

## BAB II

### PENGAMBILAN KEPUTUSAN JANGKA PENDEK

#### 2.1 Biaya

##### 2.1.1 Pengertian Biaya

Menurut Hansen, Mowen, & Heitger (2017:36) biaya (*cost*) adalah jumlah kas atau setara kas yang dikorbankan untuk memperoleh barang dan jasa yang diharapkan akan memberikan keuntungan saat ini atau di masa depan bagi perusahaan. Menurut Mulyadi (2018:8) biaya merupakan objek yang dicatat, digolongkan, diringkaskan, dan disajikan oleh akuntansi biaya. Terdapat empat unsur pokok dalam definisi biaya tersebut yaitu:

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

##### 2.1.2 Penggolongan Biaya

Dalam akuntansi biaya, biaya digolongkan dengan berbagai macam cara. Umumnya penggolongan biaya ini ditentukan atas dasar tujuan yang hendak dicapai dengan penggolongan tersebut, karena dalam akuntansi biaya dikenal konsep: “*different cost for different purposes*”. Menurut Mulyadi (2018:13) biaya dapat digolongkan menurut:

1. Objek Pengeluaran

Dalam cara penggolongan ini, nama objek pengeluaran merupakan dasar penggolongan biaya. Misalnya nama objek

pengeluaran adalah bahan bakar, maka semua pengeluaran yang berhubungan dengan bahan bakar disebut “biaya bahan bakar”.

## 2. Fungsi Pokok Dalam Perusahaan

Dalam Perusahaan manufaktur, ada tiga fungsi pokok, yaitu fungsi produksi, fungsi pemasaran, dan fungsi administrasi dan umum. Oleh karena itu dalam Perusahaan manufaktur, biaya dapat dikelompokkan menjadi tiga kelompok:

### a. Biaya produksi

Merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Menurut objek pengeluarannya, secara garis besar biaya produksi ini dibagi menjadi: biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik (*factory overhead cost*). Biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung disebut pula dengan istilah biaya utama (*prime cost*), sedangkan biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik sering pula disebut dengan istilah biaya konversi (*conversion cost*), yang merupakan biaya untuk mengkonversi atau mengubah bahan baku menjadi produk jadi.

### b. Biaya pemasaran

Merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran. Contohnya adalah biaya iklan, biaya promosi, biaya angkutan dari gedung perusahaan ke gudang

pembelian, gaji karyawan bagian-bagian yang melaksanakan kegiatan pemasaran.

c. Biaya administrasi dan umum

Merupakan biaya-biaya untuk mengkoordinasikan kegiatan produksi dan pemasaran produk. Contoh biaya ini adalah biaya gaji karyawan bagi keuangan, akuntansi, personalia dan bagian hubungan masyarakat, biaya pemeriksaan akuntan, biaya *photocopy*.

3. Hubungan Biaya Dengan Sesuatu yang Dibiayai

Sesuatu yang dibiayai dapat berupa produk atau departemen. Dalam hubungannya dengan sesuatu yang dibiayai, biaya dapat dikelompokkan menjadi dua golongan:

a. Biaya langsung (*direct cost*)

Biaya langsung adalah biaya yang terjadi untuk satu objek biaya. Jika sesuatu yang dibiayai tersebut tidak ada, maka biaya langsung ini tidak akan terjadi. Biaya produksi langsung terdiri dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.

b. Biaya tidak langsung (*indirect cost*)

Biaya tidak langsung adalah biaya yang terjadi tidak hanya disebabkan oleh suatu yang dibiayai. Dalam hubungannya dengan produk, biaya tidak langsung disebut dengan istilah biaya produksi tidak langsung atau biaya *overhead* pabrik.

#### 4. Perilaku Biaya Dalam Hubungannya Dengan Perubahan Volume Kegiatan

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

##### a. Biaya variabel

Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Contoh biaya variabel adalah biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung.

##### b. Biaya tetap

Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap dalam kisar volume kegiatan tertentu. Contoh biaya tetap adalah gaji direktur produksi.

