

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Biaya

Untuk memperoleh laba yang optimal, manajemen perusahaan harus memiliki pengetahuan serta pemahaman mengenai biaya. Menurut Sujarweni (2015:9) biaya mempunyai dua pengertian yaitu secara luas dan secara sempit. Biaya dalam arti luas 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. Biaya dalam arti sempit adalah pengorbanan sumber ekonomi dalam satuan uang untuk memperoleh aktiva.

Menurut Purwaji, dkk (2017:10) biaya adalah pengorbanan sumber daya yang diukur dalam satuan uang, yang mana hal tersebut telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi dalam upaya perusahaan untuk memperoleh barang atau jasa. Menurut Mulyadi (2017:8) mendefinisikan bahwa biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu. Sedangkan menurut Siregar, dkk (2018:36) biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat sekarang atau masa yang akan datang.

Berdasarkan definisi yang dikemukakan di atas, terdapat 4 unsur pokok, yaitu:

1. Biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi
2. Diukur dalam satuan uang
3. Yang terjadi atau yang secara potensial akan terjadi
4. Pengorbanan tersebut untuk tujuan tertentu

2.2 Klasifikasi Biaya

Menurut Sujarweni (2015:10) biaya yang terjadi diperusahaan perlu ditelusur berasal dari mana saja biaya tersebut. Angka-angka yang disebut sebagai biaya dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

1. Berdasarkan Pengelompokan 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.

Biaya *overhead* pabrik terdiri dari:

- Bahan Tidak Langsung

Biaya yang dikeluarkan untuk membeli bahan yang dibutuhkan untuk menyelesaikan suatu produk, namun pemakaiannya sedikit.

- Tenaga Kerja Tidak Langsung

Tenaga kerja yang dikeluarkan untuk membayar gaji tenaga kerja namun tenaga kerja tersebut secara tidak langsung mempengaruhi pembuatan barang jadi.

- Biaya Tidak Langsung Lainnya

Biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi barang yang secara tidak langsung berkaitan dengan produksi barangnya.

b. Biaya Komersial

Biaya komersial terdiri dari 2 yaitu :

1. Biaya Pemasaran

Biaya-biaya yang dikeluarkan untuk keperluan melaksanakan kegiatan pemasaran atau promosi produk.

2. Biaya Administrasi

Biaya-biaya yang dikeluarkan untuk mengkoordinasi dan mengendalikan kegiatan produksi dan pemasaran produk.

2. Berdasarkan Perilaku Biaya

Klasifikasi biaya berdasarkan perilaku dibagi menjadi 4 yaitu:

- a. Biaya Variabel

Biaya yang jumlahnya berubah-ubah, namun perubahannya sebanding dengan perubahan volume produksi/ penjualan.

b. Biaya Tetap

Biaya yang tidak berubah jumlahnya walaupun jumlah yang diproduksi/dijual berubah dalam kapasitas normal.

c. Biaya Semi Variabel

Biaya yang jumlahnya ada yang berubah-ubah sesuai dengan perubahan kuantitas dan ada tarif tetapnya.

d. Biaya Bertingkat

Biaya yang dikeluarkan sifatnya tetap harus dikeluarkan dalam rentang produksi.

3. Berdasarkan Pengambilan Keputusan

Klasifikasi biaya berdasarkan pengambilan keputusan dibagi menjadi 2 yaitu:

a. Biaya Relevan

Biaya yang harus direncanakan terlebih dahulu karena biaya ini akan mempengaruhi pengambilan keputusan perusahaan masa mendatang.

b. Biaya Tidak Relevan

Biaya yang tidak berbeda diantara alternatif tindakan yang sudah ada.

Biaya ini tidak akan mempengaruhi pengambilan keputusan dan akan tetap sama jumlahnya tanpa memperhatikan alternatif yang dipilih. Oleh karena itu biaya tidak relevan tidak harus dipertimbangkan dalam pembuatan keputusan. Biaya yang tidak perlu diperhitungkan karena tidak mempengaruhi pengambilan keputusan.

4. Berdasarkan Sesuatu Yang Dibiayai

Klasifikasi biaya sesuai dengan sesuatu yang dibiayai dibagi menjadi 2 yaitu:

- a. Biaya langsung (*direct cost*) adalah biaya yang manfaatnya langsung dapat diidentifikasi pada produk yang dibuat. Biaya produksi langsung terdiri atas biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.
- b. Biaya tidak langsung (*indirect cost*) adalah biaya yang manfaatnya tidak dapat diidentifikasi kepada produk yang dibuat. Biaya produksi tidak langsung adalah biaya *overhead* pabrik.

