

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang Permasalahan

Dalam pembuatan keputusan, manajemen membutuhkan informasi mengenai biaya-biaya yang mempengaruhi keputusan yang akan 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: Biaya Relevan (*Relevant Cost*), merupakan biaya yang relevan atau berpengaruh terhadap pengambilan keputusan. Dan Biaya Tidak Relevan (*Irrelevant Cost*), merupakan biaya yang kurang relevan atau tidak perlu dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan.

Biaya relevan menjadi faktor yang mempengaruhi dalam pengambilan keputusan pesanan khusus karena memacu pada pencapaian biaya produksi yang efisien. Menurut Witjaksono (2020:16), Biaya relevan adalah biaya yang akan muncul, yang berbeda diantara berbagai alternatif. Manfaat dari biaya relevan adalah dapat membantu perusahaan dalam pengambilan keputusan karena dapat digunakan untuk menentukan biaya-biaya dan keuntungan yang diperoleh perusahaan ketika memilih satu alternatif keputusan diantara yang lain, serta tujuan dari biaya relevan adalah untuk pengambilan keputusan menyangkut pemilihan berbagai alternatif tindakan manajemen.

Pesanan khusus dan biaya relevan saling berhubungan dalam pengambilan keputusan karena berhubungan dengan masa depan sehingga hanya biaya masa depan yang dapat menjadi relevan dengan keputusan. Perusahaan harus memilih satu diantara dua pilihan atau lebih, perusahaan juga dapat mengambil keputusan dengan melihat selisih antar produk berdasarkan analisis biaya relevan. Menurut Febriantoko, dkk (2022 : 256) Pembuatan keputusan taktis merupakan suatu tindakan keputusan yang dibuat berdasarkan berbagai jenis alternatif dengan mempertimbangkan waktu seminimal mungkin serta tinjauan yang terbatas. Tujuan dari pembuatan keputusan strategis ini adalah melakukan pemilihan dari berbagai jenis alternatif strategis yang nantinya akan membuat keunggulan kompetitif.

perusahaan dalam jangka panjang dapat tercapai.

Menurut Nurbawani (2021:79) "Pesanan khusus adalah pesanan di luar pesanan reguler untuk menutupi kapasitas menganggur". Dengan artian, pesanan khusus terjadi diluar produksi normal perusahaan dengan harga jual yang dibawah harga jual normal. Pesanan khusus terjadi pada saat adanya peningkatan permintaan konsumen akan suatu produk, dalam hal ini manajemen perlu mempertimbangkan syarat yang harus dipenuhi dalam menerima pesanan khusus tersebut. Dengan kata lain, pesanan khusus tidak akan mengganggu pasar dari produk normal, dikarenakan pesanan khusus dapat diterima apabila perusahaan masih memiliki kapasitas produksi yang lebih. 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.

CV Jama Jama Kreatif merupakan suatu perusahaan yang berbentuk persekutuan komanditer bergerak dalam bidang konveksi. CV Jama Jama Kreatif didirikan oleh Prasetyo Fajar bersama istrinya Ria Kurniati pada tahun 2020 dan telah terdaftar menjadi merk dagang resmi di Indonesia dengan Nomor Induk Berusaha (NIB): 1288000330182 yang beralamat di Jl. D.I Panjaitan, Lr. Jama-Jama, No.16, Kel. Plaju Ulu, Kec. Plaju, Kota Palembang. Kegiatan yang dilakukan yaitu, produksi baju kaos, produksi sablon manual, dan produksi sablon digital.

