produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.

Selanjutnya, menurut Mulyadi (2016:13-16) klasifikasi biaya dapat digolongkan menjadi lima golongan, yaitu sebagai berikut:

1. Menurut Objek Pengeluaran
Berdasarkan cara ini, nama obyek pengeluaran merupakan dasar penggolongan biaya, misal nama obyek pengeluaran adalah bahan bakar, maka semua pengeluaran yang berhubungan dengan bahan bakar disebut “biaya bahan bakar”
2. Menurut Fungsi Pokok Dalam Perusahaan
Biaya dapat dikelompokkan menjadi tiga kelompok:
 - a. Biaya Produksi
Merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap dijual. Menurut obyek pengeluarannya biaya produksi ini dibagi menjadi : biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik.
 - b. Biaya Pemasaran
Merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk.
 - c. Biaya Administrasi dan Umum
Merupakan biaya-biaya untuk mengkoordinasi kegiatan produksi dan pemasaran produk.
3. Menurut Hubungannya dengan Sesuatu yang Dibiayai
Sesuatu yang dibiayai dapat berupa produk atau departemen. Dalam hubungannya dengan produk, biaya produksi dibagi menjadi 2 : biaya produksi langsung dan biaya produksi tidak langsung. Dalam hubungannya dengan departemen dibagi menjadi 2 golongan : biaya langsung departemen dan biaya tidak langsung departemen. Dalam hubungannya dengan sesuatu yang dibiayai, biaya dapat digolongkan menjadi 2 golongan:
 - a. Biaya Langsung (*Direct Cost*)
Adalah biaya yang terjadi yang penyebabnya satu-satunya adalah karena adanya sesuatu yang dibiayai. Biaya produksi langsung terdiri dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.
 - b. Biaya Tidak Langsung (*Indirect Cost*)
Adalah biaya yang terjadi tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai. Biaya produksi tidak langsung disebut biaya *overhead* pabrik. Biaya tidak langsung departemen adalah biaya yang terjadi di suatu departemen, tetapi manfaatnya dinikmati oleh lebih dari satu departemen.
4. Menurut Perilaku Biaya dan Hubungannya dengan Perubahan Volume Kegiatan:
 - a. Biaya Variabel
Adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan.
 - b. Biaya Semivariabel
Adalah biaya yang berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan.
 - c. Biaya *Semifixed*

Adalah biaya yang tetap untuk tingkat volume tertentu yang berubah dengan jumlah yang konstan pada volume produksi tertentu.

d. Biaya Tetap

Adalah biaya yang jumlah totalnya tetap dalam kisar volume kegiatan tertentu.

5. Atas dasar Jangka Waktu Manfaatnya

Atas dasar Jangka Waktu Manfaatnya, biaya dapat dibagi menjadi 2:

a. Pengeluaran Modal (*capital expenditures*)

Adalah biaya yang mempunyai manfaat lebih dari satu periode akuntansi (biasanya periode akuntansi adalah satu tahun kalender)

b. Pengeluaran penapatan (*revenue expenditures*)

Adalah biaya yang hanya mempunyai manfaat dalam periode akuntansi terjadinya pengeluaran tersebut.

Berdasarkan kedua pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa klasifikasi biaya ditujukan untuk mempermudah manajemen dalam melakukan pengendalian terhadap biaya-biaya produksi. Pengklasifikasian biaya ini juga memberikan informasi biaya yang berguna untuk menentukan baik harga pokok produksi maupun harga pokok penjualan suatu produk.

