

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Akuntansi Manajemen

Dalam menjalankan usaha baik usaha kecil maupun besar dibutuhkan informasi akuntansi yang berguna bagi pihak manajemen. Informasi akuntansi dapat dijadikan alat untuk pengawasan maupun sebagai dasar pengambilan keputusan. Seorang manajer membutuhkan informasi akuntansi manajemen dalam proses pengambilan keputusan karena informasi manajemen memiliki cakupan yang luas tidak hanya menyangkut masalah keuangan tetapi juga masalah non keuangan.

Siregar, Suropto, dkk (2013:1) menjelaskan bahwa pengertian akuntansi manajemen adalah “Proses mengidentifikasi, mengukur, mengakumulasi, menyiapkan, menganalisis, menginterpretasikan, dan mengomunikasikan kejadian ekonomi yang digunakan oleh manajemen untuk melakukan perencanaan, pengendalian, pengambilan keputusan dan penilaian kinerja dalam organisasi.”

Menurut Hansen dan Mowen (2013:7) adalah “Akuntansi Manajemen adalah proses mengidentifikasi, mengumpulkan, mengukur, mengklasifikasi dan melaporkan informasi yang bermanfaat bagi pengguna internal dalam merencanakan, mengendalikan dan mengambil keputusan.” Menurut Garrison/Noreen (2014: 2) “Akuntansi manajemen berkaitan dengan penyediaan informasi untuk manajer yaitu orang yang di dalam organisasi yang memberikan arahan dan pengendalian operasi organisasi.”

Hornrgren (2015:02) menjelaskan “Akuntansi manajemen adalah proses mengukur, menganalisis dan melaporkan informasi keuangan dan non keuangan yang membantu manajer membuat keputusan guna mencapai tujuan organisasi.” Manajer akan menggunakan informasi akuntansi manajemen ini untuk memilih, mengkomunikasikan dan mengimplementasikan strategi. Mereka juga menggunakan informasi akuntansi manajemen untuk mengkoordinasi keputusan-keputusan desain produk, produksi serta pemasaran.

Berdasarkan beberapa definisi akuntansi manajemen diatas dapat dinyatakan bahwa akuntansi manajemen merupakan kegiatan mengidentifikasi, mengukur, menganalisa untuk menghasilkan suatu informasi manajemen yang dapat digunakan oleh pihak internal untuk melakukan perencanaan, pengendalian, pengambilan keputusan, dan penilaian kinerja dalam suatu perusahaan atau organisasi.

2.2 Pengertian dan Klasifikasi Biaya

2.2.1 Pengertian Biaya

Dalam menjalankan usaha membutuhkan biaya yang harus dikeluarkan agar perusahaan mampu terus beraktifitas. Biaya itu sendiri merupakan hal yang sangat penting dan tidak terpisahkan dalam menentukan harga pokok produksi. Dengan biaya, perusahaan juga dapat menentukan laba yang akan diperoleh perusahaan.

Menurut Carter (2014: 30), “Biaya adalah sebagai suatu nilai tukar, pengeluaran, atau pengorbanan yang dilakukan untuk menjamin perolehan manfaat. Dalam akuntansi keuangan, pengeluaran atau pengorbanan pada tanggal akuisisi dicerminkan oleh penyusutan atas kas atau asset lain yang terjadi pada saat ini atau dimasa yang akan datang”.

Selain itu, Mulyadi (2016: 8) juga mendefinisikan biaya sebagai berikut: “Biaya (*cost*) dalam arti luas dapat diartikan sebagai pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang mungkin akan terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu”.

Menurut Dwi dan Shinta (2017:14), “Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi yang tidak dapat dihindarkan, diukur dalam satuan uang (kuantitatif), baik yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu”

Sedangkan, Menurut Wiratna (2018:9), “Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang dalam usahanya untuk mendapatkan sesuatu untuk mencapai tujuan tertentu baik yang sudah terjadi dan belum terjadi/baru direncanakan.