5. Biaya Kesempatan (*Opportunity Cost*)

Manfaat yang akan diperoleh jika salah satu alternatif dipilih dari beberapa alternatif yang ada. Atau dengan kata lain pendapatan yang tidak jadi diperoleh karena telah memilih salah satu alternatif dari beberapa alternatif yang tersedia. Untuk mengambil keputusan memilih salah satu alternatif seharusnya mempertimbangkan biaya dan pendapatan yang akan muncul.

2.3 Biaya Relevan

Menurut Siregar, dkk (2018:55) biaya relevan adalah biaya masa depan yang berbeda antara satu alternatif dan alternatif lainnya. Menurut Purwaji, dkk (2017:25) biaya relevan adalah biaya yang akan terjadi di masa yang akan datang dan memiliki perbedaan dengan berbagai alternatif keputusan. Kriteria suatu biaya dikatakan sebagai biaya relevan adalah akan terjadi dan memiliki perbedaan. Sedangkan menurut Lestari dan Permana (2017:200) biaya relevan adalah biaya masa depan yang berbeda pada masing-masing alternatif.

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa biaya relevan merupakan biaya yang terjadi di masa yang akan datang dengan alternatif yang berbeda.

Menurut The dan Sugiono (2015 :107) untuk mengidentifikasi apakah suatu data atau informasi relevan atau tidak, maka ada 2 karakteristik biaya relevan tersebut, yaitu:

1. Biaya-biaya tersebut merupakan *expected future cost*

Biaya-biaya yang diharapkan akan terjadi selama jangka waktu pengambilan keputusan tersebut, atau suatu *revenue* merupakan *expected future revenue*, yaitu pendapatan yang diharapkan akan terjadi pada masa yang akan datang.

2. Biaya-biaya tersebut berbeda diantara alternatif yang ada

Biaya-biaya yang terjadi dengan adanya alternatif tersebut adalah harus berbeda atau adanya *differential cost*, atau pendapatan-pendapatan tersebut harus berbeda atau *differential revenue*.

Menurut Salman dan Farid (2016:180) terdapat beberapa biaya lain yang dapat dimasukkan ke dalam biaya relevan.

- a. Biaya tetap yang dapat diatribusikan secara langsung (atau biaya tetap produk tertentu yang berbeda dengan biaya tetap umum).

Biaya ini merupakan biaya *overhead* yang terkait dengan produk atau divisi tertentu. Selain itu, biaya ini dapat dihindari sebagai akibat keputusan menghentikan produk atau divisi.

- b. Biaya kesempatan (*opportunity cost*)

Biaya kesempatan atau biaya peluang juga memainkan peranan dalam pengambilan keputusan. Biaya kesempatan merupakan alternatif terbaik yang hilang karena memilih dan membuat keputusan di masa depan.

- c. Biaya yang dapat dihindari (*avoidable cost*)

Biaya-biaya yang akan dihindari karena perusahaan tidak melakukan aktivitas atau kegiatan tertentu.

- d. Biaya diferensial atau biaya tambahan (*incremental cost*)

Selisih biaya di antara alternatif keputusan yang berbeda.

Untuk mengidentifikasi bahwa biaya tersebut relevan atau tidak dalam suatu keputusan, maka pendekatan manajer dalam menganalisis biaya perlu melakukan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Mengumpulkan seluruh biaya yang berkaitan dengan masing-masing alternatif yang dihadapi
2. Menghapuskan/ meniadakan/ mengeliminir biaya terbenam (*sunk cost*)
3. Mengacuhkan atau mengeliminir biaya yang tidak berbeda antara berbagai alternatif-alternatif
4. Menetapkan keputusan pada data yang telah dieliminir saja.

2.4 Manfaat Penggunaan Biaya Relevan

Mengambil keputusan yang bersifat taktis dapat diartikan sebagai suatu upaya untuk memilih alternatif yang terbaik dari berbagai alternatif yang ada dengan tujuan yang bersifat jangka pendek atau sasaran yang bersifat antara (bukan sasaran tembak yang sebenarnya). Menerima pesanan khusus dengan harga di bawah normal untuk memanfaatkan kapasitas menganggur agar laba perusahaan meningkat tahun ini merupakan salah satu contoh keputusan yang bersifat taktis walaupun bersifat jangka pendek, tetapi harus disadari bahwa keputusan tersebut mempunyai konsekuensi yang bersifat jangka panjang.

