ANALISA BIAYA DIFERENSIAL UNTUK MENGAMBIL KEPUTUSAN MENERIMA ATAU MENOLAK PESANAN KHUSUS

Studi Kasus Pada "PT. Aseli Dagadu Djokdja"

SKRIPSI

Oleh:

Nama : Rima Agustin
No. Mahasiswa : 00312339
Jurusan : Akuntansi

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2006

ANALISA BIAYA DIFERENSIAL
UNTUK PENGAMBILAN KEPUTUSAN
MENERIMA ATAU MENOLAK PESANAN KHUSUS

Studi Kasus Pada PT Aseli Dagadu Djokdja

SKRIPSI

Diajukan guna pemenuhan syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi
Jurusan Ekonomi Akuntansi
Universitas Islam Indonesia
Yogyakarta

Disusun Oleh :

Nama : Rima Agustin
No Mahasiswa : 00312339

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2005

HALAMAN PENGESAHAN

ANALISA BIAYA DIFERENSIAL
UNTUK PENGAMBILAN KEPUTUSAN
MENERIMA ATAU MENOLAK PESANAN KHUSUS

Studi Kasus Pada PT Aseli Dagadu Djokdja

Yogyakarta, Juni 2005

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing

(Drs. Sugeng Indardi, MBA)

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

Analisa Biaya Diferensial Untuk Pengambilan Keputusan Menerima Atau Menolak Pesanan Khusus

Disusun Oleh: RIMA AGUSTIN
Nomor mahasiswa: 00312339

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan ***LULUS***
Pada tanggal : 16 Juni 2006

Pembimbing Skripsi/Penguji : Drs. Sugeng Indardi, MBA .....

Penguji : Dra. Reni Yendrawati, M.Si .....

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia

Drs. Asmai Ishak, M.Bus, Ph.D

So much Thank to

Allah SWT atas Limpahan berkah ,rahmat dan hidayah-Nya

Ibu dan Bapakku tecinta for showing me how to grab stars out of the sky,for your tireless support. I love u both so very much

My dearest sister (m.dory) you're the best, my bro (by-u) thx for your time dan smua pengorbananmu. My lovely sister 'n my pals (olla) thx for your support.The rest of my family who have supported me.

My very best friend Nana thx for all, I cant do this without you. Reny thx for the comp n your support, for my funkiest friend ever Mita we can make our dream came true.Diana, Reni, Heni, Rahma n Maya thx for your tireless support.

Zippy Network : thx for the comp

Astra Crew : Rini, P.joe dkk thx for the wise word

KKN Crew : Ika , Ijoe, bude Suly, mama Ditha, Reza Bookiest, Hery n Erny thx for your patient. U make all the things looks different.

For everyone that I didn't mention, I'll catch u later

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum wr.wb

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Analisa Biaya Diferensial Untuk Pengambilan Keputusan Menerima atau Menolak Pesanan Khusus"

Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana jenjang strata satu dalam bidang ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia di Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan tidak terlepas dari bantuan dan dorongan dari semua pihak, untuk itu penulis mengucapkan banyak terima kasih yang sebesarnya-besarnya kepada :

1. Bapak Drs. Sugeng Indardi, MBA, selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan petunjuk dan pengarahan serta bimbingannya selama penulisan skripsi ini.
2. Bapak Drs. H. Suwarsono Muhammad, MA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian di PT Aseli Dagadu Djokdja.
3. Pimpinan beserta staf PT Aseli Dagadu Djokdja yang telah membantu penulis selama penelitian.

DAFTAR ISI

Halaman

Halaman Judul.....i

Halaman Pengesahan.....ii

Halaman Persembahan.....iii

Halaman Motto.....iv

Kata Pengantar.....v

Daftar Isi.....vii

Daftar Tabel.....xii

Daftar Gambar.....xiv

BAB I PENDAHULUAN.....1

1.1 Latar Belakang Masalah.....1

1.2 Rumusan Masalah.....5

1.3 Batasan Maslah.....6

1.4 Tujuan Penelitian.....7

1.5 Metode penelitian.....7

1.5.1 Data Yang Diperlukan.....7

1.5.2 Metode Pengumpulan data.....8

1.6 Metode Analisa Data.....8

1.7 Organisasi Penelitian.....9

BAB II LANDASAN TEORI.....12

2.1 Pengertian Biaya.....12

2.2 Penggolongan Biaya Menurut Pokok Dalam Perusahaan.....17

2.2.1 Biaya Produksi.....18

2.2.1.1 Elemen-elemen Biaya Produksi.....19

2.2.2 Biaya Non Produksi.....24

2.2.2.1 Biaya Administrasi dan Umum.....24

2.2.2.2 Biaya Pemasaran.....25

2.2.2.3 Biaya Non Operasi.....25

2.3 Penggolongan Biaya Menurut Perilakunya Dalam Hubungan Dengan Perubahan Volume Kegiatan.....26

2.3.1 Biaya Tetap.....26

2.3.2 Biaya Variabel.....28

2.3.3 Biaya Semi Variabel.....30

2.4 Metode Pemisahan Biaya Semi Variabel ke Dalam Biaya Tetap dan Biaya Variabel.....31

2.4.1 Pendekatan Historis.....33

2.4.1.1 Metode Tertinggi dan Terendah (High and Low Point Method).....34

2.4.1.2 Metode Biaya Terjaga

(Standby Cost Method)……34

2.4.1.3 Metode Kuadrat Terkecil

(Least Square Method)……35

2.4.2 Pendekatan Analisis……36

2.5 Konsep Biaya Diferensial dan Biaya Relevan dalam

Pengambilan Keputusan……36

2.5.1 Biaya Diferensial……36

2.5.2 Biaya Relevan……37

2.6 Pengambilan Keputusan Menerima atau Menolak Pesanan

Khusus Dengan Konsep Biaya Diferensial……39

2.7 Menyusun Anggaran Biaya Diferensial……40

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN……45

3.1 Sejarah Berdirinya dan Perkembangan Perusahaan……45

3.2 Organisasi Perusahaan……48

3.3 Struktur Organisasi Perusahaan……49

3.4 Produksi……51

3.4.1 Proses Perencanaan Produk……53

3.5 Distribusi……57

3.6 Pemasaran……58

3.7 DataVolumeProduksi……61

3.8 Klasifikasi Biaya Beserta Perinciannya Pada PT Aseli Dagadu

Djokdja……62

3.9 Pesanan Khusus Pada PT Aseli Dagadu Djokdja.....64

BAB IV ANALISA DATA.....65

4.1 Pemisahan Komponen Biaya Produksi ke Dalam Biaya Tetap, Biaya Variabel dan Biaya Semi Variabel.....66

4.1.1 Biaya Produksi.....66

4.1.1.1 Biaya Bahan Baku.....66

4.1.1.2 Biaya Tenaga Kerja Langsung.....67

4.1.1.3 Biaya Overhead Pabrik.....67

4.1.1.3.1 Pemisahan Biaya Overhead Pabrik ke Dalam Biaya Tetap, Biaya Variabel dan Biaya Semi Variabel.....68

4.1.1.3.2 Pemisahan Elemen Biaya Overhead Pabrik yang Bersifat Semi Variabel ke Dalam Biaya Tetap dan Biaya Variabel.....72

4.1.2 Biaya Pemasaran.....78

4.1.3 Biaya Administrasi dan Umum.....79

4.1.4 Biaya Non Operasi.....80

4.2 Analisa Biaya ke Dalam Biaya Relevan dan Biaya Tidak Relevan Untuk Pengambilan Keputusan Menerima atau Menolak Pesanan Khusus.....82

4.3 Pengambilan Keputusan Menerima atau Menolak Pesanan Khusus Berdasarkan Konsep Biaya Diferensial.....83

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....88

5.1 Kesimpulan.....88

5.2 Saran-saran.....90

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Halaman

3.1 Volume Produksi Kaos Pada Bulan Januari sampai November 2004 (per pieces) 61

3.2 Volume Produksi dari Bulan Januari sampai Juli 2004 (per pieces) 61

3.3 Kapasitas yang Digunakan Untuk Memproduksi kaos dari bulan Januari sampai November 2004 62

3.4 Kapasitas Produksi Untuk Bulan Januari sampai Juli 2004 62

4.1 Komponen Biaya Overhead Pabrik dan Sifatnya 71

4.2 Biaya Reparasi dan Pemeliharaan Dipisahkan ke Dalam Elemen Biaya Tetap dan Elemen Biaya Variabel 74

4.3 Biaya Listrik dan Telekomunikasi Dipisahkan ke Dalam Elemen Biaya Tetap dan Elemen Biaya Variabel 75

4.4 Biaya Overhead Pabrik Yang Dipidahkan ke Dalam Elemen Biaya Tetap dan Elemen Biaya Variabel 78

4.5 Jenis, Sifat dan Tingkah Laku Biaya Secara Keseluruhan Yang Terjadi Dalam Perusahaan 81

4.6 Analisa Biaya Ke Dalam Biaya Relevan dan Tidak Relevan Dengan Keputusan Menerima atau Menolak Pesanan Khusus 82

4.7 Harga Pokok Produksi 84

4.8 Perhitungan Pengambilan Keputusan Dalam Memilih Alternatif Menerima atau Menolak Pesanan Khusus Dengan Konsep Biaya Diferensial (KPU Sleman)..... 85

4.9 Perhitungan Pengambilan Keputusan Dalam Memilih Alternatif Menerima atau Menolak Pesanan Khusus Dengan Konsep Biaya Diferensial (BRI Jakarta)..... 86

DAFTAR GAMBAR

Halaman

3.1 Bagan Organisasi PT Aseli Dagadu Djokdja.....50

3.2 Gambar Prosedur Pengadaan Disain.....56

BAB I

PENDAHULUAN

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perusahaan didirikan dengan tujuan untuk memenuhi penyediaan barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat. Di dalam menghasilkan barang dan jasa, perusahaan yang bersifat *profit oriented* selalu berusaha untuk memperoleh laba semaksimal mungkin dengan menggunakan sumber-sumber ekonomi yang dimilikinya karena laba atau keuntungan merupakan dasar guna kelangsungan usaha. Dalam prakteknya tidak ada jaminan bahwa perusahaan akan selalu memperoleh laba kecuali bila dijalankan dengan perencanaan dan manajemen yang baik.

Perusahaan dapat mencapai laba yang maksimal jika memiliki kamampuan untuk melihat kemungkinan dan kesempatan di masa yang akan datang dengan perencanaan yang tepat. Perencanaan merupakan kegiatan pokok manajemen dalam menentukan pengambilan keputusan dan pemilihan berbagai macam alternatif serta perumusan kebijaksanaan. Perencanaan jangka panjang merupakan perencanaan yang menyeluruh tentang kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan dalam jangka panjang. Dalam penyusunan perencanaan ini perusahaan berdasarkan pada prospektif atau harapan-harapan yang terjadi beberapa tahun yang akan datang, sehingga harus memproyeksikan faktor-faktor yang mempengaruhi kegiatan perusahaan dalam jangka panjang. Hal ini merupakan kesatuan utuh dari rencana-rencana yang disusun untuk kegiatan-kegiatan setiap

tahun. Perencanaan jangka pendek merupakan perencanaan yang lebih terinci yang merupakan penjabaran dari perencanaan jangka panjang untuk mendukung tujuan yang telah ditetapkan dalam perencanaan jangka pendek tersebut. Jadi perencanaan merupakan fungsi dasar manajemen sehingga dalam hal ini rencana yang sudah ditetapkan merupakan pedoman bagi perusahaan dalam melakukan aktivitas-aktivitas untuk mencapai tujuannya.

Dalam pengambilan keputusan manajemen memerlukan berbagai macam informasi yaitu informasi akuntansi diferensial. Informasi akuntansi diferensial berarti informasi akuntansi yang berhubungan dengan pemilihan alternatif dan merupakan taksiran perbedaan aktiva, pendapatan dan biaya dalam alternatif tindakan lainnya. Informasi akuntansi diferensial mempunyai dua unsur pokok yaitu merupakan informasi masa yang akan datang dan pembeda diantara alternatif yang dihadapi oleh pengambil keputusan. Informasi ini diperlukan manajemen untuk pengambilan keputusan mengenai pemilihan alternatif tindakan yang terbaik diantara alternatif yang tersedia. Biaya diferensial merupakan elemen informasi akuntansi diferensial yang dapat membantu manajemen dalam pengambilan keputusan. Dalam keadaan yang baik sekalipun, pengambilan keputusan merupakan tugas yang sulit dan rumit. Kesulitan ini biasanya disebabkan tidak hanya oleh satu atau dua cara bertindak saja, tetapi oleh sejumlah besar cara bertindak yang dapat diambil dalam setiap situasi tertentu apapun yang sedang dihadapi perusahaan. Dalam pengambilan keputusan, biaya selalu merupakan faktor utama yang harus dipertimbangkan. Biaya satu aktiva harus dibandingkan dengan aktiva yang lain sebagai satu langkah dalam proses

pengambilan keputusan. Agar pengambilan keputusan manajemen dapat diambil dengan baik dan berhasil maka sebaiknya konsep biaya diferensial harus diterapkan.

Seperti yang telah tuliskan diatas bahwa penilaian terhadap keberhasilan dan kegagalan suatu perusahaan terletak pada kemampuan manajemen dalam menghasilkan laba. Sedangkan perolehan laba dipengaruhi oleh 3 faktor yaitu harga jual produk, biaya produksi dan pemasaran serta volume penjualan dan produksi. Ketiga faktor tersebut saling berkaitan satu sama lain. Sehubungan dengan hal tersebut total biaya memberikan infomasi harga jual minimum yang dapat diterima perusahaan. Harga jual mempengaruhi volume penjualan dan volume penjualan mempengaruhi biaya, sehingga dalam pengambilan keputusan diperlukan informasi biaya, volume dan laba. Untuk itu dalam kondisi tertentu manajemen dapat memilih alternatif yang terbaik dalam pengambilan keputusan. Dalam pengambilan keputusan seringkali manajemen dihadapkan pada berbagai pilihan yaitu dua alternatif atau lebih dan keputusan-keputusan itu sering kali bersifat komplek dalam arti banyaknya kemungkinan pilihan alternatif seperti penghentian atau tidak terhadap produk yang tidak menguntungkan, membuat sendiri atau membeli atas kekurangan komponen bahan baku, menerima atau menolak adanya pesanan khusus. Tanpa memperhatikan komplek tidaknya suatu keputusan yang diambil manajemen harus memperoleh semua informasi yang relevan dengan berbagai alternatif pengambilam keputusan. Menurut R. A Supriyono, 1994 : 398 bahwa pengertian relevan adalah berhubungan atau bertalian erat dengan masalah yang dihadapi, sedang biaya relevan adalah

meliputi semua biaya yang akan terpengaruh oleh suatu pengambilan keputusan. Sehingga untuk memperoleh suatu gambaran yang jelas mengenai informasi akuntansi relevan dalam memandang biaya dengan keputusan yang akan diambil perlu diadakan penyelidikan dan analisa secara hati-hati dan teliti

PT ASELI DAGADU DJOKDJA adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang produksi kaos dan disini ada 4 jenis kaos yang diproduksi oleh Dagadu yaitu dagadu, hiruk pikuk, afterhour dan corporate atau pesanan. Kaos-kaos tersebut ada yang dipasarkan langsung atau berdasarkan pesanan. Dalam menghadapi persaingan PT Aseli Dagadu Djokdja berusaha mengatasinya dengan mempertimbangkan banyak hal diantaranya menentukan produk apa yang diinginkan oleh konsumen, membuat produk dengan kualitas yang baik dan menetapkan harga jual yang wajar. Permasalahan yang dihadapi oleh PT Aseli Dagadu Djokdja adalah bahwa dalam menghadapi pesanan khusus, dalam hal ini untuk memutuskan menerima atau menolak sutau pesanan khusus dengan harga jual yang berbeda sehingga tidak merusak harga pasar untuk penjualan reguler, manajemen diharuskan mengambil keputusan jangka pendek yang tepat sehingga mampu bersaing dengan perusahaan- perusahaan sejenis. Pesanan khusus disini adalah pesanan diluar penjualan reguler dengan harga jual yang berada dibawah harga pasar dan mungkin dibawah harga produksi dengan hitungan biaya penuh.

Oleh karena itu manajemen perusahaan memerlukan informasi akuntansi diferensial agar dapat menganalisa secara langsung hubungan antara pengaruh biaya dan harga jual dengan laba. Menurut R.A Supriyono, "Akuntansi

Manajemen", 1991 : 278 untuk menerima suatu pesanan khusus harus dipertimbangkan syarat-syarat sebagai berikut :

1. Perusahaan masih memiliki kapasitas yang menganggur. Jika masih ada kapasitas yang menganggur maka pemanfaatan kapasitas tersebut hanya mengakibatkan peningkatan biaya variabel, sedangkan biaya tetap jumlahnya tidak meningkat. Jika penggolongan jumlah pesanan khusus tersebut mengakibatkan terlampauinya kapasitas yang ada maka keadaan ini mengakibatkan meningkatnya jumlah total biaya tetap.
2. Dapat dilakukan pemisahan pasar. Diperlukan pemisahan pasar antara penjualan biasa dengan penjualan untuk melayani pesanan khusus. Tujuan pemisahan tersebut agar harga jual kapada umum yang lebih tinggi tidak rusak atau turun karena pengaruh harga jual pesanan khusus yang jumlahnya lebih kecil.

Dengan adanya kapasitas perusahaan yang belum sepenuhnya dimanfaatkan maka manajemen harus bisa mengambil keputusan yang bijaksana dan memperhitungkan lebih lanjut dengan menggunakan konsep biaya diferensial. Berdasarkan alasan-alasan tersebut penulis memilih judul skripsi **Analisa Biaya Diferensial Untuk Pengambilan Keputusan Menerima Atau Menolak Pesanan Khusus Studi Kasus Pada "PT ASELI DAGADU DJOKDJA".**

1.2 Rumusan Masalah

Kapasitas yang dimiliki perusahaan secara keseluruhan belum dapat dimanfaatkan sedangkan perusahaan terbebani dengan biaya-biaya tetap yang

cukup besar. Untuk mengurangi biaya-biaya tetap tersebut maka perusahaan mencari alternatif yaitu dengan pemanfaatan kapasitas yang menganggur. Salah satu alternatif yang dapat dilakukan oleh perusahaan adalah dengan menerima pesanan khusus. Pesanan khusus yang dimaksud adalah pesanan di luar penjualan reguler dengan harga yang diminta dibawah harga pasar yang berlaku. PT Aseli Dagadu Djokdja sering menerima pesanan khusus, pada bulan maret perusahaan menerima pesanan khusus dari BRI Jakarta dan KPU Sleman, dan pesanan tersebut ditolak.

