

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Diskripsi Pustaka

1. Definisi Biaya Diferensial

Manajer sering menghadapi masalah pengambilan keputusan diantara banyak alternatif. Keputusan tersebut bersifat kompleks yang menyangkut pemilihan berbagai kemungkinan pilihan. Tanpa memperhatikan kompleks dan tidaknya keputusan yang akan diambil, manajemen harus memperoleh semua informasi yang relevan dengan berbagai macam alternative.

Biaya diferensial adalah biaya masa yang akan datang yang diperkirakan akan berbeda atau terpengaruh oleh suatu pengambilan keputusan pemilihan diantara berbagai macam alternative. Biaya tersebut relevan dengan analisis yang dilakukan oleh manajemen untuk pengambilan keputusan.¹

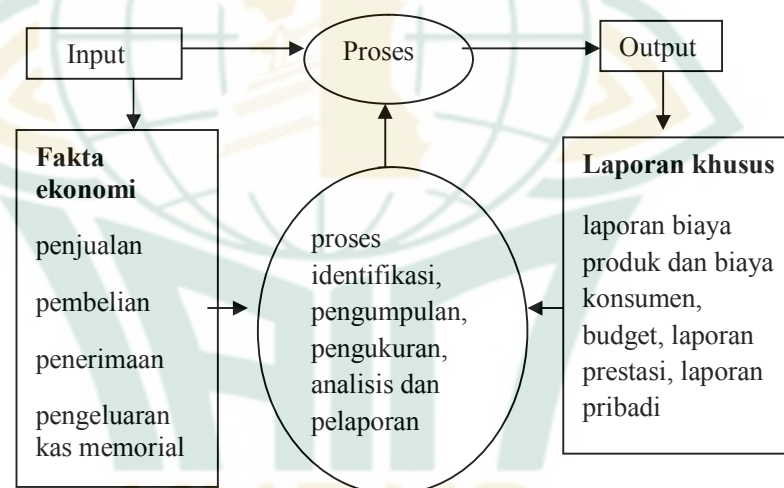
Informasi akuntansi diferensial merupakan taksiran perbedaan aktiva, pendapatan, atau biaya dalam alternative tindakan tertentu dibandingkan dengan alternative tindakan lain. Informasi akuntansi differensial mempunyai dua unsur pokok :merupakan informasi masa yang akan datang dan berbeda diantara alternative yang dihadapi oleh pengambil keputusan. Informasi ini diperlukan oleh manajemen untuk pengambilan keputusan mengenai pemilihan alternative tindakan yang terbaik diantara alternative yang tersedia. Karena pengambilan keputusan selalu menyangkut masa depan, maka informasi akuntansi yang relevan adalah informasi masa yang akan datang pula. Informasi akuntansi diferensial selalu bersangkutan masa yang akan datang, karena pengambilan keputusan selalu menyangkut pemilihan alternative diantara berbagai alternative yang tersedia, maka informasi akuntansi yang bermanfaat adalah informasi yang berbeda beda diantara tiap tiap alternative yang akan dipilih.

¹ Sunarto, *Akuntansi Manajemen*, AMUS, Yogyakarta, 2004, hal.59

Informasi akuntansi biaya diferensial terdiri dari aktiva, pendapatan, atau biaya. Informasi akuntansi diferensial yang hanya bersangkutan dengan biaya disebut biaya diferensial dan yang hanya bersangkutan dengan pendapatan disebut pendapatan diferensial sedangkan yang bersangkutan dengan aktiva disebut dengan aktiva diferensial.

Akuntansi manajemen merupakan proses identifikasi, pengukuran, pengumpulan, analisis, pencatatan, interpretasi dan pelaporan kejadian kejadian ekonomi suatu badan usaha yang dimaksudkan agar manajemen dapat menjalankan fungsi perencanaan, pengendalian dan pengambilan keputusan. Secara sederhana definisi akuntansi manajemen tersebut dapat ditunjukkan sajian sebagai berikut.²

Gambar.2.1



Bagan diatas menggambarkan hubungan antara input berupa fakta fakta ekonomi, proses pengelolaan oleh manajemen dan output berupa laporan atau informasi sehingga manajemen dapat mengambil keputusan yang paling tepat untuk kepentingan perusahaan.

Informasi yang disajikan dalam akuntansi manajemen diharapkan dapat membantu berbagai fungsi yang dilakukan oleh manajemen dalam organisasi yaitu untuk perhitungan harga produk dan non produk,

² Bambang Hariadi, *Akuntansi Manajemen Suatu Sudut Pandang (edisi pertama)*, Fakultas Ekonomi UGM, Yogyakarta, 2002, hal, 2-4

menyediakan informasi untuk fungsi perencanaan, pengendalian, evaluasi serta menyediakan informasi untuk pengambilan keputusan. Dalam praktek sehari hari, kebutuhan manajemen terhadap informasi akuntansi manajemen akan berbeda beda, tergantung pada banyak variabel seperti ukuran besar kecilnya perusahaan, kompleks bisnis, teknologi, budaya, kualitas sumber daya manajemen, posisi atau level seseorang dalam organisasi.

2. Perencanaan dan Pengendalian

Perencanaan dan pengendalian merupakan dua fungsi manajemen yang saling berhubungan satu sama lain. Perencanaan tanpa pengendalian adalah seperti kapal tanpa kemudi dan pengendalian tanpa perencanaan adalah seperti kapal tanpa kompas.

Perencanaan adalah kegiatan yang berkaitan dengan usaha merumuskan program yang di dalamnya memuat segala sesuatu yang akan dilaksanakan, penentuan tujuan, kebijaksanaan, arah yang akan ditempuh, prosedur, dan metode yang akan diikuti dalam usaha pencapaian tujuan.³ Perencanaan pada dasarnya adalah menyangkut tentang dua hal yaitu penetapan tujuan organisasi dan cara cara untuk mencapai tujuan tersebut. Tujuan organisasi bisa bermacam macam, namun secara garis besar dapat dipisahkan menjadi organisasi yang bermotif mencari laba atau profit motive oriented seperti pabrik pabrik, atau perusahaan industry yang bergerak di bidang bisnis dan organisasi yang bersifat sosial motive oriented seperti yayasan anak cacat dan yayasan kegamaan.

Setelah tujuan perusahaan ditetapkan, maka manajemen menetapkan cara cara untuk mencapai tujuan tersebut dengan menyusun rencana strategis, pengeluaran serangkaian kebijaksanaan dan penyusunan program program. Langkah langkah yang dilakukan perusahaan ini seharusnya bersifat jangka panjang dan mencakup rentang waktu 5 sampai 10 tahun. Sedangkan rencana pelaksanaan yang bersifat jangka pendek

³ H.M Anton Athoillah, *Dasar Dasar Manajemen*, CV PUSTAKA SETIA, Bandung, 2010,hal,98

dinyatakan dalam penyusunan budget tahunan. Dalam budget akan dijelaskan secara rinci mengenai berapa target penjualan dan pendapatan yang akan dicapai serta target produksi dan jumlah biaya yang harus dikeluarkan untuk mencapai target tersebut.

