

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

1.1. Tinjauan Pustaka

1.1.1. Landasan Teori

1.1.1.1. Akuntansi Biaya

Mursyidi (2008:11) mengartikan akuntansi biaya sebagai pencatatan, penggolongan, peringkasan, dan pelaporan biaya pabrikasi, dan penjualan produk dan jasa, dengan cara-cara tertentu, serta penafsiran terhadap hasil-hasilnya.

Mengutip dari Carter (2009:11) menjelaskan bahwa akuntansi biaya adalah penghitungan biaya dengan tujuan untuk aktivitas perencanaan dan pengendalian, perbaikan kualitas dan efisiensi, serta pembuatan keputusan yang bersifat rutin maupun strategis.

Riwayadi (2014:25), menyatakan akuntansi biaya dapat diartikan sebagai proses untuk mengidentifikasi, mendefinisikan, mengukur, melaporkan, dan menganalisis semua biaya, baik biaya langsung maupun biaya tidak langsung yang terkait dengan hasil produk yang didapat dan proses pemasaran produknya.

Siregar, (2013:14), menyatakan “akuntansi biaya merupakan bagian dari akuntansi keuangan dan akuntansi manajemen. Sebagai bagian dari akuntansi keuangan, akuntansi biaya menghasilkan berbagai informasi untuk kepentingan pihak-pihak eksternal perusahaan. Sebagai bagian dari akuntansi manajemen, akuntansi biaya menghasilkan informasi yang membantu manajemen dalam pengambilan keputusan. Sistem akuntansi keuangan dan sistem akuntansi

manajemen, meskipun sering menggunakan dasar data keuangan yang sama, namun keduanya memiliki orientasi pelaporan yang berbeda. Sistem akuntansi keuangan menghasilkan informasi berupa laporan keuangan yang terutama ditujukan untuk pihak-pihak eksternal perusahaan, sedangkan sistem akuntansi manajemen menghasilkan informasi dalam bentuk berbagai laporan untuk kepentingan para manajer didalam perusahaan. Perbedaan orientasi akuntansi keuangan dan akuntansi manajemen tersebut menyebabkan perbedaan antara akuntansi keuangan dan akuntansi manajemen.

2.1.1.2. Pengertian Biaya

Sunarto (2004:2) mendefinisikan bahwa biaya merupakan harga pokok atau bagiannya yang telah dimanfaatkan atau dikonsumsi untuk memperoleh pendapatan atau dapat disebut kas atau nilai setara kas yang dikorbankan untuk barang atau jasa yang diharapkan memberikan manfaat pada saat ini atau di masa mendatang bagi organisasi. FASB dan SFAC dikutip oleh Muqodim (2005:142) memberikan pengertian bahwa biaya adalah aliran keluaran atau penggunaan aktiva, atau terjadinya utang (atau kombinasi di antara keduanya) dari penyerahan atau produksi barang, penyerahan jasa atau pelaksanaan kegiatan utama suatu perusahaan.

Beban dan biaya dalam buku standar akuntansi keuangan tahun (2002) Yang di terbitkan oleh salemba empat berikut :

- a. Definisi beban mencakup baik kerugian maupun beban yang timbul dalam melaksanakan aktifitas perusahaan yang biasa meliputi misalnya : beban

pokok penjualan , gaji , dan penyusutan. Beban tersebut biasanya berbentuk arus keluar atau berkurangnya aktiva seperti kas dan aktiva tetap.

- b. Sedangkan definisi biaya menurut Standar Akuntansi Keuangan adalah penurunan manfaat ekonomi selama satu periode akuntansi dalam bentuk arus keluar atau berkurangnya aktiva atau terjadinya kewajiban yang mengakibatkan penurunan ekuitas yang tidak menyangkut pembagian kepada penanam modal.

Dari devinisi diatas artinya bahwa beban dan biaya sama sama berhubungan dengan berkurangnya arus kas tetapi yang membedakanya adalah beban tidak bersangkutan dengan penanam modal sedangkan biaya sangat berkaitan erat dengan penanam modal.

2.1.1.3. Obyek Biaya

Pada dasarnya obyek biaya adalah setiap kegiatan atau aktivitas yang memerlukan adanya pengukuran atau penentuan biayanya secara tersendiri. Dengan kata lain, jika pemakai informasi akuntansi ingin mengetahui berapa besarnya biaya untuk sesuatu (**mengukur**), maka sesuatu itu disebut sebagai obyek biaya. Dalam pengertian demikian obyek biaya bisa berupa produk, jasa, bagian atau departemen tertentu dalam suatu perusahaan, dan segala sesuatu yang membuat kita ingin mengetahui seberapa banyak sumber-sumber ekonomi yang diperlukan (**mengukur**) untuk mewujudkan atau merealisasikannya. Karena obyek biaya terdapat pada setiap perusahaan atau organisasi, apapun jenis usaha dan kegiatannya, maka akuntansi biaya sebagai suatu sistem informasi yang tidak

hanya dapat diaplikasikan tetapi lebih dari itu dan diperlukan oleh perusahaan yang bergerak baik di bidang perdagangan maupun jasa.

Dalam akuntansi, proses penentuan harga pokok atau perhitungan biaya untuk melaksanakan sesuatu kegiatan disebut *costing*. Proses itu sendiri harus dilakukan secara sistematis yang meliputi tahap-tahap pengumpulan biaya, penggolongan ke dalam berbagai kategori, misalnya biaya bahan, biaya tenaga kerja, biaya overhead pabrik, dan kemudian pengalokasiannya kepada obyekobyek biaya. Dalam hal ini terdapat berbagai metode alternatif pengumpulan, penggolongan dan alokasi biaya kepada obyek-obyek biaya. Namun demikian, diantara ketiga tahap tersebut tahap penggolongan biaya perlu mendapatkan perhatian khusus. Ini disebabkan oleh karena hakikat dan relevansi informasi akuntansi, termasuk biaya, antara lain tercermin pada cara informasi tersebut diklasifikasikan.

