

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Globalisasi menghadapkan pelaku bisnis pada berbagai tantangan yang semakin ketat, namun di sisi lain globalisasi juga memberikan peluang bagi pelaku bisnis untuk bertumbuh dan berkembang sehingga memiliki daya saing yang semakin kuat. Pada era global batas-batas negara semakin kabur, bahkan cenderung mengarah pada dunia tanpa batas. Pada dasarnya globalisasi merupakan suatu proses dimana orang-orang diseluruh dunia menjadi semakin terkait dalam semua segi kehidupan mereka baik budaya, ekonomi, politik, teknologi dan lingkungan.

Terjadinya globalisasi didorong oleh faktor kemajuan dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi. Kemajuan dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi membuat perubahan-perubahan dalam lingkungan bisnis, misalnya banyak perusahaan yang menggunakan komputer dalam memantau dan mengendalikan proses operasinya, sehingga kegiatan perusahaan dapat berjalan dengan efektif dan efisien. Selain perubahan dalam lingkungan bisnis, kemajuan dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi juga mengarah pada perluasan kegiatan operasi perusahaan.

Dengan adanya persaingan global tersebut maka pelaku bisnis dituntut untuk bersaing secara profesional dan bersikap lebih aktif, efektif serta sensitif terhadap kebutuhan pelanggan dan perubahan lingkungan yang terjadi.

Perusahaan juga harus memiliki strategi yang unik dalam menjalankan operasinya dan memasarkan atau mendistribusikan produknya.

Salah satu perusahaan yang harus memiliki strategi yang unik adalah perusahaan distribusi. Perusahaan distribusi memiliki peran penting dalam membantu mendistribusikan produk suatu perusahaan. Perusahaan distribusi adalah perusahaan yang kegiatan utamanya mendistribusikan produk kepada distributor kecil atau konsumen. Dengan adanya perusahaan distribusi maka mempermudah perusahaan dalam memasarkan dan mendistribusikan produknya. Pendistribusian yang baik akan memberikan nilai tambah bagi pelanggan. Penciptaan nilai tambah bagi pelanggan dapat menciptakan keunggulan kompetitif melalui dua cara, pertama menciptakan nilai bagi pelanggan yang lebih baik dengan biaya yang sama atau lebih rendah dari pesaing, dan yang kedua menciptakan nilai yang setara dengan biaya yang lebih rendah.

Dalam hal ini, pihak manajemen perlu mempersiapkan dan merencanakan strategi pendistribusian yang tepat agar mampu bersaing dan bertahan. Selain itu manajemen juga perlu mengetahui bagaimana caranya mengelompokkan biaya-biaya yang terjadi di dalam pendistribusian produk, sehingga dapat membantu manajer dalam meningkatkan efisiensi biaya dan laba perusahaan.

Salah satu metode perhitungan biaya yang dapat digunakan oleh perusahaan adalah *activity based costing*. *Activity based costing* merupakan perhitungan biaya dengan pertama-tama menelusuri biaya berdasar aktivitas, dan kemudian sampai ke produk atau pelanggan yang menggunakan aktivitas tersebut. *Activity based costing system* tidak hanya memberikan informasi tentang biaya

produk yang lebih akurat, tetapi juga memberikan informasi tentang biaya dan kinerja kegiatan dan sumber daya, selain itu sistem ini dapat menelusuri biaya secara tepat sampai ke obyek biayanya, seperti produk, pelanggan, dan saluran distribusi.

Dengan menggunakan *activity based costing system* perusahaan dapat mengetahui aktivitas mana saja yang memberikan nilai tambah bagi perusahaan. Sehingga memungkinkan bagi manajer perusahaan untuk meminimalisasikan biaya dan meningkatkan laba perusahaan.

Berdasarkan uraian tersebut, maka judul yang dipilih oleh penulis adalah sebagai berikut:

”Peran Activity Based Costing System dalam Menganalisis Profitabilitas Pelanggan untuk Meningkatkan Laba Perusahaan”.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang diatas, maka pokok masalah yang akan dibahas dalam skripsi ini dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Bagaimana perusahaan membebankan biaya selama ini?
2. Apakah metode perhitungan biaya yang digunakan oleh perusahaan saat ini telah memberikan informasi yang akurat mengenai profitabilitas pelanggan?
3. Sejauh mana peran *Activity Based Costing System* dalam menganalisis profitabilitas pelanggan untuk meningkatkan efisiensi biaya dan laba perusahaan?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana perusahaan membebankan biaya selama ini.
2. Untuk mengetahui Apakah metode perhitungan biaya yang digunakan oleh perusahaan saat ini telah memberikan informasi yang akurat mengenai profitabilitas pelanggan.
3. Untuk mengetahui sejauh mana peran *Activity based costing system* dalam menganalisis profitabilitas pelanggan untuk meningkatkan efisiensi biaya dan laba perusahaan.

1.4 Kegunaan Penelitian

Sesuai dengan maksud dan tujuan penelitian diatas, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, antara lain:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini berguna untuk menambah pemahaman mengenai penerapan teori yang selama ini dipelajari dalam kuliah pada dunia kerja yang sesungguhnya, dan untuk memenuhi suatu syarat dalam menempuh ujian sarjana guna mencapai gelar sarjana ekonomi jurusan akuntansi di Universitas Kristen Maranatha Bandung.

2. Bagi Perusahaan yang Diteliti

Agar hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan masukan bagi manajemen perusahaan dalam upaya meningkatkan efisiensi biaya dan laba perusahaan.

