

ANALISIS BIAYA RELEVAN SEBAGAI ALAT PENGAMBILAN KEPUTUSAN PENERIMAAN ATAU PENOLAKAN PESANAN KHUSUS

Nova Dwi Hernanik
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Wisnuwardhana Malang
Email: novadwihernanik86@gmail.com

Abstrak. *PT. X is a service company that manufactures Tires, Carpets, and Hoses. This study aims to determine the application of cost classification, but also to find out relevant cost analysis on this company, and evaluate the impact on the company's profit and loss in accepting or rejecting special orders. The method of research conducted by the author is to conduct research directly to the company, observe company activities, study documents related to the object of research, and also conduct interviews with relevant parties. In addition, the authors also conducted a literature study so that it could assist the writer in calculating the relevant costs in making decisions whether to accept or reject special orders. The results showed that PT. X has not yet classified the production costs properly, so that management decision making is also not right, where many companies reject special orders, without analyzing them first. From the findings of existing problems, the authors suggest that the company should evaluate the production costs incurred in the company on a regular basis so as to obtain accurate and adequate cost data. Companies should also make a separation between fixed costs and variable costs because this is quite important in providing relevant information to companies to build long-term competitive advantage.*

Keywords: *Relevant Costs of Decision Making Tools, Receiving or Declining Special Orders.*

Pendahuluan

Dewasa ini pembangunan di sektor ekonomi mempunyai tingkat perkembangan yang relatif menggembirakan, hal ini ditunjukkan dengan semakin bermunculan berdirinya perusahaan di bidang industri maupun jasa. Dari kenyataan tersebut maka dampak yang timbul adalah semakin tingginya tingkat persaingan baik antara produk yang sejenis maupun produk penggantinya.

Agar dapat mengatasi persaingan yang semakin meningkat tersebut, maka perusahaan dituntut adanya efisiensi dan efektifitas yang tinggi dalam semua jenjang unit kegiatannya agar memberikan peluang bagi perusahaan untuk menekan biaya serendah mungkin sehingga menjadikan harga pokok produknya menjadi lebih rendah juga. Dalam kondisi tersebut tujuan utama suatu perusahaan adalah untuk menghasilkan laba yang optimal.

Keberhasilan suatu perusahaan untuk mengoptimalkan laba terletak pada pihak manajemen yang mengelolanya. Banyaknya perusahaan dengan segala macam jenis produk, kualitas maupun harga di pasar menuntut kemampuan bersaing. Agar perusahaan mampu bersaing dibutuhkan manajer yang selalu tanggap dengan keadaan manajemennya, artinya manajemen harus sesuai dengan kondisi perusahaan. Dengan adanya perubahan kondisi dan situasi yang

ada pihak manajer dituntut dapat mengambil keputusan yang tepat terhadap suatu permasalahan. Keputusan-keputusan tersebut antara lain membeli atau membuat bagian produk, menerima atau menolak pesanan khusus, mengganti atau tetap memakai mesin lama, penentuan harga jual dan lain sebagainya (Andayani, 2001; Mulyadi, 2010; Belkaoni, 2011).

Dalam melaksanakan kegiatannya, pihak manajemen sering dihadapkan pada berbagai alternatif pengambilan keputusan yang dipilih dengan pertimbangan-pertimbangan tertentu, karena berhasil tidaknya pencapaian tujuan perusahaan sangatlah ditentukan oleh tepat tidaknya keputusan yang diambil serta ketepatan waktu dalam pengambilan keputusan tersebut baik keputusan jangka panjang maupun keputusan jangka pendek (Polinema, 1990).

Dalam kegiatan operasional perusahaan sehari-hari, masalah-masalah yang berhubungan dengan keputusan jangka pendek lebih mempunyai tingkat masa yang pendek dalam arti tidak lebih dari satu periode akuntansi tetapi masalah tersebut mempunyai dampak yang cukup berarti bagi kelangsungan kegiatan operasional perusahaan (Machfoeds, 1993; Supriyono, 1993). Keputusan-keputusan tersebut antara lain seperti keputusan untuk melakukan penerimaan atau penolakan pesanan khusus, keputusan untuk

meneruskan atau menghentikan proses pengolahan produk tertentu, keputusan untuk membeli atau membuat sendiri suatu produk tertentu dan lain sebagainya. Untuk semuanya ini memerlukan informasi akuntansi, dimana dapat membantu dalam pengambilan keputusan yang harus dipilih di antara alternatif-alternatif tersebut (Adisaptutra, 2003).

