

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Akuntansi Manajemen

Pengguna internal membutuhkan informasi untuk perencanaan, pengendalian operasi perusahaan dan pengalokasian sumber daya perusahaan. Oleh karena itu informasi yang disajikan harus tepat waktu agar manajemen dapat mengendalikan operasi perusahaan dengan baik dan membuat keputusan-keputusan yang penting. Agar pengguna internal dapat memperoleh informasi tersebut maka dibutuhkan suatu bidang akuntansi yaitu akuntansi manajemen. Akuntansi Manajemen adalah suatu bidang dalam akuntansi yang fokus pada pengumpulan, analisis, dan pelaporan informasi keuangan yang relevan untuk membantu manajer dalam mengambil keputusan yang lebih baik dalam menjalankan fungsi manajerial organisasi (Ahmad dkk, 2023:1).

Selanjutnya jika melihat hasil pelaporan yang diperlukan manajemen tidak hanya laporan masa lalu tetapi juga meliputi proyeksi masa depan, maka akuntansi manajemen didefinisikan sebagai berikut. Kamaruddin (2017:5) menyatakan Akuntansi Manajemen adalah penerapan teknik-teknik dan konsep yang tepat dalam pengolahan data ekonomi historikal dan yang diproyeksikan darisuatu satuan usaha untuk membantu manajemen dalam penyusunan rencana untuk tujuan-tujuan ekonomi yang rasional dan dalam membuat keputusan-keputusan rasional dengan suatu pandangan ke arah pencapaian tujuan tersebut. Dapat dinyatakan bahwa akuntansi manajemen adalah proses mengidentifikasi, mengelola dan melaporkan informasi keuangan yang digunakan oleh manajemen untuk merencanakan, mengendalikan, dan mengambil keputusan agar tercapai tujuan tersebut.

2.2 Pengertian dan Klasifikasi Biaya

2.2.1 Pengertian Biaya

Untuk dapat lebih memahami mengenai akuntansi manajemen, diperlukan pemahaman mengenai biaya agar dapat membantu perusahaan dalam mengembangkan perusahaan. Biaya adalah pengorbanan sumber daya yang diukur dalam satuan uang, yang mana hal tersebut telah terjadi atau kemungkinan akan

terjadi dalam upaya perusahaan untuk memperoleh barang atau jasa. (Purwaji dkk, 2023:8). Sedangkan (Febriantoko dkk, 2022:26) menyatakan Biaya adalah Kos (*cost*) adalah sejumlah modal yang dikorbankan guna untuk mendapatkan sumber daya yang diharapkan mampu memberikan sejumlah manfaat untuk sekarang atau pada masa yang akan datang. Kos dapat bertransformasi menjadi biaya (*expense*) ketika sumber daya tersebut telah digunakan sedangkan bagi kos yang belum dimanfaatkan akan dinilai sebagai asset perusahaan. Biaya digunakan dalam perusahaan untuk menghasilkan pendapatan bagi perusahaan.

Berdasarkan beberapa definisi mengenai biaya dapat diketahui bahwa biaya adalah suatu pengorbanan dalam bentuk satuan kas yang dikeluarkan di masa sekarang guna tercapainya suatu tujuan dan keberlangsungan suatu usaha di masa yang akan mendatang.

2.2.2 Klasifikasi Biaya

Biaya berkaitan dengan semua jenis organisasi bisnis, non-bisnis, manufaktur, eceran maupun jasa (Purwaji dkk, 2023:15) antara lain:

1. Klasifikasi biaya berdasarkan fungsi perusahaan

a. Biaya Produksi

Biaya produksi adalah biaya yang terkait dengan fungsi produksi, yaitu biaya yang timbul dalam pengolahan bahan menjadi produk jadi sampai akhirnya produk tersebut siap untuk dijual. Biaya produksi memiliki tiga elemen, yaitu biaya bahan, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Biaya bahan adalah biaya dari suatu komponen yang digunakan dalam proses produksi, yang mana pemakaiannya dapat ditelusuri atau diidentifikasi dan merupakan bagian integral dari suatu produk tertentu. Biaya tenaga kerja langsung adalah biaya atau pengorbanan sumber daya atas kinerja karyawan bagian produksi yang manfaatnya dapat ditelusuri. Biaya *overhead* pabrik adalah biaya produksi yang tidak dapat ditelusuri atau diidentifikasi secara langsung pada suatu produk.

b. Biaya non produksi

Biaya non produksi adalah biaya yang dikeluarkan tidak memiliki keterkaitan dengan proses produksi. Biaya non produksi memiliki dua elemen, yaitu beban pemasaran, serta beban administrasi umum.

1. Beban pemasaran adalah beban yang terkait dengan fungsi pemasaran dalam rangka memasarkan suatu produk, mulai dari persiapan penjualan barang/jasa kepada pelanggan sampai pascajual.

2. Beban administrasi dan umum adalah beban yang terkait dengan

fungsi administrasi dan umum dalam rangka kelancaran perencanaan, koordinasi, pengarahan, dan pengendalian suatu perusahaan.

2. Klasifikasi biaya berdasarkan aktivitas
 - a. Biaya tetap
Biaya tetap adalah biaya yang mana total biaya tidak berubah terhadap perubahan aktivitas dalam rentang yang relevan.
 - b. Biaya variabel
Biaya variabel adalah biaya yang mana total biaya berubah secara proporsional terhadap perubahan aktivitas dalam rentang yang relevan.
 - c. Biaya semi variabel
Biaya semi variabel adalah biaya yang mana total biaya berubah tetapi perubahannya tidak proporsional terhadap perubahan aktivitas dalam rentang yang relevan.
3. Klasifikasi biaya berdasarkan objek biaya
 - a. Biaya langsung
Biaya langsung adalah biaya yang dapat ditelusuri atau diidentifikasi secara langsung ke dalam objek biaya, sehingga yang menjadi dasar pembebanan biaya langsung ke dalam objek biaya adalah penelusuran biaya.
 - b. Biaya tidak langsung
Biaya tidak langsung adalah biaya yang tidak dapat ditelusuri atau diidentifikasi secara langsung ke dalam objek biaya atau manfaat dari biaya tersebut dinikmati oleh beberapa objek biaya, sehingga yang menjadi dasar pembebanan biaya yang tidak langsung ke dalam objek biaya adalah alokasi biaya.
4. Klasifikasi biaya berdasarkan departemen
 - a. Departemen produksi
Departemen produksi adalah departemen yang secara langsung mengolah bahan menjadi produk jadi.
 - b. Departemen jasa
Departemen jasa adalah departemen yang tidak melakukan proses produksi. Fungsi dari departemen jasa adalah memberikan pelayanan dan membantu kelancaran departemen departemen lain, baik departemen produksi maupun departemen jasa lainnya.
5. Klasifikasi biaya berdasarkan waktu pembebanan
 - a. Biaya produk
Biaya produk adalah seluruh biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh, mendapatkan, atau memproduksi suatu produk.
 - b. Biaya periode
Biaya periodik adalah seluruh biaya yang tidak termasuk sebagai biaya produk, yang mana biaya ini akan diperhitungkan dengan pendapatan penjualan dalam laporan laba rugi berdasarkan periode terjadinya.

6. Klasifikasi biaya berdasarkan pengendalian manajemen
 - a. Biaya terkendalikan
Biaya terkendalikan adalah biaya yang secara signifikan dapat dipengaruhi dan dikendalikan oleh manajemen pada periode tertentu.
 - b. Biaya tidak terkendalikan
Biaya tidak terkendalikan adalah biaya yang secara signifikan tidak dapat dipengaruhi dan dikendalikan oleh manajemen pada periode tertentu.
7. Klasifikasi biaya berdasarkan pengambilan keputusan
 - a. Biaya relevan
Biaya relevan adalah biaya yang akan terjadi di masa yang akan datang dan memiliki perbedaan dengan berbagai alternatif keputusan.
 - b. Biaya tidak relevan
Biaya tidak relevan adalah biaya yang tidak dapat memengaruhi aktivitas pengambilan keputusan, oleh karena itu jenis biaya ini tidak perlu dipertimbangkan.