Berdasarkan beberapa definisi para ahli diatas dapat dinyatakan bahwa biaya adalah pengorbanan secara ekonomis berupa kas (uang) yang digunakan untuk memperoleh suatu barang atau jasa yang diharapkan memberikan manfaat dan keuntungan pada saat ini atau pada masa yang akan datang.

2.2.2 Penggolongan/Klasifikasi Biaya

Menurut Mulyadi (2015: 13-16) terdapat lima macam penggolongan biaya sebagai berikut :

1. Penggolongan Biaya Menurut Objek Pengeluaran
Dalam cara penggolongan ini, nama obyek pengeluaran merupakan dasar penggolongan biaya. Misalnya nama obyek pengeluaran adalah bahan bahar, maka semua pengeluaran yang berhubungan dengan bahan bakar disebut “Biaya Bahan Bakar”.
2. Penggolongan Biaya Menurut Fungsi Pokok dalam Perusahaan
Dalam perusahaan industri, ada tiga fungsi pokok yaitu fungsi produksi, fungsi pemasaran, fungsi administrasi dan umum. Oleh karena itu dalam perusahaan manufaktur, biaya dapat dikelompokkan menjadi 3 (tiga) kelompok yaitu :
 - a. Biaya Produksi
 - b. Biaya Pemasaran
 - c. Biaya Administrasi dan Umum
3. Penggolongan Biaya Menurut Hubungan Biaya dengan sesuatu yang dibiayai
Suatu yang dibiayai dapat berupa produk atau departemen. Dalam hubungannya dengan suatu yang dibiayai, biaya dapat dikelompokkan menjadi 2 (dua) golongan:
 - a. Biaya Langsung (*direct cost*)
Biaya langsung adalah biaya yang terjadi, penyebab satu-satunya adalah karena adanya sesuatu yang dibiayai. Jika sesuatu yang dibiayai tersebut tidak ada, maka biaya langsung ini tidak akan terjadi. Dengan demikian biaya langsung akan mudah diidentifikasi dengan sesuatu yang dibiayai.
 - b. Biaya tidak langsung (*indirect cost*)
Biaya tidak langsung adalah biaya yang terjadinya tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai. Biaya tidak langsung dalam hubungannya dengan produk disebut istilah biaya produksi tidak langsung atau biaya overhead pabrik (*factory overhead cost*). Biaya ini tidak mudah diidentifikasi dengan produk tertentu.
4. Penggolongan Biaya Menurut Perilakunya dalam Hubungannya dengan Perubahan Volume Kegiatan
Dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan, biaya dapat digolongkan menjadi:

- a. Biaya Variabel
Biaya Variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan.
 - b. Biaya Semi Variabel
Biaya Semi Variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Biaya semi variable mengandung unsur biaya variable.
 - c. Biaya Semifixed
Biaya Semifixed adalah biaya yang tetap untuk tingkat volume kegiatan tertentu dan berubah dengan jumlah yang konstan pada volume produksi.
 - d. Biaya Tetap
Biaya Tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap dalam kisaran volume kegiatan tertentu.
5. Penggolongan Biaya Atas Dasar Jangka Waktu Manfaatnya, biaya dapat dibagi menjadi dua:
- a. Pengeluaran modal (*capital expenditures*) adalah biaya yang mempunyai manfaat lebih dari satu periode akuntansi (biasanya periode akuntansi adalah satu tahun kalender)
 - b. Pengeluaran pendapatan (*revenue expenditures*) adalah biaya yang hanya mempunyai manfaat dalam periode akuntansi terjadinya pengeluaran tersebut.