Oleh karena itu dalam hal pengambilan keputusan jangka pendek tersebut manajemen harus mempertimbangkan semua faktor yang dapat mempengaruhi keputusan tersebut, salah satu faktor yang paling dominan adalah faktor biaya karena akan menentukan tingkat keuntungan atau kerugian sebagai akibat keputusan yang nanti akan diambil. Dalam hal ini biaya yang dimaksudkan adalah biaya relevan yang meliputi semua biaya yang berpengaruh pada pengambilan keputusan (Supriyono, 1993).

Kemampuan perusahaan dalam mengantisipasi setiap kemungkinan peluang dan tantangan di masa yang akan datang, akan sangat besar pengaruhnya terhadap keberhasilan usaha yang dijalankan. Pengambilan keputusan dihadapkan pada berbagai alternatif yang tersedia, baik jangka pendek maupun jangka panjang, sehingga tujuan perusahaan untuk mencapai laba maksimum akan tercapai.

Pengambilan keputusan tersebut memerlukan pengkajian yang matang, metode yang dapat

digunakan adalah melalui analisis biaya relevan. Metode ini memungkinkan perusahaan dapat memisahkan dan menentukan data biaya menjadi data biaya yang relevan dan yang tidak relevan dalam pengambilan keputusan tersebut, yaitu biaya-biaya manakah yang dapat dihindarkan serta biaya yang tak dihindarkan apabila suatu produk akan dihindarkan (Setiawaati, 2000; Mardiasmo, 2019).

Dari hasil studi pendahuluan yang dilakukan pada perusahaan karet PT. X, dimana perusahaan ini juga menerima pesanan khusus, masalah menerima atau menolak pesanan khusus yang memegang peranan penting dalam mengoptimalkan laba, salah satunya adalah data akuntansi yang dapat digunakan untuk membantu pengambilan keputusan tersebut (Supriyono, 1993; Garriso, 2013; Mardiasmo, 2019). Selain itu melalui penyajian laporan keuangan dalam bentuk variabel costing juga dapat diamati pos-pos biaya mana yang dapat ditekan, baik HPP, biaya pemasaran atau biaya administrasi dan umum yang secara langsung menyebabkan kerugian tersebut, sehingga usaha yang dijalankan dapat lebih efisien.

Masalah di PT. X

Hasil pengamatan dan penelitian yang telah dilakukan oleh penulis, PT. X menghadapi permasalahan, yaitu kurang tepat dalam pengambilan keputusan untuk menerima atau menolak pesanan

khusus. Berdasarkan survey perusahaan sering menolak pesanan khusus karena harga jual yang ditawarkan konsumen lebih rendah dibandingkan dengan harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan sehingga perusahaan menganggap dengan diterimanya pesanan itu perusahaan akan menderita kerugian. Perusahaan belum dapat menerapkan analisis biaya relevan secara tepat.

Dengan banyaknya pesanan khusus yang ditolak berarti volume penjualan rendah, hal ini akan mempengaruhi faktor-faktor penting dalam perusahaan terutama volume atau tingkat penjualan tidak stabil. Penilaian harga pokok yang tinggi akan mempengaruhi harga jual dan berakibat tingkat penjualan menurun.

Laba secara keseluruhan juga bisa menurun karena perusahaan mengalami penurunan dalam volume penjualannya terutama untuk pesanan khusus. Kapasitas mesin untuk produksi banyak yang menganggur sehingga mempengaruhi efisiensi dan efektivitas produksi. Hal ini terjadi karena perusahaan banyak menolak pesanan khusus sehingga mempengaruhi dalam pencapaian tujuan serta dalam hal dana yang harus dikeluarkan.

Bila memperhatikan masalah yang terjadi di PT. X ini, maka alternatif pemecahan masalah yang dapat penulis kemukakan adalah: Memperhitungkan semua biaya produksi dan operasi yang

dikeluarkan oleh perusahaan, sehingga dapat digunakan perusahaan sebagai dasar pengambilan keputusan. Karena semua biaya diperhitungkan, maka pimpinan tidak mengalami kesulitan dalam melakukan pemisahan antara biaya relevan dan yang tidak relevan. Membuat analisis biaya relevan dalam hubungannya dengan pengambilan keputusan menerima atau menolak pesanan khusus. Sehingga memungkinkan perusahaan menerima pesanan dari konsumen dan juga perusahaan dapat memanfaatkan kapasitas yang sedang menganggur di dalam perusahaannya. Selain itu perusahaan dapat menetapkan harga jual produk dengan lebih tepat khususnya harga jual produk pesanan di bawah harga jual standar yang ditetapkan oleh perusahaan.

