

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Biaya

Biaya digunakan oleh perusahaan untuk melakukan kegiatan operasional. Menurut Lestari, dkk (2017:14) “Biaya adalah kas atau nilai ekuivalen kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat saat ini atau di masa mendatang bagi organisasi”.

Menurut Salman dan Farid (2017:28) “Biaya adalah kas atau nilai ekuivalen yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan dapat memberi manfaat di masa sekarang dan masa yang akan datang bagi organisasi”.

Berdasarkan definisi dari para ahli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa biaya merupakan nilai yang dikeluarkan untuk memperoleh suatu barang atau jasa yang diharapkan dikemudian hari akan memberikan manfaat untuk organisasi atau perusahaan.

2.2 Klasifikasi Biaya

Pengklasifikasian biaya dibutuhkan oleh perusahaan agar tidak kesulitan dalam mengelompokkan biaya satu dengan biaya lainnya. Menurut Dunia, dkk (2019:19) biaya diklasifikasikan menjadi beberapa jenis yaitu sebagai berikut:

1. Berdasarkan Objek Biaya
Biaya sangat erat hubungannya dengan objek yang digunakan oleh perusahaan. Terdapat beberapa hal yang dapat dijadikan sebagai objek oleh perusahaan. Salah satunya adalah produk, hubungan biaya dengan objek biaya dapat digolongkan sebagai berikut:
 - a. Bahan Baku Langsung
Bahan baku langsung adalah biaya perolehan dari keseluruhan bahan baku langsung yang menjadi bagian utama dari sebuah barang jadi. Bahan baku langsung dapat mudah untuk ditelusuri dengan mudah.
 - b. Tenaga Kerja Langsung
Biaya tenaga kerja langsung adalah imbalan yang dibayarkan oleh perusahaan untuk semua tenaga kerja yang terlibat secara langsung dalam proses produksi untuk menghasilkan barang jadi.
 - c. *Overhead* pabrik
Overhead pabrik adalah semua biaya yang selain dari biaya bahan baku langsung dan biaya tenaga kerja langsung. Berikut ini adalah

penggolongan biaya yang termasuk *overhead* pabrik.

- Biaya Bahan Baku Tidak Langsung
Biaya bahan baku tidak langsung adalah biaya yang tidak dapat dengan mudah untuk ditelusuri secara langsung.
- Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung
Biaya tenaga kerja tidak langsung adalah imbalan yang dibayarkan untuk semua tenaga kerja yang tidak terlibat secara langsung dalam memproduksi barang jadi.
- Biaya Produksi Tidak Langsung
Biaya produksi tidak langsung adalah biaya produksi yang terlibat secara tidak langsung dalam proses produksi. Contoh dari biaya produksi tidak langsung adalah biaya penyusutan, biaya pemeliharaan mesin, dan biaya yang tidak dapat dengan mudah ditelusuri ke objek biaya.

2. Perilaku Biaya

a. Biaya Variabel

Biaya variabel adalah biaya yang secara keseluruhan cenderung berubah-ubah sesuai dengan perubahan tingkat volume aktivitas baik volume produksi maupun volume penjualan.

b. Biaya Tetap

Biaya tetap adalah biaya yang nilai keseluruhan tetap atau tidak berubah dengan adanya perubahan pada tingkat aktivitas atau volume dalam periode waktu tertentu.

c. Biaya Semi variabel (Semi Variable Cost)

Biaya semi variabel adalah biaya gabungan antara biaya tetap dan Biaya variabel. Untuk tujuan pengendalian dan perencanaan biaya maka biaya ini dipisahkan menjadi komponen biaya tetap dan komponen biaya variabel.

3. Berdasarkan Periode Akuntansi

a. Biaya produk

Biaya produk adalah dapat disamakan dengan biaya produksi yaitu biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik.

b. Biaya Periode

Biaya periode adalah biaya-biaya yang muncul namun tidak ada hubungannya dengan kegiatan produksi barang dan jasa tetapi berhubunga dengan periode waktu atau periode akuntansi.

4. Berdasarkan Fungsi Manajemen

a. Biaya produksi adalah biaya-biaya yang muncul saat menghasilkan produk hingga siap untuk dijual.

b. Beban penjualan adalah semua pengeluaran untuk menjual suatu produk atau jasa.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa pengklasifikasian biaya dapat dikelompokkan yaitu berdasarkan objek biaya, berdasarkan perilaku biaya,

berdasarkan periode akuntansi, dan berdasarkan fungsimanajemen.