2.1.1.4. Penggolongan Biaya

Penggolongan biaya Supriyono (1999: 35) adalah proses pengelompokan secara sistematis atau keseluruhan elemen-elemen yang ada ke dalam golongan-golongan tertentu yang lebih ringkas untuk dapat memberikan informasi yang lebih mempunyai arti atau lebih penting. Dalam akuntansi biaya umumnya penggolongan biaya ditentukan atas dasar tujuan yang hendak dicapai dengan penggolongan tersebut, karena dalam akuntansi biaya dikenal konsep “*different costs for different purposes*”. Dalam penggolongan biaya harus disesuaikan

dengan tujuan dari biaya yang disajikan. Mulyadi (2007:14) ada beberapa cara penggolongan biaya yang sering dilakukan, antara lain:

1. Penggolongan biaya menurut hubungan sesuatu yang dibiayai. Biaya dapat dihubungkan dengan sesuatu yang dibiayai atau obyek pembiayaan. Jika perusahaan mengolah bahan baku menjadi produk jadi, maka sesuatu yang dibiayai tersebut adalah produk. Sedangkan jika perusahaan menghasilkan jasa maka sesuatu yang dibiayai tersebut adalah jasa. Dalam hubungan dengan sesuatu yang dibiayai tersebut, (Subagyo,2006) biaya dibagi menjadi dua golongan yaitu:

- a. Biaya langsung (*Direct cost*).

Biaya langsung adalah biaya yang terjadi yang penyebab satu-satunya adalah karena adanya sesuatu yang dibiayai. Sesuatu yang dibiayai dalam hal ini dapat berupa biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung untuk membuat sesuatu produk. Sedangkan dalam hubungannya dengan departemen, dibagi menjadi biaya langsung departemen dan biaya tidak langsung departemen.

- b. Biaya Tidak Langsung (*Indirect cost*).

Biaya tidak langsung adalah biaya yang terjadinya tidak hanya disebabkan oleh adanya sesuatu yang dibiayai. Dalam hubungannya dengan produk, biaya tidak langsung, tidak mudah diidentifikasi dengan produk. Gaji mandor yang diawasi pembuatan produk, A, B, dan C merupakan biaya yang tidak langsung bagi produk A, B, C karena gaji mandor tersebut terjadi bukan karena perusahaan memproduksi satu macam produk. Jika perusahaan

memproduksi satu macam produk, maka Semua biaya merupakan biaya langsung dalam hubungannya dengan produk. Biaya tidak langsung dalam hubungannya dengan produk sering disebut dengan istilah biaya overhead pabrik (*factory overhead costing*).

2. Pengolongan biaya atas dasar fungsi pokok dalam perusahaan. Pada perusahaan manufaktur ada tiga fungsi pokok yaitu fungsi produksi, fungsi pemasaran, dan fungsi administrasi dan umum. Oleh karena itu di dalam perusahaan manufaktur, biaya dapat dikelompokkan menjadi tiga kelompok, yaitu:

a. Biaya Produksi

Biaya Produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap dijual. Biaya ini meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya overhead pabrik. Biaya bahan baku tersebut yang diolah dalam proses produksi. Biaya tenaga kerja langsung adalah biaya tenaga kerja yang dapat diidentifikasi secara langsung terhadap produk tertentu. Sedangkan biaya overhead pabrik adalah biaya produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Biaya produksi yang masuk dalam kelompok biaya overhead pabrik adalah:

- 1) Biaya bahan penolong
- 2) Biaya reparasi
- 3) Biaya tenaga kerja tidak langsung yaitu biaya tenaga kerja yang tidak secara langsung diperhitungkan dalam memproduksi produk tertentu.

- 4) Biaya penyusutan, yaitu beban biaya yang timbul akibat penilaian terhadap aktiva tetap
- 5) Biaya asuransi, yaitu biaya yang timbul sebagai akibat dari berlalunya waktu.
- 6) Biaya listrik.

b. Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk, contohnya adalah biaya iklan, biaya promosi, biaya pendalaman dinas, biaya gaji manajer pemasaran dan lain-lain.

c. Biaya Administrasi dan Umum

Merupakan biaya untuk mengkoordinasikan kegiatan produksi dan kegiatan pemasaran produk. Contoh biaya ini adalah biaya telepon, biaya peralatan kantor, dan lain-lainnya.

3. Penggolongan biaya menurut perilaku dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan. Penggolongan biaya sesuai dengan aktivitas perusahaan terutama untuk tujuan perencanaan, pengendalian serta pengembangan keputusan. Berdasarkan perilakunya terhadap kegiatan perusahaan biaya dapat dikelompokkan menjadi:

a. Biaya Tetap (*Fixed cost*).

Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap dalam kisaran perubahan volume kegiatan tertentu. Karakteristik biaya tetap adalah:

1. Biaya yang jumlah totalnya tetap konstan tidak terpengaruh oleh perubahan volume kegiatan sampai dengan tingkat tertentu.
2. Pada biaya tetap, biaya persatuan akan berubah berbanding terbalik dengan perubahan volume kegiatan. Semakin tinggi volume kegiatan semakin rendah biaya per satuan.

b. Biaya Variabel (*Variable cost*).

Biaya variabel merupakan biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Semakin tinggi volume kegiatan maka semakin tinggi pula total biaya variabel. Elemen biaya variabel ini terdiri atas: biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung yang dibayar per buah produk atau per jam, biaya overhead pabrik variabel, biaya pemasaran variabel (Ermayanti, 2011). Karakteristik biaya variabel adalah biaya persatuan dipengaruhi oleh perubahan volume kegiatan.

c. Biaya Semi Variabel

Biaya semi variabel adalah biaya yang mempunyai unsur tetap dan variabel di dalamnya. Unsur biaya yang tetap merupakan jumlah minimal untuk menyediakan produk dan jasa. Sedangkan unsur variabel merupakan bagian dari biaya semi variabel yang dipengaruhi oleh kegiatan. Karakteristik biaya semi variabel adalah biaya yang jumlah totalnya akan berubah sesuai dengan perubahan volume kegiatan. Akan tetapi sifat perubahannya tidak sebanding, biaya akan berbanding terbalik dihubungkan dengan perubahan volume kegiatan.

2.1.1.5. Tujuan Akuntansi Biaya

Carter (2009:11) menjelaskan bahwa tujuan akuntansi biaya adalah mengkomunikasikan baik informasi keuangan maupun non keuangan kepada manajemen untuk memudahkan fungsi manajemen. Akuntansi biaya menyediakan salah satu informasi yang diperlukan oleh manajemen dalam mengelola perusahaan untuk menghitung biaya produksi dalam rangka menetapkan harga pokok produk baik yang dibuat secara pesanan maupun massal dan menyajikannya dalam bentuk laporan biaya. Informasi biaya tersebut berguna bagi kepentingan manajemen dalam mengelola perusahaannya, yaitu untuk perencanaan dan pengendalian laba; penentuan harga pokok dan jasa; serta pengambilan keputusan.

