

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Biaya

Pada dasarnya, perusahaan lebih menekankan biaya yang dikeluarkan agar mendapatkan laba yang maksimal. Maka perusahaan harus melakukan perhitungan dan pencatatan biaya secara benar dan tepat. Berikut terdapat pengertian biaya menurut para ahli.

Menurut Harahap dan Tukino (2020:1) menjelaskan bahwa “Biaya adalah pengorbanan yang dilakukan dengan berkurangnya aset atau bertambahnya kewajiban dalam memproses produksi yang diukur dengan satuan keuangan”. Sedangkan menurut Ramdhani, dkk. (2020:3) mengatakan bahwa “Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu”.

Berdasarkan pengertian diatas dapat ditarik simpulan bahwa biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat sekarang atau masa mendatang yang diukur dalam satuan mata uang.

2.2 Pengklasifikasian Biaya

Pada umumnya, klasifikasi biaya merupakan proses pengelompokan dari seluruh komponen biaya secara lebih ringkas dan sistematis agar dapat memberikan informasi yang lebih akurat. Akuntan manajemen diharapkan mampu menghasilkan berbagai jenis informasi berdasarkan kebutuhan penggunanya.

Menurut Siregar, dkk. (2018:36) pada dasarnya biaya dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

1. **Klasifikasi Biaya Berdasarkan Ketelusuran**
Berdasarkan ketelusuran biaya ke produk, biaya dapat digolongkan menjadi dua yaitu:
 - a. **Biaya Langsung**
Biaya Langsung adalah biaya yang dapat ditelusuri sampai kepada produk secara langsung.

- b. Biaya Tidak Langsung
Biaya tidak langsung adalah biaya yang tidak dapat secara langsung telusur ke produk.
2. Klasifikasi Biaya Berdasarkan Perilaku
Berdasarkan perilakunya, biaya dapat diklasifikasikan menjadi:
 - a. Biaya Variabel
Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan tingkat aktivitas.
 - b. Biaya Tetap
Biaya tetap adalah biaya yang jumlahnya tidak terpengaruh oleh tingkat aktivitas dalam kisaran tertentu.
 - c. Biaya Campuran
Biaya campuran adalah biaya yang memiliki karakteristik biaya variabel dan biaya tetap sekaligus.
 3. Klasifikasi Biaya Berdasarkan Fungsi
Berdasarkan fungsi pokok perusahaan, biaya dapat diklasifikasikan menjadi:
 - a. Biaya Produksi
Biaya produksi adalah biaya untuk membuat bahan menjadi produk jadi terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik.
 - b. Biaya Pemasaran
Biaya pemasaran meliputi berbagai jenis biaya yang terjadi saat pemasaran produk atau jasa.
 - c. Biaya Administrasi dan Umum
Biaya administrasi dan umum adalah biaya yang terjadi dalam rangka mengarahkan, menjalankan, dan mengendalikan perusahaan.

Menurut Purwaji, dkk (2018:14-26), klasifikasi biaya dapat digolongkan menjadi tujuh golongan, yakni sebagai berikut:

1. Klasifikasi Biaya Berdasarkan Fungsi Perusahaan
Berdasarkan fungsi perusahaan, biaya dapat dikategorikan menjadi dua, yaitu:
 - a. Biaya Produksi
Biaya produksi adalah biaya yang terkait dengan fungsi produksi, yaitu biaya yang timbul dalam pengolahan bahan menjadi produk jadi sampai akhirnya produk tersebut siap untuk dijual biaya produksi memiliki tiga elemen, yaitu:
 - 1) Biaya Bahan adalah biaya dari suatu komponen yang digunakan dalam proses produksi, yang mana pemakaiannya dapat ditelusuri atau diidentifikasi dan merupakan bagian integral dari suatu produk tertentu.
 - 2) Biaya Tenaga Kerja Langsung adalah biaya atau pengorbanan sumber daya atas kinerja karyawan bagian produksi yang

manfaatnya dapat ditelusuri atau diidentifikasi jejaknya, serta dapat dibebankan secara layak ke dalam suatu produk.

- 3) Biaya *Overhead* Pabrik adalah biaya produksi yang tidak dapat ditelusuri atau diidentifikasi secara langsung pada suatu produk. Biaya tersebut antara lain:

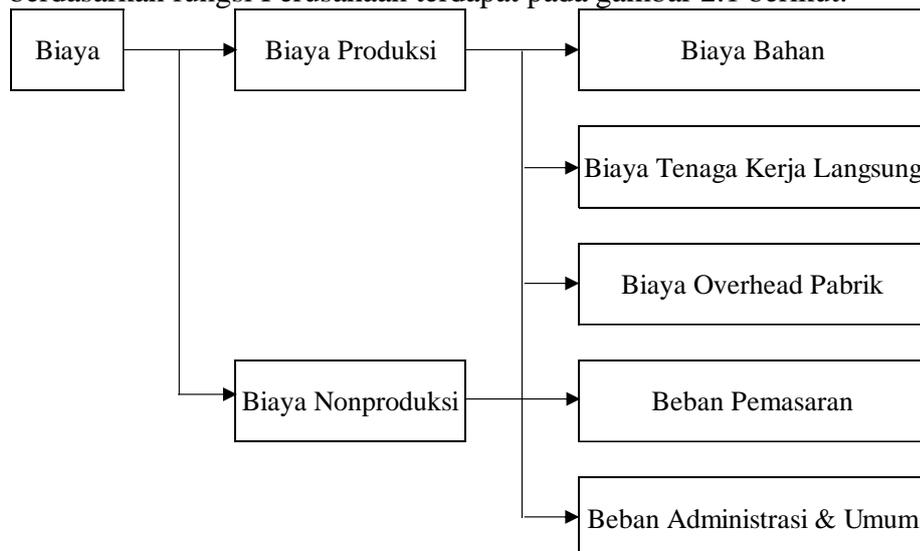
- a) Biaya bahan penolong adalah biaya dari komponen yang digunakan dalam proses produksi tetapi nilainya relatif kecil dan tidak dapat ditelusuri atau diidentifikasi secara langsung pada suatu produk.
- b) Biaya tenaga kerja tidak langsung adalah biaya atau pengorbanan sumber daya atas kinerja karyawan bagian produksi yang tidak dapat ditelusuri atau diidentifikasi jejaknya atas produk-produk yang dihasilkan perusahaan.
- c) Biaya tidak langsung lainnya

b. Biaya Nonproduksi

Biaya nonproduksi adalah biaya yang dikeluarkan tidak memiliki keterkaitan dengan proses produksi. Biaya nonproduksi memiliki dua elemen, yaitu:

- 1) Beban Pemasaran adalah beban yang terkait dengan fungsi pemasaran dalam rangka memasarkan suatu produk, mulai dari persiapan penjualan barang/jasa kepada pelanggan sampai dengan pascajual.
- 2) Beban Administrasi dan Umum adalah beban yang terkait dengan fungsi administrasi dan umum dalam rangka kelancaran perencanaan, koordinasi, pengarahan, dan pengendalian suatu perusahaan.

Untuk memberikan penggambaran mengenai klasifikasi biaya berdasarkan fungsi Perusahaan terdapat pada gambar 2.1 berikut.



Sumber: Agus Purwaji, dkk (2018:17)

Gambar 2.1

Klasifikasi Biaya Berdasarkan Fungsi Perusahaan

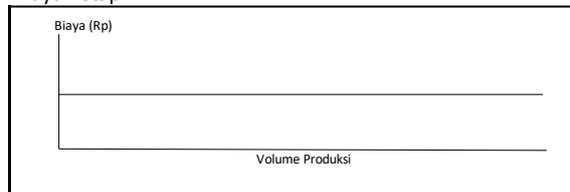
2. Klasifikasi Biaya Berdasarkan Aktivitas

Berdasarkan aktivitasnya, biaya dapat diklasifikasikan menjadi:

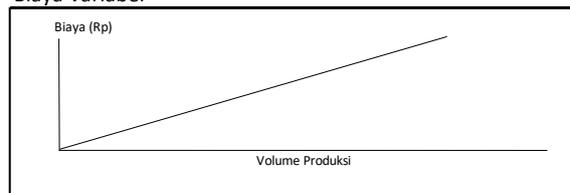
- Biaya Tetap adalah biaya yang mana total biaya tidak berubah terhadap perubahan aktivitas (volume produksi) dalam rentang yang relevan.
- Biaya Variabel adalah biaya yang mana total berubah secara proposional terhadap perubahan aktivitas dalam rentang yang relevan.
- Biaya Semi Variabel adalah biaya yang mana total biaya berubah tetapi perubahannya tidak proposional terhadap perubahan aktivitas (volume produksi) dalam rentang yang relevan.

Untuk lebih jelasnya, Gambar 2.2 menunjukkan gambaran penggolongan biaya berdasarkan perubahan volume produksi, yang terdiri dari biaya tetap, biaya variabel, dan biaya semi variabel.

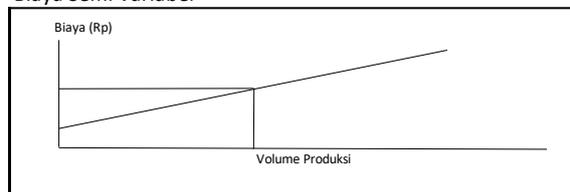
A. Biaya Tetap



B. Biaya Variabel



C. Biaya Semi Variabel



Sumber: Agus Purwaji (2018:20)

Gambar 2.2

Penggolongan Biaya Berdasarkan Perubahan Volume Produksi

3. Klasifikasi Biaya Berdasarkan Objek Biaya

Berdasarkan objek biaya, biaya tersebut dapat digolongkan menjadi:

- Biaya Langsung adalah biaya yang dapat ditelusuri atau diidentifikasi secara langsung ke dalam objek biaya, sehingga yang menjadi dasar pembebanan biaya langsung ke dalam objek biaya adalah penelusuran biaya (*cost tracing*).
- Biaya Tidak Langsung adalah biaya yang tidak dapat ditelusuri atau diidentifikasi secara langsung ke dalam objek biaya atau manfaat dari biaya tersebut dinikmati oleh beberapa objek biaya, sehingga yang menjadi dasar pembebanan biaya tidak langsung ke dalam objek biaya adalah alokasi biaya (*cost allocation*).