Klasifikasi biaya adalah proses pengelompokan atas keseluruhan elemen-elemen biaya secara sistematis ke dalam golongan tertentu untuk dapat memberikan informasi biaya yang lengkap bagi pimpinan perusahaan dalam mengelola dan menyajikan fungsinya (Ayu dkk, 2022:16).

Berdasarkan uraian di atas dapat diketahui bahwa klasifikasi biaya ditujukan untuk mempermudah manajemen dalam melakukan pengendalian terhadap biaya-biaya produksi. Pengklasifikasian biaya ini juga memberikan informasi biaya yang berguna untuk menentukan baik harga pokok produksi maupun harga pokok penjualan suatu produk.

2.3 Harga Pokok Produksi Pesanan

2.3.1 Pengertian Harga Pokok Produksi Pesanan

Perusahaan yang aktivitas produksi 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. Harga Pokok Produksi adalah jumlah seluruh biaya produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik (Sujarweni, 2020:28).

Berdasarkan pengertian harga pokok pesanan yang dikemukakan, dapat diketahui bahwa mengenai harga pokok pesanan bahwa kegiatan produksi berdasarkan pesanan dimulai dengan adanya pesanan dari konsumen kemudian dibuat perintah produksi (*Production Order*) untuk melaksanakan kegiatan produksi tersebut sesuai dengan keinginan konsumen.

2.3.2 Prosedur Penentuan Harga Pokok Produksi Pesanan Berdasarkan Metode Harga Pokok Pesanan

Prosedur penentuan harga pokok produksi berdasarkan metode harga pokok pesanan (Mulyadi, 2018:17) antara lain:

1. Mengumpulkan akuntansi biaya bahan meliputi prosedur pembelian sampai dengan pemakaian bahan baku didalam pabrik.
2. Mengumpulkan akuntansi biaya tenaga kerja. Pencatatan biaya tenaga kerja dilakukan melalui tahap tahap yaitu pencatatan biaya tenagakerja yang terutang, pencatatan distribusi biaya tenaga kerja. pencatatan pembayaran gaji dan upah.
3. Mengumpulkan akuntansi biaya overhead pabrik. Akuntansi biaya merupakan pencatatan biaya overhead pabrik menjadi dua bagian yaitu pencatatan biaya overhead pabrik yang dibebankan kepada produk berdasarkan tarif yang ditentukan dimuka dan pencatatan biaya overhead pabrik yang sesungguhnya terjadi.
4. Prosedur akuntansi produk selesai dan produk dalam proses periode yang terdiri dari pencatatan harga pokok jadi.
5. Prosedur akumulasi penjualan yang terdiri dari pencatatan pendapatan penjualan produk dan pencatatan harga pokok penjualan.

Berdasarkan teori diatas, maka prosedur penentuan harga pokok produksi berdasarkan pesanan dimulai dengan mengumpulkan akuntansi biaya bahan, biaya tenaga kerja, biaya overhead dan prosedur akuntansi produk selesai dan produk dalam proses periode yang terdiri dari pencatatan harga pokok jadi sampai dengan prosedur akumulasi penjualan yang terdiri dari pencatatan pendapatan penjualan produk dan pencatatan harga pokok penjualan.

2.4 Pengambilan Keputusan Taktis

2.4.1 Pengertian Keputusan Taktis

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 (Aprilia, 2022:13). Sedangkan (Satriatama, 2022:24) menyatakan keputusan taktis adalah suatu langkah yang dilakukan manajemen atau pihak yang berwenang dalam pembuatan keputusan, yang keputusan itu sendiri hasil dari pemilihan beberapa alternatif yang tadinya dianggap efektif, dan dari beberapa alternatif tersebut diambil yang paling baik dan relevan.

