

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pengertian dan Klasifikasi Biaya

2.1.1 Pengertian Biaya

Dalam memperhitungkan Harga pokok produksi, manajemen harus mampu mengklasifikasikan biaya yang akurat agar bisa mengambil keputusan dengan tepat. Menurut Dunia dan Abdullah (2012:22) biaya (*cost*) adalah Pengeluaran-pengeluaran atau nilai pengorbanan untuk memperoleh barang atau jasa yang berguna untuk masa yang akan datang, atau mempunyai manfaat melebihi satu periode akuntansi.

Menurut Supriyono (2015:252) biaya adalah pengorbanan sumber-sumber ekonomi yang sudah terjadi atau akan terjadi yang dinyatakan dalam satuan uang untuk tertentu. Berdasarkan definisi biaya diatas dapat disimpulkan bahwa biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh barang atau jasa yang diukur dalam satuan uang serta berguna untuk masa sekarang atau masa yang akan datang.

2.1.2 Klasifikasi Biaya

Menurut Siregar, dkk (2013:36), pada dasarnya biaya dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

1. Klasifikasi Biaya berdasarkan ketelusuran
Berdasarkan ketelusuran biaya ke produk, biaya dapat digolongkan menjadi dua yaitu:
 - a. Biaya Langsung
Biaya Langsung adalah biaya yang dapat ditelusuri sampai kepada produk secara langsung.
 - b. Biaya Tidak Langsung
Biaya Tidak Langsung adalah biaya yang tidak dapat secara langsung telusur ke produk
2. Klasifikasi Biaya Berdasarkan Perilaku
Berdasarkan perilakunya, biaya dapat diklasifikasikan menjadi:
 - a. Biaya Variabel
Biaya Variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan tingkat aktivitas.
 - b. Biaya Tetap
Biaya Tetap adalah biaya yang jumlahnya tidak terpengaruh oleh

tingkat aktivitas dalam kisaran tertentu

c. Biaya Campuran

Biaya Campuran adalah biaya yang memiliki karakteristik biaya variabel dan biaya tetap sekaligus

3. Klasifikasi Biaya Berdasarkan Fungsi

Berdasarkan fungsi pokok perusahaan, biaya dapat diklasifikasikan menjadi:

a. Biaya Produksi

Biaya Produksi adalah biaya untuk membuat bahan menjadi produk jadi terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik.

b. Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran meliputi berbagai jenis biaya yang terjadi saat pemasaran produk atau jasa.

c. Biaya Administrasi dan Umum

Biaya administrasi dan umum adalah biaya yang terjadi dalam rangka mengarahkan, menjalankan, dan mengendalikan perusahaan

Menurut Agus, Wibowo, dan Sabarudin (2017:15) klasifikasi biaya dapat dibagi menjadi beberapa bagian sebagai berikut :

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 nonproduksi

Biaya nonproduksi 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 periodik
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 terkendalkan

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 dimasa 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.

2.2. Harga Pokok Produksi Pesanan

Perusahaan yang kegiatan produksi atau 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. Menurut Mulyadi (2015:18) pengertian harga pokok produksi pesanan adalah:

Biaya-biaya produksi dikumpulkan untuk pesanan tertentu dan harga pokok produksi 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.

Menurut Sujarweni (2015:71) pengertian harga pokok produksi pesanan adalah:

Metode untuk memproduksi produk dan menentukan harga pokok produk perusahaan berdasarkan pesanan dari konsumen. Atau dengan kata lain suatu sistem akuntansi yang kegiatannya melakukan penelusuran biaya pada unit individual atau pekerjaan, kontrak atau tumpukan produk yang spesifik. Pesanan artinya konsumen memesan terlebih dahulu sejumlah produk kepada perusahaan, setelah pesanan jadi maka konsumen mengambil pesanan tersebut dan membayarnya pada perusahaan.

Karakteristik usaha perusahaan yang kegiatan produksinya berdasarkan produksi pesanan menurut Mulyadi (2015:41) adalah :

1. Proses pengolahan produk terjadi secara terputus-putus.
2. Produk yang dihasilkan sesuai dengan spesifikasi yang ditentukan oleh pemesan.
3. Produksinya ditunjukkan untuk memenuhi pesanan bukan untuk persediaan gedung

Karakteristik usaha perusahaan yang kegiatan produksinya berdasarkan produksi pesanan menurut Sujarweni (2015:72) adalah:

1. Produk yang dihasilkan sesuai pesanan atau permintaan dari konsumen.
2. Persediaan di gudang hanya untuk memenuhi pesanan saja.
3. Karena hanya berdasarkan pesanan saja maka kalau tidak ada pemesanan maka produksinya terputus-putus. Kalau tidak ada pesanan baru 19 memproduksi kalau tidak maka produksi akan berhenti.
4. Produk yang telah sesuai langsung diberikan kepada pemesan.
5. Biaya produksi dikumpulkan untuk setiap pesanan dengan tujuan dapat dihitung harga pokok pesanan dengan secara rinci. Dihubungkan dengan sistem akuntansi biaya yang digunakan untuk membebaskan harga pokok kepada produk. Metode harga pokok pesanan hanya dapat menggunakan:
 - Sistem harga pokok historis untuk biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung, untuk biaya overhead pabrik harus digunakan tarif biaya yang ditentukan dimuka.
 - Untuk semua elemen biaya produksi dapat digunakan sistem harga pokok yang ditentukan dimuka.
6. Biaya produksi dalam metode harga pokok pesanan dibagi 2 yaitu:
 - Biaya langsung meliputi biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Biaya langsung diperhitungkan terhadap masing-masing pesanan berdasarkan biaya yang sebenarnya.
 - Biaya tidak langsung meliputi biaya produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja. Biaya tidak langsung dibebankan ke tiap-tiap pesanan berdasarkan tarif yang ditentukan dimuka.
7. Cara pengumpulan biaya produksi dilakukan dengan kartu biaya pesanan, yang memuat rincian untuk masing-masing pesanan.

Bagi perusahaan yang memproduksi berdasarkan pesanan, informasi harga pokok pesanan memiliki maafaat yang sangat penting, karena berdasarkan informasi tersebut seorang manajer dapat mengetahui dan menentukan keadaan suatu produk pesanan dan manfaat lainnya bagi seorang manajer adalah untuk menentukan harga jual suatu produk pesanan tersebut. Manfaat informasi harga pokok pesanan menurut Mulyadi (2015:39) adalah sebagai berikut:

1. Menentukan harga jual yang akan dibebankan kepada pesanan taksiran biaya produksi yang akan dikeluarkan untuk menentukan harga jual yang akan dibebankan kepada pemesan.

2. Mempertimbangkan penerimaan atau penolakan pesanan adakalanya harga jual produk yang di pesan oleh pemesan telah berbentuk di pasar, sehingga keputusan yang diperlukan oleh manajemen adalah menerima atau menolak pesanan.
3. Memantau realisasi biaya produksi informasi taksiran biaya produksi pesanan tertentu dapat dimanfaatkan sebagai salah satu dasar untuk menetapkan harga jual yang akan dibebankan kepada pemesan.
4. Menghitung laba atau rugi tiap pesanan untuk mengetahui apakah pesanan tertentu menghasilkan laba bruto atau mengakibatkan rugi bruto, manajemen memerlukan informasi biaya produksi yang telah dikeluarkan untuk memproduksi pesanan tertentu.
5. Menentukan harga pokok persediaan produk jadi dan produk dalam proses yang disajikan dalam laporan posisi keuangan. Pada saat manajemen dituntut untuk membuat pertanggungjawaban keuangan periodik, manajemen harus menyajikan laporan keuangan berupa laporan posisi keuangan dan laporan laba rugi.

Bahan baku langsung	xxx
Tenaga kerja langsung	xxx
Overhead pabrik dibebankan	xxx

Berdasarkan pengertian dan karakteristik metode harga pokok pesanan yang dikemukakan, penulis dapat membuat kesimpulan 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. Unsur-Unsur Harga Pokok Produksi

Dalam memproduksi suatu produk akan diperlukan beberapa biaya untuk mengolah bahan mentah menjadi produk jadi. Biaya produksi meliputi biaya bahan baku, tenaga kerja dan biaya *overhead* pabrik.

2.3.1 Biaya bahan baku

Pengertian biaya bahan baku menurut Salman (2013:26) adalah besarnya penggunaan bahan baku yang dimasukkan kedalam proses produksi untuk menghasilkan produk jadi.

Bahan baku meliputi bahan-bahan yang dipergunakan untuk memperlancar proses produksi atau disebut bahan baku penolong dan bahan baku pembantu. Bahan baku dibedakan menjadi bahan baku langsung dan bahan baku tidak langsung. Bahan baku langsung disebut dengan biaya bahan baku, sedangkan bahan baku tidak langsung disebut biaya overhead pabrik.

Dalam memperoleh bahan baku, perusahaan perusahaan tidak hanya

mengeluarkan biaya sejumlah harga beli saja, tetapi juga mengeluarkan biaya pembelian, pergudangan, dan biaya perolehan lainnya. Biaya bahan baku langsung adalah semua biaya yang membentuk bagian integral dari barang jadi dan yang dapat dimasukkan langsung dalam kalkulasi biaya produk.

