

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **I.1. Latar Belakang Masalah**

Sistem informasi akuntansi manajemen menyediakan informasi yang dibutuhkan untuk memenuhi tujuan manajemen tertentu (Hansen, 2009). Hal terpenting yang harus diperhatikan dalam sistem informasi akuntansi manajemen adalah proses yang dideskripsikan pada tiap aktivitasnya seperti pengumpulan, pengukuran, penyimpanan, analisis, pelaporan, dan pengelolaan informasi. Informasi mengenai peristiwa ekonomi tersebut kemudian diproses untuk menghasilkan *output* yang memenuhi tujuan sistem tersebut.

Sistem informasi akuntansi manajemen memiliki tiga tujuan yang bersifat umum: (Hansen, 2009)

- 1) Menyediakan informasi untuk penghitungan biaya jasa, produk, atau objek lainnya yang ditentukan oleh manajemen.
- 2) Menyediakan informasi untuk perencanaan, pengendalian, pengevaluasian, dan perbaikan berkelanjutan.
- 3) Menyediakan informasi untuk pengambilan keputusan.

Untuk mencapai ketiga tujuan tersebut, memang diperlukan sebuah proses yang berguna untuk meninjau dan memastikan bahwa tujuan tersebut dapat terpenuhi dari adanya sebuah sistem informasi akuntansi manajemen. Proses untuk mencapai tujuan tersebut merupakan sebuah proses yang harus dilakukan oleh pihak manajemen. Aktivitas-aktivitas yang ada dalam proses

manajemen tersebut adalah aktivitas perencanaan (*planning*), pengendalian (*controlling*), dan pengambilan keputusan (*decision making*).

Aktivitas perencanaan (*planning*) sendiri adalah sebuah formulasi terperinci dari kegiatan untuk mencapai suatu tujuan akhir tertentu (Hansen, 2009). Aktivitas perencanaan juga memerlukan penetapan tujuan dan pengidentifikasian metode untuk mencapai suatu tujuan.

Setelah aktivitas perencanaan selesai dibuat, rencana tersebut harus diimplementasikan dan dimonitor oleh para manajer dan karyawan lainnya untuk memastikan bahwa rencana tersebut berjalan sesuai dengan yang diharapkan. Sehingga secara lebih mudah, pengendalian (*controlling*) adalah aktivitas manajerial untuk memonitor implementasi rencana dan melakukan perbaikan sesuai kebutuhan (Hansen, 2009).

Dalam aktivitas pengendalian juga diperlukan umpan balik (*feedback*) dari berbagai pihak termasuk *user* untuk dapat mengetahui evaluasi dan perbaikan dari rencana yang sudah ada. Berdasarkan umpan balik tersebut, manajer dan pekerja dapat melakukan *judgement* terhadap proses manajemen yang sedang berlangsung. Dari hasil *judgement* tersebut, dapat diputuskan apakah sistem yang diimplementasikan tersebut dibiarkan berlangsung, mengambil tindakan perbaikan untuk beberapa hal yang dianggap kurang sesuai dengan rencana awal, atau bahkan melakukan perencanaan ulang di tengah proses implementasi yang sedang berlangsung.

Proses terakhir dalam sebuah proses manajemen adalah pengambilan keputusan (*decision making*). Peran utama dari sistem informasi akuntansi

manajemen adalah untuk menyediakan informasi yang memudahkan proses pengambilan keputusan. Dengan kata lain, proses *decision making* ini sangat berperan penting dalam keberlangsungan sebuah proses manajemen.

Pengambilan keputusan sendiri memiliki makna sebagai sebuah proses pemilihan di antara berbagai alternatif yang ada (Hansen, 2009). Fungsi ini sangat berkaitan erat dengan dengan fungsi perencanaan dan pengendalian. Seorang manajer tidak dapat membuat rencana tanpa mengambil keputusan. Dari seluruh alternatif rencana tujuan dan metode yang ada, hanya satu yang dapat dipilih oleh pihak manajer.

