

Abstrak

Tujuan dari penelitian yang dilakukan penulis pada perusahaan “X” ada dua, yaitu untuk mendeskripsikan bagaimana melakukan penghitungan biaya produksi pesanan khusus secara tepat dan benar, dan yang kedua adalah untuk mencari komponen biaya relevan dari komponen biaya yang ada di perusahaan “X”.

Perusahaan “X” itu sendiri merupakan perusahaan yang bergerak dalam industri tekstil yang menghasilkan kain jok dengan kualitas baik. Kain jok yang dihasilkan perusahaan “X” diperjualbelikan di wilayah Bandung, Jakarta dan kota besar lainnya. Di dalam aktivitas produksi perusahaan “X” sendiri masih terdapat kapasitas menganggur yang sayang jika dibiarkan begitu saja tidak terpakai dan melepas kesempatan untuk memperoleh keuntungan. Oleh karena itu perusahaan “X” menerima pesanan khusus untuk memanfaatkan kapasitas menganggur tersebut. Namun untuk menghitung biaya pesanan khusus, perusahaan “X” belum menggunakan analisis biaya relevan.

Penulis kemudian tertarik untuk melakukan penelitian di perusahaan “X” untuk mencari komponen biaya relevan untuk pesanan khusus dengan menggunakan konsep relevan yang didukung dengan penggolongan biaya perilaku. Dengan menggunakan metodologi penelitian deskriptif analitis, penulis dapat menemukan komponen biaya mana saja yang relevan untuk pesanan khusus di perusahaan “X”.

Setelah melakukan penelitian di perusahaan “X”, penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa analisis biaya relevan dapat diterapkan di perusahaan “X” dan sebagai contoh, penulis menerapkan analisis biaya relevan tersebut terhadap pesanan EXP 2342 yang merupakan sebuah pesanan khusus dari hotel di Bali. Sebagai saran, analisis biaya relevan tidak hanya digunakan untuk menghitung biaya pesanan khusus saja, namun juga dapat digunakan untuk pengambilan keputusan jangka pendek maupun jangka panjang lainnya.

Daftar Isi

Abstrak	i
Kata Pengantar	ii
Daftar Isi	v
Daftar Tabel	ix
Daftar Gambar	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian	6
1.3.1. Tujuan Penelitian	6
1.3.2. Kegunaan Penelitian	6
1.4. Rerangka Penelitian	7
1.5. Metoda Penelitian	11
1.5.1. Teknik Pengumpulan Data	11
1.6. Lokasi dan Waktu Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1. Pengertian dan Tujuan Akuntansi Biaya	13
2.1.1. Pengertian Akuntansi Biaya	13
2.1.2. Tujuan Akuntansi Biaya	14
2.2. Pengertian dan Penggolongan Biaya	16
2.2.1. Pengertian Biaya	16

2.2.2.	Penggolongan Biaya	17
2.2.3.	Penggolongan Biaya Untuk Pengambilan Keputusan	19
2.2.3.1.	<i>Relevant Cost and Irrelevant Cost</i>	20
2.2.3.2.	<i>Sunk Cost</i>	21
2.2.3.3.	<i>Opportunity Cost</i>	22
2.2.3.4.	<i>Differential, Marginal and Incremental Cost</i>	23
2.2.3.5.	<i>Avoidable Cost and Unavoidable Cost</i>	24
2.2.4.	Penggolongan Biaya Berdasarkan Perilaku Biaya	25
2.2.4.1.	<i>Fixed Cost</i> (Biaya Tetap)	28
2.2.4.2.	<i>Variable Cost</i> (Biaya Variabel)	29
2.2.4.3.	<i>Semivariable Cost</i> (Biaya Semivariabel)	30
2.2.4.4.	Metode Pemisahan Biaya Semivariabel Menjadi Biaya Tetap dan Biaya Variabel	32
2.2.5.	Hubungan Antara Penggolongan Biaya Perilaku dan Penggolongan Biaya Untuk Pengambilan Keputusan	36
2.3.	Prosedur Akumulasi Biaya Produksi	38
2.3.1.	Prosedur Akumulasi Biaya Proses (<i>Process Costing</i>)	38
2.3.2.	Prosedur Akumulasi Biaya Pesanan (<i>Job Order Costing</i>)	39
2.3.3.	Contoh Kasus Analisis Biaya Relevan Untuk Penentuan Biaya Produksi Pesanan Khusus	40
BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN		43
3.1.	Objek Penelitian	43
3.2.	Sejarah Singkat Perusahaan	43
3.3.	Aktivitas Perusahaan	44
3.3.1.	Order Pencelupan dan Penyempurnaan Kain	46
3.3.2.	Proses Produksi <i>Dyeing and Finishing</i>	47

3.4.	Struktur Organisasi Perusahaan	52
3.5.	Jenis Penelitian	58
3.6.	Metoda Penelitian	58
3.7.	Teknik Pengumpulan Data	59
3.8.	Populasi dan Sampel Penelitian	61
3.9.	Teknik Pengolahan Data	61
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		65
4.1.	Hasil Penelitian	65
4.1.1.	Biaya Produksi	66
4.1.1.1.	Biaya Bahan Langsung	68
4.1.1.2.	Upah Langsung	70
4.1.1.3.	Biaya Produksi Tidak Langsung	70
4.1.2.	Biaya Operasional	78
4.1.1.4.	Biaya Pemasaran (Biaya Penjualan	78
4.1.1.5.	Biaya Administrasi dan Umum	81
4.1.3.	Biaya Lain-Lain	85
4.2.	Pembahasan	87
4.2.1.	Pengelompokkan Komponen Biaya Yang Ada di Perusahaan ke Dalam Biaya Relevan	87
4.2.2.	Penjelasan Mengenai Pembahasan	100
4.3.	Analisis Biaya Relevan Pesanan Khusus Untuk Bulan Febuari 2005 Berdasarkan Penghitungan Penulis	104
4.3.1.	Penghitungan Kapasitas Menganggur	105
4.3.2.	Pesanan Khusus Pada Bulan Febuari 2005	106
4.3.3.	Penghitungan Biaya Relevan Pesanan Khusus Oleh Penulis	107
4.3.4.	Penjelasan Mengenai Penghitungan yang Dilakukan Penulis	112

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	115
5.1. Kesimpulan	115
5.2. Saran	116
DAFTAR PUSTAKA	118
LAMPIRAN	119

Daftar Tabel

Tabel 1.1	Perbedaan Produk Normal Dengan Produk Pesanan Khusus	10
Tabel 1.2	Alokasi Waktu Penelitian	12
Tabel 2.1	Biaya Reparasi dan Pemeliharaan Mesin	32
Tabel 2.2	Perhitungan Unsur Biaya Tetap	33
Tabel 2.3	Analisis Regresi Biaya Reparasi dan Pemeliharaan	35
Tabel 4.1	Komponen Biaya Pada Perusahaan “X”	67
Tabel 4.2	Penggolongan Biaya Perusahaan “X” ke Dalam Biaya Relevan Untuk Pesanan Khusus	101
Tabel 4.3	Biaya Relevan Pesanan Khusus EXP 2342	113

Daftar Gambar

Gambar 1.1	Rerangka Penelitian	9
Gambar 2.1	Kurva Biaya Tetap	29
Gambar 2.2	Kurva Biaya Variabel	30
Gambar 2.3	Kurva Biaya Semivariabel	31
Gambar 2.4	Hubungan Antara Penggolongan Biaya Perilaku dan Penggolongan Biaya Untuk Pengambilan Keputusan	37