

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Biaya

2.1.1 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 Purba & Novdin (2021:1) “Biaya (*cost*) adalah pengorbanan ekonomis yang dapat diukur dengan satuan uang untuk memperoleh barang maupun jasa dan diharapkan bermanfaat di masa kini dan di masa yang akan datang”.

Sedangkan menurut Harahap dan Tukino (2020:1) “Biaya adalah pengorbanan yang dilakukan dengan berkurangnya asset atau bertambahnya kewajiban dalam memproses produksi yang diukur dengan satuan keuangan”

Berdasarkan pengertian tersebut, maka biaya dapat diartikan sebagai pengorbanan secara ekonomis yang diukur dalam satuan mata uang digunakan untuk memperoleh suatu barang atau jasa yang dapat memberikan manfaat di masa yang akan datang.

2.1.2 Klasifikasi biaya

Agar memberikan informasi yang akurat, ringkas dan sistematis biaya perlu diklasifikasikan. 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 (2020:57), biaya diklasifikasikan menjadi beberapa jenis, yaitu sebagai berikut:

1. Berdasarkan Pengelompokan Biaya
 - a. Biaya Pabrikasi/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.

2.2 Pesanan Khusus

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

Menurut Samryn (2015:333), 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.

2.3 Biaya Relevan

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 Nurbawani (2021:74), menyatakan bahwa:

“Biaya diferensial adalah berbagai perbedaan biaya diantara sejumlah alternatif pilihan yang dapat digunakan oleh perusahaan atau merupakan berbagai kemungkinan yang dapat terjadi dan dapat digunakan oleh perusahaan dalam menghitung biaya yang digunakan atau merupakan biaya yang berbeda dalam suatu kondisi, dibandingkan dengan kondisi yang lain dan lazim disebut dengan biaya relevan (*relevant cost*)”.

Contohnya Harga bahan baku untuk produk baru yang ingin diperkenalkan. Jika harga bahan baku meningkat, biaya produksi akan naik, dan hal ini relevan dalam menentukan apakah produk tersebut akan menguntungkan atau tidak. Sedangkan Menurut Husain (2022:12) :

“Biaya berdasarkan pengambilan keputusan Biaya Relevan (*Relevant Cost*) merupakan biaya yang relevan atau berpengaruh terhadap pengambilan keputusan, oleh karena itu biaya tersebut harus diperhitungkan di dalam pengambilan keputusan”.

Menurut Husain (2022:13), yang meliputi biaya relevan adalah:

- a. *Imputed Cost* merupakan biaya semu yang sering kali harus dipertimbangkan untuk perbandingan dan analisa biaya, contoh: gaji pemilik.
- b. *Incremental Cost* merupakan biaya tambahan yang tidak akan dikeluarkan apabila terdapat pemilihan alternatif yang tidak dipilih atau sebaliknya akan mengeluarkan biaya tambahan akibat pemilihan alternatif. contoh penjual bakso atau sate jika menerima pesanan maka akan mengeluarkan tambahan biaya untuk memproduksi pesanan tersebut.
- c. *Differensial Cost* merupakan biaya peluang dengan penghasilan yang dikorbankan sebagai akibat mengambil keputusan tertentu atau perolehan pendapatan yang tidak terjadi karena pemilihan alternatif, contoh: mempunyai mobil, apakah mobil tersebut akan digunakan

sendiri atau disewakan.

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.

Menurut Hasibuan & Rahmad (2021:138) karakteristik biaya relevan, yaitu:

- 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.

Menurut Ari Purwanti (2023:72) :

“analisis biaya relevan dibutuhkan dengan mempertimbangkan biaya variabel yang harus ditanggung untuk pesanan khusus. Analisis biaya relevan, dilakukan dengan menganalisis total biaya variabel yang terkait dengan pesanan khusus”.