2.3.2 Biaya Tenaga Kerja

Biaya tenaga kerja dibagi menjadi dua kelompok yaitu biaya tenaga kerja langsung dan biaya tenaga kerja tidak langsung. Biaya tenaga kerja langsung adalah balas jasa yang diberikan kepada karyawan pabrik yang manfaatnya dapat diidentifikasi pada produk yang dihasilkan. Sedangkan biaya tenaga kerja tidak langsung adalah balas jasa yang diberikan kepada karyawan pabrik, akan tetapi manfaatnya tidak dapat diidentifikasi pada produk yang dihasilkan.

Biaya tenaga kerja langsung menurut Salman (2013:26) adalah biaya yang harus dikeluarkan untuk membayar pekerja yang terkait langsung dengan proses produksi untuk menghasilkan produk jadi.

2.3.3 Biaya Overhead Pabrik

Biaya Overhead pabrik menurut Salman (2013:26) adalah biaya produksi yang dikeluarkan perusahaan selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Biaya Overhead pabrik meliputi biaya bahan pembantu atau penolong, biaya penyusutan aktiva pabrik, biaya sewa gedung pabrik, dan biaya overhead lain-lain.

2.4. Biaya Dalam Pembuatan Keputusan

Dalam membuat keputusan, manajemen memerlukan informasi yang berhubungan 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 mengambil keputusan. Menurut Siregar, dkk (2013:55) biaya dalam pembuatan keputusan 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 Differensial dan Pendapatan Differensial
Biaya Differensial 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.

2.5. Biaya Relevan

Biaya relevan merupakan biaya yang akan digunakan dalam menentukan keputusan yang akan diambil manajemen dimasa mendatang. Menurut Baldric (2013:362), biaya relevan (*relevant cost*) merupakan biaya masa depan yang berbeda diantara berbagai alternatif (*differ across alternatives*).

Menurut Edward (2012:6), biaya relevan (*relevant cost*) untuk sebuah keputusan adalah biaya-biaya yang harus membuat perbedaan dalam memilih diantara pilihan-pilihan yang tersedia untuk tidaklah relevan. Sesuai dengan yang dikemukakan oleh para ahli diatas, bisa diambil kesimpulan biaya relevan adalah biaya masa mendatang dalam berbagai alternatif untuk mengambil keputusan manajemen.

Dalam menghitung biaya relevan ada langkah-langkah yang harus diperhatikan. Menurut Samryn (2012:325), untuk melakukan perhitungan biaya relevan, maka dapat melakukan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Kumpulkan semua biaya yang berhubungan dengan tiap alternatif yang sedang dipertimbangkan.
2. Eliminasi biaya yang merupakan biaya tenggelam.
3. Eliminasi biaya-biaya yang tidak berbeda diantara berbagai alternatif.
4. Buat keputusan berdasarkan biaya-biaya yang tersisa. Biaya-biaya ini yang akan menjadi biaya differensial, oleh karena itu relevan dipertimbangkan dalam pembuatan keputusan yang akan diambil.

2.6. Manfaat Penggunaan Biaya Relevan

Menurut Rudianto (2013:30) manfaat penggunaan biaya relevan adalah sebagai berikut :

“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. Memang tidak semua persoalan biaya dip perusahaan dapat diselesaikan dengan menggunakan analisis biaya relevan ini, tetapi ada beberapa persoalan yang dapat diselesaikan dengan metode ini, antara lain :

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

Peranan akuntan intern sangat penting sekali dalam menyajikan informasi akuntansi bagi keputusan manajemen. Informasi akuntansi yang disajikan oleh akuntan intern harus tepat, relevan, dan harus dapat dipercaya, baik yang bersifat kuantitatif maupun kualitatif.”

2.7. Pembuatan Keputusan Taktis

Menurut Siregar, dkk (2013:357) , Pengambilan keputusan adalah pembuatan keputusan yang didasarkan pada pemilihan diantara alternatif dengan pertimbangan waktu yang segera dan tinjauan yang terbatas. Berdasarkan definisi pengambilan keputusan tersebut, dapat disimpulkan bahwa pengambilan keputusan taktis adalah pengambilan atas beberapa alternatif dalam waktu singkat dan hasil yang langsung atau terbatas. Keputusan taktis dapat berpengaruh bagi perusahaan baik jangka panjang maupun jangka pendek.

Dari yang dikemukakan para ahli bisa diambil kesimpulan bahwa pengambilan keputusan merupakan pemilihan dari dua alternatif atau lebih untuk memecahkan suatu masalah.