Membeli *spare part* dari luar boleh jadi menurunkan biaya perusahaan, tapi untuk jangka panjang dapat membawa konsekuensi ketergantungan perusahaan pada *supplier*.

Biaya relevan digunakan dalam pembuatan keputusan taktis. Biaya relevan bermanfaat sebagai faktor penentu dalam pengambilan keputusan apakah suatu pilihan akan dijalankan atau tidak. Manajer perlu membandingkan biaya dan manfaat alternatif satu dengan biaya dan manfaat alternatif lain. Biaya relevan lebih diperhatikan dalam mempertimbangkan pengambilan keputusan yang terbaik atas berbagai alternatif. Faktor biaya lebih diutamakan karena manajemen dapat mengatur biaya yang akan dikeluarkan dibandingkan dengan pendapatan yang akan diperoleh.

2.5 Pengambilan Keputusan

Menurut Salman dan Farid (2016:171) pengambilan keputusan adalah proses pemilihan di antara berbagai alternatif. Dalam kehidupan sehari-hari, manajer sebagai individu maupun sebagai pimpinan perusahaan akan dihadapkan ada *problem* dalam menentukan pilihan. Fungsi manajerial yang berupa pengambilan keputusan ini merupakan jalinan antara perencanaan dan pengendalian. Manajer tidak dapat membuat rencana tanpa pengambilan keputusan. Manajer harus memilih satu di antara beberapa tujuan dan metode untuk melaksanakan tujuan yang dipilih.

Pengambilan keputusan taktis (*tactical decision making*) terdiri dari pemilihan berbagai macam alternatif yang memberikan hasil yang langsung dapat dilihat. Tujuannya adalah menekan biaya pembuatan produk utama dengan segera.

Namun, keputusan taktis ini mungkin merupakan sebagian dari keseluruhan strategi perusahaan dalam meraih keunggulan biaya. Jadi, keputusan taktis sering berupa tindakan berskala kecil yang bermanfaat untuk jangka panjang. Tujuan keseluruhan dari pengambilan keputusan strategis adalah memilih strategi alternatif sehingga keunggulan bersaing jangka panjang dapat tercapai. Keputusan dibutuhkan ketika terdapat ketidakpastian dan tindakan alternatif bisa diambil.

Menurut Lestari dan Permana (2017:198), ada enam langkah prosedur pengambilan keputusan yang baik untuk di rekomendasikan yaitu:

1. Kenali dan definisikan masalah

Pada langkah pertama, adalah mengenali dan mendefinisikan masalah yang spesifik. Contoh: Semua tim manajemen suatu perusahaan membutuhkan tambahan ruang untuk gudang persediaan, jadi perlu di analisis tentang luas ruangan yang dibutuhkan, mengapa dibutuhkan, dan bagaimana tambahan ruangan itu akan dimanfaatkan, merupakan dimensi penting dari masalah tersebut.

2. Identifikasi setiap alternatif solusi.

Membuat daftar dan mempertimbangkan berbagai alternatif solusi yang tepat. Misalnya, kebutuhan tambahan ruangan pada langkah pertama di atas, terdapat beberapa solusi yakni:

- a. Membangun fasilitas sendiri dengan kapasitas yang cukup atau sesuai dengan kebutuhan.
- b. Menyewa fasilitas tambahan yang mirip dengan yang ada pada saat ini. Atau dengan kata lainnya, menyewa gedung tambahan yang dimanfaatkan sebagai gudang persediaan.

c. Membeli gedung untuk dimanfaatkan sebagai gudang persediaan.

Dari ketiga alternatif di atas, perusahaan yang memilih alternatif yang berisiko kecil atau disesuaikan dengan kemampuan perusahaan agar perusahaan tetap survive.

3. Identifikasi biaya (*cost*) dan manfaat (*benefit*) setiap alternatif solusi.

Pada tahap ini, berbagai biaya yang tidak relevan (*relevant cost*) adalah biaya di masa yang akan datang dapat berubah di setiap alternatif.

