

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Globalisasi, satu kata yang menjadi topik di berbagai belahan dunia dalam beberapa tahun terakhir. Globalisasi menuntut setiap individu maupun kelompok agar dapat mengikuti alur perubahan yang terjadi untuk tetap bertahan. Globalisasi membuat hubungan sosial dan rasa saling ketergantungan yang tanpa batas. Globalisasi membuat aturan-aturan yang berlaku secara universal. Globalisasi, satu kata yang memberi pengaruh besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia akuntansi manajemen.

Globalisasi menuntut setiap akuntan manajemen dapat menyediakan informasi yang lebih akurat dan tepat waktu untuk membantu manajemen dalam mengambil keputusan. Salah satu informasi yang disediakan oleh akuntan manajemen adalah mengenai perhitungan harga pokok produk yang lebih akurat. Dengan penyediaan informasi mengenai harga pokok produk yang lebih akurat, perusahaan dapat menentukan harga jual yang bersaing dengan produk atau jasa lainnya. Tetapi perlu diingat, harga pokok produk yang murah juga harus bisa memberikan kualitas produk yang memuaskan sehingga dapat menarik perhatian konsumen untuk membelinya karena mempunyai harga jual dan kualitas produk yang bersaing dengan produk lain.

Untuk dapat memenuhi keinginan konsumen dengan harga jual dan kualitas produk yang bersaing, akuntansi manajemen diharapkan terus melakukan perbaikan

(*improvement*) dalam siklus hidup (*life cycle*) produk. Akuntansi manajemen mempunyai berbagai metode yang dapat digunakan dalam memberikan kepuasan bagi perusahaan. Satu metode yang selalu menuntut akuntansi manajemen untuk terus menerus melakukan perbaikan (*improvement*), yaitu *activity-based costing*.

Activity-based costing system merupakan suatu metode pelekatan kos berdasarkan aktivitas, kos yang telah teralokasi berdasarkan aktivitas inilah yang akan dilekatkan pada produk, jasa, atau konsumen. Pelekatan kos pada *activity-based costing* dilakukan dengan berbagai aktivitas pemicu (*activity drivers*), maka aktivitas harus diklasifikasikan menjadi *unit level activities*, *batch level activities*, *product sustaining activities*, dan *facility sustaining activities*. Pembagian ke dalam beberapa kelompok memudahkan dalam perhitungan kos produk karena kos-kos dari aktivitas memiliki tingkat keterkaitan berbeda dengan tipe aktivitas pemicu (*activity driver*) (Hansen dan Mowen 2006:142).

Activity-based costing dapat mengidentifikasi aktivitas penambah nilai (*value-added activity*) dan juga aktivitas bukan penambah nilai (*non-value-added activity*) untuk dapat melakukan peningkatan (*improvement*) dengan mengeliminasi pembebanan aktivitas bukan penambah nilai (*non-value-added activity*) pada konsumen, sehingga memberikan informasi yang lebih akurat dalam pembebanan biaya pada setiap produk atau jasa yang dihasilkan agar tidak terlalu mahal (*overcosted*) dan tidak terlalu murah (*undercosted*).

Activity-based costing telah dipakai hampir di seluruh perusahaan-perusahaan Amerika, berbeda dengan kondisi perusahaan-perusahaan Indonesia yang masih banyak menerapkan sistem tradisional dalam menentukan harga pokok produk.

Perusahaan-perusahaan Indonesia kurang memahami secara mendalam mengenai metode *activity-based costing*, sehingga mengalami kesulitan dalam menerapkannya dalam praktek. Inilah salah satu alasan mengapa produk-produk Indonesia kesulitan dalam mengembangkan produknya pada kondisi globalisasi sekarang ini. Ketidakakuratan alokasi biaya produk yang menghasilkan harga jual yang tidak dapat bersaing dengan produk yang dihasilkan oleh perusahaan asing.

PT Pos Indonesia, perusahaan jasa BUMN yang memberikan layanan jasa kepada konsumennya seperti pengiriman surat, paket, layanan korporat dan admail, transfer uang, dan layanan jasa yang lainnya. Sebagai salah satu BUMN, PT Pos Indonesia tidak mendapat dukungan dana dari pemerintah, oleh karena itu PT Pos Indonesia diwajibkan untuk menghasilkan laba yang konsisten setiap tahunnya.