Berdasarkan uraian di atas dapat diketahui bahwa keputusan taktis merupakan keputusan yang diambil manajemen perusahaan untuk kepentingan yang bersifat jangka pendek. Meskipun keputusan taktis ditujukan untuk kepentingan jangka pendek, namun harus ditekankan bahwa keputusan jangka pendek seringkali memiliki konsekuensi jangka panjang.

2.4.2 Langkah-Langkah Pengambilan Keputusan Taktis

Untuk memecahkan suatu masalah dalam sebuah perusahaan diperlukan pengambilan keputusan yang cepat. Keputusan taktis merupakan keputusan yang tepat untuk mengatasi masalah yang bersifat jangka pendek ini. Berikut langkah-langkah yang menjelaskan proses pengambilan keputusan taktis (Krismiaji & Aryani, 2019:47) adalah:

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.

Berikut langkah-langkah dalam proses pembuatan keputusan taktis (Nasser & Annam, 2021:9) antara lain:

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 yang relevan dari setiap alternatif yang terjadi.
Pada tahap ini, berbagai biaya yang tidak relevan adalah biaya di masa yang akan datang dapat berubah disetiap 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 di ukur dan dinyatakan dengan uang, namun semikian 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.

Berdasarkan uraian di atas maka dapat diketahui bahwa syarat pesanan khusus adalah harga jual di bawah harga jual normal dan hanya bisa menerima pesanan khusus jika perusahaan mempunyai kapasitas menganggur dan langkah-langkah dalam 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.

2.5 Biaya dalam Membuat Keputusan

Untuk membuat keputusan, manajemen membutuhkan 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 dalam pengambilan keputusan. Biaya dalam pembuatan keputusan (Siregar dkk., 2019:81) terdiri dari:

1. **Biaya Relevan dan Pendapatan Relevan**
Biaya relevan adalah biaya masa depan yang berbeda antara satu alternatif dan alternatif lainnya. Berikut dua kriteria biaya relevan tersebut:

- a. Biaya masa depan, berarti biaya tersebut belum terjadi. Biaya yang sudah terjadi bukan merupakan biaya yang relevan.
 - b. Biaya berbeda antar-alternatif, berarti bahwa suatu elemen biaya tertentu tidak memiliki jumlah yang sama antar-alternatif.
2. **Biaya Diferensial dan Pendapatan Diferensial**
Biaya Diferensial adalah biaya yang berbeda-beda antar alternatif keputusan. Sedangkan pendapatan differensial adalah pendapatan yang berbeda antar-alternatif.
 3. **Biaya Kesempatan**
Biaya kesempatan adalah manfaat yang dikorbankan saat satu alternatif keputusan dipilih dan mengabaikan alternatif lainnya.
 4. **Biaya Terbenam**
Biaya Terbenam adalah biaya yang sudah terjadi dan keputusan depan tidak lagi dapat mengubah biaya tersebut.

Berdasarkan uraian di atas dapat diketahui terdapat beberapa macam biaya yang dapat digunakan dalam pengambilan keputusan, salah satunya adalah biaya relevan dan tidak relevan. Kriteria biaya yang dapat digunakan dalam pengambilan keputusan salah satunya yaitu biaya tersebut belum terjadi dan berbeda antar alternatif.

2.6 Konsepsi Biaya Relevan dan Biaya Tidak Relevan

Biaya relevan (*relevant cost*) merupakan biaya yang terjadi pada suatu alternatif tindakan tertentu, tetapi tidak terjadi pada alternatif tindakan lain. Biaya relevan akan mempengaruhi pengambilan keputusan, oleh karena itu biaya relevan harus dipertimbangkan dalam pembuatan keputusan (Ayu dkk, 2022:38). Sedangkan (Santoso dkk, 2023:51) menyatakan biaya yang relevan adalah biaya yang dapat dihindari karena, dengan mengambil keputusan tertentu, kita dapat menghindari biaya tersebut. Biaya yang relevan mungkin, dan bagaimanapun, adalah *opportunity cost*. *Opportunity cost* bukanlah biaya yang dibayarkan secara tunai. *Opportunity cost* berkaitan dengan hilangnya arus kas masa depan yang terjadi sebagai akibat dari membuat keputusan tertentu.