Metode Penelitian

Analisis Biaya relevan digunakan untuk mengetahui biaya produk terhadap laba bersih secara keseluruhan sehingga dapat diambil keputusan yang paling tepat terhadap pesanan khusus tersebut. Pengoolongan biaya pemasaran, biaya adminstrasi, biaya produksi dan biaya umum dapat dimasukkan dalam biaya tetap, baiaya variabel maupun biaya semi variabel. Biaya semi variabel dipisahkan dengan metode least square, yang beranggapan bahwa biaya mempunyai hubungan yang berbentuk garis lurus dengan volume. Hubungan tersebut dapat diperoleh dengan persamaa berikut.

$$Y = a + bX$$

Rumus perhitungan a dan b tersebut adalah :

$$b = \frac{n\sum XY - \sum X \sum Y}{n\sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$a = \frac{\sum Y - b\sum X}{n}$$

Keterangan:

Y= variabel tidak bebas (independent)

y = biaya semivariabel

x = volume kegiatan

a = unsur biaya tetap

b = unsur biaya variabel

n = jumlah data

Menggolongkan biaya tetap menjadi biaya tetap terhidarkan dan biaya tetap tak terhidarkan. Biaya tetap terhidarkan ini yang disebut biaya relevan pada pengambilan keputusan untuk menerima atau menolak pesanan khusus.

Analisis Biaya relevan untuk pengambilan keputusan menerima atau menolak pesan.

Pendapatan Relevan	xxx
Biaya relevan	<u>xxx</u>
L / R Relevan	xxx

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Gambaran Umum PT. X

Pada tanggal 30 maret 1991 Bapak Harjanto Widjaja mendirikan PT. X yang berlokasi di Jalan Industri No. 9 Desa Randu Agung, Kecamatan Singosari, Kabupaten Malang. Dengan Modal awal perusahaan adalah sebesar Rp 3.000.000.000,- atau setara dengan USD

1.300.000. Pada saat itu perusahaan hanya memiliki 25 orang karyawan saja, sekarang sudah memiliki 205 karyawan. Karyawan tetap berjumlah 87 orang, dan karyawan kontrak 118 orang.

Perusahaan ini memproduksi karet mentah yang sering disebut karet sheet menjadi barang jadi seperti selang, ban, karpet. Dan pada saat itu hanya memproduksi berdasarkan pesanan saja. Pada tahun 1993 Bapak Harjanto Widjaja berusaha untuk mengembangkan usahanya dan memenuhi kebutuhan konsumen di luar Pulau Jawa. Pada tahun 1996 perusahaan mulai memperluas daerah pemasarannya keluar negeri, khususnya di negara Belanda, Korea, Italia. Pada tahun 2010 PT. X semakin berkembang sehingga perusahaan ini memperluas pemasarannya ke negara Jerman, Inggris dan Amerika sampai saat ini.

Bapak Harjanto Widjaja memilih lokasi PT. X di Jalan Industri No. 9 Desa Randu Agung, Kecamatan Singosari, Kabupaten Malang, dengan pertimbangan faktor-faktor ekonomi antara lain: Dekat dengan bahan, baik bahan baku maupun bahan penolong. Sehingga perusahaan dengan mudah memperoleh bahan-bahan yang

diperlukan, karena perusahaan sudah mempunyai beberapa pelanggan pemasok (supplier). Tenaga kerja, mudah mendapatkan tenaga kerja karena pihak perusahaan mengambil orang-orang yang bertempat tinggal di sekitar lokasi perusahaan. Transportasi, Lokasi perusahaan dekat dengan jalan raya, sehingga memudahkan pengangkutan bahan-bahan maupun barang jadi. Faktor-faktor lain, adapun faktor-faktor lain yang sangat mendukung yaitu: air dan listrik yang memadai serta tidak mengganggu lingkungan sekitar.

Bentuk hukum PT. X ini adalah perusahaan perorangan yang didirikan SIUP no. 41/13-26/PM/XI/91.

Visi dan Misi PT. X

Visi PT. X: Memproduksi barang kualitas Internasional dengan Harga Lokal.