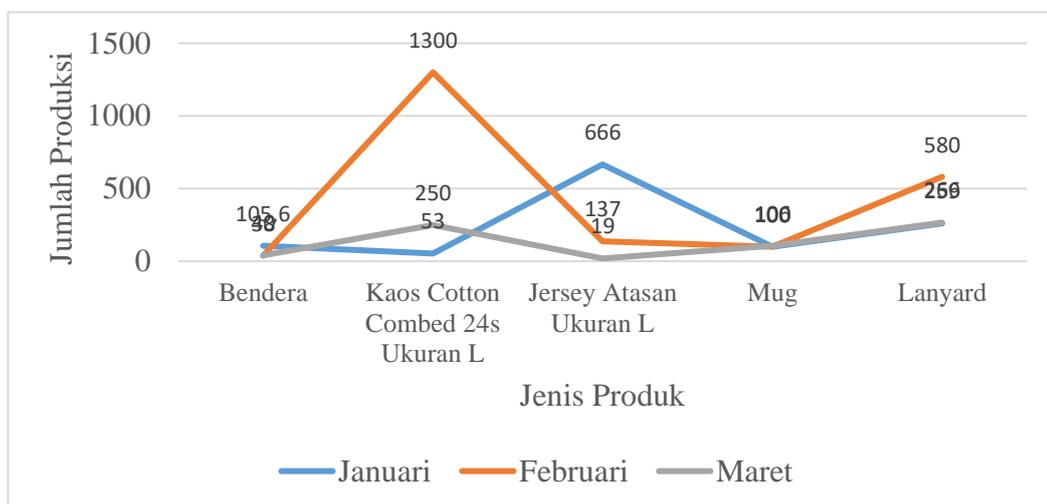
Ditahun 2024 ini CV Jama Jama Kreatif telah memiliki banyak pesanan khusus. Selama 3 bulan terakhir perusahaan telah memperoleh pesanan khusus yaitu sebagai berikut.

Tabel 1.1
Data Pesanan Khusus CV Jama Jama Kreatif
Bulan Januari – Maret 2024

No	Jenis Produk	Jumlah Produksi			Jumlah Pesanan Produk
		Januari	Februari	Maret	
1	Bendera	105,6	38	40	183,6 Meter
2	Kaos Cotton Combed 24s Ukuran L	53	1300	250	1603 Unit
3	Jersey Atasan Ukuran L	666	137	19	822 Unit
4	Mug	100	100	106	306 Unit
5	Lanyard	259	580	266	1105 Unit
TOTAL		1183,6 Unit	2155 Unit	681 Unit	4019,6 Unit

Sumber: Diolah dari CV Jama Jama Kreatif, 2024

Berdasarkan informasi tabel 1.1 diatas dapat diketahui bahwa dalam jangka waktu 3 bulan, CV Jama Jama Kreatif menerima pesanan khusus yang cukup banyak, yaitu 4.019,6 unit dari berbagai macam produk yang tersedia. Pada bulan Januari mendapat pesanan sebanyak 1.183,6 unit, bulan Februari mendapat pesanan sebanyak 2.155 unit, dan bulan Maret mendapat pesanan sebanyak 681 unit.



Sumber: Diolah dari CV Jama Jama Kreatif, 2024

Gambar 1.1
Data Penjualan Pesanan Khusus CV Jama Jama Kreatif

Berdasarkan gambar 1.1 data pesanan khusus yang diterima CV Jama Jama Kreatif pada bulan Januari sampai bulan Maret 2024, produk yang paling banyak

mendapat pesanan khusus yaitu pada bulan januari pesanan atas 666 unit *jersey* atasan ukuran L, pada bulan Februari pesanan atas 1.300 unit kaos *cotton combed* 24s ukuran L dan 580 unit *lanyard*. Maka dari itu penulis akan membahas mengenai ketiga pesanan khusus tersebut karena merupakan pesanan khusus yang sering dipesan pelanggan.

Berikut adalah tabel harga jual normal pada produk kaos *cotton combed* 24s ukuran L, *jersey* atasan ukuran L, dan *lanyard*.

