

ABSTRAK

Semenjak Republik Rakyat Cina mengembangkan industrinya secara pesat, banyak negara yang kewalahan dengan banyaknya produk yang sangat murah dari negara tersebut. Produk Cina yang murah tidak hanya memikat penduduk negara berkembang, tetapi juga negara maju. Untuk negara-negara berkembang seperti Indonesia yang harga pokok produknya masih sangat tinggi tentu akan sangat sulit menyaingi harga dari produk-produk negara Cina tersebut. industri garmen merupakan industri yang paling besar terkena dampak, karena sebagian besar produk negara Cina berupa garmen. Seragam dan atribut-atributnya adalah salah satu hasil dari industri garmen yang merupakan kebutuhan pokok masyarakat mulai dari anak TK, SD, SMP, SMA sampai aparaturnegera seperti polisi, pegawai negeri, dll semuanya harus mengenakan seragam. Produsen seragam dituntut oleh persaingan serta harga bahan baku yang semakin tinggi maka produsen seragam harus hati-hati dalam menentukan langkahnya. Produsen yang kurang efisien dan tidak dapat mengatasi dampak tersebut, kelangsungan hidupnya akan terancam. Salah satu strategi produsen yang dapat digunakan adalah dengan menentukan biaya relevan, biaya relevan adalah kos mendatang dari alternatif yang berbeda antara satu alternatif dengan alternatif lainnya, atau dengan kata lain adalah perbedaan kos antara satu alternatif keputusan dengan keputusan lain untuk mengambil keputusan alternatif yang terbaik.

Oleh karena itu penulis tertarik untuk membuat skripsi dengan judul "Peranan Analisis Biaya Relevan Dalam Pengambilan Keputusan untuk Tetap Membeli Sebagian atau Memproduksi Seluruh Kebutuhan Seragam Pada PT X" dengan tujuan dapat membantu perusahaan untuk lebih mengembangkan perusahaannya. Penerapan analisis biaya relevan dalam pengambilan keputusan tetap membeli sebagian atau memproduksi seluruh seragam telah memadai dan Analisis biaya relevan telah membantu perusahaan di dalam pengambilan keputusan untuk memproduksi sendiri seluruh seragam. Memproduksi sendiri seluruh seragam juga berperan dalam meningkatkan laba perusahaan.

Kata kunci: Biaya Relevan, Laba Diferensial

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Kerangka Penelitian	6
1.6 Metodologi Penelitian	9
1.6.1 Studi Pustaka	9
1.6.2 Studi Lapangan (Field Research)	9
1.6.3 Wawancara	9
1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian	10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Akuntansi Manajemen	11
2.1.1 Pengertian Akuntansi Manajemen	11
2.2 Pengertian dan Klasifikasi Biaya	12
2.2.1 Pengertian Biaya	12
2.2.2 Klasifikasi Biaya	14
2.2.2.1 <i>Relevant Cost</i>	16
2.2.2.2 <i>Opportunity Cost</i>	17
2.2.2.3 <i>Sunk Cost</i>	19
2.2.2.4 <i>Out of Pocket Cost</i>	19
2.2.2.5 <i>Imputed Cost</i>	20
2.2.2.6 <i>Differential Cost, Marginal Cost, dan Incremental Cost</i>	21
2.2.2.7 <i>Avoidable and Unavoidable Cost</i>	22
2.2.2.8 <i>Fixed, Variable and Semivariable Cost</i>	23
2.2.2.8.1 Biaya Variabel	23
2.2.2.8.2 Biaya Tetap	27
2.2.2.8.3 Biaya Semivariabel	28
2.3 Metode Pemisahan Biaya Semivariabel ke Dalam Biaya Tetap dan Biaya Variabel	29
2.3.1 Metode Tinggi-Rendah (<i>High-Low Method</i>)	31
2.3.2 Metode Scatterplot (<i>Scatterplot Method</i>)	32
2.3.3 Metode Kuadrat Terkecil (<i>Least Square Method</i>)	33

2.3.4 Metode Biaya Berjaga (<i>Stanby Cost Method</i>)	35
2.4 Pengertian Pendapatan dan <i>Relevant Revenue</i>	36
2.4.1 Pengertian Pendapatan	36
2.4.2 Pengertian <i>Relevant Revenue</i>	37
2.5 Pengalokasian Biaya	37
2.6 Proses Pengambilan Keputusan	39
2.7 Penerapan Analisa Biaya Relevan Dalam Pengambilan Keputusan	41
2.7.1 <i>One-Time Only Special Order</i>	45
2.7.2 <i>Insourcing-Versus-Outsourcing and Make-Versus-Buy</i>	45
2.7.3 Opportunity Cost, Outsourcing and Capacity Constraints	51
2.7.4 Product-Mix Decision Under Capacity Constraints	51
2.7.5 Irrelevant of Past Cost and Equipment Replacement Decisions	52
2.7.6 Customer Profitability and Activity Based Costing	52
2.8 Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Tetap Membeli Sebagian atau Memproduksi Seluruh Kebutuhan Seragam	52
2.9 Analisa Pendapatan dan Biaya Relevan Dalam Pengambilan Keputusan Tetap Membeli Sebagian atau Memproduksi Seluruh Kebutuhan Seragam	54

