

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1.Latar Belakang Penelitian**

Dalam era globalisasi yang ditunjang dengan kemajuan teknologi serta perkembangan dunia usaha yang semakin pesat, mengakibatkan persaingan bisnis semakin ketat dimana para pelaku usaha harus memiliki strategi yang tepat untuk dapat bertahan dalam persaingan usaha yang ada saat ini. Persaingan dalam dunia usaha tidak hanya dialami oleh para pelaku usaha yang bergerak dalam bidang industri manufaktur tetapi juga dialami oleh para pelaku usaha yang bergerak dalam bidang jasa. Saat ini semakin banyak perusahaan jasa yang didirikan, seperti jasa travel, jasa rumah sakit, jasa penyewaan kendaraan, jasa pencucian pakaian, dan lainnya. Setiap jenis usaha yang ada memiliki karakteristik yang berbeda-beda bagi setiap konsumen tergantung dengan kebutuhan yang diperlukan, namun setiap jenis usaha yang ada memiliki kesamaan tujuan, yaitu untuk memaksimalkan laba, dimana untuk mendapatkan laba, perusahaan berusaha untuk mendapatkan konsumen sebanyak-banyaknya agar laba yang telah ditetapkan sebelumnya dapat tercapai.

Setiap jenis usaha yang menyediakan layanan jasa, dituntut untuk memberikan pelayanan terbaik bagi konsumen pengguna jasa, karena perusahaan yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa, hasilnya tidak bisa dinilai secara langsung seperti perusahaan yang bergerak dalam bidang manufaktur yang menghasilkan produk yang hasilnya dapat dilihat secara langsung oleh konsumen. Penilaian konsumen terhadap pelayanan jasa suatu perusahaan

biasanya bersifat subjektif karena penilaian antara satu konsumen dengan konsumen lainnya akan menghasilkan penilaian yang berbeda. Penilaian konsumen terhadap kualitas suatu perusahaan yang memberikan pelayanan jasa yang baik dapat dinilai dari harga yang ditawarkan kepada konsumen, sikap serta perilaku karyawan atas konsumen, serta umpan balik yang diterima oleh konsumen atas pelayanan jasa yang diberikan. Untuk itulah, setiap perusahaan, tidak hanya perusahaan yang bergerak dalam industri manufaktur tetapi juga perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa, dituntut untuk memberikan kualitas yang terbaik untuk konsumen yang ada sehingga akan berakibat terhadap peningkatan laba yang dapat diperoleh suatu perusahaan.

Untuk mendapatkan laba yang diperoleh suatu perusahaan, dibutuhkan konsumen sebagai pengguna produk atau layanan suatu perusahaan. Untuk menarik konsumen atas suatu produk yang dihasilkan oleh perusahaan, diperlukan usaha untuk menarik minat serta daya tarik bagi konsumen. Salah satu yang dapat menjadi media informasi untuk menyampaikan suatu maksud kepada konsumen adalah melalui media iklan. Media iklan merupakan salah satu sarana bagi suatu perusahaan untuk meningkatkan laba atas penjualan produk yang dihasilkan. Media iklan dipergunakan oleh masyarakat sebagai media atas kebutuhan informasi bagi masyarakat. Media informasi yang saat ini banyak dipakai oleh masyarakat adalah berupa media televisi, namun saat ini masih banyak masyarakat yang menggunakan media radio sebagai salah satu media untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan.

Media iklan dapat digunakan sebagai sarana untuk menarik konsumen karena melalui iklan maka suatu perusahaan melakukan komunikasi kepada konsumen

secara tidak langsung untuk memperkenalkan produk yang telah dihasilkan maupun jenis jasa yang ditawarkan oleh suatu perusahaan yang bergerak dalam industri jasa. Suatu perusahaan memilih untuk melakukan promosi terhadap suatu produk melalui iklan dapat melalui beberapa pertimbangan, baik melalui media televisi maupun media radio. Perusahaan dapat memasang iklan untuk suatu produk yang dihasilkan melalui media radio dengan pertimbangan segmentasi pendengar yang juga merupakan kebutuhan pendengar itu sendiri.