Ari Purwanti (2023:72), menyatakan bahwa biaya variabel yang terkait meliputi:

- a. Biaya bahan baku, yaitu biaya untuk membeli atau memproduksi bahan baku yang dibutuhkan untuk pesanan Khusus, membutuhkan spesifikasi khusus atau tidak.
- b. Biaya Tenaga kerja, yaitu biaya yang terkait dengan upah dan gaji pekerja yang terlibat dalam memproduksi atau menyediakan pesanan khusus.
- c. Biaya overhead, yaitu biaya produksi tambahan seperti biaya-biaya desain khusus atau biaya utilitas yang harus diperhitungkan atas pesanan khusus.

2.3.1 Biaya Tidak Relevan

Menurut Ida Ayu Nursanty, dkk (2022:32) :

“Biaya tidak relevan (*inrelevant cost*) merupakan biaya yang tidak berbeda di antara alternatif tindakan yang ada. Biaya tidak relevan tidak mempengaruhi pengambilan keputusan dan akan tetap sama jumlahnya tanpa memerhatikan alternatif yang dipilih”.

Oleh karena itu biaya tidak relevan tidak harus dipertimbangkan dalam pembuatan keputusan. Terdapat dua kriteria biaya relevan, yaitu biaya masa depan yang berarti biaya tersebut belum tentu terjadi, dan Biaya berbeda antara alternatif. Contoh biaya yang tidak relevan adalah biaya tetap yang tidak dipengaruhi oleh jumlah produksi seperti biaya penyusutan gedung atau biaya bunga pinjaman yang sudah dibayar

Menurut Husain (2022:12), 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 PBB, biaya riset.
- b. Biaya Tunai (*Out Of Pocket Cost*) merupakan biaya yang membutuhkan pengeluaran kas di masa mendatang akibat keputusan sekarang atau keputusan yang akan datang.

2.3.2 Manfaat Biaya Relevan

Terdapat kemungkinan beberapa persoalan yang akan dihadapi Perusahaan jika tidak menerapkan biaya relevan, seperti dapat berakibat pada pemilihan jalan keluar dan Keputusan yang salah oleh pihak manajemen. Menurut Rudianto (2015:66) “Penggunaan biaya relevan didalam penyelesaian berbagai persoalan yang akan dihadapi Perusahaan sangat bermanfaat bagi pengambilan Keputusan Perusahaan”. Tidak setiap persoalan biaya diperusahaan dapat diselesaikan dengan metode biaya relevan, tetapi terdapat persoalan yang dapat diselesaikan menggunakan metode ini, diantaranya:

1. Menerima pesanan tambahan
2. Menurunkan harga pesanan khusus
3. Keputusan untuk memproduksi sendiri atau membeli
4. Keputusan untuk menutup fasilitas
5. Keputusan untuk menghentikan produk tertentu
6. Keputusan menerima atau menolak

2.4 Pengambilan Keputusan Taktis

2.4.1 Pengertian Pengambilan Keputusan Taktis

Pengambilan keputusan taktis merupakan pemilihan untuk membuat suatu keputusan dari berbagai pilihan dalam suatu keadaan yang sedang terjadi dilapangan dengan hasil yang didapatkan secara langsung. Keputusan taktis biasanya dibuat untuk tujuan jangka pendek, tetapi kadang-kadang mereka juga memiliki pengaruh jangka panjang. 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.

2.4.2 Langkah – Langkah Pengambilan Keputusan Taktis

Dalam membuat keputusan, manajemen memerlukan 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.

(Sujarweni, 2019:14), biaya-biaya yang dapat digunakan untuk membuat keputusan adalah sebagai berikut:

- a. Biaya relevan: biaya yang harus direncanakan terlebih dahulu karena biaya ini akan mempengaruhi pengambilan keputusan perusahaan di masa mendatang. Biaya relevan bisa disebut sebagai biaya diferensial yaitu biaya yang mempunyai alternatif berbeda-beda.
- 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.

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 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.

Penulis dapat menuliskan 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.

2.5 Aplikasi Biaya Relevan dalam Pengambilan Keputusan

Menurut Purba & Novdin (2021:200), “Mengidentifikasi biaya relevan dan tidak relevan dalam pengambilan keputusan sangat diperlukan agar keputusan yang diambil bermanfaat bagi perusahaan baik pada masa kini maupun pada masa yang akan datang”.