Bila proses pengambilan keputusan tersebut telah dilakukan oleh pihak manajemen, maka sebuah sistem informasi akuntansi manajemen dapat dikatakan telah berjalan. Di dalam aplikasi penerapan proses manajemen tersebut, informasi yang biasanya sering dibutuhkan oleh pihak manajemen adalah informasi mengenai biaya produk. Informasi mengenai biaya inilah yang mendorong munculnya akuntansi manajemen kontemporer dalam menjembatani kebutuhan manajemen akan sebuah informasi. Akuntansi manajemen kontemporer juga memfokuskan perhatian manajemen pada *customer value*.

Perubahan yang terjadi pada fokus perhatian manajemen tersebut merupakan salah satu akibat dari kompetisi di dunia bisnis yang semakin lama semakin menuntut perusahaan untuk meningkatkan kinerja secara efektif dan efisien agar dapat terus bertahan dalam persaingan bisnis global. Perubahan situasi ekonomi dan persaingan bisnis global ini menyebabkan adanya trend baru yang juga berguna sebagai pemicu pergeseran dari akuntansi manajemen

tradisional ke akuntansi manajemen kontemporer. Menurut Wibisono, trend tersebut adalah :

- 1) Kemajuan teknologi informasi.
- 2) Implementasi *just-in time (JIT) manufacturing*.
- 3) Meningkatnya tuntutan mutu
- 4) Meningkatnya diversifikasi dan kompleksitas produk, serta semakin pendeknya daur hidup produk.
- 5) Diperkenalkannya *computer-integrated manufacturing*.

Trend yang ada tersebut mempengaruhi berbagai jenis perusahaan, mulai dari perusahaan jasa, perusahaan dagang, hingga perusahaan manufaktur. Ketiga jenis perusahaan tersebut juga harus berjuang untuk terus dapat bersaing di era kompetisi global seperti saat ini.

Dalam hal ini, penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut bagaimana persaingan dan perubahan dalam bidang sistem informasi akuntansi manajemen yang terjadi pada perusahaan jasa. Berdasarkan tulisan Sutatmi, perusahaan jasa sendiri adalah organisasi bisnis yang aktivitasnya memberikan layanan jasa kepada para pelanggannya. Mereka memberi layanan jasa kepada masyarakat dan sebagai imbalannya perusahaan memperoleh penghasilan. Penghasilan tersebut bersumber dari hasil penjualan jasa. Untuk memberikan layanan itu diperlukan biaya baik berupa perlengkapan yang diperlukan untuk memberikan layanan jasa itu maupun dalam bentuk lain. Akuntansi pada jenis perusahaan ini relatif sederhana, karena tidak banyak jenis transaksi yang terjadi di perusahaan.

Tren yang telah disebutkan di atas tentunya juga berlaku bagi perusahaan jasa. Perusahaan jasa tetap harus memikirkan tentang peningkatan mutu, pengolahan sumber daya yang ada, dan tetap harus mengedepankan kemajuan teknologi informasi sebagai salah satu dasar untuk terus dapat menjalankan bisnisnya.

Baik pada perusahaan jasa ataupun perusahaan manufaktur, terkadang juga menghasilkan sebuah produk yang membutuhkan proses yang panjang. Proses tersebut mulai dari fase perencanaan, fase pengembangan konsep, fase perancangan tingkatan sistem, fase perancangan rinci, fase pengujian dan perbaikan, hingga fase terakhir yaitu fase peluncuran fase produk (Ulrich, 2001). Beberapa jenis produk masih memerlukan *service* dan *maintenance* dari pihak produsen sekalipun produk tersebut telah berpindah tangan kepada konsumen.

Dalam tiap-tiap fase tersebut tentunya juga memerlukan biaya-biaya yang akan berpengaruh secara langsung terhadap harga pokok produk yang akan dijual. Biaya-biaya pada tiap fase tersebut akan sulit ditelusur dengan baik oleh akuntansi bila masih menggunakan metode penentuan biaya yang tradisional. Hal ini dikarenakan metode penentuan biaya yang tradisional tersebut hanya menitikberatkan pada biaya produksi saja, padahal biaya produksi tersebut hanya sebagian kecil saja dari seluruh biaya yang dikeluarkan oleh produsen. Dengan kata lain, metode penentuan biaya yang tradisional dapat mendistorsi jumlah biaya yang diserap oleh suatu produk dalam daur hidupnya.

