

ANALISIS BIAYA RELEVAN DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN MENJUAL ATAU MEMPROSES LEBIH LANJUT PRODUK PADA PT. FORTUNA INTI ALAM

Oleh:

Wulan Christiana Mandagi¹

David P.E. Saerang²

Rudy J. Pusung³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Akuntansi
Universitas Sam Ratulangi Manado

email: ¹wulanbayz_46@yahoo.com

²d_saerang@lycos.com

³rudypusung@yahoo.co.id

ABSTRAK

Akuntansi biaya berfungsi untuk mengukur pengorbanan nilai masukan guna menghasilkan informasi bagi manajemen. Salah satu manfaatnya untuk mengukur apakah kegiatan usaha menghasilkan laba atau sisa hasil usaha. Informasi relevan merupakan faktor yang sangat berguna di dalam menghasilkan keputusan yang baik dan benar. Biaya relevan merupakan hasil pengolahan data historis oleh akuntan intern. Disebut relevan karena berhubungan erat dengan pengambilan keputusan manajemen. Salah satu tugas manajer adalah membuat keputusan berdasarkan informasi akuntansi yang relevan. Tujuan dari penelitian ini, untuk mengetahui perhitungan biaya relevan yang dilakukan oleh perusahaan dalam pengambilan keputusan menjual atau memproses lebih lanjut produk dan untuk menganalisis biaya relevan dalam kaitannya dengan pengambilan keputusan. Metode yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan, biaya relevan dipergunakan untuk pengambilan keputusan menyangkut pemilihan berbagai alternatif tindakan manajemen. Biaya relevan muncul dalam situasi dimana pengambilan keputusan harus memilih diantara dua pilihan atau lebih. Perusahaan dapat mengambil keputusan memproses lebih lanjut produk dengan melihat selisih antara keduanya dengan menggunakan analisis biaya relevan. PT. Fortuna Inti Alam mendapatkan keuntungan lebih dengan memproses lebih lanjut produk. Manajemen perusahaan sebaiknya memproses lebih lanjut produk sebab akan lebih menguntungkan dan meningkatkan pendapatan.

Kata kunci: biaya relevan, pengambilan keputusan, menjual atau memproses lebih lanjut

FAKULTAS EKONOMI
ABSTRACTS

A cost accounting functions to measure input value exertion to result in information to managemen. One of the benefits to measure wether the activities of business result in profit or net income. The relevant information constitutes a useful factor in order to make good and correct decisions. Whereas a relevant cost constitutes a historical data processing by the internal accountants. It is considered relevant for it is closely related to managemen decision making. One of the tasks of a manager is to make decision based on the information of relevant accounting. The objective of this research, to find out the relevant cost of calculations done by corporation in making decision of selling or processing further the products. The method used is quantitative descriptive. The research result showed the relevant cost it is been using to make a decision to choose the management alternative. Relevant cost appeared in situation when the decision making must choose two or more options. The corporation can take a decision to process products further with looking the differences between sell or process products further using the analysis of relevant cost. PT. Fortuna Inti Alam will be able to find out that to process products further will result in biger profits. Management supposedly toprocess products further because it will be more profitable and increase the revenue.

Keywords: relevant cost, decision making, sell or process products further

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Penilaian terhadap suatu pekerjaan dalam sebuah perusahaan merupakan suatu tahap evaluasi kerja yang dapat meningkatkan kualitas pekerjaan bagi kelangsungan aktivitas perusahaan di dalamnya. Pekerjaan yang diinginkan oleh perusahaan terhadap para pekerja memiliki standar mutu (*quality*) untuk mengukur keberhasilan kerja. Suatu saat situasi dan kondisi tidak memungkinkan untuk mencapai tujuan dan harapan perusahaan tersebut sehingga menyebabkan penilaian kinerja kerja yang dihasilkan menjadi menurun.

Penilaian prestasi kerja merupakan media yang tepat dan bermanfaat untuk mengevaluasi pekerjaan, dan memotivasi karyawan. Keberhasilan suatu perusahaan tergantung pada kemampuan manajemen perusahaan dalam menjalankan operasi perusahaan. Pengambilan keputusan merupakan salah satu fungsi manajer. Di dalam mengambil keputusan yang tidak terstruktur (keputusan khusus) informasi yang sangat penting adalah biaya relevan dan pendapatan yang relevan dengan keputusan tersebut. Biaya relevan sering disebut biaya diferensial yaitu biaya yang berbeda-beda akibat adanya tingkat produksi yang berbeda yang mengakibatkan perbedaan biaya tetap. Kedua jenis biaya hakikatnya sama, yakni berbagai alternatif biaya yang disebabkan oleh tingkat produksi.

Biaya relevan merupakan hasil pengolahan data historis oleh akuntan intern. Disebut sebagai relevan karena berhubungan erat dengan pengambilan keputusan manajemen. Salah satu tugas manajer adalah membuat keputusan berdasarkan informasi akuntansi yang relevan. Keputusan itu terdiri dari keputusan rutin dan sehari-hari sesuai dengan fungsi-fungsi manajemen. Pendekatan pengambilan keputusan taktis menekankan pentingnya pengidentifikasian dan penggunaan biaya yang relevan. Semua keputusan berhubungan dengan masa depan karena itu hanya biaya masa depan yang dapat menjadi relevan dengan keputusan. Namun untuk menjadi relevan, suatu biaya tidak hanya harus merupakan biaya masa depan, tetapi juga harus berbeda dari satu alternatif, maka biaya tersebut tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan.