Tabel 1.2
Data Harga Jual Produk

No	Nama Barang	Jumlah Produk	Harga Jual
1	Kaos <i>Cotton Combed</i> 24s Ukuran L	1300	Rp 85.000
2	<i>Jersey</i> Atasan Ukuran L	666	Rp 115.000
3	<i>Lanyard</i>	580	Rp 18.000

Sumber: Diolah dari CV Jama Jama Kreatif, 2024

Berdasarkan informasi tabel 1.2 diatas, harga jual normal untuk ketiga jenis produk tersebut yaitu kaos *cotton combed* 24s ukuran L senilai Rp 85.000, 666 unit *jersey* atasan ukuran L senilai Rp 115.000, dan 580 unit *lanyard* senilai Rp 18.000. Seiring dengan meningkatnya penjualan atas pesanan khusus, perusahaan memberikan harga yang lebih murah dibanding harga normal atas pesanan khusus yaitu memberikan potongan sebesar 5% dari harga jual produk normal dengan syarat jika pelanggan memesan produk diatas 20 unit. Namun dalam penerapannya, perusahaan menerima pesanan khusus dengan harga yang didapatkan dari hasil negosiasi antara perusahaan dengan konsumen tanpa perhitungan yang terperinci. Baik itu memperhitungkan terlebih dahulu biaya yang akan dikeluarkan seperti biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead*.

Perusahaan selama ini belum bisa menentukan lebih jelas mengenai pengambilan keputusan pada penjualan pesanan khusus, apakah penjualan ini berdampak positif atau tidak bagi perusahaan, sehingga hal ini merupakan permasalahan yang menjadi perhatian penting bagi perusahaan yaitu untuk mengambil keputusan menerima atau menolak atas pesanan khusus dengan harga yang berbeda dari harga normal untuk memanfaatkan kapasitas menganggur pada

perusahaan. Oleh sebab itu, penulis sebagai pembuat laporan akhir ini tertarik untuk mengambil judul “**Analisis Biaya Relevan Atas Pesanan Khusus Pada CV Jama Jama Kreatif**”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan data yang ada dan hasil wawancara dengan pihak perusahaan CV Jama Jama Kreatif. Adapun permasalahan-permasalahan yang terjadi dalam penjualan pesanan khusus yaitu:

1. Perusahaan belum memperhitungkan secara rinci terkait pemberian potongan harga untuk pesanan khusus.
2. Perusahaan belum mengetahui keputusan dalam menerima atau menolak pesanan khusus tersebut sudah tepat atau belum
Oleh karena itu, hal yang dapat menjadi pokok permasalahan pada perusahaan yaitu, “Bagaimana penerapan biaya relevan atas pesanan khusus untuk mengetahui bahwa keputusan menerima atau menolak pesanan khusus sudah tepat atau belum?”

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Agar penulisan laporan akhir ini lebih terarah, maka permasalahan yang akan dibahas dibatasi pada analisis biaya relevan menerima atau menolak tiga sampel produk yang dipesan secara khusus oleh pembeli dalam periode bulan Januari sampai bulan Maret 2024 yaitu pesanan 1300 unit kaos *cotton combed 24s* ukuran L, 666 unit *jersey* atasan ukuran L, dan 580 unit *lanyard*.

1.4 Tujuan Dan Manfaat Penulisan

1.4.1 Tujuan Penulisan

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diuraikan, tujuan yang akan dicapai dalam penulisan Laporan Akhir ini adalah:

1. Untuk mengetahui perhitungan biaya relevan atas pesanan khusus pada CV Jama Jama Kreatif.
2. Untuk mengetahui apakah pengambilan keputusan menerima pesanan khusus sudah tepat atau belum pada CV Jama Jama Kreatif.

1.4.2 Manfaat Penulisan

Manfaat penulisan yang diharapkan dalam Laporan Akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Sebagai tolak ukur untuk biaya relevan yang telah diterapkan pada CV Jama Jama Kreatif.
2. Sebagai bahan pertimbangan untuk pengambilan keputusan dalam menerima pesanan khusus pada CV Jama Jama Kreatif.

