

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Pengertian Akuntansi Manajemen**

Dalam dunia usaha, baik usaha kecil, menengah sampai pada perusahaan besar membutuhkan informasi akuntansi sebagai dasar untuk pengambilan keputusan yang berguna bagi pihak manajemen. Seorang manajer membutuhkan informasi akuntansi manajemen, karena informasi manajemen cakupannya lebih luas tidak hanya pada masalah keuangan, tetapi juga terhadap masalah nonkeuangan. Pengambilan keputusan selalu menyangkut di masa yang akan datang yang mengandung ketidakpastian dan selalu menyangkut pemilihan dalam suatu alternatif yang ada.

Menurut Setiawan (2020:1) bahwa “akuntansi manajemen adalah suatu proses mengukur, menganalisa dan menyampaikan informasi keuangan dan non keuangan yang akan membantu manajemen untuk membuat keputusan guna mencapai tujuan suatu organisasi”.

Menurut Aripin & Rizki (2021:3) "akuntansi manajemen ialah sistem akuntansi yang mempunyai tujuan untuk menampilkan laporan keuangan untuk kepentingan pihak internal organisasi atau perusahaan, seperti manajer produksi, manajer pemasaran, manajer keuangan dan pihak internal lainnya".

Berdasarkan beberapa pengertian-pengertian tersebut, maka akuntansi manajemen dapat diartikan sebagai suatu proses kegiatan mengukur, menganalisa dan menyampaikan informasi untuk menghasilkan suatu informasi manajemen yang dapat digunakan oleh pihak-pihak internal dalam proses perencanaan, pengendalian, pengambilan keputusan, dan penilaian kinerja bagi suatu perusahaan atau organisasi.

#### **2.2 Tujuan Akuntansi Manajemen**

Menurut Aripin & Rizqi (2021:4) terdapat tiga tujuan dari akuntansi manajemen, yaitu diantaranya:

1. Menghasilkan informasi keuangan Informasi keuangan diperlukan oleh

manajemen sebagai bahan pertimbangan pengambilan keputusan manajemen serta melihat atau menilai hasil-hasil yang sudah didapatkan suatu perusahaan.

2. Mengidentifikasi, mengukur dan melaporkan informasi keuangan dalam melakukan penilaian dan pengambilan keputusan yang jelas dan tegas bagi manajemen dalam sebuah organisasi perusahaan. Misalnya: Kalkulasi biaya produk, Kalkulasi biaya suatu kegiatan, Kalkulasi biaya suatu department.
3. Menyajikan laporan-laporan sebagai suatu kegiatan untuk kepentingan pihak internal dalam rangka untuk melaksanakan proses manajemen yang meliputi suatu perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian.

Berdasarkan beberapa tujuan akuntansi manajemen tersebut dapat diartikan bahwa tujuan akuntansi manajemen yaitu menghasilkan informasi keuangan, mengidentifikasi dan melaporkan informasi keuangan dan menyajikan laporan keuangan yang berguna bagi pihak manajemen dalam pengambilan keputusan dengan tepat.

## **2.3 Pengertian dan Klasifikasi Biaya**

### **2.3.1 Pengertian Biaya**

Biaya merupakan salah satu faktor yang menentukan besarnya laba perusahaan disamping komponen-komponen lainnya, karena dalam menjalankan kegiatan operasional perusahaan pastinya tidak lepas dengan yang namanya biaya. Biaya-biaya yang dikeluarkan dapat membantu perusahaan dalam mengembangkan perusahaan.

Menurut Mulyadi, (2018:8) :pengertian biaya dalam arti luas adalah:

pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu, ada empat unsur pokok dalam definisi biaya tersebut yaitu biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi, diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi, pengorbanan tersebut untuk tujuan tertentu, sedangkan pengertian biaya dalam arti sempit diartikan sebagai pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh aktiva.

Menurut Aripin & Rizqi (2021:21) menyatakan bahwa:

Biaya (*cost*) adalah sumber daya ekonomi yang harus dikeluarkan untuk keberlangsungan jalannya bisnis, selain untuk jalannya bisnis biaya juga dikeluarkan demi mendapatkan keuntungan dan manfaat yang bernilai ekonomis pada masa mendatang.

Menurut Purba & Novdin (2021:1) “biaya (*cost*) adalah pengorbanan ekonomis yang dapat diukur dengan satuan uang untuk memperoleh barang maupun jasa dan diharapkan bermanfaat di masa kini dan di masa yang akan datang”.

Dari pengertian biaya menurut para ahli tersebut, dapat diartikan bahwa biaya merupakan sumber atau pengorbanan ekonomi yang dapat diukur dengan satuan mata uang yang dikeluarkan suatu perusahaan atau suatu badan usaha dalam mencapai tujuan tertentu untuk memperoleh barang atau jasa yang dapat memberikan keuntungan dan manfaat di masa kini dan yang akan datang.

### 2.3.2 Klasifikasi Biaya

Pengklasifikasian biaya adalah proses pengelompokan atas elemen-elemen yang termasuk kedalam biaya secara sistematis kedalam kelompok-kelompok tertentu yang lebih ringkas sehingga dapat mempermudah pihak manajemen dalam mengambil keputusan dan menganalisis data-data produksi yang tepat terhadap perusahaan.

Penggolongan biaya menurut Husain (2022:10) dapat di golongan sebagai berikut:

#### 1. Biaya berdasarkan fungsi organisasi

##### a. Biaya produksi

Biaya produksi merupakan biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi barang setengah jadi maupun barang jadi yang siap untuk dijual. Biaya produksi terdiri dari tiga unsur biaya yaitu biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik.

- 1) Biaya bahan baku langsung (*Direct material*) merupakan biaya yang membentuk sebagian besar bahan baku untuk menjadi produk setengah jadi atau barang jadi. Contoh produksi mebel bahan bakunya adalah kayu, produksi baju bahan bakunya kain.
- 2) Tenaga kerja langsung (*Direct labor*) merupakan upah yang dibayar oleh perusahaan kepada tenaga kerja yang berkaitan langsung dengan aktivitas produksi. Contoh tenaga kerja langsung untuk produksi mebel adalah tukang kayu, tukang amplas, tukang cat, tukang gergaji dan tenaga kerja langsung lainnya yang bekerja memproses kayu menjadi mebel.
- 3) Biaya *overhead* pabrik (*Factory overhead*) merupakan biaya yang tidak termasuk biaya bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung atau biaya pabrik tidak langsung. Misalnya, bahan penolong, upah tak

langsung (pengawas, satpam pabrik dll), beban reparasi, pemeliharaan mesin dan gedung pabrik, beban penyusutan mesin dan gedung pabrik, dan sebagainya.

b. Biaya Non produksi

Biaya non produksi adalah biaya yang tidak berhubungan dengan proses produksi. Biaya non produksi meliputi:

- 1) Biaya administrasi dan umum (*administration and general cost*), yaitu biaya-biaya yang terjadi dan berhubungan dengan fungsi administrasi dan umum untuk kegiatan perusahaan secara keseluruhan, contoh biaya gaji bagian akuntansi, prosonalia, biaya listrik, biaya transportasi dll.
- 2) Biaya pemasaran (*marketing cost*) yaitu biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan perusahaan produk. Contohnya biaya iklan, biaya promosi, biaya gaji bagian pemasaran (SPG) dan lain-lain.

2. Biaya berdasarkan dengan waktu pembebanannya

- a. Pengeluaran modal (*capital expenditures*), yaitu pengeluaran yang akan memberikan manfaat/*benefit* pada periode akuntansi atau pengeluaran yang akan dapat memberikan manfaat pada periode akuntansi yang akan datang. Misalnya, biaya perbaikan mesin.
- b. Pengeluaran pendapatan (*revenue expenditures*), yaitu pengeluaran yang akan memberikan manfaat hanya pada periode akuntansi dimana pengeluaran itu terjadi. Misalnya, biaya air, biaya telepon dan lain-lain.

3. Biaya berdasarkan departemen

- a. Departemen produksi (*producing department*) merupakan kegiatan suatu departemen dimana biaya yang telah dikeluarkan untuk menghasilkan suatu produk dibebankan langsung kepada hasil produksi dan tidak dialokasikan lebih lanjut kepada departemen yang lain. Misalnya biaya pada departemen komponen, departemen perakitan, departemen penyelesaian dan departemen pengendalian mutu pada perusahaan otomotif.
- b. Departemen jasa (*service department*) merupakan suatu unit bagian yang tidak langsung terlibat dalam kegiatan proses produksi, sehingga biaya yang telah dikeluarkan oleh departemen tersebut dialokasikan lebih lanjut kepada departemen yang telah memberikan jasanya. Misalnya biaya yang terjadi pada departemen gudang (biaya penyimpanan, biaya gaji perawatan gedung, biaya gaji penjaga gedung).

4. Biaya menurut hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai

- a. Biaya langsung (*Direct Cost*) merupakan biaya yang terjadi dimana penyebab satu satunya adalah karena ada sesuatu yang harus dibiayai. Dalam kaitannya dengan produk, biaya langsung terdiri dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.
- b. Biaya tidak langsung (*Indirect Cost*) merupakan biaya yang terjadi tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai, dalam hubungannya dengan produk, biaya tidak langsung dikenal dengan biaya *overhead* pabrik. Contohnya: biaya bahan penolong, biaya gaji mandor.

5. Biaya berdasarkan perubahan volume kegiatan
  - a. Biaya tetap (*fixed cost*) biaya yang jumlahnya tetap atau konstan yang tidak dipengaruhi oleh perubahan volume kegiatan atau aktivitas sampai tingkat kegiatan tertentu, contoh: gaji bagian administrasi, gaji direktur.
  - b. Biaya variable (*variable cost*) adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan tingkat perubahan volume kegiatan atau aktivitas, contoh: biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung.
  - c. Biaya semivariabel adalah biaya yang di dalamnya mengandung unsur biaya tetap dan biaya variable, contoh: biaya telepon, biaya air, biaya listrik.
6. Biaya berdasarkan kemampuan manajer untuk mengendalikan
  - a. Biaya terkendali (*controllable cost*), yaitu biaya yang secara langsung dapat dipengaruhi oleh seorang pimpinan/jabatan pemimpin tertentu dalam jangka waktu tertentu.
  - b. Biaya tak terkendali (*uncontrollable cost*), yaitu biaya yang tidak dapat dipengaruhi oleh keputusan seorang pemimpin /jabatan tertentu berdasarkan wewenang yang diia miliki atau tidak dapat dipengaruhi oleh seorang pejabat dalam waktu tertentu.

#### 2.4 Metode Harga Pokok Pesanan

Metode harga pokok pesanan adalah suatu metode pengumpulan biaya produksi untuk menentukan harga pokok produksi pada perusahaan atas dasar pesanan. Karakteristik metode harga pokok pesanan menurut Ramdhani, dkk. (2020: 5-6) yaitu:

1. Perusahaan memproduksi berbagai macam produk sesuai spesifikasi pemesanan dan setiap jenis produk perlu dihitung harga pokok produksinya.
2. Biaya produksi harus digolongkan berdasarkan hubungannya dengan produk menjadi biaya produksi langsung dan biaya produksi tidak langsung.
3. Biaya produksi langsung terdiri dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung, sedangkan produksi tidak langsung disebut dengan istilah biaya *overhead* pabrik.
4. Biaya produksi langsung diperhitungkan dalam harga pokok produksi pesanan tertentu berdasarkan biaya yang sesungguhnya terjadi, sedangkan biaya *overhead* pabrik diperhitungkan kedalam harga pokok pesanan berdasarkan tarif yang ditentukan dimuka.
5. Harga pokok produksi per unit dihitung pada saat pesanan selesai diproduksi dengan cara membagi jumlah biaya produksi yang dikeluarkan untuk pesanan tersebut dengan jumlah unit produksi yang dihasilkan dalam pesanan yang bersangkutan.

Karakteristik usaha perusahaan yang produksinya berdasarkan pesanan yaitu:

1. Proses pengelolaan produk terjadi secara terputus-putus. Jika pesanan yang satu selesai dikerjakan proses produksi dihentikan dan dimulai dengan pesanan berikutnya.
2. Produk yang dihasilkan sesuai dengan permintaan konsumen, sehingga pesanan yang satu dengan pesanan yang lain berbeda-beda.
3. Produksi ditujukan untuk memenuhi pesanan bukan untuk memenuhi persediaan di dalam gudang.

## 2.5 Biaya dalam Pengambilan Keputusan

Dalam membuat keputusan, manajemen memerlukan informasi yang berkaitan dengan keputusan tersebut. Salah satunya adalah informasi mengenai biaya-biaya yang mempengaruhi keputusan yang diambil. Informasi mengenai biaya sangat penting agar manajemen tidak salah mengambil keputusan dalam menjalankan aktivitasnya.

Menurut Husain (2022:12) biaya berdasarkan pengambilan keputusan terdiri dari:

1. Biaya Relevan (*relevant cost*) merupakan biaya yang relevan atau berpengaruh terhadap pengambilan keputusan, oleh karena itu biaya tersebut harus diperhitungkan di dalam pengambilan keputusan, yang meliputi biaya relevan adalah:
  - a. *Imputed cost* merupakan biaya semu yang sering kali harus dipertimbangkan untuk perbandingan dan analisa biaya, contoh: gaji pemilik.
  - b. *Incremental cost* merupakan biaya tambahan yang tidak akan dikeluarkan apabila terdapat pemilihan alternatif yang tidak dipilih atau sebaliknya akan mengeluarkan biaya tambahan akibat pemilihan alternatif, contoh penjual bakso atau sate jika menerima pesanan maka akan mengeluarkan tambahan biaya untuk memproduksi pesanan tersebut.
  - c. *Differensial cost* merupakan biaya peluang dengan penghasilan yang dikorbankan sebagai akibat mengambil keputusan tertentu atau perolehan pendapatan yang tidak terjadi karena pemilihan alternative, contoh: mempunyai mobil, apakah mobil tersebut akan digunakan sendiri atau disewakan.
2. Biaya tidak relevan (*irrelevant cost*), merupakan biaya yang kurang relevan atau tidak perlu dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan, oleh karena itu biaya ini tidak perlu diperhitungkan atau dipertimbangkan dalam proses pengambilan keputusan.

- a. Biaya terbenam (*sunk cost*) merupakan biaya yang telah terjadi dan tidak dapat dihindari dari apapun keputusan yang diibuat oleh manajer. *Sunk cost* akan selalu sama, tidak memiliki pengaruh terhadap berbagai alternatif yang dipertimbangkan, contoh: biaya PBB, biaya riset.
- b. Biaya tunai (*Out of pocket cost*) merupakan biaya yang membutuhkan pengeluaran kas di masa mendatang akibat keputusan sekarang atau keputusan yang akan datang

## 2.6 Biaya Relevan

### 2.6.1 Pengertian Biaya Relevan

Biaya relevan merupakan biaya yang akan digunakan dalam menentukan keputusan yang diambil manajemen organisasi atau perusahaan untuk masa yang akan mendatang. Menurut Purba & Novdin (2021:97), “biaya relevan (*relevant cost*) adalah biaya masa yang akan datang/ masa depan yang berada pada setiap alternatif tindakan.”

Dalam menghitung biaya relevan ada langkah-langkah yang harus diperhatikan. Menurut Kurdhi, dkk. (2023:325), untuk melakukan perhitungan biaya relevan, maka dapat melakukan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Identifikasi tujuan pengambilan keputusan dan pilihan yang tersedia.
2. Identifikasi biaya yang terkait dengan setiap pilihan.
3. Tentukan apakah biaya tersebut relevan atau tidak relevan dalam pengambilan keputusan.
4. Jika biaya relevan, tentukan besarnya biaya yang terkait dengan setiap pilihan.
5. Bandingkan biaya yang terkait dengan setiap pilihan dan pilih opsi yang paling menguntungkan.

Menurut Hasibuan & Rahmad (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 nilai berbeda untuk setiap alternatif.
- d. Biaya tersebut benar-benar memberi pengaruh didalam keputusan.

### 2.6.2 Manfaat dari Penerapan Biaya Relevan

Menurut Rudianto (2017:30), menyebutkan bahwa “Penggunaan biaya relevan dalam penyelesaian berbagai persoalan yang dihadapi perusahaan akan sangat bermanfaat bagi pengambilan keputusan perusahaan”. Karena tanpa menggunakan metode biaya relevan ini, ada kemungkinan beberapa persoalan yang

dihadapi perusahaan dapat berakibat dalam pemilihan jalan keluar dan keputusan yang salah oleh pihak manajemen perusahaan. Memang tidak semua persoalan biaya diperusahaan dapat diselesaikan dengan menggunakan analisis biaya relevan ini, tetapi ada beberapa persoalan yang dapat diselesaikan dengan metode ini menurut Rudianto (2017:30), antara lain:

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

## **2.7 Pesanan Khusus**

Pesanan khusus merupakan alternatif pesanan pembelian yang tidak teratur di luar kegiatan produksi normal perusahaan. Menurut Ulum & Diana (2020:38) menyebutkan bahwa “Pesanan khusus merupakan pesanan yang diterima oleh perusahaan di luar pesanan reguler perusahaan”. Secara umum pesanan khusus tidak akan mempengaruhi penjualan biasa atau penjualan berdasarkan pesanan lainnya. Pesanan khusus akan menguntungkan sejauh peningkatan pendapatan masih lebih besar dibanding peningkatan biaya yang harus dikeluarkan akibat pesanan khusus yang diterima tersebut. Menurut Ulum & Diana (2020:38) Pesanan yang dianggap sebagai pesanan khusus harus memenuhi beberapa syarat sebagai berikut:

- a. Harga jual per unit pesanan khusus di bawah harga jual normal.
- b. 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.
- c. 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 tersebut, maka dapat diartikan bahwa pesanan khusus adalah pesanan diluar dari produksi yang biasa perusahaan produksi dan akan menguntungkan sejauh peningkatan pendapatan masih lebih besar dibanding peningkatan biaya yang harus dikeluarkan akibat pesanan khusus tersebut.



## 2.8 Pengambilan Keputusan Taktis

Keputusan Taktis merupakan Suatu tindakan berskala kecil yang bermanfaat untuk tujuan jangka panjang. Menurut Mulyati, dkk. (2022:163) “Pengambilan keputusan taktis adalah sebuah tindakan dengan skala kecil yang mempunyai manfaat jangka panjang.” Misalnya menerima pesanan khusus dengan harga yang lebih rendah dari harga jual normal untuk memanfaatkan kapasitas menganggur dan meningkatkan laba.

Berdasarkan definisi tersebut, dapat diartikan bahwa pengambilan keputusan taktis adalah tindakan dalam mengambil keputusan dalam waktu singkat dan terbatas untuk kepentingan jangka panjang.

Berikut dijelaskan langkah-langkah dalam pengambilan keputusan taktis menurut Triani dkk. (2022:110) adalah sebagai berikut:

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 manfaat mana yang relevan/ 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.

Dari langkah-langkah pengambilan keputusan taktis di atas dapat menjadi acuan dalam membantu manajemen memecahkan masalah yang terjadi pada perusahaan sehingga manajemen dapat mengambil keputusan yang tepat. Namun, langkah-langkah tersebut tidak menjadi acuan yang tetap karena setiap perusahaan mempunyai permasalahan yang berbeda-beda sehingga membutuhkan solusi yang berbeda pula.

## 2.9 Aplikasi Biaya Relevan Dalam Pengambilan Keputusan

Adapun aplikasi biaya relevan dalam pengambilan keputusan menurut Kamaruddin (2020:121) 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, kadangkala 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.

## 2.10 Langkah-Langkah Pengambilan Keputusan Menerima atau Menolak Pesanan Khusus dengan Analisis Biaya Relevan

Dalam menerima atau menolak pesanan khusus manajemen harus berfokus pada pertanyaan apakah jika pesanan khusus tersebut diterima perusahaan akan tetap menerima keuntungan atau sebaliknya, mengingat harga yang ditawarkan dari pesanan khusus berada di bawah harga jual normal. Untuk itu diperlukan analisis biaya relevan terkait dengan penentuan keputusan dalam menerima atau menolak pesanan khusus ini. Pertimbangan untuk mengambil pesanan khusus adalah jika biaya yang terlibat menghasilkan pendapatan dalam jangka waktu yang panjang. Sebelum menerima pesanan khusus, perusahaan harus mempertimbangkan beberapa hal sebagai berikut:

- a. Memiliki kapasitas yang diperlukan untuk menyelesaikan pesanan.
- b. Sudah menutupi biaya produksi.
- c. Telah menganalisis semua biaya tetap.
- d. Menghitung harga biaya produk di bawah biaya produksi, perusahaan dapat dengan aman memutuskan untuk mengambil pesanan khusus.

Keputusan pesanan khusus (*special-order decisions*) berfokus pada pertanyaan apakah pesanan harga khusus harus diterima atau ditolak. Pesanan - pesanan seperti ini sering menarik, khususnya ketika perusahaan sedang beroperasi dibawah kapasitas produktif maksimumnya.

Menurut Siregar, dkk. (2017:370) misalkan sebuah perusahaan es krim sedang beroperasi pada 80 % dari kapasitas produktifnya. Perusahaan tersebut memiliki kapasitas 20 juta unit galon. Biaya total yang berkaitan dengan pembuatan dan penjualan 16 juta unit adalah sebagai berikut.

**Tabel 2.1**  
**Daftar Biaya-Biaya Untuk Memproduksi Es Krim Premium**

| Keterangan            | Total            | Biaya per Unit |
|-----------------------|------------------|----------------|
| <b>Biaya Variabel</b> |                  |                |
| Bahan – bahan 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            |
| Pengemasan            | 3.200.000.000    | 200            |

|                          |                         |                |
|--------------------------|-------------------------|----------------|
| Komisi                   | 320.000.000             | 20             |
| Distribusi               | 480.000.000             | 30             |
| Lain – lain              | 800.000.000             | 50             |
| Total Biaya Variabel     | Rp24.000.000.000        | Rp1.550        |
| <b>Biaya Tetap:</b>      |                         |                |
| Gaji                     | Rp960.000.000           | Rp60           |
| Penyusutan               | 320.000.000             | 20             |
| Utilitas                 | 80.000.000              | 5              |
| Pajak                    | 32.000.000              | 2              |
| Lain - lain              | 160.000.000             | 10             |
| <b>Total Biaya Tetap</b> | <b>Rp1.552.000.000</b>  | <b>Rp97</b>    |
| <b>Total Biaya</b>       | <b>Rp25.552.000.000</b> | <b>Rp1.597</b> |
| <b>Harga Jual Grosir</b> | <b>Rp32.000.000.000</b> | <b>Rp2.000</b> |

Sumber: Siregar Baldrice, 2017

Sebuah perusahaan katering dari wilayah lain yang biasanya tidak dilayani oleh perusahaan menawar untuk membeli es 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. Sebagai manajer perusahaan es krim tersebut, apakah anda akan menerima pesanan ini atau menolaknya?

Penawaran harga seharga Rp1.550 ini berada dibawah harga jual normal sebesar Rp2.000. Bahkan harga tersebut berada dibawah biaya per unit total (Rp1.597). Namun demikian, menerima pesanan tersebut mungkin akan menguntungkan bagi perusahaan. Perusahaan memiliki kapasitas menganggur (*idle capacity*), dan pesanan tersebut tidak akan mempengaruhi unit-unit lain yang sedang diproduksi untuk dijual dengan harga normal. Selain itu, beberapa biaya tersebut adalah tidak relevan; biaya tetap akan selalu terjadi tanpa memperhatikan pesanan apakah akan diterima atau ditolak.

Apabila pesanan tersebut diterima, maka tambahan pendapatan sebesar Rp1.550 per unit akan dapat direalisasikan. Namun, seluruh biaya variabel kecuali untuk distribusi (Rp30) dan komisi (Rp20) juga akan terjadi, sehingga menimbulkan biaya tambahan sebesar Rp1.450 per unit. Oleh karna itu, manfaat bersihnya adalah Rp.100 (Rp1.550-Rp1.450) per unit. Analisis biaya relevan dapat diikhtisarkan sebagai berikut.

**Tabel 2.2**  
**Perhitungan Biaya Relevan Untuk Memproduksi Es Krim Premium**

| <b>Keterangan</b>     | <b>Menerima</b>      | <b>Menolak</b> | <b>Perbedaan Keuntungan Jika Menerima</b> |
|-----------------------|----------------------|----------------|---|
| Pendapatan            | Rp3.100.000.000      | -              | Rp3.100.000.000                           |
| Bahan – bahan susu    | (1.400.000.000)      | -              | (1.400.000.000)                           |
| Gula                  | (200.000.000)        | -              | (200.000.000)                             |
| Penyedap              | (300.000.000)        | -              | (300.000.000)                             |
| Tenaga Kerja Langsung | (500.000.000)        | -              | (500.000.000)                             |
| Pengemasan            | (400.000.000)        | -              | (400.000.000)                             |
| Lain –Lain            | (100.000.000)        | -              | (100.000.000)                             |
| <b>Total</b>          | <b>Rp200.000.000</b> | <b>-</b>       | <b>Rp200.000.000</b>                      |

Sumber: Siregar Baldric (2017)

Berdasarkan perhitungan di atas, apabila perusahaan menerima pesanan khusus maka akan menaikkan laba sebesar Rp 200.000.000 (Rp100 x 2.000.000 unit).

Dari 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.

## 2.11 Metode Perhitungan Penyusutan Aktiva Tetap

Di dalam 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 penyusutan yang dapat digunakan untuk menghitung penyusutan aset menurut para ahli yaitu salah satunya menurut Pertiwi, dkk (2020:132-133), mengatakan bahwa untuk mengalokasikan harga perolehan suatu aset tetap ke periode yang menikmati aset tetap tersebut bukan hanya dapat digunakan satu metode saja, tetapi ada beberapa metode yang dapat digunakan untuk menghitung beban penyusutan periodik yaitu:

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

Ini adalah 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 umur ekonomis aset tetap tersebut.

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

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

Ini adalah 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 mengurangi 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.

$$\text{Penyusutan} = \frac{\text{Harga perolehan} - \text{Nilai sisa}}{\text{Taksiran jam pemakaian total}}$$

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

Ini adalah metode perhitungan penyusutan aset tetap, dimana beban penyusutan pada periode akuntansi dihitung berdasarkan berapa banyak produk yang dihasilkan selama periode akuntansi tersebut dengan

menggunakan aset tetap itu.

$$\text{Penyusutan} = \frac{\text{Harga perolehan} - \text{Nilai sisa}}{\text{Taksiran jumlah total produk yang dihasilkan}}$$

4. Metode Beban Menurun (Reducing Charge Method)

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

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.

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

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

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