Misi PT. X: Membantu pemerintah mengurangi angka pengangguran dan meningkatkan produk.

Struktur Organisasi PT. X

Secara formal suatu organisasi dapat diartikan sebagai perkumpulan manusia yang saling bekerjasama untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan bersama secara efektif dan efisien. Adapun pencapaian tujuan tersebut lebih efektif apabila sudah dibagi dalam

unit-unit atau bagian-bagian yang mempunyai kompetensi di bidangnya. Pembagian kerja tersebut di gambarkan dalam struktur organisasi. Pada struktur organisasi telah menunjukkan adanya pembagian tugas, hirarki, wewenang, kewajiban dan tanggung jawab.

Pada struktur organisasi juga ditunjukkan bentuk, visi dan misinya, dan masing-masing tergambar dalam bagan struktur organisasi. Dalam menyusun suatu organisasi perlu memperhatikan prinsip-prinsip pendirian organisasi, yaitu: organisasi harus memiliki tujuan yang jelas dan tegas, unit-unit yang ada pada organisasi bekerjasama dalam pencapaian tujuan, masing-masing unit mempunyai fungsi, tugas dan kegiatan yang jelas, dalam struktur organisasi telah ditunjukkan wewenang dan tanggungjawab masing-masing unit.

Untuk menjamin kejelasan dalam pembagian tugas, dan menghindari kesimpang-siuran, maka struktur organisasi dibuat dalam bentuk skema yang disusun secara sederhana. Struktur organisasi yang dibentuk dalam setiap usaha atau kegiatan perusahaan melibatkan banyak orang, alat-alat, dan jenis pekerjaan. Dengan adanya struktur organisasi diharapkan dapat melaksanakan sistem akuntansi yang mampu menjamin ketelitian dan integritas data akuntansi yang

dihasilkan, serta terciptanya suatu pengawasan yang baik.

Tugas dan tanggungjawab masing-masing bagian atau fungsi dari unit-unit bagian yang ada dalam PT. X adalah sebagai berikut. PT. X dipimpin oleh Direktur Utama. Direktur Utama langsung membawahi enam Manajer, yakni Manajer Personalia, Manajer Administrasi dan Umum, Manajer Produksi, Manajer keuangan, Manajer Penelitian dan Pengembangan, dan Manajer Teknik.

Produksi dan Proses Produksi

Proses Produksi

Sebelum membahas tentang proses produksi pada PT. X lebih lanjut, alangkah baiknya jika kita mengetahui mesin dan peralatan yang digunakan dalam memproduksi karet. Mesin-mesin yang digunakan adalah: Mesin penggiling, mesin ekstruder, mesin pengepres, mesin pemotong. Peralatan yang digunakan adalah meja pemotongan, salah satu alat untuk memotong karet yang sudah digiling menjadi berbentuk lembaran yang panjang. Pisau zenit, digunakan untuk membentuk ukuran sehingga potongan karet tersebut berbentuk persegi panjang.

Proses produksi pada PT. X ini adalah mengolah bahan baku sampai menjadi bahan jadi termasuk proses produksi berkesinambungan, dimana pengelolaan bahan baku melalui beberapa tahap pekerjaan dan tidak diloncati sampai menjadi

barang jadi. Adapun tahapan proses produksinya adalah sebagai berikut: Proses untuk menjadi ban, persiapan 20 kg karet sheet, masukkan ke dalam mesin penggilingan, lalu digiling sampai karetnya lumer (homogen) setelah itu masukkan bahan-bahan penolong seperti bahan untuk mempercepat kematangannya sebanyak 14%, carbon blacknya 80%, dan oli karet 40%, belerang 6% digiling selama kurang lebih 15 menit sampai homogen dan rata, kemudian dikeluarkan dari mesin penggilingan dalam bentuk lembaran hasil ini disebut kompon. Karet kompon di potong-potong masukkan dalam cetakkan pres sambil dipanaskan dengan suhu 150° selama 30 menit, maka hasilnya ban.

Proses untuk menjadi karpet. Siapkan karet sheet 10 kg, masukkan ke dalam mesin penggilingan, digiling sampai karetnya homogen. Kemudian masukkan bahan penolong carbon black 10%, filler 100%, bahan untuk mempercepat kematangannya 7%, oli karet 10%, digiling kurang lebih 10 menit sampai karetnya lumer, kemudian dikeluarkan dari mesin penggilingan dalam bentuk lembaran atau kompon. Karet kompon dipotong-potong masukkan dalam matres atau cetakkan di pres, sambil dipanaskan dengan suhu 140° selama 15 menit setelah itu dikeluarkan dari cetakkan, hasilnya jadi karpet.