PT. MAESTRO merupakan suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang penyiaran radio. Perusahaan ini memproduksi jasa berupa iklan yang memiliki keragaman dalam segi durasi waktu penayangan. Iklan yang merupakan kebutuhan untuk menunjang keuangan sebuah stasiun radio ini sangat penting sekali. Namun sangat tidak mudah bagi hampir semua stasiun radio dapat memperoleh iklan dengan mudah. Hal ini dikarenakan persaingan radio-radio yang terkadang tidak sehat dalam menentukan harga jual iklan, sehingga radio-radio yang memiliki harga jual iklan lebih tinggi sangat jarang mendapatkan iklan<sup>1</sup>. Persaingan radio saat ini semakin ketat, sehingga pengelola media siaran radio harus benar-benar memahami dan mengenali ekspektasi atau apa yang diinginkan para pendengar. Selain itu, pengelola radio juga harus memperbaiki kualitas audio, baik audio teknologi maupun audio yang berasal dari intonasi penyiar. Harga iklan juga harus kompetitif berdasarkan jumlah pendengar yang dimiliki radio tersebut. Jika pendengar banyak, bisa saja harga jual iklan mahal,

---

<sup>1</sup> <http://www.radiosaw986.com/home/2010/04/iklan-dan-persaingan/>

tetapi kalau ternyata pendengar sedikit, maka harus kompetitif sesuai dengan jumlah pendengar<sup>2</sup>.

Sistem akuntansi biaya yang bersifat tradisional tidak bisa mengakomodasi kebutuhan biaya suatu perusahaan yang memiliki produk yang beragam karena banyak penggerak biaya yang tidak berhubungan dengan produk yang diproduksi. Sistem akuntansi biaya yang bersifat tradisional saat ini telah usang bahkan tidak ada manfaatnya lagi. Informasi biaya produk yang jauh lebih akurat dan lebih bermanfaat diperlukan oleh manajemen untuk memungkinkan mereka meningkatkan kualitas, produktivitas, dan mengurangi biaya (Mulyadi, 2003:20). Sistem biaya yang bersifat konvensional membebaskan biaya dari bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung ke produk dengan menggunakan penelusuran langsung (*direct tracing*). Biaya overhead, di lain pihak menggunakan penelusuran penggerak (*driver tracing*) dan alokasi (*allocation*). Penelusuran langsung (*direct tracing*) merupakan metode yang paling akurat karena metode ini bergantung pada hubungan sebab akibat yang dapat diamati secara fisik. Penelusuran penggerak (*driver tracing*), dalam hal keakuratan pembebanan biaya, mengikuti penelusuran langsung (*direct tracing*). Penelusuran penggerak (*driver tracing*) bergantung pada faktor sebab akibat, yaitu penggerak, untuk membebaskan biaya ke objek biaya. Keakuratan penelusuran penggerak (*driver tracing*) tergantung pada kualitas hubungan sebab akibat yang digambarkan oleh penggerak. Pengidentifikasian penggerak dan penilaian kualitas dari hubungan sebab akibat, jauh lebih besar biayanya dibandingkan dengan penelusuran langsung (*direct tracing*) atau alokasi (*allocation*). Salah satu keunggulan alokasi

---

<sup>2</sup> <http://monitoringclub.org/persaingan-radio-makin-ketat/>

(*allocation*) adalah kemudahan dan rendahnya biaya implementasi. Akan tetapi, alokasi (*allocation*) adalah metode yang tingkat keakuratan pembebanan biayanya paling rendah, dan penggunaannya harus seminimal mungkin (sedapat mungkin dihindari). (Hansen dan Mowen, 2004:45-46). Dalam sistem biaya yang bersifat konvensional cenderung menekankan alokasi (*allocation*) yang mengabaikan hubungan sebab akibat sedangkan untuk sistem biaya berdasarkan aktivitas lebih menekankan pada penelusuran langsung (*direct tracing*) dan penelusuran penggerak (*driver tracing*).

