

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Akuntansi Manajemen

Akuntansi manajerial menyediakan informasi ekonomi dan keuangan untuk manajer dan pengguna internal lainnya (Weygand *et al.* 2020). Menurut Bhimani *et al.* (2023) akuntansi manajemen adalah alat yang digunakan manajer untuk mengambil keputusan. Sistem ini mengumpulkan dan menganalisis data, baik yang bersifat keuangan maupun non-keuangan, lalu menyajikannya dalam laporan yang terstruktur. Tujuannya adalah untuk membantu manajer menjalankan strategi dan mencapai target perusahaan. Dengan kata lain, akuntansi manajemen berfungsi sebagai bagian integral dari sistem kontrol internal perusahaan untuk memastikan semua aktivitas sejalan dengan tujuan organisasi.

2.1.1. Sistem Informasi Akuntansi Manajemen

Informasi yang dibutuhkan untuk memenuhi tujuan manajemen tertentu tersedia melalui sistem informasi akuntansi manajemen (Hansen dan Mowen, 2009). Dalam sistem informasi akuntansi manajemen, inti dari proses terdiri dari pengumpulan, pengukuran, penyimpanan, analisis, pelaporan, dan pengelolaan informasi. Sistem memproses data ekonomi untuk menghasilkan keluaran yang memenuhi tujuan sistem. Keluaran ini dapat mencakup laporan kinerja, anggaran, laporan khusus, biaya produk, biaya pelanggan, dan bahkan komunikasi pribadi. Tiga tujuan umum dimiliki oleh sistem akuntansi manajemen antara lain:

- a. Menyediakan informasi untuk perencanaan, pengendalian, pengevaluasian, dan perbaikan berkelanjutan.

- b. Menyediakan informasi yang digunakan untuk menghitung biaya jasa, produk, atau barang lainnya yang ditetapkan oleh manajemen.
- c. Menyediakan informasi untuk pengambilan keputusan.

Ketiga tujuan ini menunjukkan bahwa manajer dan pengguna lainnya harus dapat mengakses dan menggunakan data akuntansi manajemen. Mereka dapat menemukan dan mengatasi masalah serta menilai kinerja dengan data akuntansi manajemen. Semua langkah dalam proses manajemen, termasuk perencanaan, pengendalian, dan pengambilan keputusan, bergantung pada informasi akuntansi. Selain itu, tidak hanya perusahaan manufaktur yang membutuhkan informasi ini; perusahaan perdagangan, jasa, dan nirlaba juga membutuhkannya.

2.1.2. Proses Manajemen

Menurut Hansen dan Mowen (2009) perencanaan, pengendalian, dan pengambilan keputusan adalah semua hal yang disebut sebagai proses manajemen, dan itu menjelaskan tugas-tugas yang dilakukan oleh manajer dan karyawan yang diberdayakan untuk melakukannya. Di bawah ini adalah rincian dari setiap proses manajemen yang diterapkan dalam sebuah perusahaan:

- a. Perencanaan

Perencanaan adalah rencana kegiatan manajemen untuk mencapai tujuan tertentu. Penetapan tujuan dan pengidentifikasian cara untuk mencapainya adalah bagian dari perencanaan. Rencana harus diterapkan dan dipantau oleh manajer dan pekerja untuk memastikan bahwa itu berjalan dengan baik.

- b. Pengendalian

Pengendalian adalah aktivitas yang dilakukan oleh manajer untuk memantau implementasi rencana dan melakukan perbaikan jika diperlukan. Umpan balik, juga dikenal sebagai umpan balik, adalah informasi yang dapat digunakan untuk mengevaluasi atau memperbaiki langkah-langkah yang diambil untuk melaksanakan suatu rencana. Dengan demikian, umpan balik biasanya digunakan untuk mencapai pengendalian.

c. Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan adalah proses memilih antara banyak pilihan. Perencanaan dan pengendalian merupakan komponen penting dari fungsi manajemen ini. Untuk membuat rencana, manajer harus membuat keputusan. Mereka harus memilih antara beberapa tujuan dan metode untuk mencapai tujuan tersebut. Anda hanya dapat memilih satu dari banyak opsi. Komentar terkait fungsi pengendalian dapat dibuat. Informasi yang memudahkan proses pengambilan keputusan adalah tujuan utama sistem informasi akuntansi manajemen.