Proses untuk menjadi selang. Siapkan 10 kg karet masukkan ke dalam mesin penggilingan, digiling sampai karetnya lumer. Setelah itu masukkan juga bahan penolong seperti carbon black 10%, oli karet 10%, bahan untuk mempercepat proses kematangan 5%, filler 50%, digiling selama 10 menit sampai karetnya homogen, kemudian dikeluarkan dari mesin penggilingannya dalam bentuk lembaran atau kompon. Karet kompon di potong-potong setebal 10 mm, panjang 40 cm, lebar 5 cm, masukkan dalam mesin Extruder, maka jadi selang bagian dalam yang sering disebut inner. Inner di letakkan di loyang dan di oven dengan suhu 140° selama 45 menit. Setelah di oven inner dirajut benang supaya lebih kuat, kemudian masukkan lem supaya benang menepel pada inner. Inner yang sudah dirajut dimasukkan ke dalam mesin extruder lagi untuk membuat

cover. Inner yang sudah di cover di oven lagi dengan suhu 140° sampai 30 menit hasilnya selang sepanjang 100 meter kemudian dipacking berbentuk coil dan dibungkus plastik. selang siap dijual.

Hasil Produksi

Adapun hasil produksi PT. X yang dipasarkan adalah: Ban, karpet, selang.

Persediaan

Persediaan barang produksi dibedakan menjadi 2 yaitu: Persediaan bahan baku dan persediaan bahan penolong. Yang dimaksud dengan persediaan bahan baku adalah persediaan barang yang berwujud yang diperoleh dari suplier atau sumber-sumber lain di luar perusahaan, yang dapat digunakan oleh perusahaan dalam proses produksi. Bahan baku yang digunakan oleh PT. X ini adalah: karet mentah yang berbentuk lembaran-lembaran yang biasa disebut sheet.

Tabel 1.
Jumlah Perolehan Karet Sheet

Tahun	Jumlah
2017	2.400.000 kg
2018	3.200.000 kg
2019	3.800.000 kg
Total	9.400.000 kg

Sumber data: PT. X

Persediaan bahan penolong adalah bahan yang diperlukan untuk menolong proses produksi, sehingga dihasilkan produk yang sesuai dengan yang diinginkan. Bahan penolong ini bukan merupakan

bagian bahan baku, tetapi dibutuhkan dalam proses produks. Bahan penolong yang digunakan oleh perusahaan ini adalah carbon black, oli karet, filler, obat untuk mempercepat

kematangan, bahan vulkanisasi atau belerang.

Pemasaran/Penjualan

Daerah pemasaran yang menjadi sasaran PT. X yaitu kota Surabaya sebagai agen, dari Surabaya menyebarkan ke kota-kota seperti Jombang, Mojokerto, Tuban, Lamongan, dan Semarang. Sedangkan untuk yang di luar pulau Jawa adalah Sumatra, Sulawesi dan Bali. Selain itu juga dipasarkan ke luar negeri seperti ke Belanda, Korea, Italia, Jerman, Inggris, dan Amerika. Kebijakan harga yang dilakukan oleh perusahaan sampai saat ini adalah: Untuk distributor yang mengadakan pembelian secara tunai atau pembayaran dilakukan kurang dari satu minggu akan mendapat komisi/discount 10% dan tidak akan mendapat discount apabila dilakukan lebih dari satu minggu. Konsumen/pemesan langsung, untuk pembeli langsung tidak mendapat komisi atau discount karena jumlah pembeliannya relatif kecil.

Dalam menjalankan penjualan hasil produknya PT. X menggunakan saluran distribusi sebagai berikut: Saluran distribusi pendek, produsen ke konsumen. Saluran distribusi panjang, produsen ke distributor ke konsumen. Dalam melaksanakan kegiatannya

setiap perusahaan pasti tidak terlepas dengan adanya persaingan. Demikian pula yang dialami oleh PT. X. Pesaing-pesaing yang harus dihadapi oleh perusahaan ini adalah: Perusahaan karet sahabat, yang terletak di daerah Randu Agung, khusus memproduksi selang. Perusahaan karet karya Jaya Pasuruan, yang khusus memproduksi ban.