Secara spesifik, perhitungan biaya yang bersifat konvensional menggunakan penggerak aktivitas tingkat unit untuk membebankan biaya overhead ke produk. Penggerak aktivitas tingkat unit adalah faktor yang menyebabkan perubahan dalam biaya seiring dengan perubahan jumlah unit yang diproduksi. Penggunaan hanya penggerak berdasarkan unit untuk membebankan biaya overhead ke produk memiliki asumsi bahwa overhead yang dipakai produk berkorelasi tinggi dengan jumlah unit yang diproduksi. Bagi biaya overhead yang memiliki asumsi ini, pembebanan berdasarkan unit berhubungan dengan penelusuran penggerak (*driver tracing*); untuk biaya overhead yang tidak sesuai dengan asumsi, pembebanan biaya merupakan suatu proses alokasi (Hansen dan Mowen, 2004:142). Dengan demikian, sistem akuntansi biaya yang bersifat tradisional tidak lagi menyajikan gambaran biaya yang akurat karena dalam membebankan biaya overhead ke produk terdapat biaya yang tidak langsung berhubungan dengan unit yang produksi sehingga membutuhkan penggerak aktivitas tingkat non unit untuk menghasilkan gambaran biaya yang lebih jelas.

Untuk mengatasi kelemahan yang terdapat pada sistem biaya yang bersifat tradisional maka terdapat suatu konsep baru dalam pengelolaan biaya produksi. Konsep ini disebut dengan sistem biaya berdasarkan aktivitas yang menyediakan informasi strategi yang relevan untuk keperluan penilaian profitabilitas produk jangka panjang dan lini produk serta mendorong manajer untuk mengevaluasi pekerjaan di dalam aktivitas organisasi (Sinta Setiana, 2006). Sistem biaya berdasarkan aktivitas menggunakan aktivitas sebagai basis penggolongan biaya untuk menghasilkan biaya aktivitas. Biaya aktivitas ini dimanfaatkan untuk menyediakan informasi bagi anggota perusahaan dan memberdayakan anggota dalam melaksanakan pengurangan biaya melalui pengelolaan berdasarkan aktivitas. Sistem biaya berdasarkan aktivitas membebankan biaya aktivitas ke produk atau jasa berdasarkan konsumsi produk atau jasa atas aktivitas, sehingga dapat menghasilkan informasi biaya produk yang akurat (Mulyadi, 2003:20).

Dengan demikian maka, penentuan biaya yang bersifat konvensional dapat dikatakan tidak bisa digunakan lagi bagi perusahaan yang menghasilkan produk yang beragam karena pembebanan biaya yang dilakukan lebih cenderung alokasi (*allocation*) yang cenderung mengabaikan hubungan sebab akibat antara biaya dan objek biaya sehingga menimbulkan ketidakakuratan dalam perhitungan biaya. Selain itu, sistem biaya yang bersifat konvensional menggunakan penggerak aktivitas tingkat unit untuk membebankan biaya overhead ke produk, namun dalam melakukan proses produksi terkadang terdapat biaya overhead yang tidak langsung berhubungan dengan unit yang diproduksi, sehingga hal ini akan menimbulkan distorsi biaya yang dapat membuat kerugian bagi perusahaan. Oleh karena itu dibutuhkan suatu sistem biaya yang dapat menyelesaikan

permasalahan ketidakakuratan perhitungan dan pembebanan biaya, yaitu sistem biaya berdasarkan aktivitas akan menghasilkan perhitungan biaya yang lebih akurat karena memakai penggerak aktivitas tingkat non unit untuk membebankan biaya overhead ke produk serta menggunakan penelusuran langsung (*direct tracing*) dan penelusuran penggerak (*driver tracing*) yang menekankan hubungan sebab akibat. Keakuratan dalam perhitungan dan pembebanan biaya akan menghasilkan informasi biaya yang lebih relevan serta dapat digunakan untuk pengambilan keputusan yang lebih baik dan tepat.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada PT. MAESTRO dengan judul:

**Perbandingan Sistem Biaya Konvensional dan Sistem Biaya Berdasarkan Aktivitas Untuk Perhitungan Biaya Iklan (Studi Kasus Pada PT. MAESTRO)**

*(Comparison of Conventional Cost System and Activity Based Costing System to Calculate The Cost of Advertising (Case Study On PT. MAESTRO))*

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Informasi tentang berbagai biaya yang terjadi dalam suatu perusahaan sangat penting artinya dalam pengambilan keputusan yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan. Dengan kata lain informasi yang akurat mutlak diperlukan supaya pengambilan keputusan yang dilakukan oleh pihak manajemen tidak salah arah. Informasi yang akurasinya rendah dapat mengakibatkan manajemen mengambil keputusan yang tidak tepat, dan pada

akhirnya akan merugikan perusahaan secara keseluruhan. Supaya dapat menghasilkan informasi-informasi biaya yang akurat dan relevan, maka dalam memproses semua data-data biaya perusahaan diperlukan metode yang tepat. Metode yang digunakan oleh perusahaan dapat berupa pemilihan metode pembebanan biaya yang dianggap tepat dan relevan untuk menyelesaikan permasalahan biaya yang dihadapi oleh perusahaan. Sistem biaya yang digunakan oleh perusahaan dapat dievaluasi untuk menentukan apakah sistem biaya yang ada saat ini masih relevan untuk digunakan dan tidak menimbulkan kerugian bagi perusahaan. Informasi biaya yang tidak akurat dapat disebabkan karena sistem biaya yang dimiliki oleh perusahaan sudah tidak mencukupi kebutuhan biaya perusahaan sehingga memerlukan sistem biaya yang bisa memperbaiki keakuratan perhitungan biaya produk. Sistem biaya berdasarkan aktivitas bertujuan untuk meningkatkan ketepatan biaya produk dan jasa dengan menggolongkan biaya berdasarkan aktivitas yang dilakukan untuk menghasilkan produk. Konsep biaya berdasarkan aktivitas dilandasi oleh logika berpikir bahwa untuk menghasilkan produk diperlukan aktivitas, dan untuk melakukan aktivitas diperlukan biaya.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis mengidentifikasi beberapa masalah pokok yang akan mendasari penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana perusahaan dapat menghasilkan perhitungan biaya yang lebih akurat agar dapat digunakan untuk pengambilan keputusan?
2. Apakah terdapat perbedaan besarnya biaya produk iklan dengan menggunakan sistem biaya yang bersifat tradisional dan sistem biaya berdasarkan aktivitas?

### **1.3.Tujuan Penelitian**

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk menghasilkan perhitungan biaya yang lebih akurat dengan menggunakan sistem biaya berdasarkan aktivitas yang nantinya dapat digunakan oleh perusahaan untuk pengambilan keputusan yang tepat.
2. Untuk membuat, menghitung, serta membandingkan model sistem biaya konvensional dan model sistem biaya berdasarkan aktivitas.

### **1.4.Kegunaan Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, diantaranya bagi:

1. Bagi perusahaan

Dapat memberikan informasi mengenai konsep sistem biaya berdasarkan aktivitas yang memiliki peran untuk menghasilkan perhitungan biaya yang lebih akurat serta dapat digunakan untuk pengambilan keputusan.

2. Bagi akademisi

Bagi para akademisi, diharapkan penerapan sistem biaya berdasarkan aktivitas dapat dijadikan sebagai salah satu contoh yang dipakai dalam perkuliahan dalam hal perusahaan jasa, dimana saat ini perusahaan jasa masih jarang digunakan sebagai pembelajaran jika dibandingkan dengan perusahaan manufaktur maupun perusahaan dagang.

3. Bagi penelitian selanjutnya

Penelitian diharapkan dapat menjadi perbandingan sekaligus menerapkan teori yang diperoleh mengenai sistem biaya berdasarkan aktivitas selama menjalankan studi, serta diharapkan dapat menambah referensi mengenai kasus-kasus sejenis yang ada dalam praktik.