

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Semenjak krisis ekonomi 1998 banyak bidang industri, baik itu dari skala kecil maupun skala besar tidak beroperasi lagi. Setelah itu perekonomian di Indonesia berangsur-angsur membaik dan mengalami kemajuan. Berbagai macam bidang industri kembali muncul lagi dan meramaikan perdagangan di Indonesia. Salah satu bidang industri itu adalah industri pakaian. Industri pakaian merupakan industri yang terus-menerus berubah mengikuti perkembangan mode dunia. Hal ini mengakibatkan tingkat persaingan dalam industri pakaian semakin ketat. Pada industri pakaian di Indonesia masuknya produk-produk luar negeri dengan harga yang bersaing menambah ketatnya persaingan yang ada, sehingga para produsen saling bersaing dalam memproduksi berbagai macam barang atau produk baru yang diharapkan dapat terjual di pasaran sehingga pendapatan perusahaan semakin meningkat. Pada era modernisasi tahun 2011 ini, perusahaan berlomba-lomba untuk menarik konsumen sebagai pengguna, konsumen akan cenderung memiliki produk berdasarkan fungsi dengan harga murah tetapi dengan kualitas baik.

Dari sudut pandang perusahaan, perusahaan harus tetap mempertahankan laba sebagai tujuan utamanya. Untuk itu perusahaan harus memiliki *competitive advantage* dibandingkan dengan pesaing-pesaingnya. *Competitive advantage* dapat berupa kualitas produk yang melebihi pesaing, inovasi produk yang ditawarkan, dan harga yang lebih rendah dibandingkan pesaing. Untuk dapat memiliki harga jual

yang lebih rendah dibandingkan pesaing, faktor biaya memiliki pengaruh yang cukup besar. Dengan kata lain, perusahaan dituntut untuk menghasilkan produk berbiaya rendah dengan kualitas yang baik agar dapat mempertahankan eksistensinya.

Harga jual merupakan suatu faktor yang penting untuk menarik konsumen. Harga jual tidak boleh terlalu rendah agar dapat menutupi biaya yang sudah dikeluarkan perusahaan dan memberikan keuntungan sesuai target yang diinginkan perusahaan. Harga jual juga tidak boleh terlalu tinggi agar perusahaan dapat bertahan dari para pesaingnya. Penetapan harga jual tidak terlepas dari ketepatan penetapan harga pokok produksi.

Ketepatan perhitungan harga pokok produksi tergantung pada ketepatan pembebanan biaya. Perusahaan memerlukan suatu sistem akuntansi biaya yang baik dan memadai guna mencapai pengelolaan yang lebih efektif dalam semua bidang kegiatan perusahaan. Untuk itulah diperlukan suatu alat bantu manajemen dalam mengukur harga pokok produksi yaitu *Activity Based Costing (ABC)*. ABC merupakan pendekatan perhitungan biaya yang membebankan biaya sumber daya ke objek biaya seperti produk, jasa, atau pelanggan berdasarkan aktivitas yang dilakukan untuk objek biaya (Blocher, Stout, dan Cokins 2010:206)

Suatu perusahaan memerlukan suatu sistem akuntansi biaya yang baik dan memadai guna mencapai pengelolaan yang lebih efektif dalam semua bidang kegiatan perusahaan. Dengan digunakannya teknologi sebagai faktor utama dalam proses produksi, telah membuat fokus perhatian akan biaya bergeser dari biaya tenaga kerja langsung kearah biaya *overhead*. Biaya *overhead* menjadi elemen yang penting untuk diperhatikan lebih serius dibandingkan pada masa-masa sebelum diterapkannya modernisasi teknologi dalam produksi. Dengan modernisasi pada

produksi, berarti semakin banyak alat-alat bantu otomatis yang digunakan untuk memproses produk serta hanya diperlukan sedikit tenaga kerja manusia. Alat-alat canggih tersebut akan memerlukan biaya yang lebih besar untuk operasionalnya. Dengan demikian pendekatan biaya konvensional yang didasarkan pada volume akan memiliki distorsi yang bisa saja membuat keputusan jadi tidak tepat. Oleh karena itu diperlukan sistem pembebanan biaya yang tepat agar dihasilkan perhitungan yang akurat.

Tradisional Costing merupakan suatu metode untuk memberikan informasi biaya khususnya untuk pembebanan biaya terhadap *cost object* berdasarkan jumlah unit yang dihasilkan. Kaplan, Cooper, Johnson, Turney dan Goldratt mengembangkan pendekatan baru untuk informasi biaya, melalui organisasi-organisasi seperti *Consortium for Advanced Manufacturing International (CAM-I)*, *Institute of Management Accountants (IMA)*, dan *Society of Management Accountants of Canada (SMAC)* mengembangkan sistem biaya konvensional atau tradisional menjadi *Activity Based Costing*. Dalam sistem *Activity Based Costing* ini, fokus bukan lagi pada volume melainkan pada aktivitas.

Pemicu adanya suatu sistem pembiayaan yang baru ini adalah karena adanya kebutuhan perusahaan terhadap informasi yang akurat, relevan, dan jelas. Sistem *Activity Based Costing* ini merupakan suatu sistem pembiayaan baru yang dipandang mampu memenuhi kebutuhan pihak manajemen sekarang ini. Sistem ini memberikan solusi atas masalah-masalah yang ditimbulkan oleh sistem tradisional dengan cara objek yang memperoleh manfaat dari pelaksanaan suatu aktivitas tersebut.