Pada tahap berikutnya yaitu tahap pengendalian. Dalam arti sempit pengendalian adalah mengawasi pada akhir periode apakah hasil pelaksanaan telah sesuai rencana jangka pendek maupun jangka panjang yang telah ditetapkan. Sedangkan dalam arti luas, pengendalian menyangkut tiga hal penting yaitu : 1. Pelaksanaan dilapangan atas rencana yang telah ditetapkan, 2.Mendapatkan umpan balik mengenai seberapa jauh pelaksanaan tersebut sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan, 3.jika terjadi penyimpangan, maka harus segera ditentukan langkah langkah tindakan koreksi untuk mengatasi hal tersebut.

Dalam perencanaan dan pengendalian diatas, tidak dapat dilepaskan peranan informasi akuntansi sebagai alat yang mampu merekam seluruh aktifitas keuangan perusahaan, baik pada tahap perencanaan yang dinyatakan dengan budget atau anggaran, maupun saat pelaksanaan dengan mencatat seluruh aktifitas yang didukung dengan bukti keuangan yang sah dan dapat diandalkan sehingga dapat dijadikan alat untuk menilai prestasi manajemen.

3. Klasifikasi Biaya

a. Pengertian Biaya

Biaya adalah pengeluaran yang tidak dapat dielakkan dalam melakukan suatu kegiatan.Dengan demikian, secara konsep maka pengertian biaya adalah sebagai berikut:

- a. biaya (cost) tidak sama dengan pengeluaran
- b. biaya (cost) harus menggambarkan kegiatan
- c. biaya (cost) harus relevan dengan kegiatan yang dilakukan

Untuk mencapai tujuannya mendapatkan laba, perusahaan perlu melakukan aktivitas produksi yang berakibat timbulnya biaya, dari sisi ini terlihat bahwa disatu sisi biaya merupakan akibat dari kegiatan produksi,

di sisi lain biaya juga berpengaruh terbalik pada keuntungan, dengan demikian, maka untuk mendapatkan laba yang optimal diperlukan biaya yang optimal. Sehubungan dengan hal tersebut maka pemahaman mengenai biaya sifat dan jenisnya sangat diperlukan dalam menjalankan usaha.⁴

b. Teori Biaya

Dikembangkan berdasarkan teori produksi, yaitu bagaimana mendapatkan formulasi biaya (input) yang paling efisien untuk menghasilkan produksi (output) tertentu. Dengan demikian, maka teori biaya digunakan untuk :

- a. Menentukan tingkat produksi (output) yang optimum dengan biaya minimum. biaya = fungsi (produksi)
- b. Analisis terhadap faktor faktor ekonomi dan teknologi yang menunjang produksi untuk mendapatkan teknologi yang tepat dan cocok dengan kondisi perusahaan dengan biaya minimum.

Masukan penting dalam memilih alternatif adalah biaya, biaya adalah nilai ekuivalen yang dikorbankan untuk barang atau jasa yang diharapkan membawa keuntungan masa ini dan masa yang akan datang untuk organisasi. Kita sebut ekuivalen karena asset non kas dapat ditukar untuk barang atau jasa yang diinginkan. Misalnya, untuk menukar peralatan dengan bahan baku yang digunakan dalam produksi. Objek biaya adalah segala hal seperti produk, pelanggan, departemen, proyek, kegiatan, dan lain lain kemana biaya biaya diukur dan dibebankan. Biaya dikeluarkan untuk menghasilkan manfaat dimasa depan.⁵

c. Klasifikasi Biaya Dalam Hubungannya Dengan Produk

Penentuan biaya produk (product costing) merupakan proses pengakumulasian, pengklasifikasian dan pembebanan biaya bahan langsung, tenaga langsung, dan biaya overhead pabrik ke produk atau jasa. Penentuan biaya produk memberikan informasi yang sangat

⁴ Henry Faizal Noor, *Ekonomi Manajerial (edisi revisi)*, PT RAJAGRAFINDO PERSADA, Jakarta, 2011, hal.171

⁵ Hansen dan Mowen, *Manajemen Biaya*, Salemba Empat, Jakarta, 2000, hal. 38

berguna, baik untuk perusahaan manufaktur maupun perusahaan nonmanufaktur untuk (1) penentuan biaya produk atau jasa dan pengukuran persediaan. (2) perencanaan manajemen, pengendalian biaya, dan evaluasi kinerja. (3) pengambilan keputusan strategik dan operasional. Banyak keputusan strategik dan operasional yang harus dibuat oleh para manajer terutama didasari oleh informasi tentang biaya produk dan jasa.⁶

Secara ringkas, komponen biaya produksi akan dijelaskan di bawah ini :

a. Biaya bahan baku

Merupakan bagian penting dalam proses pengolahan bahan mentah menjadi barang jadi atau setengah jadi. Tanpa bahan baku jelas tidak akan ada barang jadi. Bahan baku bisa sama sekali masih dalam mentah dari alam atau sudah diproses sebelumnya di pabrik lain sebelum diproses lebih lanjut di dalam perusahaan. Biaya bahan sebenarnya terdiri atas bahan baku itu sendiri dan bahan penolong. Bahan baku merupakan komponen utama dalam barang jadi dan nilainya sangat material. Berbeda dengan bahan penolong yang sifatnya adalah melengkapi proses pengolahan bahan baku menjadi barang jadi dan disamping itu nilainya relative kecil disbanding dengan nilai bahan baku yang diolah. Biaya penolong jika tidak dimasukkan dalam kelompok biaya overhead pabrik, digabung menjadi satu kelompok dalam bahan baku dengan nama biaya bahan baku dan penolong. Contoh bahan baku utama dalam perusahaan tekstil adalah kapas dan benang, sedangkan bahan penolongnya berupa zat pewarna dan zat kimia lainnya.

