

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Akuntansi Manajemen

Akuntansi adalah suatu kegiatan ataupun proses untuk menyajikan informasi yang sifatnya mengenai keuangan akan suatu kesatuan ekonomi yang nantinya akan digunakan dalam pengambilan keputusan ekonomi. Jenis dari akuntansi yaitu terdiri atas 2, diantaranya:

1. Akuntansi Keuangan

Yaitu akuntansi yang menyajikan informasi keuangannya adalah untuk pihak eksternal perusahaan. Pihak eksternal perusahaan yaitu investor, pemerintah, kreditur, dan lain-lain.

2. Akuntansi Manajemen

Yaitu akuntansi yang menyajikan informasi keuangannya adalah untuk pihak internal perusahaan. Pihak internal perusahaan yaitu *top manager*, *middle manager*, *lower manager*, karyawan, dan lain sebagainya.

Menurut Santoso, dkk (2023) akuntansi manajemen adalah:

Informasi keuangan yang dihasilkan oleh bagian manajemen dari suatu prosedur atau kegiatan perusahaan atau organisasi yang akan digunakan untuk mengambil keputusan ekonomi untuk melaksanakan fungsi yang ada dalam bidang manajemen.

Siregar, dkk (2019) mendefinisikan Akuntansi manajemen (*management accounting*) adalah:

proses mengidentifikasi, mengukur, mengakumulasikan, menyiapkan, menganalisis, menginterpretasikan, dan mengomunikasikan kejadian ekonomi yang digunakan oleh manajemen untuk melakukan perencanaan, pengendalian, pengambilan keputusan, dan penilaian kinerja dalam organisasi.

Akuntansi Manajemen menurut (Garaika & Feriyana, 2020) merupakan sistem akuntansi yang tujuan utamanya adalah menyajikan laporan keuangan untuk kepentingan pihak internal perusahaan, seperti manajer keuangan, manajer produksi, manajer pemasaran, dan pihak internal lainnya. Informasi ini sangat berguna sebagai pedoman untuk mengambil kebijakan untuk masa yang akan

datang berdasarkan data historis laporan keuangan. Sedangkan menurut (Darya & I Gusti, 2019) akuntansi manajemen merupakan proses identifikasi, penyusunan, interpretasi dan komunikasi informasi yang digunakan oleh manajemen untuk merencanakan, mengevaluasi, dan pengendalian dalam suatu entitas dan untuk memastikan kesesuaian dan akuntabilitas penggunaan sumber daya tersebut

Berdasarkan pendapat yang dikemukakan oleh para ahli maka dapat disimpulkan bahwa akuntansi manajemen ialah akuntansi yang berfokus pada penyediaan informasi baik itu berupa biaya-biaya yang dikeluarkan selama menjalankan aktivitas usaha, laporan keuangan, anggaran dan sebagainya, kepada manajer untuk digunakan oleh organisasi, membantu dalam mengambil keputusan dimasa yang akan datang.

2.2 Pengertian dan Klasifikasi Biaya

2.2.1 Pengertian Biaya

Menurut Siregar, dkk (2019) kos (*Cost*) adalah pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat sekarang atau masa yang akan datang, kos diukur dalam satuan mata uang. Saat barang dan jasa dimanfaatkan, kos akan menjadi biaya kos yang belum dimanfaatkan akan menjadi aset, Biaya (*expense*) adalah kos barang atau jasa yang telah digunakan untuk memperoleh pendapatan.

Biaya merupakan sejumlah pengorbanan sumber daya ekonomi (kas atau ekuivalen kas) untuk melakukan suatu kegiatan yang diharapkan akan menghasilkan manfaat ekonomi (pendapatan) dimasa yang akan datang (Handayani & Kumalaputri, 2021).

Biaya (Pirmaningsih, 2020) adalah untuk mengukur pengorbanan ekonomi yang dilakukan untuk mencapai tujuan organisasi.

1. Untuk suatu produk
Biaya untuk menunjukkan ukuran moneter sumber daya yang digunakan seperti bahan, tenaga kerja dan *overhead*.
2. Untuk suatu jasa
Biaya merupakan pengorbanan moneter yang dilakukan untuk menyediakan jasa

Suatu tindakan atau pengorbanan atau penilaian yang dapat dinilai sebagai biaya jika memenuhi syarat sebagai berikut (Langkun, Ventje I, & Rudy J.P, 2019):

1. Dapat diduga sebelumnya
2. Tidak dapat dihindarkan

3. Berhubungan erat dengan proses produksi
4. Dapat diukur secara kuantitatif

Dari beberapa pengertian yang sudah diuraikan maka dapat disimpulkan bahwa biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi yang nilainya bisa dihitung untuk menjalankan suatu aktivitas produksi yang tidak dapat dihindari dan diharapkan memberi manfaat untuk sekarang atau dimasa yang akan datang.