2.1.1.6. Peranan Akuntansi Biaya

Bustami (2009:19) mengartikan akuntansi biaya melengkapi manajemen dengan alat yang diperlukan untuk aktivitas-aktivitas perencanaan dan pengendalian, memperbaiki kualitas dan efisiensi, serta membuat keputusan-keputusan yang bersifat rutin maupun strategis. Peranan akuntansi biaya adalah membantu manajemen dalam menyelesaikan tugas-tugas seperti berikut:

- a. Membuat dan melaksanakan rencana dan anggaran untuk operasi dalam kondisi-kondisi kompetitif dan ekonomi yang telah diprediksi sebelumnya.

- b. Menetapkan metode perhitungan biaya dan prosedur yang menjamin adanya pengendalian dan jika memungkinkan pengurangan biaya atau adanya pembebanan biaya dan perbaikan mutu.
- c. Mengendalikan kuantitas fisik persediaan, dan menentukan biaya dari setiap produk yang dihasilkan, untuk tujuan penetapan harga dan evaluasi kinerja dari suatu produk, departemen, ataupun divisi.
- d. Menentukan biaya dan laba perusahaan untuk satu tahun periode akuntansi atau untuk periode yang lain yang lebih pendek. Hal ini termasuk menentukan nilai persediaan dan harga pokok penjualan sesuai dengan aturan pelaporan eksternal.
- e. Memilih antara dua atau lebih alternatif jangka pendek atau jangka panjang, yang dapat mengubah pendapatan atau biaya.

2.1.1.7. Pengertian Akuntansi Manajemen

Simamora (2012:13) mendefinisikan bahwa akuntansi manajemen adalah proses pengidentifikasian, pengukuran, penghimpunan, penganalisaan, penyusunan, penafsiran dan pengkomunikasian informasi keuangan yang digunakan oleh manajemen untuk merencanakan, mengevaluasi, dan mengendalikan kegiatan usaha di dalam sebuah organisasi, serta untuk memastikan penggunaan dan akuntabilitas sumber daya yang tepat.

RA Supriyono (1993:8) mengutip dari Management Accounting Practices (MAP) komite yang dibentuk oleh National Association of Accountants (NAA) bahwa akuntansi manajemen ialah suatu proses identifikasi,

pengukuran, pengumpulan data, analisis, penyiapan, dan komunikasi informasi finansial yang digunakan manajemen untuk sebuah perencanaan, evaluasi, pengendalian dalam suatu organisasi atau perusahaan, serta menjamin ketepatan penggunaan sumber dan pertanggungjawaban atas segala sumber tersebut. Dalam akuntansi manajemen juga terdiri dari penyiapan laporan finansial untuk kelompok-kelompok non manajemen seperti para kreditur, pemegang saham, penguasa perpajakan dan lembaga-lembaga lain.

Akuntansi manajemen diperlukan dalam menyediakan informasi yang diperlukan oleh manajemen dalam melakukan proses manajemen. Halim, dkk (2013:5) menjelaskan bahwa, fungsi proses manajerial yang utama meliputi aktifitas-aktifitas seperti perencanaan, kordinasi, pengendalian, dan pengambilan keputusan. Dan dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Perencanaan adalah proses penentuan kegiatan-kegiatan yang akan dilaksanakan oleh suatu organisasi pada masa yang akan datang, termasuk diantaranya adalah penetapan tujuan organisasi dan metode atau cara mencapai tujuan tersebut.
2. Kordinasi adalah proses yang mengintergrasikan kegiatan masing-masing bagian di dalam organisasi agar terjalin kerja sama untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, sedangkan
3. Pengendalian adalah proses yang menjamin bahwa organisasi melaksanakan strateginya sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Aktivitas pengendalian dilakukan dengan cara melakukan pengawasan terhadap implementasi perencanaan dan mengambil tindakan koreksi yang diperlukan, dan

4. Pengambilan keputusan adalah proses untuk memilih sebuah alternatif solusi yang terbaik dari berbagai macam solusi alternatif yang ada.

2.1.1.8. Tujuan Akuntansi Manajemen

Akuntansi manajemen ditunjukkan untuk menyediakan informasi keuangan bagi keperluan manajemen. Akuntansi manajemen berhubungan dengan informasi mengenai perusahaan untuk memberikan manfaat bagi mereka yang berada dalam perusahaan. Sebagai contoh, seorang manajer pemasaran ingin memutuskan apakah ia akan menerima pesanan dari pelanggan baru yang menginginkan harga di bawah harga yang telah ditetapkan, namun menghendaki volume barang dalam jumlah yang besar. Ony (2012:10)

Carter (2009:11) menjelaskan bahwa tujuan akuntansi biaya adalah mengkomunikasikan baik informasi keuangan maupun non keuangan kepada manajemen untuk memudahkan fungsi manajemen. Akuntansi biaya menyediakan salah satu informasi yang diperlukan oleh manajemen dalam mengelola perusahaan untuk menghitung biaya produksi dalam rangka menetapkan harga pokok produk baik yang dibuat secara pesanan maupun massal dan menyajikannya dalam bentuk laporan biaya. Informasi biaya tersebut berguna bagi kepentingan manajemen dalam mengelola perusahaannya, yaitu untuk perencanaan dan pengendalian laba; penentuan harga pokok dan jasa; serta pengambilan keputusan.

2.1.1.9. Analisis Biaya Relevan

a. Pengertian Biaya Relevan

Ada beberapa pendapat yang mengemukakan tentang pengertian biaya relevan yang pada dasarnya sama tapi dituangkan dalam kalimat yang berbeda. Berikut terdapat beberapa definisi biaya relevan menurut para ahli. Definisi biaya relevan Supriyono (2011:398), “Biaya relevan adalah meliputi semua biaya yang akan terpengaruh oleh suatu pengambilan keputusan, karena itu biaya tersebut harus di pertimbangkan di dalam pengambilan keputusan tertentu tersebut.