## 2.2 Biaya Relevan

### 2.2.1 Biaya Relevan Untuk Pengambilan Keputusan

Menurut Hansen & Mowen (2007: 520), biaya relevan merupakan biaya masa depan yang berbeda antara satu alternatif dengan alternatif lainnya. Biaya masa depan dilihat dengan mengumpulkan informasi yang relevan dan dianalisis apakah biaya tersebut dapat dihindarkan atau tidak dihindarkan bagi masa depan. Menurut Farmer & Fredin (2022 : 5-3), biaya relevan memiliki beberapa karakteristik antara lain :

### 1. Diferensial

Ketika biaya berbeda jumlah antara satu pilihan dengan pilihan lainnya, hal itu membantu mempersempit keputusan. Hal ini sangat berpengaruh dan membantu pengambilan keputusan agar lebih terfokus.

### 2. *Avoidable Cost*

Dalam pengambilan keputusan *avoidable cost* berperan dalam kondisi tertentu. Sebaliknya *unavoidable cost* ada di semua opsi yang sedang dipertimbangkan. Karena *unavoidable cost* ada di semua opsi, maka biaya ini tidak membantu dalam membuat pilihan sehingga *unavoidable cost* dianggap tidak relevan.

### 3. Masa depan (*future*)

Setiap biaya yang relevan terjadi di masa depan, karena biaya masa lalu adalah merupakan biaya yang telah hangus dan tidak relevan sehingga dalam melibatkan pengambilan keputusan, membutuhkan biaya relevan yang terjadi di masa depan.

## **2.3 Pengambilan Keputusan Jangka Pendek**

### **2.3.1 Model Pengambilan Keputusan Jangka Pendek**

Menurut Hilton & Platt (2019:621), informasi yang berkaitan dengan masalah keputusan harus akurat, berarti informasi tersebut harus tepat. Akuntan manajerial dalam proses pengambilan keputusan memiliki peran yakni memutuskan informasi yang relevan dengan setiap masalah keputusan dan memberikan data yang akurat serta tepat waktu. Menurut Mulyadi (2018:126) pengambilan keputusan jangka pendek terdiri dari:

1. Membeli atau membuat sendiri (*make or buy decision*)
2. Menjual atau memproses lebih lanjut suatu produk (*sell or process further*)
3. Menghentikan atau melanjutkan produksi produk tertentu atau kegiatan usaha suatu bagian perusahaan (*stop or continue product line*)
4. Menerima atau menolak pesanan khusus (*special order decision*)

Keputusan membeli atau membuat sendiri tipe pertama umumnya merupakan keputusan manajemen jangka pendek, yang tidak menyangkut investasi jangka panjang. Dua kemungkinan yang dihadapi oleh manajemen dalam pengambilan keputusan ini:

- a. Fasilitas yang digunakan untuk memproduksi tidak dapat dimanfaatkan jika produk dihentikan produksinya karena manajemen memilih alternatif membeli dari luar. Jika perusahaan sebelumnya membuat sendiri kemudian mempertimbangkan akan membeli dari luar, manfaat dari pemilihan alternatif membeli dari luar adalah besarnya biaya diferensial yang berupa biaya yang terhindarkan (*avoidable cost*) jika kegiatan membuat sendiri dihentikan.

Pengorbanan dari pemilihan alternatif membeli dari luar adalah sebesar biaya diferensial yang berupa biaya yang dikeluarkan untuk membeli produk dari pemasok luar. Jika manfaat lebih besar dari pengorbanan, alternatif membeli dari luar lebih menguntungkan jika dipilih sebaliknya, jika manfaat

lebih kecil dari pengorbanan, alternatif membeli dari luar sebaiknya tidak dipilih.