4. **Klasifikasi Biaya Berdasarkan Departemen**
Berdasarkan departemen, biaya pada perusahaan dapat digolongkan menjadi:
 - a. Departemen Produksi adalah departemen yang secara langsung mengolah bahan menjadi produk jadi.
 - b. Departemen Jasa adalah departemen yang tidak melakukan proses produksi.
5. **Klasifikasi Biaya Berdasarkan Waktu Pembebanan**
Berdasarkan waktu pembebanan, biaya dapat dikelompokkan menjadi:
 - a. Biaya Produk adalah seluruh biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh, mendapatkan, atau memproduksi suatu produk.
 - b. Biaya Periodik adalah seluruh biaya yang tidak termasuk sebagai biaya-biaya produk, yang mana biaya ini akan diperhitungkan dengan pendapatan penjualan dalam laporan laba rugi berdasarkan periode terjadinya.
6. **Klasifikasi Biaya Berdasarkan Pengendalian Manajemen**
Berdasarkan pengendalian manajemen, berikut pengelompokan biaya tersebut, yakni:
 - a. Biaya Terkendalikan adalah biaya yang secara signifikan dapat dipengaruhi dan dikendalikan oleh manajemen pada periode tertentu.
 - b. Biaya Tidak Terkendalikan adalah biaya yang secara signifikan tidak dapat dipengaruhi dan dikendalikan oleh manajemen pada periode tertentu.
7. **Klasifikasi Biaya Berdasarkan Pengambilan Keputusan**
Berdasarkan pengambilan keputusan, biaya dapat diklasifikasikan menjadi:
 - a. Biaya Relevan adalah biaya yang akan terjadi di masa yang akan datang dan memiliki perbedaan dengan berbagai alternatif keputusan. Berikut beberapa jenis biaya yang tergolong biaya relevan:
 - 1) Biaya Diferensial adalah biaya yang memiliki perbedaan dengan berbagai alternatif pilihan
 - 2) Biaya Kesempatan adalah manfaat potensial yang akan hilang (dikorbankan) apabila salah satu alternatif telah dipilih dari sejumlah alternatif yang tersedia.
 - 3) Biaya Tunai adalah biaya yang membutuhkan pengeluaran kas di masa yang akan datang akibat keputusan yang diambil saat ini atau keputusan yang akan diambil di masa yang akan datang.
 - 4) Biaya Terhindarkan adalah biaya yang dapat dihindarkan apabila salah satu alternatif telah dipilih dari sejumlah alternatif yang tersedia.
 - b. Biaya Tidak Relevan adalah biaya yang tidak mempengaruhi aktivitas pengambilan keputusan. Berikut beberapa jenis biaya yang tergolong biaya tidak relevan:

- 1) Biaya Tertanam adalah biaya yang telah terjadi dan tidak dapat diubah oleh keputusan apa pun yang dibuat saat ini atau di masa yang akan datang.
- 2) Biaya Masa Lalu adalah biaya yang telah terjadi atau dikeluarkan dimasa lalu dan tidak mempengaruhi keputusan apa pun.

2.3 Penggolongan Biaya Dalam Pembuatan Keputusan

Dalam pembuatan keputusan, manajemen membutuhkan informasi mengenai biaya-biaya yang mempengaruhi keputusan yang akan diambil.

Menurut Siregar, dkk. (2018:55) biaya dalam pembuatan keputusan terdiri dari:

1. **Biaya Relevan dan Pendapatan Relevan**
Biaya relevan adalah biaya masa depan yang berbeda antara satu alternatif dan alternatif lainnya. Berikut dua kriteria biaya relevan tersebut:
 - a. **Biaya Masa Depan.**
Biaya masa depan berarti biaya tersebut belum terjadi. Biaya yang sudah terjadi bukan merupakan biaya yang relevan.
 - b. **Biaya Berbeda Antar-alternatif.**
Biaya yang berbeda antar-alternatif berarti bahwa suatu elemen biaya tertentu tidak memiliki jumlah yang sama antar-alternatif disebut juga biaya diferensial (*differential cost*).
Pendapatan relevan adalah pendapatan masa depan yang berbeda antara satu alternatif dan alternatif lainnya.
2. **Biaya Diferensial dan Pendapatan Diferensial**
Biaya diferensial adalah biaya yang berbeda antar-alternatif keputusan. Sedangkan Pendapatan diferensial adalah pendapatan yang berbeda antar-alternatif keputusan
3. **Biaya Kesempatan**
Biaya kesempatan adalah manfaat yang dikorbankan saat satu alternatif keputusan dipilih dan mengabaikan alternatif lain.
4. **Biaya Terbenam**
Biaya terbenam adalah biaya yang sudah terjadi dan keputusan masa depan tidak lagi dapat mengubah biaya tersebut.

2.4 Metode Perhitungan Biaya Penyusutan Aktiva Tetap

Di dalam biaya *overhead* pabrik terdapat biaya penyusutan aset yang sering perusahaan lupakan ke dalam perhitungan harga pokok produksi yang menyebabkan harga pokok produksi yang timbul tidak yang sebenarnya. Adapun beberapa metode yang dapat digunakan untuk menghitung beban penyusutan periodik menurut Rudianto (2013:261), yaitu:

1. Metode Garis Lurus (*Straight Line Method*)

Metode perhitungan penyusutan aset tetap dimana setiap periode akuntansi diberikan beban yang sama secara merata. Beban penyusutan dihitung dengan cara mengurangi harga perolehan dengan nilai sisa dan dibagi dengan masa manfaat aset tetap tersebut.

$$\text{Penyusutan} = \frac{\text{Harga Perolehan} - \text{Nilai Sisa}}{\text{Masa Manfaat Aset}}$$

2. Metode Jam Jasa (*Service Hour Method*)

Metode perhitungan penyusutan aset tetap dimana beban penyusutan pada suatu periode akuntansi dihitung berdasarkan berapa jam periode akuntansi tersebut menggunakan aset tetap itu. Semakin lama aset tetap digunakan dalam suatu periode, semakin besar beban penyusutannya. Demikian pula sebaliknya, besarnya beban penyusutan aset tetap dihitung dengan cara mengurangkan taksiran nilai residu dari harga perolehannya, dan membagi hasilnya dengan taksiran jumlah jam pemakaian total dari aset tetap tersebut selama umur ekonomisnya. Dari hasil pembagian tersebut akan diketahui beban penyusutan per jam. Jumlahnya lalu dijadikan dasar untuk mengalikan dengan jumlah jam aktual pemakaian aset tetap tersebut dalam suatu periode, sehingga diketahui beban penyusutan aset tetap pada suatu periode.

$$\text{Penyusutan} = \frac{\text{Harga Perolehan} - \text{Nilai Sisa}}{\text{Jumlah Total Jam Kerja Penggunaan Aset}}$$

