

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Pengertian Akuntansi**

Menurut Sastroatmodjo, dkk (2021:1) menjelaskan bahwa, Akuntansi diartikan sebagai suatu proses pencatatan dan penggolongan. Transaksi keuangan yang dilakukan secara sistematis dan kronologis disajikan dalam bentuk laporan keuangan yang berguna bagi pihak-pihak yang membutuhkan laporan keuangan tersebut untuk langkah pengambilan keputusan. Menurut Sastroatmodjo, dkk (2021:1) di dalam buku yang berjudul Pengantar Akuntansi di jelaskan bahwa, Akuntansi diartikan sebagai suatu proses pencatatan, penggolongan, pengiktisaran terhadap transaksi keuangan yang dilakukan secara sistematis dan kronologis disajikan dalam bentuk laporan keuangan yang berguna bagi pihak-pihak yang membutuhkan laporan keuangan tersebut untuk langkah pengambilan keputusan.

Berdasarkan dari definisi diatas dapat dinyatakan bahwa akuntansi merupakan seni pencatatan, penggolongan, peringkasan dan melaporkan aktivitas/transaksi suatu badan usaha yang memungkinkan adanya penilaian dan pengambilan keputusan yang jelas dan tegas bagi mereka yang menggunakan informasi tersebut dalam bentuk informasi keuangan.

#### **2.2 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. Pengambilan keputusan selalu menyangkut di masa yang akan datang yang mengandung ketidakpastian dan selalu menyangkut pemilihan dalam suatu alternatif yang ada.

Menurut Charles T. Homgren (2006:4) bahwa “Akuntansi Manajemen merupakan sebuah proses identifikasi, penyiapan, akumulasi, analisa, dan penafsiran serta komunikasi mengenai informasi yang dapat membantu eksekutif dalam memenuhi tujuan organisasi”. Sedangkan menurut Halim dan Supomo (2000:3) “Akuntansi Manajemen merupakan kegiatan atau proses yang

menghasilkan informasi dalam bentuk keuangan bagi manajemen untuk pengambilan sebuah keputusan ekonomi dalam menjalankan fungsi manajemen”.

Berdasarkan pengertian tersebut, maka akuntansi manajemen dapat diartikan sebagai kegiatan yang dianalisa, diukur dan serta dapat memberikan informasi yang berguna untuk mengambil keputusan ekonomi dalam suatu perusahaan atau organisasi.

Menurut Aripin & Negara M (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 menyajikan laporan – laporan keuangan yang berguna untuk mengambil keputusan yang baik dalam suatu perusahaan atau organisasi.

### **2.3 Pengertian Biaya**

Biaya merupakan salah satu faktor yang menentukan besarnya laba perusahaan. Maka dalam perhitungan dan pencatatan biaya, perusahaan harus melakukannya secara benar dan tepat.

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

1. Berdasarkan Pengelompokkan Biaya
  - a. Biaya Pabrikase / Pabrik / Manufaktur
    1. Bahan Baku, biaya yang dikeluarkan untuk membeli bahan baku utama yang dipakai untuk memproduksi barang.

2. Tenaga Kerja Langsung, 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 Komersil
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
- 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
- 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*), 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*), 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 dari 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 di atas maka 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.

## **2.4 Biaya Relevan dan Tidak Relevan**

### **2.4.1 Biaya Relevan**

Perusahaan dalam mengambil keputusan harus mempertimbangkan informasi tentang biaya yang dikeluarkan. Salah satu informasi penting yang dibutuhkan perusahaan dalam pengambilan keputusan untuk kegiatan produksi adalah informasi tentang biaya relevan. Informasi yang dibutuhkan tentang biaya relevan adalah untuk mengetahui perhitungan biaya relevan dalam menentukan keputusan untuk menerima atau menolak permintaan spesifik dari pembeli. Hasil penelitian menunjukkan manajemen perusahaan perlu memperhitungkan biaya relevan dalam membuat keputusan untuk menerima atau menolak pesanan khusus. Biaya relevan menurut Krismiaji (2019:206) adalah biaya masa yang akan datang (*future cost*) yang berbeda besarnya pada berbagai alternatif. Seluruh keputusan berhubungan dengan masa yang akan datang, oleh karena itu, hanya biaya masa mendatang saja yang relevan bagi sebuah keputusan. Untuk dapat disebut relevan, sebuah biaya tidak hanya berhubungan dengan masa yang akan datang, namun juga biaya tersebut harus berbeda dari satu alternatif ke alternatif lainnya.