PT. Fortuna Inti Alam adalah sebuah perusahaan yang beroperasi dibidang produksi kopi, dimana dalam menjalankan aktivitas usahanya, PT. Fortuna Inti Alam sering menemui sebuah pengambilan keputusan untuk menjual atau memproses lebih lanjut produk mereka. Oleh karena itu maka perusahaan perlu menerapkan akuntansi diferensial dalam pengambilan keputusan untuk menjual atau memproses lebih lanjut.

Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui perhitungan biaya relevan yang dilakukan oleh perusahaan dalam menjual atau memproses lebih lanjut.
2. Menganalisis biaya relevan dalam kaitannya dengan pengambilan keputusan atas menjual atau memproses lebih lanjut.

TINJAUAN PUSTAKA

Akuntansi Manajemen

Halim, dkk (2013:3), menyatakan bahwa akuntansi manajemen adalah suatu kegiatan (proses) yang menghasilkan informasi keuangan bagi manajemen untuk pengambilan keputusan ekonomi dalam melaksanakan fungsi manajemen. Wild dan Shaw (2010:4), menyatakan bahwa *Managerial accounting is an activity that provides financial and nonfinancial to an organization's managers and other internal decision makers.*

Harga Pokok Produksi

Irton (2009:126), menyatakan bahwa harga pokok produksi adalah beban utama dari perusahaan yang akan disampaikan kepada pelanggan. Ariefiansyah dan Utami (2012:38), menyatakan bahwa harga pokok produksi adalah semua biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam memproduksi barang. Terdapat dua kelompok biaya dalam pembuatan produk, yaitu:

1. Biaya Produksi

Biaya yang dikeluarkan dalam pengolahan bahan baku menjadi produk. Biaya produksi membentuk harga pokok produksi yang digunakan untuk menghitung harga pokok produk jadi dan harga pokok produk yang pada akhir periode akuntansi masih dalam proses.

2. Biaya Non Produksi

Biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan non produksi seperti kegiatan pemasaran, kegiatan administrasi dan umum. Biaya non produksi ditambahkan pada harga pokok produksi untuk menghitung total harga pokok produk.

Penentuan Harga Pokok Produksi

Halim,dkk (2013:47), menyatakan bahwa penentuan harga pokok produksi adalah dengan membebankan semua unsur biaya produksi (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya overhead pabrik) baik yang bersifat tetap maupun variabel kepada produk atau jasa. Metode tersebut dikenal dengan nama penentuan harga pokok penuh (full costing), atau sering pula disebut dengan metode *absorption costing* atau *conventional costing*.

Penentuan harga pokok variabel (variabel costing) merupakan metode penentuan harga pokok yang membebankan unsur biaya produksi yang bersifat variabel saja. Unsur biaya produksi bersifat tetap diperlakukan bukan sebagai harga pokok produk melainkan sebagai unsur biaya periodik. Biaya periodik merupakan biaya yang lebih erat hubungannya dengan periode akuntansi daripada dengan produk yang dihasilkan dan umumnya biaya periodik bersifat tetap. Biaya bahan baku dan tenaga kerja langsung pada umumnya bersifat variabel, sedangkan biaya overhead pabrik merupakan unsur biaya produksi yang bersifat tetap dan variabel.

Perbedaan Metode *Full Costing* dan Metode *Variable Costing*

Halim, dkk (2013:49), menyatakan bahwa perbedaan antara metode *full costing* dan *variable costing* yaitu:

1. Penentuan harga pokok produksi pada perlakuan terhadap biaya *overhead* pabrik yang bersifat tetap.
 - a. *Full Costing*
Biaya overhead pabrik tetap diperhitungkan dalam harga pokok. Biaya overhead pabrik tetap belum diakui sebagai biaya sampai saat produk atau jasa yang bersangkutan terjual, karena biaya overhead pabrik tetap masih melekat pada persediaan produk atau jasa yang belum terjual.
 - b. *Variable Costing*
Biaya overhead pabrik diperlakukan sebagai biaya periodik. *Variable costing* memperlakukan biaya overhead pabrik sebagai biaya periodik, sehingga langsung diakui sebagai biaya pada saat terjadinya. Dengan kata lain, pengertian biaya periodik berbeda menurut masing-masing metode tersebut.
2. Penyajian laporan rugi-laba, terutama dasar yang digunakan dalam klasifikasi biaya.
 - a. *Full Costing*
Laporan rugi-laba metode *full costing*, biaya dikelompokkan berdasarkan fungsi pokok yang ada dalam perusahaan, yaitu fungsi pemasaran, fungsi administrasi dan umum. Pada perhitungan rugi-laba pada metode *full costing* digunakan istilah laba kotor (*gross profit*).
 - b. *Variable Costing*
Laporan rugi-laba metode *variable costing*, biaya digolongkan berdasarkan perilakunya terhadap perubahan volume atas kegiatan-kegiatan perusahaan. Pada perhitungan laporan rugi-laba metode *variable costing* dipergunakan istilah margin kontribusi, yaitu kelebihan hasil penjualan dari biaya-biaya variabel.