Berdasarkan hal itu maka dapat dirumuskan permasalahannya sebagai berikut bagaimana perusahaan memanfaatkan kapasitas yang menganggur itu dan apakah pengambilan keputusan yang dilakukan perusahaan berkaitan dengan masalah pesanan khusus sudah merupakan keputusan yang tepat?

1.3 Batasan Masalah

1. Untuk pengambilan keputusan menerima atau menolak pesanan khusus dengan menggunakan analisa informasi akuntansi diferensial dalam hal ini pendapatan diferensial dan biaya diferensial.
2. Pesanan khusus yang dimaksud adalah pesanan diluar penjualan reguler dengan harga jual yang berada dibawah harga pasar dan mungkin dibawah harga pokok produksi dengan hitungan biaya penuh

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk memberikan alternatif pemanfaatan kapasitas yang menganggur yang dimiliki perusahaan.
2. Untuk menganalisa biaya mana saja yang relevan dan patut untuk dimasukkan dalam perhitungan dalam rangka pengambilan keputusan menerima atau menolak suatu pesanan khusus.
3. Untuk mengambil keputusan menerimanan atau menolak pesanan khusus dengan menggunakan konsep biaya diferensial.

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Data yang diperlukan :

1. Data umum meliputi :
    - Sejarah Umum Perusahaan
    - Struktur Organisasi Perusahaan
    - Produksi
2. Data Khusus Meliputi
    - Volume produksi yang ada di perusahaan dalam kapasitas normal
    - Klasifikasi biaya dan rinciannya
    - Kapasitas produksi
    - Harga pasar produk
    - Volume pesanan khusus
    - Harga pokok produksi
    - Harga pesanan khusus

1.5.2 Metode Pengumpulan Data

1. Metode interview (Wawancara)

   Yaitu metode pengumpulan data dengan melakukan komunikasi langsung (tanya jawab secara lisan) dengan pihak-pihak yang bersangkutan dengan perusahaan.

2. Metode Observasi (Pengamatan)

   Yaitu metode pengumpulan data dengan melakukan pengamatan langsung dan pencatatan secara sistematis dan seksama terhadap aktivitas perusahaan untuk memperoleh gambaran secara langsung dan menyeluruh sebagai bahan untuk analisa.

3. Metode Dokumentasi

   Yaitu metode pengumpulan data dengan cara mencari dan mendapatkan data dari masalah-masalah kearsipan yang ada pada perusahaan.

1.6 Metode Analisa Data

Setelah data-data terkumpul maka langkah selanjutnya :

1. Menggolongkan jumlah biaya yang terjadi sesuai dengan fungsi pokok perusahaan yang meliputi biaya produksi dan non produksi.
2. Menggolongkan biaya-biaya yang ada dalam perusahaan tersebut sesuai dengan tingkah lakunya menjadi biaya tetap, variabel atau semi variabel.
3. Memisahkan biaya semi variabel yang ada menjadi biaya tetap dan biaya variabel dengan metode kuadrat terkecil (*least square method*).

4. Membuat analisis pesanan khusus yang terjadi dalam perusahaan dengan menggunakan perhitungan konsep biaya diferensial.
5. Membandingkan hasil perhitungan baik sebelum maupun sesudah pesanan khusus untuk pengambilan keputusan menerima atau menolak pesanan khusus, jika terjadi kenaikan laba maka pesanan khusus tersebut diterima dan jika tidak maka pesanan khusus tersebut ditolak.

1.7 Organisasi Penelitian

Dalam pembahasan mengenai biaya diferensial untuk pengambilan keputusan menerima atau menolak pesanan khusus studi kasus pada PT Aseli Dagadu Djokdja, yang terdiri dari 5 bab, masing-masing bab akan menguraikan hal-hal sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

1.2 Rumusan Masalah

1.3 Batasan Masalah

1.4 Tujuan Penelitian

1.5 Metode Penelitian

1.6 Metode Analisa Data

1.7 Organisasi Penelitian

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Biaya

2.2 Penggolongan Biaya Menurut Fungsi Pokok Dalam Perusahaan

2.3	Penggolongan Biaya Menurut Perilakunya Dalam Hubungannya Dengan Perubahan Volume Kegiatan.
2.4	Metode Pemisahan Biaya Semi Variabel ke Dalam Biaya Tetap dan Biaya Variabel.
2.5	Konsep Biaya Diferensial dan Biaya Relevan Dalam Pengambilan Keputusan
2.6	Pengambilan Keputusan Menerima atau Menolak Pesanan Khusus Dengan Konsep Biaya Diferensial.
2.7	Menyusun Anggaran Biaya Overhead Pabrik.
BAB III	GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN
3.1	Sejarah Berdirinya Perusahaan
3.2	Organisasi
3.3	Struktur Organisasi
3.4	Produksi
3.5	Distribusi
3.6	Pemasaran
3.7	Data Volume Produksi
3.8	Klasifikasi Biaya Beserta Perincian Pada PT Aseli Dagudu Djokdja
3.9	Pesanan Khusus Pada PT Aseli Dagadu Djokdja
BAB IV	ANALISA DATA
4.1	Pemisahan Komponen Biaya Produksi ke Dalam Biaya Tetap, Biaya Variabel dan Biaya Semi Variabel.

4.2 Analisa Biaya ke Dalam Biaya Relevan dan Biaya Tidak Relevan Untuk Pengambilan Keputusan Menerima atau Menolak Pesanan Khusus.

4.3 Pengambilan Keputusan Menerima atau Menolak Pesanan Khusus Berdasarkan Konsep Biaya Diferensial

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

5.2 Saran

BAB II

LANDASAN TEORI

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Biaya

Pengambilan keputusan merupakan salah satu fungsi dasar manajemen. Manajer senantiasa dihadapkan pada masalah keputusan produk apa saja yang dijual, metode produksi apa yang digunakan,apakah membuat atau membeli suku cadang, harga berapakah yang ditetapkan, saluran distribusi apa yang digunakan, keputusan menerima atau menolak pesanan khusus dengan harga khusus dan lain sebagainya. Oleh karena itu pembuat keputusan memerlukan berbagai macam informasi yang dapat membantunya untuk membuat suatu keputusan. Dalam hal ini informasi diferensial harus dikumpulkan dalam rangka pemilihan alternatif, karena informasi tersebut dapat meningkatkan pemahaman atau menurunkan resiko ketidakpastian atas alternatif yang mungkin akan dipilih. Jika manajer memilih salah satu alternatif diantara berbagai alternatif penyelesaian masalah maka sebenarnya dia menghadapi resiko karena alternatif yang dipilih tersebut mungkin bukan alternatif terbaik bahkan mungkin alternatif tersebut tidak dapat memecahkan masalah yang ada. Sebagai contoh keputusan mengenai peningkatan biaya *advertensi* untuk meningkatkan penjualan dan laba. Setelah *advertensi* dilaksanakan mungkin kenaikan penjualan dan laba yang diharapkan tidak tercapai. Pembuatan keputusan mempertimbangkan informasi yang sifatnya subyektif dan obyektif. Informasi subyektif adalah informasi yang diberikan oleh pihak tertentu atas dasar pengalaman dan intuisinya. Sedangkan informsi obyektif

adalah informasi yang disusun atas dasar tehnik-tehnik yang logis atau oleh pihak yang ahli. Oleh karena itu, pembuat keputusan biasanya lebih menitikberatkan pada informasi obyektif. Informasi akuntansi adalah merupakan salah satu informasi obyektif sehingga informasi akuntasi dapat menambah pengetahuan pembuat keputusan dan dapat mengurangi resiko. Menurut R. A Supriyono, "*Akuntansi Manajemen*" : 270 informasi akuntansi yang bermanfaat untuk pembuatan keputusan minimal harus mempunyai tiga karakteristik penting berikut ini :

1. Diferensial
2. Tepat Waktu
3. Teliti

Dalam pembuatan keputusan, informasi yang diperlukan oleh manajemen adalah untuk menentukan dampak terhadap laba yang diakibatkan oleh setiap alternatif tindakan. Jika keputusan akan berakibat mengubah pandapatan dan biaya, manajemen harus menaksir perubahan laba. Keputusan tertentu mungkin hanya akan mengubah biaya, dalam hal ini profitabilitas akan dapat dicapai pada alternatif dengan biaya terendah sehingga manajemen harus membandingkan berbagai alternatif dengan biaya terendah. Informasi diferensial untuk pembuatan keputusan laba menekankan pada laba diferensial yaitu perbedaan pendapatan dan biaya dari suatu keputusan tertentu dibandingkan alternatif lainnya. Oleh karena itu, dikenal tiga istilah yaitu :

1. Pendapatan Diferensial

Pendapatan diferensial adalah pendapatan yang akan datang yang berbeda diantara berbagai alternatif keputusan yang mungkin dipilih. Dari difinisi tersebut pendapatan diferensial mempunyai karakteristik antara lain :

- Pendapatan masa yang akan datang.
- Pendapatan yang berbeda di antara berbagai alternatif keputusan.

2. Biaya Diferensial

Biaya diferensial adalah biaya yang akan datang yang berbeda diantara berbagai alternatif keputusan yang mungkin akan dipilih. Besarnya biaya diferensial dihitung dari perbedaan biaya pada alternatif tertentu dibandingkan dengan biaya pada alternatif lainnya. Karakteristik biaya diferensial antara lain :

- Biaya masa yang akan datang.
- Biaya yang berbeda diantara berbagai alternatif keputusan.

3. Laba Diferensial

Pengertian laba diferensial erat hubungannya dengan pengertian pendapatan diferensial dan biaya diferensial. Laba diferensial adalah laba yang akan datang yang berbeda diantara berbagai macam alternatif yang mungkin dipilih. Besarnya laba diferensial dihitung dari perbedaaan antara laba pada alternatif tertentu dibandingkan dengan laba pada alternatif yang lainnya. Atas difinisi tersebut diatas dapat disimpulkan bahwa karakteristik laba diferensial adalah :

- Laba masa yang akan datang.

- Laba yang berbeda diantara berbagai alternatif keputusan.

Informasi diferensial untuk memutuskan suatu pesanan khusus akan diterima atau ditolak adalah laba diferensial. Besarnya laba diferensial adalah sebesar pendapatan diferensial dikurangi biaya diferensial. Pendapatan diferensial atas pesanan khusus adalah tambahan pendapatan yang akan diperoleh jika pesanan khusus tersebut diterima, yaitu sebesar total pendapatan penjualan pesanan khusus, atau sebesar harga jual per unit atau pieces pesanan khusus dikalikan dengan jumlah unit penjualannya. Biaya diferensial atas pesanan khusus adalah tambahan biaya yang akan terjadi untuk melayani pesanan khusus tersebut, besarnya biaya diferensial untuk melayani pesanan khusus adalah sebesar biaya variabel yang akan terjadi untuk mengolah pesanan khusus, atau sebesar biaya variabel per unit atau pieces dikalikan dengan unit penjualannya. Dengan kata lain, laba diferensial atas pesanan khusus adalah sebesar hasil penjualan pesanan khusus dikurangi biaya variabel pesanan khusus tersebut. Laba diferensial per pieces pesanan khusus adalah sebesar harga jual per pieces pesanan khusus dikurangi biaya variabel per piecesnya. Jika harga jual per pieces pesanan khusus besarnya sama dengan biaya variabel per piecesnya, atau total pendapatan diferensialnya sama dengan total biaya diferensialnya, maka pertimbangannya tidak hanya laba diferensial saja tapi ada faktor-faktor lain yang dipertimbangkan antara lain :

1. Perluasan kesempatan kerja bagi masyarakat.
2. Potensi pemasaran produk pada pemesanan khusus di waktu yang akan datang .

3. Efektifitas penggunaan modal kerja.

Seperti telah disampaikan diatas bahwa salah satu yang menjadi faktor utama dalam pengambilan keputusan selain laba adalah biaya. Biaya satu alternatif harus dibandingkan dengan alternatif lain sehingga satu langkah dalam proses pengambilan keputusan dapat dilakukan dengan sebaik-baiknya dan seefisien mungkin. Agar dalam pengambilan keputusan manajer dapat berhasil maka sebaiknya konsep biaya diferensial harus ditetapkan. Dalam akuntansi manajemen, istilah biaya digunakan dalam berbagai cara sesuai dengan kebutuhan dan kepentingan manajemen yagn meliputi biaya pada masa lalu (*historical cost*) dan biaya masa yang akan datang (*future cost*). Pengertian tersebut didasarkan pada difinisi biaya yang menurut Mulyadi, "*Akuntansi Biaya*", 1998 : 8 yaitu pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu. Jadi menurut pengertian diatas biaya mempunyai empat unsur pokok, yaitu :

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

Dalam hal ini informasi biaya yang diperlukan untuk pengambilan keputusan adalah biaya masa yang akan datang, yaitu biaya yang diprediksikan akan terjadi jika suatu keputusan itu diambil. Untuk itu *future cost* sangat berguna bagi manajemen dalam menentukan alternatif yang akan dipilih. Umumnya biaya kemudian digolongkan berdasarkan pada tujuan yang hendak dicapai suatu

perusahaan. Berikut ini penggolongan biaya menurut fungsi pokok perusahaan dan perilakunya dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan.

2.2 Penggolongan Biaya Menurut Fungsi Pokok Dalam Perusahaan

Akuntansi biaya bertujuan untuk menyajikan informasi biaya yang akan digunakan untuk berbagai tujuan. Dalam penggolongan biaya harus disesuikan dengan tujuan dari informasi biaya yang akan disajikan. Oleh karena itu dalam penggolongan biaya tergantung untuk apa biaya tersebut digolongkan. Menurut R.A. Supriyono, "*Akuntansi Biaya*", 1983 : 18 maksud penggolongan ini adalah merupakan proses pengelompokan secara sistematis atas keseluruhan elemen yang ada ke dalam golongan-golongan tertentu yang lebih ringkas untuk dapat memberikan informasi yang lebih penting. Tujuan penggolongan biaya sesuai fungsi pokok kegiatan perusahaan menurut R.A. Supriyono,"*Akuntansi Manajemen*", 190 adalah sebagai berikut :

1. Untuk dapat menyajikan laporan keuangan yang wajar. Kesalahan di dalam pengglongan biaya, misalnya biaya produksi diperlakukan sebagai biaya non produksi, berakibat penyajian keuangan dinyatakan terlalu besar atau terlalu kecil.
2. Jika cara penggolongan biaya berdasarkan fungsi dihubungkan dengan cara penggolongan biaya hanya melalui cara ini dapat bermanfaat untuk melaksanakan proses manajemen, proses perencanaan dan proses pengendalian.

Dalam perusahaan manufaktur fungsi pokok kegiatannya meliputi fungsi produksi dan fungsi non produksi. Oleh karena itu biaya dapat digolongkan ke dalam biaya produksi dan biaya non produksi yang masing-masing akan dijelaskan sebagai berikut :

2.2.1 Biaya Produksi

Fungsi pokok kegiatan perusahaan manufaktur lebih komplek jika dibandingkan dengan perusahaan dagang. Hal ini disebabkan karena perusahaan manufaktur harus mengubah bentuk barang yang dibeli menjadi produk selesai, sedang perusahaan dagang langsung menjual barang yang dibeli tanpa melakukan perubahan bentuk. Untuk itu dalam suatu pembuatan produk diperlukan adanya biaya yang berhubungan dengan produksi.

Secara umum biaya produksi dapat diartikan sebagai biaya yang berhubungan dengan fungsi produksi, yaitu semua biaya dalam rangka mengolah bahan baku menjadi produk selesai yang siap dijual. Dalam suatu perusahaan manufaktur arus biaya produksi dapat dibagi dalam tiga tahap yaitu sebagai barikut :

Tahap pertama : Pengolahan biaya dalam pembelian bahan baku untuk diolah lebih lanjut sampai bahan baku disimpan di gudang bahan baku sebagai persediaan bahan baku.

Tahap kedua : Dalam tahap ini pengolahan bahan baku dikombinasikan dengan upah langsung dan BOP sampai tahap dimana

bahan baku tersebut menjadi barang dalam proses atau barang setengah jadi.

Tahap ketiga : Yaitu merubah barang dalam proses menjadi barang jadi yang kemudian memindahkannya ke dalam gudang barang jadi sebagai persediaan barang yang akan dijual.

Oleh karena itu kegiatan menghitung biaya produksi merupakan kegiatan yang paling penting. Karena biaya produksi ini mengambil pos yang paling besar dari seluruh biaya yang dikeluarkan perusahaan dan kegiatan produksi selalu berulang-ulang yang terjadi secara rutin.

2.2.1.1 Elemen-elemen dari Biaya Produksi

Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi dalam hubungannya dengan proses penggolongan bahan baku menjadi produk jadi. Biaya produksi terdiri dari :

1. **Biaya Bahan Baku**

   Menurut R. A. Supriyono pengertian bahan baku atau bahan mentah adalah berbagai macam bahan yagn diolah menjadi produksi selesai dan pemakaiannya dapat diidentifikasikan secara langsung atau diikuti jejaknya atau merupakan bagian integral dari produk tertentu.

   Bahan baku merupakan unsur dasar yang diubah menjadi barang jadi melalui pemakaian tenaga kerja atau buruh dan BOP dalam suatu proses produksi. Dalam perusahaan manufaktur bahan baku dapat diperoleh melalui pembelian

lokal, pembelian import atau bahan baku tersebut diolah sendiri. Di dalam pengolahanproduk sendiri digunakan bahan pembantu. Bahan pembantu adalah bahan yang diolah menjadi bagian produk selesai tetapi tidak dapat diidentifikasikan pemakaiannya pada produk tertentu, atau nilainya relatif kecil sehingga tidak praktis diikuti jejak manfaatnya oleh produk tertentu. Di dalam suatu proses produksi biaya bahan baku adalah harga perolehan berbagai macam bahan baku yang dipakai dalam kegiatan pengolahan produk. Hal ini karena pengadaan bahan baku oleh suatu perusahaan tidak hanya mengeluarkan uang sejumlah harga beli bahan baku saja tapi juga mengeluarkan biaya-biaya lainnya.