Menurut 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.

### **2.4.2 Biaya Tidak Relevan**

Biaya tidak relevan adalah biaya yang tidak tergantung pada berbagai keputusan atau alternatif. Mereka tidak dipertimbangkan dalam mengambil keputusan. Biaya tidak relevan dapat diklasifikasikan menjadi dua kategori yaitu, *sunk cost* dan biaya yang sama untuk alternatif yang berbeda. *Sunk cost* adalah biaya yang sudah dikeluarkan. Itu tidak dapat diubah oleh tindakan apa pun saat

ini atau di masa depan. Misalnya jika mesin baru dibeli untuk menggantikan mesin lama, biaya mesin lama akan menjadi biaya hangus. Biaya tidak relevan adalah biaya tetap, biaya hangus, nilai buku, dll.

Biaya yang tidak relevan atau hangus harus diabaikan ketika memutuskan tindakan di masa depan. Jika tidak, biaya ini dapat menyebabkan keputusan yang salah.

Biaya Tidak Relevan (*Irrelevant Cost*), merupakan biaya yang kurang relevan atau tidak perlu dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan.

- a. Biaya Terbenam (*Sunk Cost*) merupakan biaya yang telah terjadi dan tidak dapat dihindari dari apapun keputusan yang dibuat oleh manajer. *Sunk cost* akan selalu sama, tidak memiliki pengaruh terhadap berbagai alternatif yang dipertimbangkan, contoh: biaya riset.
- b. Biaya Tunai (*Out Of Pocket Cost*) merupakan biaya yang mem butuhkan pengeluaran kas di masa mendatang akibat keputusan sekarang atau keputusan yang akan datang.

## 2.5 Biaya Relevan Dalam Pengambilan Keputusan

Semua bentuk pengambilan keputusan oleh manajemen harus mempertimbangkan semua faktor yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan, salah satu faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan adalah faktor biaya yang disebut dengan biaya relevan. Menurut Mulyadi (2001) biaya relevan adalah biaya masa yang akan datang yang diperkirakan akan berbeda atau terpengaruh oleh suatu pengambilan keputusan pemilihan diantara berbagai macam alternatif. Oleh karena itu, biaya tersebut adalah relevan dengan analisis yang dilakukan dalam pengambilan keputusan tersebut.

Biaya relevan untuk pengambilan keputusan didasarkan kepada konsep "*different analysis for different purposes*", yang berarti bahwa untuk tujuan yang berbeda diperlukan analisa yang berbeda pula. Oleh karena itu, terdapat beberapa konsep biaya relevan untuk berbagai pengambilan keputusan, yaitu:

1. Biaya Diferensial (*Differential Cost*) adalah biaya yang berbeda pada berbagai alternatif pengambilan keputusan yang mungkin untuk dipilih.

Dalam pengambilan keputusan, biaya diferensial dibandingkan dengan penghasilan diferensial untuk menentukan besarnya laba diferensial.

2. Biaya Treceabel (*Treceable Cost*) adalah yang dapat diakui jejaknya pada produk, pesanan, pusat biaya, departemen, atau divisi tertentu di dalam suatu perusahaan.
3. Biaya Kesempatan (*Opportunity Cost*) adalah penghasilan atau penghematan biaya yang dikorbankan karena dipilihnya satu alternatif tertentu, sehingga penghasilan atau penghematan biaya tersebut perlu diperhitungkan sebagai biaya pada alternatif tertentu.
4. Biaya Incremental (*Incremental Cost*) adalah biaya-biaya yang ditambahkan atau biaya-biaya yang tidak akan dikorbankan apabila suatu alternatif (proyek) tertentu tidak dipilih untuk dilaksanakan.

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:

- a. Identifikasi tujuan pengambilan keputusan dan pilihan yang tersedia.
- b. Identifikasi biaya yang terkait dengan setiap pilihan.
- c. Tentukan apakah biaya tersebut relevan atau tidak relevan dalam pengambilan keputusan.
- d. Jika biaya relevan, tentukan besarnya biaya yang terkait dengan setiap pilihan.
- e. Bandingkan biaya yang terkait dengan setiap pilihan dan pilih opsi yang paling menguntungkan.

## 2.6 Pesanan Khusus

Pesanan khusus merupakan pesanan yang berbeda dengan produk reguler perusahaan dan tidak akan mengganggu pasar dari produk reguler perusahaan. Ada beberapa kriteria suatu pesanan dikatakan khusus (*special order*).