Berdasarkan laporan laba rugi yang didapat dari PT Pos Indonesia, terlihat bahwa selama 3 tahun terakhir jumlah profit marginnya bersifat fluktuatif. Profit margin dari tahun 2009 ke tahun 2010 mengalami penurunan sebesar 2,29%, tetapi kembali meningkat di tahun 2011 sebesar 3,38%. Hal ini menunjukkan inkonsistensi yang ada di PT Pos Indonesia.

Keadaan inkonsistensi ini perlu diperhatikan lebih oleh PT Pos Indonesia agar dapat mengetahui akar permasalahan terjadinya. Salah satu kemungkinan yang dapat menyebabkan inkonsistensi ini adalah harga jual yang ditawarkan oleh PT Pos Indonesia kepada masyarakat. Harga jual adalah salah satu komponen yang membuat masyarakat untuk tertarik memakai jasa pelayanan yang ditawarkan. Harga jual dipengaruhi oleh harga pokok produk yang dihitung berdasarkan

kebijakan yang diterapkan oleh setiap perusahaan, dan juga kebijakan jumlah *mark up* dalam menentukan harga jual.

Semakin kecil dan semakin akurat perhitungan harga pokok produk, maka perusahaan dapat menurunkan jumlah *mark up* untuk menghasilkan harga jual yang bersaing dengan perusahaan lain. Untuk itu, PT Pos Indonesia perlu menerapkan metode *activity-based costing* yang memberikan informasi mengenai harga pokok produk yang lebih akurat. *Activity-based costing* menelusuri biaya *overhead* dengan berdasarkan sumber daya yang dikonsumsi oleh setiap aktivitasnya. *Activity-based costing* juga menganalisis aktivitas penambah nilai (*value-added activity*) dan juga aktivitas bukan penambah nilai (*non-value-added activity*), sehingga perusahaan terus menerus melakukan perbaikan (*improvement*) atas kualitas produk atau jasa yang ditawarkan kepada masyarakat.

PT Pos Indonesia memberikan berbagai macam layanan produk jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Salah satu layanannya adalah pengiriman paket pos internasional ke 184 negara. Selama ini PT Pos Indonesia menerapkan metode sendiri dalam menentukan harga pokok produk untuk setiap jasa yang ditawarkannya, termasuk paket pos internasional. Untuk perhitungan harga pokok produk satu paket pos internasional, biaya *overhead* yang dibebankan PT Pos Indonesia kepada konsumen tidak mencakup biaya penyusutan, pemeliharaan, dan biaya tidak langsung lainnya. PT Pos Indonesia mempunyai kebijakan untuk membebankan biaya *overhead* dalam satuan persen tersendiri, yang kemudian menambah 34% dari keseluruhan jumlah biaya langsung dan tidak langsung untuk

dijadikan harga jual. Hal ini berakibat harga jual yang relatif tinggi karena kurang akuratnya perhitungan harga pokok produk yang dianut oleh perusahaan.

Berdasarkan masalah yang telah diuraikan diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul “**Analisis Implementasi Metode Activity-based Costing Dalam Menentukan Harga Pokok Produk di PT Pos Indonesia**”.

1.2 Identifikasi Masalah

Sesuai uraian masalah diatas mengenai perlunya implementasi activity-based costing dalam pembebanan harga pokok produk pada PT Pos Indonesia, maka masalah tersebut diidentifikasi dan dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana prinsip-prinsip *activity-based costing* diimplementasikan dalam menentukan harga pokok produk di PT Pos Indonesia?
2. Bagaimana efektivitas implementasi *activity-based costing* dalam menentukan harga pokok produk di PT Pos Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis implementasi prinsip-prinsip *activity-based costing* dalam menentukan harga pokok produk di PT Pos Indonesia.
2. Menganalisis efektivitas implementasi *activity-based costing* dalam menentukan harga pokok produk di PT Pos Indonesia.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat yang berarti bagi pemakai hasil riset. Kegunaan penelitian ini dapat berupa:

1. Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan saran dan rekomendasi yang bermanfaat bagi pihak manajemen PT Pos Indonesia khususnya dalam hal pembebanan biaya dalam rangka penetapan harga pokok produk untuk pengiriman paket pos internasional.

2. Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih luas bagi peneliti mengenai praktik yang dilaksanakan pada perusahaan, serta memperdalam pemahaman mengenai implementasi *activity-based costing* dalam penetapan harga pokok produk yang lebih akurat.

3. Pihak lainnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan pengetahuan bagi pihak-pihak lainnya yang akan melakukan penelitian lebih lanjut dalam bidang yang sama.