2. **Biaya Tenaga Kerja Langsung**

Dalam kegiatan pengolahan produk diperlukan adanya tenaga kerja. Penggunaan tenaga kerja langsung pada suatu perusahaan adalah hal yang mutlak. Tenaga kerja langsung adalah tenaga kerja yang jasanya dapat diidentifikasikan atau diikuti jejak manfaatnya pada produk tertentu. Pengaruh penggunaan tenaga kerja langsung dalam proses produksi menimbulkan biaya. Biaya tenaga kerja adalah balas jasa yang diberikan kepada karyawan pabrik yang manfaatnya dapat diidentifikasikan atau diikuti jejak manfaatnya pada produk tertentu yang dihasilkan perusahaan. Sesuai dengan fungsi dimana karyawan bekerja, biaya tenaga kerja dapat digolongkan ke dalam (a) biaya tenaga produksi atau pabrik, (b) biaya tenaga pemasaran,(c) biaya tenaga administrasi dan umum. Biaya tenaga kerja di pabrik dapat digolongkan ke dalam biaya tenaga kerja langsung dan biaya tenaga kerja tidak langsung.

Untuk biaya tenaga kerja tidak langsung termasuk elemen BOP. Biaya tenaga kerja tidak langsung adalah biaya tenaga kerja yang tidak dapat diikuti jejak manfaatnya pada produk tertentu.

Dalam memisahkan antara tenaga kerja langsung dan tenaga kerja tidak langsung yang paling penting dilihat dari segi variabilitasnya, karena adanya ikatan fisik biaya dengan produk yang dibuat. Sistem pembayaran upah tenaga kerja langsung didasarkan pada jam kerja atau hari kerja, yang berarti bahwa besarnya upah atau gaji tergantung pada jam kerja atau hari kerja yang dilaksanakan.

3. **Biaya Overhead Pabrik**

Biaya overhead pabrik adalah biaya produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Biaya-biaya produksi yang termasuk dalam biaya overhead pabrik dikelompokkan menjadi beberapa golongan berikut ini:

a. **Biaya bahan penolong**

Bahan penolong adalah bahan yang tidak menjadi bagian produk jadi atau bahan yang meskipun menjadi bagian produk jadi tetapi nilainya relatif kecil bila dibanding dengan harga pokok produk tersebut.

b. **Biaya reparasi dan pemeliharaan**

Biaya reparasi dan pemeliharaan berupa biaya suku cadang (*spare part*), biaya bahan habis pakai (*factory supplies*) dan harga perolehan jasa dari pihak luar perushaan untuk keperluan perbaikan dan pemeliharaan emplasemen, perumahan, bangunan pabrik, mesin-mesin dan ekuipmen,

kendaraan, perkakas laboratorium dan aktiva tetap lain yang digunakan untuk keperluan pabrik.

c. Biaya tenag kerja tidak langsung

Tenaga kerja tidak langsung adalah tenaga kerja pabrik yang upahnya tidak dapat diperhitungkan secara langsung kepada produk atau pesanan tertentu. Biaya tenaga kerja tidak langsung terdiri dari upah, tunjangan dan biaya kesejahteraan yang dikeluarkan untuk tenaga kerja tidak langsung tersebut. Tenaga kerja tidak langsung tersebut terdiri dari:

- Karyawan yang bekerja dalam departemen pembantu, seperti departemen-departemen pembangkit tenaga listrik, uap, bengkel dan departemen gudang.
- Karyawan tertentu yang bekerja dalam departemen produksi seperti kepala departemen produksi, karyawan administrasi pabrik, mandor.

d. Biaya yang timbul sebagai akibat penilaian terhadap aktiva tetap

Biaya yang termasuk dalam kelompok ini antara lain adalah biaya-biaya depresiasi emplasemen pabrik, bangunan pabrik, mesin dan ekuipmen, perkakas laboratorium, alat kerja dan aktiva tetap lain yang digunakan di pabrik.

e. Biaya yang timbul sebagai akibat berlalunya waktu

Biaya-biaya yang termasuk dalam kelompok ini antara lain adalah biaya asuransi gedung dan emplasemen, asuransi mesin dan ekuipmen, asuransi kendaraan, asuransi kecelakaan karyawan dan biaya amortisasi kerugian *trialrun*.

f. Biaya overhead pabrik lain yang secara langsung memerlukan pengeluaran uang tunai

Biaya overhead pabrik yang termasuk dalam kelompok ini antara lain adalah biaya reparasi yang diserahkan kepada pihak luar perusahaan, biaya listrik PLN dan sebagainya.

Sedangkan ditinjau dari tingkah laku dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan, BOP dapat digolongkan menjadi 3 golongan :

1. BOP Tetap

BOP tetap adalah BOP yang jumlah totalnya tetap dan konstan, tidak dipengaruhi oleh perubahan volume kegiatan dalam *relevan range* tertentu. Biaya ini meliputi antara lain biaya penyusutan yang menggunakan metode garis lurus, biaya asuransi, biaya tenaga kerja tidak langsung dan lain sebagainya.

2. BOP Variabel

BOP variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah secara proporsional dengan perubahan volume kegiatan. BOP variabel antara lain terdiri dari biaya bahan penolong, biaya bahan bakar, biaya pelumas dan lian sebagainya.

3. BOP Semi Variabel

BOP semi variabel ini mengandung unsur biaya tetap dan biaya variabel. Unsur biaya yang tetap merupakan jumlah biaya minimum untuk menyediakan jasa sedangkan unsur variabel merupakan bagian dari biaya biaya semi variabel yang dipengaruhi oleh perubahan volume kegiatan.

Karena dalam BOP semi variabel mengandung unsur biaya tetap dan biaya variabel maka keduanya harus dipisahkan agar penentuan tarif BOP lebih dapat diawasi.

2.2.2 Biaya Non Produksi

Pengertian biaya non produksi merupakan biaya-biaya yang tidak mempunyai hubungan dengan fungsi produksi atau kegiatan pengolahan bahan baku menjadi produk jadi. Pada umumnya biaya non produksi digolongkan sesuai dengan penggolongan fungsi atau kegiatan non produksi, yaitu :

2.2.2.1 Biaya Administrasi dan Umum

Menurut R.A Supriyono "Akuntansi Biaya" : 196 Biaya administrasi dan umum adalah semua biaya dalam rangka pelaksanaan fungsi administrasi dan umum, yaitu biaya perencanaan, penentuan strategi dan kebijaksanaa, pengarahan dan pengendalian kegiatan agar berdaya guna dan berhasil guna. Dalam hal ini fungsi administrasi dan umum adalah fungsi yang berhubungan dengan perencanaan, penentuan strategi dan kebijaksanaan, pengarahan dan pengendalian kegiatan perusahaan secara keseluruhan. Fungsi administrasi dan umum ini bermanfaat untuk fungsi-fungsi lain di dalam perusahaan namun manfaatnya tidak dapat diidentifikasikan secara langsung pada setiap fungsi lainnya seperti fungsi pemasaran dan fungsi non operasi.

2.2.2.2 Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran adalah meliputi semua biaya dalam rangka melaksanakan kegiatan pemasaran atau kegiatan untuk menjual barang dan jasa perusahaan kepada para pembeli sampai dengan pengumpulan piutang menjadi kas. Sesuai dengan fungsi pemasaran maka biaya pemasaran digolongkan menjadi:

1. Biaya untuk menimbulkan pesanan, digolongkan menjadi :
    a. Biaya fungsi promosi dan advertensi
    b. Biaya fungsi penjualan
2. Biaya untuk melayani pesanan, digolongkan menjadi :
    a. Biaya fungsi penggudangan dan penyimpanan produk selesai
    b. Biaya fungsi pengepakan dan pengiriman
    c. Biaya fungsi pemberian kredit dan penagihan piutang
    d. Biaya fungsi administrasi dan umum

2.2.2.3 Biaya Non Operasi

Biaya non operasi sering disebut juga biaya lain-lain dan rugi *(other expenses and losses)*. Biaya non operasi terjadi selain timbul akibat kegiatan utama perusahaan atau dapat dikatakan biaya ini sifatnya insidental dan tidak berkaitan langsung dengan kegiatan utama perusahaan, misalnya biaya ini meliputi biaya bunga, rugi penjualan aktiva tetap dan rugi penjualan investasi.

2.3 Penggolongan Biaya Menurut Perilakunya Dalam Hubungannya Dengan Perubahan Volume Kegiatan

Dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan, biaya dapat digolongkan menjadi :

2.3.1 Biaya Tetap

Biaya tetap meliputi semua jenis biaya yang jumlah totalnya konstan tidak dipengaruhi oleh volume kegiatan sampai dengan tingkatan kapasitas tertentu. Biaya ini digunakan untuk mempertahankan kemampuan beroperasi perusahaan pada tingkat atau kisaran kapasitas tertentu, kerenanya biaya ini disebut juga sebagai biaya kapasitas. Menurut Hongren, Charles I, " Introduction To Management Accounting", 1981 : 204 Untuk keperluan perencanaan dan pengawasan, biaya tetap dibagi menjadi dua yaitu :

1. Committed Fixed Cost
   Committed Fixed Cost adalah biaya tetap yang timbul dari pemilikan pabrik, ekuipmen dan organisasi pokok. Tingkah laku biaya ini dengan mudah dapat diketahui dengan cara mengamati biaya-biaya yang tetap dikeluarkan jika seandainya suatu perusahaan tidak melakukan kegiatan sama sekali dan akan kembali ke kegiatan normal (misalnya selama pemogokan buruh). Dalam hal ini *committed fixed cost* berupa semua biaya yang tetap dileluarkan, yang tidak dapat dikurangi guna mempertahankan kemampuan perusahaan di dalam memenuhi tujuan jangka panjangnya. Contoh : biaya depresiasi, asuransi, sewa dan gaji karyawan utama.

2. Discretionary Fixed Cost
   Discretionary Fixed Cost atau sering disebut dengan *managed* atau *programmed cost* adalah biaya yang :
   1. Timbul dari kapasitas penyediaan anggaran secara berkala (biasanya tahunan) yang secara langsung mencerminkan kebiasaan manajemen tingkat atas mengenai jumlah maksimum yang diijinkan untuk dikeluarkan.
   2. Tidak dapat menggambarkan hubungan yang optimum antara masukan (yang diukur dengan biaya) dan keluaran (yang diukur dengan penjualan, jasa atau produksi).

Adapun karakteristik biaya tetap adalah sebagai berikut :

1. Hubungan timbal balik dengan output

   Biaya tetap yang berasal dari kapasitas untuk berproduksi atau melakukan satu dan lain kegiatan. Biaya ini dapat dipengaruhi oleh faktor selain berlalunya waktu tapi tidak oleh output atau kegiatan yang dilakukan.

2. Batas-batas yang relevan

   Biaya tetap harus dikaitkan dengan batas-batas kegiatan yang relevan. Jarang ada biaya tetap yang tetap konstan dari tingkat kapasitas nol sampai tingkat kapasitas penuh. Besarnya biaya tetap pada suatu range kegiatan biasanya berbeda pada range lainnya karena kenaikan atau penurunan kapasitas akan merubah biaya tetap. Relevan range harus ditentukan dengan jelas.

3. Biaya terkait waktu

   Karena biaya tetap timbul dari berlalunya waktu maka jumlah biaya tetap harus dihubungkan dengan suatu periode waktu yang ditetapkan. Untuk tujuan budget biaya tetap harus dihubungkan dengan pembukuan dan dinyatakan sebagai jumlah yang tetap setiap bulan.

4. Ditetapkan oleh manajemen

   Banyak biaya tetap tergantung pada keputusan manajemen. Biaya ini hanya akan mengalami perubahan kalau terjadi perubahan atas keputusan manajemen, misalnya pembuatan budget dalam gaji, kebijaksanaan manajemen tentang tingkat gaji harus diketahui untuk memperkirakan jumlah yang ditentukan.

28

5. Tetap dalam total tapi variabel per unit

   Biaya tetap konstan dalam setiap periode, tetapi kalau dilihat dalam bentuk unit output biaya tersebut mempunyai pengaruh variabel terhadap harga pokok per unit atau besarnya biaya tetap per unit akan bervariasi tergantung jumlah outputnya.

6. Aplikasi praktis

   Pertimbangan praktis tidak mengharuskan suatu biaya mutlak tetap. Dalam aplikasi, biaya tetap adalah biaya yang tidak mengalami perubahan untuk keperluan praktis.

7. Pengendalian atau sebagai kontrol

   Semua biaya tetap dapat diawasi selama umur perusahaan. Beberapa biaya tetap (tidak semua) merupakan subyek pengawasan manajemen jangka pendek. Karena sejumlah biaya tetap ditentukan setiap tahun oleh kebijaksanaan manajemen.

2.3.2 Biaya Variabel

Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Semakin besar volume kegiatan, semakin besar pula jumlah biaya variabel, demikian pula sebaliknya.

Menurut Hongren, Cherles : 204 untuk perencanaan dan pengawasan, biaya variabel dapat dibagi menjadi 2 yaitu :

1. Engineered Variable Cost

Engineered Variable Cost adalah biaya yang mempunyai hubungan fisik tertentu dengan ukuran kegiatan tertentu. Biaya ini merupakan biaya yang masukan dan keluarannya mempunyai hubungan yang optimum. Hampir semua biaya variabel merupakan *engineered cost*, contoh : biaya bahan baku.

2. Discretionary Variable Cost

Discretionary Variable Cost adalah biaya yang berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan kama manajemen memutuskan demikian. Contoh biaya advertensi yang ditetapkan oleh manajemen tingkat atas sebesar 3 % dari hasil penjualan, akan bervariasi secara langsung terhadap perubahan volume penjualan.

Adapun biaya variabel memiliki karakteristik sebagai berikut :

1. Sebanding secara proporsional dengan kegiatan

   Biaya variabel mengalami perubahan secara proporsional dengan perubahan output atau kegiatan produktif dan bukannya dengan berlalunya waktu. Karena biaya tersebut mengalami perubahan secara proporsional dengan perubahan output.

2. Batas-batas relevan

   Biaya variabel dikaitkan dengan kegiatan dalam batas-batas tertentu. Diluar batas normal, biaya variabel biasanya mengalami perubahan.

3. Biaya kegiatan

   Karena biaya variabel naik turunya secara proporsional dengan perubahan output atau kegiatan, maka ukuran kegiatan yang baik yang harus dipilih. Ukuran umum untuk pekerjaan yang dilakukan, misalnya seperti jam kerja mesin atau jam tenaga kerja langsung harus dipergunakan pengukuran output atau kegiatan, yang dipilih biasanya disebut dasar kegiatan.

4. Ditentukan oleh manajemen

   Sebagian besar biaya variabel dipengaruhi oleh keputusan manajemen, misalnya manajer suatu pabrik memutuskan untuk menggunakan bahan baku yang lebih murah dari bahan yang dipergunakan sekarang ini, dengan demikian akan mengurangi jumlah biaya variabel walaupun biaya tersebut masih tetap variabel tapi dengan tarif berlainan.

5. Variabel dalam total per unit

   Suatu biaya dikatakan variabel bila biaya tersebut besarnya berubah-ubah bila dihubungkan dengan total output dan tidak berubah (konstan) bila dihubungkan dengan satuan output.

6. Pertimbangan praktis

   Biaya variabel tidak harus mutlak variabel dalam aplikasinya. Untuk semua keperluan praktis biaya variabel dapat dikendalikan pada tingkat tanggung jawab tertentu.

7. *Cotrollability*

   Umumnya biaya variabel merupakan subyek dari pengawasan jangka panjang.

2.3.3 Biaya Semi Variabel

Biaya semi variabel adalah biaya yang mempunyai elemen tetap dan variabel didalamnya. Unsur biaya yang tetap merupakan jumlah biaya minimum untuk menyediakan jasa sedangkan unsur variabel merupakan bagian dari biaya semi variabel yang dipengaruhi oleh perubahan volume kegiatan. Biaya semi

variabel adalah biaya yang berubah sesuai dengan perubahan volume kagiatan, akan tetapi sifat perubahan tidak sebanding. Pada tingkat kegiatan tertentu biaya semi variabel dapat menujukkan karakteristik yang sama seperti biaya tetap, tapi pada tingkat kegiatan yang lain biaya semi variabel dapat menujukkan karakteristik yang sama seperti biaya variabel. Biaya semi variabel sering juga disebut *mixed cost* atau *semi fixed cost.*

Biaya semi variabel memiliki karakteristik sebagai berikut :

1. Biaya yang jumlah totalnya akan berubah sesuai dengan perubahan volume kegiatan akan tetapi sifat peubahannya tidak sebanding, semakin tinggi volume kegiatan semakin besar jumlah jumlah biaya total, semakin rendah volume kegiatan semakin rendah biaya tapi perubahannya tidak sebanding.
2. Pada biaya semi variabel biaya satuan akan berubah terbalik bila dihubungkan dengan perubahan volume kegiatan tetapi sifatnya tidak sebanding. Semakin tinggi volume kegiatan semakin rendah biaya satuan, semakin rendah volume kegiatan semakin tinggi biaya satuan.

2.4 Metode Pemisahan Biaya Semi Varibel Ke Dalam Biaya Tetap Dan Biaya Variabel

Salah satu fungsi pokok manajemen adalah perencanaan. Di dalam perencanaan manajemen dihadapkan pada pengambilan keputusan yang menyangkut pemilihan berbagai macam alternatif. Oleh karena itu manajemen memerlukan data yang dapat dipakai sebagai dasar untuk menentukan pilihan.

Salah satu data yang biasanya diperlukan sebagai perencanaan dan pengambilan keputusan adalah biaya.

Penggolongan biaya tetap dan biaya variabel dapat digolongkan sesuai dengan tingkah lakunya terhadap perubahan volume kegiatan yaitu biaya tetap, biaya variabel dan biaya semi variabel. Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap walaupun kegiatannya berubah-ubah (dalam tingkatan kapasitas tertentu). Pengertian biaya tetap harus dihubungkan dengan suatu kisaran dan periode tertentu karena semua biaya dalam jangka panjang dapat berubah. Biaya tetap tidak boleh diartikan tetap pada setiap keadaan , karena biaya tetap akan naik pada kapasitas yang lebih tinggi, misalnya dengan adanya perluasan fasilitas. Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah secara proporsional dengan kegiatan (dalam kisaran pengeluaran tertentu). Biaya ini akan nol (tidak ada) bila tidak ada kegiatan. Biaya semi variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah-ubah tapi perubahan itu tidak proporsional dengan perubahan volume kegiatan. Perubahan biaya semi variabel dipengaruhi oleh berlalunya waktu, aktivitas atau kebijaksanaan manajemen.

Untuk keperluan perencanaan laba dan pengambilan keputusan, biaya-biaya yang berubah secara proporsional dengan perubahan aktivitas yang independen terhadap aktivitas harus diklasifikasikan. Jadi dapat disimpulkan bahwa dalam melakukan perencanaan laba dan pengambilan keputusan hanya dikenal biaya tetap dan biaya variabel. Biaya-biaya yang terjadi dalam kenyataannya sangat sulit untuk dikelompokkan secara tetap menjadi biaya tetap dan biaya variabel. Dalam memisahkan biaya semi variabel tidak ada metode

yang menghasilkan ketepatan seratus persen, karena dalam pemisahan biaya semi variabel mengandung unsur perkiraan dan tafsiran.

