

## **Analisis Pengambilan Keputusan Penjualan Dengan Menggunakan Metode Biaya Relevan pada Bumblebee Future**

**Author**

Sudirman

**Email**

[sudydirman@gmail.com](mailto:sudydirman@gmail.com)

**Afiliasi**

*Institute Bisnis dan Keuangan Nitro Makassar*

*Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk memberikan analisis terhadap pengambilan keputusan tetap membeli barang clothing untuk dijual, atau memproduksi sendiri barang clothing lalu dijual sendiri pada Bumblebee Future. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Tempat penelitian pada Bumblebee Future (CV. Astri), yang bertempat di Makassar, Sulawesi Selatan. Waktu penelitian dilaksanakan pada Januari 2020. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini dengan menggunakan metode biaya relevan menunjukkan bahwa sangatlah relevan bagi perusahaan untuk melakukan ekspansi dengan memproduksi sendiri produk dagangannya disbanding membeli produk lalu menjualnya, karena laba yang diperoleh ketika memproduksi sendiri produk dagangan berada pada titik positif atau diatas dari laba yang diperoleh ketika membeli produk dagangan dari produsen lain untuk dijual.*

***Kata Kunci: Pengembangan Bisnis, Biaya Relevan, Pengambilan Keputusan***

### **Pendahuluan**

Dunia bisnis di era revolusi 4.0 saat ini mengharuskan perusahaan untuk bersaing secara kompetitif, apalagi telah banyak tersedia teknologi canggih yang memudahkan setiap perusahaan untuk berinovasi terhadap produk yang di produksinya. Dimana kondisi ini mutlak dan tidak dapat dihindari bagi para pelaku usaha seperti yang diungkapkan oleh founder and executive chairman of the world economic forum, Prof. Klaus Schwab sekaligus orang yang pertama kali memperkenalkan era revolusi 4.0 dalam bukunya tersebut menjelaskan bahwa era revolusi 4.0 akan mengubah sebagian hidup manusia. Revolusi ini melahirkan super komputer, kendaraan tanpa pengemudi, robot pintar dan dunia digital yang serba otomatis lainnya.

Perusahaan harus mampu melahirkan strategi untuk transformasi dan inovasi untuk menghadapi persaingan. Selain inovasi, peta perjalanan usaha harus sudah dimiliki perusahaan sebelum berjalan, sehingga arah dan tujuan perusahaan bisa lebih terarah dan jelas. Sukses tidaknya perusahaan tergantung pada manajemen, bagaimana manajemen mampu mencapai tujuan dari rencana jangka pendek maupun jangka panjangnya. Hal ini tidak terlepas dari pengambilan keputusan strategis, karena kesuksesan masa yang akan datang yang diliputi ketidakpastian berawal dari pengambilan keputusan yang tepat, baik itu pengambilan keputusan terhadap rencana yang ada, maupun pengambilan keputusan yang sifatnya taktis.

Pengambilan keputusan selalu menyangkut masa yang akan datang, sehingga relevansi dari setiap data yang ada sangat diperlukan. Pihak perusahaan harus mampu memprediksi kondisi masa yang akan datang, baik itu menyangkut biaya, keuntungan yang bisa dicapai kedepan dengan melihat kondisi sosial masyarakat saat ini yang merupakan konsumen dari produk yang diproduksi juga dampak dari adanya fenomena alam yang terjadi, seperti yang terjadi saat ini, dimana pengaruh dari pandemic COVID-19 sangat mempengaruhi pertumbuhan ekonomi perusahaan kedepan. Apalagi era sekarang ini ditengah wabah virus korona (COVID-19) ketidakpastian dunia usaha sangat

memerlukan perhitungan yang matang, sehingga produktivitas perusahaan tetap terjaga, jadi tidak ada istilah mengalah pada keadaan.