⁶ Blocher/Chen/Lin, *Manajemen Biaya dengan tekanan strategik edisi pertama*, Salemba Empat, Jakarta, 2001, hal., 555-558

b. Biaya tenaga kerja langsung

Merupakan tenaga kerja dalam pabrik yang terlibat dalam proses pengolahan bahan baku menjadi bahan jadi. Keterlibatan tenaga kerja ini secara langsung terlihat atas kemampuannya mempengaruhi tenaga langsung, baik kuantitas atau kualitas barang jadi yang dihasilkan. Di pihak lain terdapat juga tenaga kerja tak langsung dalam pabrik yang sifatnya sekedar membantu pekerjaan tenaga kerja langsung dalam pabrik yang sifatnya sekedar membantu pekerjaan tenaga utama. Contoh tenaga langsung dalam pabrik rokok adalah buruh yang melinting tembakau menjadi sebatang rokok, sedangkan pembantunya adalah yang mengangkut hasil lintingan ke gudang.

c. Biaya Overhead Pabrik

Merupakan biaya yang terjadi di pabrik berkaitan dengan proses produksi, diluar biaya bahan dan tenaga kerja langsung adalah biaya overhead pabrik, yang termasuk dalam biaya ini antara lain biaya bahan penolong, biaya tenaga kerja tak langsung, biaya listrik, penyusutan mesin, reparasi mesin, biaya pemeliharaan gedung dan biaya bahan bakar mesin.⁷

d. Kelompok Biaya NonProduksi

Secara umum biaya nonproduksi dipisah menjadi dua kelompok yaitu :

a. Biaya Pemasaran

Merupakan pengeluaran yang punya peran penting dalam perusahaan karena biaya tersebut dikeluarkan untuk mendapatkan pesanan langganan dan menjamin barang yang di pesan atau jasa yang dikirim sampai ke tangan langganan dengan baik. Yang termasuk biaya pemasran adalah biaya iklan, transport salesmen, komisi penjualan, gaji staf penjualan dan seluruh biaya yang berkaitan dengan gudang barang jadi. Tidak ada perusahaan tanpa

⁷ Bambang Hariadi, *Op cit*, hal. 46-50

menggeluarkan biaya pemasaran. Biaya pemasaran bahkan sangat penting apabila keputusan konsumen membeli atau tidak sangat di pengaruhi oleh gencarnya promosi yang dilancarkan oleh perusahaan.

b. Biaya Administrasi dan Umum

Merupakan biaya pengelolaan administrasi yang biasanya terjadi dikantor perusahaan dan termasuk di dalamnya biaya biaya macam macam yang tidak dimasukkan dalam biaya produksi dan biaya pemasaran. Contoh biaya yang termasuk di dalamnya adalah gaji staf executive dan fasilitas yang dinikmatinya, biaya bunga atas dana yang digunakan perusahaan serta biaya organisasi perusahaan secara keseluruhan. Biaya administrasi dan umum serta biaya pemasaran dapat disebut juga biaya periode yaitu pengorbanan yang diakui sebagai biaya pada periode terjadinya dan jumlahnya sangat dipengaruhi oleh kebijaksanaan manajemen. Berbeda dengan biaya produksi yang sering disebut biaya yang dapat di simpan yaitu biaya yang dicatat sebagai aktiva (persediaan barang dalam proses dan barang jadi) dan baru dianggap sebagai biaya (harga pokok penjualan) ketika persediaan tersebut dapat dijual. Biaya produksi lebih bersifat standard dan terukur dimana besar kecilnya biaya ini banyak dipengaruhi secara langsung oleh kapasitas produksi yang digunakan.

e. Klasifikasi biaya dihubungkan dengan perubahan volume aktivitas

Penggolongan biaya ini terdiri dari biaya tetap, biaya variabel, dan biaya semi variabel.

a. Biaya Variabel, adalah total biaya yang berubah secara proporsional dengan total volume kegiatan tertentu dalam periode tertentu pula. Dengan kata lain jika total volume kegiatan meningkat tiga kali maka total biaya variabel akan meningkat pula sebesar tiga kali dari sebelumnya.

b. Biaya Tetap, adalah total biaya yang tidak dipengaruhi oleh volume kegiatan tertentu dalam periode tertentu pula. Dengan kata lain, dalam periode tertentu, sejumlah biaya akan constant dan tidak berubah sama sekali karena adanya kenaikan atau penurunan volume kegiatan kecuali karena pengaruh dari luar perusahaan seperti perubahan harga.

Merupakan tanggung jawab manajemen untuk menentukan pilihan tingkat kegiatan yang tepat agar pemisahan informasi biaya menjadi variable dan tetap dapat bermanfaat dalam penyusunan perencanaan, pengendalian dan pengambilan keputusan. Pemisahan biaya akan sangat bermanfaat bagi perusahaan dalam memprediksi konsekuensi konsekuensi ekonomi yang mungkin akan dihadapi perusahaan atas dasar keputusan seperti :

- Produk mana yang perlu terus dilanjutkan atau dihentikan
- Apakah perusahaan harus membuat komponen produk local atau membelinya dari luar
- Berapa harga jual yang bias ditetapkan perusahaan untuk mendapatkan laba tertentu

c. Biaya semi variabel, ialah biaya yang jumlah totalnya berubah tidak sebanding dengan perubahan volume produksi. Misalnya, gaji dari pegawai pelayanan, biaya pengawasan dan biaya reparasi mesin.⁸

f. Klasifikasi Biaya Menurut Waktu Pembebanannya

Biaya dapat dikelompokkan dalam biaya periodic dan biaya produk. Untuk memahami perbedaan antara kedua jenis biaya tersebut, maka kita perlu mengingat kembali pemahaman terhadap prinsip penandingan. Prinsip tersebut menghendaki bahwa biaya yang terjadi untuk menghasilkan pendapatan harus diakui sebagai biaya pada

⁸ Suyadi Prawirosentono, *Pengantar Bisnis Modern*, PT Bumi Aksara, Jakarta, 2002, hal.172

periode yang sama dengan periode pengakuan pendapatan. Prinsip ini merupakan kunci untuk membedakan antara biaya periodik dan biaya produk, sebagai cost dihubungkan dengan periode waktu dan menjadi biaya, karena semua pendapatan terkait lainnya, dihubungkan dengan produk dan belum menjadi biaya sampai dengan produk itu dijual.⁹

Biaya periodik merupakan biaya yang ditandingkan dengan pendapatan berdasarkan periode terjadinya, biaya ini akan dilaporkan dalam laporan laba/rugi periode terjadinya biaya tersebut. Contoh biaya periodik ini adalah komisi penjualan, sewa kantor, dan seluruh biaya administrasi dan biaya penjualan.