Armila (2006:199), “Biaya relevan adalah biaya masa akan datang yang dapat dihindarkan (avoidable cost) karena kita memilih alternatif lain dalam pengambilan keputusan” Menurut Charles T. Horngren, Srikant M. Datar, dan George Foster (2008:446) “Biaya relevan adalah biaya masa akan datang yang berbeda dalam beberapa alternatif yang berbeda”

Dari beberapa pengertian di atas, maka biaya relevan mempunyai dua ciri khusus, yaitu: Merupakan biaya masa akan datang (future cost) dan bukan biaya masa lalu (sunk cost). Seperti yang telah didefinisikan bahwa biaya relevan adalah biaya yang harus dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan. Dalam hal ini tentu saja biaya masa lalu tidak ada pengaruh dalam pengambilan keputusan, karena biaya tersebut merupakan sejarah yang tidak bisa diubah misalnya penyusutan. Akan tetapi, bukan berarti semua biaya masa yang akan datang itu merupakan biaya relevan, hanya biaya masa akan datang yang berhubungan dengan pengambilan keputusan saja yang patut dipertimbangkan. Biaya yang berbeda diantara dua alternatif. Biaya yang sama antara dua alternatif

tidak patut dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan, jadi biaya ini bukan termasuk ke dalam biaya relevan.

b. Kegunaan Konsep Biaya Relevan

Pengambilan keputusan merupakan salah satu fungsi dasar manajer. Manajemen senantiasa dihadapkan pada masalah keputusan produk apa yang dijual, metode produk apa yang digunakan, apakah membuat atau membeli suku cadang, beberapa harga yang ditetapkan, saluran distribusi apa yang digunakan, apakah menerima pesanan khusus dengan harga khusus, apakah mengurangi atau menambah jenis produk dll.

Dalam keadaan paling baik pun, pengambilan keputusan merupakan tugas yang paling rumit dan sulit. Dalam pengambilan keputusan, biaya merupakan suatu bagian penting dan pertimbangan yang diutamakan. Biaya satu alternatif harus dibandingkan dengan biaya dari alternatif yang lain sebagai salah satu langkah dalam proses pengambilan keputusan. Masalahnya adalah bahwa penerapan biaya yang berkaitan dengan suatu alternatif kemungkinan tidak relevan bagi keputusan yang diambil oleh manajer. Agar suatu keputusan tersebut bisa berhasil, manajer harus mempunyai alat untuk membedakan mana biaya yang relevan dan yang tidak relevan.

c. Analisis Biaya Relevan untuk Pengambilan Keputusan

Analisis biaya relevan di sini dimaksudkan untuk menentukan kenaikan pendapatan, biaya dan margin laba sehubungan dengan beberapa kemungkinan cara untuk menggunakan fasilitas tetap atau fasilitas yang tersedia. Dalam analisa ini biaya variabel sangat relevan dalam pengambilan keputusan, karena lazimnya

biaya variabel dapat dielakan ketika proyek masih dalam tahap evaluasi dan kemudian ternyata tidak dapat dilaksanakan. Sebaliknya biaya tetap lazimnya tidak dapat dielakan dan ole karena itu tidak relevan bagi setiap keputusan sehubungan dengan biaya dari berbagai alternatif pengambilan keputusan.

Perhitungan biaya relevan merupakan nilai dalam pemecahan berbagai jenis masalah. Secara tradisional, aplikasi ini mencakup keputusan untuk membuat atau membeli komponen, meneruskan atau menghentikan segmen atau lini produk, menerima pesanan khusus di bawah harga normal, dan memproses produk gabungan lebih jauh atau menjualnya pada titik pemisahan. Keputusan-keputusan di atas tentu masih dapat di tambah lagi. Namun, sebagian prinsip pengambilan keputusan serupa berlaku untuk berbagai masalah.

Hansen(2009:76), Penerapan konsep biaya relevan dalam pengambilan keputusan, terutama yang berkaitan dengan pemilihan alternatif dalam hal:

1. Keputusan membuat atau membeli

Manajer sering dihadapkan dengan keputusan apakah harus membuat atau membeli komponen yang digunakan dalam produksi.

2. Keputusan meneruskan atau menghentikan

Seorang manajer harus memutuskan apakah suatu segmen, seperti lini produk, harus dipertahankan atau dihapus.

3. Keputusan pesanan khusus

Undang-undang diskriminasi harga mensyaratkan perusahaan untuk menjual produk yang identik dengan haraga sama kepada pelanggan di pasar yang sama.

- Keputusan menjual atau memproses lebih lanjut

Penentuan akan menjual atau memproses lebih lanjut merupakan suatu keputusan penting yang harus dibuat oleh para manajer.

- Keputusan bauran produk Setiap bauran produk mencerminkan suatu alternatif yang mengandung tingkat laba terkait.

d. Pengertian Margin Kontribusi

William (2009:269) margin kontribusi atau laba marginal adalah selisih antara pendapatan penjualan dengan semua biaya variabel.

KONSEP MARGIN KONTRIBUSI

Penjualan	XXX
Biaya variabel	(XXX)
Margin kontribusi	XXX

2.1.1.10. Biaya Relevan

Witjaksono (2006:16) biaya relevan adalah biaya yang diperkirakan nantinya akan muncul, yang berbeda diantara berbagai alternatif. Witjaksono (2006:17) mengatakan ada dua kriteria yang harus dipenuhi dalam biaya relevan yaitu merupakan biaya masa datang yang diharapkan bisa terjadi biaya yang berbeda diantara alternatif yang ada. Biaya relevan seringkali dikenal dengan biaya marjinal atau biaya tambahan (incremental)

Hansen (2011:69), menyatakan bahwa biaya relevan merupakan biaya masa depan yang berbeda pada setiap alternatif. Semua keputusan berhubungan dengan masa depan sehingga hanya biaya masa depan yang dapat menjadi relevan dengan

keputusan. Namun untuk menjadi relevan, suatu biaya tidak hanya merupakan biaya masa depan, tetapi juga harus berbeda dari satu alternatif dengan alternatif lainnya. Jika biaya masa depan terdapat pada lebih dari satu alternatif, maka biaya tersebut tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan. Biaya demikian disebut biaya tidak relevan. Kemampuan untuk mengidentifikasi biaya relevan dan tak relevan merupakan suatu keterampilan pengambilan keputusan yang penting.

2.1.1.11. Harga Pokok Produksi

Harga pokok produksi atau *products cost* merupakan elemen penting untuk menilai keberhasilan (*performance*) dari perusahaan dagang maupun manufaktur. Harga pokok produksi mempunyai kaitan erat dengan indikator-indikator tentang sukses perusahaan, seperti misalnya: laba kotor penjualan, laba bersih. Tergantung pada rasio antara harga jual dan harga pokok produknya, perubahan pada harga pokok produk yang relatif kecil bisa jadi berdampak signifikan pada indikator keberhasilannya. Harga pokok produksi pada dasarnya menunjukkan harga pokok produk (barang dan jasa) yang diproduksi dalam suatu periode akuntansi tertentu. Hal ini berarti bahwa harga pokok produksi merupakan bagian dari harga pokok, yaitu harga pokok dari produk yang terjual dalam suatu periode akuntansi. Halim (1999) mendefinisikan harga pokok sebagai berikut: “Harga pokok dapat berarti sebagai bagian dari harga perolehan suatu aktiva yang ditunda pembebanannya dimasayng akan datang”.

Lesmono (1998: 1) harga pokok adalah nilai pengorbanan untuk memperoleh barang dan jasa yang diukur dengan nilai mata uang. Besarnya biaya

diukur dengan berkurangnya atau timbulnya utang. Mulyadi dalam bukunya yang berjudul Akuntansi Biaya (1991) mengungkapkan bahwa biaya produksi membentuk harga pokok produksi, yang digunakan untuk menghitung harga pokok produk jadi dan harga pokok produk pada akhir periode akuntansi masih dalam proses. Mulyadi (2007: 10) harga pokok produksi atau disebut harga pokok adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau kemungkinan terjadi untuk memperoleh penghasilan.

Mulyadi lebih lanjut menjelaskan bahwa, biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi dalam hubungannya dengan pengolahan bahan baku menjadi barang jadi. Sedangkan menurut Supriyono (1999: 144) biaya-biaya dalam penentuan harga pokok produksi terdiri dari tiga unsur:

a. Biaya Bahan Baku

Biaya bahan baku adalah biaya bahan yang dipakai untuk diolah dan akan menjadi bahan produk jadi. Bahan dari suatu produk merupakan bagian terbesar yang membentuk suatu produk jadi, sehingga dapat diklasifikasikan secara langsung dalam harga pokok dari setiap macam barang tersebut.

b. Biaya Tenaga Kerja

Biaya tenaga kerja merupakan balas jasa yang diberikan kepada karyawan produksi baik yang secara langsung maupun yang tidak langsung turut ikut mengerjakan produksi barang yang bersangkutan.

c. Biaya Overhead Pabrik

Merupakan biaya yang tidak dapat dibebankan secara langsung pada suatu hasil produk. Biaya ini meliputi biaya-biaya selain biaya bahan baku dan

biaya tenaga kerja.

2.1.1.12. Manfaat Informasi Harga Pokok Produksi

Pada dasarnya tujuan penentuan harga pokok produksi adalah untuk menentukan secara tepat jumlah biaya perunit produk jadi, sehingga dapat diketahui laba atau rugi suatu perusahaan per periode. Mulyadi (2007:41) manfaat dari penentuan harga pokok produksi secara garis besar adalah sebagai berikut:

a. Menentukan Harga Jual Produk

Perusahaan yang memproduksi massal memproses produknya untuk memenuhi persediaan di gudang dengan demikian biaya produksi dihitung untuk jangka waktu tertentu untuk menghasilkan informasi biaya produksi per satuan produk. Penentuan harga jual produk, biaya produksi per unit merupakan salah satu data yang dipertimbangkan disamping data biaya lain serta data non biaya.

b. Memantau Realisasi Biaya Produksi

Manajemen memerlukan informasi biaya produksi yang sesungguhnya dibandingkan dengan rencana produksi yang telah ditetapkan, oleh sebab itu akuntansi biaya digunakan dalam jangka waktu tertentu untuk memantau apakah produksi mengkonsumsi total biaya produksi sesuai dengan yang diperhitungkan sebelumnya.

c. Menghitung Laba Rugi Periodik

Guna mengetahui apakah kegiatan produksi dan pemasaran perusahaan dalam periode tertentu mampu menghasilkan laba bruto. Manajemen memerlukan

ketepatan penentuan laba periodik, sedangkan laba periodik yang tepat harus berdasarkan informasi biaya dan penentuan biaya yang tepat pula.

d. Menentukan Harga Pokok Persediaan Produk Jadi dan Produk Dalam

Proses yang Disajikan dalam Neraca. Saat manajemen dituntut untuk membuat pertanggungjawaban perperiode, manajemen harus menyajikan laporan keuangan berupa neraca dan laporan laba rugi yang menyajikan harga pokok persediaan produk jadi dan harga pokok yang pada tanggal neraca masih dalam proses.

Berdasarkan catatan biaya produksi yang masih melekat pada produk jadi yang belum di jual pada tanggal neraca serta dapat diketahui biaya produksinya. Biaya yang melekat pada produk jadi pada tanggal neraca disajikan dalam harga pokok persediaan produk jadi. Biaya produksi yang melekat pada produk yang pada tanggal neraca masih dalam proses pengerjaan disajikan dalam neraca sebagai harga pokok persediaan produk dalam proses.

2.1.1.13 Unsur-Unsur Harga Pokok Produksi

Untuk menentukan harga pokok produksi yang mutlak diperlukan dasar penilaian dan penentuan laba rugi periodik. Biaya produksi perlu diklasifikasikan menurut jenis atau obyek pengeluarannya. Hal ini penting agar pengumpulan data biaya dan alokasinya yang seringkali menuntut adanya ketelitian yang tinggi, seperti misalnya penentuan tingkat penyelesaian produk dalam proses pada produksi secara massal dapat dilakukan dengan mudah. Harnanto (1992: 34-46) terdapat tiga unsur-unsur harga pokok produksi yaitu:

biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya produksi tidak langsung atau biaya overhead pabrik.

a. Biaya Bahan Baku

Bahan baku adalah berbagai macam bahan yang diolah menjadi produk selesai dan pemakaiannya dapat diikuti jejaknya. Biaya bahan baku adalah harga perolehan berbagai macam bahan baku yang dipakai dalam kegiatan pengolahan produk (Ermayanti, 2011). Biaya ini meliputi harga pokok dari semua bahan yang secara praktis dapat diidentifikasi sebagai bahan dari produk selesai.