Untuk membantu perusahaan dalam melakukan analisis dan perhitungan terhadap kemungkinan yang terjadi kedepan terhadap pertumbuhan perusahaan, dimana ketika perusahaan dihadapkan pada dua alternatif atau lebih, salah satu metode perhitungan atau analisis yang digunakan adalah perhitungan biaya relevan (*relevant cost*). Metode ini akan sangat membantu ketika terdapat dua pilihan, seperti membeli lalu menjual suatu produk atau ekspansi usaha dengan memproduksi sendiri produk tersebut lalu menjualnya. Tentu pilihan tersebut merupakan pilihan yang sulit ketika tidak didasari pada perhitungan dan perencanaan yang matang guna pengambilan keputusan. Tetapi dengan penerapan biaya relevan perusahaan akan mempunyai pilihan yang lebih tepat guna pengambilan keputusan. Dimana diketahui bahwa biaya relevan (*relevant cost*) adalah biaya yang akan terjadi dimasa mendatang dan berbeda diantara berbagai alternative keputusan (Sodikin; 2015:27).

Seperti yang dialami oleh salah satu perusahaan dagang yang bergerang di bisnis clothing, Bumblebee Future. Saat ini hanya mengandalkan produksi dari pihak kedua untuk kemudian dijual kembali. Dan saat ini berniat untuk ekspansi usaha dengan memproduksi sendiri barang – barang clothing untuk dijual sendiri, tentu untuk memulai produksi diperlukan peralatan produksi, tenaga kerja dan bahan baku, dengan adanya kebutuhan peralatan, tenaga kerja dan bahan baku tadi tentu alokasi biaya akan tinggi di sektor produksi, berbeda dengan ketika hanya memesan barang dari pihak kedua biaya yang muncul hanya biaya pembelian barang dan pengiriman. Tentu kedua alternatif tadi punya kelebihan dan kekurangan masing – masing, dengan munculnya dua kemungkinan pilihan maka perlu dilakukan analisa terhadap berbagai pilihan alternatif, apakah ekspansi usaha itu baik atau dengan membeli barang untuk dijual saja itu lebih baik. Untuk memberikan gambaran kelayakan dalam melakukan ekspansi bisnis maka digunakan pendekatan biaya relevan (*relevant cost*) sebagai alat ukur dalam pengambilan keputusan.

### ***Pengklasifikasian Biaya***

Salah satu tujuan utama system manajemen baiya adalah perhitungan biaya pokok produk untuk pelaporan keuangan eksternnal. Garisso, Noreen, Brewer (2013) menyatakan biaya dikategorikan kedalam dua klasifikasi umum biaya diantaranya:

1. Biaya Produksi (biaya manufaktur), Sebagian besar perusahaan manufaktur membagi biaya produksi kedalam tiga kategori besar:
  - I. Bahan baku dimana bahan baku dibagi dua kategori lagi yaitu bahan baku langsung dan bahan baku tidak langsung. Bahan baku langsung (*direct material*) adalah bahan baku yang menjadi bagian utama dari produk jadi dimana biayanya dapat ditelusuri dengan mudah ke produk. Bahan baku tidak langsung (*indirect material*) dimasukkan kedalam overhead pabrik yang akan dibahas di penjelasan mengenai overhead pabrik.
  - II. Tenaga kerja, sama halnya bahan baku, tenaga kerja langsung dikategorikan menjadi dua yaitu tenaga kerja langsung dan tenaga kerja tidak langsung. Tenaga kerja langsung (*direct labor*) merupakan biaya tenaga kerja yang dapat ditelusuri dengan mudah ke masing – masing unit produksi. Tenaga kerja tidak langsung (*indirect labor*) tenaga kerja yang tidak dapat ditelusuri langsung ke produk, untuk membebarkannya maka biaya tenaga kerja tidak langsung dimasukkan dalam biaya overhead pabrik.
  - III. Overhead Pabrik (*manufacturing overhead*) merupakan elemen ketiga dari biaya produksi yang mencakup seluruh biaya produksi yang tidak termasuk dalam bahan langsung dan tenaga kerja langsung. Missal biaya bahan tidak langsung dan tenaga kerja langsung ; pemeliharaan dan perbaikan peralatan produksi ; listrik, pajak property, depresiasi dan asuransi fasilitas produksi. Biaya seperti litrik, gas, pajak dan depresiasi juga dikeluarkan oleh bagian administrasi dan penjualan tetapi untuk kegiatan yang tidak berhubungan dengan daerah produksi (*manufacturing*).