2.3 Metode harga pokok pesanan

Salah satu metode untuk menghitung harga pokok dapat menggunakan metode harga pokok pesanan. Harga pokok pesanan menurut Samryn (2015:68) “Harga pokok pesanan merupakan suatu sistem penetapan harga pokok produk dalam industri yang dikerjakan menurut pesanan”.

Sedangkan menurut Salman, dkk (2017:34) “Harga pokok pesanan adalah sistem perhitungan biaya yang diakumulasikan pada setiap pesanan baik biaya bahan baku, biaya pekerja, dan biaya *overhead* pabrik”.

Berdasarkan dari definisi para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa harga pokok pesanan merupakan sistem perhitungan dalam menentukan harga sebuah produk berdasarkan pesanan, baik itu dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya *overhead*.

2.4 Biaya relevan

Biaya relevan sendiri memiliki beberapa pengertian seperti menurut Utari (2016:103) Biaya relevan adalah biaya yang muncul di masa yang akan datang dalam berbagai macam pilihan dalam pengambilan keputusan manajemen. Sedangkan menurut Krismiaji (2019:206) pengertian biaya relevan adalah:

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.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka dinyatakan bahwa biaya relevan adalah biaya yang akan muncul dimasa mendatang dengan jumlah yang tergantung pada pilihan yang dipilih dalam pengambilan keputusan manajemen.

2.5 Pengertian Pengambilan Keputusan Taktis

Keputusan taktis ini berupa keputusan yang berpengaruh untuk jangka panjang untuk keberlangsungan perusahaan. 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”.

Menurut Samryn (2015:322) “Keputusan taktis ini sebagai penjabarandari keputusan strategis dari manajemen tingkat puncak ini bermanfaat dalam aplikasi pemilihan alternatif keputusan dari berbagai alternatif yang tersedia”.

Dari definisi diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa keputusan taktis merupakan 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.

2.6 Langkah-langkah Pengambilan Keputusan Taktis

Pada saat pengambilan keputusan, biasanya dilakukan sesuai dengan standar. Hal ini dapat menghasilkan keputusan yang benar dan bermanfaat bagi perusahaan. Menurut Salman, dkk (2017:177) pengambilan keputusan taktis ini terdapat enam langkah yang menggambarkan proses pengambilan keputusan taktis yang biasanya dikenal sebagai model 6 langkah yang dijelaskan sebagai berikut:

1. Kenali dan tetapkan masalah.
2. Identifikasi setiap alternatif sebagai solusi yang layak atas masalah tersebut, eliminasi alternatif yang secara nyata tidak layak.
3. Identifikasi biaya dan manfaat yang berkaitan dengan setiap alternatif yang layak. Klasifikasikan biaya dan manfaat sebagai relevan atau tidak relevan serta eliminasi biaya dan manfaat yang tidak relevan dari pertimbangan.
4. Hitunglah total biaya dan manfaat relevan masing-masing alternatif.
5. Tetapkan alternatif yang menawarkan manfaat terbesar.

Berdasarkan dari penjelasan diatas, dapat dinyatakan bahwa langkah-langkah dalam pengambilan keputusan dimulai dari kenali dan tetapkan masalah, identifikasi setiap masalah yang layak atas masalah perusahaan membuat daftar dan mempertimbangkan solusi-solusi yang memungkinkan, identifikasi biaya dan

manfaat dari setiap alternatif yang layak dari pertimbangan yang ada dengan biaya yang tidak relevan bisa dimasukkan asal dari awal proses disertakan dalam keseluruhan alternatif, menghitung total biaya dan manfaat relevan untuk setiap alternatif, menilai faktor-faktor kualitatif, dan langkah terakhir yaitu menetapkan alternatif yang menawarkan manfaat besar.

2.7 Pesanan Khusus

Menurut Kartika (2018) pesanan khusus merupakan pesanan yang diterima oleh perusahaan diluar pesanan biasa. Konsumen yang melakukan pesanan khusus ini sering meminta harga yang relatif rendah. Oleh karena itu, manajer perusahaan perlu mempertimbangkan biaya yang digunakan.

Rosidah, dkk (2018:107) Menjelaskan bahwa pesanan khusus merupakan suatu penjualan yang memiliki harga jual lebih rendah dari harga pasar, dikarenakan perusahaan memiliki kapasitas yang tidak terpakai selama pesanan khusus ini menambah laba operasi maka pesanan bisa diterima dan begitu sebaliknya.

Berdasarkan penjelasan diatas, pesanan khusus adalah pesanan yang diterima oleh perusahaan diluar pesanan biasa yang mana konsumen yang melakukan pesanan khusus sering meminta harga yang relatif rendah dari harga pasar.