Menurut Rachmina dan Shinta (2017:15-17) terdapat delapan macam penggolongan biaya sebagai berikut :

1. Penggolongan biaya berdasarkan jenis biaya:
 - a. Biaya Sewa
 - b. Biaya Tenaga Kerja
 - c. Biaya Lahan
 - d. Biaya Modal
 - e. Biaya Pajak
 - f. Biaya Penyusutan
 - g. Biaya Jasa Pihak ke-3
2. Penggolongan biaya berdasarkan sifat biaya atau fungsi pokok perusahaan:
 - a. Biaya Bahan disebut juga *Prime Cost* (biaya utama)
 - b. Biaya Upah/Tenaga Kerja
 - c. Biaya Overhead (BOP) disebut juga *conversion cost* (biaya konversi)
3. Penggolongan biaya berdasarkan hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai:
 - a. Biaya langsung adalah biaya yang terjadi karena ada yang dibiayai
 - b. Biaya tidak langsung adalah biaya yang terjadi tidak hanya karena ada sesuatu yang dibiayai.

4. Penggolongan biaya berdasarkan hubungan dengan departemen produksi:
 - a. Biaya departemen produksi.
 - b. Biaya departemen pembantu.
5. Penggolongan biaya berdasarkan tujuan biaya:
 - a. Biaya standar: biaya yang dihitung sebelum proses produksi
 - b. Biaya historis: biaya yang telah terjadi (biaya sesungguhnya)
6. Penggolongan biaya berdasarkan pengaruh manajerial, kinerja manajemen:
 - a. Biaya terkendalikan: sebagai contoh biaya buruh atau biaya bahan baku.
 - b. Biaya tidak terkendalikan: contohnya pembelian mesin.
7. Penggolongan biaya berdasarkan biaya bergabung dan biaya bersama merupakan biaya tidak langsung :
 - a. Biaya bergabung : biaya untuk suatu proses produksi yang menghasilkan output lebih dari satu.
 - b. Biaya bersama: biaya yang dikeluarkan untuk memberi manfaat lebih dari satu aktivitas.
8. Penggolongan biaya berdasarkan biaya yang berhubungan dengan pengambilan keputusan:
 - a. Biaya relevan: biaya yang berbeda untuk berbagai alternatif dan berorientasi nilai kini atau masa depan.
 - b. Biaya tidak relevan: biaya yang tidak berbeda untuk berbagai alternatif.

Menurut Sujarweni (2018:11-14) terdapat lima macam penggolongan biaya sebagai berikut :

1. Penggolongan biaya 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 komersial
 - 1) Biaya pemasaran : biaya yang dikeluarkan untuk keperluan melaksanakan kegiatan pemasaran atau promosi produk.
 - 2) Biaya administrasi : biaya yang dikeluarkan untuk mengkoordinasi dan mengendalikan kegiatan produksi dan pemasaran produk.

2. Penggolongan biaya berdasarkan perilaku biaya:
 - a. Biaya variabel : biaya yang jumlahnya berubah-ubah, namun perubahannya sebandung 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 dapat 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. Penggolongan biaya berdasarkan pengambilan keputusan
 - a. Biaya relevan : biaya yang harus direncanakan terlebih dahulu karena biaya ini akan mempengaruhi pengambilan keputusan perusahaan di masa mendatang.
 - b. Biaya tidak relevan : biaya yang tidak berbeda diantara alternatif tindakan yang sudah ada.
4. Penggolongan biaya berdasarkan sesuatu yang dibiayai
 - a. Biaya langsung adalah biaya yang manfaatnya langsung dapat diidentifikasi pada produk yang dibuat.
 - b. Biaya yang tidak langsung : biaya yang manfaatnya tidak dapat diidentifikasi kepada produk yang dibuat.

Berdasarkan uraian di atas mengenai klasifikasi atau penggolongan biaya, dapat dinyatakan 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 Metode Pengumpulan Harga Pokok Produksi

Harga pokok produksi merupakan salah satu informasi yang penting bagi perusahaan yang akan digunakan atau dijadikan pedoman oleh manajer untuk menentukan sesuatu. Sebagai contoh harga pokok produksi dijadikan pedoman dalam menetapkan harga jual produk. Di samping itu, harga pokok produksi yang akurat juga akan memungkinkan manajer untuk menjalankan produksi secara efektif dan efisien, serta merupakan faktor penting dalam pembuatan laporan keuangan.