Biaya produk merupakan biaya yang berhubungan dengan produk, biaya ini menyangkut seluruh biaya untuk memperoleh (membeli atau memproduksi) barang, dalam perusahaan manufaktur, biaya ini terdiri atas biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik. Dengan demikian, biaya ini melekat pada produk ketika produk dibeli atau diproduksi, dan masih tetap melekat pada produk ketika produk tersebut menjadi persediaan (tersimpan digudang). Ketika produk ini dijual, maka biaya yang melekat pada produk berubah menjadi biaya periodik dalam bentuk harga pokok penjualan untuk ditandingkan dengan pendapatan penjualan, karena biaya ini berkaitan dengan persediaan, maka biaya ini sering pula disebut dengan inventorable cost.

g. Klasifikasi biaya untuk pembebanan biaya ke obyek biaya

a. Biaya Langsung dan Tak Langsung

Biaya kerap kali diklasifikasikan sebagai biaya langsung dan tak langsung. Pengertian biaya langsung maupun tak langsung dikaitkan dengan kualitas hubungan biaya tersebut terhadap sejumlah bagian (cost object) yang ada dalam perusahaan. Dengan kata lain, biaya langsung adalah biaya yang secara fisik dapat ditelusuri dan jelas

⁹ Krismiaji, *Dasar Dasar Akuntansi Manajemen*, AMP YKPN, Yogyakarta, 2002, hal.20-21

terjadi karena akibat adanya objek biaya tertentu. Biaya tak langsung adalah biaya yang berhubungan dengan lebih dari satu objek biaya dan secara fisik sangat sulit atau tidak ekonomis untuk ditelusuri ke objek biaya tertentu sehingga untuk membebankannya pada berbagai objek biaya memerlukan alokasi yang adil.

Objek biaya merupakan bagian tertentu dari organisasi perusahaan dan bias berupa produk, departemen atau bagian, daerah penjualan atau bagian penting dalam perusahaan. Contoh biaya yang punya hubungan langsung karena adanya produk adalah biaya bahan baku atau biaya tenaga kerja langsung sedangkan biaya yang tak langsung adalah sejumlah biaya overhead pabrik. Biaya overhead merupakan biaya tak langsung karena sulit diidentifikasi secara langsung terhadap produk tertentu sehingga upaya upaya untuk mengidentifikasinkannya dengan produk tertentu tidak ekonomis.

b. Biaya Terkendali dan Tidak Terkendali

Untuk kepentingan pengendalian, biaya di pisahkan menjadi biaya terkendali dan tidak terkendali oleh seorang pejabat atau manajer pada tingkat tertentu dalam organisasi. Hanya pada pejabat yang menempati level lebih rendah suatu biaya bias tak terkendali. Pejabat yang demikian tentunya tidak punya kekuasaan untuk mempengaruhi besar kecilnya suatu biaya. Sedangkam pada pejabat top executive, biaya perusahaan dianggap terendali oleh pejabat tersebut mempunyai kekuasaan untuk mempengaruhi besar kecilnya suatu biaya. Contoh biaya terkendali pada departemen penjualan adalah biaya iklan yang mungkin terkendali bagi manajer pemasaran tetapi tak terkendali bagi staf pemasaran yang merupakan bawahan sang manajer dan juga tak terkendali bagi manajer produksi yang tidak punya wewenang apa apa untuk mempengaruhi besarnya biaya iklan.

h. Klasifikasi Biaya Sehubungan dengan Analisis

a. Biaya Diferensial dan Pendapatan Diferensial

Pembuatan keputusan pada dasarnya adalah proses pemilihan berbagai alternatif. Setiap alternatif yang tersedia masing masing memiliki manfaat dan pengorbanan. Manfaat dan pengorbanan untuk sebuah alternatif akan dibandingkan dengan manfaat dan pengorbanan untuk alternatif yang lain. Perbedaan biaya antara dua alternatif atau lebih disebut dengan biaya diferensial, sedangkan perbedaan pendapatan antara dua alternatif disebut pendapatan diferensial

Dalam pengambilan keputusan, manajemen harus membandingkan biaya masing masing alternatif yang dipilih. Perbedaan biaya antara masing masing alternatif tersebut sebagai biaya diferensial. Setiap alternatif mengandung unsure unsure yang sama dan tidak sama, salah satu unsure yang perlu mendapat perhatian seorang manajer dalam memutuskan untuk memilih salah satu alternatif adalah unsure biaya. Dan unsure biaya yang relevan untuk diperhatikan adalah biaya diferensial. Sedangkan unsure biaya yang sama tentunya tidak relevan untuk dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan oleh alternatif apapun yang diambil, unsure biaya yang sama tetap akan menjadi beban perusahaan. Kemampuan manajer untuk melihat hal yang berbeda dan dapat mengambil keputusan segera dengan tepat, merupakan factor penting yang harus dimiliki seorang pemimpin yang ingin sukses.

b. Biaya Kesempatan (opportunity cost)

Salah satu biaya yang harus dipertimbangkan dalam mengambil keputusan adalah biaya kesempatan atau keuntungan yang tidak jadi diperoleh dari satu alternatif oleh karena mengambil alternatif yang lain. Walaupun biaya ini tidak tercatat dalam buku perusahaan dan tidak ada biaya yang betul betul keluar dari kantong tapi tetap menjadi

faktor yang perlu diperhatikan oleh manajer dalam memutuskan mengambil salah satu alternatif.

c. Biaya Tenggelam (sunk cost)

Biaya yang tidak relevan untuk dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan adalah biaya tenggelam atau biaya yang sudah terjadi dan tidak dapat diubah lagi oleh keputusan sekarang atau biaya yang tidak berubah walau keputusan apapun yang akan diambil.

i. Laporan laba rugi¹⁰

Tujuan utama perusahaan adalah mendapatkan laba. laporan laba rugi disusun dengan maksud untuk menggambarkan hasil operasi perusahaan dalam suatu periode tertentu. Dengan kata lain, laporan laba rugi menggambarkan keberhasilan atau kegagalan operasi perusahaan dalam upaya mencapai tujuannya. Hasil operasi perusahaan diukur dengan membandingkan antara pendapatan perusahaan dengan biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh pendapatan tersebut. Apabila pendapatan lebih besar daripada biaya, maka dikatakan bahwa perusahaan memperoleh laba, dan bila terjadi sebaliknya (pendapatan lebih kecil daripada biaya) maka perusahaan menderita rugi.

Laporan laba rugi harus diberi judul, terdiri atas nama perusahaan, nama laporan (dalam hal ini ‘‘ Laporan Rugi laba’’) dan periode laporan. isi laporan rugi laba terdiri atas tiga komponen pokok, yakni : pendapatan, biaya, dan laba atau rugi. Pendapatan adalah aliran penerimaan kas atau harta lain yang diterima dari konsumen sebagai hasil penjualan barang atau pemberian jasa. Biaya adalah harga pokok barang yang dijual dan jasa yang dikonsumsi untuk menghasilkan pendapatan. Laba atau rugi adalah selisih lebih atau kurang antara pendapatan dengan biaya.