Biaya

Simamora (2012:36), menyatakan bahwa biaya adalah kasa atau nilai setara kas yang dikorbankan untuk barang dan jasa yang diharapkan memberi manfaat pada saat ini atau dimasa mendatang bagi organisasi. Manajer perlu mengetahui berapa biaya yang menyangkut suatu hal yang ada biayanya disebut sasaran biaya (*cost objective*) yang bisa dirumuskan sebagai suatu kegiatan yang memerlukan adanya suatu jumlah biaya tertentu, untuk membantu keputusan. Sistem akuntansi biaya pada umumnya ialah mengakumulasikan biaya

dengan beberapa klasifikasi alamiah seperti bahan baku atau upah dan mengalokasikan biaya pada sasaran-sasaran biaya. Istilah biaya (*cost*) sering digunakan dalam arti yang sama dengan istilah beban (*expense*). Beban mencakup biaya yang telah habis dipakai (*expired*) yang dapat dikurangkan dari pendapatan dan biaya dalam manfaat yang habis atau berakhir. *Expense* yang tidak berkaitan dengan manfaat disebut *loss*. Mursyidi (2010:14), menyatakan bahwa biaya adalah sebagai suatu pengorbanan yang dapat mengurangi kas atau harta lainnya untuk mencapai tujuan, baik yang dapat dibebankan pada saat ini maupun pada saat yang akan datang.

Klasifikasi Biaya

Irton (2009:80), menyatakan bahwa biaya diklasifikasikan ke dalam dua kategori fungsional utama, antara lain :

1. Biaya produksi (*manufacturing cost*) adalah biaya yang berkaitan dengan pembuatan barang dan penyediaan jasa. Biaya produksi dapat diklasifikasikan lebih lanjut sebagai:
 - a. Bahan baku langsung, adalah bahan yang dapat di telusuri ke barang atau jasa yang sedang diproduksi. Biaya bahan langsung ini dapat dibebankan ke produk karena pengamatan fisik dapat digunakan untuk mengukur kuantitas yang dikonsumsi oleh setiap produk. Bahan yang menjadi bagian produk berwujud atau bahan yang digunakan dalam penyediaan jasa pada umumnya diklasifikasikan sebagai bahan langsung.
Tenaga kerja langsung, adalah tenaga kerja yang dapat ditelusuri pada barang atau jasa yang sedang diproduksi. Seperti halnya bahan langsung, pengamatan fisik dapat digunakan dalam mengukur kuantitas karyawan yang digunakan dalam memproduksi suatu produk dan jasa. Karyawan yang mengubah bahan baku menjadi produk atau menyediakan jasa kepada pelanggan diklasifikasikan sebagai tenaga kerja langsung.
 - b. *Overhead*, adalah semua biaya produksi selain bahan langsung dan tenaga kerja langsung dikelompokkan ke dalam kategori biaya *overhead*. Kategori biaya *overhead* memuat berbagai item yang luas. Banyak input selain dari bahan langsung dan tenaga kerja langsung diperlukan untuk membuat produk. Bahan langsung yang merupakan bagian yang tidak signifikan dari produk jadi umumnya dimasukkan dalam kategori *overhead* sebagai jenis khusus dari bahan tidak langsung. Hal ini dibenarkan atas dasar biaya dan kepraktisan. Biaya penelusuran menjadi lebih besar dibandingkan dengan manfaat dari peningkatan keakuratan. Biaya lembur tenaga kerja langsung biasanya dibebankan ke *overhead*. Dasar pemikirannya adalah bahwa tidak semua operasi produksi tertentu secara khusus dapat diidentifikasi sebagai penyebab lembur. Oleh sebab itu, biaya lembur adalah hal yang umum bagi semua operasi produksi, dan merupakan biaya manufaktur tidak langsung.

Ada 2 kategori dari *overhead* pabrik :

- a. Overhead Pabrik Variabel / Bahan Tidak Langsung (*Indirect Material*)
Bahan-bahan yang dibutuhkan guna menyelesaikan suatu produk, tetapi pemakaiannya sedemikian kecil, sehingga tidak dapat dianggap sebagai bahan langsung yang tak langsung mempengaruhi pembentukan barang jadi. Contoh : energi, perlengkapan, dan sebagian besar upah tidak langsung.
 - b. Overhead Pabrik Tetap / Pekerja Tidak Langsung (*Indirect Labour*)
Sebagai para karyawan yang dikerahkan dan tidak secara langsung mempengaruhi pembentukan barang jadi. Contoh : gaji mandor, pajak kekayaan, sewa, asuransi, dan penyusutan.
2. Biaya nonproduksi (*non-manufacturing cost*) adalah biaya yang berkaitan dengan fungsi perancangan, pengembangan, pemasaran, distribusi, layanan pelanggan, dan administrasi umum. Terdapat dua kategori biaya nonproduksi yang lazim, antara lain:
 - a. Biaya penjualan atau pemasaran, adalah biaya yang diperlukan untuk memasarkan, mendistribusikan, dan melayani produk atau jasa.
 - b. Biaya administrasi, merupakan seluruh biaya yang berkaitan dengan penelitian, pengembangan, dan administrasi umum pada organisasi yang tidak dapat dibebankan ke pemasaran ataupun produksi. Administrasi umum bertanggung jawab dalam memastikan bahwa berbagai aktivitas organisasi terintegrasi secara tepat sehingga misi perusahaan secara keseluruhan dapat terealisasi.

Akuntansi Biaya

Mursyidi (2008:11), menyatakan bahwa akuntansi biaya sebagai pencatatan, penggolongan, peringkasan, dan pelaporan biaya pabrikasi, dan penjualan produk dan jasa, dengan cara-cara tertentu, serta penafsiran terhadap hasil-hasilnya. William (2009:11), menjelaskan bahwa akuntansi biaya adalah perhitungan biaya dengan tujuan untuk aktivitas perencanaan dan pengendalian, perbaikan kualitas dan efisiensi, serta pembuatan keputusan yang bersifat rutin maupun strategis.