2. Biaya Non Produksi, biaya non produksi umumnya dibagi atas dua kategori yaitu biaya penjualan dan administrasi dimana:
  - I. Biaya Penjualan (selling cost) mencakup semua biaya yang diperlukan untuk menangani pesanan pelanggan. Biaya-biaya tersebut kadang disebut pemerolehan pesanan (order-getting) dan pemenuhan pesanan (order-filling).
  - II. Biaya Administrasi (administrative cost) meliputi semua biaya yang berhubungan dengan manajemen umum organisasi bukan berhubungan dengan produksi atau penjualan.

### ***Biaya Utama dan Biaya Konversi***

Kombinasi dari berbagai biaya produksi mengarah pada konsep biaya utama dan konversi, Biaya utama (prime cost) adalah jumlah dari biaya bahan langsung dan tenaga kerja langsung. Biaya konversi (conversion cost) adalah jumlah dari biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead. Dalam perusahaan manufaktur, biaya konversi bisa diinterpretasikan sebagai biaya untuk mengonversi bahan baku menjadi produk akhir.

#### **Harga pokok Produksi**

Harga pokok produksi (cost of goods manufactured) mencerminkan total biaya barang yang diselesaikan selama periode berjalan. Biaya yang hanya dibebankan pada barang yang diselesaikan adalah biaya manufaktur dari bahan langsung, tenaga kerja langsung dan overhead.

Total biaya manufaktur yang bertambah selama periode produksi ditambahkan ke biaya manufaktur pada barang dalam proses awal yang menghasilkan total biaya manufaktur. Kemudian, biaya pada barang dalam proses akhir dikurangi dari total biaya manufaktur untuk mendapatkan harga pokok produksi.

Barang dalam proses (work in process) terdiri atas semua unit yang telah diselesaikan Sebagian dalam produksi pada titik waktu tertentu. Barang dalam proses awal terdiri atas unit yang diselesaikan Sebagian dan telah ada pada awal periode. Sedangkan, barang dalam proses akhir adalah unit yang telah diselesaikan Sebagian pada akhir periode.

#### **Biaya Relevan**

Hansen, Mowen (2009: 7) menyatakan bahwa biaya relevan adalah biaya masa depan yang berbeda pada setiap alternatif yang ada. Krismiaji, Aryani, Y Anni (2002 : 206) adalah biaya masa yang akan datang (future cost) yang berbeda besarnya pada berbagai alternatif. Seluruh keputusan berhubungan dengan masa yang akan datang, oleh karena itu, hanya biaya masa mendatang saja yang relevan bagi sebuah keputusan. Untuk dapat disebut biaya relevan, sebuah biaya tidak hanya berhubungan dengan masa yang akan datang, namun biaya tersebut harus berbeda dari satu alternatif ke alternatif lain.

Pengidentifikasi biaya relevan hanya merupakan sebagian besar dari proses pembuatan keputusan yang harus dilakukan oleh seorang manajer. Secara keseluruhan, proses pembuatan keputusan melibatkan tahapan – tahapan berikut:

1. Mengidentifikasi dan mendefinisikan persoalan yang timbul.
2. Mengidentifikasi berbagai alternatif kemungkinan penyelesaian persoalan, dan mengeliminasi alternatif yang tidak layak atau feasible.
3. Mengidentifikasi manfaat dan pengorbanan untuk setiap alternatif yang feasible. Klasifikasikan manfaat dan biaya tersebut ke dalam kelompok manfaat relevan dan manfaat tidak relevan, dan eliminasi manfaat yang tidak relevan.
4. Mengumpulkan data pendukung tentang seluruh biaya dan manfaat relevan dan pastikan data tersebut terjadi pada periode atau rentang waktu yang sama.
5. Jumlahkan seluruh biaya relevan dan manfaat relevan untuk setiap alternatif.
6. Pilih alternatif terbaik, yaitu alternatif yang menghasilkan manfaat terbesar dan pengorbanan (biaya) terkecil (least cost most benefit).