¹⁰ Al.Harnyono Jusup, *Dasar Dasar Akuntansi*, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN, Yogyakarta, 2002, hal.23-24

B. Pengambilan Keputusan Manajemen

1. Definisi Pengambilan Keputusan

Membuat keputusan adalah salah satu fungsi dari pimpinan manajemen bisnis. Pengambilan keputusan ini harus di dasarkan kepada fakta dari berbagai sumber.¹¹

Dalam menghadapi masalah memilih berbagai alternatif keputusan yang tersedia, pemilihan alternatif keputusan bisa didasarkan kepada alternatif mana yang paling relevan(penting) untuk dipilih. Oleh karena itu, dapat digunakan konsep konsep biaya yang disesuaikan dengan tujuan. Dalam hal ini konsep biaya relevan sangat diperlukan dalam analisis untuk mengambil keputusan.¹²

Pembuatan keputusan merupakan elemen penting manajemen produksi dan operasi. Karena semua manejer produksi dan operasi harus membuat keputusan keputusan.Pembuatan keputusan dapat dipandang dari berbagai perspektif yang berbeda, dari sudut pandang sempit, pembuatan keputusan adalah kegiatan pemilihan diantara alternative yang berbeda. Dari sudut pandang luas, pembuatan keputusan menggambarkan proses melalui mana serangkaian kegiatan dipilih sebagai penyelesaian suatu masalah tertentu.Pembuatan keputusan merupakan keseluruhan proses pencapaian keputusan dari identifikasi awal melalui pengembangan dan penilaian alternative alternatif sampai pemilihannya.¹³

Pengambilan keputusan merupakan pendekatan yang sistematis terhadap permasalahan yang dihadapi. Pendekatan tersebut menyangkut pengetahuan mengenai esensi atas permasalahan yang dihadapi, pengumpulan fakta dan data yang relevan dengan permasalahan yang dihadapi, analisis permasalahan dengan menggunakan fakta dan data, mencari alternatif pemecahan, menganalisis setiap alternatif sehingga ditemukan alternatif yang rasional dan penilaian atas keluaran yang

¹¹ Buchari Alma, Pengantar Bisnis, ALFABETA, Bandung, 2017, hal.171

¹² Suyadi Prawirosentono, *Op Cit.* hal.173

¹³ T.Hani Handoko, *Dasar Dasar Manajemen Produksi dan Operasi (edisi pertama)*, BPFE-YOGYAKARTA, Yogyakarta, 1984, hal.21

dicapai. Pengambilan keputusan adalah serangkaian aktifitas yang dilakukan oleh seseorang dalam usaha memecahkan permasalahan yang sedang dihadapi kemudian menetapkan berbagai alternatif yang dianggap paling rasioanl dan sesuai dengan lingkungan organisasi. Jadi mengambil keputusan berarti memilih dan menetapkan satu alternatif yang dianggap paling menguntungkan dari beberapa alternatif yang dihadapi¹⁴.

2. Proses Pengambilan keputusan dilaksanakan melalui empat tahap yang berurutan berikut ini¹⁵ :

a. Pengakuan dan perumusan masalah dan peluang

Keputusan yang harus diambil oleh manajemen kemungkinan merupakan respon terhadap : peristiwa yang mengandung masalah, ancaman yang dirasakan ada, peluang yang diperkirakan akan terjadi.

Sebagai contoh, jika manajemen menerima informasi bahwa biaya produk per unit sesungguhnya masih berada diatas target cost, informasi dapat menjadi pemicu timbulnya kesadaran untuk mengambil keputusan mengenai program pengurangan biaya yang harus dipilih untuk mencapai target cost. Pengambilan keputusan dapat dipicu pula oleh adanya ancaman yang berupa hadirnya pesaing baru yang sangat agresif dalam memasuki pasar dengan harga produknya yang jauh dibawah harga yang ditawarkan oleh perusahaan. Kesempatan yang dipandang akan memberikan peluang bisnis bagi perusahaan juga dapat memicu timbulnya keputusan.

Seperti disebutkan diatas, keputusan merupakan respon terhadap masalah yang timbul atas peluang yang terbuka bagi perusahaan, Masalah adalah perbedaan antara kondisi yang diharapkan dengan kondisi yang ada. Informasi akuntansi kemungkinan dapat memberikan peringatan kepada manajemen mengenai adanya masalah yang membutuhkan perhatian. Pendidikan, pengalaman, temperamen, bakat pribadi, dan faktor perilaku lainnya menentukan apakah suatu

¹⁴ H.B Siswanto, *Pengantar Manajemen*, Bumi Aksara, Jakarta, 2005, hal.171

¹⁵ Mulyadi, *Akuntansi Manajemen (konsep, manfaat dan rekayasa)*, Salemba Empat, Jakarta, 2001, hal.108-111

masalah dianggap sebagai suatu kritis, menjanjikan peluang, atau pemicu pengambilan keputusan. Jika masalah atau peluang telah ditonjolkan untuk menarik perhatian, masalah atau peluang tersebut harus segera dirumuskan. Informasi akuntansi memiliki kemampuan untuk memperjelas masalah yang dihadapi oleh manajemen dengan mewujudkan masalah tersebut dalam bentuk kuantitatif keuangan.

- b. Pencarian tindakan alternative dan kuantifikasi konsekuensinya masing masing

Jika masalah atau peluang telah selesai dirumuskan, manajemen kemudian mencari alternative tindakan untuk memecahkan masalah tersebut dan menghitung secara kuantitatif konsekuensi setiap alternative tindakan tersebut. Dalam mencari tindakan alternative, manajemen dapat menengok pengalaman yang sama yang terjadi dimasa lalu dan menggunakan pemecahan masalah yang pernah berhasil digunakan untuk mengatasi masalah yang sama dimasa lalu.

Cara lain dalam pencarian tindakan alternatif adalah dengan mencari alternative baru untuk memecahkan masalah atau menghadapi peluang. Biasanya alternative ini ditempuh jika pengambil keputusan belum pernah memiliki pengalaman dengan masalah atau peluang yang dihadapinya sekarang.

Informasi akuntansi penuh berperan dalam mengkuantifikasikan konsekuensi setiap alternative yang dipertimbangkan sebagai pemecah masalah atau sebagai cara untuk menghadapi peluang.

- c. Pemilihan Alternatif optimum atau alternative memuaskan

Tahap yang paling gawat dalam proses pengambilan keputusan adalah pemilihan satu diantara alternative yang dapat dipilih. Meskipun tahap ini tampaknya rasioanal, namun pemilihan akhir seringkali didasarkan atas pertimbangan politik dan psikologis dan psikologis daripada pertimbanagn ekonomis rasioanal.

Manajer yang melakukan pemilihan alternative kemungkinan menghadapi beberapa alternative yang layak untuk dipilih, yang

masing masing memiliki segi positif tertentu dipandang dari sudut kriteria pemilihan alternative yang digunakan. Manajer kemungkinan menggunakan pendekatan ekonomis rasional di dalam melakukan pemilihan alternative yang optimum, sehingga pemilihan alternatif yang dilakukan didasarkan atas pertimbangan ekonomis rasional.