3. Bagi Pihak Lain

Diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan dan dapat menjadi bahan referensi khususnya untuk mengkaji topik-topik yang berkaitan dengan masalah yang dibahas dalam skripsi ini.

1.5 Kerangka Pemikiran

Globalisasi yang terjadi pada dunia bisnis sekarang ini menyebabkan lingkungan bisnis dan perekonomian berubah. Lingkungan bisnis yang berubah baik secara domestik maupun secara global menyebabkan persaingan bisnis yang semakin ketat. Dengan adanya persaingan tersebut maka perusahaan dituntut untuk membuat strategi yang tepat.

Penerapan strategi yang tepat dapat menciptakan keunggulan kompetitif dalam perusahaan, karena memungkinkan perusahaan untuk memperbaiki kualitas produk dan program-program perusahaan, meningkatkan nilai pelanggan, dan menurunkan biaya produksi melalui penciptaan skala ekonomis dan efisiensi alokasi sumber daya.

Strategi yang diterapkan dalam perusahaan mempengaruhi cara manajer dalam mengelola bisnis mereka untuk mencapai tingkat laba yang diinginkan perusahaan. Laba merupakan suatu ukuran yang sering digunakan dalam menilai

kinerja suatu perusahaan. Besar atau kecilnya laba yang diperoleh perusahaan dipengaruhi oleh besar kecilnya biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan.

Menurut Hilton, Maher dan Selto (2003, 32) pengertian biaya adalah sebagai berikut:

“Cost is the sacrifice made, usually measured by the resoucerces given up, to achieve a particular purpose.”

Biaya merupakan pengorbanan yang dikeluarkan untuk mendapatkan manfaat di masa depan. Semakin kecil biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan maka semakin besar laba yang dapat diperoleh perusahaan. Untuk itu manajemen perusahaan harus dapat mengendalikan tingkat biaya yang terjadi dalam operasi perusahaan. Untuk menghasilkan perhitungan biaya yang akurat manajemen harus dapat memainkan perannya dalam membebankan biaya pada obyek biayanya.

Menurut Hansen dan Mowen (2005, 35) yang dimaksud dengan obyek biaya adalah sebagai berikut:

” A cost object is any item such as a product, customer, departement, project, activity, and so on, for which costs are measured and assigned.”

Tujuan keakuratan dalam pembebanan biaya adalah untuk mengukur dan membebankan seakurat mungkin sumber daya yang dikonsumsi oleh objek biaya. Pembebanan biaya yang akurat dapat memperbaiki pengawasan manajerial dan ketepatan dalam proses pengambilan keputusan. Salah satu pendekatan yang digunakan dalam penghitungan biaya adalah perhitungan biaya berdasar aktivitas atau *Activity Based Costing System*.

Menurut Hilton, Maher dan Selto (2003,145) pengertian *Activity Based Costing System* sebagai berikut:

“Activity Based Costing (ABC) is a costing method that first assigns costs to activities and then to goods and services based on how much each good or service uses the activities.”

Activity Based Costing System didesain untuk berbagai tipe perusahaan baik perusahaan manufaktur maupun perusahaan jasa, dan menggunakan aktivitas sebagai basis untuk mengukur, mengklasifikasikan, mencatat, dan menyediakan biaya. Namun ada beberapa perbedaan antara perusahaan jasa dan manufaktur. Kegiatan dalam perusahaan manufaktur cenderung dilakukan dengan cara yang serupa dan keluarannya mudah ditentukan, sedangkan dalam perusahaan jasa kegiatan yang dilakukan cenderung berbeda dan keluarannya lebih sulit didefinisikan.

Activity Based Costing System meningkatkan keakuratan pengalokasian biaya dengan pertama-tama menelusuri biaya berdasar aktivitas, dan kemudian sampai ke produk atau pelanggan yang menggunakan aktivitas tersebut. *Activity Based Costing System* memberikan informasi tentang biaya dan kinerja kegiatan dan sumber daya, selain itu sistem ini dapat menelusuri biaya secara tepat sampai ke obyek biayanya, seperti produk, pelanggan, dan saluran distribusi.

Untuk menetapkan mengapa aktivitas tersebut dilakukan dan seberapa baik dilakukan, maka digunakan analisis nilai proses. Tujuannya untuk menemukan cara melakukan aktivitas yang diperlukan secara lebih efisien, dan menghapuskan aktivitas yang tidak memberikan nilai bagi pelanggan.

1.6 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif, yaitu suatu metode penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan dan membahas keadaan perusahaan berdasar fakta-fakta yang ada disertai analisis serta membandingkannya dengan teori-teori yang diperoleh melalui studi kepustakaan.

Untuk memperoleh data yang dibutuhkan, penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Penelitian Kepustakaan (*Literature Research*)

Penulis mempelajari literature-literatur untuk memperoleh data sekunder sebagai landasan teori yang akan dipergunakan sebagai dasar dan pedoman dalam melaksanakan penelitian.

2. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Penelitian ini dilakukan dengan cara mengadakan peninjauan secara langsung terhadap objek penelitian yang bersangkutan. Adapun pengumpulan data dilakukan melalui:

- a. Observasi

Yaitu teknik pengumpulan data dengan cara mengamati secara langsung objek penelitian.

- b. Wawancara

Yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan cara melakukan Tanya jawab antara penulis dengan para pemimpin, staf kompeten, yang bertanggung jawab dalam memberikan data dan keterangan.

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan pada PT Pekalipan Raharja yang berlokasi di Jalan Pekalipan No. 90 Cirebon, dan pengumpulan data dilakukan pada bulan November sampai dengan Desember 2007.