2.2. Konsep Biaya

Menurut Brewer *et al.* (2023) manajemen menggunakan klasifikasi biaya yang berbeda untuk berbagai tujuan, termasuk merencanakan, mengendalikan, dan membuat keputusan. Akuntansi manajerial menyediakan informasi biaya yang diperlukan untuk memperkirakan biaya yang akan datang, membandingkan biaya yang sebenarnya dengan yang dianggarkan, menetapkan biaya ke segmen bisnis seperti lini produk, lokasi geografis, dan saluran distribusi, dan membandingkan biaya dengan pesaing.

2.2.1. Klasifikasi Biaya untuk Penentuan Objek Biaya

Untuk keperluan seperti penentuan harga, analisis profitabilitas, dan pengendalian pengeluaran, biaya perlu dialokasikan ke objek biaya (Brewer *et al.* 2023). Objek biaya adalah setiap entitas yang informasinya mengenai biaya diinginkan. Biaya diklasifikasikan sebagai biaya langsung atau biaya tidak langsung. Akuntan manajemen menggunakan berbagai metode untuk menetapkan biaya ini ke objek biaya (Datar & Rajan, 2021).

- a. Biaya langsung adalah biaya yang dapat dengan jelas dikaitkan dengan objek biaya yang spesifik.
- b. Biaya tidak langsung adalah biaya yang sulit atau tidak mungkin untuk dikaitkan secara langsung dengan objek biaya yang spesifik.

2.2.2. Klasifikasi Biaya untuk Akuntansi Biaya Perusahaan Manufaktur

- a. Biaya Produksi (*Manufacturing Costs*)

Sebagian besar perusahaan manufaktur memisahkan biaya produksi mereka menjadi dua kategori biaya langsung, yaitu bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung, serta satu kategori biaya tidak langsung, yaitu overhead pabrik.

- b. Biaya Non-Produksi (*Non-manufacturing Costs*)

Biaya non-produksi sering dibagi menjadi dua kategori, yaitu biaya penjualan dan biaya administrasi. Biaya penjualan mencakup semua biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan pesanan pelanggan dan mengirimkan produk jadi ke pelanggan. Sedangkan biaya administrasi mencakup semua biaya yang terkait dengan manajemen umum suatu organisasi, bukan dengan produksi atau penjualan. Perusahaan di

industri jasa dan banyak organisasi nirlaba juga terlibat dalam kegiatan produksi. Perbedaan utama antara organisasi-organisasi ini dengan perusahaan manufaktur adalah bahwa jasa dikonsumsi pada saat diproduksi, sementara produk manufaktur dapat disimpan sebagai inventaris atau persediaan.

2.2.3. Klasifikasi Biaya untuk Menyiapkan Laporan Keuangan

a. Biaya Produk (*Product Costs*)

Biaya produk melekat pada produk saat dibeli atau diproduksi, dan tetap melekat pada produk tersebut selama berada dalam persediaan menunggu penjualan. Bagi perusahaan manufaktur, biaya produk mencakup bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, dan overhead pabrik.

b. Biaya Periode (*Period Costs*)

Biaya periode mencakup semua biaya yang bukan biaya produk. Semua biaya penjualan dan administrasi diperlakukan sebagai biaya periode.

2.2.4. Klasifikasi Biaya untuk Memprediksi Perilaku Biaya

Perilaku biaya mengacu pada bagaimana suatu biaya bereaksi terhadap perubahan tingkat aktivitas. Bagian ini mendefinisikan tiga jenis perilaku biaya—variabel, tetap, dan campuran.

a. Biaya Variabel (*Variable Cost*)

Biaya variabel berubah, secara total, sebanding langsung dengan perubahan tingkat aktivitas. Contoh umum biaya variabel meliputi harga pokok penjualan untuk perusahaan dagang; bahan baku langsung; tenaga kerja langsung; elemen variabel dari overhead pabrik.

b. Biaya Tetap (*Fixed Cost*)

Biaya tetap tetap konstan, secara total, terlepas dari perubahan tingkat aktivitas. Overhead pabrik biasanya mencakup berbagai biaya tetap seperti penyusutan, asuransi, pajak properti, sewa, dan gaji pengawas.

c. Biaya Campuran (*Mixed Costs*)

Biaya campuran mengandung elemen biaya variabel dan tetap. Biaya campuran juga dikenal sebagai biaya semi-variabel.

2.2.5. Klasifikasi Biaya untuk Pengambilan Keputusan

a. Biaya Relevan

Biaya relevan adalah biaya-biaya di masa depan yang akan berbeda tergantung pada opsi yang dipilih.

1) *Differential Cost*

Differential cost adalah biaya masa depan yang nilainya berubah antara dua opsi yang berbeda. Istilah ini mencakup baik peningkatan biaya (*incremental cost*) maupun penurunan biaya (*decremental cost*).

2) *Opportunity Cost*

Opportunity cost adalah nilai dari keuntungan yang hilang ketika memilih satu opsi daripada opsi lainnya. Biaya ini biasanya tidak tercatat dalam laporan keuangan, tetapi sangat penting untuk dipertimbangkan dalam setiap keputusan yang diambil oleh manajer.

b. Biaya Tidak Relevan

Biaya yang sudah dikeluarkan di masa lalu atau yang sudah pasti akan dikeluarkan di masa depan tidak relevan dalam pengambilan keputusan saat ini. Biaya tersebut disebut *sunk cost*, karena nilainya akan tetap sama terlepas dari opsi yang dipilih. Begitu pula, biaya yang belum dikeluarkan tetapi nilainya akan sama di semua opsi juga tidak relevan.

2.3. Laporan Laba Rugi Segmen

Segmen adalah subunit dari suatu perusahaan yang cukup penting dalam pembuatan laporan kinerja (Hansen dan Mowen, 2009). Segmen bisa berupa divisi, departemen, lini produk, kelompok pelanggan, dan lain-lain. Dalam laporan laba rugi segmen, beban dibagi menjadi beban tetap langsung dan beban tetap bersama. Pembagian ini menunjukkan biaya yang dapat dikendalikan dan biaya yang tak dapat dikendalikan, dan meningkatkan kemampuan manajer untuk menilai bagaimana setiap segmen mempengaruhi kinerja perusahaan secara keseluruhan.

- a. Beban tetap langsung adalah beban tetap yang dapat ditelusuri secara langsung ke suatu segmen. Beban ini kadang-kadang disebut sebagai beban tetap yang dapat dihindari, atau beban tetap yang dapat ditelusuri, karena beban ini akan hilang jika segmen ditutup atau dihapus.
- b. Beban tetap bersama merupakan beban tetap yang disebabkan oleh dua atau lebih segmen secara bersamaan. Beban ini tidak akan hilang jika salah satu segmen dihapus. Bahkan ketika salah satu segmen dihapus, beban ini masih ada.

Menurut Brewer *et al.* (2023) untuk menyusun laporan laba rugi yang memisahkan kinerja setiap segmen, perlu mengurangi biaya variabel masing-masing segmen dari total penjualannya. Hasil pengurangan ini disebut margin

kontribusi. Margin kontribusi ini memberikan gambaran tentang bagaimana perubahan penjualan unit akan memengaruhi laba, asalkan kapasitas segmen dan biaya tetapnya tidak berubah.

Untuk mengetahui seberapa menguntungkan suatu segmen bisnis dalam jangka waktu yang lama, maka menggunakan margin segmen. Margin ini diperoleh dengan mengurangi biaya tetap yang dapat dilacak ke masing-masing segmen dari margin kontribusi mereka, sehingga memberikan gambaran mengenai laba yang tersisa setelah segmen tersebut membayar semua biaya operasionalnya.