4. Hitung total biaya dan manfaat yang relevan dari setiap alternatif. Pada

tahap ini harus mempertimbangkan penghematan biaya relevan setelah

pemilihan alternatif yang layak. Misalkan ada dua alternatif yang layak

dan yang pilih, yaitu menyewa gedung dengan sewa Rp 50.000.000 per

tahun dan membeli gedung seharga Rp 600.000.000, untuk memilih

salah satu alternatif yang baik tergantung arus kas yang terjadi dari setiap alternatif.

5. Nilai faktor-faktor kualitatif.

Walaupun biaya dan pendapatan (faktor kuantitatif) yang berhubungan

dengan alternatif solusi sangat penting, namun faktor kualitatif pun

dipertimbangkan. Faktor kualitatif sangat sulit diukur atau dinyatakan

dengan uang, namun demikian faktor kualitatif dapat mengancam

kelangsungan hidup perusahaan. Sebagai contoh solusi alternatif yang

dipilih untuk menambah ruangan untuk gudang adalah membangun

gedung sendiri, maka faktor kualitatifnya adalah seperti terjadinya

kemungkinan banjir.

6. Pilih alternatif yang menawarkan manfaat terbesar. Secara keseluruhan keputusan dapat dibuat setelah semua biaya dan manfaat (faktor kuantitatif) yang relevan setiap alternatif solusi dinilai dari faktor-faktor kualitatif juga dipertimbangkan.

2.6 Menerima Atau Menolak Pesanan Khusus

Manajemen harus sering mengevaluasi apakah pesanan khusus harus diterima atau ditolak, dan jika pesanan diterima, berapa harga yang harus dibebankan. Menurut Utari, dkk (2017:103) pesanan khusus ialah penjualan yang biasanya harganya di bawah harga pasar karena perusahaan ingin menggunakan kapasitas yang menganggur atau ingin menjual kelebihan persediaan barang jadi. Misalnya kapasitas penuh adalah 1.000 unit output, sekarang bekerja 800 unit output, sisa 200 unit output diproduksi kemudian dijual dengan harga di bawah harga pasar.

Pesanan khusus diterima jika menambah laba operasi, dan sebaliknya ditolak jika mengurangi laba operasi. Jika harga pesanan khusus lebih besar daripada harga pokok produksi variabel (*variable costing* atau *direct costing*), maka akan menambah laba operasi, dan itu berarti pesanan khusus harus diterima, dengan catatan bahwa biaya-biaya yang lainnya tidak berubah (biaya pemasaran dan biaya administrasi baik variabel maupun tetap).

Adapun syarat yang harus dipenuhi agar pesanan khusus dapat diterima adalah:

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

Pemanfaatan kapasitas menganggur dengan memenuhi pesanan khusus mengakibatkan peningkatan biaya variabel, sementara biaya tetap tidak ikut terpengaruh atau tidak berubah oleh keputusan menerima atau menolak keputusan khusus tersebut, sedangkan yang dimaksud dengan pemisahan pasar adalah pemisahan antara penjualan biasa dengan penjualan untuk memenuhi pesanan khusus. Adapun tujuan dari pemisahan ini agar harga jual dalam penjualan normal tidak rusak atau turun akibat harga jual pesanan khusus yang lebih rendah.

2.7 Laba Diferensial

Laba diferensial merupakan laba yang akan datang yang berbeda diantara berbagai alternatif yang mungkin dipilih. Besarnya laba diferensial dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Laba Diferensial} = \text{Pendapatan Diferensial} - \text{Biaya Diferensial}$$

Menurut Supriyono (2016) terdapat tiga macam cara untuk menemukannya, yaitu:

- a. Jika alternatif keputusan mempunyai pendapatan diferensial dan biaya diferensial berbeda, maka laba diferensial sebesar selisih antara pendapatan diferensial dengan biaya diferensial.

- b. Jika pendapatan pada alternatif keputusan besarnya sama, maka laba diferensial sebesar biaya diferensial yaitu penghematan biaya antara alternatif yang satu diantara alternatif yang lainnya.
- c. Jika biaya pada alternatif keputusan besarnya sama, maka laba adalah sebesar pendapatan diferensial yaitu perbedaan antara pendapatan pada alternatif yang satu dibandingkan dengan pendapatan alternatif lainnya.