3. Metode Hasil Produksi (*Productive Output Method*)

Dimana beban penyusutan pada periode akuntansi dihitung berdasarkan berapa banyak produk yang dihasilkan selama periode akuntansi tersebut dengan menggunakan aset tetap. Semakin banyak produk yang dihasilkan dalam suatu periode, semakin besar beban penyusutannya. Besarnya beban penyusutan aktiva tetap dihitung dengan cara, mengurangkan taksiran nilai residu dari harga perolehannya, dan membagi hasilnya dengan taksiran jumlah produk yang dihasilkan dari aktiva tetap tersebut selama umur ekonomisnya. Hasil pembagian diperoleh beban penyusutan per unit produk, jumlah dijadikan dasar untuk mengalikan dengan jumlah unit produk aktiva tetap pada suatu periode.

$$\text{Penyusutan} = \frac{\text{Harga Perolehan} - \text{Nilai Sisa}}{\text{Jumlah Total Produk yang Dihasilkan}}$$

4. Metode Beban Menurun (*Reducing Charge Method*)

a. Metode jumlah angka tahun (*Sum of years digit method*)

Metode ini adalah metode perhitungan penyusutan aset tetap, dimana beban penyusutan pada suatu periode akuntansi dihitung dengan cara mengalikan harga Perolehan aset tetap yang telah dikurangi dengan nilai sisanya dengan bagian pengurangan setiap tahunnya selalu berkurang.

$$\text{Penyusutan} = (\text{Harga Perolehan} - \text{Nilai Sisa}) \frac{\text{Bobot Tahun Bersangkutan}}{\text{JAT Umur Ekonomis}}$$

Ket: JAT (Jumlah Angka Tahun)

b. Metode Saldo Menurun (*Declining Balance Method*)

Metode ini adalah metode depresiasi yang ditentukan berdasarkan persentase dari suatu harga buku pada tahun tertentu. Rumusnya adalah:

$$\text{Penyusutan} = \left(\frac{100\%}{\text{Umur Ekonomis}} \right) \times \text{Harga Beli atau Nilai Buku}$$

c. Metode Saldo Menurun Berganda (*Double Declining Balance Method*)

Metode ini digunakan untuk aset tetap yang mempunyai masa manfaat ekonomis yang semakin menurun dari tahun ke tahun yang setiap saat bisa muncul produk baru yang lebih canggih.

$$\text{Penyusutan} = \left\{ 2 \times \left(\frac{100\%}{\text{Umur Ekonomis}} \right) \right\} \times \text{Harga Beli atau Nilai Buku}$$

d. Metode Tarif Menurun (*Declining Rate On Cost Method*)

Metode ini menggunakan tarif yang setiap periodenya selalu menurun sehingga beban depresiasinya juga selalu menurun. Penurunan ini dilakukan tanpa menggunakan dasar yang pasti, tetapi ditentukan berdasarkan kebijakan pimpinan perusahaan.

Berdasarkan uraian dari berbagai macam metode penyusutan aset tetap menurut para ahli tersebut, penulis dalam menghitung metode penyusutan aset tetap menggunakan metode garis lurus.

2.5 Harga Pokok Produksi

2.5.1 Pengertian Harga Pokok Produksi

Perusahaan yang kegiatan produksi atau usahanya berdasarkan pesanan melakukan kegiatan produksinya ketika menerima pesanan dari konsumen. Dalam metode ini biaya-biaya produksi dikumpulkan untuk pesanan tertentu dan harga pokok per satuan produk yang dihasilkan untuk memenuhi pesanan tersebut,

dihitung dengan cara membagi total biaya produksi untuk pesanan tersebut dengan jumlah satuan produk dalam pesanan yang bersangkutan.

Menurut Kuswadi (2015:23) mengatakan bahwa “Harga pokok produksi adalah semua biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi suatu barang (jasa) selama periode yang bersangkutan”. Sedangkan menurut Qomariyah dan Firdaus (2021:16) “Harga pokok produksi merupakan sekumpulan biaya yang dikeluarkan dan diproses yang terjadi dalam proses manufaktur ataupun memproduksi suatu barang, yang terdiri dari bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik”.

Berdasarkan definisi harga pokok pesanan menurut para ahli di atas, maka dapat diartikan bahwa harga pokok pesanan terjadi dalam memproduksi per satuan produk berdasarkan pesanan dari konsumen dengan cara membagi total biaya produksi untuk pesanan tersebut dengan jumlah satuan produk dalam pesanan tersebut

2.5.2 Manfaat Harga Pokok Produksi

Manfaat Informasi yang terdapat dalam perhitungan harga pokok produksi secara umum berupa penentuan harga jual. Menurut para ahli mengenai informasi harga pokok produksi per pesanan, salah satunya menurut Mulyadi (2018: 39), mengatakan bahwa dalam perusahaan yang produksinya berdasarkan pesanan, informasi harga pokok produksi per pesanan bermanfaat bagi manajemen untuk:

1. Menentukan harga jual yang akan dibebankan kepada pemesan.
2. Mempertimbangkan penerimaan atau penolakan pesanan.
3. Adakalanya harga jual produk yang dipesan oleh pemesan telah terbentuk di pasar, sehingga keputusan perlu dilakukan oleh manajemen adalah menerima atau menolak pesanan.
4. Memantau realisasi biaya produksi. Informasi taksiran biaya produksi pesanan tertentu dapat dimanfaatkan sebagai salah satu dasar untuk menetapkan harga jual yang akan dibebankan kepada pemesan.
5. Menghitung laba atau rugi tiap pesanan. Untuk mengetahui apakah pesanan tertentu mampu menghasilkan laba bruto atau mengakibatkan rugi bruto, manajemen memerlukan informasi biaya produksi yang telah dikeluarkan untuk memproduksi pesanan tertentu.
6. Menentukan harga pokok persediaan produk jadi dan produk dalam proses yang disajikan dalam neraca.

2.5.3 Metode Penentuan Harga Pokok Produksi

Menurut Brahim (2021:23), metode penentuan harga pokok produksi merupakan cara untuk memasukan unsur-unsur biaya ke dalam harga pokok produksi. Dalam penentuan harga pokok produksi dikenal dua metode pendekatan, yaitu pendekatan *full costing* atau metode harga pokok penuh dan pendekatan *variable costing* atau metode harga pokok variabel.