Untuk memungkinkan manajemen melakukan pemilihan alternative secara rasional ekonomis, informasi akuntansi diferensial yang bersangkutan dengan alternative yang akan dipilih mampu mengurangi sebagian ketidakpastian yang dihadapi oleh pengambil keputusan alternatif

d. Implementasi dan penindaklanjutan

Berhasil atau tidaknya pilihan akhir tergantung atas efisiensi implementasi alternative yang telah dipilih. Implementasi hanya akan berhasil jika individu yang memiliki pengendalian terhadap sumber daya organisasi yang diperlukan untuk melaksanakan keputusan tersebut sepenuhnya sanggup mewujudkan alternative yang dipilih. Keadaan yang ideal adalah kekuasaan atas sumber daya organisasi berada ditangan individu atau kelompok individu mensponsori pengambilan keputusan tersebut. Untuk meyakinkan efisiensi implementasi keputusan, umpan balik hasil pelaksanaan keputusan harus diinformasikan secara periodic dan diperlukan pembetulan segera adanya penyimpangan yang tidak diinginkan.

Informasi akuntansi biaya penuh berperan untuk mengukur sumber daya yang dialokasikan kepada alternative yang dipilih dan memantau konsumsi sumber daya yang digunakan dalam pelaksanaan alternative yang diputuskan untuk dijalankan.

Peran Informasi Akuntansi Manajemen dalam pengambilan keputusan :

- Merangsang manajemen di dalam menyadari dan mendefinisikan masalah

- Memisahkan alternative tindakan yang satu dengan alternative tindakan yang lain
- Menjelaskan konsekuensi berbagai alternative tindakan yang akan dipilihMembantu menganalisis dan menilai berbagai alternative tindakan yang akan dipilih

C. Produksi Dalam Pandangan Islam

1. Definisi Produksi

Produksi dalam bahasa arab adalah *al intaaj* dari akar kata *nataja*, tetapi dalam istilah fiqih lebih dikenal dengan kata *tahsil*, yaitu mengandung arti penghasilan atau menghasilkan sesuatu. Begitupun dengan Ibnu Khaldun, menggunakan kata *tahsil* untuk produksi ketika ia membahas pembagian spesialisasi tenaga kerja.

Produksi tidak saja berarti menciptakan secara fisik sesuatu yang tidak ada menjadi ada, tetapi menjadikan sesuatu dari unsur unsur lama yaitu alam menjadi bermanfaat. Dan binatang ternak misalnya orang dapat mengambil kulitnya untuk dijadikan pakaian dan barang jadi lainnya, dari susu binatang dapat dip eras dijadikan minuman susu segar ataupun susu bubuk untuk bayi, ini berarti islam menganjurkan untuk melakukan produksi. Oleh sebab itu para fuqaha menetapkan hukum fardu ain bagi setiap muslim untuk berusaha memanfaatkan sumber sumber alam. Manusia harus mengoptimalkan pikiran dan keahliannya untuk mengembangkan sumber sumber investasi dan jenis jenis usaha dalam menjalankan apa yang telah di syari'atkan. Hal ini sesuai dengan tuntunan Al Qur'an agar manusia memakmurkan bumi.¹⁶

Inovasi merupakan pemikiran pemikiran baru berkembang dan dapat menghasilkan serta diinginkan oleh target sasaran(konsumen). Pemikiran hanya kan berkembang dan dapat digunakan jika kita berusaha untuk mengembangkannya, antara lain melalui proses belajar atau

¹⁶ QS Hud 61

membiasakan diri untuk selalu menangkap apa saja yang terlihat, terdengar, dan terasa serta memikirkannya secara serius.

Seorang wirausaha yang terkenal dengan istilah entrepreneur selalu berorientasi pada action, tidak senang berteori, tetapi lebih praktis, banyak kerja daripada bicara. Kadang kadang, ia membuat ide ide yang secara logika sulit diwujudkan, tetapi berkat kegigihan dan kerja kerasnya, hal tersebut menjadi kenyataan.

Seorang wirausaha yang sejati, tidak malu, tidak segan memulai usahanya dari kecil. Ia yakin bahwa kesuksesan tidak muncul begitu saja, tetapi memulai jalan panjang, membentuk fondasi yang kuat bekerja keras, dan penuh dengan kesabaran. Kegagalan dijadikan pelajaran terus bangkit, pantang menyerah, sampai terwujud apa yang diinginkannya. Inovasi dalam praktik tidak hanya menciptakan produk dan jasa yang benar benar baru tetapi juga kemampuan memodifikasi produk atau jasa lama. Sejarah membuktikan bahwa inovasi itu muncul atau mulai dari bisnis bisnis kecil daripada bisnis bisnis besar.¹⁷

Pemahaman produksi dalam islam memiliki arti sebagai bentuk usaha keras dalam pengembangan faktor faktor sumber produksi yang diperbolehkan. Hal ini sesuai firman Allah agar manusia mengeksplorasi kekayaan alam yang dihalalkan.¹⁸

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تُحَرِّمُوْا طَيِّبٰتِ مَآ اَحَلَّ اللّٰهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوْا
 اِنَّ اللّٰهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِيْنَ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas.” (Q.S Al Maidah Ayat 87)

¹⁷ Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Bisnis Syariah dan Kewirausahaan*, CV Pustaka Setia, Bandung, 2013, hal., 182

¹⁸ QS.Al Maidah 5:87

Islam menghargai seseorang yang mengolah bahan baku kemudian menyedekahkan atau menjual sehingga manusia dapat memenuhi kebutuhan hidupnya atau untuk meningkatkan ekonomi untuk mencukupi kebutuhannya sendiri. Ini dapat dianalogikan pada produksi bahan bakar minyak yang tidak hanya dibutuhkan untuk mengolah makanan tetapi juga dapat memenuhi kebutuhan manusia dalam hal transportasi dan juga industri.¹⁹

Bentuk suatu produk dapat di defenisikan secara luas dengan mencakup barang atau fisik dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan konsumen. Perusahaan harus terus menerus meningkatkan produk produk yang ada dan mengembangkan produk baru untuk memuaskan pelanggan setiap waktu. Dengan cara ini, perusahaan dapat menghasilkan tingkat pertumbuhan penjualan yang sangat tinggi, yang biasanya meningkatkan nilai mereka. Kebanyakan Produk di produksi untuk melayani konsumen yang dapat diklasifikasikan sebagai (1) produk konsumen, (2) produk belanja (3) produk special. Produk konsumen tersedia secara luas bagi konsumen, sering dibeli oleh konsumen, dan sangat mudah di dapat. Produk belanja berbeda dengan produk konsumen, karena produk belanja tidak sering dibeli, ketika konsumen bersiap untuk membeli produk belanja, pertama mereka akan berkeliling melihat perbandingan kualitas dan harga dari produk pesaing. Produk special adalah produk yang dimaksudkan untuk konsumen tertentu yang special dan oleh karenanya memerlukan upaya khusus untuk membelinya.²⁰