2.9.1 Pembebanan Biaya Operasional ke Seragam yang Dibeli dari Pemasok Luar	55
2.9.2 Analisis Pendapatan dan Biaya Relevan untuk Pengambilan Keputusan	56

BAB III METODE DAN OBJEK PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian	60
3.2 Objek Penelitian	63
3.2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	63
3.2.2 Struktur Organisasi	64
3.2.2.1 Deskripsi Pekerjaan	64
3.2.3 Produk yang Dijual oleh PT X	67
3.2.4 Tahapan Proses Produksi	68
3.2.5 Daftar Pelanggan	68

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	71
4.1.1 Gambaran Umum Proses Produksi pada PT X	71
4.1.2 Penggolongan Biaya pada PT X	71
4.1.2.1 Penggolongan Biaya Atas Dasar Fungsi Pokok Dalam Perusahaan	71

4.1.2.2 Penggolongan Biaya Seragam SD dan Pramuka ke Dalam Biaya Tetap, Biaya Variabel dan Biaya Semivariabel	74
4.1.2.3 Aplikasi Metode Pemisahan Biaya Semivariabel ke Dalam Biaya Tetap dan Biaya Variabel	87
4.2 Pembahasan	93
4.2.1 Penerapan Analisis Biaya Relevan Dalam Pengambilan Keputusan Tetap Membeli Sebagian atau Memproduksi Seluruh Seragam pada PT X	93
4.2.2 Penerapan Analisis Laba Diferensial Dalam Pengambilan Keputusan Tetap Membeli Sebagian atau Memproduksi Seluruh Seragam pada PT X	98
4.2.3 Pengambilan Keputusan Tetap Membeli Sebagian atau Memproduksi Seluruh Seragam pada PT X	101
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	102
5.2 Saran	105
 DAFTAR PUSTAKA	 106
 LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Biaya Bahan Baku Total	25
Tabel 2.2	Laporan Laba Rugi PT X Periode 31 Agustus 2007	58
Tabel 3.1	Daftar Pelanggan Periode 1 Januari 2007 – 31 Agustus 2007	69
Tabel 4.1	Penggolongan Biaya Atas Dasar Fungsi-Fungsi Pokok Perusahaan Periode 1 Januari 2007 – 31 Agustus 2007	76
Tabel 4.2	Penggolongan Biaya Seragam SD dan Pramuka Ke Dalam Biaya Tetap, Biaya Variabel dan Biaya Semivariabel Periode 1 Januari 2007 – 31 Agustus 2007	77
Tabel 4.3	Harga Pokok Pembelian Seragam SD dan Pramuka Periode 1 Januari 2007 – 31 Agustus 2007	78
Tabel 4.4	Biaya Iklan dan Volume Penjualan Seragam SD dan Pramuka Periode 1 Januari 2007 – 31 Agustus 2007	79
Tabel 4.5	Biaya Air, Listrik, Telepon dan Volume Penjualan Seragam SD, Pramuka Periode 1 Januari 2007 – 31 Agustus 2007	81
Tabel 4.6	Biaya Pemeliharaan Kantor dan Penjualan Seragam SD dan Pramuka Periode 1 Januari 2007 – 31 Agustus 2007	83
Tabel 4.7	Biaya Pemeliharaan, Perawatan Kendaraan dan Penjualan Seragam SD dan Pramuka Periode 1 Januari 2007 – 31 Agustus 2007	85

Tabel 4.8 Hasil Pemisahan Biaya Tetap dan Biaya Variabel dari Biaya Semivariabel Seragam SD dan Pramuka	
Periode 1 Januari 2007 – 31 Agustus 2007	88
Tabel 4.9 Anggaran PT X Perincian Volume Produksi dan Biaya	
Bahan Baku	89
Tabel 4.10 Anggaran PT X Perincian Volume Produksi dan Biaya	
Tenaga Kerja Langsung	90
Tabel 4.11 Anggaran PT X Perincian Volume Produksi dan Biaya	
Overhead Pabrik	90
Tabel 4.12 Perincian Biaya Produksi Per Stel Seragam SD dan Pramuka	
Periode 1 Januari 2007 – 31 Agustus 2007	92
Tabel 4.13 Analisis Biaya Relevan Keputusan Membeli atau Memproduksi	
Seragam SD	96
Tabel 4.14 Analisis Biaya Relevan Keputusan Membeli atau Memproduksi	
Seragam Pramuka SD dan SMP	96
Tabel 4.15 Analisis Biaya Relevan Keputusan Membeli atau Memproduksi	
Seragam Pramuka SMU	97
Tabel 4.16 Pendapatan Seragam SD dan Pramuka	
Periode 1 Januari 2007 – 31 Agustus 2007	98
Tabel 4.17 Analisis Laba Diferensial Harga Pokok Pembelian dari	
Seragam SD dan Pramuka yang Terjual	99
Tabel 4.18 Analisis Laba Diferensial Harga Pokok Produksi dari	
Seragam SD dan Pramuka yang Terjual	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Bagan Penyusunan Biaya Relevan	8
Gambar 2.1	Biaya Variabel Total	25
Gambar 2.2	Biaya Variabel Per Unit	26
Gambar 2.3	Grafik Biaya Semi Variabel	29
Gambar 2.4	Grafik Biaya Penanganan Bahan Baku dan Jumlah Perpindahan	32
Gambar 3.1	Struktur Organisasi PT X	64