Dengan *Activity Based Costing* hubungan antara biaya dan objek dari biaya tersebut dapat lebih digali untuk membantu meningkatkan keakuratan pembebanan

biaya. *Activity Based Costing* inipun menghubungkan antara akuntansi manajemen dengan pemasaran, *research & development*, produksi, distribusi, keuangan dan fungsi-fungsi bisnis lainnya. Hal ini disebabkan karena adanya suatu pendekatan yakni *value chain*, di mana dapat dilihat bahwa fungsi-fungsi tersebut saling berkaitan dan keputusan yang satu akan mempengaruhi keputusan yang lain.

CV Kharisma Advertising, Bandung merupakan objek penelitian yang akan dipilih penulis. Perusahaan ini bergerak di bidang industri manufaktur pembuatan pakaian. Dalam menjalankan kegiatan produksinya CV Kharisma Advertising banyak melakukan aktivitas yang berhubungan dengan pembuatan produk dan dalam melakukan perhitungan harga pokoknya pun CV Kharisma Advertising ini belum menggunakan *Activity Based Costing Method*, sehingga CV Kharisma Advertising ini cocok untuk menjadi objek penelitian.

Berdasarkan hal-hal yang telah dikemukakan sebelumnya, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai penerapan *Activity Based Costing* pada CV Kharisma Advertising dikaitkan dengan keakuratan pembebanan biaya, dengan judul **“PERANAN ACTIVITY BASED COSTING SEBAGAI ALAT BANTU MANAJEMEN DALAM MENENTUKAN HARGA POKOK PRODUK YANG LEBIH AKURAT DALAM CV. KHARISMA ADVERTISING”**

1.2 Perumusan Masalah

Banyak perusahaan masih menggunakan metode *traditional costing* dalam sistem pembebanan biaya karena sistem ini sudah cukup memenuhi kebutuhan pelaporan pada pihak eksternal serta penerapannya yang mudah dan murah. Akan tetapi untuk tujuan keakuratan maka terdapat metode lainnya yakni *Activity-Based Costing*, yang

membebankan biaya tidak langsung bukan hanya berdasarkan volume produk yang dihasilkan saja tetapi ada cara lain yang lebih akurat.

Berdasarkan hasil uraian yang telah dikemukakan, maka penulis mengidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana cara membebankan biaya produksi tidak langsung ke kelompok aktivitas?
2. Bagaimana perhitungan biaya produksi tidak langsung untuk setiap aktivitas?
3. Bagaimana cara untuk menghitung biaya produksi tidak langsung untuk produk baju kaos?
4. Bagaimana cara untuk menghitung biaya produksi tidak langsung untuk produk kemeja?
5. Bagaimana perhitungan harga pokok pada produk baju kaos dan kemeja dengan menggunakan *Activity-Based Costing*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yang dilakukan penulis adalah untuk:

1. Mengetahui bagaimana cara membebankan biaya produksi tidak langsung ke kelompok aktivitas.
2. Mengetahui bagaimana perhitungan biaya produksi tidak langsung untuk setiap aktivitas.
3. Mengetahui bagaimana cara untuk menghitung biaya produksi tidak langsung untuk produk baju kaos.
4. Mengetahui bagaimana cara untuk menghitung biaya produksi tidak langsung untuk produk kemeja.

5. Mengetahui bagaimana perhitungan harga pokok pada produk baju kaos dan kemeja dengan menggunakan *Activity-Based Costing*.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian yang dilakukan penulis sangat diharapkan untuk dapat memberikan banyak manfaat bagi beberapa pihak. Pihak-pihak tersebut antara lain:

1. Bagi Penulis

- a. Penelitian yang dilakukan oleh penulis dapat membantu penulis untuk dapat melakukan perbandingan atas teori-teori yang telah diperoleh di bangku perkuliahan dengan penerapannya di dunia nyata.

2. Bagi perusahaan yang menjadi objek penelitian

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang bisa dijadikan bahan pertimbangan untuk menggunakan sistem pembebanan yang lebih akurat sehingga perusahaan tidak salah dalam melakukan pembebanan biaya.
- b. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan masukan kepada manajer dalam pengambilan keputusan manajer secara umum dan keputusan biaya secara khusus.

1.5 Sistematika Pembahasan

Bab I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika pembahasan.

Bab II : LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN

Dalam bab ini berisi penjelasan mengenai akuntansi manajemen, biaya, sistem pembebanan biaya, *traditional costing*, *activity based costing*.

Bab III: METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini diuraikan mengenai metode yang digunakan dalam penelitian, yang memuat tentang pemilihan objek dan gambaran umum dari objek penelitian seperti sejarah perusahaan serta informasi-informasi lain yang berhubungan dengan perusahaan, teknik pengumpulan data dan teknik pengolahan data yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini.

Bab IV: HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini diuraikan tentang dampak pemakaian perhitungan *Activity Based Costing* dalam perusahaan dalam menentukan harga pokok produksi.

Bab V : KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini dibahas mengenai kesimpulan atau hasil analisis dan pembahasan serta saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi peningkatan kinerja perusahaan.