Pemisahan biaya semi variabel merupakan problem yang terdapat dalam tingkat persiapan untuk perencanaan laba dan pengambilan keputusan. Langkah pertama dalam pemisahan biaya semi variabel adalah dengan mengadakan penyelidikan yang seksama biaya-biaya mana yang termasuk biaya semi variabel, kemudian baru diadakan pemisahan ke dalam biaya tetap dan biaya variabel. Ada dua pendekatan di dalam memperhitungkan fungsi biaya, yaitu pendekatan historis (historical approach) dan pendekatan analitis (analitical approach). Berikut ini akan dibahas masing-masing pendekatan tersebut :

2.4.1 Pendekatan Historis

Pendekatan historis adalah perhitungan biaya variabel dan biaya tetap atas dasar biaya-biaya tersebut yang telah digunakan oleh perusahaan di masa lampau dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan dalam waktu yang sama. Jumlah biaya selama beberapa bulan dikumpulkan, kemudian biaya tersebut dihitung berdasarkan metode statistik. Ada 3 metode untuk meemperkirakan fungsi biaya dengan pendekatan historis, yaitu (a) metode titik tertinggi dan terendah, (b) metode biaya berjaga dan (c) metode kuadrat terkecil. Berikut penjelasan masing-masing metode tersebut :

2.4.1.1 Metode Tertinggi Dan Terendah *(High and Low Point Method)*

Dalam metode ini diadakan perbandingan suatu biaya pada tingkat yang paling tinggi dan terendah di masa lalu, dengan cara :

1. Mengambil biaya dari satuan yang terjual yang tertinggi dan terendah pada suatu periode yang akan dianalisis.
2. Mengambil selisih biaya yang dianalisis dengan satuan yang terjual. Hasil dari pembagian ini merupakan biaya variabel per satuan.
3. Menentukan biaya tetap berdasarkan biaya variabel yang telah diketahui.

   Penetapan metode ini mempunyai kelemahan karena hanya menggunakan 2 titik dalam menentukan rumus biaya sehingga metode ini hasilnya kurang akurat. Hasil metode ini akan akurat apabila titik tertinggi dan terendah kebetulan berada pada sedemikian rupa sehingga mewakili rata-rata sesungguhnya seluruh titik biaya dan tingkat aktivitas.

2.4.1.2 Metode Biaya Berjaga *(Standby Cost Metdod)*

Metode ini mencoba menghitung beberapa biaya yang harus tetap dikeluarkan andai kata perusahaan ini tutup untuk sementara, jadi produksinya sama dengan nol. Biaya ini desebut biaya berjaga-jaga dan biaya berjaga ini merupakan biaya yang tetap. Perbedaan antara biaya yang dikeluarkan selama produksi berjalan dengan biaya berjaga merupakan biaya variabel.

2.4.1.3 Metode Kuadrat Terkecil *(Least Square Method)*

Metode ini menganggap bahwa hubungan antara biaya dengan volume kegiatan berbentuk hubungan garis lurus dengan persamaan :

$$y = a + bx$$

Keterangan :

y = menunjukkan biaya

x = menunjukkan volume kegiatan

a = menunjukkan unsur biaya tetap

b = menunjukkan biaya variabel

Rumus perhitungan a dan b tersebut sebagai berikut :

$$b = \frac{(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{n(\sum x^2) - (\sum x)^2}$$

$$a = \frac{(\sum y) - b(\sum x)}{n}$$

Dengan banyaknya metode pemisahan biaya semi variabel, yang dipilih adalah metode Kuadrat Terkecil. Alasannya dipilihnya metode ini karena metode ini lebih bersifat obyektif dibandingkan metode yang lain karena semua data yang ada diteliti. Hal ini disebabkan :

1. Metode ini memperhitungkan seluruh faktor.
2. Meniadakan unsur subyektivitas.

2.4.2 Pendekatan Analisis

Dalam pendekatan analisis ini diadakan kerja sama antara orang-orang tehnik dan staf penyusunan anggaran untuk mengadakan penyelidikan terhadap tiap-tiap fungsi (kegiatan atau pekerjaan) guna menentukan pentingnya fungsi tersebut, metode pelaksanaan pekerjaan yang paling efisien dan jumlah biaya yang bersangkutan dengan pelaksanaan pekerjaan tersebut pada berbagai tingkat kegiatan. Prosedur analisis ditempuh dalam hal :

- Tidak tersedianya data historis
- Data biaya historis tidak dapat dipercaya karena terjadi perubahan tehnologi maka pemisahan elemen tetap dan variabel dengan metode historis tidak dapat dilakukan, dalam hal ini digunakan pendekatan analisis.

Untuk dapat menganalisa secara kritis setiap elemen biaya pada kondisi tetap diperlukan data historis sebagai dasar, kemudian disesuaikan dengan perubahan kondisi perusahaan yang mungkin timbul di masa yang akan datang.

2.5 Konsep Biaya Diferensial Dan Biaya Relevan Dalam Pengambilan Keputusan

2.5.1 Biaya Diferensial

Manajemen seringkali menghadapi masalah pengambilan keputusan diantara dua alternatif atau lebih. Keputusan-keputusan tersebut seringkali bersifat komplek yang menyangkut pemilihan berbagai kemungkinan pilihan. Tanpa melihat komplek tidaknya keputusan yang akan diambil, manajemen harus memperoleh semua informasi yang relevan dengan berbagai macam alternatif.

Karena banyaknya macam informasi akuntasi yang tersedia dalam satu perusahaan tidaklah mungkin semua informasi ini relevan dengan berbagai macam alternatif yang akan dipilih. Oleh karena itu tidak semua tipe informasi harus dilaporkan kepada manajemen untuk kepentingan pengambilan keputusan. Hanya informasi akuntansi deferensial yang diperlukan oleh manajemen untuk masing-masing pengambilan keputusan. Menurut Machfoedz, Mas'ud, "Akuntansi manajemen" : 1982 biaya diferensial adalah biaya yang diperkirakan akan berbeda bila dihitung menurut satu set kondisi-kondisi dari jumlah biaya dibandingkan dengan satu set kondisi lain.

Biaya diferensial bermanfaat sebagai salah satu dasar pertimbangan dalam pengambilan keputusan. Dalam pengambilan keputusan yang hanya menyangkut dua macam alternatif, misalnya dalam perusahaan terdapat kapasitas menganggur. Disini manajemen menghadapi permasalahan apakah akan memanfaatkan kapasitas menganggur untuk menerima atau menolak pesanan khusus. Maka dalam hal ini kita akan membuat perhitungan antara sebelum ada pesanan dan setelah ada pesenan. Jika dari keduanya terdapat kenaikan laba maka pesanan khusus tersebut diterima. Jika laba setelah menerima pesanan khusus dibandingkan sebelum menerima pesanan khusus lebih rendah maka pesanan tersebut ditolak. Untuk itu seorang manajer harus bisa mempertimbangkan biaya deferensial untuk pengambilan keputusannya.

2.5.2 Biaya Relevan

Biaya relevan menurut Mulyadi "Akuntansi Untuk Manajemen" 1989 adalah biaya yang akan datang yang diperkirakan berbeda atau berpengaruh oleh

suatu pengambilan keputusan pemilihan diantara berbagai macam alternatif pilihan. Biaya masa yang akan datang adalah biaya yang diperlukan sebagai dasar pengambilan keputusan, yaitu biaya yang diperkirakan dapat terjadi pada periode yang akan datang.

Manajemen sangat berkepentingan dengan biaya yang akan datang, sebab biaya tersebut merupakan satu-satunya biaya yang dapat dikendalikan oleh manajemen dalam pengambilan keputusan. Biaya relevan didasarkan pada konsep *different cost for different pupose* yang artinya untuk tujuan yang berbeda diperlukan biaya yang berbeda pula. Tidak ada aturan untuk membedakan biaya ke dalam biaya relevan dan biaya tidak relevan, pembedaannya hanya dapat dilakukan dalam hubungannya dengan keadaan yang berhubungan dengan keputusan khusus yang akan diambil.

Biaya yang relevan dengan pengambilan keputusan disebut dengan istilah biaya differensial. Karena pengambilan keputusan selalu menyangkut pemilihan alternatif masa yang akan datang, dan alternatif yang akan diambil adalah dari berbagai alternatif yang tersedia, maka informasi yang relevan adalah informasi masa yang akan datang yang berbeda diantara alternatif yang akan dipilih yang disebut informasi akuntansi diferensial. Oleh karena itu istilah biaya diferensial berbeda dengan biaya relevan, karena istilah relevan adalah istilah umum yang tidak selalu berhubungan dengan pengambilan keputusan.

2.6 Pengambilan Keputusan Menerima atau Menolak Pesanan Khusus dengan Konsep Biaya Diferensial

Dalam melakukan kegiatan produksinya, perusahaan seringkali menghadapi masalah untuk mengambil keputusan mengenai bagaimana perusahaan menggunakan kapasitas menganggur. Salah satu cara untuk menggunakan kapasitas menganggur. Salah satu cara untuk menggunakan kapasitas menganggur adalah mempertimbangkan apakah suatu pesanan khusus sebaiknya diterima atau ditolak. Pesanan khusus adalah pesanan dimana harga yang diminta di bawah harga pokok di dalam hitungan biaya penuh atau mungkin juga di bawah harga pasar yang berlaku pada saat itu. Pimpinan perusahaan sebelum memutuskan unutk menerima atau menolak pesanan khusus terlebih dahulu harus mempertimbangkan hal-hal sebagai berikut :

- Apakah dalam perusahaan masih terdapat kapasitas yang menganggur
- Apakah pesanan khusus tersebut tidak merusak harga pasar barang reguler
- Apakah dengan adanya pesanan khusus akan menimbulkan kenaikan laba bagi perusahaan

Dengan mempertimbangkan kondisi tersebut, maka suatu perusahaan akan memutuskan untuk menerima atau menolak pesanan khusus jika terpenuhi kriteria sebagai berikut :

- Masih ada kapasitas yang menganggur sehingga tujuan diterimanya pesanan tersebut adalah unutk memanfaatkan kapasitas yang menganggur tersebut
- Adanya pemisahan pasar antara penjualan rutin dengan penjualan untuk pesanan khusus

- Pesanan khusus tersebut dapat menaikan laba perusahaan

Kecuali dari kriteria-kriteria di atas, manajemen perlu juga mempertimbangkan faktor bukan laba. Faktor bukan laba ini perlu dipertimbangkan jika total pendapatan diferensialnya sama dengan total biaya diferensialnya sehingga laba diferensialnya adalah nol atau terjadi laba tapi tidak berbeda antara menerima atau menolak pesanan khusus. Faktor bukan laba yang perlu dipertimbangkan adalah antara lain meliputi perluasan kesempatan kerja bagi masyarakat, potensi pemasaran produk pada pesanan khusus di masa yang akan datang dan efektifitas penggunaan modal kerja.

2.7 Menyusun Anggaran Biaya Overhead Pabrik

Dalam menyusun anggaran biaya overhead pabrik harus diperhatikan tingkat kegiatan (kapasitas) yang akan dipakai sebagai dasar penaksiran biaya overhead pabrik. Ada tiga macam kapasitas yang dipakai sebagai dasar pembuatan anggaran biaya overhead pabrik yaitu :

1. Kapasitas praktis
2. Kapasitas normal
3. Kapasitas sesungguhnya yang diharapkan

Penentuan kapasitas praktis dan kapasitas normal dapat dilakukan dengan lebih dulu menentukan kapasitas teoritis, yaitu volume produksi maksimum yang dapat dihasilkan oleh pabrik.

1. Kapasitas teoritis adalah kapasitas pabrik atau suatu departemen untuk menghasilkan produk pada kecepatan penuh tanpa berhenti selama jangka

waktu tertentu. Kapasitas praktis adalah kapasitas teoritis dikurangi dengan kerugian-kerugian waktu yang tidak dapat dihindari karena hambatan-hambatan intern perusahaan. Karena sangat tidak mungkin suatu pabrik dijalankan pada kapasitas teoritis, maka diperhitungkan kelonggaran-kelonggaran waktu dalam penentuan kapasitas, seperti penghentian pabrik yang tidak dapat dihindari karena adanya reparasi mesin, tertundanya kedatangan bahan baku dan suku cadang, hari-hari libur, dan lain-lain. Jadi untuk menentukan kapasitas praktis maka kapasitas teoritis dikurangi dengan sebab-sebab inter pabrik. Dalam penentuan kapasitas praktis belum diperhitungkan sebab-sebab yang berasal dari luar perusahaan misal penurunan permintaan produk.

2. Kapasitas normal adalah kemampuan perusahaan untuk memproduksi dan menjual produknya dalam jangka panjang. Jika dalam penentuan kapasitas praktis hanya diperhitungkan kelonggara-kelonggaran waktu akibat fakto-faktor intern perusahaan, dalam penentuan kapasitas normal diperhitungkan pula kecenderungan penjualan dalam jangka panjang.

3. Kapasitas sesungguhnya yang diharapkan *(Expected Actual Capacity)* adalah kapasitas sesungguhnya yang diperkirakan akan dapat dicapai dalan tahun yang akan datang. Jika anggaran BOP didsarkan pada kapasitas sesungguhnya yang diharapkan, maka berarti ramalan penjualan tahu yang akan datang dipakai sebagai dasar penentuan kapasitas, sedangkan jika anggaran tersebut didasarkan pada kapasitas praktis dan normal, maka titik berat diletakkan pada kapasitas fisik pabrik. Penentuan tarif BOP atas dasar

kapasitas sesungguhnya yag diharapkan merupakan pendekatan jangka pendek, dan metode ini pada umumnya mengakibatkan digunakannya tarif yang berbeda dari periode ke periode. Penentuan tarif BOP pada dasarnya adalah penafsiran BOP sesungguhnnya di mas ayang akan datang, dan menurut pendekatan jangka pendek, hal dapat dilakukan bila tarif tersebut dibuat atas dasar tingkat kapasitas sesungguhnya yagn diharapkan. Penentua tarif BOP atas dasar kapasitas praktis atau kapasitas normal merupakan pendekatan jangka panjang, yang menghubungkan tingkat kegiatan perusahaan dengan kapasitas fisik pabrik dan tidak dipengaruhi oleh perubahan –perubahan penjualan yang bersifat sementara.

Contoh Kasus Menerima atau Menolak Pesanan Khusus

PT ABC memproduksi produk X dalam pabrik yang berkapasitas 200.000 satuan per tahun. Untuk tahun 19X1 perusahaan merencanakan akan memproduksi dan menjual produk X sebanyak 150.000 satuan dengan harga jual sebesar Rp 1.250 per satuan. Anggaran biaya untuk tahun tersebut menunjukkan rincian sebagai berikut :

Tabel 1.1 Data Perusahaan ABC

	Per Satuan	Total
Biaya Variabel :		
Biaya Produksi variabel	Rp 400	Rp 60.000.000
Biaya Komersial Variabel	Rp 120	Rp 18.000.000
Biaya Tetap		
Biaya Produksi tetap	Rp 300	Rp 45.000.000
Biaya Komersial tetap	Rp 150	Rp 22.500.000
Total Biaya	Rp 970	Rp 145.000.000

Misal perusahaan menerima pesanana khusus (diluar penjualan reguler) sebanyak 30.000 satuan produk X dari perusahaan lain. Harga yang diminta oleh pemesan adalah Rp 750 per satuan.

Dalam pengambilan keputusan menerima atau menolak pesanan khusus informasi akuntansi diferensial yang relevan adalah pendapatan diferensial dan biaya diferensial. Jika pendapatan diferensial (yaitu tambahan pendapatan dengan diterimanya pesanan khusus tersebut)lebih tinggi dibandingkan dengan biaya difernsial (yaitu tambahan biaya karena memenuhi pesanan khusus tersebut), maka pesanan khusus sebaiknya diterima.dipihak lain, jika pendapatan diferensial lebih rendah dibandingkan dengan biaya diferensial, maka pesanan khusus sebaiknya ditolak. Dengan contoh kasus diats PT ABC sebaiknya menerima pesanan khusus tersebut karena :

BAB III

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

BAB III

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

PT. ASELI DAGADU DJOKDJA

3.1. Sejarah Berdirinya dan Perkembangan Perusahaan

Pada mulanya kelompok Dagadu Djokdja merupakan kumpulan individu yang memiliki kesamaan minat dalam masalah-masalah kepariwisataan, perkotaan, dan apresiasi perancangan grafis. Sebagian besar anggotanya adalah mahasiswa dan alumni Jurusan Tehnik Arsitektur FT-UGM. Nama "Dagadu Djogdja" itu sendiri baru muncul dan digunakan saat peluncuran perdana prosuk-produk yang mereka pasarkan di Malioboro Mall Yogyakarta, pada 09 Januari 1994. Kegiaran wirausaha yang dilakukan kelompok ini dengan memproduksi dan memasarkan produk "cenderamata khas Yogyakarta" (berupa *T-shirt*, gantungan kunci, gambar tempel dan berbagai rtikel lain yang kesemuanya memuat grafis dengan tema-tema kepariwisataan dan lingkungan binaan kota Yogyakarta) pada dasarnya lebih sebagai wahan penyaluran minat dan idealisme daripada usaha dagang yang berorientasi laba. Unsur bermain-main lebih besar ketimbang unsur bisnis. Dengan kata lain, bisnis adalah sarana untuk membiayai kegiatan bermain-main.