1. Metode *Full Costing*

Full costing merupakan penentuan harga pokok produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi ke dalam harga pokok produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik baik yang berperilaku variabel maupun tetap. Dengan demikian, harga pokok produksi metode *full costing* terdiri dari unsur biaya produksi berikut ini.

Biaya bahan baku	xxx
Biaya tenaga kerja langsung	xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik variabel	xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik tetap	xxx
Harga pokok produksi	xxx

2. Metode *Variable Costing*

Variable costing merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku variabel dalam harga pokok produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik variabel.

Dengan demikian, harga pokok produksi menurut *variable costing* terdiri dari unsur biaya produksi berikut ini.

Biaya bahan baku	xxx
Biaya tenaga kerja langsung	xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik variabel	xxx
Harga pokok produksi	xxx

2.6 Kapasitas Produksi

Setiap perusahaan pasti memiliki kapasitas dan berapa jumlah produksi yang dapat dilakukan oleh perusahaan tersebut. Jumlah kapasitas produksi pasti lebih atau sama besar dengan jumlah produksi yang direncanakan oleh suatu perusahaan. Berikut ini pengertian kapasitas produksi menurut para ahli.

Menurut Heizer dan Render (2015:348) mengatakan bahwa “Kapasitas produksi adalah suatu terobosan atau sejumlah unit yang mana tempat fasilitas dapat menyimpan, menerima atau memproduksi dalam suatu periode waktu

tertentu”. Berdasarkan pengertian tersebut, maka kapasitas produksi merupakan jumlah produk yang dihasilkan atau produksi yang dihasilkan dalam waktu dan jumlah tertentu.

Menurut Heizer dan Render (2015:349) ada beberapa klasifikasi kapasitas produksi. Klasifikasi kapasitas ini merupakan ukuran-ukuran penting bagi seorang manajer operasi di suatu Perusahaan. Ada tiga klasifikasi kapasitas yaitu kapasitas desain, kapasitas efektif, dan kapasitas aktual.

- a. Kapasitas desain merupakan *output* yang maksimum secara teori pada suatu sistem dalam suatu periode waktu tertentu pada kondisi idealnya. Kapasitas desain juga bisa diartikan kapasitas yang mana suatu perusahaan mengharapkan untuk mencapai hambatan operasional yang tersedia saat ini.
- b. Kapasitas efektif menunjukkan *output* maksimum pada tingkat operasi tertentu. Kapasitas efektif adalah kapasitas yang diperkirakan dapat dicapai oleh sebuah Perusahaan dengan keterbatasan operasi yang ada sekarang. Kapasitas efektif biasanya lebih rendah daripada kapasitas desain karena fasilitas yang ada mungkin telah dirancang untuk versi produk sebelumnya.
- c. Kapasitas efisien merupakan persentase desain kapasitas yang benar-benar tercapai. Bergantung pada bagaimana tempat fasilitas dipergunakan dan dikelola.

2.7 Biaya Relevan

2.7.1 Pengertian Biaya Relevan

Setiap alternatif memiliki konsekuensi biaya dan manfaat yang harus diperbandingkan dengan biaya dan manfaat yang akan diperoleh dari alternatif lain yang tersedia.

Menurut Purwaji, dkk. (2018:25) menjelaskan bahwa “Biaya relevan adalah biaya yang akan terjadi di masa yang akan datang dan memiliki perbedaan dengan berbagai alternatif keputusan”. Sedangkan menurut Kurdhi, dkk. (2023:49) mengatakan bahwa “Biaya relevan adalah biaya yang mempengaruhi keputusan dan dapat dihindari atau dikurangi dengan memilih alternatif tertentu”.

Menurut Hasibuan, dkk. (2021:138), karakteristik biaya relevan yaitu sebagai berikut:

- a. Biaya dapat dihindari dengan suatu keputusan manajemen.
- b. Biaya tersebut belum terjadi.
- c. Biaya yang akan terjadi itu memiliki nilai berbeda untuk setiap alternatif.
- d. Biaya tersebut benar-benar memberi pengaruh didalam keputusan.

Sesuai dengan yang dikemukakan oleh para ahli, dapat diambil simpulan bahwa biaya relevan adalah biaya yang akan terjadi di masa mendatang dan dapat mempengaruhi keputusan dengan memilih alternatif tertentu.

2.7.2 Manfaat Penggunaan Biaya Relevan

Menurut Rudianto (2013:30), penggunaan biaya relevan di dalam penyelesaian berbagai persoalan yang dihadapi perusahaan akan sangat bermanfaat bagi pengambilan keputusan perusahaan. Karena tanpa mempergunakan metode biaya relevan ini, ada kemungkinan beberapa persoalan yang dihadapi perusahaan dapat berakibat pada pemilihan jalan keluar dan keputusan yang salah oleh pihak manajemen perusahaan. Memang, tidak setiap persoalan biaya di perusahaan dapat diselesaikan dengan menggunakan analisis biaya relevan ini, tetapi terdapat beberapa persoalan yang dapat diselesaikan dengan metode ini, antara lain meliputi:

1. Menerima pesanan tambahan
2. Menurunkan harga pesanan khusus
3. Keputusan untuk memproduksi sendiri atau membeli
4. Keputusan untuk menutup fasilitas
5. Keputusan untuk menghentikan produk tertentu
6. Keputusan untuk memproses lebih lanjut atau tidak.

