

## ABSTRAK

*Relevant cost* merupakan kos yang diharapkan di masa mendatang, yang berbeda di antara berbagai alternatif yang tersedia. *Relevant cost* merupakan metoda yang dipergunakan untuk menentukan harga jual dalam kondisi khusus (unit yang terjual < kapasitas produksi normal).

Perusahaan brownies “X” merupakan perusahaan yang memproduksi kue brownies kukus dengan berbagai macam rasa yang belum menerapkan metoda analisis *relevant cost* pada kondisi khusus di perusahaannya. Kondisi khusus perusahaan brownies “X” yaitu, terdapatnya sisa produk brownies kukus yang menjelang kadaluwarsa dengan kapasitas 10% dari total produksi normal, yaitu sebesar 3.285 produk untuk sisa produk brownies kukus rasa keju dan *cheese cake*. Sehingga menyebabkan kerugian perusahaan sebesar Rp. 35.492.301,-. Penulis menganggap bahwa sisa produk tersebut dapat diproduksi ulang sehingga menjadi produk yang berbeda yang kemudian dapat dijual dengan kemasan baru.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode analisis *relevant cost*, dengan memisahkan data yang relevan dan tidak relevan. Setelah dilakukan penelitian, dapat diketahui bahwa *relevant cost* adalah Rp. 5.401.640,-. Dengan asumsi bahwa harga jual per bungkus brownies yang telah diproduksi ulang dengan harga Rp. 9.000,- dengan jumlah produksi menghasilkan 3.942 bungkus, maka total penjualan menghasilkan Rp. 35.478.000,-. Total penjualan dikurangi *relevant cost* menghasilkan Rp.30.076.360,-. Oleh karena itu dapat diketahui total penjualan sisa brownies yang telah diproduksi ulang hanya dapat menutupi sebesar 85% dari kerugian perusahaan akibat adanya sisa produk.

Berdasarkan hasil penelitian, penulis menyarankan agar perusahaan brownies “X” melakukan produksi ulang kemudian menjual dengan kemasan baru, karena perusahaan dapat memaksimalkan sisa produk, secara tidak langsung perusahaan menciptakan produk baru, sehingga dapat mengikuti perkembangan pasar dan dapat bersaing dengan pesaingnya.

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii

## BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	4
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Kegunaan Penelitian .....	5
1.5 Rerangka Pemikiran .....	6
1.6 Metoda Penelitian .....	9
1.7 Lokasi dan Lamanya Penelitian .....	10

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kos.....	12
2.1.1 Pengertian Kos .....	12
2.1.2 Penggolongan Kos.....	13
2.2 Akuntansi Manajemen.....	16
2.2.1 Pengertian dan Tujuan Akuntansi Manajemen .....	16

2.3 Kos Produksi .....	18
2.3.1 Pengertian Kos Produksi.....	18
2.3.2 Unsur-Unsur Kos Produksi. ....	18
2.3.3 Metoda Penentuan Kos Produksi Penuh ( <i>Full Costing Method</i> ).....	20
2.3.4 Metoda Penentuan Kos Produksi Variabel ( <i>Variable Costing Method</i> ) .....	21
2.4 Analisis <i>Relevant Cost</i> .....	22
2.4.1 Pengertian <i>Relevant Cost</i> .....	22
2.4.2 Tipe-Tipe Keputusan yang Tidak Biasa di Dalam Perusahaan	25
2.4.2.1 Menerima atau Menolak Pesanan Khusus .....	27
2.4.2.2 Penentuan Kos Produksi .....	28
2.4.2.3 Membuat atau Membeli Produk Ataupun Bagian dari Produk .....	30
2.4.2.4 Jual atau Diproses Lebih Lanjut .....	32
2.4.2.5 Menambah Ataupun Mengurangi Suatu Lini Produk ..	34
2.5 Masalah yang Potensial Terjadi Di Dalam Analisis <i>Relevant Cost</i> .	35

### **BAB III OBJEK DAN METODA PENELITIAN**

3.1 Sejarah Perusahaan .....	36
3.2 Proses Produksi Perusahaan Brownies “X”.....	38
3.3 Metoda Penelitian .....	40
3.3.1 Teknik Pengumpulan Data .....	40