Misalnya, papan atau kayu pada perusahaan produsen mebel, pasir dan semen pada perusahaan tegel, kain pada perusahaan konveksi. Tidak semua bahan yang dipakai dalam pembuatan suatu produk diklasifikasikan sebagai bahan baku. Paku dan lem pada perusahaan produsen mebel umpamanya, mungkin tidak diklasifikasi sebagai bahan baku. Ini disebabkan oleh karena biaya yang didapat dari ketelitian harga pokok produksinya. Bahan-bahan yang relatif kecil nilainya seperti itu disebut bahan penolong dan diklasifikasikan sebagai bagian produksi tidak langsung.

b. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Tenaga kerja langsung adalah tenaga kerja yang jasanya dapat diikuti jejak manfaatnya pada produk tertentu. Biaya tenaga kerja langsung adalah balas jasa yang diberikan oleh perusahaan kepada tenaga kerja langsung dan jejak manfaatnya dapat diidentifikasi pada produk tertentu (Ermayanti, 2011). Biaya ini meliputi gaji dan upah dari seluruh tenaga kerja langsung yang secara praktis

dapat diidentifikasi dengan pengolahan bahan menjadi produk jadi atau setengah jadi.

Gaji dan upah operasional mesin umpamanya merupakan contoh biaya tenaga kerja langsung. Seperti halnya biaya bahan baku, kenyataan adanya gaji dan upah tenaga kerja yang ikut membantu terlaksananya kegiatan produksi mungkin saja tidak digolongkan sebagai biaya tenaga kerja langsung. Karena itu, terhadap gaji dan upah tenaga kerja dibedakan menjadi biaya tenaga kerja langsung dan biaya tenaga kerja tidak langsung. Biaya tenaga kerja tidak langsung meliputi semua biaya (gaji/upah) tenaga kerja bagian produksi yang tidak terlibat secara langsung dalam proses pengerjaan bahan menjadi produk jadi. Gaji dan upah mandor adalah salah satu contoh dari biaya tenaga kerja tidak langsung. Sebagai contoh gaji karyawan keamanan yang menjaga keamanan lokasi produksi dimana tanpa penjagaan, proses produksi dapat terganggu (Daljono, 2009).

c. Biaya Overhead Pabrik

Biaya ini meliputi semua biaya produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Oleh karena itu, biaya overhead pabrik meliputi juga biaya bahan penolong, gaji dan upah tenaga kerja tidak langsung dan biaya produksi tak langsung lainnya. Biaya depresiasi, dan amortisasi aktiva tetap, serta biaya asuransi umpamanya, merupakan contoh dari biaya overhead pabrik (Ermayanti, 2011). Untuk menentukan harga pokok produk sebagai dasar penilaian persediaan, terdapat perbedaan yang fundamental tentang apa yang harus dilakukan terhadap biaya produksi langsung dan biaya overhead pabrik.

Untuk biaya produksi langsung pengumpulan data biayanya dilakukan dengan menggunakan dokumen-dokumen transaksi seperti misalnya Surat Permintaan Bahan (SPB) untuk bahan baku, dan kartu jam kerja untuk tenaga kerja langsung ke dalam dokumen itu dicatat data kuantitas dan harga atau tarip per satuannya. Setiap kali terjadi transaksi pemakaian bahan baku atau pelaksanaan, satuan order produksi. Lain halnya dengan biaya overhead pabrik, biaya ini tidak dapat diidentifikasi secara langsung kepada masing-masing produk berdasarkan suatu taksiran. Untuk mengatasi hal ini, perusahaan pada umumnya menentukan jumlah biaya overhead pabrik untuk jangka waktu tertentu, misalnya satu tahun, kemudian membebankannya kepada produk yang dihasilkan dalam jangka waktu tersebut berdasarkan tarif tertentu (Rozi, 2010).

2.1.1.14. Metode Penentuan Harga Pokok Produksi

Metode penentuan harga pokok produksi adalah cara memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam harga pokok produksi. Dalam memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam harga pokok produksi, terdapat dua metode: Full costing dan Variable costing. (Mulyadi, 2000)

a. Full costing

Full costing merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi ke dalam harga pokok produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik, baik yang berperilaku variabel maupun tetap. Dengan demikian

harga pokok produksi menurut metode full costing terdiri dari unsur biaya produksi berikut ini:

Biaya bahan baku	XX
Biaya tenaga kerja langsung	XX
Biaya overhead pabrik variabel	XX
Biaya overhead pabrik tetap	<u>XX</u>
Harga pokok produksi	<u>XX</u>

b. Variable costing

Variable costing merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku variabel ke dalam harga pokok produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik variabel. Dengan demikian harga pokok produksi menurut metode variable costing terdiri dari unsur biaya produksi berikut ini:

Biaya bahan baku	XX
Biaya tenaga kerja langsung	XX
Biaya overhead pabrik variabel	<u>XX</u>
Harga pokok produksi	<u>XX</u>

2.1.1.15. Aplikasi Biaya Relevan Dalam Pengambilan Keputusan

Ahmad (2013:121) menjelaskan bahwa penerapan analisis biaya relevan dapat bermanfaat bagi manajemen dalam pengambilan keputusan. Berikut merupakan jenis-jenis keputusan dalam analisis biaya relevan.

1. Membuat atau membeli

2. Meneruskan atau menghentikan
3. Menjual atau memproses lebih lanjut
4. Menerima atau menolak pesanan khusus

2.1.1.16. Penggunaan Biaya Relevan dalam Pengambilan Keputusan Pesanan

Khusus

Kadang-kadang perusahaan perlu melakukan diskriminasi harga untuk memperoleh keuntungan maksimum atau untuk menekan kerugian. Namun kebijakan ini hanya dilakukan pada kondisi khusus, yaitu jika perusahaan memiliki kapasitas menganggur, maka perusahaan dalam kondisi yang tidak optimal, karena perusahaan mengeluarkan biaya tetap dalam jumlah banyak, sementara perolehan pendapatannya tidak proporsional dengan biaya tetap tersebut.

Untuk mengurangi kerugian ini, perusahaan dapat memanfaatkannya dengan menerima pesanan khusus. Dengan kata lain, pesanan khusus biasanya diterima dengan memanfaatkan fasilitas yang menganggur. Selain itu, perusahaan hanya melayani pesanan khusus ini untuk para pelanggan tertentu saja karena harga yang ditetapkan untuk pesanan khusus biasanya di bawah harga pasar. Jika pesanan ini tidak dibatasi, maka kebijakan diskriminasi harga ini justru akan

merusak pasar regular. Syarat yang harus dipenuhi agar pesanan khusus dapat diterima, menurut Supriyono (2007:311) adalah:

1. Kapasitas produksi perusahaan masih ada yang menganggur.
2. Adanya pemisahan pasar antara penjualan biaya dengan penjualan untuk melayani pesanan khusus.