2.7.3 Aplikasi Biaya Relevan dalam Pengambilan Keputusan

Menurut Siregar, dkk. (2018:368) menjelaskan aplikasi biaya relevan dalam pembuatan keputusan adalah sebagai berikut:

1. Keputusan Membuat atau Membeli
Manajer seringkali dihadapkan dengan keputusan apakah harus membuat atau membeli komponen-komponen yang digunakan dalam suatu produksi. Manajemen seharusnya secara periodik perlu mengevaluasi keputusan masa lalu yang berkaitan dengan aktivitas produksi. Kondisi yang menjadi dasar pembuatan keputusan mungkin sebelumnya telah berubah dan akibatnya perlu digunakan pendekatan yang berbeda. Evaluasi secara periodik bukan

merupakan satu-satunya sumber dalam pembuatan keputusan membuat atau membeli.

2. Keputusan Mempertahankan atau Menghentikan
Seorang manajer sering kali harus membuat keputusan apakah suatu segmen, seperti lini produk, harus dipertahankan atau dihentikan. Laporan segmen yang disusun atas dasar *variable costing* menyediakan informasi yang berharga untuk membuat keputusan mempertahankan atau menghentikan. Margin kontribusi segmen dan laba segmen sangat berguna untuk mengevaluasi kinerja suatu segmen. Laporan segmen menyediakan informasi untuk membuat keputusan mempertahankan atau menghentikan. Sedangkan, biaya relevan menjelaskan tentang bagaimana informasi tersebut harus digunakan untuk sampai pada suatu pembuatan keputusan.
3. Keputusan Pesanan Khusus
Di berbagai negara yang telah memiliki undang-undang tentang diskriminasi harga mensyaratkan bahwa perusahaan harus menjual produk yang identik dengan harga sama kepada pelanggan yang berbeda yang berada di pasar yang sama. Namun, pembatasan ini tidak berlaku pada produk yang dapat ditawarkan atau pada pelanggan yang tidak saling bersaing. Harga penawaran dapat berbeda untuk pelanggan dari pasar yang sama dan perusahaan sering kali mendapatkan kesempatan untuk mempertimbangan pesanan khusus dari calon pelanggan dalam pasar yang dilayani dengan cara yang tidak seperti biasanya. Keputusan pesanan khusus memfokuskan pada pertanyaan apakah pesanan harga khusus harus diterima atau ditolak. Pesanan seperti ini sering kali menarik, khususnya ketika perusahaan beroperasi di bawah kapasitas produksi maksimum.
4. Keputusan Menjual atau Memproses Lebih Lanjut
Produk bersama sering kali dijual pada titik pisah. Namun, kadang kala akan lebih menguntungkan bagi perusahaan untuk memproses lebih lanjut suatu produk bersama setelah titik pisah, sebelum menjualnya. Penentuan apakah akan menjual atau memproses lebih lanjut merupakan suatu keputusan penting yang harus dibuat oleh manajer.

2.7.4 Langkah-Langkah dalam Mengendalikan Biaya Relevan

Dalam menghitung biaya relevan ada langkah-langkah yang harus diperhatikan. Menurut Samryn (2013:325), untuk melakukan perhitungan biaya relevan, maka dapat melakukan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Kumpulkan semua biaya yang berhubungan dengan tiap alternatif yang sedang dipertimbangkan.
2. Eliminasi biaya yang merupakan biaya tenggelam.
3. Eliminasi biaya-biaya yang tidak berbeda diantara berbagai alternatif.
4. Buat keputusan berdasarkan biaya-biaya yang tersisa. Biaya-biaya ini yang akan menjadi biaya differensial, oleh karena itu relevan dipertimbangkan dalam pembuatan keputusan yang akan diambil.

2.7.5 Pembuatan Keputusan Taktis

Pengambilan keputusan merupakan suatu hal yang tidak dapat kita hindari dan tidak terlepas dari tindakan yang kita lakukan. Pengambilan keputusan adalah suatu proses pemilihan alternatif terbaik dari beberapa alternatif secara sistematis untuk ditindaklanjuti (digunakan) sebagai suatu cara pemecahan masalah (Syaekhu dan Suprianto, 2020:2).

Menurut Siregar, dkk. (2018: 357) “Pembuatan keputusan taktis adalah pembuatan keputusan yang didasarkan pada pemilihan diantara beberapa alternatif dengan pertimbangan waktu yang segera dan tinjauan yang terbatas”. Sedangkan Handayani dan Kumalaputri (2021: 106) menyebutkan bahwa “Pembuatan keputusan taktis adalah pembuatan keputusan dengan memilih dari beberapa alternatif dalam waktu yang singkat”.

Berdasarkan definisi pembuatan keputusan taktis menurut para ahli, dapat disimpulkan bahwa pembuatan keputusan taktis adalah tindakan dalam mengambil keputusan atas beberapa alternatif dalam waktu singkat dan terbatas.

2.7.6 Langkah-Langkah Pengambilan Keputusan Taktis

Dalam membuat keputusan, terdapat langkah-langkah yang harus diperhatikan. Menurut Febriantoko, dkk. (2022:257) menyatakan bahwa proses pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi masalah.
2. Mengidentifikasi alternatif.
3. Mengidentifikasi biaya dan manfaat yang berhubungan pada setiap alternatif.
4. Membandingkan biaya dan manfaat relevan pada berbagai alternatif,
5. Menilai faktor-faktor kualitatif.
6. Membuat keputusan yang tepat.

Menurut Siregar, dkk. (2013:358) menyatakan bahwa proses pembuatan keputusan adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi masalah.
2. Mengidentifikasi setiap alternatif sebagai solusi yang tepat atas masalah tersebut; mengeliminasi alternatif yang secara tidak layak.
3. Mengidentifikasi biaya dan manfaat yang berkaitan dengan setiap alternatif yang layak, relevan, serta mengeliminasi yang tidak relevan dari pertimbangan.

4. Menjumlahkan biaya dan manfaat yang relevan dari masing-masing alternatif.
5. Menilai faktor-faktor kualitatif
6. Memilih alternatif yang memberi manfaat terbesar.