2.3 Biaya dalam Pembuatan Keputusan

Siregar dkk (2016:55-58) menyatakan biaya-biaya yang dapat digunakan untuk membuat keputusan adalah sebagai berikut:

1. Biaya Relevan dan Pendapatan Relevan
Biaya relevan (*relevan cost*) adalah biaya masa depan yang berbeda antara satu alternatif lainnya. Kriteria biaya relevan yaitu:
 - a. Biaya masa depan. Biaya masa depan berarti biaya tersebut belum terjadi
 - b. Biaya berbeda antar alternatif. Biaya yang berbeda antar alternatif berarti bahwa suatu elemen biaya tertentu tidak memiliki jumlah yang sama antara satu alternatif dengan alternatif lainnya. Biaya berbeda ini antar alternatif disebut juga biaya diferensial.
2. Biaya Diferensial dan Pendapatan Diferensial
Biaya diferensial adalah biaya yang berbeda antar-alternatif keputusan. Biaya diferensial dapat berupa kenaikan atau penurunan biaya. Pendapatan diferensial adalah pendapatan yang berbeda antar-alternatif keputusan. Pendapatan diferensial dapat berupa kenaikan atau penurunan pendapatan.
3. Biaya Kesempatan
Biaya kesempatan (*opportunity cost*) adalah manfaat yang dikorbankan saat satu alternatif keputusan dipilih dan mengabaikan alternatif lain.

4. Biaya Terbenam
Biaya terbenam (*sunk cost*) adalah biaya yang sudah terjadi dan keputusan masa depan tidak lagi dapat mengubah biaya tersebut.

Berdasarkan uraian diatas dapat pula dinyatakan terdapat beberapa macam biaya yang dapat digunakan dalam pengambilan keputusan, salah satunya adalah biaya relevan dan tidak relevan. Kriteria biaya yang dapat digunakan dalam pengambilan keputusan adalah salah satunya yaitu biaya tersebut belum terjadi dan berbeda antar alternatif.

2.4 Biaya Relevan dan Biaya Tidak Relevan

2.4.1 Biaya Relevan

Menurut Sujarweni (2016:56), “Biaya relevan adalah biaya yang terjadi pada masa mendatang dalam berbagai alternatif untuk pengambilan keputusan manajemen”. Menurut Utari dkk (2016:103), “Biaya relevan ialah biaya masa mendatang dalam berbagai alternatif untuk mengambil keputusan manajemen. “Biaya dikatakan relevan untuk keputusan tertentu apabila biaya tersebut berbeda atau berubah jika tindakan alternatif diambil”. (Salman dan Farid, 2016:179).

Selain biaya variabel, terdapat beberapa biaya lain yang dapat dimasukkan ke dalam biaya relevan menurut Salman dan Farid (2016:180). Berikut dijelaskan satu persatu:

1. Biaya Tetap yang dapat Diatribusikan Secara Langsung (atau biaya tetap produk tertentu yang berbeda dengan biaya tetap umum).
Biaya ini merupakan biaya *overhead* yang terkait dengan produk atau divisi tertentu. Selain itu, biaya ini dapat dihindari sebagai akibat keputusan menghentikan produk atau divisi.
2. Biaya Kesempatan (*Opportunity Cost*)
Biaya kesempatan atau biaya peluang juga memainkan peranan dalam pengambilan keputusan. Biaya kesempatan merupakan alternatif terbaik yang hilang karena memilih dan membuat keputusan di masa depan.
3. Biaya yang Dapat Dihindari (*Avoidable Cost*)
Biaya yang dapat dihindari adalah biaya-biaya yang akan dihindari karena perusahaan tidak melakukan aktivitas atau kegiatan tertentu.
4. Biaya Diferensial atau Biaya Tambahan (*Incremental Cost*)
Biaya diferensial adalah selisih biaya di antara alternatif keputusan yang berbeda.

Berdasarkan uraian diatas dapat dinyatakan bahwa biaya relevan adalah biaya yang berpengaruh terhadap pengambilan keputusan. Kriteria biaya relevan yaitu biayanya terjadi di masa depan dan berbeda antar alternatif.