### **Faktor – Faktor Kualitatif**

Meskipun analisis biaya relevan memainkan peran penting dalam pembuatan keputusan, namun analisis ini memiliki berbagai keterbatasan. Informasi biaya relevan tidak mencakup seluruh informasi. Untuk membuat keputusan, manajer membutuhkan informasi lain. Sebagai contoh, alternatif membeli lebih murah disbanding membuat, sehingga alternatif membeli direkomendasikan untuk dipilih. Namun, keputusan final bisa saja berbeda dari rekomendasi yang ada, karena keputusan tersebut tidak hanya dibuat atas dasar hasil analisis saja, namun juga memperhitungkan faktor-faktor lain.

Analisis biaya relevan dapat dan seharusnya hanya dipandang sebagai salah satu input bagi keputusan final. Sejumlah faktor kualitatif dapat berpengaruh secara signifikan terhadap pembuatan keputusan oleh manajer. Jadi manajer sejatinya selain mempertimbangkan faktor kuantitatif juga penting untuk memperhatikan faktor kualitatif yang ada.

Sebagai contoh faktor kualitatif, kualitas produk yang akan dibeli dari luar, keandalan pasokan barang, kestabilan harga dalam tahun-tahun mendatang, hubungan tenaga kerja dan sebagainya. Jika kualitas komponendari luar lebih rendah disbanding komponen buatan sendiri, maka keuntungan kuantitatif tidak ada gunanya, dan dapat saja diabaikan.

Dengan kenyataan diatas, muncul pertanyaan: bagaimana seharusnya memperlakukan faktor-faktor kualitatif dalam proses pembuatan keputusan? Pertama, faktor tersebut harus diidentifikasi. Kedua, pembuatan keputusan harus mencoba mengkuantifikasikannya. Seringkali faktor kualitatif sulit dikuantifikasi. Sebagai contoh, daya andal pemasok dapat dikuatifikasi dengan cara menghitung jumlah hari keterlambatan pasokan dikalikan biaya tenaga kerja selama pabrik tidak beroperasi (karena tidak ada pasokan bahan baku atau komponen). Ketiga, faktor-faktor yang benar kualitatif, seperti pengaruh keterlambatan pemenuhan order terhadap hubungan dengan para pelanggan, harus dipertimbangkan dalam tahap akhir model pembuatan keputusan, yaitu tahap pemilihan alternatif yang menghasilkan manfaat terbesar.

#### **Jenis Persoalan Manajerial Berkaitan dengan Biaya Relevan**

Analisis biaya relevan dapat memberikan manfaat dalam penyelesaian berbagai macam persoalan manajerial. Ada berbagai macam persoalan bisnis untuk pengembangan dan pengambilan keputusan perusahaan, dimana untuk melakukan hal tersebut perlu ada kajian dan perhitungan yang matang. Krismiaji, Aryani, Y Anni (2002: 212-226) Jenis persoalan manajerial seperti berikut:

- a. Keputusan membeli atau membuat sendiri sebuah komponen
- b. Menghentikan atau melanjutkan produksi produk tertentu
- c. Keputusan menerima atau menolak keputusan khusus
- d. Keputusan untuk menjual atau memproses lebih lanjut suatu produk
- e. Keputusan bauran produk

### **Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Dimana metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang bersifat sistematis dan menggunakan model yang bersifat matematis. Kaitannya dengan penelitian ini adalah bagaimana biaya relevan digunakan sebagai bahan perbandingan dalam mengambil keputusan memproduksi sendiri produk jualan atau membeli lalu menjualnya.

Tempat penelitian pada Bumblebee Future (CV. Astri), yang bertempat di makassar, sulawesi selatan. Waktu penelitian dilaksanakan pada Januari 2020.

Prosedur Penelitian dengan melakukan Kunjungan langsung ke objek penelitian, Wawancara, Pengumpulan data-data yang diperlukan yang berkaitan dengan inti penelitian dan Mengelola data-data yang diperoleh untuk menjadi hasil penelitian.

Jenis Data menurut Sugiyono (2015) menyatakan bahwa jenis data terbagi atas dua yakni data kualitatif dan data kuantitatif serta sumber data dalam penelitian yang digunakan yakni: Data primer dan data sekunder.