2.8 Pesanan Khusus

Salah satu cara perusahaan percetakan dalam mendapatkan pendapatannya yaitu diperoleh dari penjualan berdasarkan pesanan. Penjualan berdasarkan pesanan dapat menjadi salah satu pilihan untuk meningkatkan laba di saat perusahaan berproduksi dibawah kapasitas produksi biasa. Akibat penjualan berdasarkan pesanan, perusahaan terkadang mendapatkan tawaran pesanan khusus.

Menurut Samryn (2013:333) “Pesanan khusus (*special order*) merupakan alternatif pesanan pembelian yang tidak teratur di luar kegiatan produksi normal perusahaan”. Sedangkan menurut Utari, dkk (2016:105) menjelaskan bahwa “Pesanan khusus adalah penjualan yang harganya di bawah harga pasar karena perusahaan ingin menggunakan kapasitas yang menganggur atau ingin menjual kelebihan persediaan barang jadi”.

Secara umum pesanan khusus tidak akan mempengaruhi penjualan yang biasa dilakukan. Pesanan khusus hanya mengakibatkan peningkatan biaya variabel, sedangkan biaya tetap jumlahnya tidak berubah. Menurut Garrison, dkk. (2013:15), pesanan yang dianggap sebagai pesanan khusus harus memenuhi beberapa syarat sebagai berikut:

1. Harga jual per unit pesanan khusus di bawah harga jual normal.
2. Perusahaan masih mempunyai kapasitas menganggur sehingga penambahan produksi untuk memenuhi pesanan khusus tersebut hanya meningkatkan biaya variabel, sedangkan biaya tetap jumlahnya tidak berubah. Jika pesanan khusus jumlahnya melebihi kapasitas yang menganggur, maka akan meningkatkan biaya tetap sehingga sebaiknya tidak diterima.
3. Dapat dilakukan pemisahan pasar penjualan normal dengan penjualan pesanan khusus, dalam arti sempit bahwa penjualan normal tidak akan terganggu dengan adanya penjualan pesanan khusus tersebut.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa pesanan khusus adalah pesanan di luar kegiatan produksi yang harganya di bawah harga jual normal sehingga perusahaan menggunakan kapasitas menganggur agar dapat

meminimalkan biaya yang harus dikeluarkan dan meningkatkan pendapatan untuk mengambil keuntungan sebesar-besarnya.

2.9 Langkah-Langkah Pengambilan Keputusan Menerima atau Menolak Pesanan Khusus

Manajer sering kali dihadapkan dengan keputusan pesanan khusus yang memfokuskan pada harus diterima atau ditolak pesanan dalam harga khusus. Pesanan seperti ini sangat menarik, khususnya ketika perusahaan beroperasi di bawah kapasitas produksi maksimum.

Menurut Siregar, dkk. (2017:368) mengemukakan bahwa menolak atau menerima pesanan khusus dapat didefinisikan sebagai berikut:

Menerima atau menolak pesanan khusus adalah dua alternatif keputusan yang adakalanya dihadapi oleh manajemen. Pesanan khusus adalah pesanan diluar penjualan normal, biasanya dengan harga lebih rendah dari penjualan normal. Keputusan tentang harga jual produk (jasa) dalam jangka Panjang harus mendasarkan pada pertimbangan *full cost*. Namun, dalam jangka pendek penentuan harga jual dapat mempertimbangkan *diferensial cost*.

Pengambilan keputusan menerima atau menolak pesanan khusus menghasilkan laba diferensial yang relevan yakni pendapatan diferensial dan biaya diferensial. Jika pendapatan diferensial lebih tinggi daripada biaya diferensial maka pesanan khusus sebaiknya diterima. Begitu juga sebaliknya, jika diferensial lebih rendah dibandingkan biaya diferensial maka pesanan khusus sebaiknya ditolak.

Menurut Purba dan Sianturi (2021:100-101), keputusan menerima atau menolak pesanan khusus ketika sebuah perusahaan beroperasi di bawah aktivitas normal yang berarti adanya kapasitas menganggur dan pada saat yang sama ada pelanggan memesan produk di bawah harga jual normal, perlu dipertimbangkan apakah pesanan tersebut diterima atau ditolak. Dalam hal ini, biaya relevan yang layak dipertimbangkan adalah biaya variabel sedangkan biaya tetap adalah tidak relevan dalam pengambilan keputusan. Berikut ini merupakan contoh dari perhitungan biaya relevan.

Kapasitas produksi normal dari sebuah perusahaan adalah 10.000 unit setiap tahun, akan tetapi pada tahun 2020 perusahaan bekerja di bawah kapasitas produksi normal, yaitu 8.000 unit atau 80%. Data-data biaya pada tahun 2020 adalah sebagai berikut.

Biaya variabel terdiri dari:

- Biaya produksi	\$50 per unit	
- Biaya nonproduksi	\$30 per unit	
	(termasuk biaya distribusi dan komisi \$ per unit)	
		\$80 per unit

Biaya tetap terdiri dari:

- Biaya produksi	\$10 per unit	
- Biaya nonproduksi	\$15 per unit	
		\$25 per unit
- Total biaya per unit		\$105

Harga jual normal adalah \$150 per unit. Pada tahun 2015 diperoleh pesanan khusus dari seorang pelanggan sebanyak 1.500 unit. Pada persamaan khusus ini tidak ada tambahan biaya yang diperhitungkan seperti komisi dan biaya distribusi.

Diminta:

- Berapakah jumlah biaya relevan dan tidak relevan?
- Apakah pesanan khusus diterima atau ditolak? Sertakan perhitungan saudara!