Nama "Dagadu Djokdja" digunakan sebagai "merek dagang" sekaligus nama produsennya. Seperti halnya gagasan dan tindakan spontan yang banyak terjadi pada saat kelompok ini memulai kegiatan wirausahanya, nama itu pun muncul tanpa alasan dan latar belakang yang jelas. Munculnya nama "Dagadu Djokdja" pada saat-saat terakhir menjelang hari pertama penjualan karena didorong oleh kebutuhan

praktis untuk menandai atau memberi nama sebutan bagi suatu produk daripada sebagai suatu strategi terencana dalam mengembangkan sebuah merek. Serangkaian penjelasan mengenai nama tersebut baru disusun ketika sejumlah pembeli mulai menanyakan arti ataupun makna dibaliknya. Dagadu, yang dalam bahasa *slank* anak-anak muda daerah Yogyakarta berati **"matamu"**, kemudian diberi penjelasan kurang lebih sebagai berikut :

1. Dalam wacana rancang grafis,figur mata (sebagaimana figur pensil maupun bola lampu, misalnya) adalah idiom yang terkait erat dengan citra kreativitas. "Dagadu" yang dipresentasikan melalui logo berbentuk dasar mata (seperti pada gambar III.1) diharapkan dapat mewakili pendangan kelompok yang selalu berusaha menempatkan kreativitas sebagai aspek utama dalam setiap kegiatannya.
2. Citra mata juga diasosiasikan secara main-main dengan aktivitas *sightseeing* atau "cuci mata dengan berjalan-jalan di kota". Ini diharapkan dapat merepresentasikan kepedulian terhadap masalah perkotaan dan kepariwisataan.
3. Dagadu sebagai kosa kata yang familiar dalam pergaulan informal di Yogyakarta digunakan untuk menunjuk lokalitas tertentu, dalam hal ini kota Yogyakarta, yang pada gilirannya diharapkan dapat mewakili citra produk sebagai cenderamata khas Yogyakarta. Penyertaan kata "Djokdja" sesudah kata "Dagadu" diharap dapat semakin menegaskan citra ini. Sedangkan penggunaan ejaan lama pada penulisan kata "Djogja" dimaksudkan untuk menunjukkan muatan historis pada kata Yogyakarta, sebagaimana kepedulian kelompok ini

terhadap warisan historis pada kota Yogyakarta, sebagaimana kepedulian keolompok ini terhadap warisan historis budaya Yogyakarta.

4. Dagadu yang merupakan bahasa *slank* di kalangan anak muda juga diharapkan dapat membawakan semangat bermain-main yang mendasari seluruh kreativitas penciptaan produknya.

Terdapat sejumlah kondisi internal yang mendorong kelompok ini untuk melakukan kegiatan wirausaha tersebut. Diantaranya adalah,

1. Keinginan untuk mempublikasikan berbagai gagasan mengenai artifak, peristiwa, bahasa maupun *living culture* yang gayut dengan citra kota Yogyakarta.
2. Keinginan untuk mengkomunikasikan gagasan-gagasan terebut melalui tampilan grafis yang menarik dan menggugah
3. Keinginan untuk ikut serta memberikan kontribusi dalam khasanah cenderamata di Yogyakarta

Kondisi internal dipacu oleh kondisi eksternal berupa adanya kemudahan untuk melakukan penjualan di Malioboro Mall yang pada saat itu merupakan sarana pembelajaran terbaru di pusat kota Yogyakarta. Kemudahan yang diberikan antara lain adalah :

1. Telah disediakannya kapling berikut etalase seluas 8 x 5 m^2 yang berarti penekan biaya negosiasi dan biaya konstruksi sarana fisik ruang jual.
2. Ditetapkannya ongkos sewa yang relatif kecil berdasarkan presentase penjualan

Dengan orientasi lebih pada penyaluran minat dan idealisme ketimbang perolehan laba, kelompok ini memulai kegiatan wirausahanya dengan lebih memberi perhatian terhadap sisi penawaran (yakni minat dan kemampuannya sendiri dalam

menciptakan produk dengan rancangan yang spesifik) dibanding sisi permintaan. Kecenderungan ini ditandai dengan sejumlah hal tersebut.

1. Tidak adanya sasaran pasar yang dirumuskan terlebih dahulu secara jelas dan spesifik.
2. Tidak adanya target pencermatan terhadap kekuatan pasar yang telah ada,
3. Tidak adanya target perolehan laba
4. Tidak adanya perencanaan dalam jangka menengah dan jangka panjang dalam bidang produksi, pemasaran, maupun pengelolaan administrasi dan keuangan

Dalam waktu tiga, *break event point* telah tercapai, sementara itu permintaan pasar makin membengkak. Pada tahun pertama, volume penjualan tercatat mencapai 150 potong. Besaran itu meningkat hingga 250 potong pada tahun kedua, dan 500 potong pada tahun ketiga. Pada saat itu volume persediaan hampir selalu tidak memenuhi permintaan. Sementara saat ini setidaknya 750-1000 potong kaos oblong dengan harga rata-rata Rp. 22.500,00 per potong terjual tiap harinya. Perkembangan yang demikian "memaksa" kelompok ini untuk lebih serius dalam menangani usahanya.

3.2. Organisasi

1. Visi

   Dagadu sebagai wahana kekerabatan, wahana pengembangan idealisme, dan wahana untuk tumbuh bersama

2. Misi

   Menciptakan lapangan kerja untuk segenap masyarakat Indonesia melalui upaya kreatif yang menggali potensi daerah serta peduli budaya, sosial dan lingkungan masyarakat Indonesia.

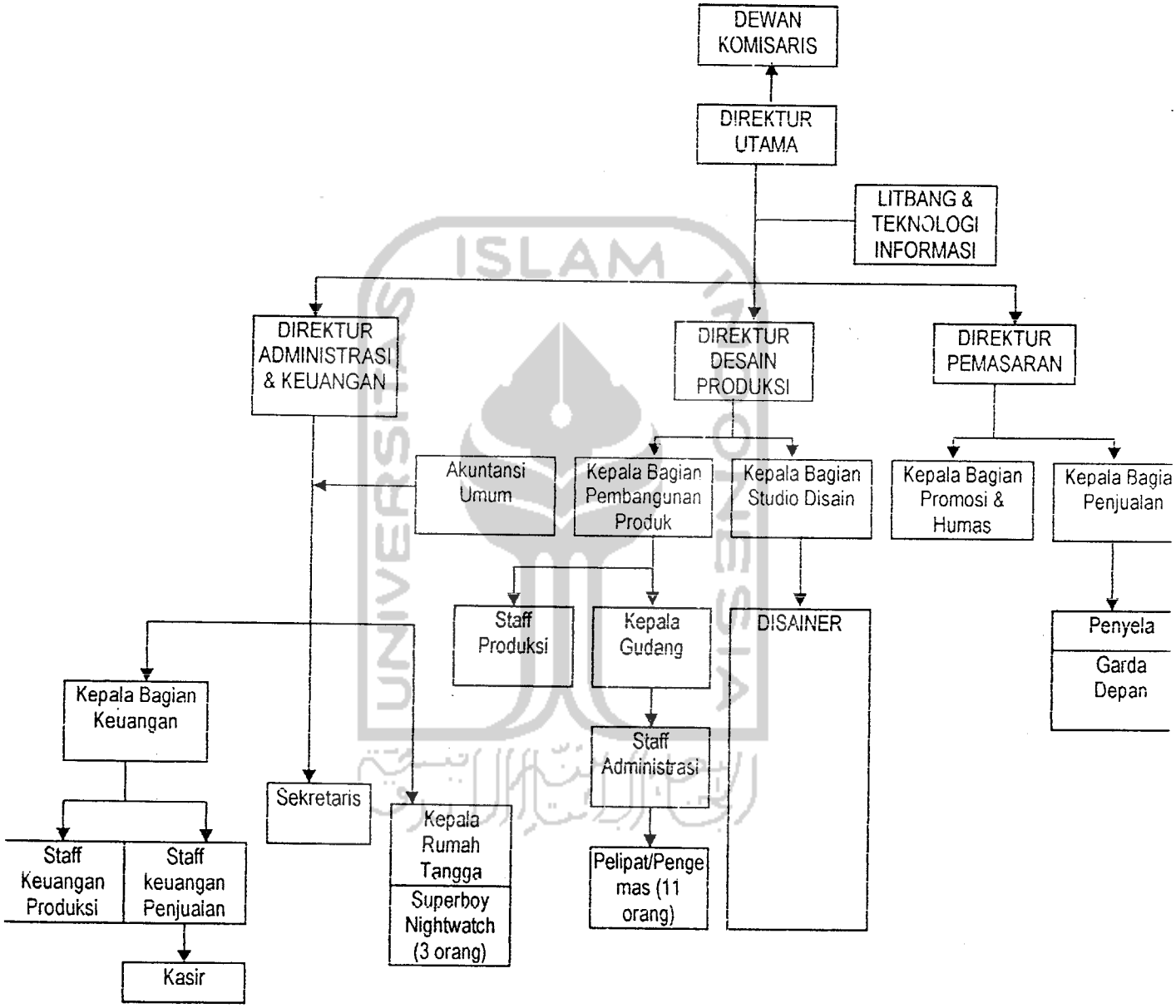
3. Tujuan

   Menjalankan usaha laba yang peduli sosial, budaya dan lingkungan melalui diversifikasi produk barang dan/atau jasa

3.3. Struktur Organisasi

Adanya visi, misi dan tujuan ini pada gilirannya telah membawa Kelompok Dagadu Djokdja untuk memandang dirinya bukan saja sebagai suatu bentuk pertemuan melainkan juga sebagai organisasi untuk mengembangkan bisnis yang spesifik dengan memanfaatkan berbagai sumberdaya (termasuk modal uang) yang dimiliki kelompok tersebut. Sejalan dengan itu, pengelolaan usaha distrukturkan ke dalam organisasi seperti tertera pada gambar III.2

GAMBAR III.1
BAGAN ORGANISASI
PT. ASELI DAGADU DJOKDJA



Sumber : PT. ASELI DAGADU DJOKDJA

3.4. Produksi

Bidang usaha uatam Kelompok Dagadu Djokdja adalah memproduksi dan memasarkan produk : cenderamata kontemporer khas Yogyakarta" berupa *T-Shirt*, gantungan kunci, gambar tempel dan berbagai artikel lain yang kesemuanya memuat grafis dengan tema-tema kepariwisataan dan lingkungan kota Yogyakarta. Produk tersebut pada awalnya dibuat tanpa perencanaan yang rinci. Perjalanan selanjutnya mengarahkan produk-produk itu pada posisi yang spesifik. Yakni sebagai "cenderamata kontemporer khas Yogyakarta". Sebagai cendermatan, produk-produk tersebut memiliki karakteristik berikut :

1. Mengeskplorasi semangat dan khasanah lingkungan budaya loka,
2. Memenuhi fungsi praktis sebagai oleh-oleh atau buah tangan, dengan memperhatikan unsur ukuran dan berat yang relatif ringkas dan ringan.

Sementara terminologi "kontemporer" digunakan untuk (secara gampangan) memdakan produk-produk tersebut dengan cenderamata yang "vernakular" maupun "tradisional". Lebih lanjut, cenderamata kontemporer itu dirincikan oleh karateristik berikut :

1. Memberi bingkai estetika pada hal-hal keseharian yang sederhana atau bahkan remeh.
2. Mengungkapkan gagasan dengan gaya bermain-main yang mudah dimengerti
3. Memberi penekanan pada aspek keatraktifan melalui benatuk-bentuk sederhana yang mencolok

4. Memilih citra fabrikan ketimbang *craft* atau kerajinan, baik melalui material yang digunakan mampu lewat unsur-unsur desain yang lain dari pemilihan warna hingga penyelesaian akhirnya.

Dengan menempatkan produk pada posisi seperti ini diharapkan ada nilai lebih yang cukup signifikan dibaning produk-produk cenderamata lain yang selama ini hanya berkutat pada tema-tema stereotip mengenai keindahan, kejayaan dan kebesaran lokalitasnya. Untuk dapat menempati posisi semacam itu, produk Dagadu Djokdja mengandalkan aspek disain, teruatama disain grafis, baik dalam tema maupun cara ungkapnya.

Pada masa-masa awal, produk yang dominan dalam kegiatan usaha ini adalah *T-shirt*. Tentu saja *T-shirt* dengan nilai lebih pada keunikan grafis. Artinya, keunikan disain grafis yang ditampilkan pada *T-Shirt* (melalui teknik cetak saring atau sablon) itu menjadikan diferensiasi sekaligus titik jual *(selling point)* bagi produk ini.

Perimbangan pemilihan *T-shirt* sebagai produk utama tak lepas dari orientasi kegiatan wirausaha ini. Seperti telah diuraikan di muka, kegiatan wirausaha yang senderung merupakan wahana penyaluran minat ketimbang sarana pencapaian laba ini mengakibatkan perhatian pada sisi penawaran melebihi perhatian pada sisi permintaan. Pada gilirannya, hal ini berpengaruh pada pemilihan produk utama, yang secara lebuh rinci dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Pertama, pengalaman merancang grafis (yang dapat diterapkan pada media semacam *T-Shirt*) telah dimiliki oleh para personel kelompok ini berkat kegiatan mereka selama bergabung dalam keluarga Mahasiswa Teknik Arsitektur FT-UGM

2. Kedua, proses produksi *T-shirt* senderung mudah dan murah. Hal ini penutup mengingat keterabatasan modal yang ada.
3. Ketiga, *T-shirt* merupakan media yang sangat fleksibel untuk bermain-main dalam mengungkapkan gagasan tematik maupun gagasan visual-grafis.

Sebagaimana telah disebut diatas, prodek Dagadu bertumpu pada disain atau rangcangan grafisnya yang memiliki keunikan tema dan cara ungkap. Media untuk menerapkan disain ini pada dasarnya sangat beragam. Oleh karena itu, pada perkembangan selanjutnya, Dagadu Djogdja melakukan diversifikasi produksi dengan menjelajahi keanekaragaman media ini. Pemilihan media antara lain ditentukan oleh kriteria berikut :

1. Kemampuan berbagai media itu untuk secara teknis maupun estis menampung rancangan-rancangan.
2. Daya jual (yang selama ini ditentukan secara intutif) media tersebut sebagai produk cenderamata.

Produk-produk tersebut antara lain gambar tempel, gantungan kunci, topi *suncreen*, dompet, cangkir, kartu pos, dan bloknot. Pertimbangan peluncuran ragam-ragam produk tersebut semata-mata juga didasarkan pada kemampuan produksi ketimbang permintaan pasar.

3.4.1. Proses Perencanaan Produk

a. Jasa Disain

Pada awal tahun kedua, difersifikasi yang dilakukan hanya berupa difersifikasi produk melainkan juga difersifikasi bidang usaha, yaitu

bidang perencanaan grafis dan animasi komputer yang melayani produk-produk pesanan. Pada tahun keempat, bidang jasa disain ini diminimalkan untuk memberi pumpunan lebih pada bidang eceran *T-shirt*

b. Aspek Disain

Seperti telah diungkapkan diatas, aspek disain memegang peranan penting dalam kegiatan wirausaha ini mengingat sejumlah hal berikut :

1) Aspek disain merupakan andalan produk Dagadu Djogdja untuk mendapatkan diverensasi dalam perkaosoblongan. Melalui desain yang spesifik dengan menggabungkan unsur lokalitas, humor, dan semangat bermain-main dalam dunia seni pop ini diharapkan pula tercipta unsur *atractiveness* sebagai daya tarik utama produk.
2) Disain dan aktivitas perciptaan disain juga dapat dikatakan "daya hidup" kelompok ini, yang berarti juga merupakan penggerak bagi seluruh kegiatan wirausahanya.

c. Lingkup Disain

Secara substansial, lingkup disain yang menjadi pumpunan atau fokus perhatian adalah :

1) Disain grafis, yakni komposisi bentuk visual dua dimensi yang dicetakkan (melalui berbagai teknik cetak) pada permukaan media
2) Disain produk, yang merupakan rancangan tiga dimensial itu sendiri.

Dalam kasus *T-shirt* misalnya, disain produk akan mencakup ihwal bentuk fisik *T-shirt* itu (dari bentuk leher, badan, lengan, hingga berbagai aksesoris yang dapat ditambahkan), jenis bahan atau material tekstil yang

digunakan (yang menentukan ketebalan, kerapatan tekstur, dan sebagainya), macam jahitan, sampai dengan komposisi label. Sedangkan disain grafis meliputi berbagai gambar yang dicetakkan pada permukaan *T-shirt* tersebut.

d. Pengadaan Disain

Oleh karena disain grafis maupun disain produk merupakan aspek yang sangat diutamakan maka pengadaan disain secara konsisten dan berkesinambungan amatlah penting. (Pada tiga tahun pertama, tercatat tidak kurang dari 125 disain grafis untuk *T-shirt* telah dihasilkan). Perlu diingat bahwa penciptaan disain untuk produk-produk Dagadu tidak dipandang sebagai ekspresi individual melainkan justru diupayakan muncul dan berkembang sebagai hasil kolektif berdasarkan kerja yang kolektif pula. Kolektivitas ini menyangkut pemunculan gagasan hingga pengembangan rancangan awal atau *preliminary design*.

Sementara pengembangan rancangan lebih lanjut hingga penyelesaian akhir merupakan tugas para disainer. Diawal-awal perjalanan usahanya, disain ini banyak dipasok oleh anggota kelompok itu sendiri. Pada masa-masa selanjutnya, dibentuklah sebuah tim kreatif yang berisi para disainer dengan tugas utama menciptakan rancangan.

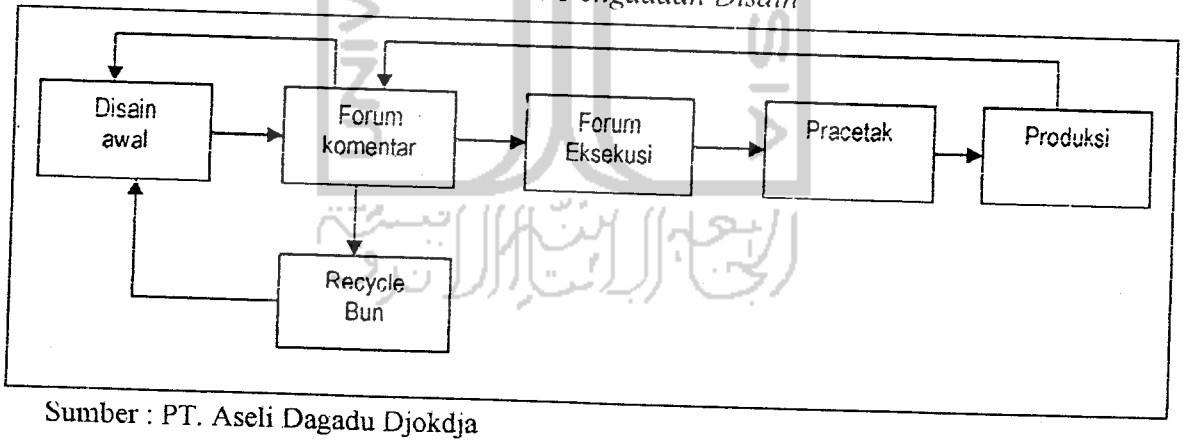
Perlu dicatat pula bahwa, dalam banyak kasus, kualitas disain sangat ditentukan pula oleh kualitas kritik terhadapnya. Mengingat bahwa anggota-anggota Kelompok Dagadu Djokdja memiliki antusiasme dalam hal-ihwal perancangan maka sistem penciptaan dan kritik disain secara

kolektif ini sangat menguntungkan. Secara garis besar, pengadaan disain grafis maupun disain produk adalah sebagai berikut.