Sedangkan menurut Ida Ayu Nursanty, dkk (2022:171) Aplikasi biaya relevan dalam pengambilan keputusan taktis adalah:

- a. Keputusan untuk membeli atau membuat sendiri.
- b. Keputusan menerima atau menolak pesanan khusus.
- c. Keputusan untuk menghentikan atau melanjutkan suatu segmen.
- d. Keputusan untuk menjual atau memproses lebih lanjut.
- e. Keputusan bauran produk.

Terdapat tiga alasan pembuatan keputusan memerlukan biaya relevan dalam mengambil Keputusan, yaitu:

1. Tidak semua biaya merupakan biaya relevan. Informasi biaya yang tidak relevan dapat diabaikan dalam pembuatan keputusan tertentu karena yang diperlukan adalah biaya yang relevan saja.
2. Produksi merupakan informasi yang mahal. Apabila akuntan manajemen hanya menyediakan biaya relevan saja, maka ia dapat mengurangi aktivitas pengumpulan dan pengolahan informasi. Selain itu, akuntan manajemen juga dapat menghemat waktu, perlengkapan, dan sumber daya lain dalam memasok informasi.
3. Kemampuan kognitif yang terbatas. Terlalu banyak informasi dapat menyebabkan pembuat keputusan menjadi kurang rasional. Hal tersebut disebabkan oleh sulitnya pembuat keputusan dalam mengorganisasikan dan menggunakan informasi yang berlebihan.

Berdasarkan penjelasan tersebut, Biaya relevan yang diterapkan akan membantu pengambilan keputusan perusahaan. Alternatif ini berdampak pada laba perusahaan jika menerima pesanan khusus, kemudian perusahaan akan mempertimbangkan biaya relevan yang akan menentukan apakah pesanan khusus diterima atau ditolak.

2.5.1 Langkah – Langkah dalam pengambilan Keputusan menerima atau menolak pesanan khusus dengan menggunakan analisis biaya relevan

Menurut Ari Purwanti (2023:72), “Analisis biaya relevan dibutuhkan dengan mempertimbangkan biaya variabel yang harus ditanggung untuk pesanan khusus tersebut”. Pesanan khusus harus dapat menutup biaya variabel yang dikeluarkan. Dengan menggunakan analisis ini, perusahaan dapat mengevaluasi apakah pesanan khusus tersebut akan menghasilkan keuntungan yang memadai atau dapat menimbulkan kerugian. Berikut langkah-langkah analisis diferensial untuk pengambilan keputusan apakah akan menerima atau menolak pesanan khusus dengan menggunakan analisis biaya relevan :

1. Analisis terhadap pendapatan dari pesanan Khusus dilakukan agar perusahaan tidak salah dalam pengambilan keputusan. Komponen yang dianalisis, antara lain:
 - a. Harga jual pesanan Khusus tidak disarankan lebih rendah dari total biaya variabel yang dibutuhkan untuk melakukan proses produksi.
 - b. Volume tau jumlah pesanan Khusus tidak melebihi kapasitas normal perusahaan, yang dapat berpengaruh terhadap pengeluaran biaya tetap perusahaan.
2. Biaya variabel yang terkait:
 - a. Biaya bahan baku, yaitu biaya untuk membeli atau memproduksi bahan baku yang dibutuhkan untuk pesanan Khusus, membutuhkan spesifikasi khusus atau tidak.
 - b. Biaya Tenaga kerja, yaitu biaya yang terkait dengan upah dan gaji pekerja yang terlibat dalam memproduksi atau menyediakan pesanan khusus.
 - c. Biaya overhead, yaitu biaya produksi tambahan seperti biaya-biaya

desain khusus atau biaya utilitas yang harus diperhitungkan atas pesanan khusus.