Dalam penelitian oleh Bao et al. (2020), pengambilan keputusan terkait pesanan khusus dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti harga, biaya produksi, dan kapasitas produksi. Penelitian ini menunjukkan bahwa keputusan untuk menerima pesanan khusus harus didasarkan pada analisis biaya dan manfaat yang cermat. Perusahaan harus mempertimbangkan biaya-biaya tambahan yang terkait dengan

pesanan khusus, seperti biaya produksi, biaya tenaga kerja, biaya overhead, dan biaya distribusi. Selain itu, perusahaan juga harus mempertimbangkan manfaat jangka panjang yang dapat diperoleh dari pesanan khusus, seperti meningkatkan reputasi dan citra perusahaan, memperluas jaringan pelanggan, dan meningkatkan kapabilitas produksi. Oleh karena itu, perusahaan harus memperhitungkan biaya dan manfaat yang terkait dengan pesanan khusus dan membuat keputusan yang tepat.

Menurut Samryn (2015:333) Pesanan khusus adalah alternatif pesanan diluar dari produksi normal perusahaan. Tolak ukur untuk pesanan ini adalah biaya dan pendapatan tambahan jika menerima pesanan ini. Meskipun harga yang diminta oleh konsumen seringkali dibawah dari harga yang biasanya ditawarkan. Adapun kriteria dalam menetapkan pesanan khusus yaitu :

- a. Jika pendapatan tambahan lebih besar dari biaya tambahan, maka pesanan khusus dapat diterima.
- b. Jika pendapatan tambahan lebih kecil dari biaya tambahan, maka pesanan khusus sebaiknya ditolak.
- c. Jika pendapatan tambahan sama dengan biaya tambahan, maka manajemen dapat mempertimbangkan tambahan informasi dari faktor lain.

Langkah-langkah untuk memperhitungkan biaya dalam pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Mengumpulkan semua biaya
2. Mengklasifikasikan biaya-biaya tersebut termasuk dalam biaya relevan atau dalam biaya tidak relevan
3. Menghitung laporan laba rugi tiap-tiap departemen yang ada
4. Membuat analisa pesanan khusus yang akan diterima atau ditolak.
  - a) Jika selisih positif maka pesanan diterima
  - b) Jika selisih negatif maka pesanan ditolak

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa pesanan khusus merupakan pesanan yang diterima oleh penjual diluar pesanan produksi normal berdasarkan kriteria yang ditentukan, namun sebelum pesanan khusus diterima penjual terlebih dulu mengklasifikasi biaya-biaya yang termasuk yaitu biaya relevan ataupun biaya tidak relevan.

## 2.8 Pengambilan Keputusan Taktis

Pengambilan keputusan taktis terdiri atas pemilihan di antara berbagai alternatif dengan hasil yang langsung atau terbatas. Keputusan taktis biasanya dibuat untuk tujuan jangka pendek, tetapi kadang-kadang mereka juga memiliki pengaruh jangka panjang.

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 penjabaran dari keputusan strategis dari manajemen tingkat puncak ini bermanfaat dalam aplikasi pemilihan alternatif keputusan dari berbagai alternatif yang tersedia. keputusan taktis ini terdapat lima langkah yang menggambarkan proses pengambilan keputusan taktis yang biasanya dikenal sebagai model 5 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.

Penulis dapat menyimpulkan bahwa keputusan taktis merupakan tindakan keputusan yang dibuat berdasarkan dari berbagai jenis alternatif dan memiliki kriteria tertentu yang bertujuan akan membuat keunggulan kompetitif bagi perusahaan dalam jangka panjang.

## 2.8 Metode Perhitungan Penyusutan Aset Tetap

Menurut Suharli (2006: 259) menyatakan aset tetap disebut juga *plant asset* atau *fixed assets* dan mendefinisikannya sebagai berikut: Harta berwujud (*tangible asset*) yang memiliki masa manfaat ekonomis lebih dari satu tahun bernilai

material, dan digunakan untuk kegiatan operasi normal perusahaan dan merupakan pengeluaran yang nilainya besar atau material.

Menurut Hery (2014:279-290) 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 setiap tahun berikutnya. Rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Tarif Penyusutan} &= \frac{n(n+1)}{2} \\ \text{Beban Penyusutan} &= \frac{\text{Sisa Umur Aktiva}}{\text{Tarif}} (HP - NS) \end{aligned}$$

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 :

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

5. Penyusutan dengan menggunakan metode unit produksi (*Productive Output Method*), didasarkan pada anggapan 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 :

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