2.8. Keputusan Menerima atau Menolak Pesanan Khusus

Garrison, dkk (2013:15) menyebutkan bahwa “pesanan khusus adalah pesanan pada waktu tertentu yang bukan merupakan hasil dan kegiatan normal perusahaan”. Secara umum pesanan khusus tidak akan mempengaruhi penjualan biasa atau penjualan berdasarkan pesanan lainnya. Pesanan khusus akan menguntungkan sejauh peningkatan pendapatan masih lebih besar dibanding

peingkatan biaya yang harus dikeluarkan akibat pesanan khusus tersebut. Menurut Garrison, dkk (2013:15) Pesanan yang dianggap sebagai pesanan khusus harus memenuhi beberapa syarat sebagai berikut :

1. Harga jual perunit pesanan khusus dibawah harga jual normal
2. Perusahaan masih mempunyai kapasitas menganggur sehingga penambah produksi untuk memenuhi pesanan khusus tersebut hanya meningkatkan biaya variabel, sedangkan biaya tetap jumlahnya tidak berubah. Jika pesanan khusus jumlahnya melebihi kapasitas yang menganggur, maka akan meningkatkan biaya tetap.

2.9. Aplikasi Biaya Relevan Dalam Pembuatan Keputusan

2.9.1 Alasan yang Mendasari Mengapa Pembuatan Keputusan Memerlukan Biaya Relevan Dalam Pengambilan Keputusan.

Banyak hal yang harus diperhatikan manajemen sebelum membuat keputusan. Salah satunya manajemen harus mempunyai informasi mengenai biaya relevan dengan keputusan yang akan diambil. Menurut Siregar , dkk (2013:55), ada tiga alasan yang mendasari mengapa pembuatan keputusan memerlukan biaya relevan dalam mengambil keputusan, tiga alasan tersebut adalah:

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. Oleh karena itu , penyediaan semua informasi relevan dan tidak relevan merupakan aktivitas yang tidak perlu.
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 mengorganisasi dan menggunakan informasi yang berlebihan

2.9.2 Aplikasi Biaya Relevan Dalam Pembuatan Keputusan

Siregar, dkk (2013:368) menjelaskan aplikasi biaya relevan dalam pembuatan keputusan adalah sebagai berikut:

1. Keputusan Membuat atau Membeli
Manajer seringkali dihadapkan dengan keputusan apakah harus membuat atau membeli komponen-komponen yang digunakan dalam suatu produksi. Manajemen seharusnya secara periodik perlu mengevaluasi

keputusan masa lalu yang berkaitan dengan aktivitas produksi. Kondisi yang menjadi dasar pembuatan keputusan mungkin sebelumnya telah berubah dan akibatnya perlu digunakan pendekatan yang berbeda. Evaluasi secara periodik bukan merupakan satu-satunya sumber dalam pembuatan keputusan membuat atau membeli.

2. Keputusan Mempertahankan atau Menghentikan

Seorang manajer sering kali harus membuat keputusan apakah suatu segmen, seperti lini produk, harus dipertahankan atau dihentikan. Laporan segmen yang disusun atas dasar Variable costing menyediakan informasi yang berharga untuk membuat keputusan mempertahankan atau menghentikan. Margin kontribusi segmen dan laba segmen sangat berguna untuk mengevaluasi kinerja suatu segmen. Laporan segmen menyediakan informasi untuk membuat keputusan mempertahankan atau menghentikan. Sedangkan biaya relevan menjelaskan tentang bagaimana informasi tersebut harus digunakan untuk sampai pada suatu pembuatan keputusan

3. Keputusan Pesanan Khusus

Di berbagai negara yang telah memiliki undang-undang tentang diskriminasi harga mensyaratkan bahwa perusahaan harus menjual produk yang identik dengan harga sama kepada pelanggan yang berbeda yang berada di pasar yang sama. Namun, pembatasan ini tidak berlaku pada produk yang dapat ditawarkan atau pada pelanggan yang tidak saling bersaing. Harga penawaran dapat berbeda untuk pelanggan dari pasar yang sama dan perusahaan sering kali mendapatkan kesempatan untuk mempertimbangkan pesanan khusus dari calon pelanggan dalam pasar yang dilayani dengan cara yang tidak seperti biasanya. 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.

4. Keputusan Menjual atau Memproses Lebih Lanjut

Produk bersama sering kali dijual pada titik pisah. Namun, kadangkala akan lebih menguntungkan bagi perusahaan untuk memproses lebih lanjut suatu produk bersama setelah titik pisah, sebelum menjualnya. Penentuan apakah akan menjual atau memproses lebih lanjut merupakan suatu keputusan penting yang harus dibuat oleh manajer