Jawab:

- biaya relevan sebesar \$80 per unit (biaya variabel), sedangkan biaya tidak relevan adalah \$15 per unit (biaya tetap).
- Harga pesanan khusus \$100 per unit, berarti di bawah harga jual normal \$150. Secara prinsip bisnis, jika Perusahaan bekerja pada kapasitas normal 100% pasti menolak pesanan khusus. Akan tetapi, karena bekerja di bawah kapasitas normal yaitu 8.000 unit berarti kapasitas menganggur $10.000 \text{ unit} - 8.000 \text{ unit} = 2.000 \text{ unit}$. Perlu dipertimbangkan penerimaan pesanan khusus 1,500 unit dengan cara:

Tabel 2.1
Perhitungan Biaya Relevan Dalam Menerima atau Menolak Pesanan Khusus

Keterangan	Menolak Pesanan Khusus (8.000 unit)	Menerima Pesanan Khusus (8.000 unit + 1.500 unit = 9.500 unit)
Penjualan Normal	8.000 unit x \$150 = \$1.200.000	8.000 unit x \$150 = \$1.200.000
Penjualan Pesanan Khusus	-	1.500 unit x \$100 = \$150.000
Total Penjualan	\$1.200.000	\$1.350.000
Biaya Variabel	8.000 unit x \$80 = (\$640.000)	(\$752.500)
Laba Kontribusi	\$560.000	\$597.500

* $(8.000 \text{ unit} \times \$80) + 1.500 \text{ unit} (\$80 - \$5) = \752.500

Sumber: (Purba dan Sianturi, 2021)

Berdasarkan contoh kasus di atas, maka dapat diketahui langkah-langkah penerapan biaya relevan dalam membuat keputusan menerima atau menolak pesanan khusus dengan memanfaatkan kapasitas menganggur yaitu terdiri dari:

1. Mengidentifikasi permasalahan yang terjadi dan menetapkan permasalahan yang ada.
2. Mengetahui kapasitas produksi periode tertentu berdasarkan sumber daya yang tersedia pada saat itu oleh perusahaan.
3. Mengumpulkan semua biaya yang berkaitan dengan alternatif yang dipilih antara lain biaya variabel maupun biaya tetap.
4. Memisahkan biaya masa lalu atau *sunk cost*.
5. Mengambil kesimpulan berdasarkan data biaya yang tersedia, seperti laporan laba rugi perusahaan. Biaya tersebut merupakan biaya yang dapat dijadikan dalam pengambilan keputusan.

2.10 Alasan Pembuatan Keputusan Memerlukan Biaya Relevan dalam Pengambilan Keputusan

Ada banyak hal yang dapat diperhatikan untuk manajemen sebelum membuat keputusan. Salah satu yang harus dimiliki oleh manajemen yakni informasi mengenai biaya relevan dengan keputusan yang akan diambil. Menurut Siregar, dkk. (2017:55) terdapat tiga alasan yang mendasari mengapa pembuatan keputusan memerlukan biaya relevan yakni sebagai berikut:

1. Tidak semua biaya merupakan biaya relevan. Informasi biaya yang tidak relevan dapat diabaikan dalam pembuatan keputusan tertentu karena yang diperlukan adalah biaya yang relevan saja. Oleh karena itu, penyediaan semua informasi relevan dan tidak relevan merupakan aktivitas yang tidak perlu.
2. Produksi merupakan informasi yang mahal. Apabila akuntan manajemen hanya menyediakan biaya relevan saja, maka ia dapat mengurangi aktivitas pengumpulan dan pengolahan informasi. Selain itu, akuntan manajemen juga dapat menghemat waktu, perlengkapan, dan sumber daya lain dalam memasok informasi.
3. Kemampuan kognitif yang terbatas. Terlalu banyak informasi dapat menyebabkan pembuat keputusan menjadi kurang rasional. Hal tersebut disebabkan oleh sulitnya pembuat keputusan dalam mengorganisasikan dan menggunakan informasi yang berlebihan.

2.11 Laba Diferensial

Laba merupakan salah satu faktor yang penting dalam kaitannya dengan pengambilan keputusan untuk menerima atau menolak pesanan khusus. Jika laba yang dihasilkan besar, maka perusahaan tidak akan ragu untuk menerima pesanan khusus tersebut dan juga sebaliknya. Informasi yang diperlukan dalam mempertimbangkan pengambilan keputusan menerima atau menolak pesanan khusus adalah informasi diferensial. Informasi diferensial yang diperlukan yaitu laba diferensial.

Menurut Hasibuan, dkk (2021:46) mengemukakan bahwa “Laba diferensial adalah laba yang berbeda pada berbagai alternatif pengambilan keputusan”. Sedangkan menurut Mulyadi (2017: 642) “Laba diferensial merupakan selisih antara pendapatan diferensial dengan biaya diferensial”. Besarnya laba diferensial dinyatakan dalam rumus:

$$\text{Laba diferensial} = \text{Pendapatan diferensial} - \text{Biaya diferensial}$$

Pendapatan diferensial atas pesanan khusus merupakan pendapatan yang akan diperoleh jika pesanan tersebut diterima yaitu sebesar total pendapatan dari penjualan pesanan khusus atau sebesar harga jual per unit pesanan khusus dikalikan dengan jumlah unit penjualan. Biaya diferensial atas pesanan khusus adalah tambahan biaya yang terjadi untuk melayani pesanan khusus tersebut atau biaya variabel per unit pesanan khusus dikalikan jumlah unit penjualannya. Laba diferensial atas pesanan khusus adalah sebesar pendapatan pesanan khusus dikurangi dengan biaya variabel pesanan khusus. Manajemen harus mempertimbangkan biaya-biaya yang terlibat dalam pengambilan keputusan yaitu biaya diferensial yang dipakai sebagai landasan penentuan harga jual pesanan khusus.

Dari penjelasan tersebut, dapat diambil simpulan bahwa laba diferensial adalah laba yang akan datang yang berbeda diantara berbagai alternatif keputusan yang mungkin dipilih dan menjadi pedoman dalam menentukan pengambilan keputusan untuk menerima atau menolak pesanan khusus.