1.5 Metode Pengumpulan Data

1.5.1 Jenis Data

Data akurat, andal, dan objektif sangat menunjang dalam menyusun laporan akhir ini sebagai bahan analisis dalam menyelesaikan permasalahan pada objek tersebut. Menurut Sanusi (2017:100), jenis data untuk melihat dan cara memperolehnya dikelompokkan menjadi dua bagian yaitu:

1. Data primer merupakan data yang di dapat dari sumber pertama baik dari individu atau perorangan seperti hasil wawancara dan hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti.
2. Data sekunder merupakan data yang diperoleh berupa dokumen penting atau catatan-catatan tertulis tentang berbagai kegiatan peristiwa pada waktu lalu.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka penulis menggunakan data primer, yakni hasil wawancara dan observasi yang dilakukan oleh penulis kepada pimpinan dan karyawan CV Jama Jama Kreatif mengenai biaya relevan yakni, biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya overhead pabrik, aset tetap, data penjualan, dan laporan laba rugi. Sedangkan data sekunder berupa data yang berkaitan dengan sejarah berdirinya perusahaan, struktur organisasi perusahaan, logo perusahaan dan kegiatan operasional yang dilakukan oleh CV Jama Jama Kreatif.

1.5.2 Teknik Pengumpulan Data

Penyusunan laporan akhir ini memerlukan data yang akurat untuk menganalisis permasalahan, oleh karena itu dibutuhkannya teknik pengumpulan yang tepat. Sugiyono (2018:224) mengatakan bahwa ada metode yang digunakan dalam pengumpulan data, antar lain :

1. Wawancara (*Interview*)
Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menentukan

permasalahanyang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.

2. *Angket (Quisioner)*
Teknik pengumpulan ini dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan ataupun pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.
3. *Pengamatan (Observation)*
Teknik pengumpulan data yang digunakan bila penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.
4. *Triagulasi*
Teknik mengumpulkan data dengan menggabungkan beberapa teknik pengumpulan data dan sumber yang telah ada.

Penyusunan laporan akhir ini, penulis menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi dan wawancara. Penulis berkunjung langsung dan melakukan wawancara kepada pemilik CV Jama Jama Kreatif sebagai objek penelitian guna melengkapi data yang menunjang laporan akhir ini.

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam penelitian laporan akhir ini, penulis menggunakan sistematika penulisan yang bertujuan untuk memberikan garis besar mengenai isi laporan akhir secara ringkas dan jelas yang saling berhubungan antara masing-masing bab. Adapun sistematika penulisannya, dapat diuraikan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini penulis menjelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, ruang lingkup pembahasan, tujuan dan manfaat penulisan, metode pengumpulan data, dan sistematika penulisan laporan akhir.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan landasan teori yang menguraikan tentang akuntansi manajemen, biaya, biaya dalam pengambilan keputusan, pesanan khusus, pengambilan keputusan taktis, aplikasi biaya relevan dalam pengambilan keputusan, dan langkah-langkah pengambilan

keputusan menerima atau menolak pesanan khusus dengan menggunakan analisis biaya relevan.

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini penulis menjelaskan gambaran umum perusahaan, berupa sejarah perusahaan, logo perusahaan, visi dan misi perusahaan, struktur organisasi dan uraian tugas, aktivitas perusahaan, biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, daftar aset tetap, daftar pemakaian listrik, daftar harga produk, dan kapasitas produksi perusahaan.

BAB IV PEMBAHASAN

Bab ini penulis akan menganalisis data-data yang diperoleh dari perusahaan berdasarkan landasan teori yang telah dijelaskan seperti analisis terhadap pendapatan dari pesanan khusus, biaya variabel, biaya tetap yang dapat dihindari, analisis biaya relevan, dan menganalisis keputusan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini adalah bab terakhir dalam penyusunan laporan akhir. Bab ini berisikan kesimpulan dari hasil pembahasan pada bab sebelumnya. Pada bab ini juga penulis juga memberikan saran-saran yang mungkin akan bermanfaat bagi perusahaan dalam menyelesaikan masalah yang ada.