Pekerjaan seseorang yang sesuai ketrampilan yang dimiliki, dikategorikan sebagai sumber produksi, begitupun kesibukan untuk mengolah sumber penghasilan juga dikatakan produksi.²¹ Dalam berproduksi tidak boleh mengeksploitasi kekayaan alam secara berlebihan, tetapi harus dikelola dengan cara yang baik, sebagai mana firman Allah

¹⁹ Ilfi Nur Diana, *Hadis Hadis Ekonomi*, UIN MALANG PRESS, Malang, 2008, hal.31-35

²⁰ Jeff Madura, *Pengantar Bisnis*, Salemba Empat, Jakarta, 2001, hal.,84-85

²¹ Abdul Husain, *Ekonomi Islam, Prinsip, Dasar, Tujuan*, Magistra Insane Press, Yogyakarta, 2004, hal.161

SWT bahwa manusia tidak boleh melampaui batas seperti dalam surat Al Maidah Ayat 87.

2. Tujuan Produksi

Telah terdapat upaya upaya untuk mengetahui tujuan produksi dalam ekonomi islam, bahwa pertumbuhan dalam ekonomi islam memiliki beberapa tujuan yaitu ²²:

- a. Merespon kebutuhan produsen secara pribadi dengan bentuk yang memiliki cirri keseimbangan.
- b. Memenuhi kebutuhan keluarga
- c. mempersiapkan sebagian kebutuhan terhadap ahli warisnya dan generasi penerusnya
- d. Pelayanan sosial dan berinfaq di jalan Allah

Berdasarkan keterangan diatas, dapat di rincikan tujuan aktifitas produksi, dan tidak mengapa bila tujuan tujuan tersebut bersifat umum sesuai bagi setiap unit ekonomi, karena diantara tabiat ekonomi islam adalah adanya saling keterkaitan antara unit unit ekonominya dan saling bahu membahunya dalam merealisasikan tujuan tujuan individu dan jamaah dalam lingkup system islam yang komprehensif.

Berikut ini tujuan tujuan terpenting produksi dalam perspektif fikih ekonomi Umar Radhiyaallahu Anhu :

Pertama, merealisasikan keuntungan semaksimal mungkin

Prinsip ambisi individu tersebut memberikan peranan besar bagi kebangkitan individu yang menggerakkan aktifitas perekonomian. Sebab ketika seseorang tidak berproduksi karena ingin memenuhi kebutuhan manusia, tapi karena ingin menjual produknya dan mendapatkan keuntungan sebesar mungkin. Itulah yang menjadikan para ekonom kapitalis melihat bahwa keuntungan sebagai tujuan dasar bagi usaha tertentu.

²² Jaribah bin Ahmad Al-Haritsi, *Fikih Ekonomi Umar bin Al-Khatab*, KHALIFA, Jakarta, 2006, hal.49-63

Dari argumentasi tersebut, maka menjadi nampak dengan jelas bahwa tujuan produsen dalam ekonomi kapitalis untuk meraih keuntungan sebesar mungkin adalah berdasarkan pada dua hal :

1. Ambisi pribadi, maksudnya bahwa individu berupaya merealisasikan kemaslahatnay, baik sesuai dengan kemaslahatan umat atau kontradiksi dengannya.
2. Kebebasan Individu secara mutlak, maksudnya bahwa individu boleh memiliki sesuatu tanpa batasan dan boleh menggunakan sesuatu yang dimilikinya dengan tanpa ikatan.

Sesungguhnya kedua hal tersebut tidak diterima dalam syariat islam, sebab ambisi pribadi dengan maknanya diatas adalah tertolak. Hal itu karena setiap individu muslim merupakan anggota dalam satu tubuh umat, yang ikut merasakan bersamanya dalam suka dan dukanya. Jika seseorang lebih mencintai dan mementingkan dirinya sendiri, maka islam berusaha membina kecenderungan tersebut dan mendorong untuk mementingkan dan menginginkan kebaikan bagi orang lain. Karena itu, seorang produsen muslim seyognyanya menentukan tujuannya dalam upaya merealisasikan kemaslahatan umum bagi umat.

Pada sisi lain, bahwa hukum hukum islam mengatur kebebasan individu. karena itu seorang produsen muslim tidak bias melakukan tindakan yang mendatangkan madharat terhadap kaum muslimin. Dari keterangan ini, Nampak jelas bahwa titik penekanan yang menjadi landasan tujuan meraih keuntungan dalam ekonomi konvensional tidak di terima dalam ekonomi islam. Akan tetapi itu bukan berarti menolak konsep dasarnya, sebab tujuan meraih keuntungan sebesar mungkin yang sesuai batasan dan kaidah syariah merupakan tuntunan dalam islam, bahkan merupakan salah satu tujuan mendasar bagi produsen yang memberikan andil dalam merealisasikan tujuan tujuan yang lain bagi produsen muslim.

Kedua, Merealisasikan kecukupan individu dan keluarga

Seorang muslim wajib melakukan aktifitas yang dapat merealisasikan kecukupannya dan kecukupan orang yang menjadi kewajiban nafkahnya. Dan dalam fikih ekonomi Umar RA, terdapat banyak riwayat yang mendorong segala bentuk kegiatan ekonomi dalam merealisasikan hal tersebut.

Ketiga, Tidak mengandalkan orang lain

Umar RA, tidak memperbolehkan seseorang yang mampu bekerja untuk menadahkan tanganya kepada orang lain, meminta minta dan menyerukan kaum muslimin untuk bersandar kepada diri mereka sendiri, tidak mengharap apa yang ditangan orang lain.

Pada sisi lain, Umar RA menilai bahwasanya melakukan aktifitas perekonomian apa pun bentuknya lebih baik daripada meminta minta kepada manusia dan mengandalkan mereka dalam mencukupi kebutuhan.

Keempat, Melindungi Harta dan mengembangkannya

Harta memiliki peranan yang besar dalam islam, sebab dengannya, dunia agama dapat di tegakkan. Tanpa dengannya, seseorang tidak akan istiqamah dalam agamanya dan tidak tenang dalam kehidupannya.

Pada sisi lain, Umar RA menyerukan manusia untuk mengembangkan harta dan memeliharanya dimasa yang akan datang untuk memenuhi kebutuhan ahli warisnya setelah meninggalkannya. Di antara bukti hal itu, bahwa ketika Umar RA berpesan kepada Khalid bin Arfathah untuk mengembangkan hartanya dan menasihatinya agar dia menjadikan gajinya dalam usaha yang produktif.