2.4.2 Biaya Tidak Relevan

Menurut Sjahrial dkk (2017:75) “Biaya tidak relevan adalah biaya yang jumlahnya selalu sama atau tidak berubah diantara berbagai alternatif dan tidak punya pengaruh dalam pengambilan keputusan”. Salman dan Farid (2016:179) menyatakan bahwa “Biaya yang tidak dikategorikan biaya relevan salah satunya ialah biaya *overhead* tidak langsung atau biaya tetap, biaya tersebut tidak dapat dengan mudah diidentifikasi atau tidak terkait dengan biaya per unit atau aktivitas”. Menurut Salman dan Farid (2016:179-180), selain biaya tetap, biaya-biaya lain yang tidak termasuk biaya relevan dapat diuraikan berikut ini:

1. Biaya Tertanam atau Biaya Historis
Biaya tertanam adalah biaya yang telah dikeluarkan dan tidak dapat dipulihkan di masa depan.
2. Biaya yang Tidak Dapat Dihindari
Biaya yang tidak dapat dihindari adalah biaya yang akan dikeluarkan dimasa mendatang dan tidak tergantung pada keputusan yang diambil.
3. *National Cost*
National cost adalah biaya yang tidak terdapat pengeluaran arus kas yang sebenarnya dan terjadinya sebagai akibat dari suatu keputusan.
4. Biaya Bersama
Biaya bersama adalah biaya yang identik untuk semua alternatif keputusan yang diambil sehingga tidak relevan dengan pengambilan keputusan.

Berdasarkan uraian diatas dapat dinyatakan bahwa biaya tidak relevan adalah biaya yang tidak berubah dan selalu sama. Biaya dikatakan tidak relevan apabila tidak memiliki pengaruh terhadap pengambilan keputusan.

2.5 Pembuatan Keputusan Taktis

2.5.1 Model Pengambilan Keputusan Taktis

Menurut Krismiaji dan Aryani (2018) menyatakan proses pembuatan keputusan adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi dan mendefinisikan persoalan yang timbul.

2. Mengidentifikasi berbagai alternatif kemungkinan penyelesaian persoalan, dan mengeliminasi alternatif yang tidak layak atau tidak *feasible*.
3. Mengidentifikasi manfaat dan pengorbanan setiap alternatif yang *feasible*. Klasifikasikan manfaat dan biaya tersebut ke dalam kelompok manfaat relevan dan manfaat tidak relevan, dan eliminasi manfaat yang tidak relevan.
4. Mengumpulkan data pendukung tentang seluruh biaya dan manfaat yang relevan, dan pastikan data tersebut terjadi pada periode atau rentang waktu yang sama.
5. Jumlahkan seluruh biaya relevan dan manfaat relevan untuk setiap alternatif.
6. Pilih alternatif terbaik, yaitu alternatif yang menghasilkan manfaat terbesar dan pengorbanan (biaya) terkecil (*least cost most benefit*).

Menurut Sjahrial dkk (2017:73-74) ada enam (6) langkah prosedur pengambilan keputusan yang baik yaitu:

1. Kenali dan definisikan masalah
Pada langkah pertama adalah mengenali dan mendefinisikan masalah yang spesifik
2. Identifikasi setiap alternatif solusi
Membuat daftar dan mempertimbangkan berbagai alternatif solusi yang tepat.
3. Identifikasi biaya dan manfaat setiap alternatif yang terjadi.
Pada tahap ini, berbagai biaya yang tidak relevan adalah biaya di masa yang akan datang dapat berubah disetiap alternatif.
4. Hitung total biaya dan manfaat yang relevan dari setiap alternatif.
Pada tahap ini harus mempertimbangkan penghematan biaya relevan setelah pemilihan alternatif yang layak
5. Nilai faktor-faktor kualitatif.
Walaupun biaya dan pendapatan (faktor kualitatif) yang berhubungan dengan alternatif solusi sangat penting, namun faktor kualitatif pun dipertimbangkan. Faktor kualitatif sangat sulit di ukur dan dinyatakan dengan uang, namun semikian faktor kualitatif dapat mengancam kelangsungan hidup perusahaan.
6. Pilih alternatif yang menawarkan manfaat terbesar.
Secara keseluruhan keputusan dapat dibuat setelah semua biaya dan manfaat (faktor kuantitatif) yang relevan setiap alternatif solusi dinilai dari faktor-faktor kualitatif juga dipertimbangkan.