Kemajuan teknologi informasi juga berdampak pada sistem pengolahan informasi akuntansi manajemen untuk memenuhi kebutuhan manajemen di

perusahaan jasa karena dengan sistem informasi yang baik maka informasi yang dihasilkan pun akan lebih tepat dan akurat. Akibat dari tuntutan kemajuan dalam dunia industri ini, akuntansi manajemen menawarkan sebuah metode yang dapat menelusur seluruh biaya yang diserap oleh sebuah produk dalam siklus hidupnya. Dengan demikian, metode *life cycle costing* ini diharapkan dapat menyediakan informasi yang lebih tepat dan akurat kepada pihak manajemen dalam rangka pembuatan keputusan.

*Life cycle costing* merupakan suatu perencanaan yang menekankan pada kegiatan dan biaya yang terjadi pada tahap-tahap selama umur produk (Hansen, 2009). Dengan kata lain, daur hidup produk memiliki pengaruh signifikan terhadap biaya-biaya yang akan terjadi. *Life cycle costing* akan menghitung jumlah biaya yang terjadi di seluruh daur hidup produk selama produk tersebut ada. Tahapan yang ada dalam daur hidup produk antara lain tahap perencanaan, perancangan, uji coba, produksi, hingga pengiriman ke konsumen.

Pada pendekatan tradisional, perencanaan dan pengendalian hanya ditekankan pada biaya produksi saja. Biaya lainnya hanya dianggap sebagai biaya periode. Untuk terus mengelola nilai tambah bagi konsumen, biaya di setiap tahapan seharusnya sudah dikelola dengan baik, bukan hanya menekankan pada biaya produksi saja.

Dalam hal ini, penulis tertarik untuk menganalisis *life cycle costing* yang terjadi dalam pengembangan produk berbasis *information technology* (IT). Jenis produk berbasis IT yang akan diteliti oleh penulis berkaitan dengan penyedia jasa *web development*. Penulis akan menggunakan JogjaCamp yang bergerak di

bidang jasa pengembangan web sebagai obyek penelitian untuk meneliti lebih lanjut *life cycle costing* yang terjadi dalam industri jasa *web development*.

JogjaCamp sendiri merupakan perusahaan penyedia jasa *web development* dan *web development* yang bertempat di daerah Umbulharjo, Yogyakarta. CV. JogjaCamp sendiri memiliki anak perusahaan yang bernama JogjaCamp, IDwebhost dan PromotionCamp. JogjaCamp bergerak di bidang *web development*, IDwebhost bergerak di penyediaan jasa *hosting* serta *domain web*, dan PromotionCamp bergerak pada jasa periklanan *online*.

Selama ini, pengembangan *web* di JogjaCamp tidak pernah menghitung harga pokok produk yang dijual. Harga pokok produk ditentukan dari lamanya standar waktu pengerjaan suatu pesanan *web*. Dari standar waktu pengerjaan tersebut, ditentukan sebuah tarif standar. Tarif standar tersebut sudah ditetapkan oleh pihak manajemen JogjaCamp dalam waktu yang lampau. Penyesuaian terhadap tarif standar hanya dilakukan jika ada kenaikan gaji karyawan.

Penentuan proyek yang dikatakan menguntungkan hanya dilihat secara sederhana. Sebuah proyek dapat dikatakan menguntungkan bila proyek tersebut dapat membiayai gaji programmer, bonus programmer, bonus marketing, upah untuk perantara (jika ada), dan jam kerja programmer serta memiliki surplus bila sudah dialokasikan ke biaya-biaya yang bersangkutan. Dalam jangka panjang, cara yang sederhana ini dianggap kurang relevan karena tidak memperhitungkan proses-proses yang terjadi sebelum proses produksi dimulai. Dalam jangka panjang, harga jual web harus mampu menutup semua biaya dan memunculkan laba yang memuaskan bagi perusahaan.

Penelitian ini ditulis untuk membantu manajer CV. JogjaCamp untuk mendapatkan informasi mengenai biaya produk di setiap produk *web*-nya agar perusahaan juga dapat mengidentifikasi apakah harga jual produknya sudah mampu menutup biaya produknya atau belum. Selain itu, perusahaan juga dapat menganalisis apakah laba yang diperoleh sudah sesuai dengan margin laba yang ditentukan atau belum.