Berikut merupakan jenis-jenis keputusan dalam analisis biaya relevan:

1. Membuat atau membeli

Manajer sering di hadapkan dengan keputusan apakah harus membuat atau membeli komponen yang digunakan dalam produksi.

2. Meneruskan atau menghentikan

Seorang manajer harus memutuskan apakah suatu segmen seperti lini produk harus dipertahankan atau dihapus

3. Menjual atau memproses lebih lanjut

Penentuan akan menjual atau memproses lebih lanjut merupakan suatu keputusan penting yang harus dibuat oleh para manajer

4. Menerima atau menolak pesanan khusus

Manajemen harus jeli dalam membuat keputusan menerima atau menolak pesanan khusus. Dengan mengetahui beberapa kriteria pesanan khusus.

2.1.1.17. Skema HPP Menggunakan Biaya Relevan

Tabel 2.

Perhitungan HPP Menggunakan Analisis Biaya Relevan

Keterangan	Biaya Relevan
Biaya Bahan Baku	XXX
Total Biaya Bahan Baku	XXX
Biaya Tenaga Langsung	<u>XXX</u>
Biaya Overhead	XXX
Total biaya Overhead	<u>XXX</u>
Jumlah	XXX

Sumber: Jurnal EMBA Vol.2 No.3 September 2014, Hal. 236-244

2.1.1.18 Skema Analisa Laba-Rugi



Tabel 2.1

PT ADA
Laporan Laba-Rugi

Untuk tahun yang berakhir 31 desember 2XXX

Penjualan		XXX
Harga pokok penjualan		
Persediaan awal produk jadi		XXX
Harga pokok produksi:		
Persediaan awal barang dalam proses		XXX
Biaya bahan baku	XXX	
Biaya tenaga kerja langsung	XXX	
Biaya overhead pabrik	<u>XXX</u>	
		<u>XXX</u>

	XXX	
Persediaan akhir barang dalam proses	(XXX)	
		<u>XXX</u>
Barang yang tersedia untuk dijual	XXX	
Perersediaan akhir produk jadi	(XXX)	
Harga pokok penjualan	XXX	
Biaya variabel:		
Biaya administrasi dan umum variabel	XXX	
Biaya pemasaran variabel	<u>XXX</u>	
Total biaya variabel		<u>XXX</u>
		(XXX)
Laba kontribusi		XXX
Biaya tetap:		
Biaya overhead pabrik tetap	XXX	
Biaya administrasi dan umum tetap	XXX	
Biaya pemasaran tetap	<u>XXX</u>	
		(XXX)
Laba bersih usaha		XXX
Pendapatan diluar usaha	XXX	
Biaya diluar usaha	(XXX)	
		(XXX)
Laba bersih		XXX

Sumber: Mulyadi. 2005

2.1.2. Penelitian Terdahulu

1. Fredo Tumilantouw., J. Morasa., L. Kalangi.(2014)“Penerapan biaya relevan dalam pengambilan keputusan menerima atau menolak pesanan khusus pada CV. Pyramid” Hasil penelitian menjelaskan bahwa jumlah produksi pada tahun 2013 tidak mencapai target yang sudah ditetapkan manajemen. Terdapat kapasitas menganggur dengan presentase cukup besar yang akan sangat berpengaruh pada laba perusahaan. Namun, kapasitas menganggur ini dapat dijadikan sebagai peluang untuk menerima pesanan khusus dengan menggunakan analisis biaya relevan. Pada bulan November, perusahaan mendapatkan tawaran pesanan khusus dari PT. Cahaya Nusantara Timur yang akan membuat halaman paving pada lahan sebesar 1500 m² yang jika dihitung untuk setiap meter membutuhkan 43 buah paving, maka itu berarti PT. Cahaya Nusantara Timur membutuhkan 64.500 buah paving. Perusahaan dalam keadaan ini juga diperhadapkan dengan suatu pilihan dimana perusahaan ingin mengoptimalkan laba, akan tetapi perusahaan juga diharuskan memperhitungkan biaya relevan yang muncul yaitu biaya pengiriman. Hasil perhitungan harga pokok per unit dengan perhitungan full costing tentu saja membuat perusahaan tidak akan menerima pesanan khusus karena harga pokok per unit mencapai. Namun, jika dianalisis dengan metode biaya relevan yang tentunya akan menghilangkan beberapa akun-akun biaya seperti biaya overhead pabrik dan

biaya nonproduksi yang telah ditetapkan untuk periode satu tahun, maka hal ini tentunya membuat perusahaan dapat menerima pesanan khusus yang sangat membantu perusahaan untuk mencapai keuntungan maksimal. Analisis biaya relevan dapat digunakan untuk meningkatkan laba maksimum perusahaan pada kondisi tertentu, salah satu contohnya yaitu pada saat adanya kapasitas menganggur. Selain itu, biaya relevan tidak dapat digunakan setiap saat karena ada juga beberapa aspek yang harus dipertimbangkan seperti biaya bahan baku, dikarenakan pada saat ini biaya bahan baku relatif stabil maka perusahaan dapat memaksimalkan kelebihan volume bahan baku untuk menerima pesanan khusus.

2. Octavianus Macpal., V. Ilat. (2014) "Analisis biaya relevan untuk menerima atau menolak pesanan khusus pada UD. Sinar Sakti" Hasil penelitian menjelaskan bahwa pada bulan november, manajemen perusahaan mendapatkan tawaran pesanan khusus dari klien sebanyak 5 unit kursi santai kayu kelapa. Pada tahun 2013, jumlah produksi tidak mencapai target yang sudah ditetapkan manajemen. Terdapat kapasitas menganggur yang dapat dijadikan sebagai peluang manajemen untuk mendapatkan laba. Kapasitas menganggur ini dapat dijadikan manfaat untuk menerima pesanan khusus dengan menggunakan analisis biaya relevan. Perhitungan harga pokok per unit dengan perhitungan full costing membuat manajemen perusahaan tidak akan menerima pesanan khusus karena harga pokok per unit melebihi biaya produksi. Namun, jika dianalisis dengan metode biaya relevan yang tentunya akan menghilangkan beberapa akun-akun biaya

seperti biaya tenaga kerja tak langsung dan biaya reparasi dan pemeliharaan mesin serta biaya nonproduksi yang telah ditetapkan untuk periode satu tahun, maka hal ini tentunya membuat manajemen perusahaan dapat menerima pesanan khusus yang sangat membantu perusahaan untuk mencapai laba maksimal. Analisis biaya relevan dapat digunakan untuk meningkatkan laba perusahaan dalam menerima pesanan khusus. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Andry (2011), juga menunjukkan harga lebih besar dari biaya variable sehingga pesanan yang ditawarkan oleh klien dapat diterima. Begitu juga penelitian yang dilakukan oleh Raap (2013), dari hasil penelitian menunjukkan bahwa harga jual pesanan khusus lebih besar dari biaya variable yang dikeluarkan perusahaan sehingga pesanan yang ditawarkan dari klien dapat diterima. Penelitian yang dilakukan oleh Tumilantouw (2014), dari hasil penelitian menunjukkan bahwa harga yang ditawarkan pesanan khusus lebih besar dari biaya variable sehingga pesanan khusus tersebut dapat diterima.

3. Dinnadia Desi Maharatih.(2017)“Penerapan Biaya Relevan Dalam Pengambilan Keputusan Menerima Atau Menolak Pesanan Khusus Untuk Peningkatan Laba Perusahaan Pada UD. BUDI TUKUL”

- a. Biaya relevan

Perhitungan biaya relevan dengan menggunakan metode kuadrat terkecil untuk menghitung jumlah almari selama 1 tahun.

Perhitungan biaya *overhead* pabrik dihitung secara rinci untuk mengetahui seberapa besar laba rugi yang akan diterima. Dari hasil

penelitian yang akan dihitung dengan metode kuadrat terkecil yaitu jumlah volume produksi almari selama tahun 2016 sebesar 67 unit.

b. Pesanan Khusus

Selama tahun 2016 perusahaan telah menerima pesanan khusus almari sebesar 7 unit. Jika perusahaan menolak pesanan khusus tersebut maka akan mendapatkan keuntungan sebesar Rp 5.669.007. Jika sebaliknya perusahaan menerima pesana

n khusus tersebut maka akan mendapatkan keuntungan yang lebih sebesar Rp 14.286.004. Sehingga dari hasil tersebut terdapat selisih yang lebih menguntungkan yaitu sebesar Rp 10.145.000.

4. Ika Sela Rohana Siti Sunrowiyati.(2016)“Analisis Perhitungan Biaya Relevan Untuk Pesanan Khusus Guna Meningkatkan Laba Perusahaan Kasur UD. AFINA RIZKI”

Berdasarkan penyelesaian permasalahan diatas maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

a. Selama ini perusahaan kasur UD. Afina Rizki dalam menghitung dan membuat keputusan mengenai pesanan khusus masih menggunakan cara perhitungan sederhana, yaitu memasukkan semua biaya yang dikeluarkan perusahaan ke dalam perhitunganya.

b. Menerapkan analisis biaya relevan dengan regresi kuadrat terkecil sangat memudahkan perusahaan dalam memisahkan biaya-biaya yang terkait dengan produk yang dihasilkan, karena dalam biaya relevan hanya biaya

yang bersifat variabel saja yang akan berubah seiring dengan pertambahan jumlahnya produksinya.

c. Dalam hal ini UD. Afina Rizki tidak menerapkan analisis biaya relevan untuk menghitung pesanan khusus yang harus diterima atau ditolak.

d. Setelah diterapkannya analisis biaya relevan dapat diketahui bahwa pada tahun 2013-2015 terdapat pesanan khusus yang telah ditolak ternyata mendatangkan tambahan laba bagi perusahaan.

5. Akti Dwi Ayu Bahagia.(2014)“Analisis Biaya Relevan Untuk Pengambilan keputusan Khusus Pada Perusahaan Keripik Pisang UD. Shabrina" Berdasarkan data dalam perusahaan. Mulai bulan Januari sampai Desember 2013, diketahui bahwa harga pokok produksi per kg sebesar Rp 38.333,3. Sedangkan harga jual normal yang ditawarkan perusahaan sebesar 45.000, sehingga perusahaan memperoleh laba sebesar Rp. 6.666,7 per kg. Setelah diadakan analisis lebih lanjut dengan menggunakan analisis biaya relevan, dapat diketahui bahwa meskipun keempat pesanan khusus yang diterima perusahaan tersebut meminta harga dibawah harga jual normal yang ditawarkan perusahaan, akan tetapi pesanan khusus itu masih menghasilkan margin kontribusi yang positif dan bernilai cukup material. Berdasarkan hal itu, perusahaan seharusnya menerima pesanan-pesanan khusus tersebut, sehingga dapat menambah laba perusahaan dan mengatasi masalah mengenai adanya kapasitas produksi perusahaan yang menganggur.

6. Samsih Haryadi.(2016) “Analisis biaya Relevan Dalam Rangka Menerima atau Menolak pesanan Khusus pada UD.Asri Lumajang”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa volume penjualan almari pada UD. Asri Lumajang tahun 2015 sebanyak 63 almari yang dijual ddengan harga per almari sebesar Rp.4.800.000 dengan total penjualan sebesar Rp.297.900.000. Dari sejumlah penjualan 63 lemari tersebut, diantaranya merupakan pesanan khusus dari konsumen yaitu pada bulan oktober 2015 sebanyak 9 buah almari dengan harga yang ditawarkan per almari sebesar Rp. 4.300.000, dengan totalpenjualan sebesar Rp. 38.700.000. Dari hasil analisis biaya relevan khususnya pengambilan keputusan menerima atau menolak pesanan khusus menunjukkan bahwa dari alternatif yang diajukan mampu memberikan keuntungan bagi perusahaan. Jadi keputusan UD. Asri Lumajang untuk menerima pesanan khusus 9 buah almari pada bulan Oktober 2015 dengan harga penawaran Rp. 4.300.000 dari harga reguler Rp. 4.800.000 merupakan keputusan yang tepat.

2.1.3. Kerangka Pemikiran

BASIS : TEORI BIAYA RELEVAN

LAPORAN KEUANGAN

– LAPORAN LABA RUGI

ANALISIS BIAYA RELEVAN

PENGAMBILAN KEPUTUSAN

KESIMPULAN