Karakteristik laba diferensial adalah:

- Laba yang akan datang
- Laba yang berbeda diantara berbagai alternatif keputusan

2.8 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini merupakan penelitian yang serupa yang dibuat sebagai salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitiannya, antara lain sebagai berikut:

Tabel Penelitian Terdahulu

No.	Nama	Judul	Metode	Hasil
1.	Dinnadia Desi Maharatih (2017)	Penerapan Biaya Relevan Dalam Pengambilan Keputusan Menerima atau Menolak Pesanan Khusus Untuk Peningkatan Laba Perusahaan Pada UD. BUDI	Kuantitatif	Dari analisis yang dilakukan pada UD. BUDI menunjukkan bahwa keputusan perusahaan menerima pesanan khusus tersebut sudah tepat, karena terdapat keuntungan yang lebih besar pada saat menerima pesanan khusus dibandingkan menolak pesanan khusus.
2.	Nevy Miranda (2018)	Analisis Penerapan Biaya Relevan Dalam Pengambilan Keputusan	Deskriptif Kuantitatif	Berdasarkan hasil analisis pesanan khusus menunjukkan

		Menerima Atau Menolak Pesanan Khusus Pada UD. REZA PUTRA SAMARINDA		pesanan khusus dari Bapak Sanjaya mampu memberikan keuntungan sebesar Rp 2.541.017 sedangkan Toko Jaya Balikpapan mampu memberikan keuntungan sebesar Rp 4.235.028 sehingga total keuntungan yang diberikan dalam penerimaan pesanan khusus pada tahun 2016 adalah sebesar Rp 6.776.045, lalu pada tahun 2017 diajukan pesanan khusus dari Bapak Handoko dan mampu memberikan keuntungan sebesar Rp 10.530.931.
3.	Mu'awanah (2015)	Analisis Penerapan Biaya Relevan Dalam Pengambilan Keputusan Menerima Atau Menolak Pesanan Khusus Untuk Peningkatan Laba Perusahaan Pada UD. Kang Kabayan	Deskriptif Kuantitatif	Berdasarkan hasil analisis pesanan khusus menunjukkan bahwa kriteria pesanan khusus telah terpenuhi dan laba perusahaan meningkat. Pesanan khusus dapat diterima karena: <ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya kapasitas menganggur. 2. Adanya pemisahan pasar antara penjualan reguler dan penjualan pesanan khusus. 3. Pendapatan yang diterima atas pesanan khusus lebih besar dari pada biaya variabel untuk memproduksi pesanan khusus. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen belum

				menerapkan analisis biaya relevan secara tepat karena ada beberapa biaya yang belum dihitung dalam memproduksi pesanan khusus antara lain biaya bahan bakar variabel, biaya listrik/telepon variabel, serta biaya reparasi dan pemeliharaan variabel.
4.	Rahmat Hidayat (2014)	Analisis Penerapan Biaya Relevan Dalam Pengambilan Keputusan Khusus Pada UD. Rezky Bakery	Deskriptif Kuantitatif	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. UD. Rezky Bakery belum menerapkan metode biaya relevan dalam pengambilan keputusan menerima atau menolak pesanan khusus. 2. Analisis biaya relevan sangat bermanfaat untuk diterapkan pada beberapa kesempatan tertentu. Penerapan perhitungan ini akan berpengaruh pada laba perusahaan apabila perusahaan mampu menerapkan dengan benar terlebih pada saat adanya pesanan khusus.