1) Disain maupun kritik disain sebagai hasil sumbang saran secara spontan dari anggota kelompok dan komunitasnya
2) Disain maupun kritik disain sebagai hasil pengelolaan di studio oleh para disainer atau tim kreatif.

Untuk menghasilkan sinergi antara "komunitas yang sangat mengapresiasi disain" dan tim kreatif yang secara prosedural bertanggungjawab terhadap pemunculan atau pengadaan disain-disain baru, ditempuh prosedur perancangan sebagaimana tertera pada gambar III.3

Gambar III.2
Prosedur Pengadaan Disain



Sumber : PT. Aseli Dagadu Djokdja

Usulan awal disain dapat berasal dari manapun, termasuk usulan yang datang dari konsumen atau para pemerhati Usulan ini secara kolektif dikembangkan menjadi berbagai alternatif rancangan awal oleh tim kreatif dalam studio disain. Forum komentar merupakan ajang kritik terhadap rancangan awal tersebut. Forum ini terbuka untuk seluruh anggota

kelompok maupun komunitasnya bahkan, dalam kesempatan tertentu, menghadirkan pula komentator atau kritikus tamu.

e. Strategi Disain

Seperti telah diuraikan pada bagian sebelumnya, aspek disain pada kegiatan wirausaha ini sangat signifikan mengingat peranannya dalam membentuk keunggulan produk. Untuk itu, produk Dagadu Djokdja harus menggunakan strategi disain yang spesifik pula. Secara garis besar, disain-disain yang dirilis oleh Dagadu Djokdja (terutama disain grafisnya) memiliki sejumlah karakteristik antara lain sebagai berikut :

1) Bergerak dalam khsanah budaya Jawa
2) Mengangkat romantisme kota
3) Menampilkan hal-hal keseharian yang bersahaja dan karena itu banyak terlewat dari perhatian melalui interprestasi baru
4) Merangsang syaraf humor dan syaraf estetika
5) Menertawakan diri sendiri

Dengan strategi disain semcam itum produk Dagadu kemudian memiliki sejumlah keistimewaan atau setidaknya perbedaan dengan produk sejenis yang ada selama ini.

3.5. Distribusi

Produk Dagadu Djokdja dipasarkan hanya disatu outlet yaitu di Lantai dasar Malioboro Mall Yogyakarta, sehubungan dengan kebiakan untuk memberi nilai keunikan pada komoditas cenderamata tersebut. Selanjutnya anjungan ini kami beri

nama Posyandu (Pos Pelayanan Terpadu) dalam perkembangan selanjutnyam sebuah etalase kecil dibuka pula di lokasi Studio Kerja (Pakuningratan 17) guna memenuhi kebutuhan pelanggan (yang diidentifikasikan sebagai pemegang kartu rabat) dan pasar keluarga. Selanjutnya etalase kecil itu kami sebut Unit Gawat Dagadu (UGD). Pada perkembangan selanjutnya, dengan makin meningkatnya permintaan konsumen dan kebutuhan akan layanan cepat dan mudah, maka diluncurkanlah satu lini distribusi baru yang berupa unit layanan bergerak. Unit ini dirancang lebih kepada upaya untuk lebih dekat kepada konsumen, dengan memberikan layanan hantar dan pesanan terbatasa. Selanjutnya unit ini kami beri nama Unit Layanan Cepat (ULC).

Alur distribusi yang ditempuh pun sederhana. Produk diambil dari para pemasok, ditimbun sementara di gudang, dikemas di tempat yang sama, kemudian disalurkan ke lokasi penjualan, baik di Posyandu (Pos Pelayanan Dagadu) di Lantai Dasar Malioboro Mall, UGD (Unit Gawat Dagadu) di Paningrat 17 Yogyakarta dan ULC (Unit Layanan Cepat).

3.6. Pemasaran

Dalam kegiatan wirausaha kelompok Dagadu Djokdja, pemasaran menjadi aspek yang selama tiga tahun berjalan ini dilakukan secara sangat intuitif. Peningkatan penjualan dan popularitas Dagadu Djokdja lebih merupakan sinergi kondisi yang selama ini (disengaja atau tidak) ternyata masih memberikan keuntungan besar. Sejumlah pencermatan terhadap produk, lokasi penjualan, harga dan promosi dapat menggambarkan hal ini.

Dari sisi produk, semangat Kelompok Dagadu Djokdja yang mengutamakan kreativitas dalam cara ungkap bermain-main tiba-tiba memasukkan produk-produknya ke dalam ceruk yang selama ini belum banyak tergarap dunia perkaosoblongan. Minat kelompok ini terhadap masalah perkotaan, ariwisata, dan perancangan grafis serta cara ungkap gagasan yang mengandalkan semangat bermain-main secara tidak terduga telah bertemu dengan pasar yang spesifik. Seperti diketahui, Yogyakarta adalah kota pariwisata dengan wisatawan nusantara yang sangat memerlukan alternatif cenderamata. Yogyakarta juga ditopang oleh intelektualitas anak muda yang dengan cepat mengapresiasi berbagai kepedulian yang dipresentasikan secara main-main tersebut.

Disain sebagai *selling point* ternyata, secara tidak sengaja, telah didekati dengan strategi yang spesifik sehingga memunculkan produk cenderamata yang berkesan "baru", dan karena itu menjadi istimewa.

Dagadu Djokdja secara kebetulan memiliki outlet di tempat perbelanjaan terbaru (waktu itu) di lokasi yang strategis baik dalam konteks perdagangan maupun kepariwisataan. Lokasinya di jalan Malioboro, yang memiliki ketenaran dan romantisme dalam dunia pariwisata Yogyakarta, memperkuat citra Dagadu sebagai suatu produk cenderamata.

Ketidakmampuan kelompok ini untuk membuka outlet baru ternyata membawa berkah berupa semakin kuatnya citra tersebut, yakni bahwa cenderamata tertentu hanya tersedia di lokalitas tertentu. Lebih lanjut, lokasi penjualan di satu tempat itu bahkan dapat digunakan sebagai pembeda signifikan produk Dagadu (yang selalu berlabel "aseli bikinan Dagadu Djokdja") dengan produk-produk bajakan maupun produk-produk tiruan yang beredar di luaran. Untuk skala bisnis yang tidak besar ini

ditanggapi antara lain melalui rekayasa opini publik. Menunjukkan bahwa produk Dagadu yang "original" hanya terdapat di satu lokasi menjadi salah satu cara dalam pembentukan opini publik ini.

Pada sisi promosi, berbagai ketidaksengajaan juga telah berubah menjadi keuntungan. Dalam merancang yang melanda anggota Dagadu Djokdja pada hampr dua tahun pertama yang menghasilkan disain dalam jumlah besar ternyata cukup membombardir pasar. Jika dapat dipandang sebagai satu *trend*, maka banyaknya varietas disain kaos oblong Dagadu Djokdja (sebagai imbas dari demam merancang tadi) dangat menyokong berkembangan *trend* tersebut. Banyaknya pemakai kaos oblong Dagadu Djokdja dengan logo mencolok di bagian punggung atau dada kirinya juga turut menancapkan merek di benak khyalak.

Di sisi lain, terbatasnya ruang penjualan, terbatasnya persediaan barang, dan membludaknya pembeli mengakibatkan adanya kerumunan besar teruatama di masa-masa liburan sekolah. Kerumunan semacam ini segera menjadi fenomena yang banyak dibicarakan, yang berarti juag merupakan publikasi Cuma-Cuma. Banyaknya liputan media massa terhadap segala sepak terjang yang berkaitan dengan produk dagadu Djokdja makin menggencarkan publikasi tersebut.

Secara tidak sengaja pula, selama tiga tahun itu Dagadu Djokdja telah mulai menancapkan citranya. Pada tahun pertama, hanya dengan mengikuti minat para anggota kelompok terhadap masalah perkotaan dan kepariwisataan, produk Dagadu Djokdja kemudian menjadi dekat dengan citra cenderamata khas Yogyakarta. Semangat bermain-main yang juga diutamakan oleh kelompok ini membuat disain-disain produk Dagadu Djokdja bernuansa "nakal" dan "lucu". Dengan kemunculan ragam disain yang relatif besar kecenderungan ini semakin kuat. Sorotan media massa

Terhadap tema desain dan latar belakang kelompok Dagadu Djokdja yang bermula dari kegiatan kemahasiswaan di kampus mengasosiasikan Dagadu Djokdja dengan citra "Cerdas, Smart, Smile, dan Djokdja. Itulah yang kemudian hendak dikembangkan Dagadu Djokdja sebagai citra produk-produknya dalam perjalanannya di tahun-tahun mendatang.

3.7 Data Volume Produksi

Data volume produksi kaos Dagadu yang dihasilkan perusahaan pada tahun 2004 dari bulan Januari sampai November adalah sebagai berikut :

Tabel 3.1 Volume Produksi tahun 2004 dari bulan Januari sampai November (per pieces)

Bulan	Dagadu	After Hour	Hiruk Pikuk	Total
Januari	8.804	518	1.035	10.357
Februari	9.571	563	1.126	11.260
Maret	9.909	583	1.165	11.658
April	9.929	584	1.168	11.681
Mei	12.401	729	1.459	14.589
Juni	10.218	601	1.202	12.021
Juli	9.578	563	1.127	11.268
Agustus	10.231	602	1.203	12.036
September	10.666	627	1.255	12.548
Oktober	12.749	751	1.501	15.000
November	11.096	653	1.305	13.054
Desember	-	-	-	-
Jumlah	115.161	6.774	13.546	135.483

Sumber : PT Aseli Dagadu Djokdja

Tabel 3.2 Volume Produksi dari bulan Januari sampai Juli 2004 (per pieces)

Bulan	Dagadu	After Hour	Hiruk Pikuk	Total
Januari	8.804	518	1.035	10.357
Februari	9.571	563	1.126	11.260
Maret	9.909	583	1.165	11.658
April	9.929	584	1.168	11.681
Mei	12.401	729	1.459	14.589
Juni	10.218	601	1.202	12.021
Juli	9.578	563	1.127	11.268
Jumlah	70.410	4.141	8.282	82.834

Sumber : PT Aseli Dagadu Djokja

Tabel 3.3 Kapasitas Yang Digunakan Untuk Memproduksi Kaos (per pieces)

Bulan	Kapasitas Tersedia	%	Kapasitas Dimanfaatkan	%	Kapasitas Menganggur	%
Januari	15.000	100	10.357	69,05	4.643	30,95
Februari	15.000	100	11.260	75,07	3.740	24,93
Maret	15.000	100	11.658	77,72	3.342	22,28
April	15.000	100	11.681	77,87	3.319	22,13
Mei	15.000	100	14.589	97,26	411	2,74
Juni	15.000	100	12.021	80,14	2.979	19,86
Juli	15.000	100	11.268	75,12	3.732	24,88
Agustus	15.000	100	12.036	80,24	2.964	19,76
September	15.000	100	12.548	83,65	2.452	16,35
Oktober	15.000	100	15.010	100	0	0
November	15.000	100	13.054	87,03	1.946	12,97
Desember	-	100	-	-	-	-
Jumlah	165.000	100	135.472	82,10	29.528	17,90

Sumber : PT Aseli Dagadu Djokdja

Tabel 3.4 Kapasitas Produksi Untuk Bulan Januari sampai Juli 2004

Bulan	Kapasitas Tersedia	%	Kapasitas Dimanfaatkan	%	Kapasitas Menganggur	%
Januari	15.000	100	10.357	69,05	4.643	30,95
Februari	15.000	100	11.260	75,07	3.740	24,93
Maret	15.000	100	11.658	77,72	3.342	22,28
April	15.000	100	11.681	77,87	3.319	22,13
Mei	15.000	100	14.589	97,26	411	2,74
Juni	15.000	100	12.021	80,14	2.979	19,86
Juli	15.000	100	11.268	75,12	3.732	24,88
Jumlah	105.000	100	82.834	78.89	22.166	21,11

Sumber : PT Aseli Dagadu Djokdja

3.8. Klasifikasi Biaya Beserta Perincian Pada PT. Aseli Dagadu Djokdja

Klasifikasi biaya yang digunakan untuk meproduksi kaos jenis hiruk pikuk dalam perusahaan selama ini digolonglan atas obyek pengeluarannya. Adapun perincian mengenai pengeluaran biaya selama bulan Januari sampai Juli 2004 adalah sebagai berikut :

1. Jumlah Biaya Produksi

Jenis Biaya	Dagadu	After Hour	Hiruk Pikuk
Biaya Bahan Baku	26.656.400	-	46.840.992
Biaya Tenaga Kerja Langsung	80.846.380	27.744.121	6.279.055
Biaya Overhead Pabrik			
Biaya Bahan Penolong	2.150.000	2.256.000	63.993
Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung	135.478.692	7.961.015	15.922.031
Biaya Reparasi dan Pemeliharaan	23.413.413	1.376.033	2.751.466
Biaya Pengepakan	3.495.920	1.100.000	784.500
Biaya Listrik dan Telekomunikasi	49.794.864	2.925.811	5.851.619
Biaya Lipat, Potong Jahit dan Sablon	354.373.860	20.828.017	41.645.941
Biaya Sewa (mesin Jahit dan bangunan)	93.672..564	5.504.398	11.008.796
Total BOP	662.379.313	41.951.274	78.028.346
Total Biaya Produksi	769.882.093	69.695.395	131.148.393

2.Jumlah Biaya Pemasaran

Elemen Biaya Pemasaran	Jumlah Pengeluaran	
Biaya iklan dan Promosi	Rp.	17.068.965
Biaya Pengiriman (transortasi penjualan)		8.060.950
Biaya Komisi Penjualan		7.047.375
Biaya Perjalanan Dinas		10.278.600
Biaya Depresiasi Kendaraan		-
Total Jumlah Biaya Pemasaran	Rp.	42.455.890

3. Jumlah Biaya Administrasi dan Umum

Elemen Biaya Administrasi dan Umum	Jumlah Pengeluaran	
Gaji Direktur dan Komisaris	Rp.	33.642.966
Biaya Kesejahteraan dan Kesehatan		8.582.200
Biaya Suplies Alat Kantor		11.576.810
Biaya Pajak		203.687.719
Biaya Rumah Tangga		3.909.400
Biaya Depresiasi Mebel dan Peralatan Kantor		-
Jumlah Biaya Administrasi dan Umum	Rp.	401.104.634

BAB IV

ANALISA

BAB IV

ANALISA DATA

Data-data yang akan dianalisa ini adalah volume produksi dan data-data keuangan lain. Data keuangan disini hanya dari bulan januari sampai dengan bulan juli 2004. Sehingga volume produksi yang akan dianalisa juga akan menyesuaikan yaitu dari bulan januari sanpai bulan juli 2004. Dalam kaitannya dengan masalah khusus seperti pengambilan keputusan untuk menerima atau menolak pesanan khusus didasarkan pada penggunaan konsep biaya diferensial, maka biaya-biaya yang dikeluarkan terlabih dulu akan dipisahkan ke dalam biaya tetap dan variabel. Pemisahan biaya ke dalam biaya tetap dan biaya variabel tersebut dengan menggunakan metode kuadrat terkecil (*least square methode*) kemudian dalam pengambilan keputusan terhadap pesanan khusus dilakukan dengan konsep biaya diferensial. Langkah-langkah yang akan dilakukan untuk menganalisa pesanan khusus adalah sebagai berikut :

1. Pemisahan komponen biaya produksi ke dalam biaya tetap, biaya variabel, dan biaya semi variabel.
2. Pengambilan keputusan menerima atau menolak pesanan khusus berdasarkan konsep biaya diferensial.

4.1 Pemisahan Komponen Biaya ke Dalam Biaya Tetap, Biaya Variabel dan Biaya Semi Variabel

Biaya-biaya yang dikeluarkan oleh PT Aseli Dagadu Djogdja dapat diklasifikasikan dalam 4 golongan yaitu biaya produksi, biaya administrasi dan umum, biaya pemasaran dan biaya non operasi. Namun demikian perusahaan belum memisahkan biaya-biaya tersebut ke dalam biaya tetap, biaya variabel dan biaya semi variabel. Oleh karena itu untuk memudahkan dalam pengambilan keputusan menerima atau menolak pesanan khusus, biaya-biaya tersebut harus dipisahkan ke dalam biaya tetap, biaya variabel dan biaya semi variabel. Berikut ini penulis akan mencoba untuk memilah-milah biaya yang telah terjadi selama bulan Januari sampai Juli pada tahun 2004 ke dalam unsur biaya tetap, biaya variabel dan biaya semi variabel.

4.1.1 Biaya Produksi

4.1.1.1 Biaya Bahan Baku

Biaya bahan baku adalah harga perolehan berbagai macam bahan baku yang dipakai dalam kegiatan produksi. Biaya bahan baku dapat digolongkan ke dalam biaya variabel karena ada keterikatan secara fisik dengan produk yang dihasikan yang berarti bahwa perubahan volume produksi akan mengakibatkan biaya bahan baku secara total berubah. Dalam proses pengolahan atau produksi tidak dilakukan sendiri oleh perusahaan, perusahaan hanya sebatas penyediaan bahan seperti kain lalu pengemasan dan pemasarannya saja. Bahan penolong adalah bahan yang diolah menjadi produk selesai tapi pemakaiannya tidak dapat

ditelusur secara langsung ke produk. Pemakaian bahan bahan penolong juga akan menimbulkan biaya yang disebut biaya bahan penolong. Adapun biaya bahan baku yang digunakan untuk memproduksi 3 jenis kaos tersebut selama bulan Januari sampai Juli tahun 2004 sebesar Rp 73.497.392,00.

4.1.1.2 Biaya Tenaga Kerja Langsung

Tenaga kerja langsung adalah semua karyawan yang secara langsung ikut serta memproduksi produk dan jasanya dapat diusut secara langsung pada produk. Sedangkan biaya tenaga kerja langsung adalah balas jasa yang diberikan kepada karyawan pabrik yang manfaatnya dapat diidentifikasikan atau diikuti jejaknya pada produk tertentu yang dihasikan perusahaan. Selain tenaga kerja langsung, dalam pengolahan produk diperlukan juga tenaga kerja tidak langsung. Biaya tenaga kerja tidak langsung merupakan unsur biaya overhead pabrik, misalnya gaji kepada departemen produksi, gaji mandor, dan sebagainya. Adapun biaya tenaga kerja langsung yang dikeluarkan untuk memproduksi 3 jenis kaos tersebut selama bulan Januari sampai Juli 2004 adalah sebesar Rp 114.869.556,00.