Berdasarkan uraian di atas dapat diketahui bahwa keputusan yang diambil oleh manajemen, berhubungan dengan masa depan perusahaan. Dengan demikian, hanya masa depan saja yang relevan bagi sebuah keputusan. Selain itu untuk dapat disebut relevan, biaya tersebut harus berbeda dari satu alternatif dengan alternatif yang lainnya. Jika biaya masa depan jumlahnya sama pada berbagai alternatif,

maka biaya tersebut tidak memiliki pengaruh pada keputusan. Biaya yang tidak memiliki pengaruh pada keputusan disebut dengan biaya tidak relevan (*irrelevant cost*).

Biaya tidak relevan (*irrelevant cost*) merupakan biaya yang tidak berbeda di antara alternatif tindakan yang ada (Ayu dkk, 2022:40). Sedangkan (Santoso dkk, 2023:45) menyatakan bahwa biaya yang tidak dapat dihindari tidak relevan karena, terlepas dari apa keputusan yang akan diambil, pengambil keputusan akan tetap mengeluarkan biayanya. Biaya tidak relevan adalah biaya yang tidak bergantung pada berbagai keputusan atau alternatif. Biaya yang tidak berubah dan selalu sama. Biaya tidak relevan biaya yang tidak dapat dihindari juga tidak relevan. Biaya yang dikatakan tidak relevan apabila memiliki pengaruh terhadap pengambilan keputusan.

2.7 Manfaat Penggunaan Biaya

Dalam pengambilan keputusan yang hanya menyangkut dua macam alternatif, alternatif pertama diperlakukan sebagai status quo, sedangkan alternatif yang lain adalah sebagai usulan. Alternatif usulan mempunyai biaya relevan yang lebih rendah dibanding dengan biaya relevan alternatif status quo, maka alternatif usulan dapat diterima dengan anggapan informasi non kuantitatif tidak berlawanan dengan manfaat penghematan biaya tersebut.

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 (Qoirunnisa & Septiana, 2020:14).

2.8 Aplikasi Biaya Relevan Dalam Pengambilan Keputusan

Analisis biaya relevan banyak memberikan manfaat bagi para pemilik perusahaan karena dapat mengatasi permasalahan manajerial. Dalam analisis ini biasanya menyelesaikan beberapa persoalan manajerial (Garaika & Feriyana, 2020:76) menyatakan bahwa penerapan biaya relevan dalam pengambilan keputusan dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Membeli atau Membuat sendiri Membeli atau membuat sendiri seringkali dihadapi oleh manajerial perusahaan ketika di satu sisi perusahaan mampu untuk memproduksi seluruh komponen produk tersebut namun di sisi lain komponen produk ada yang tersedia di pasar
2. Menjual atau memproses lebih lanjut suatu produk menjual atau memproses lanjut suatu produk ini terjadi ketika perusahaan menghasilkan secara bersama-sama suatu produk dengan menggunakan bahan baku atau dari satu produksi yang sama. Produk jenis ini biasanya disebut joint products atau co products. Biaya dalam produksi ini sebelum titik pemisahan (split of point) disebut joint cost. Untuk produk yang diproses lebih lanjut akan memerlukan biaya tambahan dalam proses produksi dan setelah produksi ini produk tersebut dapat dijual dengan harga yang lebih tinggi dibandingkan harga jual produk yang langsung dijual.
3. Menghentikan produk atau departemen yang tidak menguntungkan jenis aplikasi biaya relevan ini membahas mengenai penambahan atau pemberhentian produk atau departemen tertentu haruslah mempertimbangkan apakah produk atau departemen tersebut akan memberikan peningkatan laba kepada perusahaan.
4. Menerima atau menolak suatu pesanan khusus keputusan ini seringkali membuat manajer ragu untuk menerima atau menolak suatu pesanan khusus dikarenakan ada pertimbangan saat menentukan keputusan ini. Pesanan khusus ini adalah pesanan diluar penjualan normal, seringkali untuk pesanan khusus ini harga yang ditetapkan dibawah dari harga jual normal.