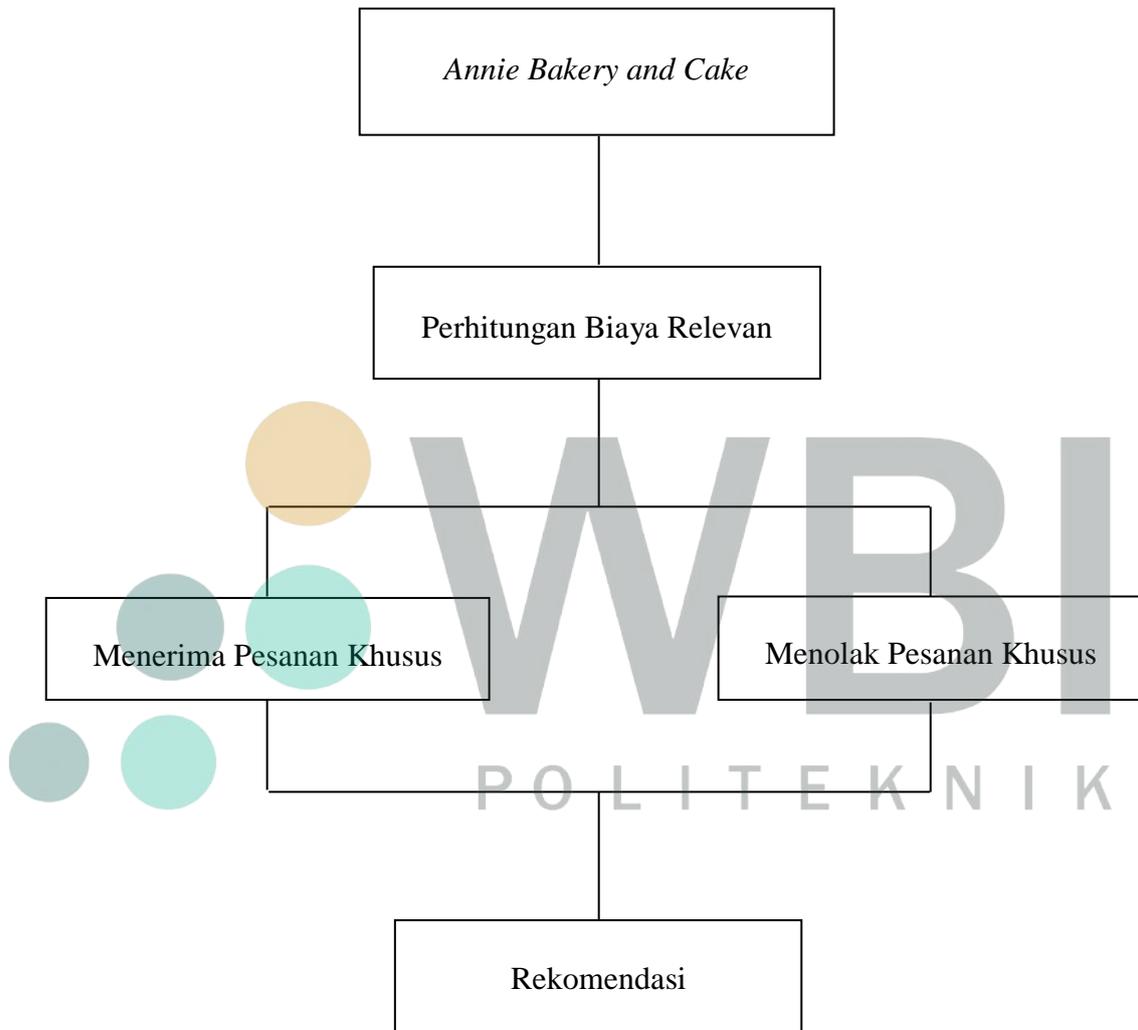
5.	Fahmi Oemar dan Davit Oktavian (2019)	Analisis Penerapan Biaya Relevan Dalam Pengambilan Keputusan Menerima Atau Menolak Pesanan Khusus Pada Perusahaan Meubel CV. Citra Jati Jepara	Deskriptif Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan belum menerapkan analisis biaya yang relevan dalam menghitung biaya produksi untuk pesanan khusus. Hasil analisis biaya yang relevan, terutama pengambilan keputusan untuk menerima atau menolak pesanan khusus menunjukkan bahwa alternatif yang diusulkan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan ketika menerima pesanan khusus. Manajemen CV. Citra Jati Jepara harus menerapkan analisis biaya yang relevan sehingga pesanan khusus dapat menjadi alternatif untuk meningkatkan laba perusahaan.
----	---------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Sumber : Data diolah kembali

2.9 Kerangka Pikir

Alur pikir yang disusun berdasarkan sistematika , analisis dan alat analisis yang digunakan dalam memecahkan masalah dengan memformulasikan pada bagan kerangka pikir. *Annie Bakery and Cake* melakukan perhitungan biaya relevan, setelah melakukan perhitungan maka akan didapatkan kesimpulan apakah pesanan khusus memberikan pendapatan tambahan atau tidak. Apabila pesanan khusus memberikan pendapatan tambahan maka pesanan khusus sebaiknya

diterima sedangkan apabila tidak memberikan tambahan maka pesanan khusus sebaiknya ditolak. Setelah itu dilakukan rekomendasi oleh manajemen. Berikut merupakan skema kerangka pikir.



Gambar Skema Kerangka Pikir

Sumber : Data diolah oleh penulis