Tujuan Akuntansi Biaya

William (2009:11) menyatakan 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 mengolah perusahaan untuk menghitung biaya produksi dalam rangka menetapkan harga pokok produk baik yang dibuat secara pesanan maupun masal dan menyajikannya dalam bentuk laporan biaya. Informasi biaya tersebut berguba bagi kepentingan manajemen dalam mengelola perusahaannya, yaitu untuk perencanaan dan pengendalian laba, penentuan harga pokok dan jasa, serta pengambilan keputusan.

Peranan Akuntansi Biaya

Bustami dan Nurlela (2009:19), menyatakan bahwa 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:

1. Membuat dan melaksanakan rencana dan anggaran untuk operasi dalam kondisi-kondisi kompetitif dan ekonomi yang telah diprediksi sebelumnya.
2. Menetapkan metode perhitungan biaya dan prosedur yang menjamin adanya pengendalian dan jika memungkinkan pengurangan biaya atau adanya pembebanan biaya dan perbaikan mutu.
3. Mengendalikan kualitas fisik persediaan, dan menentukan biaya dari setiap produk yang dihasilkan, untuk tujuan penetapan harga dan evaluasi kinerja dari suatu produk, departemen, ataupun divisi.
4. 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.
5. Memilih antara dua atau lebih alternatif jangka pendek atau jangka panjang yang dapat mengubah pendapatan atau biaya.

Biaya Relevan

Hansen dan Mowen (2009:70), menyatakan bahwa biaya relevan adalah 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. Horngren dan Foster (2008:446), menyatakan biaya yang relevan adalah biaya masa depan yang diperkirakan dan pendapatan yang relevan adalah pendapatan masa depan yang diharapkan, yang berbeda di antara alternatif tindakan yang sedang dipertimbangkan oleh seorang manajer.

Biaya dan pendapatan yang relevan untuk pengambilan keputusan tergantung pada konteks keputusan dan alternatif yang tersedia. Dalam tahap akhir proses pengambilan keputusan, manajer membandingkan dua atau lebih rangkaian alternatif tindakan. Simamora (2012:221), menyatakan bahwa yang membuat suatu informasi menjadi relevan dengan persoalan keputusan ada empat pertimbangan penting yaitu :

1. Berkaitan Dengan Masa Depan

Supaya relevan dengan sebuah keputusan, manfaat dan biaya informasi haruslah melibatkan kejadian di masa yang akan datang. Informasi mestilah berkaitan dengan masa depan karena semua keputusan berkaitan dengan masa yang akan datang. Informasi relevan merupakan prediksi masa depan, bukan rangkuman masa lampau. Karena alternatif yang sedang dipertimbangkan melibatkan kemungkinan serangkaian tindakan di masa yang akan datang, informasi yang dikumpulkan oleh akuntan manajemen harus mengenai masa depan.

2. Berbeda Di Antara Alternatif-Alternatif

Informasi relevan harus melibatkan manfaat dan biaya yang berbeda di antara beraneka alternatif yang ada. Informasi relevan membuat sesuatu perbedaan dalam suatu keputusan, namun tidak demikian halnya dengan

informasi tidak relevan. Sekiranya suatu biaya yang akan datang adalah sama untuk beberapa alternatif, biaya itu tidak berpengaruh terhadap keputusan.

3. Kebutuhan Akan Prediksi

Informasi relevan melibatkan kejadian-kejadian di masa yang akan datang, akuntan manajemen harus memprediksi besarnya manfaat dan biaya yang relevan. Dalam membuat prediksi, akuntan manajemen sering memakai estimasi perilaku biaya berdasarkan data historis. Informasi relevan melibatkan biaya dan manfaat yang akan direalisasikan dimasa yang akan datang.

4. Keputusan Unik dan Repetitif

Keputusan unik jarang muncul. Penghimpunan data untuk keputusan unik pada umumnya membutuhkan analisis khusus oleh akuntan manajemen. Keputusan repetitif dilakukan hampir setiap hari. Keputusan rutin seperti itu menyebabkan akuntan menyimpan arsip khusus informasi yang relevan dengan penjadwalan keputusan.

Halim, dkk (2013:109), mengungkapkan dalam pengambilan keputusan taktis atau khusus, manajemen harus melewati beberapa proses pengambilan keputusan, yaitu :

1. Mengidentifikasi dan mendefinisikan masalah
2. Mengidentifikasi alternatif solusi yang dianggap tidak layak
3. Mengidentifikasi biaya dan manfaat yang terkait dengan masing-masing alternatif solusi yang layak. Kelompokkan biaya dan manfaat dalam relevan dan tidak relevan, dan mengeluarkan yang tidak relevan dari pertimbangan
4. Jumlahkan biaya dan manfaat relevan untuk masing-masing alternative
5. Menganalisis faktor kualitatif
6. Pilihan alternatif dengan manfaat (secara keseluruhan) yang paling besar

Aplikasi Biaya Relevan Dalam Pengambilan Keputusan

Hansen dan Mowen (2009:76), menyatakan bahwa aplikasi biaya relevan dalam pengambilan keputusan adalah:

a. Keputusan Membuat Atau Membeli

Manajer sering dihadapkan dengan keputusan apakah harus membuat atau membeli komponen yang digunakan dalam produksi. Sesungguhnya, manajemen harus mengevaluasi keputusan masa lalu yang berkaitan dengan produksi secara berkala. Kondisi-kondisi yang menjadi dasar pembuatan keputusan sebelumnya mungkin tidak berubah. Akibatnya, pendekatan yang berbeda mungkin diperlukan. Tentu saja, evaluasi periodik bukanlah satu-satunya sumber dari keputusan membuat atau membeli ini (*make or buy decision*).

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 menanggung, ruang yang menganggur, dan bahkan tenaga kerja yang menganggur. Dalam situasi macam ini, seorang manajer cenderung akan mempertimbangkan untuk membuat barang tersebut dan bukan membelinya dari luar, guna menggunakan fasilitas yang ada dan menghindari pengurangan karyawan. Komitmen dari sumber daya baru mungkin saja akan terlibat.

b. Biaya Kesempatan

Suatu keputusan jika sudah dibuat untuk melaksanakan salah satu dari alternatif, maka manfaat alternatif-alternatif lainnya akan lepas dari tangan. Manfaat yang lepas karena ditolaknya pilihan yang lain disebut biaya kesempatan atau *opportunity cost* dari pilihan yang telah dibuat itu. William (2009:323), menyatakan bahwa biaya kesempatan adalah nilai terukur dari alternatif terbaik yang dikorbankan, yaitu nilai terukur yang diabaikan karena menolak alternatif penggunaan terbaik dari sumber daya.

Kamaruddin (2007:44), menjelaskan bahwa karena biaya kesempatan itu tidak benar-benar dikeluarkan maka tidak dicatat dalam pembukuan. Namun biaya ini merupakan biaya yang relevan untuk pengambilan keputusan, dan harus dipertimbangkan di dalam mengevaluasi sesuatu alternatif yang di hadapi. Nilai hakiki dari biaya kesempatan itu sering kali sulit ditentukan, karena faktor-faktor lain ikut berperan. Contohnya, suatu keputusan manajemen untuk menekan biaya pemilihan inventori dengan jalan mempunyai persediaan sedikit mungkin, bisa mengakibatkan kekosongan persediaan, jadi penjualan yang tidak dapat direalisasikan karena kekosongan persediaan adalah biaya kesempatan dari keputusan pihak manajemen.

Diperlukan metode perkiraan persediaan yang tepat yang dapat menekan biaya pemilihan (*carrying cost*) dan sekaligus menekan kemungkinan kekosongan persediaan sampai pada batas minimum.

c. 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. Namun, sementara laporan segmen menyediakan informasi berharga untuk keputusan meneruskan atau menghentikan, perhitungan biaya relevan menggambarkan bagaimana informasi tersebut harus digunakan agar sampai pada keputusan.

d. Keputusan Pesanan Khusus

Perusahaan memperoleh pesanan penjualan dengan harga khusus (lebih rendah dari harga jual normal). Pengambilan keputusan menerima atau menolak pesanan khusus tersebut, manajemen diperhadapkan dengan pilihan untuk mempertimbangkan pendapatan diferensial dan biaya variabel. Jika perusahaan beroperasi pada kapasitas penuh, maka pengerjaan pesanan khusus tersebut akan menyebabkan kenaikan biaya produksi yang bersifat tetap dan variabel.

Biaya produksi tetap dan variabel tersebut merupakan biaya diferensial yang harus dipertimbangkan dalam pemilihan alternatif. Akan tetapi jika operasi perusahaan masih berada di bawah kapasitas penuh, dan memungkinkan pengerjaan pesanan khusus tersebut tanpa menambah kapasitas pabrik, maka dalam hal ini biaya produksi yang bersifat variabel merupakan biaya diferensial. Jika dengan pengerjaan pesanan khusus tersebut mengakibatkan kenaikan biaya usaha, selain biaya produksi yang berubah, biaya usaha tersebut juga merupakan biaya diferensial yang harus dipertimbangkan.

e. Keputusan Menjual Atau Memproses Lebih Lanjut

Perusahaan manufaktur adalah perusahaan yang mempunyai kegiatan utama mengolah bahan baku menjadi produk selesai. Permasalahan yang sering terjadi terutama jika produk perusahaan diolah melalui beberapa departemen produksi. Hasil produksi dari suatu departemen produksi mungkin dapat langsung dijual ke pasar atau diolah lebih lanjut dalam departemen produksi lanjutan. Dalam hal ini manajemen dihadapkan pada pilihan apakah produk yang bersangkutan sebaiknya langsung dijual atau diproses lebih lanjut.

Produk gabungan (*joint product*) memiliki proses yang umum dan biaya produksi sampai pada titik pemisahan. Pada titik tersebut, kedua produk dapat dibedakan. Sebagai contoh, mineral tertentu seperti tembaga dan emas dapat terkandung dalam satu biji besi. Biji besi tersebut harus ditambang, dihancurkan dan diolah sebelum tembaga dan emas dipisahkan. Saat pemisahan ini disebut titik pemisahan (*split off*). Biaya penambangan, penghancuran dan pengolahan berlaku untuk kedua produk. Produk gabungan sering dijual pada titik pemisahan. Pemrosesan suatu produk gabungan lebih lanjut setelah titik pemisahan dan sebelum menjualnya terkadang lebih menguntungkan. Penentuan akan menjual atau memproses lebih lanjut (*sell or process further*) merupakan suatu keputusan penting yang harus dibuat para manajer.

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 penjual biasa dengan penjual untuk memenuhi pesanan khusus. Adapun tujuan dari pemisahan ini agar harga jual dalam penjualan normal tidak rusak atau turun akibat harga jual pesanan khusus lebih rendah.

Penelitian Terdahulu

1. Ticoalu (2014), dalam penelitian tentang: Penggunaan Informasi Akuntansi Diferensial Dalam Pengambilan Keputusan Terhadap Pesanan Khusus Pada UD. Vanela. Tujuan untuk mengetahui penggunaan informasi akuntansi diferensial dalam pengambilan keputusan menerima atau menolak pesanan khusus. Metode yang digunakan deskriptif. Hasil dari penelitian menunjukkan keputusan perusahaan menerima pesanan khusus sudah tepat, karena dengan menerima pesanan khusus perusahaan akan mendapat keuntungan. Persamaan dari penelitian ini adalah menggunakan metode deskriptif. Perbedaan dari penelitian ini adalah secara kuantitatif.
2. Tumilantouw (2014), dalam penelitian tentang: Penerapan Biaya Relevan Dalam Pengambilan Keputusan Menerima Atau Menolak Pesanan Khusus Pada CV. Pyramid. Tujuan untuk mengetahui biaya relevan yang dilakukan oleh CV. Pyramid, serta menganalisis biaya relevan dalam kaitannya dengan pengambilan

keputusan menerima atau menolak pesanan khusus. Metode yang digunakan deskriptif. Hasil dari penelitian menunjukkan analisis biaya relevan sangat bermanfaat untuk diterapkan pada beberapa kesempatan tertentu. Penerapan perhitungan ini akan berpengaruh pada laba perusahaan apabila diterapkan dengan benar, terlebih pada saat adanya pesanan khusus. Persamaan dari penelitian ini adalah menganalisis biaya relevan dalam pengambilan keputusan. Perbedaan dari penelitian adalah pengambilan keputusan untuk menerima atau menolak pesanan khusus.

3. Diana (2012), dalam penelitian tentang: Rancangan Biaya Diferensial Dalam Pengambilan Keputusan Menerima Atau Menolak Pesanan Khusus Untuk Meningkatkan Laba Perusahaan Pada CV. Zodiak. Tujuan untuk melihat bagaimana rancangan penyusunan biaya diferensial dalam pengambilan keputusan menerima atau menolak pesanan khusus. Metode yang digunakan adalah deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan perusahaan belum beroperasi pada kapasitas penuh, dalam artian masih ada kapasitas yang menganggur. Persamaan dari penelitian adalah penggunaan metode deskriptif. Perbedaan dari penelitian ini adalah pengambilan keputusan menerima atau menolak pesanan khusus.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan yaitu analisis deskriptif kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang berupa angka-angka. Jenis data seperti ini berupa data yang berhubungan dengan penerapan biaya relevan dalam pengambilan keputusan menjual atau memproses lebih lanjut seperti harga jual, jumlah produksi, dan pendapatan perusahaan.

Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian pada PT. Fortuna Inti Alam, yang bertempat di Desa Maumbi Kabupaten Minahasa Utara. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Februari 2014 sampai dengan Maret 2014.

Prosedur Penelitian

Prosedur Penelitian ini sebagai berikut:

1. Melakukan kunjungan langsung ke objek penelitian
2. Melakukan wawancara
3. Pengamatan / penelitian lapangan
4. Mengumpulkan data-data yang diperlukan yang berhubungan dengan penelitian untuk menjadi dasar acuan dalam penelitian
5. Mengolah data-data yang sesuai dengan dasar teori yang akan digunakan dalam penelitian

Metode Pengumpulan Data

Jenis data

Kuncoro (2009:124), mengungkapkan bahwa data berdasarkan jenis terbagi dua, yaitu:

1. Data kuantitatif, yaitu data yang dinyatakan dalam bentuk numerik seperti data laporan keuangan, data arus kas dan lain sebagainya. Dalam penelitian ini adalah data dalam bentuk laporan keuangan.
2. Data kualitatif, yaitu data yang tidak dinyatakan dalam bentuk numerik tetapi berupa gambaran deskriptif dalam bentuk uraian seperti gambaran umum perusahaan, kegiatan operasional perusahaan dan data kepustakaan.

Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam sebuah penelitian sebagai berikut:

1. Data primer, merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara).
2. Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain).

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Observasi yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap situasi dan kondisi PT. Fortuna Inti Alam.
2. Interview yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan mengadakan wawancara dengan pimpinan dan karyawan pada PT. Fortuna Inti Alam.
3. Dokumentasi yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan mengumpulkan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Pengambilan keputusan rutin pada umumnya terjadi dan berkaitan dengan pelaksanaan kegiatan operasi perusahaan yang bersifat teratur dan rutin. Diharapkan dengan menerapkan biaya relevan maka perusahaan dapat lebih mudah dalam pengambilan keputusan. Jika perusahaan lebih menguntungkan untuk menjual langsung, maka keputusan yang diambil adalah menjual. Jika memproses lebih lanjut produk perusahaan memperoleh keuntungan yang besar, maka perusahaan disarankan untuk memproses lebih lanjut produk tersebut.

Tabel 1. Perhitungan HPP Biji Kopi Siap Giling

Nama Biaya	(Rp)
Biaya Bahan Baku	
Biji kopi mentah	29.000
Biaya Tenaga Kerja Langsung	
Upah buruh	295
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	
Pemakaian listrik	130
Pemakaian solar	1.142
Biaya tenaga kerja tidak langsung	500
Penyusutan mesin sangrai	417
Penyusutan gudang pabrik	105
Harga Pokok Produksi	31.589/kg
Total Harga Pokok Produksi	18.954/pack

Sumber: Hasil Olahan Data, 2014

Tabel 1 menunjukkan PT. Fortuna Inti Alam mengeluarkan biaya-biaya untuk memproduksi 60kg biji kopi Sangrai. Tetapi dikarenakan ukuran kemasan yang akan dijual di pasaran adalah 600gr, maka total dari harga pokok produksi (biji kopi siap digiling) disesuaikan ke ukuran 600gr. Dengan perhitungan $Rp\ 31.589 \times (60 \div 100) = Rp\ 18.954/pack$.

Tabel 2. Rincian Biaya Tambahan Dalam Memproses menjadi Kopi Bubuk

Nama Biaya	(Rp)
Plastik <i>printing</i> ukuran 60gr	48
Kemasan luar	108
Etiket	60
Gaji giling	915
Gaji <i>packing</i>	1.299
Penyusutan mesin giling	50
Penyusutan mesin <i>packing</i>	70
Total Biaya Tambahan	2.550/pack

Sumber: Hasil Olahan Data, 2014

Tabel 2 menunjukkan pengolahan biji kopi Sangrai lebih lanjut menjadi kopi bubuk diperlukan tambahan biaya pengolahan. Biaya tambahan memproses lebih lanjut sesuai dengan kemasan jual 600gr. PT. Fortuna Inti Alam menjual kopi bubuk dengan ukuran 600gr.

Tabel 3. Perhitungan Dengan Menggunakan Metode Biaya Relevan (*Relevant Cost*)

	Menjual Langsung (Rp)	Memproses Lebih Lanjut (Rp)
Harga jual	24.000	33.000
Biaya relevan		
Biaya bahan baku	17.400	17.400
Biaya tenaga kerja langsung	177	177
Pemakaian listrik	78	78
Pemakaian solar	686	686
Biaya tenaga kerja tidak langsung	300	300
Penyusutan mesin sangrai	251	251
Penyusutan gedung pabrik	63	63
Total Biaya Relevan	(18.955)	(18.955)
Biaya tambahan		
Plastik <i>printing</i> uk 60gr	-	48
Kemasan luar	-	108
Etiket	-	60
Gaji giling	-	915
Gaji <i>packing</i>	-	1.299
Penyusutan mesin giling	-	50
Penyusutan mesin <i>packing</i>	-	70
Total Biaya Tambahan		(2.250)
Earnings	5.045	11.795
Selisih antara menjual langsung dan memproses lebih lanjut		6.750

Sumber: Hasil olahan data, 2014

Tabel 3 menunjukkan biaya yang dikeluarkan ketika menjual langsung dan memproses lebih lanjut produk disesuaikan dengan ukuran 600gr. Perhitungan biaya tersebut semua dikali dengan 60%. Tabel 3 juga menunjukkan selisih antara menjual langsung dan memproses lebih lanjut produk tersebut.

Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perhitungan biaya relevan yang dilakukan oleh perusahaan dalam menjual atau memproses lebih lanjut. Pengambilan keputusan rutin pada umumnya terjadi dan berkaitan dengan kegiatan operasi perusahaan yang bersifat teratur. Biaya relevan muncul dalam situasi dimana pengambilan keputusan harus memilih diantara dua pilihan atau lebih. Pengambilan keputusan akan membutuhkan informasi pada biaya yang relevan. Pada saat memilih diantara alternatif yang berbeda, manajer sepatutnya hanya berkonsentrasi pada biaya dan pendapatan yang berbeda diantara alternatif keputusan.

Menentukan kemajuan perusahaan di masa yang akan datang harus ada peranan yang penting dari pihak manajemen. Manajemen harus membuat keputusan yang tepat. Keputusan yang dibuat akan berdampak pula pada kelangsungan hidup perusahaan. Perusahaan menginginkan laba yang besar, menjadi dasar bagi perusahaan yaitu memproduksi secara efektif dan efisien.

Biaya relevan dipergunakan untuk pengambilan keputusan yang menyangkut pemilihan berbagai alternatif tindakan manajemen. Manajemen diharapkan dapat melakukan kalkulasi biaya produksi agar dapat meningkatkan efisiensi dan efektifitas dalam memproduksi kopi. Biaya relevan merupakan pokok pembahasan dalam penelitian ini. Diharapkan dengan menerapkan biaya relevan maka perusahaan dapat lebih mudah dalam pengambilan keputusan.

Tahun 2014 PT. Fortuna Inti Alam melakukan perhitungan harga pokok produksi untuk mengetahui biaya yang akan dikeluarkan untuk menghasilkan biji kopi Sangrai. Biaya-biaya tersebut adalah biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik. Perhitungan harga pokok produksi di hitung dengan ukuran kilogram, ukuran kemasan yang akan di jual dipasaran dalam ukuran gram. Total dari perhitungan harga pokok produksi disesuaikan dengan kemasan yang akan dijual. PT. Fortuna Inti Alam ingin mengolah biji kopi Sangrai menjadi kopi bubuk. Memproses lebih lanjut biji kopi Sangrai menjadi kopi bubuk memerlukan biaya tambahan dalam pengolahannya. Menggunakan analisis biaya relevan dapat diketahui selisih antara menjual atau memproses lebih lanjut produk, perusahaan tidak akan keliru dalam pengambilan keputusan.

Tumilantouw (2014), dalam penelitian tentang: Penerapan Biaya Relevan Dalam Pengambilan Keputusan Menerima Atau Menolak Pesanan Khusus Pada CV. Pyramid, menjelaskan bahwa analisis biaya relevan dapat digunakan untuk meningkatkan laba maksimum perusahaan pada kondisi tertentu, salah satu contohnya pada saat adanya kapasitas menganggur, memiliki persepsi yang sama dengan penelitian ini. Analisis biaya relevan sangat bermanfaat bagi manajemen dalam pengambilan keputusan.

Ticoalu (2014), dalam penelitian tentang: Penggunaan Informasi Akuntansi Diferensial Dalam Pengambilan Keputusan Terhadap Pesanan Khusus Pada UD. Vanela, menjelaskan bahwa penggunaan analisis informasi akuntansi diferensial dalam pengambilan keputusan menerima atau menolak pesanan khusus produk secara umum adalah membandingkan antara pendapatan diferensial dengan biaya diferensial. Penelitian ini memiliki persepsi yang sama bahwa biaya diferensial sering disebut biaya relevan yaitu biaya yang berbeda-beda akibat adanya tingkat produksi yang berbeda yang mengakibatkan perbedaan biaya tetap. Analisis biaya relevan dapat digunakan untuk meningkatkan laba perusahaan. Berdasarkan analisis biaya relevan yang telah diterapkan dalam penelitian ini, dan melihat selisih antara menjual langsung atau memproses lebih lanjut, perusahaan sebaiknya memproses lebih lanjut biji kopi Sangrai menjadi kopi bubuk. Perusahaan akan mendapatkan keuntungan yang maksimal jika memproses lebih lanjut.

PENUTUP

Kesimpulan

Kesimpulan penelitian dapat diberikan sebagai berikut:

1. Metode analisis biaya relevan digunakan perusahaan untuk melihat selisih antara menjual langsung atau memproses lebih lanjut produk. Perusahaan dengan mudah mengambil keputusan apakah sebaiknya menjual langsung atau memproses lebih lanjut produk tersebut.
2. Analisis biaya relevan dipergunakan untuk pengambilan keputusan menyangkut pemilihan berbagai alternatif tindakan bagi manajemen. PT. Fortuna Inti Alam merupakan perusahaan yang mempunyai kegiatan utama mengolah bahan baku menjadi produk selesai. Biaya relevan bermanfaat diterapkan di perusahaan untuk pengambilan keputusan dalam rangka mendapatkan keuntungan lebih.

Saran

Saran dari penelitian ini adalah perusahaan dapat menerapkan analisis biaya relevan, karena di nilai efektif dalam pengambilan keputusan. Disarankan perusahaan memproses lebih lanjut produk sebab akan lebih menguntungkan dan meningkatkan pendapatan bagi perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariefiansyah Ryan dan Miyosi Margi Utami. 2012. *Cara Instan Membuat Harga Pokok Penjualan*. Raja Grafindo, Jakarta.
- Bustami Bastin dan Nurlela. 2009. *Akuntansi Biaya Melalui Pendekatan Manajerial*. Edisi pertama. Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Diana Rani Dewi. 2012. Rancangan Biaya Diferensial Dalam Pengambilan Keputusan Menerima atau Menolak Pesanan Khusus. *JurnalSTIE PERBANAS*, Surabaya. <http://katalog.library.perbanas.ac.id>, diakses tanggal 7 Mei 2014. Hal.6-30.
- Halim Abdul, Bambang Supomo, Muhammad Kusufi. 2013. *Akuntansi Manajemen (Akuntansi Manajerial)*. Edisi kedua. BPFE, Yogyakarta.
- Hansen dan Mowen. 2009. *Akuntansi Manajerial*. Buku kedua. Edisi kedepalan. Erlangga, Jakarta.
- Horngren Datar dan George Foster. 2008. *Akuntansi Biaya Dengan Penekanan Manajerial*. Jilid I. Edisi 12. Erlangga, Jakarta.
- Irton. 2009. *Handbook of Accounting*. Edisi pertama. UPP STM YPKM, Yogyakarta.
- Kamaruddin Ahmad. 2007. *Akuntansi Manajemen Dasar-Dasar Konsep Biaya dan Pengambilan Keputusan*. Edisi revisi kelima. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Kuncoro Mudrajat. 2009. *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi*. Edisi ketiga. Erlangga, Jakarta.
- Mursyidi. 2010. *Akuntansi Biaya*. Cetakan kedua. PT. Indeks, Jakarta.
- Simamora Hery. 2012. *Akuntansi Manajemen*. Edisi III. Star Gate Publisher, Jakarta.
- Ticoalu Nancy. 2014. Penggunaan Informasi Akuntansi Diferensial Dalam Pengambilan Keputusan Terhadap Pesanan Khusus Pada UD. Vanela. <http://ejournal.unsrat.ac.id>, *Jurnal EMBA* ISSN 2303-1174 Vol.2No.1, Manado. Diakses tanggal 7 Mei 2014. Hal. 686-695.
- Tumilantouw Fredo. Penerepan Biaya Relevan Dalam Pengambilan Keputusan Menerima Atau Menolak Pesanan Khusus Pada CV. Pyramid. <http://ejournal.unsrat.ac.id>, *Jurnal EMBA* ISSN 2303-1174 Vol.2No.1, Manado. Diakses tanggal 7 Mei 2014. Hal. 677-685.
- Wild John dan Ken Shaw. 2010. *Managerial Accounting*. McGraw-Hill Irwin, New York.
- William Carter. 2009. *Akuntansi Biaya*. Salemba Empat, Jakarta.