### Hasil Penelitian dan Pembahasan

Mengembangkan kinerja perusahaan tidak lepas dari pengambilan keputusan yang tepat. Begitu pula pengambilan keputusan guna pengembangan kinerja perusahaan yang awalnya hanya memesan produk sesuai selera dan keinginan untuk dijual, menjadi memproduksi sendiri produk tersebut mulai dari masih menjadi bahan baku hingga menjadi barang jadi untuk dijual, maka penggunaan perhitungan biaya relevan sangat dibutuhkan guna pengambilan keputusan yang relevan dan tepat untuk perusahaan.

Kita menggunakan laporan laba rugi untuk satu tahun terakhir saat perusahaan masih menjual barang jadi seperti baju kaos, sweater dan celana yang akan kita buat perbandingan laporan laba ruginya ketika perusahaan memutuskan untuk memproduksi sendiri barang dagangan tadi untuk dijual lagi. Dimana Ketika perusahaan menginginkan untuk melakukan produksi sendiri barang dagangan untuk dijual sendiri, perusahaan akan menjadi CV. Astri (Bumblebee Future).

*Tabel 1. Laporan Laba Rugi ketika perusahaan memutuskan membeli barang jadi untuk dijual*

Bumblebee Future			
Laporan Laba Rugi			
31 Desember 2019			
Pendapatan Penjualan			
Penjualan		Rp	984.000.000
Diskon Penjualan	Rp	120.000.000	
Penjualan Bersih		Rp	846.000.000
Harga Pokok Penjualan		Rp	528.000.000
Laba Kotor		Rp	336.000.000
Beban Operasi:			
Beban Penjualan:			
	Rp	54.000.000	
Beban Operasi			
	Rp	30.000.000	
	Rp	6.000.000	
	Rp	3.000.000	
<b>Total Beban Operasi</b>		Rp	93.000.000
<b>Laba Bersih</b>		<b>Rp</b>	<b>243.000.000</b>

*Sumber: Laporan Laba Rugi Bumblebee Future tahun 2019*

Pada tabel 1 menunjukkan perusahaan mengalami laba pada tahun 2018 sebesar Rp 243.000.000, dimana penjualan untuk seluruh produk selama setahun adalah 4.800 pcs, dimana dibagi atas 2.400 pcs baju kaos, 1.200 pcs sweater dan 1.200 pcs celana.

Tabel 2. Laporan HPP tahun 2021 ketika perusahaan memutuskan untuk memproduksi sendiri barang dagangan untuk dijual sendiri

BUMBLEBEE FUTURE (CV ASTRI)			
LAPORAN HARGA POKOK PRODUKSI			
31 DESEMBER 2021			
Bahan Baku			
	Pembelian Bahan Baku Langsung	Rp 74.400.000	
	Pembelian Bahan Baku Tidak Langsung	Rp 12.000.000	
	Total Bahan Baku		Rp 86.400.000
Tenaga Kerja Langsung			Rp 205.200.000
Biaya Overhad			
	Biaya Penyusutan Mesin	Rp 45.600.000	
	Biaya Penyusutan Peralatan	Rp 695.000	
	Biaya Listrik	Rp 900.000	
	Total Biaya Overhead		Rp 47.195.000
Harga Pokok Produksi			Rp 338.795.000

Sumber: Data CV Astri (Bumblebee Future) tahun 2021

Pada tabel 2 menunjukkan besaran harga pokok produksi untuk produksi produk sebanyak 4.800 pcs, kita asumsikan di tahun 2021 perusahaan memproduksi sebanyak produk yang terjual pada tahun 2019. Dimana HPP untuk tahun 2021 adalah Rp 338.795.000.