2.2.2 Klasifikasi Biaya

Klasifikasi biaya adalah proses pengelompokan berdasarkan tujuan dari informasi yang disajikan, yang memfasilitasi pelaporan dan penyusunan laporan keuangan dan memberikan gambaran informasi yang akurat kepada manajemen. Menurut (Handayani & Kumalaputri, 2021) menyatakan suatu objek biaya (*cost Object*) adalah objek apapun, seperti produk, pelanggan, departemen, proyek, aktivitas, dll, dimana biaya diukur dan dibebankan padanya. Contoh: Sebuah mobil adalah objek biaya jika kita ingin menentukan biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi sebuah mobil. Akhir-akhir ini, aktivitas, yaitu suatu unit dasar pekerjaan yang dilakukan dalam suatu organisasi, juga digunakan sebagai objek biaya. Misalnya: pemindahan bahan dan barang, pemeliharaan peralatan, perancangan produk, pemeriksaan produk dan sebagainya.

Biaya menurut (Mulyadi, 2018) dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

1. Penggolongan biaya menurut objek pengeluaran

Nama objek pengeluaran adalah dasar penggolongan biaya. Contoh nama objek pengeluaran yaitu bahan bakar, maka semua pengeluaran yang berkaitan dengan bahan bakar disebut “biaya bahan bakar”. Contoh selanjutnya penggolongan biaya atas dasar objek pengeluaran pada perusahaan kertas merupakan biaya merang, biaya jerami, biaya gaji dan upah, biaya depresiasi mesin, biaya asuransi, biaya bunga, dan biaya zat warna.
2. Penggolongan biaya berdasarkan pada fungsi pokok dalam perusahaan
 - a. Biaya produksi adalah biaya-biaya yang terjadi guna mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang akan siap untuk dijual. Contohnya yaitu biaya depresiasi mesin dan equipment, biaya bahan baku, biaya bahan penolong, biaya gaji karyawan langsung dan tidak langsung yang berkaitan dalam proses produksi.
 - b. Biaya pemasaran adalah biaya-biaya yang terjadi dalam melakukan kegiatan pemasaran produk. Contohnya yaitu biaya iklan, biaya promosi, biaya angkutan, gaji karyawan dalam bidang pemasaran.

- c. Biaya administrasi dan umum adalah biaya-biaya yang digunakan saat mengkoordinasi kegiatan produksi dan pemasaran produk. Contohnya yaitu biaya gaji karyawan bagian keuangan, akuntansi personalia, humas, biaya pemeliharaan akuntan, dan biaya photocopy.
3. Penggolongan biaya berdasarkan hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai
 - a. Biaya langsung merupakan biaya yang terjadi karena adanya sesuatu yang dibiayai. Apabila sesuatu yang dibiayai tidak ada maka biaya langsung tidak akan terjadi. Biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung merupakan bagian dari biaya langsung.
 - b. Biaya tidak langsung merupakan biaya yang terjadi tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai. Dalam kegiatan produksi istilah yang sering digunakan adalah biaya produksi tidak langsung atau biaya overhead pabrik (*factory overhead costs*).
4. Penggolongan biaya menurut perilaku dalam hubungannya dengan perubahan volume aktivitas
 - a. Biaya variabel merupakan biaya yang jumlah totalnya berubah bergantung dengan perubahan volume kegiatan. Contohnya yaitu biaya bahan baku, dan biaya tenaga kerja langsung.
 - b. Biaya semi variabel merupakan biaya yang berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Dalam biaya semi variabel terdapat unsur biaya tetap dan biaya variabel. Contohnya yaitu biaya pemeliharaan mesin, biaya listrik, dan biaya telepon.
 - c. Biaya semifixed merupakan biaya yang tetap untuk tingkat volume kegiatan tertentu dan berubah dengan jumlah konstan dalam volume produksi tertentu.
 - d. Biaya tetap merupakan biaya yang jumlah totalnya tetap dalam kisar volume kegiatan tertentu. Contohnya yaitu gaji direktur produksi, biaya PBB, dan biaya depresiasi.
5. Penggolongan biaya berdasarkan jangka waktu manfaatnya
 - a. Pengeluaran modal merupakan biaya yang memiliki manfaat lebih dari satu periode akuntansi. Contohnya yaitu pengeluaran untuk pembelian aktiva tetap, promosi besar-besaran, dan pengeluaran untuk melakukan riset dan pengembangan produk.
 - b. Pengeluaran pendapatan merupakan biaya yang hanya memiliki manfaat dalam periode akuntansi terjadinya pengeluaran tersebut. Contohnya yaitu biaya iklan, dan biaya tenaga kerja.
6. Penggolongan biaya berdasarkan pengambilan keputusan
 - a. Biaya relevan merupakan biaya pada masa yang akan datang dalam berbagai alternatif untuk pengambilan keputusan manajemen.
 - b. Biaya relevan juga sering disebut dengan biaya diferensial. Biaya relevan penting dalam pengambilan keputusan jangka pendek karena biaya terjadi di masa mendatang dengan jumlah yang berbeda diantara alternatif kegiatan satu dengan lainnya.
 - c. Biaya tidak relevan merupakan biaya yang tidak terpengaruh dengan pemilihan alternatif tindakan.

Biaya (Putra, 2021) terbagi menjadi beberapa klasifikasi yaitu sebagai berikut:

1. Penggolongan biaya menurut sifatnya

Dalam produksinya yang berdasarkan pesanan, biaya pabrik adalah biaya produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Biaya-biaya produksi yang termasuk dalam biaya pabrik dikelompokkan menjadi beberapa golongan.

a. Biaya bahan penolong

Bahan yang tidak digolongkan sebagai bagian produk jadi atau bahan yang menjadi bagian produk jadi tetapi nilainya relatif kecil bila dibandingkan dengan harga pokok tersebut.

b. Biaya reparasi dan pemeliharaannya.

Yang termasuk didalamnya yaitu biaya *spareparts*, biaya bahan habis pakai dan harga perolehan jasa dari pihak luar perusahaan untuk keperluan perbaikan dan pemeliharaan.

c. Biaya tenaga kerja tidak langsung

Biaya untuk tenaga kerja pabrik yang upahnya tidak dapat diperhitungkan secara langsung kepada produk atau pesanan tertentu. Di dalamnya terdiri dari upah, tunjangan dan biaya kesejahteraan.

d. Biaya yang timbul sebagai akibat penilaian terhadap aktiva tetap.

Biaya yang termasuk di dalamnya adalah biaya-biaya depreasiasi emplasemen pabrik, bangunan pabrik, dan aktiva tetap lain yang digunakan di pabrik

e. Biaya yang timbul sebagai kibat berlalunya waktu.

Yang termasuk di dalamnya adalah biaya-biaya asuransi gedung dan emplasemen pabrik, asuransi mesin dan biaya amortisasi keuangan.

f. Biaya yang timbul di pabrik yang secara langsung memerlukan pengeluaran uang tunai. Yang termasuk di dalamnya adalah biaya reparasi yang diserahkan kepada pihak luar perusahaan, biaya listrik PLN dan lain-lain.

2. Penggolongan biaya pabrik menurut perilakunya dalam hubungan dengan perubahan volume produksi.

a. Biaya pabrik tetap adalah biaya yang tidak berubah dalam kisar perubahan volume kegiatan tertentu.

b. Biaya pabrik variabel adalah biaya pabrik yang berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan.

c. Biaya pabrik semivariabel adalah biaya pabrik yang berubah namun tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan.

3. Penggolongan biaya pabrik dilihat dari hubungannya dengan departemen.

a. Biaya pabrik langsung departemen adalah biaya pabrik yang terjadi dalam departemen tertentu dan manfaatnya hanya dinikmati oleh departemen tersebut.

b. Biaya pabrik tidak langsung departemen adalah biaya pabrik yang manfaatnya dinikmati oleh lebih dari Satu departemen.

2.3 Biaya dalam pembuatan keputusan

Penetapan biaya sangat penting dalam mengambil keputusan manajerial, karena dengan adanya pemahaman akan perilaku biaya, manajer dapat mengetahui klasifikasi biaya dan bagaimana cara biaya berubah sesuai dengan perubahan penggunaan suatu aktifitas. Informasi biaya-biaya yang dikeluarkan akan sangat mempengaruhi keputusan yang diambil agar manajemen tidak salah memilih keputusan yang tepat sehingga dapat menghindari resiko atau kemungkinan yang terjadi yang dapat merugikan perusahaan.

Pengambilan keputusan (*decision making*) (Taogan, Rudy, & Pusung, 2022) merupakan pemilihan diantara serangkaian alternatif tindakan untuk dilaksanakan guna mencapai tujuan, syarat yang harus dipenuhi, agar suatu pesanan khusus diterima yaitu adanya kapasitas menganggur, jika masih ada kapasitas menganggur maka pemanfaatan kapasitas tersebut hanya mengakibatkan peningkatan biaya variabel, artinya inilah yang relevan untuk dipertimbangkan dalam mengambil keputusan.

Menurut Siregar, dkk (2019) pembuatan keputusan membutuhkan informasi. Akuntansi manajemen memasok informasi tersebut. Informasi yang diperlukan adalah informasi yang relevan untuk proses pembuatan keputusan yaitu:

1. Biaya Relevan dan Pendapatan Relevan
Biaya relevan (*relevant cost*) adalah biaya masa depan yang berbeda antara satu alternatif dan alternatif lainnya. Kriteria biaya relevan yaitu:
 - 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 satu alternatif dengan alternatif lainnya.
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 inkremental.
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.

2.4 Biaya Relevan dan Biaya tidak Relevan

2.4.1 Biaya Relevan

Manajemen Perusahaan dalam melakukan kegiatan produksi, hendaknya menggunakan perhitungan biaya relevan agar dapat mengambil keputusan yang tepat, hal ini dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar margin laba yang dicapai oleh perusahaan. Biaya relevan merupakan biaya masa mendatang muncul dalam situasi dimana pengambil keputusan harus memilih diantara dua pilihan atau lebih.

Menurut Siregar, dkk (2019) Menyatakan bahwa biaya relevan (*relevant cost*) merupakan biaya masa depan (*future cost*) yang berbeda diantara berbagai alternatif (*differ across alternatives*). Menurut (Agus, Wibowo, & Sabarudin, 2018) biaya relevan adalah biaya yang akan terjadi dimasa yang akan datang dan memiliki perbedaan dengan berbagai alternatif keputusan

Biaya relevan menurut Alfariad (2023) adalah biaya yang penting atau signifikan dalam pengambilan keputusan bisnis. Dalam tinjauan pustaka ini, akan dibahas mengenai definisi biaya relevan, jenis-jenis biaya relevan, dan peran biaya relevan dalam pengambilan keputusan bisnis. Biaya relevan adalah biaya yang dapat mempengaruhi keputusan bisnis yang diambil oleh suatu perusahaan. Biaya yang relevan adalah biaya yang dapat diubah oleh keputusan yang diambil, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Dalam pengambilan keputusan bisnis, penting untuk mempertimbangkan biaya relevan agar keputusan yang diambil dapat menghasilkan keuntungan yang optimal. Berikut ini adalah jenis-jenis biaya relevan :

1. Biaya Tetap

Biaya tetap adalah biaya yang tidak berubah meskipun volume produksi atau penjualan berubah. Biaya tetap tidak termasuk dalam biaya relevan karena biaya ini tidak dipengaruhi oleh keputusan yang diambil. Berdasarkan pengertian tersebut dapat dinyatakan bahwa:

- a. Jumlah biaya tetap total tidak berubah dalam kisaran relevan tentu meski tingkat aktivitas berubah
- b. Biaya tetap berubah dengan berubahnya tingkat aktivitas.

2. Biaya Variabel

Biaya variabel adalah biaya yang berubah seiring dengan perubahan volume produksi atau penjualan. Biaya variabel termasuk dalam biaya relevan karena biaya ini dapat dipengaruhi oleh keputusan yang diambil. Berdasarkan pengertian tersebut diketahui bahwa:

- a. Biaya variabel total berubah proporsional dengan perubahan aktivitas
- b. Biaya variabel per unit tidak berubah walaupun aktivitas berubah.

3. Biaya Margin Kontribusi

Biaya margin kontribusi adalah selisih antara harga jual dan biaya

variabel. Biaya margin kontribusi sangat penting dalam pengambilan keputusan bisnis karena dapat digunakan untuk menghitung laba kotor dan menentukan harga jual yang optimal.

4. Biaya Peluang

Biaya peluang adalah biaya yang timbul karena memilih satu pilihan dan mengorbankan pilihan yang lain. Biaya peluang sangat relevan dalam pengambilan keputusan bisnis karena dapat membantu mengukur kerugian yang mungkin terjadi jika salah memilih satu pilihan dari pada yang lain.

2.4.2 Biaya tidak Relevan

Biaya yang tidak berbeda diantara alternatif tindakan yang telah dilakukan, biaya ini tidak akan mempengaruhi pengambilan keputusan dan akan tetap sama jumlahnya tanpa memperhatikan alternatif yang dipilih, oleh karena itu biaya tidak relevan tidak harus dipertimbangkan dalam pembuatan keputusan.

2.5 Pembuatan Keputusan Taktis

2.5.1 Pengertian keputusan taktis

Siregar, dkk (2019) menyatakan pembuatan keputusan taktis (*tactical decision making*) adalah pembuatan keputusan yang didasarkan ada pemillihan diantara beberapa alternatif dengan pertimbangan waktu yang segera dan tinjauan yang terbatas.

Keputusan taktis merupakan keputusan yang diambil manajemen perusahaan untuk kepentingan yang bersifat jangka pendek. Langkah-langkah (Triani dkk, 2022) yang menjelaskan proses pengambilan keputusan taktis yaitu:

1. Mengenali dan menemukan masalah.
2. Mengidentifikasi setiap alternatif yang mungkin menjadi solusi yang layak dari permasalahan serta menghilangkan alternatif yang tidak layak.
3. Mengidentifikasi biaya dan manfaat yang berhubungan dengan setiap alternatif yang layak Selanjutnya mengidentifikasi biaya dan mafaat mana yang relevan atau tidak relevan, serta menghapus biaya yang tidak relevan dari pertimbangan.
4. Menghitung total biaya dan manfaat yang relevan dari masing-masing alternatif.
5. Memberikan pertimbangan dan penilaian terhadap aspek kualitatif dari masing-masing faktor, misalnya kualitas bahan baku, keandalan sumber pasokan, perkiraan kestabilan harga dan lain-lain.
6. Membuat keputusan dengan memilih alternatif yang memberikan manfaat terbesar secara keseluruhan.

Berdasarkan pendapat yang diuraikan oleh beberapa ahli maka dapat disimpulkan bahwa keputusan taktis merupakan suatu langkah yang dilakukan manajemen atau pihak yang berwenang dalam membuat keputusan pada perusahaan, dimana keputusan tersebut merupakan hasil dari pemilihan beberapa alternatif yang dianggap efektif dan dari beberapa alternatif tersebut diambil yang paling baik dan relevan. Pembuatan keputusan taktis biasanya dilakukan dalam pertimbangan waktu yang cenderung singkat dan bersifat untuk kepentingan jangka pendek

2.5.2 Model Pembuatan Keputusan Taktis

Dalam membuat keputusan taktis Siregar, dkk (2019) menyatakan terdapat enam langkah yang menggambarkan tentang proses dalam membuat keputusan yaitu:

1. Mengidentifikasi masalah
2. Mengidentifikasi setiap alternatif sebagai solusi yang tepat atas masalah tersebut, mengeliminasi alternatif yang secara nyata 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.

Menurut (Lestari & Permana, 2017), ada enam langkah prosedur pengambilan keputusan yang baik untuk direkomendasikan:

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 (*cost*) dan manfaat (*benefit*) setiap alternatif solusi
4. Hitung total biaya dan manfaat yang relevan dari setiap alternatif.
5. Nilai faktor-faktor kualitatif
6. Pilih alternatif yang menawarkan manfaat terbesar.

2.5.3 Penggunaan Biaya Relevan dalam Mengambil Keputusan

Keputusan manajemen yang berkaitan dengan biaya relevan biasanya merupakan keputusan khusus yang memiliki karakteristik terjadinya tidak rutin dibanding keputusan aktivitas sehari-hari. Terdapat beberapa keputusan khusus yang menggunakan informasi biaya relevan yaitu:

1. Keputusan Membuat atau Membeli (*Make or Buy Decision*).
2. Keputusan Menghentikan atau Melanjutkan Produksi Suatu Produk Tertentu (*Stop or Continue Product Line*).
3. Keputusan Menerima atau Menolak Pesanan Khusus (*Special Order Decision*).
4. Keputusan Menjual atau Memproses Lebih Lanjut Suatu Produk (*Sell or Process Further*).

2.6 Metode Perhitungan Penyusutan aset

Menurut Warren, dkk (2017) tiga metode yang paling sering digunakan untuk menghitung beban penyusutan adalah sebagai berikut :

1. Penyusutan Garis Lurus (*Straight Line Method*)
Menghasilkan jumlah beban penyusutan yang sama untuk setiap tahun selama manfaat aset. Metode garis lurus sejauh ini merupakan metode yang paling banyak digunakan.

$$\text{Penyusutan Tahunan} = \frac{\text{Biaya} - \text{Nilai Sisa}}{\text{Masa Manfaat}}$$

2. Penyusutan Unit Produksi (*Unit-of-production Method*)
Menghasilkan jumlah beban penyusutan yang sama untuk setiap unit yang diproduksi atau setiap unit kapasitas yang digunakan oleh aset. Tergantung dengan asetnya, metode unit produksi dapat dinyatakan dalam jam, mi, atau jumlah kuantitas produksi.
Tahap 1. Menentukan penyusutan per unit :

$$\text{Penyusutan per unit} = \frac{\text{Biaya} - \text{Nilai Sisa}}{\text{Total Unit Produksi}}$$

Tahap 2. Menghitung beban penyusutan

$$\text{Beban Penyusutan} = \text{Penyusutan Per Unit} \times \text{Total Unit Produksi yang digunakan}$$

3. Penyusutan Saldo Menurun Ganda (*Double-Declining-balance Method*) Menghasilkan beban periodik yang semakin menurun selama estimasi masa manfaat aset. Metode saldo menurun ganda diaplikasikan dalam tiga tahap.
 - Tahap 1. Menentukan Persentase Garis Lurus, menggunakan masa manfaat yang diharapkan.
 - Tahap 2. Menentukan saldo menurun ganda dengan mengalikan tarif garis lurus dari tahap 1 dengan tahap 2.
 - Tahap 3. Menghitung beban penyusutan dengan mengalikan tarif saldo menurun ganda dari tahap 2 dengan nilai buku aset.

2.7 Pengertian Pesanan Khusus

Perusahaan dapat meningkatkan profitabilitas dengan mempertimbangkan pesanan-pesanan khusus yang diminta konsumen dalam perencanaan persediaan bahan baku, hal ini dapat mengurangi biaya persediaan dan meningkatkan efisiensi produksi. Namun, keputusan untuk menerima pesanan khusus juga dapat memiliki risiko yang terkait dengan permintaan yang tidak stabil, biaya produksi yang tinggi, dan kelebihan produksi. Oleh karena itu, perusahaan harus mempertimbangkan risiko-risiko tersebut dalam pengambilan keputusan.

Menurut Siregar, dkk (2019) keputusan pesanan khusus (*special-order decision*) memfokuskan pada pertanyaan apakah pesanan harga khusus harus diterima atau ditolak. Pesanan seperti ini sering kali menarik, khususnya ketika perusahaan beroperasi dibawah kapasitas produksi maksimum. Pesanan Khusus menurut Rosidah, dkk (2018) merupakan suatu penjualan yang memiliki harga jual lebih rendah dari harga pasar, dikarenakan perusahaan memiliki kapasitas yang tidak terpakai (*idle capacity*) selama pesanan khusus ini menambah laba operasi maka pesanan bisa diterima dan juga sebaliknya.

Berdasarkan pendapat yang dideskripsikan oleh para ahli maka untuk lebih jelasnya berikut contoh kasus pesanan khusus menurut Siregar, dkk (2019) sebagai contoh, sebuah perusahaan es krim pada saat ini beroperasi pada tingkat 80 persen dari kapasitas produksinya. Perusahaan tersebut memiliki kapasitas 20 juta unit galon. Biaya total yang berkaitan dengan pembuatan dan penjualan 16 juta unit adalah sebagai berikut.

Keterangan	Total	Biaya Per Unit
Biaya Variabel:		
Susu	Rp11.200.000.000	Rp700
Gula	1.600.000.000	100
Penyedap	2.400.000.000	150
Tenaga Kerja langsung	4.000.000.000	250
Pengepakan	3.200.000.000	200
Komisis	320.000.000	20
Distribusi	480.000.000	30
Lain-lain	800.000.000	50
Biaya Variabel Total	Rp24.000.000.000	Rp1.500
Biaya Tetap		
Gaji	Rp960.000.000	Rp60
Depresiasi	320.000.000	20
Utilitas	80.000.000	5
Pajak	32.000.000	2
Lain-lain	160.000.000	10
Biaya Tetap Total	<u>Rp1.552.000.000</u>	<u>Rp97</u>
Biaya Total	<u>Rp25.552.000.000</u>	<u>Rp1.597</u>
Harga Jual Borongan	Rp32.000.000.000	Rp2.000

Sebuah perusahaan katering dari wilayah lain yang biasanya tidak dilayani oleh perusahaan menawarkan untuk membeli es krim sebanyak 2 juta unit dengan harga Rp1.550 per unit. Distributor tersebut akan menggunakan label mereknya sendiri. Distributor juga setuju untuk membayar biaya transportasi. Dikarenakan distributor menghubungi langsung kepada perusahaan, maka tidak ada komisi penjualan. Apabila pesanan tersebut diterima, maka tambahan pendapatan sebesar Rp 1.550 per unit akan dapat direalisasikan. Namun, seluruh biaya variabel kecuali untuk distribusi dan komisi juga akan terjadi, sehingga menimbulkan biaya tambahan sebesar Rp1.450 per unit. Oleh karena itu, manfaat bersihnya adalah sebesar Rp100 (Rp1.550 – Rp1.450) per unit. Analisis biaya relevan dapat diikhtisarkan sebagai berikut.

Keterangan	Menerima	Menolak	Manfaat Diferensial Bila Menerima
Pendapatan	Rp 3.100.000.000	0	Rp3.100.000.000
Susu	(1.400.000.000)	0	(1.400.000.000)
Gula	(200.000.000)	0	(200.000.000)
Penyedap	(300.000.000)	0	(300.000.000)
Tenaga Kerja langsung	(500.000.000)	0	(500.000.000)
Pengemasan	(400.000.000)	0	(400.000.000)
Lain-lain	(100.000.000)	0	(100.000.000)
Total	Rp200.000.000	0	Rp 200.000.000

Berdasarkan perhitungan diatas, apabila perusahaan menerima pesanan khusus maka akan menaikkan laba sebesar Rp200.000.000 (Rp100 x 2.000.000 unit).

2.8 Harga Pokok Produksi

2.8.1 Pengertian Harga Pokok Produksi

Menurut Mulyadi (2018) harga pokok produksi yaitu seluruh biaya yang timbul untuk mengolah bahan baku menjadi barang jadi yang siap untuk dijual, sedangkan menurut (Datu, 2019) harga pokok produksi adalah jumlah biaya produksi yang melekat pada persediaan barang jadi sebelum barang tersebut laku dijual. Pengertian harga pokok produksi ini adalah Biaya-biaya yang dikorbankan untuk memproses bahan-bahan (termasuk bahan bakunya) atau barang setengah jadi, sampai menjadi akhir untuk siap dijual.

Berdasarkan definisi yang diungkapkan oleh para ahli maka dapat disimpulkan bahwa harga pokok produksi adalah seluruh biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi dari bahan baku hingga menjadi barang yang siap dijual.

2.8.2 Metode Pengumpulan Harga Pokok Produksi

Menurut Mulyadi (2018), pengumpulan biaya produksi ditentukan berdasarkan seperti apa metode atau teknik produksi perusahaan tersebut. Metode yang digunakan perusahaan dalam memproduksi produk dibagi menjadi:

1. Produksi atas dasar pesanan (*Job Order Cost Method*)
Perusahaan memproduksi suatu produk berdasarkan pesanan dari pihak lain. Perusahaan mengumpulkan biaya dengan menggunakan job order cost method, yaitu biaya-biaya produksi dihimpun untuk pesanan tertentu dan biaya produksi setiap satu produk yang dihasilkan diukur dengan menghitung total biaya produksi dari pesanan tersebut dibagi dengan jumlah satuan produk pada pesanan tersebut.
2. Produksi massa (*Process Costing*)Perusahaan memproduksi suatu produk guna untuk mengisi persediaan yang ada di dalam gudang.

Perusahaan mengumpulkan biaya dengan menggunakan process cost method, yaitu biaya-biaya produksi dikumpulkan untuk periode tertentu dan biaya produksi per satuan produk yang dihasilkan dalam periode tersebut dengan jumlah satuan produk yang dihasilkan dalam periode yang bersangkutan.

2.9 Biaya Per Unit Produk

Perusahaan dalam kegiatan produksi baik itu barang atau sebagainya sudah pasti tidak lepas dari biaya- biaya yang harus dikeluarkan karena tanpa biaya-biaya tersebut aktivitas akan terhenti, biaya ini digunakan untuk pembelian bahan baku, bahan penolong dan seluruh biaya terkait produksi produk yang dihasilkan perusahaan.

Biaya Per unit (*unit cost*) menurut (Purwanti, Utari, & Prawironegoro, 2016) adalah biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan tiap satu unit produk. Biaya yang dihitung berasal dari pembebanan biaya ke objek biaya seperti produk, konsumen, pemasok, dan bahan mentah. Biaya per unit produk dihitung dengan cara berikut ini.

$$\text{Biaya per unit} = \frac{\text{Biaya bahan baku total} + \text{biaya tenaga kerja langsung total} + \text{Biaya overhead total}}{\text{Unit diproduksi total}}$$

Sebuah perusahaan kecap Cap Mangga menghasilkan 15.000 botol kecap menggunakan biaya bahan baku sebesar Rp100.000.000, upah tenaga kerja langsung sebesar Rp 150.00.0000, dan biaya *overhead* sebesar Rp 50.000.000. Biaya per unit produk dihitung sebagai berikut.

$$\text{Biaya per unit} = \frac{\text{Rp}.100.000.000 + \text{Rp}150.000.000 + \text{Rp}50.000.000}{15.000 \text{ botol}}$$

$$\text{Biaya per unit} = \text{Rp}20.000/\text{botol}$$

Biaya produksi setiap botol kecap tersebut adalah Rp20.000 dengan mengetahui angka biaya produksi per unit tersebut, banyak kebijakan yang dapat dibuat.

2.10. Alokasi Biaya Bersama

Alokasi biaya menurut (Purwanti, Utari, & Prawironegoro, 2016) ialah pembebanan biaya tidak langsung kepada objek biaya (Produk, departemen, proyek dan seterusnya). Biaya tidak itu antara lain adalah biaya overhead pabrik, biaya pemasaran, biaya administrasi, biaya bunga. Alokasi biaya mempunyai kegunaan antara lain :

1. Menetapkan harga jual. Setelah biaya tidak langsung produksi dialokasikan ke biaya produksi, diketahui harga pokok produksi perunit, selanjutnya dapat dijadikan alat untuk membuat kebijakan penetapan harga jual.
2. Mengukur laba dan menilai aktiva, dengan ditentukan beberapa unit diproduksi dan dijual, maka dapat dihitung nilai persediaan.

Pada industri yang produknya merupakan produk bersama (*join product*) terdapat beberapa komponen yang dikonsumsi secara bersama oleh beberapa produk sekaligus, dalam situasi tersebut, konsumsi biaya untuk setiap produk tidak dapat diketahui dengan pasti, oleh karena itu untuk menentukan biayanya memerlukan alokasi biaya terlebih dahulu, misalnya untuk biaya kelistrikan pabrik (Siregar, dkk 2019). Biaya produk bersama (*joint product cost*) menurut Mulyadi (2018) adalah biaya dikeluarkan sejak saat mula-mula bahan baku diolah sampai dengan saat berbagai macam produk dapat dipisahkan identitasnya. Biaya bersama yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya *overhead* pabrik terjadi sejak input dimasukkan dalam proses produksi sampai titik pemisahan.

Alokasi biaya *overhead* departemen pembantu ke departemen produksi harus akurat dan wajar agar dapat menghasilkan harga pokok produksi yang akurat pula. Tarif alokasi biaya dapat digolongkan dua yaitu tarif tunggal dan tarif ganda. Misalnya biaya departemen pembantu *energy* listrik memiliki biaya tetap pertahun Rp1.200 dan biaya variabel per killowatt Rp2. Estimasi penggunaan masing-masing departemen adalah A = 100 kwh, B = 200 kwh, dan C = 300 kwh; total kwh = 600 kwh. Alokasi biaya energi listrik (Purwanti, Utari, & Prawironegoro, 2016) :

Tabel 2.1 Tarif Tunggal BOP

Departemen	Jumlah Kwh	Tarif/Kwh (Rp)	Alokasi (Rp)
A	110	4	440
B	220	4	880
C	330	4	1.320
Jumlah	660		2.640

Tabel 2.2 Tarif Ganda Bop

Departemen	Jumlah Kwh	Tarif/Kwh (Rp)	Alokasi (Rp)
A	100	2	200
B	200	2	400
C	300	2	600
Jumlah	600		1.200

Tabel 2.3 Alokasi BOP Energi Listrik ke Departemen Produksi

Departemen	Biaya Tetap (Rp)	Biaya Variabel (Rp)	Alokasi (Rp)
A	200	440	640
B	400	880	1.280
C	600	1.320	1.920
Jumlah	1.200	2.640	3.840