Ada dua jenis sistem akuntansi biaya yang digunakan untuk menentukan harga pokok produksi yaitu *job order cost systems* (metode harga pokok pesanan)

dan *process cost systems* (metode harga pokok proses). Pemilihan jenis yang digunakan untuk menentukan harga pokok produksi sangat tergantung pada jenis proses produksi perusahaan yang bersangkutan.

Tabel 2.1

Pembandingan Kalkukulasi Biaya Pesanan Dan Biaya Proses

Kalkulasi Biaya Pesanan	Kalkulasi Biaya Proses
1. Variabel perbedaan produk luas	1. Produk homogeny
2. Biaya diakumulasi berdasarkan pekerjaan	2 Biaya yang diakumulasi berdasarkan proses atau departemen
3 Biaya per unit dihitung melalui pembagian total biaya pekerjaan dengan unit yang di produksi	3. Biaya perunit dihitung melalui pembagian proses satu periode dengan unit yang diproduksi selama periode tersebut.

Sumber : Hansen&Mowen (2012: 208)

2.3.1 Metode Harga Pokok Pesanan (*Job Order Cost Systems*)

Metode harga pokok pesanan adalah metode pengumpulan harga pokok produk di mana biaya dikumpulkan untuk setiap pesanan atau kontrak atau jasa secara terpisah, dan setiap pesanan atau kontrak dapat dipisahkan identitasnya (Supriyono, 2015:36). Metode ini dapat digunakan jika produksi terdiri dari atau merupakan pesanan khusus serta waktu yang dikehendaki untuk memproduksi suatu unit produksi relatif panjang dimana harga jual tergantung dari biaya produk.

Oleh karena itu, metode harga pokok pesanan merupakan metode yang paling tepat untuk dipergunakan dalam perhitungan harga pokok pada perusahaan percetakan karena seringnya mendapat produk pesanan. Metode ini mengasumsikan bahwa semua pesanan yang dikerjakan dapat dibebani dengan biaya yang hanya berkaitan dengan pesanan itu sendiri.

Karakteristik metode harga pokok pesanan (Mulyadi, 2016: 37) antara lain:

- a. Perusahaan memproduksi berbagai macam produk sesuai spesifikasi pemesanan dan setiap jenis produk perlu dihitung harga pokok produksinya secara individual.

- b. Biaya produksi harus digolongkan berdasarkan hubungan dengan produk menjadi dua kelompok yaitu biaya produksi langsung dan biaya produksi tidak langsung.
- c. Biaya produksi langsung terdiri dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Sedangkan biaya produksi tidak langsung disebut dengan istilah biaya overhead pabrik.
- d. Biaya produksi langsung diperhitungkan sebagai harga-harga pokok produksi pesanan tertentu berdasarkan biaya yang sesungguhnya terjadi. Sedangkan biaya overhead pabrik diperhitungkan kedalam harga pokok pesanan berdasarkan tarif yang ditentukan dimuka.
- e. Harga pokok produksi per unit dihitung pada saat pesanan selesai diproduksi dengan cara membagi jumlah biaya produksi yang dikeluarkan untuk pesanan tersebut dengan jumlah unit produksi yang dihasilkan.

Karakteristik usaha perusahaan yang produksinya berdasarkan pesanan (Azizah, 2018) antara lain :

- a. Proses pengelolaan produk terjadi secara terputus-putus. Jika pesanan yang satu selesai dikerjakan proses produksi dihentikan dan mulai dengan pesanan berikutnya.
- b. Produk dihasilkan sesuai dengan spesifikasi yang ditentukan oleh pemesan. Dengan demikian pesanan yang satu dapat berbeda dengan pesanan yang lain.
- c. Produksi ditujukan untuk memenuhi pesanan bukan untuk memenuhi persediaan di gudang.

2.3.2 Metode Harga Pokok Proses (*Process Cost Method*)

Metode harga pokok proses merupakan metode pengumpulan harga pokok produk dimana biaya dikumpulkan untuk setiap satuan waktu tertentu, misalnya : bulan, triwulan, semester, tahun. Pada metode harga pokok proses perusahaan menghasilkan produk yang homogen, bentuk bersifat standar, dan tidak tergantung spesifikasi yang diminta oleh pembeli. Tujuan produksi untuk mengisi

persediaan yang selanjutnya akan dijual kepada pembeli, oleh karena itu sifat produk homogen dan bentuknya standar maka kegiatan dilakukan secara kontinyu atau terusmenerus (Sari, 2018).

Metode harga pokok proses diterapkan pada perusahaan yang karakteristik produksinya adalah sebagai berikut:

1. Sistem produksi merupakan system produksi yang berjalan terus menerus
2. Produk yang dihasilkan merupakan produksi massal dan bersifat seragam (homogen)
3. Tujuan produksi adalah untuk membentuk persediaan (*inventory*)

2.4 Prosedur Penentuan Harga Pokok Produksi Berdasarkan Metode Harga Pokok Pesanan

Menurut mulyadi (2016: 45-53) prosedur penentuan harga pokok produksi berdasarkan metode harga pokok pesanan antara lain:

- a. Mengumpulkan akuntansi biaya bahan meliputi prosedur pembelian sampai dengan pemakaian bahan baku didalam pabrik.
- b. Mengumpulkan akuntansi biaya tenaga kerja. Pencatatan biaya tenaga kerja dilakukan melalui tahap-tahap yaitu pencatatan biaya tenaga kerja yang terutang, pencatatan distribusi biaya tenaga kerja, pencatatan pembayaran gaji dan upah.
- c. 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.
- d. Prosedur akuntansi produk selesai dan produk dalam proses periode yang terdiri dari pencatatan harga pokok jadi.
- e. Prosedur akumulasi penjualan yang terdiri dari pencatatan pendapatan penjualan produk dan pencatatan harga pokok penjualan.

2.5 Biaya dalam Pembuatan Keputusan

Pembuat keputusan membutuhkan informasi yang tepat sebelum menetapkan suatu keputusan. Informasi yang diperlukan adalah informasi yang relevan untuk proses pembuatan keputusan. Sujarweni (2018: 14) menyatakan 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.
- c. 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.

2.6 Pengertian Pesanan Khusus

Pesanan khusus merupakan alternatif pesanan pembelian yang tidak teratur di luar kegiatan produksi normal perusahaan. Dalam kasus pesanan khusus data yang dipertimbangkan adalah biaya dan pendapatan tambahan bila menerima pesanan tersebut.

Untuk membuat keputusan menerima atau menolak pesanan khusus dapat digunakan kriteria keputusan sebagai berikut:

1. Jika pendapatan tambahan lebih besar dari biaya tambahan, maka pesanan khusus dapat diterima.
2. Jika pendapatan tambahan lebih kecil dari biaya tambahan, maka pesanan khusus sebaiknya ditolak.
3. Jika pendapatan tambahan sama dengan biaya tambahan, maka manajemen dapat mempertimbangkan tambahan informasi dari factor lain.

2.7 Langkah-langkah Membuat Keputusan Menerima atau Menolak Pesanan Khusus

Keputusan pesanan khusus (*special-order decisions*) berfokus pada pertanyaan apakah pesanan harga khusus harus diterima atau ditolak. Pesanan-pesanan seperti ini sering menarik, khususnya ketika perusahaan sedang beroperasi dibawah kapasitas produktif maksimumnya.

Menurut Dwi dan Shinta (2017) dalam penelitian terdahulu misalkan PT Karya Nusantara merupakan perusahaan yang bergerak dalam produksi topi olahraga menerima pesanan khusus yaitu pesanan yang harganya dibawah harga jual normal. Perusahaan memiliki kapasitas untuk memproduksi 1.500 topi perbulan, namun pada bulan januari diramalkan penjualan topi hanya 985 unit. Seorang eksportir yang berkedudukan di luar kota memberikan penawaran untuk membeli 483 unit topi dengan harga Rp20.000/unit untuk dipasarkan. Harga jual normal topi per unit adalah Rp61.000.

Biaya variabel untuk memproduksi sebuah topi adalah Rp8.000/unit dan biaya tetap pabrikasi bulanan adalah Rp29.333.000. Semua beban penjualan dan administrasi adalah tetap dan jumlahnya Rp1.500.000 setiap bulan. Tidak perlukan tambahan beban penjualan dan administrasi untuk pesanan khusus tadi, namun demikian dibutuhkan biaya tambahan untuk membeli peralatan khusus seharga Rp2.666.600 untuk mencetak logo tertentu pada topi pesanan khusus tadi. Mesin ini hanya bisa dipakai untuk pesanan khusus tersebut saja. Apakah pesanan khusus tadi sebaiknya diterima saja oleh PT Karya Nusantara atau tidak? Jika manajer mengambil keputusan berdasarkan biaya produksi rata-rata per topinya, maka pesanan ini akan ditolak karena harga jual yang diminta sebesar Rp20.000 lebih rendah daripada biaya rata-rata yaitu Rp21.803 ($\text{Rp}8.000 + \text{Rp}31.999.600 / 1.486 \text{ unit}$). Dengan demikian, biaya produksi rata-rata tidaklah relevan, berikut ini analisis biaya relevan untuk keputusan menerima atau menolak pesanan khusus:

Tabel 2.2
Analisis biaya relevan untuk keputusan menerima atau menolak pesanan

	Menerima Pesanan	Menolak Pesanan	Selisih
Penjualan: (985 x Rp61.000) (483 x Rp20.000)	Rp60.085.000 Rp 9.660.000	Rp60.085.000	Rp 9.660.000
Biaya variabel: (985 x Rp8.000) (483 x Rp8.000)	Rp7.880.000 Rp3.864.000	Rp7.880.000	Rp3.864.000
Marjin Kontribusi	Rp58.001.000	Rp52.205.000	Rp5.796.000
Biaya Tetap pabrikasi: - Regular - Tambahan	Rp29.333.000 Rp2.666.600	Rp29.333.000	Rp2.666.600
Biaya penjualan dan administrasi	Rp1.500.000	Rp1.500.000	-
Laba bersih	Rp24.501.400	Rp21.372.000	Rp3.129.400

Sumber: Dwi dan Shinta (2017)

Laba bersih perusahaan akan lebih tinggi Rp3.129.400 jika perusahaan menerima pesanan khusus walaupun harga jualnya lebih rendah daripada harga jual normal. Hal ini terjadi karena penjualan tersebut mempunyai marjin kontribusi sebesar Rp3.796.000 (483 unit x Rp12.000) namun hanya mengakibatkan tambahan biaya tetap sebesar Rp2.666.600.

Berdasarkan contoh kasus diatas, maka disimpulkan bahwa langkah-langkah dalam membuat keputusan menerima atau menolak pesanan khusus terdiri dari:

1. Mengidentifikasi dan menetapkan masalah.
2. Mengidentifikasi alternatif-alternatif pemecahan masalah yang mungkin mengeliminasi alternative yang jelas tidak secara fisibel.
3. Mengidentifikasi biaya-biaya dan keuntungan yang berhubungan dengan tiap alternatif yang fisibel. Mengelompokkan biaya-biaya dan keuntungan sebagai unsur relevan dan mengeliminasi factor-faktor yang tidak relevan dari pertimbangan.

2.8 Tujuan dan Manfaat Membuat Keputusan Dengan Menggunakan Biaya Relevan

2.8.1 Tujuan Membuat Keputusan dengan Menggunakan Biaya Relevan

Tujuan membuat keputusan dengan menggunakan biaya relevan yaitu untuk memisahkan biaya antara biaya relevan dan tidak relevan untuk menunjukkan kepada manajemen bahwa tidak semua biaya patut dipertimbangkan sebagai dasar pengambilan keputusan. Biaya relevan merupakan biaya yang harus dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan. Biaya yang relevan untuk satu keputusan, belum tentu relevan untuk keputusan yang lain.

2.8.2 Manfaat Membuat Keputusan dengan Menggunakan Biaya Relevan

Manfaat biaya relevan itu sendiri merupakan faktor penentu dalam pengambilan keputusan apakah suatu pilihan akan dijalankan atau tidak. Dengan adanya perhitungan biaya relevan, manajemen dapat memilih alternatif keputusan dari berbagai alternatif yang tersedia. Dalam pengambilan keputusan ini bertujuan untuk meningkatkan laba perusahaan.

2.9 Pembuatan Keputusan Taktis

2.9.1 Model Pengambilan Keputusan Taktis

Pengambilan keputusan dengan menggunakan konsep biaya relevan umumnya digunakan untuk keputusan tingkat taktis sebagai penjabaran dari keputusan strategis dari manajemen. Menurut (Samryn, 2015:322) langkah-langkah keputusan taktis dengan konsep biaya relevan dapat diurutkan sebagai berikut:

3. Mengidentifikasi dan menetapkan masalah.
4. Mengidentifikasi alternatif-alternatif pemecahan masalah yang mungkin mengeliminasi alternative yang jelas tidak secara fisibel.
4. Mengidentifikasi biaya-biaya dan keuntungan yang berhubungan dengan tiap alternatif yang fisibel. Mengelompokkan biaya-biaya dan keuntungan sebagai unsur relevan dan mengeliminasi factor-faktor yang tidak relevan dari pertimbangan.

2.9.2 Aplikasi Biaya Relevan Dalam Pengambilan Keputusan

Samryn (2015:335) menyatakan bahwa aplikasi biaya relevan dalam pengambilan keputusan adalah:

1. Keputusan membuat atau membeli

Tujuan dari keputusan ini adalah penggunaan optimal atas sumber daya produksi dan keuangan perusahaan. Pengambilan keputusan sering kali harus dilakukan dalam hubungannya dengan penggunaan yang mungkin dari peralatan yang mengganggu, ruang yang mengganggu, dan bahkan tenaga yang mengganggu.

2. Keputusan meneruskan atau menghentikan

Manajer harus memutuskan apakah suatu segmen, seperti lini produk, harus dipertahankan atau dihapus. Laporan segmen yang disusun atas dasar perhitungan biaya variabel menyediakan informasi yang berharga bagi keputusan meneruskan atau menghentikan (*keep or drop decision*) ini. Margin kontribusi segmen dan margin segmennya sendiri bermanfaat dalam mengevaluasi kinerja segmen. Perhitungan biaya relevan menggambarkan bagaimana informasi tersebut harus digunakan agar sampai pada keputusan.

3. Keputusan pesanan khusus

Harga penawaran dapat berbeda untuk pelanggan dari pasar yang sama, dan perusahaan sering mendapatkan kesempatan untuk mempertimbangkan pesanan khusus dari calon pelanggan dalam pasar yang dilayani dengan cara yang tidak seperti biasanya. Keputusan pesanan khusus berfokus pada pertanyaan “Apakah pesanan harga khusus harus diterima atau ditolak. Pesanan-pesanan ini seperti menarik, khususnya ketika perusahaan sedang beroperasi di bawah kapasitas produktif maksimumnya”.

4. Keputusan menjual atau memproses lebih lanjut

Seringkali Produk gabungan dijual pada titik pemisahan. Kadangkala lebih menguntungkan memproses lebih lanjut suatu produk, gabungan, menjual, atau memproses lebih lanjut merupakan suatu keputusan penting yang harus dibuat oleh manajer.