- b. Fasilitas yang digunakan untuk memproduksi dapat dimanfaatkan untuk usaha lain yang mendatangkan laba, jika produk dihentikan produksinya, karena manajemen memilih alternatif membeli dari luar. Dalam pengambilan keputusan ini di samping manajemen mempertimbangkan biaya diferensial, perlu pula mempertimbangkan pendapatan diferensial sebagai hasil pemantaatan fasilitas yang dihentikan pemakaiannya dalam bisnis lain.

Jika perusahaan sebelumnya membuat sendiri kemudian mempertimbangkan akan membeli dari luar, manfaat dari pemilihan alternatif membeli dari luar adalah besarnya biaya diferensial yang berupa biaya yang terhindarkan (*avoidable cost*) jika kegiatan membuat sendiri dihentikan dan pendapatan diferensial dari pemanfaatan fasilitas dalam usaha bisnis lain.

Pengorbanan dari pemilihan alternatif membeli dari luar adalah sebesar biaya diferensial yang berupa biaya yang dikeluarkan untuk membeli produk dari pemasok luar. Jika manfaat lebih besar dari pengorbanan, alternatif membeli dari luar lebih menguntungkan jika dipilih. Sebaliknya, jika manfaat lebih kecil dari pengorbanan, alternatif membeli dari luar sebaliknya tidak dipilih.

### 2.3.2 Pengambilan Keputusan Membeli atau Membuat Sendiri

Keputusan membeli atau membuat sendiri dihadapi oleh manajemen terutama dalam perusahaan yang produknya terdiri dari berbagai komponen dan yang memproduksi berbagai jenis produk. Pertimbangan untuk membeli atau membuat sendiri dapat juga timbul sebagai akibat adanya pemasok luar direncanakan akan dibuat sendiri oleh perusahaan. Menurut Mulyadi (2018:127) keputusan membeli atau membuat sendiri dapat dibagi mejadi dua macam:

1. Keputusan membeli atau membuat sendiri yang dihadapi oleh perusahaan yang sebelumnya memproduksi sendiri produknya, kemudian mempertimbangkan akan membeli produk tersebut dari pemasok luar.
2. Keputusan membeli atau membuat sendiri yang dihadapi oleh perusahaan yang sebelumnya membeli produk tertentu dari pemasok luar, kemudian mempertimbangkan akan memproduksi sendiri produk tertentu.



Contoh:

Swasey *manufacturing* harus menentukan apakah lebih murah dengan membuat 10.000 unit komponen di dalam Perusahaan atau membelinya dari pemasok di luar perusahaan seharga \$4,75 per unit. Berikut data informasi biaya atas produksi di dalam perusahaan.

	<b>Total Biaya</b>	<b>Biaya per Unit</b>
Bahan baku langsung	\$10.000	\$1,00
Tenaga kerja langsung	20.000	2,00
<i>Overhead</i> variabel	8.000	0,80
<i>Overhead</i> pabrik	<u>44.000</u>	<u>4,40</u>
<b>Total</b>	<b>\$82.000</b>	<b>\$8,20</b>

1. Apa sajakah alternatif-alternatif bagi Swasey *manufacturing*?
2. Apa sajakah biaya-biaya relevan untuk produksi di dalam perusahaan dan pembelian di luar perusahaan?
3. Alternatif manakah yang efektivitas biayanya lebih besar dan seberapa banyak?

Solusi:

1. Terdapat dua alternatif, yaitu membuat komponen di dalam Perusahaan dan membeli dari pihak luar perusahaan.
2. Biaya yang dibutuhkan untuk memproduksi komponen yang relevan adalah bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, dan *overhead* variabel. Biaya pembelian komponen yang relevan adalah harga beli komponen.

<b>Total Biaya</b>		
	<b><u>Membuat</u></b>	<b><u>Membeli</u></b>
Bahan baku langsung	\$10.000	-
Tenagakerja langsung	20.000	-
<i>Overhead</i> variabel	8.000	-
Biaya pembelian	-	\$47.500
<b>Total</b>	<b>\$38.000</b>	<b>\$47.500</b>

Lebih murah (sebesar \$9.500) untuk membuat komponen didalam Perusahaan.