Informasi Akuntansi

Adapun data keuangan yang dimiliki oleh PT. X adalah sebagai berikut:

- a. Laporan Rugi Laba tahun 2017, 2018, 2019.
- b. Neraca tahun 2017, 2018, 2019.

Analisis Data

Biaya Produksi

Setiap aktivitas dalam proses produksi selalu membutuhkan biaya yang biasa disebut dengan biaya produksi. Beberapa hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya produksi berpengaruh terhadap aktivitas produksi. Yang dimaksud dengan biaya produksi tersebut adalah banyaknya biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam melakukan proses produksi. Sehubungan dengan permasalahan yang dihadapi perusahaan yaitu menerima atau menolak pesanan khusus, maka akan disajikan beberapa data yang berkaitan dengan perhitungan biaya produksi.

Biaya overhead pabrik dalam penelitian ini yaitu biaya pemeliharaan mesin, biaya pemeliharaan kendaraan, biaya listrik & air, biaya telepon & fax, biaya penjualan, yang merupakan

biaya semi variabel. Pemisahan biaya semi variabel ke dalam biaya tetap dan biaya variabel memberikan hasil seperti dirangkum pada tabel berikut:

Tabel 2.
Biaya Overhead Pabrik PT. X
(Setelah pemisahan Biaya Semi Variabel)

Elemen Biaya	Tahun					
	2017		2018		2019	
	B. Tetap	B. Variabel	B. Tetap	B. Variabel	B. Tetap	B. Variabel
B. pem. mesin	932.345,66	5,33	1.136.073,81	4,59	809.955,14	5,54
B. pem. kendaraan	924.563,11	11,06	1.281.113,30	4,16	992.887,93	5,03
B. listrik & air	61.562.301,09	10,25	59.349.122,05	21,07	63.318.249,86	16,53
B. tlp & fax	16.633.515,12	13,60	16.864.995,16	13,55	17.056.251,61	14,51
B. Penjualan	1.358.132,44	4,23	1.136.073,81	4,59	809.955,14	5,54

Sumber: Data diolah, 2020

Tabel 3.
Volume penjualan Normal & Pesanan Khusus PT. X
Tahun 2017

Keterangan	Tanpa Pesanan Khusus	Dengan Pesanan Khusus	Beda
Hasil penjualan Selang			
1.345.800 x Rp 2.900	Rp 3.902.820.000,00		
1.345.800 x Rp 2.900		Rp 3.902.820.000,00	
120.200 x Rp 2.300		Rp 276.460.000,00	
	Rp 3.902.820.000,00	Rp 4.179.280.000,00	Rp 276.460.000,00
Biaya Produksi Variabel			
1.345.800 x Rp 497,47	Rp 669.495.126,00		
1.345.900 x Rp 497,47		Rp 669.544.873,00	
Batas Kontribusi	Rp 3.233.324.874,00	Rp 3.509.735.127,00	Rp 276.410.253,00
Laba			Rp 49.747,00

Tabel 4.
Volume penjualan Normal & Pesanan Khusus PT. X
Tahun 2017

Keterangan	Tanpa Pesanan Khusus	Dengan Pesanan Khusus	Beda
Hasil penjualan Ban			
1.357.500 x Rp 53.000	Rp 71.947.500.000,00		
1.357.500 x Rp 53.000		Rp 71.947.500.000,00	
113.125 x Rp 50.000		Rp 5.656.250.000,00	
	Rp 71.947.500.000,00	Rp 77.603.750.000,00	Rp 5.656.250.000,00
Biaya Produksi Variabel			
1.357.500 x Rp 540,78	Rp 734.108.850,00		
1.357.600 x Rp 540,78		Rp 734.162.928,00	
Batas Kontribusi	Rp 71.213.391.150,00	Rp 76.869.587.072,00	Rp 5.656.195.922,00
Laba			Rp 54.078,00

Tabel 5.
Volume penjualan Normal & Pesanan Khusus PT. X
Tahun 2017

Keterangan	Tanpa Pesan Khusus	Dengan Pesanan Khusus	Beda
Hasil Penjualan Karpet			
1.128.300 x Rp 55.000	Rp 62.056.500.000,00		
1.128.300 x Rp 55.000		Rp 62.056.500.000,00	
94.025 x Rp 51.000		Rp 4.795.275.000,00	
	Rp 62.056.500.000,00	Rp 66.851.775.000,00	Rp 4.795.275.000,00
Biaya Produksi variabel			
1.128.300 x Rp 545,64	Rp 615.645.612,00		
1.128.400 x Rp 545,64		Rp 615.700.176,00	
Batas Kontribusi	Rp 61.440.854.388,00	Rp 66.236.074.824,00	Rp 4.795.220.436,00
Laba			Rp 54.564,00