### **I.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini:

- 1) Berapakah jumlah biaya produk setiap web di JogjaCamp berdasarkan *Life Cycle Costing*?
- 2) Apakah harga jual yang sudah ditentukan dapat menutup seluruh biaya produknya?

### **I.3. Batasan Masalah**

Batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini ada beberapa hal:

1. Produk JogjaCamp yang diteliti hanya yang berupa pesanan pada divisi *web & software development*-nya saja karena divisi ini merupakan cikal bakal dari CV. JogjaCamp.
2. *Life cycle cost* dalam *web development* dimulai saat JogjaCamp menerima pesanan dari *user* hingga masa *maintenance software web* selesai. Masa *maintenance* diberikan selama 6 bulan dari tanggal penyelesaian pesanan *web*.



3. Pesanan web (*web development*) yang akan diteliti hanya lima jenis web yang mempunyai nilai jual tertinggi selama tahun 2009 namun bukan pesanan yang diperoleh dari lelang.

#### **I.4. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran biaya yang lebih baik pada biaya *web development* di JogjaCamp dengan menggunakan metode *life cycle costing*.

#### **I.5. Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan kepada manajer JogjaCamp mengenai cara penentuan biaya produk *web* sehingga bisa membantu proses pembuatan keputusan tentang penentuan harga jual produk *web*.

#### **I.6. Metodologi Penelitian**

##### **1. Lokasi Penelitian**

Penelitian akan dilakukan pada salah satu perusahaan penyedia jasa *web development* di Yogyakarta. Perusahaan tersebut bernama CV. JogjaCamp yang beralamat di Jl. Perintis Kemerdekaan 33, Umbulharjo, Yogyakarta. Website JogjaCamp adalah [www.jogjacamp.co.id](http://www.jogjacamp.co.id)

## 2. Data yang diperlukan

Data yang diperlukan dalam penelitian kali ini adalah data primer yang diperoleh secara langsung dari CV. JogjaCamp, khususnya pada divisi web & software development. Data-data tersebut antara lain:

- a) Gambaran umum CV. JogjaCamp. Gambaran umum di sini termasuk sejarah berdirinya, struktur organisasi, hingga *job description* masing-masing bagian.
- b) Data penjualan produk jasa *web development* selama tahun 2009.
- c) Standar kerja dan prosedur pengerjaan pesanan.
- d) Data-data biaya selama tahun 2009
- e) Data fisik yang berhubungan dengan JogjaCamp.

## 3. Metode Pengumpulan Data

### Studi Lapangan

Studi ini dilakukan di CV. JogjaCamp untuk memperoleh data dan informasi yang relevan dengan permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini dengan cara melakukan wawancara dengan pimpinan atau karyawan yang berhubungan dengan data yang diperlukan.

## 4. Analisis Data

Dalam penelitian di JogjaCamp, ada beberapa hal penting yang akan dilakukan oleh penulis, yaitu:

- a) Mengidentifikasi proses atau siklus pembuatan pesanan web yang bernilai tambah pada suatu web,

- b) Mengidentifikasi sumber-sumber ekonomi yang digunakan pada setiap siklus atau tahapan,
- c) Apabila terdapat biaya tidak langsung, maka biaya tidak langsung tersebut harus didistribusikan ke tiap produk *web* yang sedang dikerjakan,
- d) Menghitung *lifec cycle costing* pada tiap produk *web*.

### **I.7. Sistematika Penyajian**

BAB I Pendahuluan terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II Landasan teori yang menjelaskan *life cycle costing* sebagai dasar untuk melakukan penelitian ini, seperti pengertian dan klasifikasi aktivitas, langkah-langkah perhitungannya, konsep *life cycle cost* beserta perbedaannya dengan sistem akuntansi biaya konvensional, dan lain sebagainya.

BAB III Gambaran Umum Perusahaan berisi sejarah berdirinya JogjaCamp, struktur organisasinya, pelayanan yang disediakan oleh JogjaCamp, dan kebijakan perusahaan dalam penentuan tarif yang selama ini digunakan oleh pihak JogjaCamp.

BAB IV Analisis Data berisi analisa penentuan biaya operasional per web berdasarkan *life cycle cost*.

BAB V Kesimpulan dan Saran berisi kesimpulan dan saran yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini.