

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

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

Seorang manajer membutuhkan informasi akuntansi manajemen karena informasi manajemen memiliki cakupan yang lebih luas tidak hanya untuk masalah keuangan tetapi juga untuk masalah non keuangan. Pengambilan keputusan selalu berkaitan dengan masa depan, yang melibatkan ketidakpastian dan selalu melibatkan pilihan alternatif yang ada.

Menurut Zunaidi (2020:4) “Akuntansi manajemen disebut sebagai akuntansi manajerial yakni untuk memberikan informasi data kepada pihak yang memiliki kepentingan baik secara internal maupun eksternal dengan tujuan untuk menambah kinerja perusahaan pada masa mendatang”.

Menurut Siregar (2018:1) “Akuntansi manajemen (*management accounting*) adalah proses mengidentifikasi, mengukur, mengakumulasi, menyiupkan, menganalisis, menginterpretasikan, dan mengkomunikasikan kejadian ekonomi yang digunakan oleh manajemen untuk melakukan perencanaan, pengendalian, pengambilan keputusan, dan penilaian kinerja dalam organisasi.”

Berdasarkan pengertian tersebut, maka akuntansi manajemen dapat diartikan sebagai suatu proses kegiatan dalam menganalisa, mengukur, dan menghasilkan informasi keuangan dengan mengolah data biaya yang dapat digunakan oleh pihak-pihak internal dalam proses pengambilan keputusan dalam suatu organisasi atau perusahaan.

#### **2.2 Pengertian dan Klasifikasi Biaya**

##### **2.2.1 Pengertian Biaya**

Biaya merupakan salah satu faktor yang menentukan besarnya laba perusahaan. Biaya dikeluarkan untuk menghasilkan manfaat-manfaat bagi perusahaan. Dalam usaha menghasilkan manfaat ini, pihak manajemen harus melakukan usaha untuk meminimumkan biaya yang dikeluarkan agar dapat mencapai hasil yang maksimal.

Menurut Mulyadi (2018:8):

Pengertian biaya 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 dilihat dari arti sempitnya, biaya mendefinisikan sebagai beban untuk memperoleh aktiva melalui pengorbanan sumber ekonomi.

Menurut Iryanie dan Handayani (2019:4) “Biaya merupakan manfaat yang dikeluarkan untuk mendapatkan barang dan jasa”.

Berdasarkan pengertian tersebut, dapat diartikan bahwa biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomis yang dilakukan untuk menjamin perolehan manfaat untuk saat ini maupun yang akan datang yang diukur dalam satuan uang. Dilihat dari arti sempitnya biaya mendefinisikan sebagai beban untuk memperoleh aktiva melalui pengorbanan sumber ekonomi.

### **2.2.2 Klasifikasi Biaya**

Klasifikasi biaya dibutuhkan untuk mengembangkan data biaya yang berguna bagi manajemen perusahaan dalam mencapai tujuannya. Dalam akuntansi biaya untuk menyajikan informasi biaya yang akan digunakan untuk berbagai tujuan, dalam menggolongkan biaya harus disesuaikan dengan tujuan dari informasi biaya yang akan disajikan. Oleh karena itu penggolongan biaya tergantung untuk apa biaya tersebut digolongkan dan dibagi menjadi beberapa jenis.

Menurut Sujarweni (2020:10) biaya diklasifikasikan menjadi beberapa jenis yaitu sebagai berikut:

1. Berdasarkan Pengelompokan Biaya
  - a. Biaya pabrikase / pabrik / manufaktur
    - 1) Bahan Baku adalah biaya yang dikeluarkan untuk membeli bahan baku utama yang dipakai untuk memproduksi barang.
    - 2) Tenaga kerja langsung adalah biaya yang dikeluarkan untuk membayar tenaga kerja utama yang langsung berhubungan dengan produk yang diproduksi dari bahan baku mentah menjadi barang jadi.
    - 3) Biaya overhead pabrik biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi barang, selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.

- b. Biaya komesil Biaya komersil terdiri dari 2 yaitu :
  - 1) Biaya Pemasaran, Biaya-biaya yang dikeluarkan untuk keperluan melaksanakan kegiatan pemasaran atau promosi produk
  - 2) Biaya Administrasi, Biaya-biaya yang dikeluarkan untuk mengkoordinasi dan mengendalikan kegiatan produksi dan pemasaran produk.
- 2. Berdasarkan Perilaku Biaya Klasifikasi biaya berdasarkan perilaku biaya dibagi menjadi 4 yaitu:
  - a. Biaya Variabel, biaya yang jumlahnya berubah-ubah, namun perubahannya sebanding dengan perubahan volume produksi/penjualan.
  - b. Biaya Tetap, biaya yang tidak berubah jumlahnya walaupun jumlah yang diproduksi/dijual berubah dalam kapasitas normal.
  - c. Biaya Semi Variabel, biaya yang jumlahnya ada yang berubah-ubah sesuai dengan perubahan kuantitas dan ada tarif tetapnya.
  - d. Biaya Bertingkat, biaya yang dikeluarkan sifatnya tetap harus dikeluarkan dalam suatu rentang produksi.
- 3. Berdasarkan Pengambilan Keputusan Klasifikasi biaya berdasarkan pengambilan keputusan dibagi menjadi 2 yaitu:
  - a. Biaya Relevan, biaya yang harus direncanakan terlebih dahulu karena biaya ini akan mempengaruhi pengambilan keputusan perusahaan masa mendatang.
  - b. Biaya tidak Relevan, biaya yang tidak berbeda diantara alternatif tindakan yang sudah ada. Biaya ini tidak akan mempengaruhi pengambilan keputusan dan akan tetap sama jumlahnya tanpa memperhatikan alternatif yang dipilih.
- 4. Berdasarkan Sesuatu yang Dibiayai.
  - a. Biaya langsung (*direct cost*) adalah biaya yang manfaatnya langsung dapat diidentifikasi pada produk yang dibuat. Biaya produksi langsung terdiri atas biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.
  - b. Biaya tidak langsung (*indirect cost*) adalah biaya yang manfaatnya tidak dapat diidentifikasi kepada produk yang dibuat. Biaya produksi tidak langsung adalah biaya overhead pabrik.
- 5. Biaya kesempatan Manfaat yang akan diperoleh jika salah satu alternatif dipilih dr beberapa alternatif yang ada. Atau dengan kata lain pendapatan yang tidak jadi diperoleh karena telah memilih salah satu alternatif dari beberapa alternatif yang tersedia.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa pengklasifikasian biaya dapat digunakan untuk mempermudah manajemen dalam melakukan pengendalian terhadap biaya-biaya yang akan dikeluarkan untuk suatu proses produksi. Pengklasifikasian biaya ini juga memberikan informasi biaya yang berguna untuk menentukan baik harga pokok produksi maupun harga pokok penjualan suatu produk.

### 2.3 Pesanan Khusus

Salah satu cara penjualan perusahaan percetakan adalah penjualan berdasarkan pesanan. Semakin banyak pesanan yang diterima perusahaan, maka semakin banyak pendapatan yang diperoleh perusahaan. Penjualan berdasarkan pesanan dapat menjadi salah satu pilihan untuk meningkatkan laba disaat perusahaan berproduksi dibawah kapasitas produksi biasa. Akibat penjualan berdasarkan pesanan, perusahaan terkadang mendapatkan tawaran pesanan khusus.

Menurut Primaningsih (2020:159) “Pesanan khusus adalah pesanan yang diterima oleh perusahaan diluar pesanan regular pesanan. Seringkali konsumen yang melakukan pesanan meminta harga dibawah harga normal bahkan harga yang mereka minta dibawah dari harga biaya penuh, dikarenakan biasanya pesanan khusus mencakup jumlah yang cukup banyak.”

Menurut Salman dan Farid (2017: 185) “Pesanan khusus adalah pesanan satu kali yang tidak dianggap sebagai bagian dari bisnis yang berkelanjutan dan normal bagi perusahaan”.

Berdasarkan pengertian tersebut dapat diartikan bahwa pesanan khusus adalah pesanan diluar penjualan normal perusahaan yang menggunakan harga dibawah harga jual normal dan akan menguntungkan sejauh peningkatan pendapatan lebih besar dibanding peningkatan biaya yang harus dikeluarkan akibat pesanan khusus tersebut.

### 2.4 Metode Harga Pokok Pesanan (*Job Order Cost System*)

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 Iryanie dan Handayani (2019:10) “metode harga pokok pesanan adalah suatu metode pengumpulan biaya produksi untuk menentukan harga pokok

produk pada perusahaan yang menghasilkan produk atas dasar pesanan”.

Menurut Mulyadi (2018:17) “Harga pokok produksi pesanan adalah biaya-biaya produksi dikumpulkan untuk pesanan tertentu dan harga pokok produksi 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.”

Berdasarkan pengertian diatas maka dapat diartikan bahwa pengumpulan harga pokok produksi berdasarkan pesanan adalah sistem akumulasi biaya untuk menentukan harga pokok produk atas dasar pesanan tertentu serta harga pokok per satuan produk tersebut dihitung berdasarkan jumlah biaya produksi pesanan dibagi dengan jumlah produk (kuantitaas) yang bersangkutan, sehingga menghasilkan suatu produk dan jasa yang bersifat khusus atau spesifik.

## **2.5 Biaya Relevan**

Biaya relevan dan pendapatan relevan terhadap keputusan adalah hal yang harus dipertimbangkan. Membandingkan biaya relevan dan pendapatan perusahaan merupakan inti dari menentukan keputusan yang akan diambil manajemen.

Menurut Krismiaji (2019:206) “Biaya relevan adalah biaya masa yang akan muncul di masa depan yang jumlah atau besarnya akan berbeda tergantung pilihan (alternatif) yang dipilih dan biaya tersebut harus berbeda antara satu pilihan dengan pilihan yang lainnya agar dapat dijadikan pembeda antara alternatif satu dengan alternatif yang lainnya sehingga memiliki akibat mengenai keputusan yang akan diambil.”

Menurut Salman dan Farid (2017:180) “selain biaya variabel, terdapat beberapa biaya lain yang dapat dimasukkan ke dalam biaya relevan”. Berikut dijelaskan satu per satu :

1. Biaya tetap yang dapat didistribusikan secara langsung (atau biaya tetap produk tertentu yang berbeda dengan biaya tetap umum). Biaya ini merupakan biaya overhead yang terkait dengan produk atau divisi tertentu. Selain itu, biaya ini dapat dihindari sebagai akibat keputusan menghentikan produk atau divisi.
2. Biaya Kesempatan (opportunity cost) Biaya kesempatan atau biaya peluang juga memainkan peranan dalam pengambilan keputusan. Biaya kesempatan merupakan alternatif terbaik yang hilang karena memilih dan membuat keputusan di masa depan.
3. Biaya yang dapat dihindari (avoidable cost) Biaya yang dapat dihindari adalah biaya-biaya yang akan dihindari karena perusahaan tidak

melakukan aktivitas atau kegiatan tertentu.

4. Biaya diferensial atau biaya tambahan (incremental cost) Biaya diferensial adalah selisih biaya di antara alternatif keputusan yang berbeda.

Berdasarkan pengertian tersebut dapat diartikan bahwa biaya relevan adalah biaya yang berpengaruh terhadap pengambilan keputusan. Kriteria biaya relevan yaitu biaya yang terjadi di masa yang akan datang dan berbeda antar alternatif dan keputusan.

## **2.6 Biaya Tidak Relevan**

Biaya tidak relevan adalah biaya yang tidak dapat memengaruhi aktivitas pengambilan keputusan, oleh karena itu jenis biaya ini tidak perlu dipertimbangkan.

Menurut Sjahrial, dkk (2017:75) “biaya tidak relevan adalah biaya yang jumlahnya selalu sama atau tidak berubah di antara berbagai alternatif dan tidak punya pengaruh dalam pengambilan keputusan”.

Menurut Salman dan Farid (2017:178) “biaya tidak relevan memiliki komponen biaya yang dapat bisa menambah biaya tersebut menjadi tidak relevan”. Untuk penjelasannya yaitu sebagai berikut:

1. Biaya overhead tidak langsung  
Biaya overhead atau biaya tetap adalah biaya yang tidak dapat dengan mudah diidentifikasi.
2. Biaya tertanam atau biaya historis (sunk or historical cost)  
Biaya tertanam adalah biaya yang jika telah dikeluarkan tidak dapat dipulihkan pada masa yang akan datang.
3. Biaya yang tidak dapat dihindari (committed cost)  
Biaya yang tidak dapat dihindari adalah biaya yang akan dikeluarkan di masa mendatang dan tidak tergantung pada keputusan yang akan diambil.
4. Biaya bersama (common cost)  
Biaya bersama adalah biaya yang identik untuk semua alternatif keputusan yang diambil sehingga tidak relevan dengan pengambilan keputusan.

Berdasarkan pengertian tersebut dapat diartikan bahwa biaya tidak relevan adalah biaya yang tidak berubah dan selalu sama. Biaya dikatakan tidak relevan apabila tidak memiliki pengaruh terhadap pengambilan keputusan.

## **2.7 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 normal untuk memanfaatkan kapasitas menganggur dan meningkatkan laba.

Menurut Wiwik dan Dhyka (2017:198) “Pengambilan keputusan adalah memilih berbagai alternatif. Dengan demikian dapat disimpulkan, bahwa pengambilan keputusan berarti memilih satu alternatif sebagai bentuk pemecahan masalah melalui pemilihan berbagai alternatif”.

Menurut Salman dan Farid (2017:176) “Pengambilan keputusan taktis ini terdiri dari pemilihan berbagai macam alternatif yang memberikan hasil yang langsung dapat dilihat. Keputusan ini mungkin sebagian dari keseluruhan strategi perusahaan dalam meraih keunggulan biaya”.

Berdasarkan pengertian tersebut dapat diartikan bahwa pengambilan keputusan taktis ini adalah keputusan yang terdiri dari berbagai macam alternatif yang bermanfaat dalam kegiatan perusahaan dan dapat dirasakan dalam jangka waktu yang panjang. Manfaat dari pengambilan keputusan taktis ini berhubungan dengan alternatif dari sisi harga pokok variabel dan turunannya terhadap laporan laba rugi yang disajikan dengan pendekatan harga pokok penuh.

### **2.7.1 Langkah-langkah Pengambilan Keputusan Taktis**

Dalam pengambilan keputusan taktis, manajemen perlu melakukan langkah - langkah yang baik untuk menghasilkan keputusan yang tepat. Sehingga, dengan mengetahui langkah yang harus diambil dalam membuat keputusan taktis agar tugas manajemen akan lebih mudah.

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

1. Kenali dan definisikan masalah. Pada langkah pertama, adalah mengenali dan mendefinisikan masalah yang spesifik.
2. Identifikasi setiap alternatif solusi. Membuat daftar dan mempertimbangkan berbagai alternatif solusi yang tepat.
3. Identifikasi biaya dan manfaat setiap alternatif yang terjadi. Pada tahap ini, berbagai biaya yang tidak relevan adalah biaya di masa yang akan datang

- dapat berubah di setiap alternatif.
4. Hitung total biaya dan manfaat yang relevan dari setiap alternatif. Pada tahap ini harus mempertimbangkan penghematan biaya relevan setelah pemilihan alternatif yang layak.
  5. Nilai faktor-faktor kualitatif. Walaupun biaya dan pendapatan (faktor kualitatif) yang berhubungan dengan alternatif solusi sangat penting, namun faktor kualitatif pun dipertimbangkan. Faktor kualitatif sangat sulit diukur atau dinyatakan dengan uang, namun demikian faktor kualitatif dapat mengancam kelangsungan hidup perusahaan.
  6. Pilih alternatif yang menawarkan manfaat terbesar. Secara keseluruhan keputusan dapat dibuat setelah semua biaya dan manfaat (faktor kuantitatif) yang relevan setiap alternatif solusi dinilai dari faktor-faktor kualitatif juga dipertimbangkan.

Keenam langkah tersebut bertujuan untuk membuat keputusan yang baik, namun tidak menutup kemungkinan bahwa proses pemecahan masalah yang sesungguhnya memerlukan langkah yang lebih panjang ataupun lebih singkat. Sehingga keenam langkah di atas tidak bersifat kaku, dengan kata lain dapat disesuaikan dengan keadaan perusahaan yang sesungguhnya.

## **2.8 Aplikasi Biaya Relevan dalam Pengambilan Keputusan**

Banyak hal yang harus diperhatikan manajemen sebelum membuat keputusan. Salah satunya manajemen harus mempunyai informasi mengenai biaya relevan dengan keputusan yang akan diambil.

Hansen dan Mowen (2016:8) menyatakan bahwa aplikasi biaya relevan dalam pengambilan keputusan adalah:

1. Keputusan Membuat atau Membeli Tujuan dari keputusan ini adalah penggunaan optimal atas sumber daya produksi dan keuangan perusahaan. Pengambilan keputusan seringkali harus dilakukan dalam hubungannya dengan penggunaan yang mungkin dari peralatan yang menganggur, ruang yang menganggur dan bahkan tenaga kerja yang menganggur.
2. Keputusan Meneruskan atau Menghentikan Manajer harus memutuskan suatu segmen, seperti lini produk, harus dipertahankan atau dihapus. Laporan segmen yang disusun atas dasar perhitungan biaya variabel menyediakan informasi yang berharga bagi keputusan meneruskan atau menghentikan ini. Perhitungan biaya relevan menggambarkan bagaimana informasi tersebut harus digunakan agar sampai pada keputusan.
3. Keputusan Menerima atau Menolak Harga penawaran dapat berbeda untuk pelanggan dari pasar yang sama, dan perusahaan sering mendapatkan kesempatan untuk mempertimbangkan pesanan khusus dari calon pelanggan dalam pasar yang dilayani dengan cara yang tidak seperti

biasanya. Keputusan pesanan khusus berfokus pada pertanyaan: apakah pesanan harga khusus harus diterima atau ditolak. Pesanan - pesanan seperti ini menarik, khususnya ketika perusahaan sedang beroperasi di bawah kapasitas produktif minimum.

4. Keputusan Menjual atau Memproses Lebih Lanjut Seringkali produk dijual pada titik pemisahan. Kadangkala lebih menguntungkan memproses lebih lanjut suatu produk gabungan setelah titik pemisahan, sebelum menjualnya. Penentuan apakah menjual atau memproses lebih lanjut merupakan suatu keputusan penting yang harus dibuat oleh manajer.

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka penulis menyimpulkan bahwa aplikasi biaya relevan dalam pengambilan keputusan terdiri dari 4, yaitu: keputusan membuat atau membeli, keputusan meneruskan atau menghentikan, menerima atau menolak, dan menjual atau memproses lebih lanjut.

## 2.9 Metode Perhitungan Penyusutan Aktiva Tetap

Suatu perusahaan menggunakan metode penyusutan untuk menghitung penyusutan seluruh aktiva yang dapat disusutkan. Penyusutan setiap periode pemakaian tergantung dengan metode penyusutan apa yang digunakan oleh perusahaan.

Menurut Hery (2016:173 ), beberapa metode penyusutan aktiva tetap antara lain:

1. Penyusutan metode garis lurus (*straight-line method*), adalah bahwa aset yang bersangkutan akan memberikan manfaat yang sama untuk setiap periodenya sepanjang umur aset. Dengan menggunakan metode garis lurus, besarnya beban penyusutan periodik dapat dihitung sebagai berikut:

$$\text{Beban Penyusutan} = \frac{\text{Harga Perolehan} - \text{Estimasi Nilai Residu}}{\text{Estimasi Masa Manfaat}}$$

2. Penyusutan dengan menggunakan metode saldo menurun ganda (*double declining balance method*), beban penyusutan periodik dihitung dengan cara mengalikan suatu tarif persentase ke nilai buku aset yang semakin menurun, sehingga dinamakan metode saldo menurun ganda. Rumusnya:

$$\begin{aligned} \text{Tarif Penyusutan} &= (100\% : \text{Umur Ekonomis}) \times 2 \\ \text{Beban Penyusutan} &= \text{Nilai Buku Awal Tahun} \times \text{Tarif Penyusutan} \end{aligned}$$

3. Penyusutan dengan menggunakan metode jumlah angka tahun (*sum of the*

*years digits method*), metode ini menghasilkan beban penyusutan yang menurun dalam setian tahun berikutnya. Rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$\text{Tarif Penyusutan} = \frac{n(n+1)}{2}$$

$$\text{Beban Penyusutan} = \frac{\text{Sisa Umur Aktiva} \times (\text{HP-NS})}{\text{Tarif}}$$

4. Penyusutan dengan menggunakan metode jam kerja (*service hours method*), bahwa pembelian suatu aset menunjukkan pembelian sejumlah jam jasa langsung. Perhitungan metode jam kerja sebagai berikut:

$$\text{Tarif Penyusutan} = \frac{\text{Harga Perolehan} - \text{Estimasi Nilai Residu}}{\text{Estimasi Total Jam Jasa}}$$

5. Penyusutan dengan menggunakan metode unit produksi (*productive output method*), didasarkan pada anggaran bahwa aset yang diperoleh diharapkan dapat memberikan jasa dalam bentuk hasil unit produksi tertentu. Metode ini memerlukan suatu estimasi mengenai total output yang dapat dihasilkan aset. Perhitungannya sebagai berikut:

$$\text{Tarif Penyusutan} = \frac{\text{Harga Perolehan} - \text{Estimasi Nilai Residu}}{\text{Estimasi Total Output}}$$