

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Berdasarkan Tempo (2014), setidaknya 2,2 hingga 2,5 juta ton kacang kedelai diperlukan untuk mencukupi kebutuhan berbagai macam produk kedelai seperti tahu, tempe, dan kecap - namun hanya 700 ribu ton saja yang dapat diproduksi oleh petani kedelai lokal. Akibatnya terjadi kelangkaan keledai sebagai bahan baku utama pembuatan kecap yang berujung pada kenaikan harga jual kedelai lokal. (<http://www.tempo.co/read/news/2014/01/31/090549777/Perajin-Tahu-Kualitas-Kedelai-Lokal-Bagus-Tapi> diakses tanggal 25 Oktober 2014).

Kacang kedelai merupakan salah satu bahan baku utama pembuatan kecap namun kelangkaan kedelai lokal mengakibatkan harga bahan baku utama ini melonjak dari tahun ke tahunnya. Pasokan kedelai lokal dari beberapa petani daerah tidak mampu mencukupi kebutuhan masyarakat Indonesia tidak hanya untuk memproduksi kecap tetapi juga untuk memproduksi berbagai macam produk kedelai lainnya seperti tempe, tahu, dll. Mengutip dari Tempo (2012) – salah satu media berita digital terpercaya di Indonesia, pada Januari tahun 2012 yang lalu harga eceran kedelai berkisar hanya Rp 5.500 hingga Rp 5.600 per kilogram namun di pertengahan Juli harga kedelai lokal sudah mencapai Rp 8.000 per kilogram. (<http://www.tempo.co/read/news/2012/07/24/092418906/Inilah-Penyebab-Kenaikan-Harga-Kedelai> diakses tanggal 25 Oktober 2014).

Bahkan di tahun 2013 menurut berita yang dilansir Tempo (2013) – harga kedelai di tahun 2013 merupakan harga tertinggi dalam sejarah Indonesia yaitu berkisar Rp 8.600 hingga Rp 10.000 per kilogram. Pada awal Juli tahun 2013, harga beli dari petani mencapai Rp 7.450, kemudian pada bulan Agustus tahun 2013 harga naik menjadi Rp 7.700. Pada akhir Agustus harga melambung menjadi Rp 9000 hingga Rp 10.000. Harga yang tidak stabil yang cenderung terus melonjak mengakibatkan biaya produksi untuk bahan baku menjadi tidak stabil sementara biaya produksi yang lain tetap sama – hal ini berujung pada menipisnya keuntungan yang diperoleh perusahaan untuk lini merek tertentu.

(<http://www.tempo.co/read/news/2013/09/05/092510706/Harga-Kedelai-Saat-Ini-Tertinggi-dalam-Sejarah> diakses tanggal 25 Oktober 2014)

Perusahaan kecap “Ayam Jago” yang terletak di Lingkungan Pakuwon No. 62, Majalengka – merupakan perusahaan yang memproduksi dan menjual kecap kemasan botol berukuran kecil dan besar. Perusahaan ini memiliki anak merek dengan produk sejenis yaitu kecap dengan merek “Kambing”. Sejak tahun 2013 laba yang di dapat dari anak merek tersebut mengalami penurunan. Penurunan laba tersebut disebabkan karena naiknya harga bahan baku dan tenaga kerja. Oleh sebab itu, manajer perlu mengambil keputusan apakah produksi anak merek tersebut harus dihentikan atau tetap diproduksi.

Disamping kenaikan harga bahan baku, persaingan pasar menjadi salah satu tantangan bagi perusahaan untuk menjaga kelangsungan usaha. Persaingan usaha yang semakin ketat menuntut perusahaan untuk terus berupaya meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan yang dapat meningkatkan laba. Menurut Arifin (2007:48) laba yang diperoleh perusahaan dapat juga dipengaruhi oleh volume serta

biaya, dimana volume produk yang dijual akan mempengaruhi harga jual dari produk. Untuk mencapai laba yang diinginkan, perusahaan harus memiliki manajemen yang baik. Dengan berbagai macam alternatif dan permasalahan yang ada, seorang manajer dituntut untuk dapat membuat keputusan taktis.

Pengambilan keputusan pada hakekatnya merupakan perumusan masalah yang ada, analisis konsekuensi setiap alternatif baik yang bersifat kuantitatif maupun non-kuantitatif, perbandingan konsekuensi setiap alternatif, sehingga dapat dipilih keputusan yang terbaik (Supriyono, 2001). Keputusan yang optimal dapat dikatakan keputusan yang dapat memberikan keuntungan yang paling maksimal dari berbagai alternatif yang ada bagi perusahaan, oleh karena itu manajemen membutuhkan akuntansi diferensial sebagai salah satu alat pengambil keputusan (Muhammad Gade, 2005).