Menurut Samryn (2012:325), untuk mengidentifikasi biaya-biaya yang dapat dihindarkan, maka dapat dilakukan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Kumpulkan semua biaya yang berhubungan dengan tiap alternatif yang sedang dipertimbangkan.
2. Eliminasi biaya-biaya yang merupakan biaya tenggelam.
3. Eliminasi biaya-biaya yang tidak berbeda di antara berbagai alternatif.
4. 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.

Berdasarkan uraian diatas dapat dinyatakan bahwa proses pengambilan keputusan dapat dilakukan dengan cara mengidentifikasi masalah, mengumpulkan solusi alternatif, mengidentifikasi manfaat setiap alternatif, dan mengambil keputusan. Proses pengambilan keputusan tersebut dapat menghindarkan pihak manajemen dari kesalahan dalam pengambilan keputusan.

2.5.2 Aplikasi Biaya Relevan Dalam Pengambilan Keputusan

Menurut Salman dan Farid (2016:182) kalkulasi biaya relevan mempunyai kegunaan dalam pemecahan berbagai jenis masalah. Secara tradisional, aplikasi biaya relevan mencakup keputusan untuk:

1. Membuat atau membelin komponen
2. Meneruskan atau menghentikan segmen atau lini produk
3. Menerima pesanan khusus
4. Meneruskan atau menghentikan segmen atau lini produk
5. Menerima pesanan khusus dibawah harga normal
6. Memproses lebih lanjut produk gabungan atau menjualnya pada titik pisah batas (*split-off*).

Selanjutnya menurut Hansen, Mowen, dan Heitger (2017) dalam membuat keputusan menerima atau menolak pesanana khusus, manajemen memerlukan informasi biaya relevan. Biaya relevan adalah biaya yang memlliki dua kriteria, yaitu:

- a. Biaya yang akan terjadi di masa yang akan datang
- b. Biaya tersebut berbeda diantara alternatif yang ada

Berdasarkan uraian diatas dapat dinyatakan bahwa biaya relevan dapat diterapkan pada berbagai pemilihan keputusan, salah satunya yaitu menerima pesanan khusus dibawah harga normal. Biaya relevan dapat memberikan informasi berupa biaya, pendapatan dan laba sebelum menentukan menerima menolak pesanan khusus.

2.6 Pengertian Pesanan Khusus

Menurut Salman dan Farid (2016:185) “pesanan khusus adalah pesanan satu kali yang tidak dianggap sebagai bagian dari bisnis yang berkelanjutan dan normal bagi perusahaan”. Sedangkan Utari dkk (2016:105) menyatakan bahwa:

Order khusus ialah penjualan yang harganya di bawah harga pasar karena perusahaan ingin menggunakan kapasitas yang menganggur atau ingin menjual kelebihan persediaan barang jadi. Order khusus diterima menambah laba operasi, dan sebaliknya ditolak jika mengurangi laba operasi.

Krismiaji dan Aryani (2011:222-223) menjelaskan pesanan khusus sebagai berikut:

Jika sebuah perusahaan memiliki kapasitas produksi yang menganggur, maka perusahaan dalam kondisi yang tidak optimal, karena perusahaan mengeluarkan biaya tetap dalam jumlah banya, sementara perolehan pendapatannya tidak proporsional dengan biaya tersebut. Untuk mengurangi kerugian ini, perusahaan dapat memanfaatkannya dengan menerima pesanan khusus. Dengan kata lain, pesanan khusus biasanya diterima untuk memanfaatkan fasilitas yang masih menganggur. Selain itu, perusahaan hanya melayani pesanan khusus ini untuk para pelanggan tertentu saja karena harga yang ditetapkan untuk pesanan ini biasanya di bawah harga pasar.

Berdasarkan uraian di atas dapat dinyatakan bahwa pesanan khusus adalah pesanan diluar penjualan normal yang menggunakan harga di bawah harga pasar. Pesanan khusus digunakan untuk memanfaatkan kapasitas produksi menganggur, sehingga dengan menerima pesanan khusus dapat mengurangi kerugian perusahaan.