3. Biaya tetap yang dapat dihindari, yaitu biaya tetap yang tidak berubah terlepas dari pesanan khusus, maka tidak menjadi faktor pertimbangan karena tidak akan berubah akibat penerimaan atau penolakan pesanan khusus tersebut.
4. Analisis biaya relevan, dilakukan dengan menganalisis total biaya variabel yang terkait dengan pesanan khusus.
5. Menganalisis keputusan:
 - a. Jika total biaya relevan kurang dari pendapatan dari pesanan Khusus, maka pesanan khusus tersebut dapat diterima.
 - b. Jika total biaya relevan lebih besar dari pendapatan dari pesanan khusus, maka pesanan khusus tersebut harus ditolak.

Berikut contoh analisis biaya relevan dalam pengambilan keputusan menerima atau menolak pesanan khusus yang telah diuraikan oleh Ari Purwanti (2023:72), PT Shoesindo adalah produsen sepatu yang mempunyai kapasitas normal produksi 1.000 pasang sepatu dengan harga penjualan Rp150.000 per pasang. Selama 2023, perusahaan hanya memproduksi 800 pasang sepatu. Pada Juli 2023 perusahaan menerima pesanan khusus sebanyak 200 pasang sepatu dengan harga pesanan khusus Rp130.000 per pasang. Berikut ini informasi data biaya yang terkait dengan proses produksi.

- a. Biaya bahan baku per pasang sepatu adalah Rp 45.000
- b. Biaya tenaga kerja per pasang sepatu adalah Rp 40.000
- c. Biaya *overhead* per pasang sepatu adalah Rp 15.000
- d. Biaya tetap, terdiri atas biaya administrasi umum Rp 5.000.000 dan biaya penjualan Rp 8.000.000.

Berdasarkan data tersebut apakah perusahaan akan menerima pesanan khusus sebanyak 200 pasang tersebut?

Penyelesaian:

PT Shoesindo melakukan analisis diferensial atas kasus tersebut. Sebelum melakukan analisis diferensial, terlebih dahulu perlu dihitung biaya variabel per pasang sepatu sebagai berikut.

| | |
|--|-------------------|
| Biaya bahan baku | Rp 45.000 |
| Biaya tenaga kerja | Rp 40.000 |
| Biaya <i>overhead</i> | <u>Rp 15.000</u> |
| Total biaya variabel per pasang | Rp 100.000 |

Analisi diferensial yang dilakukan disajikan dalam tabel berikut ini:

| PT SHOESINDO | | | |
|---|------------------------------------|-----------------------------------|--|
| ANALISIS DIFERENSIAL ATAS PESANAN KHUSUS JULI 2023 | | | |
| (dalam Rupiah) | | | |
| | Menerima Pesanan Khusus | Menolak Pesanan Khusus | Analisis Diferensial (Beda) |
| Penjualan: | | | |
| Normal: 800 pasang x 150.000 | 120.000.000 | 120.000.000 | - |
| Pesanan khusus: 200 pasang x 130.000 | 26.000.000 | - | 26.000.000 |
| | 146.000.000 | 120.000.000 | 26.000.000 |
| Biaya Variabel: | | | |
| Normal: 800 pasang x 100.000 | 80.000.000 | 80.000.000 | - |
| Pesanan khusus: 200 pasang x Rp 100.000 | 20.000.000 | - | 20.000.000 |
| Total biaya variable | 100.000.000 | 80.000.000 | 20.000.000 |
| Margin kontribusi | 46.000.000 | 40.000.000 | 6.000.000 |
| Biaya Tetap: | | | |
| Administrasi Umum | 5.000.000 | 5.000.000 | - |
| Penjualan | 8.000.000 | 8.000.000 | - |

| | | | |
|--------------------------|-------------------|-------------------|------------------|
| Total biaya tetap | 13.000.000 | 13.000.000 | - |
| Laba neto | 33.000.000 | 27.000.000 | 6.000.000 |

Sumber: Ari Purwanti (2023:72)

Kesimpulannya, berdasarkan analisis diferensial tersebut, maka PT Shoesindo sebaiknya menerima pesanan khusus, karna harga pesanan khusus yang diminta masih diatas biaya variabel yang digunakan. Untuk proses produksi, jadi masih dapat menaikkan margin kontribusi, jadi masih didapur. Jika perusahaan menolak pesanan khusus, maka akan kehilangan *oppportunity out* sebesar Rp 6.000.000.