Tabel 3. Laporan Laba Rugi CV. Astri jika perusahaan memutuskan untuk memproduksi sendiri barang dagangan untuk dijual sendiri

Bumblebee Future (CV Astri)			
Laporan Laba Rugi			
31 Desember 2021			
Pendapatan Penjualan			
	Penjualan		Rp 984.000.000
	Retur Penjualan	Rp 24.000.000	
	Diskon Penjualan	Rp 120.000.000	
Pendapatan Penjualan Bersih			Rp 840.000.000
Harga Pokok Produksi			Rp 338.795.000
Beban Operasi :			
Beban Penjualan :			
	Beban gaji		Rp 21.600.000
Beban Operasi			
	Beban Lain - Lain		Rp 12.000.000
Laba Bersih			Rp 467.605.000

Sumber: Data CV Astri tahun 2021

Pada tabel 3 menunjukkan perusahaan memperoleh laba sebesar 467.605.000 jika perusahaan memutuskan untuk memproduksi sendiri barang dagangan yang akan dijual, dengan asumsi unit yang terjual setahun pada tahun 2021 sama dengan unit yang terjual pada tahun 2019.

Selanjutnya melakukan perbandingan laba diperoleh Ketika membeli barang dagangan untuk dijual dengan memproduksi sendiri barang dagangan yang akan dijual.

*Tabel 4. Perbandingan selisih Laba yang diperoleh Ketika membeli lalu menjual barang dagangan dengan memproduksi sendiri barang dagangan untuk dijual sendiri*

Laporan Laba Rugi				
31 Desember 2020				
Pendapatan Penjualan		Membeli Lalu Menjual	Produksi Lalu Menjual	Selisih Laba
	Penjualan	Rp 984.000.000	Rp 984.000.000	
	Dikurang: Retur Penjualan		Rp 24.000.000	
	Diskon Penjualan	Rp 120.000.000	Rp 120.000.000	
Pendapatan Penjualan Bersih		Rp 864.000.000	Rp 840.000.000	
Harga Pokok Penjualan/Produksi		Rp 528.000.000	Rp 338.795.000	
Beban Operasi:				
	Beban Penjualan:			
	Beban gaji	Rp 54.000.000	Rp 75.600.000	
	Beban Operasi:			
	Sewa Toko	Rp 30.000.000	Rp 30.000.000	
	Listrik	Rp 6.000.000	Rp 6.000.000	
	Beban Lain - Lain	Rp 3.000.000	Rp 12.000.000	
Laba Bersih		Rp 243.000.000	Rp 377.605.000	Rp 134.605.000

Sumber: CV. Astri tahun 2020

Pada tabel 4 menunjukkan bahwa terdapat selisih laba, dimana laba yang dihasilkan ketika perusahaan memutuskan untuk memproduksi sendiri barang dagangan lebih besar Rp 134.605.000 dibanding membeli barang dagangan untuk dijual Kembali.

### Pembahasan

Merujuk pada tujuan penelitian ini adalah analisis dalam pengambilan keputusan perusahaan dimana tetap membeli produk clothing di pihak lain atau memproduksi sendiri produk tersebut untuk dijual sendiri, penelitian ini diharapkan bisa memberikan gambaran bagi manajemen untuk pengambilan keputusan yang relevan guna masa depan perusahaan yang lebih baik.

Melakukan inovasi yang baik dan tepat memang merupakan tugas dan tanggung jawab manajemen agar eksistensi perusahaan bisa tetap berada pada koridor yang tepat, jadi untuk menjaga hal tersebut maka ketepatan pengambilan keputusan merupakan hal yang sangat penting dan tidak

dapat diindahkan. Bumblebee Future (CV Astri) sangatlah tepat ketika menjadikan metode biaya relevan sebagai alat analisis guna pengambilan keputusan tepat.

Maka setelah melakukan perbandingan dengan merujuk pada metode relevan cost, antara membeli produk dagangan lalu kemudian menjualnya ataukah memproduksi sendiri produk dagangan untuk dijual sendiri diperoleh hasil atau rujukan yang menunjukkan bahwa sangatlah relevan ketika perusahaan memutuskan untuk ekspansi usaha dengan membuat pabrik produksi untuk produk dagangan yang akan dijual, karena terdapat selisih yang positif antara memproduksi lalu menjual dengan membeli lalu menjual produk dagangan,

Dengan besaran selisih Rp 134.605.000, hal tersebut merupakan gambaran bahwa sangatlah relevan bagi perusahaan untuk memproduksi sendiri barang dagangan yang akan dijual disbanding membeli atau memesan ke pihak lain untuk kemudian dijual. Bahkan laba yang dihasilkan bisa lebih besar lagi ketika menjadi produsen untuk bahan clothing bisa saja perusahaan menambah kapasitas produksinya dengan membuka outlet atau cabang took di daerah lain yang akan berdampak pada peningkatan penjualan. Perusahaan juga bisa menerima pesanan khusus untuk berbagai macam permintaan clothing dari pihak lain.

Seperti yang telah dibahas sebelumnya bahwa faktor kualitatif juga tidak bisa dikesampingkan dalam penelitian ini, banyak faktor teoritis yang bisa mempengaruhi peningkatan pendapatan atau laba ketika perusahaan memilih untuk melakukan ekspansi, seperti permintaan akan produksi dari pihak lain berupa produksi baju wisuda, baju PDH dan atribut partai untuk kepentingan kampanye dan politik. Perusahaan juga bisa menawarkan ke setiap outlet clothing yang ada untuk diproduksi produknya dengan memberikan jaminan kualitas produk yang tidak kalah dengan tempat lama outlet tersebut membeli produk, atau bisa juga mendatangi kantor – kantor untuk menawarkan produksi baju atau celana dinas kantor, baju atau celana untuk keperluan event.

## **Kesimpulan dan Saran**

Perusahaan menggunakan metode biaya relevan untuk melihat apakah ketika memproduksi sendiri produk dagangan untuk dijual sendiri dapat menghasilkan laba yang positif disbanding dengan membeli produk dagangan untuk dijual. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini dengan menggunakan metode biaya relevan menunjukkan bahwa sangatlah relevan bagi perusahaan untuk melakukan ekspansi dengan memproduksi sendiri produk dagangannya disbanding membeli produk lalu menjualnya, karena laba yang diperoleh ketika memproduksi sendiri produk dagangan berada pada titik positif atau diatas dari laba yang diperoleh ketika membeli produk dagangan dari produsen lain untuk dijual.

## **Saran**

Sangat diharapkan bagi perusahaan untuk membuka pabrik produksi bahan clothing sendiri, karena akan menambah laba yang dihasilkan perusahaan apalagi ketika perusahaan membuka outlet kedua maupun ketiga di daerah lain, juga apabila bisa mendapatkan pesanan khusus dari pihak lain.

## **Referensi**

Aryani Anni Y. Krismiaji. 2011. Akuntansi Manajemen. Edisi Dua. Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN. Yogyakarta.

- Ashoer, Muhammad, Haerdiansyah Syahnur, and Imaduddin Murdifin. 2019. "Bagaimana Gaya Hidup Mempengaruhi Keputusan Pembelian Tiket Online?" *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis* 20(1):52–65.
- Brewer. Norren, garrison. 2013. *Akuntansi Manajerial (Manajerial Accounting)*. Edisi Empat Belas. Salemba Empat. Jakarta
- Carter C. William. 2009. *Akuntansi Biaya (Cost Accounting)*. Edisi Empat Belas. Salemba Empat. Jakarta.
- Hansen R. Don. Mowen M. Maryanne. 2012. *Akuntansi Manajerial (Manajerial Accounting)*. Edisi Delapan. Salemba Empat. Jakarta
- Hansen R. Don. Mowen M. Maryanne. 1999. *Akuntansi Manajemen*. Edisi Empat, Erlangga. Ciracas, Jakarta.
- Putra, A. H. P. K., M. Ashoer, Akmal Abdullah, Ali Muhtasom, Ida Farida, and Arfiyany Guntur. 2019. "The Determinant of SME's Performance: The Main Role of Leadership Strategy, Knowledge, and Business Orientation." Pp. 430–34 in *Proceedings of the 1st International Conference on Life, Innovation, Change and Knowledge (CLICK 2018)*. Atlantis Press
- Resve M. James, Warren S. Carl, Duchac E. Jonathan, Wahyuni Tri Ersa, Soepriyanto Gatot, Jusuf Abadi Amir, Djakman D. Chaerul. 2009. *Pengantar Akuntans Adaptasi Indonesia*. Salemba Empat. Jakarta

<https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-akuntansi/>