Tabel 6.
Volume penjualan Normal & Pesanan Khusus PT. X
Tahun 2018

Keterangan	Tanpa pesan khusus	Dengan pesanan khusus	Beda
Hasil Penjualan selang			
1.347.000 x Rp 3.000	Rp 4.041.000.000,00		
1.347.000 x Rp 3.000		Rp 4.041.000.000,00	
312.100 x 2.400		Rp 749.040.000,00	
	Rp 4.041.000.000,00	Rp 4.790.040.000,00	Rp 749.040.000,00
Biaya Produksi Variabel			
1.347.000 x Rp 404,40	Rp 544.726.800,00		
1.347.100 x Rp 404,40		Rp 544.767.240,00	
Batas Kontribusi	Rp 3.496.273.200,00	Rp 4.245.272.760,00	Rp 748.999.560,00
Laba			Rp 40.440,00

Tabel 7.
Volume penjualan Normal & Pesanan Khusus PT. X
Tahun 2018

Keterangan	Tanpa pesan Khusus	Dengan pesan khusus	Beda
Hasil penjual ban			
1.491.000 x Rp 53.500	Rp 79.768.500.000,00		
1.491.000 x Rp 53.500		Rp 79.768.500.000,00	
389.200 x Rp 51.000		Rp 19.849.200.000,00	
	Rp 79.768.500.000,00	Rp 99.617.700.000,00	Rp 19.849.200.000,00
Biaya Produksi variabel			
1.491.000 x Rp 449.75	Rp 670.577.250,00		
1.491.100 x Rp 449.75		Rp 670.622.225,00	
Batas kontribusi	Rp 91.771.422.750,00	Rp 115.123.377.775,00	Rp 23.351.955.025,00
Laba			Rp 44.975,00

Tabel 8.
Volume penjualan Normal & Pesanan Khusus PT. X
Tahun 2018

Keterangan	Tanpa Pesanan Khusus	Dengan Pesanan Khusus	Beda
Hasil Penjualan karpet			
1.257.120 x Rp 55.800	Rp 70.147.296.000,00		
1.257.120 x Rp 55.800		Rp 70.147.296.000,00	
100.000 x Rp 51.100		Rp 5.110.000.000,00	
	Rp 70.147.296.000,00	Rp 75.257.296.000,00	Rp 5.110.000.000,00
Biaya Produksi Variabel			
1.257.120 x Rp 380,17	Rp 477.919.310,40		
1.257.200x Rp 380,17		Rp 477.949.724,00	
Batas Kontribusi	Rp 69.669.376.689,60	Rp 74.779.346.276,00	Rp 5.109.969.586,40
Laba			Rp 30.413,60

Tabel 9.
Volume penjualan Normal & Pesanan Khusus PT. X
Tahun 2019

Keterangan	Tanpa pesanan Khusus	Dengan Pesanan Khusus	Beda
Hasil penjualan selang			
1.441.200 x Rp 3.100	Rp 4.467.720.000,00		
1.441.200 x Rp 3.100		Rp 4.467.720.000,00	
322.300 x Rp 2.500		Rp 805.750.000,00	
	Rp 4.467.720.000,00	Rp 5.273.470.000,00	Rp 805.750.000,00
Biaya Produksi Variabel			
1.441.200 x Rp 399,07	Rp 575.139.684,00		
1.441.300 x Rp 399,07		Rp 575.179.591,00	
Batas Kontribusi	Rp 3.892.580.316,00	Rp 4.698.290.409,00	Rp 805.710.093,00
Laba			Rp 39.907,00