3.3.2 Metoda Analisis Data .....	42
----------------------------------	----

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Hasil Penelitian .....	45
4.1.1 Pengalokasian Kos .....	45
4.1.2 Perhitungan Harga Jual Produk Pada Kondisi Normal.....	53
4.1.2.1 Menaksir atau Mengestimasi Seluruh Kos yang Akan Dikeluarkan Oleh Perusahaan.....	60
4.1.2.2 Menetapkan Laba yang Diharapkan.....	60
4.1.2.3 Menghitung Persentase <i>Mark Up</i> Kos Produksi.....	62
4.1.2.4 Menghitung Harga Jual per Unit.....	62
4.1.2.4.1 Untuk Brownies Kukus Rasa Keju.....	63
4.1.2.4.2 Untuk Brownies Kukus Rasa <i>Cheese Cake</i> .	63
4.1.3 Perhitungan Harga Jual Produk Pada Kondisi Khusus .....	65
4.2 Kebijakan Dalam Pengambilan Keputusan Untuk Memproduksi Ulang atau Menyimpan.....	68
4.2.1 Memproduksi Ulang Kemudian Menjual Dengan Kemasan Baru atau Hanya Disimpan .....	72

#### **BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Simpulan .....	84
5.2 Saran .....	87

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Rerangka Pemikiran .....	8
Gambar 2.1	Model Operasional Akuntansi Manajemen .....	17
Gambar 2.2	Unsur Biaya Penuh dalam Pendekatan <i>Full Costing</i> .....	21
Gambar 2.3	Unsur <i>Full Costing</i> dalam Pendekatan <i>Variable Costing</i> .....	22
Gambar 2.4	Konsep dari Kos dan Keuntungan yang Digunakan untuk Pengambilan Keputusan .....	26
Gambar 4.1	Kendaraan Pengantar Produk.....	47
Gambar 4.2	Perhitungan Biaya Tenaga Kerja Langsung.....	49
Gambar 4.3	Perhitungan Biaya Bahan Baku Kue Brownies Kukus Rasa Keju .....	50
Gambar 4.4	Perhitungan Biaya Bahan Baku Kue Brownies Rasa <i>Cheese Cake</i> .....	51
Gambar 4.5	Perhitungan Biaya <i>Overhead</i> Pabrik .....	52
Gambar 4.6	Perhitungan Harga Penjualan Kue Brownies Rasa Keju.....	53
Gambar 4.7	Perhitungan Harga Penjualan Kue Brownies Rasa <i>Cheese Cake</i>	54
Gambar 4.8	Perhitungan Harga Jual Produk Brownies Kukus Rasa Keju per Unit .....	57
Gambar 4.9	Perhitungan Harga Jual Produk Brownies Kukus Rasa <i>Cheese Cake</i> per Unit .....	58

Gambar 4.10	Asumsi Anggaran Bagian Produksi.....	61
Gambar 4.11	Perhitungan Harga Pokok Produksi Brownies Kukus Rasa Keju .....	70
Gambar 4.12	Perhitungan Harga Pokok Produksi Brownies Kukus Rasa <i>Cheese Cake</i> .....	70
Gambar 4.13	Perhitungan Biaya <i>Overhead</i> Pabrik.....	74
Gambar 4.14	Brownies Kukus Rasa <i>Cheese Cake</i> Pada Awal Produksi.....	79
Gambar 4.15	Brownies Kukus Rasa Keju Pada Awal Produksi.....	79
Gambar 4.16	Brownies Kukus Setelah Diproduksi Ulang .....	79

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Alokasi Waktu Penelitian .....	11
Tabel 3.1 Jumlah Produksi .....	37
Tabel 3.2 Alat-Alat Produksi .....	39
Tabel 3.3 Peralatan Penunjang Lain .....	40
Tabel 3.4 Metoda Analisis Data .....	43
Tabel 4.1 Data Biaya-Biaya .....	48
Tabel 4.2 Volume Produksi dan Penjualan Kue Brownies Rasa Keju .....	55
Tabel 4.3 Volume Produksi dan Penjualan Kue Brownies Rasa <i>Cheese Cake</i> .....	56
Tabel 4.4 Perbedaan Perhitungan Antara Penulis dengan Perusahaan .....	65
Tabel 4.5 Perhitungan Sisa Brownies Kukus Rasa Keju .....	69
Tabel 4.6 Perhitungan Sisa Brownies Kukus Rasa <i>Cheese Cake</i> .....	71
Tabel 4.7 Perhitungan Biaya Produksi Ulang Sisa Brownies Kukus Berdasarkan Perhitungan Analisis <i>Relevant Cost</i> .....	76
Tabel 4.8 Perbedaan Pengambilan Keputusan Antara Perusahaan dan Penulis .....	81



## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Struktur Organisasi Perusahaan Brownies “X”

Lampiran 2 Uraian Tugas dan Jabatan