4.1.1.3 Biaya Overhead Pabrik

Yang dimaksud dengan Biaya Overhead Pabrik (BOP) adalah seluruh biaya yang dibebankan pada perusahaan untuk membuat barang jadi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Adapun biaya overhead pabrik yang terjadi pada PT Aseli Dagadu Djogdja untuk memproduksi 3 jenis kaos berjumlah Rp 782.358.933,00, dengan rincian sebagai berikut :

• Biaya Bahan Penolong	Rp	4.469.993,00
• Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung	Rp	159.361.738,00
• Biaya Reparasi dan Pemeliharaan	Rp	27.540.912,00
• Biaya Pengepakan	Rp	5.380.420,00
• Biaya Listrik dan Telekomunikasi	Rp	58.572.294,00
• Biaya Lipat, Potong, Jahit dan Sablon	Rp	416.847.818,00
• Biaya Sewa (mesin jahit dan bangunan)	Rp	110.185.750,00
Jumlah Biaya Overhead Pabrik	Rp	782.358.933,00

Biaya overhead pabrik yang terjadi pada PT Aseli Dagadu Djogdja departemen produksi seperti diatas belum dipisahkan ke dalam elemen biaya tetap dan elemen biaya variabel. Untuk langkah selanjutnya kita akan memisahkan biaya overhead pabrik tersebut apakah masuk unsur biaya variabel, biaya tetap atau biaya semi variabel. Untuk memisahkan biaya-biaya tersebut metode yang digunakan adalah metode kwadrat terkecil atau *least square methode*. Untuk dapat mencari komponen tersebut diatas akan dijelaskan pada pemisahan berikut ini.

4.1.1.3.1 Pemisahan Biaya Overhead Pabrik ke Dalam Biaya Tetap, Biaya variabel dan Biaya Semi Variabel

Dengan melihat biaya overhead pabrik yang dikeluarkan oleh PT Aseli Dagadu Djokdja, maka dari elemen biaya overhead pabrik tersebut akan dianalisa pada awal proses terjadinya biaya, sifat dan tingkah laku dari masing-masing elemen biaya overhead pabrik dalam hubungannya dengan volume produksi yang

dihasilkan perusahaan. Elemen-elemen biaya overhead pabrik tersebut diklasifikasikan ke dalam masing-masing kelompok sebagai berikut :

1. Biaya Bahan Penolong

   Biaya bahan penolong merupakan biaya bahan yang dipergunakan untuk proses produksi selain biaya bahan baku langsung. Besar kecilnya biaya bahan penolong yang dipergunakan tergantung pada jumlah produk yang akan diproduklsi atau jumlah biaya ini berfluktuasi sesuai dengan perubahan volume kegiatan, karena sifatnya yang berubah-ubah maka biaya ini digolongkan ke dalam biaya variabel.

2. Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung

   Biaya tenaga kerja tidak langsung adalah balas jasa yang diberikan kepada keryawan pabrik akan tetapi manfaatnya tidak dapat diidentifikasikan atau diikuti jejaknya pada produk tertentu yang dihasilkan perusahaan. Sifat biaya ini adalah tetap karena tidak berfluktuasi sekalipun volume kegiatannya berubah. Perubahan jumlah biaya ini bukan disebabkan oleh perubahan dalam kegiatannya melainkan adanya peraturan dalam perusahaan, mengenai sistem penggajian dari perusahaan. Dengan demikian biaya tenaga kerja tidak langsung termasuk dalam komponen biaya tetap.

3. Biaya Reparasi dan Pemeliharaan

   Agar proses produksi perusahaan dapat berjalan dengan lancar maka alat-alat yang digunakan sebagai alat produksi dan lain-lain perlu direparasi jika mengalami kerusakan. Selain alat-alat tersebut juga perlu pemeliharaan dan perawatan. Hal ini dapat dimengerti karena biarpun tidak melakukan produksi

tetapi alat-alat harus tetap dipelihara agar tidak terjadi hambatan. Dan tentu saja dalam perawatan memerlukan biaya. Biaya pemeliharaan alat-alat dan bangunan tersebut digolongkan ke dalam biaya semi variabel, dimana jumlah biaya ini senantiasa berubah-ubah namun tidak secara proporsional terhadap tingkat produksi atau volume kegiatan.

4. Biaya Pengepakan

Biaya pengepakan adalah biaya yang dikeluarkan untuk mengemas produk yang sudah jadi tersebut sehingga siap untuk dipasarkan. Sifat biaya ini adalah variabel karena akan berfluktuasi bila terjadi perubahan volume kegiatan.

5. Biaya Listrik dan Telekomunikasi

Biaya Listrik disini dipergunakan untuk penerangan ruangan karena disini proses produksi tidak dilakukan secara langsung sedangkan telekomunikasi digunakan sebagi alat komunikasi intern perusahaan. Biaya ini dapat digolongkan sabagai biaya semi variabel karena penggunaan tenaga listrik dan telekomunikasi senantiasa berubah-ubah dan perubahan tersebut tidak proporsional dengan perubahan tingkat aktivitas. Dengan demikian jumlah dari biaya listrik dan telekomunikasi ini berubah-ubah tidak secara proporsional dengan volume kegiatan.

6. Biaya Lipat, Potong, Jahit dan Sablon

Biaya lipat, potong, jahit dan sablon adalah biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi kaos tersebut sehingga menjadi kaos yang siap untuk dipakai, tetapi proses tersebut tidak dilakukan sendiri oleh perusahaan melainkan

menggunakan jasa dari luar perusahaan. Besar kecilnya biaya ini tergantung pada jumlah produk yang akan diproduksi atau jumlah ini berfluktuasi sesuai dengan perubahan volume kegiatan, karena sifatnya yang berubah-ubah maka biaya ini digolongkan ke dalam biaya variabel.

7. Biaya Sewa (mesin jahit dan bangunan)

Biaya sewa ini adalah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk menunjang kegiatan operasional perusahaan. Sifat biaya ini adalah tetap karena tidak berfluktuasi sekalipun volume kegiatannya berubah. Perubahan jumlah biaya ini bukan disebabkan oleh perubahan dalam kegiatannya melainkan adanya peraturan dalam perusahaan, mengenai sistem penggajian dari perusahaan. dengan demikian biaya sewa termasuk dalam komponen biaya tetap.

Dengan melihat analisa tentang sifat dan tingkah laku biaya dari elemen – elemen biaya overhead pabrik diatas, maka untuk lebih jelasnya masing-masing elemen biaya dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.1 Komponen Biaya Overhead Pabrik dan Sifatnya
(data dari bulan Januari – Juli 2004)

No	Biaya Overhead Pabrik	Sifat Dan Tingkah Laku Biaya	Jumlah (Rp)
1	Biaya Bahan Penolong	Biaya Variabel	4.469.993,00
2	Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung	Biaya Tetap	159.361.738,00
3	Biaya Reparasi dan Pemeliharaan	Biaya Semi Variabel	27.540.912,00
4	Biaya Pengepakan	Biaya Variabel	5.380.420,00
5	Biaya Listrik dan Telekomunikasi	Biaya Semi variabel	58.572.294,00
6	Biaya Lipat, Potong, jahit dan sablon	Biaya Variabel	416.847.818,00
	Biaya Sewa (mesin jahit dan bangunan)	Biaya Tetap	110.185.750,00
	Jumlah		782.358.933,00

Dari analisa diatas telah diketahui sifat masing-masing biaya maka langkah selanjutnya adalah pemisahan biaya yang bersifat semi variabel dengan metode kwadrat terkecil (*least square method*).

4.1.1.3.2 Pemisahan Elemen Biaya Overhead Pabrik Yang Bersifat Semi Variabel Ke Dalam Biaya Tetap dan Biaya Variabel

Dalam pemisahan biaya semi variabel ke dalam elemen biaya tetap dan biaya variabel, maka metode yang digunakan adalah metode kwadrat terkecil (*least square method*). Metode ini digunakan karena lebih obyektif dibandingkan dengan metode pemisahan biaya semi variabel lainnya. Tingkah laku biaya ini dinyatakan dalam persamaan garis lurus dengan rumus sebagai berikut :

$$y = a + bx$$

Dimana :

y = total biaya

a = jumlah total biaya tetap

b = biaya variabel satuan

x = volume kegiatan

dengan demikian rumus b dan a adalah sebagai berikut :

$$b = \frac{n\sum xy - \sum x \sum y}{n\sum x^2 - \left(\sum x\right)^2}$$

dimana :

$\sum y$ = jumlah biaya semi variabel

$\sum x$ = jumlah volume kegiatan

a = jumlah biaya tetap

b = jumlah biaya variabel

sedangkan :

$$a = \frac{\sum y - b\sum x}{n}$$

dimana :

$\sum y$ = jumlah biaya semi variabel

$\sum x$ = jumlah volume kegiatan

a = jumlah biaya tetap

b = biaya variabel per satuan

Untuk perhitungan analisa pemisahan masing-masing biaya semi variabel terdapat pada tabel berikutnya. Dalam hal ini kita akan menganalisa komponen-komponen biaya semi variabel ke dalam elemen biaya tetap dan biaya variabel. Dari tabel 4.1. diketahui bahwa biaya semi variabel terdiri dari biaya listrik dan telekomunikasi.

Perhitungan elemen biaya semi variabel diatas akan diuraikan sebagai berikut :

Tabel 4.2 Biaya Reparasi dan Pemeliharaan Dipisahkan ke Dalam Elemen Biaya Tetap dan Elemen Biaya Variabel (data dari bulan Januari – Februari 2004)

Bulan Ke	Y	X	X^2	YX
1	754.213	1.035	1.071.225	780.610..455
2	26.250	1.126	1.267.876	29.557.500
3	38.800	1.165	1.357.225	45.202.000
4	494.030	1.168	1.367.224	577.027.040
5	400.000	1.459	2.128.681	583.600.000
6	1.003.673	1.202	1.444.804	1.206.414.946
7	34.500	1.127	1.270.129	38.881.500
Jumlah	2.751.466	8.282	9.904.164	3.261.293.441

Keterangan :

y = Biaya Reparasi dan Pemeliharaan

x = Volume produksi

$$b = \frac{n\sum xy - \sum x \sum y}{n\sum x^2 - \left(\sum x\right)^2}$$

$$b = \frac{(7 \times 3.261.293.441) - (8.282 \times 2.751.466)}{(7 \times 9.904.164) - (8.282)^2}$$

$$b = \frac{(22.829.054.090) - (22.787.641.410)}{(69.329.148) - (68.591.524)}$$

$$b = \frac{41.412.680}{737.624}$$

= 56 (pembulatan)

$$a = \frac{\sum y - b\sum x}{n}$$

$$a = \frac{2.751.466 - 56(8.282)}{7}$$

$$a = \frac{(2.751.466) - (463.792)}{7}$$

$$a = \frac{2.287.674}{7}$$

$$a = 326.810,6$$

Jadi biaya reparasi dan pemeliharaan yang dikeluarkan oleh perusahaan terdiri dari elemen biaya :

Biaya variabel Rp 56,00 per pieces atau Rp 463.792,00

Biaya Tetap Rp 326.810,60 per bulan atau 2.287.674,00 per 7 bulan

Tabel 4.3 Biaya Listrik dan Telekomunikasi Dipisahkan ke Dalam Elemen Biaya Tetap dan Elemen Biaya Variabel (data dari bulan Januari – Juli 2004)

Bulan Ke	Y	X	X^2	YX
1	778.663	1.035	1.071.225	805.916.205
2	799.747	1.126	1.267.876	900.515.122
3	798.209	1.165	1.357.225	929.913.485
4	903.286	1.168	1.367.224	1.055.038.048
5	962.135	1.459	2.128.681	1.403.754.965
6	869.067	1.202	1.444.804	1.044.618.534
7	740.512	1.127	1.270.129	834.557.024
Jumlah	5.851.619	8.282	9.904.164	6.974.313.383

Keterangan :

y = Biaya listrik dan telekomunikasi

x = Volume produksi

$$b = \frac{n\sum xy - \sum x \sum y}{n\sum x^2 - \left(\sum x\right)^2}$$

$$b = \frac{(7 \times 6.974.313.383) - (8.282 \times 5.851.619)}{(7 \times 9.904.164) - (8.282)^2}$$

$$b = \frac{(48.820.193.681) - (48.463.108.558)}{(69.329.148) - (68.591.524)}$$

$$b = \frac{357.085.123}{737.624}$$

= 484 (pembulatan)

$$a = \frac{\sum y - b\sum x}{n}$$

$$a = \frac{5.851.619 - 484(8.282)}{7}$$

$$a = \frac{(5.851.619) - (4.008.488)}{7}$$

$$a = \frac{1.843.131}{7}$$

a = 263.304,43

Jadi biaya listrik dan telekomunikasi yang dikeluarkan oleh perusahaan terdiri dari elemen biaya :

Biaya variabel Rp 484 per pieces atau Rp 4.008.488,00

Biaya tetap Rp 263.304,43 per bulan atau Rp 1.843.131,00 per 7 bulan

Dengan melihat perhitungan pemisahan BOP semi variabel ke dalam elemen biaya tetap dan biaya variabel secara keseluruhan BOP akan tampak sebagai berikut :

a. BOP variabel terdiri dari :

- Biaya Bahan Penolong	Rp	63.993,00
- Biaya Reparasi dan Pemeliharaan		463.792,00
- Biaya Pengepakan		784.500,00
- Biaya Lipat, Potong dan Sablon		41.645.941,00
- Biaya Tenaga Listrik dan Telekomunikasi		4.008.488,00
Jumlah BOP variabel	Rp	46.966.714,00

b. BOP tetap terdiri dari :

- Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung	Rp	15.922.031,00
- Biaya Reparasi dan Pemeliharaan		2.287.674,00
- Biaya Tenaga Listrik dan Telekomunikasi	Rp	1.843.131,00
- Biaya Sewa (mesin jahit dan bangunan)	Rp	11.008.796,00
Jumlah BOP tetap	Rp	31.061.632,00

Jadi BOP variabel yang dibebankan pada produk kaos berdasarkan pesanan (corporate) adalah Rp 46.966.714,00 dibagi 8.282 pieces sama dengan Rp 5.670,94 per pieces. Sedangkan BOP tetapnya adalah Rp 31.061.632,00 dibagi 8.282 pieces sama dengan Rp 3.750,50 per pieces.

Setelah biaya-biaya yang termasuk dalam biaya semi variabel dipisahkan ke dalam biaya tetap dan biaya variabel maka dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.4 **Biaya Overhead Pabrik Yang Dipisahkan ke Dalam Elemen Biaya Tetap dan Elemen Biaya Variabel** (data dari bulan Januari – Juli 2004)

Elemen Biaya	Variabel	Tetap	Jumlah
Biaya Bahan Penolong	63.993,00	-	63.993,00
Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung	-	15.922.031,00	15.922.031,00
Biaya Reparasi dan Pemeliharaan	463.792.,00	2.287.674,00	2.751.466,00
Biaya Pengepakan	784.500,00	-	784.500,00
Biaya Listrik dan Telekomunikasi	4.008.488,00	1.843.131,00	5.851.619,00
Biaya Lipat, Potong, Jahit dan Sablon	41.645.941,00	-	41.645.941,00
Biaya Sewa (mesin jahit dan bangunan)	-	11.008.796,00	11.008.796,00
Jumlah	46.966.714,00	31.061.632,00	78.028.346,00

4.1.2 Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan dalam rangka melaksanakan kegiatan pemasaran atau kegiatan untuk menjual barang atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan. Biaya pemasaran disini semuanya tergolong dalam biaya variabel.

Pengalokasian biaya pemasaran kepada produk kaos hiruk pikuk didasarkan atas satuan produk yang dihasilkan yaitu :

Biaya pemasaran variabel :

- Biaya iklan dan promosi	Rp	17.068.965,00
- Biaya pengiriman	Rp	8.060.950,00
- Biaya komisi penjualan	Rp	7.047.375,00
- Biaya perjalanan dinas	Rp	10.278.600,00
	Rp	42.455.890,00

Pengalokasian biaya pemasaran kepada produk kaos corporate didasarkan atas satuan produk yang dihasilkan, yaitu :

$\frac{8.282}{82.834} \times 42.455.890 = 4.244.871,44$ atau Rp 512,54 per pieces (pembulatan)

Biaya Pemasaran Tetap :

- Biaya Depresiasi Kendaraan -

4.1.3 Biaya Administrasi dan Umum

Sebagian besar biaya administrasi dan umum yang dikeluarkan perusahaan dapat digolongkan ke dalam unsur biaya tetap, karena besarnya biaya tidak terpengaruh oleh perubahan volume kegiatan dalam waktu tertentu.

Biaya administrasi dan umum variabel adalah sebagai berikut :

- Biaya supplies kantor	Rp	11.576.810,00
- Biaya rumah tangga	Rp	3.909.400,00
	Rp	15.486.210,00

Biaya administrasi dan umum tetap adalah sebagai berikut :

- Biaya gaji direktur dan komisaris	Rp	33.642.966,00
- Biaya kesejahteraan dan kesehatan	Rp	8.582.200,00
- Biaya pajak	Rp	203.687.719,00
- Biaya Depresiasi Mebel dan Peralatan Kantor		-
	Rp	245.912.885,00

Alokasi biaya adminisrasi dan umum untuk kaos corporate adalah sebagai berikut:

Biaya administrasi dan umum variabel adalah :

$\frac{8.282}{82.834} \times 15.486.210 = 1.548.359,30$ atau Rp 186,95 per pieces (pembulatan)

Biaya administrasi dan umum tetap adalah

$\frac{8.282}{82.834} \times 245.912.885 = 24.587.132,26$ atau Rp 2.968,7 per pieces (pembulatan)

4.1.4 Biaya Non Operasi

Biaya non operasi yang terjadi dalam perusahaan mempunyai pengertian bahwa semua biaya yang digunakan dalam rangka pelaksanaan fungsi finansial. Adapun yang termasuk dalam jenis biaya ini adalah :

- Biaya bunga dan cicilan bank	Rp	33.190.753,25
- Biaya bunga dan pinjaman pihak lain	Rp	8.128.072,01
Jumlah biaya non operasi	Rp	41.318.825,26

Semua biaya non operasi disini digolongkan sebagai biaya tetap. Dengan demikian secara keseluruhan sifat dan tingkah laku biaya dapat dilihat dalam tabel dibawah ini

Tabel 4.5 Jenis, Sifat dan Tingkah Laku Biaya Secara Keseluruhan Yang Terjadi Dalam Perusahaan

	Jenis Biaya	Sifat dan Tingkah Laku Biaya
A	Biaya Bahan Baku	Variabel
b	Biaya Tenaga Kerja Langsung	Variabel
c	Biaya Overhead Pabrik	
	Biaya Bahan Penolong	Variabel
	Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung	Tetap
	Biaya Reparasi dan Pemeliharaan	Tetap
	Biaya Reparasi dan Pemeliharaan	Variabel
	Biaya Pengepakan	Variabel
	Biaya Listrik dan Telekomunikasi	Tetap
	Biaya Listrik dan Telekomunikasi	Variabel
	Biaya Lipat, Potong, Jahit dan Sablon	Variabel
	Biaya Sewa (mesin jahit)	Tetap
d	Biaya Pemasaran	
	Biaya Iklan dan Promosi	Variabel
	Biaya Pengiriman	Variabel
	Biaya Komisi Penjualan	Variabel
	Biaya Perjalanan Dinas	Variabel
	Biaya Depresiasi Kendaraan	Tetap
e	Biaya Administrasi dan Umum	
	Gaji Direktur dan Komisaris	Tetap
	Biaya Kesejahteraan dan Kesehatan	Tetap
	Biaya Supplies Kantor	Variabel
	Biaya Reparasi dan Pemeliharaan	Variabel
	Biaya Pajak	Tetap
	Biaya Rumah Tangga	Variabel
	Biaya Depresiasi Mebel dan Peralatan Kantor	Tetap
f	Biaya Non Operasi	
	Biaya Bunga dan Cicilan Bank	Tetap
	Biaya Bunga dan Pinjaman Lain	Tetap

4.2 Analisa Biaya Ke Dalam Biaya Relevan dan Biaya Tidak Relevan Untuk Pengambilan Keputusan Menerima atau Menolak Pesanan Khusus

Pengertian dari biaya relevan adalah biaya yang patut diperhitungkan dalam pengambilan keputusan untuk memilih dua alternatif.

Biaya relevan memiliki ciri-ciri sebagai berikut :

1. Biaya masa yang akan datang.
2. Merupakan biaya yang berbeda diantara dua alternatif.

Salah satu alternatif tersebut adalah keputusan menerima atau menolak suatu pesanan khusus.

Dalam kaitannya dengan biaya-biaya yang ada di perusahaan maka dapat dianalisis biaya mana saja yang relevan atau tidak relevan dalam pengambilan keputusan menerima atau menolak pesanan khusus, sehingga dapat dilihat pada tabel berikut ini

Tabel 4.6 Analisis Biaya Ke dalam Biaya Relevan dan Tidak Relevan Dengan Keputusan Menerima Atau Menolak Pesanan Khusus

ELEMEN BIAYA	RELEVAN/TIDAK RELEVAN
Biaya Bahan Baku	Relevan
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Relevan
Biaya Overhead Pabrik	
- Biaya Bahan Penolong	Relevan
- Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung	Tidak Relevan
- Biaya Reparasi dan Pemeliharaan	Tidak Relevan
- Biaya Reparasi dan Pemeliharaan	Relevan
- Biaya Pengepakan	Relevan
- Biaya Listrik dan Telekomunikasi variabel	Tidak relevan
- Biaya Listrik dan Telekomunikasi Tetap	Relevan
- Biaya Lipat, Potong, Jahit dan Sablon	Relevan
- Biaya Sewa (mesin jahit dan bangunan)	Tidak Relevan
Biaya pemasaran	
- Biaya Iklan dan Promosi	Relevan
- Biaya Pengiriman	Relevan

- Biaya Komisi Penjualan	Relevan
- Biaya Pejalanan Dinas	Relevan
- Biaya Depresiasi Kendaraan	Tidak Relevan
Biaya Administrasi dan Umum	
- Gaji Direktur dan Komisaris	Tidak Relevan
- Biaya Kesejahteraan dan Kesehatan	Tidak Relevan
- Biaya Supplies Kantor	Relevan
- Biaya Pajak	Tidak Relevan
- Biaya Rumah Tangga	Relevan
- Biaya Depresiasi Mebel dan Peralatan Kantor	Tidak Relevan
Biaya Non Operasi	
- Biaya Bunga dan Cicilan Bank	Tidak Relevan
- Biaya Pinjaman Lain	Tidak Relevan

4.3 Pengambilan Keputusan Menerima Atau Menolak Pesanan Khusus Berdasarkan Konsep Biaya Diferensial

Dalam Kondisi tertentu manajemen dituntut untuk mengambil keputusan jangka pendek, arti jangka pendek yaitu keputusan yang diambil hanya berlaku selama jangka waktu kurang dari satu periode akuntansi (satu tahun) baik kegunaannya maupun pengaruhnya untuk hal tersebut. Salah satu pengambilan keputusan ini adalah memilih alternatif antara menerima atau menolak pesanan khusus. Manajemen dapat memutuskan untuk menerima pesanan khusus tersebut bila memenuhi syarat-syarat sebagai berikut :

1. Masih ada kapasitas yang menganggur sehingga tujuan diterimanya pesanan khusus adalah untuk memanfaatkan kapasitas menganggur.
2. Adanya pemisahan pasar antara penjualan rutin (reguler) dengan penjualan pesanan khusus.
3. Pesanan Khusus tersebut dapat meningkatkan laba perusahaan.

Syarat pertama adalah kapasitas menganggur, hal ini diketahui deengan membandingkan antara kapasitas yang dimiliki perusahaan dengan kapasitas yang digunakan apakah ada selisih atau tidak. Syarat yang kedua adalah pemisahan pasar yaitu antara penjualan reguler dan penjualan berdasarkan pesanan khusus, hal tersebut mutlak dilakukan karena bila tidak penghitungan labanya akan mengalami kesulitan karena harga penjualan reguler dan pesanan khusus tersebut jelas berbeda.

Syarat yang ketiga adalah pesanan khusus tersebut dapat meningkatkan laba perusahaan. Hal tersebut adalah merupakan pertimbangan utama. Disini perusahaan harus bisa memilah dan memilih pesanan mana yang harus diterima atau ditolak dilihat dari segi laba yang akan diperolehnya.

Adapun perhitungan harga pokok produk kaos hiruk pikuk per pieces dengan volume produksi sebesar 8.282 pieces, sebagai berikut :

Tabel 4.7 Tabel Harga Pokok Produksi

JENIS BIAYA	TOTAL BIAYA(Rp)	PER PIECES (Rp)
BIAYA VARIABEL		
- Biaya Bahan Baku	46.840.992,00	5.655,76
- BTKL	6.279.055,00	758,16
- BOP	46.966.714,00	5.670,94
- Biaya Administrasi dan Umum	1.548.359,30	186,95
- Biaya Pemasaran	4.244.871,44	512,54
TOTAL BIAYA VARIABEL	105.879.991,70	12.784,35
BIAYA TETAP		
- BOP	31.061.632,00	3.750,50
- Biaya Administrasi dan Umum	24.587.132,26	2.968,74
- Biaya Non Operasi	41.318.825,26	4.989,00
TOTAL BIAYA TETAP	96.967.589,52	11.708,23
TOTAL BIAYA	202.847.581,20	24.492,58

Sedangkan perhitungan untuk pengambilan keputusan menerima atau menolak pesanan khusus yang dilakukan yang oleh PT Aseli Dagadu Djokja atas pesanan yang berasal dari KPU Sleman dan BRI Jakarta dengan cara membandingkan pendapatan yang diperoleh perusahaan sebelum dan sesudah perusahaan mendapat pesanan khusus. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini

Tabel 4.8 Perhitungan Pengambilan Keputusan Dalam Memilih Alternatif Menerima Atau Menolak Pesanan Khusus Dengan Konsep Biaya Diferensial (KPU Sleman)

Elemen Biaya Atau Pendapatan	Tanpa Pesanan Khusus (Rp)	Dengan Pesanan Khusus (Rp)	Perbedaan Pendapatan Atau Biaya (Rp)
Penjualan			
8.282 x 47500	393.395.000,00	393.395.000,00	0
Pendapatan Tambahan			
46 x 45.000		2.070.000,00	2.070.000,00
Total Penjualan	393.395.000,00	395.465.000,00	2.070.000,00
Dikurangi Biaya Variabel			
Biaya Bahan Baku @ Rp 5.655,76			
8.282 x 5.655,76	46.841.004,32	46.841.004,32	0
46 x 5.655,76		260.164,96	260.164,96
BTKL @ Rp 758,16			
8.282 x 758,16	6.279.081,12	6.279.081,12	0
46 x 758,16		34.875,36	34.875,36
BOP @ Rp 5.670,94			
8.282 x 5.670,94	46.966.725,08	46.966.725,08	0
46 x 5.670,94		260.863,24	260.863,24
Biaya Administrasi dan Umum @ Rp 186,95			
8.282 x 186,95	1.548.319,90	1.548.319,90	0
46 x 186,95		8.599,70	8.599,70
Biaya Pemasaran @ Rp 512,54			
8.282 x 512,54	4.244.856,28	4.244.856,28	0
46 x 512,54		23.576,84	23.576,84
Jumlah Biaya Variabel	105.879.986,70	106.468.066,80	588.080,10
Margin Konstribusi	287.515.013,30	288.996.933,20	1.481.919,90
Dikurangi Biaya Tetap			

Elemen Biaya Atau Pendapatan	Tanpa Pesanan Khusus (Rp)	Dengan Pesanan Khusus (Rp)	Perbedaan Pendapatan Atau Biaya (Rp)
BOP	31.061.632,00	31.061.632,00	0
Biaya Administrasi dan Umum	24.587.132,26	24.587.132,26	0
Biaya Non Operasi	41.318.825,26	41.318.825,26	0
Jumlah Biaya Tetap	96.967.589,52	96.967.589,52	0
Laba Perusahaan	**190.547.423,80**	**192.029.343,70**	1.481.919,90

Tabel 4.9 Perhitungan Pengambilan Keputusan Dalam Memilih Alternatif Menerima Atau Menolak Pesanan Khusus Dengan Konsep Biaya Diferensial (BRI Jakarta)

Elemen Biaya Atau Pendapatan	Tanpa Pesanan Khusus (Rp)	Dengan Pesanan Khusus (Rp)	Perbedaan Pendapatan Atau Biaya (Rp)
Pejualan			
8.282 x 37.500	310.575.000,00	310.575.000,00	0
Pendapatan Tambahan			
200 x 31.000		6.200.000,00	6.200.000,00
Total Penjualan	310.575.000,00	316.775.000,00	6.200.000,00
Dikurangi Biaya Variabel			
BBB @ Rp 5.655,76			
8.282 x 5.655,76	46.841.004,32	46.841.004,32	0
200 x 5.655,76		1.131.152,00	1.131.152,00
BTKL @ Rp 758,16			
8.282 x 758,16	6.279.081,12	6.279.027,16	0
200 x 758,16		151.632,00	151.632,00
BOP @ Rp 5.670,94			
8.282 x 5.670,94	46.966.725,08	46.966.725,08	0
200 x 5.670,94		1.134.188,00	1.134.188,00
Biaya Administrasi dan Umum @ Rp 186,95			
8.282 x 186,95	1.548.319,90	1.548.319,90	0
200 x 186,95		37.390,00	37.390,00
Biaya Pemasaran @ Rp 512,54			
8.282 x 512,54	4.244.856,28	4.244.856,28	0
200 x 512,54		102.508,00	102.508,00
Jumlah Biaya Variabel	105.879.986,70	108.436.856,70	2.556.870,00
Margin Konstribusi	204.695.013,30	208.338.143,30	3.643.130,00
Dikurangi Biaya Tetap			
BOP	31.061.632,00	31.061.632,00	0
Biaya Administrasi dan Umum	24.587.132,26	24.587.132,26	0

Elemen Biaya Atau Pendapatan	Tanpa Pesanan Khusus (Rp)	Dengan Pesanan Khusus (Rp)	Perbedaan Pendapatan Atau Biaya (Rp)
Biaya Non Operasi	41.318.825,26	41.318.825,26	0
Jumlah Biaya Tetap	96.967.589,52	96.967.589,52	0
Laba Perusahaan	**107.727.423,80**	**111.370.553,80**	3.643.130,00

Dengan melihat perhitungan pada tabel 4.8, 4.9 diatas diketahui bahwa laba yang diperoleh perusahaan sebelum adanya pesanan khusus sebesar Rp 190.547.423,80 ditambah Rp 107.727.423,80 yaitu sebesar Rp 298.274.847,60 dan setelah adanya pesanan khusus laba yang diperoleh perusahaan adalah dari KPU Sleman sebesar Rp 1.481.919,90 dan dari BRI Jakarta sebesar Rp 3.643.130,00, yang apabila dijumlahkan perolehan laba dari kedua pesanan khusus tersebut sebesar Rp 5.125.049,90. Sehingga dengan adanya pesanan khusus laba perusahaan menjadi Rp 303.399.897,50. Kenaikan laba perusahaan tersebut dikarenakan biaya diferensial yang dikeluarkan lebih kecil bila dibandingkan dengan pendapatan diferensial yang diterima oleh perusahaan. Dengan demikian seharusnya perusahaan menerima pesanan khusus tersebut karena dalam jangka pendek akan dapat memaksimalkan laba perusahaan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

2.1 KESIMPULAN

Dari hasil penelitian pada PTAseli Dagadu Djokdja mengenai perlunya analisis biaya diferensial untuk pengambilan keputusan menerima atau menolak pesanan khusus, maka penulis dapat menyimpulkan sebagai berikut :

1. Pada tahun 2004 kapasitas produksi PT Aseli Dagadu Djokdja adalah sekitar 180.000 pieces dan sampai bulan November sekitar 165.000, sedang kapasitas mesin yang sudah dimanfaatkan sampai bulan november adalah 135.472 pieces atau sekitar 82,10% sehingga masih tersedia kapasitas produksi sebesar 29.528 pieces atau sekitar 17,90%. sehingga perusahaan belum memanfaatkan seluruh kapasitas produsi yang menganggur tersebut untuk mengerjakan pesanan-pesanan yang datang ke perusahaan.
2. Selama ini perusahaan dalam pengambilan keputusan menerima atau menolak pesanan khusus menggunakan harga pokok penuh (*full costing*), sehingga apabila ada pesanan khusus dengan harga yang diminta dibawah harga pasar maka pesanan tersebut akan ditolak perusahaan sebab apabila dilihat secara sepintas akan merugikan perusahaan bila pesanan tersebut diterima.
3. Perusahaan sudah mengklasifikasikan biaya berdasarkan fungsi perusahaan yang terdiri dari biaya produksi dan biaya non produksi, tetapi perusahaan belum memisahkan biaya berdasarkan tingkah laku biaya, yaitu biaya tetap, biaya variabel, dan biaya semi variabel.

4. Dalam analisa biaya diferensial, biaya-biaya yang relevan untuk dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan menerima atau menolak suatu pesanan khusus adalah Biaya Bahan Baku, Biaya Tenaga Kerja langsung, Biaya Bahan Penolong, Biaya Reparasi dan Pemeliharaan Variabel, Biaya Pengepakan, Biaya Listrik dan Telekomunikasi variabel, Biaya Lipat, Potong, jahit dan Sablon, Biaya Sewa (mesin jahit dan bangunan), Biaya Iklan dan Promosi, Biaya Pengiriman, Biaya Komisi Penjualan, Biaya Perjalanan Dinas, Biaya Supplies Kantor, Biaya Rumah Tangga. Sedangkan biaya-biaya yang tidak relevan dalam pengambilan keputusan menerima atau menolak pesanan khusus meliputi Biaya Tenaga Kerja Tidak langsung, Biaya Reparasi dan Pemeliharaan Tetap Biaya Listrik dan Telekomunikasi Tetap, Gaji Direktur dan Komisaris, Biaya Kesejahteraan dan kesehatan, Biaya Sewa, Biaya Pajak, Biaya Bunga Bank dan Pinjaman Lain
5. Dalam penelitian ini penulis mengambil dua kasus pesanan khusus yang diterima perusahaan. Pesanan khusus tersebut terdiri atas kaos oblong berkerah dan tanpa krah dari jenis pesanan Hiruk Pikuk. Pesanan tersebut datang dari KPU Sleman dan BRI Jakarta, dimana harga yang diminta dibawah harga pasar yang berlaku. Dari hasil perhitungan dengan menggunakan analisis biaya diferensial perusahaan memperoleh laba masing-masing dari KPU Sleman sebesar Rp 1.481.919,90 dan dari BRI Jakarta sebesar Rp 3.643.130,00. Sehingga keputusan perusahaan seharusnya adalah menerima pesanan khusus tersebut karena disini perusahaan mendapat laba sebesar Rp 5.125.049,90.

2.2 SARAN-SARAN

Dari analisis dan kesimpulan yang telah diuraikan di atas, maka penulis dapat mengajukan saran-saran kepada perusahaan sebagai berikut :

1. Untuk menerima atau menolak pesanan khusus sebaiknya perusahaan menggunakan konsep biaya diferensial.
2. Perusahaan seharusnya memisahkan biaya yang terjadi berdasarkan tingkah laku biaya karena hal tersebut sangatlah penting dalam memudahkan menganalisis biaya diferensial.
3. Perusahaan dapat memanfaatkan kapasitas yang menganggur tersebut untuk memenuhi pesanan khusus dengan begitu perusahaan dapat memaksimalkan laba perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

1. Horngren, Charles T, 1994, *Akuntansi biaya Dengan Penekanan Manajerial*, Prentice-hall, Buku I, Edisi kedelapan

   _____, 1986, *Pengantar Akuntasi Manajemen*, Penerbit Erlangga, Jilid I, Edisi Keenam

2. Machfoedz, Mas'ud, 1982, *Akuntansi Manajemen II*, BPFE UGM, Edisi Revisi

3. Mulyadi, 1992, *Akuntansi Biaya*, STIE-YKPN, Edisi Kelima, Cetakan Kedua

4. Maher, Michael W dan Deakin, Edward B, 1996, *Cost Accounting*, Jilid I, Edisi Keempat, Cetakan Pertama

5. Schmiedicke, Robert E dan Negy, Charles F, *Principles Of Cost Accounting (Pokok-pokok Akuntansi Biaya)*, Penerbit AK Group, Edisi Ketujuh

6. Supriyono, R.A, *Akuntansi Biaya : Perencanaan dan Pengendalian Biaya Serta Pembuatan Keputusan*, 1994, BPFE UGM, Buku II, Edisi Kedua, Cetakan Keempat

7. Supriyono, R.A, Akuntasi Manajemen : Proses Pengendalian Manajemen, 1991, STIE-YKPN, Edisi Pertama Cetakan Ketiga