Menurut Mulyadi (2001:116) suatu biaya disebut biaya relevan jika biaya tersebut berhubungan dengan tujuan perekayasaan biaya tersebut. Dari beberapa definisi menurut Hansen dan Mowen (2009:636), Garrison dkk. (2003:586), juga Edmonds dkk. (2000:146) dan Horngren dkk. (2012:393) dapat dikatakan bahwa biaya relevan merupakan biaya yang diharapkan di masa yang akan datang yang berbeda di antara berbagai alternatif yang ada.

Penelitian yang dilakukan oleh Ika Neni Kristanti (2010) menunjukkan bahwa hasil perhitungan dengan menggunakan biaya relevan pada Perusahaan Kecap Cap “Bakso Sate” menyarankan perusahaan untuk tetap melanjutkan produk kecap kemasan plastik karena jika produk tersebut dihentikan maka perusahaan akan

mengalami kerugian yang lebih besar dibandingkan dengan kerugian yang didapat jika produk tersebut dilanjutkan.

Ardyanto Wibowo dan H. Andre Purwanugraha (2013) melakukan penelitian tentang analisa biaya relevan untuk pengambilan keputusan mempertahankan atau menghentikan segmen perusahaan pada CV Podo Kumpul. Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, kesimpulan penelitian ini adalah keputusan perusahaan menghentikan segmen produksi makanan ringan potato tidak tepat. Hasil perhitungan laba rugi berdasarkan biaya variabel menunjukkan segmen margin makanan ringan potato bernilai positif. Berdasarkan hal tersebut maka pihak perusahaan seharusnya tetap mempertahankan produksi makanan ringan potato.

Mohammad Mazibar Rahman dan Saiful Islam (2014) mengungkapkan bahwa perhitungan biaya relevan di perusahaan kain "H.R. Fashion" membantu perusahaan untuk memutuskan apakah produk Y harus dilepas atau tetap dilanjutkan. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa perusahaan akan mengalami kerugian yang lebih besar jika produksi produk Y dihentikan.

Sachchidanand Pachori dan Karunesh (2012) melakukan penelitian pada PT Man Truck dengan menggunakan perhitungan biaya relevan untuk pengambilan keputusan melepas atau mempertahankan mobil truk B. Hasil penelitian tersebut menunjukkan jika PT Man Truck melepaskan mobil truk B maka PT tersebut akan memberikan kerugian.

Mihaela Tulvinschi (2010) mengungkapkan bahwa perhitungan biaya relevan pada sebuah perusahaan mebel "X" membantu perusahaan memutuskan untuk tetap memproduksi produk A.

Berdasarkan uraian di atas, penulis merasa tertarik untuk mengadakan penelitian tentang biaya relevan dengan mengambil judul sebagai berikut **“Analisis Biaya Relevan untuk Pengambilan Keputusan Melepas atau Mempertahankan Lini Produk pada Perusahaan Kecap “Ayam Jago””**.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perhitungan biaya relevan pada kasus perusahaan kecap “Ayam Jago”?
2. Bagaimana mengaplikasikan perhitungan biaya relevan pada perusahaan kecap “Ayam Jago” dan pengaruhnya terhadap keputusan manajer?

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk memberi model perhitungan biaya relevan pada kasus perusahaan kecap “Ayam Jago”.
2. Untuk mengetahui bagaimana metode perhitungan biaya relevan diaplikasikan pada kasus menghentikan atau melanjutkan produk tertentu pada perusahaan kecap “Ayam Jago” dan pengaruhnya terhadap keputusan manajer.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Penulis berharap agar penulisan ilmiah ini dapat bermanfaat bagi perusahaan untuk mengambil suatu keputusan menghentikan atau melanjutkan produk tertentu dengan menggunakan sistem biaya relevan.

2. Bagi Penulis

Penulis dapat mengetahui penerapan biaya relevan untuk mengambil suatu keputusan menghentikan atau melanjutkan produk tertentu.

3. Bagi Pembaca Umum

Manfaat akademisi dari penulisan ini adalah untuk menambah pengetahuan bagi pembaca tentang materi apa saja yang disajikan penulis.

4. Bagi Perusahaan Lain yang Sejenis

Dapat digunakan sebagai masukan untuk mengambil suatu keputusan menghentikan atau melanjutkan produk tertentu dengan menggunakan sistem biaya relevan.