Kelima, Mengeksplorasi sumber sumber daya ekonomi dan mempersiapkan untuk dimanfaatkan.

Sesungguhnya Allah ta'ala telah mempersiapkan bagi manusia di dunia ini banyak sumber ekonomi , namun pada umumnya tidak memenuhi hajat insani bila tidak di eksplorasi oleh manusia dalam kegiatan produksi yang mempersiapkannya untuk dapat dimanfaatkan. Hal itu telah dijelaskan Allah dalam Firmannya:

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمْ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَأَمْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهِ ۗ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ ﴿١٥﴾

Artinya: “Dialah Yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebahagian dari rezki-Nya. Dan hanya kepada-Nya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan.” (Q.S Al Mulk ayat 15)

Keenam, Pembebasan dari belenggu taklid ekonomi

Produksi merupakan sarana terpenting dalam merealisasikan kemandirian ekonomi. Sebab bangsa yang memproduksi kebutuhan kebutuhannya adalah yang pada realitanya sebagai bangsa yang mandiri dan terbebas dari belenggu ketergantungan ekonomi, sedangkan bangsa yang menjadi konsumen selalu menjadi tawanan belenggu ekonomi dan lemah kemampuannya dalam perkembangan yang dapat membebaskan dari ketergantungan terhadap dunia luar.

Sesungguhnya kemandirian politik dan peradaban tidak akan sempurna tanpa kemandirian ekonomi. Dan, suatu bangsa manapun tidak akan mampu melaksanakan perannya dalam politik dan peradaban sebagaimana yang seharusnya selama mereka belum bias merealisasikan kemandirian dalam bidang ekonomi.

Ketujuh, Taqarrub kepada Allah

Tidak diragukan lagi, bahwa produsen muslim yang akan meraih pahala dari sisi Allah Ta’ala disebabkan aktifitas produksinya, baik dia bertujuan meraih keuntungan, merealisasikan kemapanan, melindungi harta dan mengembangkannya atau tujuan-tujuan lain yang telah disebutkan sebelumnya selama dia menjadikan aktifitasnya tersebut sebagai sarana pertolongan dalam mentaati Allah Ta’ala dan merealisasikan pengabdian yang sempurna kepada Nya.

Dalam menjelaskan korelasi aktifitas perekonomian seorang muslim dengan pahala, Umar RA, berkata, ‘wahai manusia demi Allah, sungguh bila aku mati diantara dua kaki untaku dikala aku mencari hartaku

dimuka bumi dari sebagian karunia Allah, adalah lebih aku sukai daripada aku mati di atas tempat tidurku.”

D. Hasil Penelitian Terdahulu

Observasi terhadap pendataan suatu kegiatan yang diikuti oleh mahasiswa, wawancara dan mencari referensi dari beberapa sumber yang berkaitan dengan judul yang diambil. Berikut beberapa referensi yang berkaitan dengan judul penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Dewanti Rantung.,L.Mawikere. 2014, berjudul penerapan biaya relevan dalam pengambilan keputusan menerima atau menolak pesanan khusus pada CV.TABEA.Tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis biaya relevan dalam kaitanya dengan pengambilan keputusan atas menerima atau menolak pesanan khusus pada CV.Tabea. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kualitatif. Hasil penelitiannya yaitu perusahaan belum menerapkan perhitungan biaya relevan dalam mengambil keputusan. Hasil analisis menunjukkan perusahaan dapat menerima pesanan khusus dari klien karena dapat memberikan keuntungan dan sesuai dengan criteria pesanan khusus yaitu harga jual pesanan khusus lebih tinggi daripada biaya variable.
2. R.R Pesik., J.J Tinangon.,S.Pinatik,2015. berjudul analisis biaya relevan dalam pengambilan keputusan menerima atau menolak pesanan khusus pada PT PERIKANAN NUSANTARA CABANG BITUNG. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui perhitungan biaya relevan yang dilakukan oleh perusahaan dan menganalisis biaya relevan dalam kaitanya dengan pengambilan keputusan dalam menerima atau menolak pesanan khusus. Metode penelitian yang dilakukan yaitu metode kuantitatif. Hasil penelitian yaitu mengenai analisis biaya relevan, khususnya pengambilan keputusan menerima atau menolak pesanan khusus menunjukkan bahwa dari alternatif penerapan perhitungan relevant cost yang diajukan mampu memberikan keuntungan bagi perusahaan, berdasarkan hasil analisis

pesanan khusus menunjukkan bahwa pesanan khusus dari UD JAYA ABADI dan PT RIVA dapat diterima.

3. Beauty N. Takasali., H.Karamoy.,S.W. Alexander berjudul penggunaan informasi akuntansi differensial dalam pengambilan keputusan menerima atau menolak pesanan khusus pada UD.Nabilah. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui penggunaan informasi akuntansi diferensial yang digunakan dalam pengambilan keputusan manajemen untuk menerima atau menolak pesanan khusus dan untuk mempertahankan laba usaha. Metode penelitian yang dilakukan yaitu metode deskriptif. Hasil penelitian ini yaitu dengan menggunakan akuntansi diferensial, perusahaan dapat menerima pesanan khusus, apabila menerima pesanan khusus meskipun dibawah harga jual, perusahaan masih dapat menutupi biaya diferensial dan juga dapat mempertahankan laba usaha perusahaan.
4. Aiful Hidayati, Darminto, Nengah Sudjana. berjudul analisis biaya diferensial sebagai dasar pengambilan keputusan menerima atau menolak pesanan khusus. Tujuan penelitian ini adalah mendiskripsikan analisis biaya deferensial dalam pengambilan keputusan menerima atau menolak pesanan khusus di perusahaan kecap cap kuda, jenis penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan studi kasus, berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan analisis biaya diferensial perusahaan akan memperoleh laba dari pesanan khusus.
5. Denis kusumawati, Sri Mangesti Rahayu, Dwi Atmanto, berjudul analisis biaya deferensial dalam rangka menerima atau menolak pesanan khusus. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan analisis biaya diferensial dalam rangka menerima atau menolak pesanan khusus pada perusahaan suksesabiz store konveksi dan sablon, metode penelitian ini adalah penelitian diskriptif, hasil penelitian analisis biaya deferensial untuk menerima atau menolak pesanan khusus pada perusahaan bernilai positif seperti hasil yang telah dilakukan peneliti, jadi perusahaan dapat menerima pesanan khusus.

E. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir dalam penelitian yang berjudul analisis biaya diferensial sebagai dasar pengambilan keputusan menolak atau menerima pesanan khusus produksi kemeja studi kasus di unit usaha kecil dan menengah Erna Konveksi Desa Padurenan Kudus sebagai berikut.