Tabel 10.
Volume penjualan Normal & Pesanan Khusus PT. X
Tahun 2019

Keterangan	Tanpa Pesanan Khusus	Dengan Pesanan Khusus	Beda
Hasil Penjualan Ban			
1.501.800 x Rp 54.000	Rp 81.097.200.000,00		
1.501.800 x Rp 54.000		Rp 81.097.200.000,00	
342.500 x Rp 51.500		Rp 17.638.750.000,00	
	Rp 81.097.200.000,00	Rp 98.735.950.000,00	Rp 17.638.750.000,00
Biaya Produksi Variabel			
1.501.800 x Rp 433,51	Rp 651.045.318,00		
1.501.900 x Rp 433,51		Rp 651.088.669,00	
Batas Kontribusi	Rp 80.446.154.682,00	Rp 98.084.861.331,00	Rp 17.638.706.649,00

Tabel 11.
Volume penjualan Normal & Pesanan Khusus PT. X
Tahun 2019

Keterangan	Tanpa Pesan Khusus	Dengan Pesanan Khusus	Beda
Hasil penjualan karpet			
1.366.920 x Rp 56.000	Rp 76.547.520.000,00		
1.366.920 x Rp 56.000		Rp 76.547.520.000,00	
364.000 x Rp 51.900		Rp 18.891.600.000,00	
	Rp 76.547.520.000,00	Rp 95.439.20.000,00	Rp 18.891.600.000,00
Biaya Produksi Variabel			
1.366.920 x Rp 377,13	Rp 515.506.539,60		
1.367.020 x Rp 377,13		Rp 515.544.252,60	
Batas Kontribusi	Rp 76.032.013.460,40	Rp 94.923.575.747,40	Rp 18.891.562.287,00
Laba			Rp 37.713,00

Keputusan Penerimaan atau Penolakan Pesanan Khusus Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan analisis biaya relevan diperoleh bahwa

dengan menerima pesanan khusus maka perusahaan akan memperoleh laba sebesar Rp 5.742.514.416,67 untuk Tahun 2017, untuk tahun 2018 sebesar Rp 53.254.649.944, dan

untuk Tahun 2019 laba yang diperoleh sebanyak Rp 13.812.425.200 Berdasarkan hal ini maka sebaiknya perusahaan menerima pesanan khusus tersebut maka perusahaan akan lebih untung dibandingkan dengan menolak pesanan khusus.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa perusahaan sebaiknya menerima pesanan dari konsumen sehingga perusahaan dapat memanfaatkan kapasitas yang ada di dalam perusahaannya secara optimal. Selain itu perusahaan dapat menetapkan harga jual produk dengan lebih tepat khususnya harga jual produk pesanan di bawah harga jual standar yang ditetapkan oleh perusahaan. Semua biaya diperhitungkan, maka pimpinan tidak mengalami kesulitan dalam melakukan pemisahan antara biaya relevan dan yang tidak relevan. Membuat analisis biaya relevan dalam hubungannya dengan pengambilan keputusan menerima atau menolak pesanan khusus.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisaptutra, G dan Marwan Asri. (2003). *Anggaran Perusahaan*, Buku 1, edisi 2. BPFE. UGM, Yogyakarta
- Andayani. (2001). *Analisis biaya relavan sebagai alat pengambilan keputusan menerima atau menolak pesanan khusus (Studi kasus pada perusahaan Garment putra Indoperkasa)*. Skripsi. Malang: Universitas Katolik Widya Karya
- Belkaoui, Ahmed . (2011). *Buku 1 edisi 5. Accounting Theory*. Ak Group Yogyakarta
- Garrison. (2013). *Akuntansi Manajemen II – Konsep Untuk Perencanaan, Pengendalian dan Pengambilan Keputusan*. Edisi 14 buku 2.
- Mardiasmo. (2019). *Akuntansi Biaya*, Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.
- Machfoeds, Mas'ud . (1993). *Akuntansi Biaya*, BPFE, UGM, Yogyakarta
- Mulyadi. (2010). *Akuntansi Biaya, Cetakan ke Delapan Edisi ke lima*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- Polimeni. (1990). *Akuntansi Biaya II – Konsep dan Aplikasi Untuk Pengambilan Keputusan Managerial*. Edisi Kedua. Alih Bahasa Frederikson Sirait, Ayu Patria. Penerbit Erlangga.
- Setiawati. (2000). *Biaya Relevan untuk menghentikan atau meneruskan produksi Botol*

Kecap (Studi kasus Pada
CV. Sumber Agung). Skripsi.
Semarang: Universitas
Katolik Soegijapranata.

Pengendalian Biaya Serta
Pembuatan Keputusan.
Cetakan ke Dua Edisi ke
Dua. Yogyakarta: BPFE

Supriyono. (1993). Akuntansi Biaya,
Perencanaan Dan