Berdasarkan uraian di atas dapat diketahui bahwa aplikasi biaya relevan terdapat empat jenis yaitu membeli atau membuat sendiri, menjual atau memproses lebih lanjut suatu produk, menghentikan produk atau departemen yang tidak menguntungkan, dan menerima atau menolak pesanan khusus.

2.9 Pesanan Khusus

2.9.1 Pengertian Pesanan Khusus

Salah satu cara penjualan perusahaan percetakan yaitu penjualan berdasarkan pesanan. Semakin banyak pesanan yang diterima perusahaan, maka semakin banyak pendapatan yang akan diperoleh perusahaan. Penjualan berdasarkan pesanan dapat menjadi salah satu pilihan untuk meningkatkan laba disaat perusahaan memproduksi dibawah kapasitas produksi biasa. Akibat penjualan berdasarkan pesanan, perusahaan terkadang mendapatkan tawaran berupa pesanan khusus. Pesanan khusus (*speciar order*) adalah pesanan yang spesifik dan tidak

terjadi secara rutin dalam bisnis. Pesanan ini sering kali merupakan permintaan pelanggan untuk produk atau jasa yang tidak tersedia secara umum dan harga di bawah normal dalam jumlah banyak (Alfaried, 2023:14). Sedangkan (Aprilia, 2022:16) menyatakan Pesanan khusus adalah pesanan satu kali yang tidak dianggap sebagai bagian dari bisnis yang berkelanjutan dan normal bagi perusahaan.

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat diketahui bahwa pesanan khusus adalah pesanan yang diterima oleh perusahaan diluar dari produksi normal perusahaan, kemudian konsumen seringkali meminta harga di bawah harga jual normal dan akan menguntungkan sejauh peningkatan pendapatan masih lebih besar dibanding peningkatan biaya yang harus dikeluarkan akibat pesanan khusus tersebut. Biaya dalam pengambilan keputusan maka dapat dilakukan dengan mengumpulkan dahulu semua biaya, kemudian mengklasifikasikan biaya-biaya yang termasuk biaya relevan atau biaya tidak relevan, lalu menghitung laporan laba rugi tiap bagian yang ada, dan membuat analisa pesanan khusus yang akan diterima atau ditolak.

2.9.2 Keputusan Menerima dan Menolak Pesanan Khusus Dengan Menggunakan Analisis Biaya Relevan

Menerima atau menolak pesanan khusus adalah dua alternatif yang adakalanya dihadapi oleh manajemen (Siregar dkk, 2019:89). Pesanan khusus adalah pesanan di luar penjualan normal, biasanya dengan harga lebih rendah dari penjualan normal. Keputusan tentang harga jual produk (jasa) dalam jangka panjang harus mendasarkan pada pertimbangan *full cost*. Namun dalam jangka pendek penentuan harga jual dapat mempertimbangkan *diferensial cost*.

Pengambilan keputusan menerima atau menolak pesanan khusus biaya *diferensial* yang relevan adalah pendapatan *diferensial* dan biaya *diferensial*. Jika pendapatan *diferensial* (yaitu tambahan biaya karena memenuhi pesanan khusus tersebut maka pesanan khusus sebaiknya diterima). Dilain pihak, jika pendapatan *diferensial* lebih rendah dibandingkan dengan biaya *diferensial*, maka pesanan khusus sebaiknya ditolak.