

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

2.1. Tinjauan Pustaka

Pengembangan dan inovasi merupakan salah satu aspek penting dalam meningkatkan daya tarik konsumen terhadap suatu produk. De Pelsmaecker *et al.* (2015) dalam penelitiannya mengatakan bahwa produsen makanan selalu berupaya meningkatkan dan mengembangkan produk yang ada maupun produk baru. Inovasi yang menjadi fokus utama dari pengrajin sangkar adalah bentuk dan kekohohan dari sangkar itu sendiri. Berdasarkan hal tersebut, penelitian saat ini yaitu riset dan analisis bentuk sangkar yang sesuai dengan minat calon konsumen pangsa pasar baru.

Banyak industri yang mengalami kendala dalam menghasilkan suatu produk untuk menjadi daya tarik bagi konsumen untuk membeli. Daya tarik konsumen akan muncul ketika suatu produk memiliki Inovasi. Inovasi produk akan sangat berpengaruh terhadap pengambilan keputusan konsumen. Sahoo (1997) dalam penelitiannya mengatakan bahwa terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli suatu produk yaitu faktor personal dan faktor psikologi. Faktor personal yang dimaksudkan seperti usia, gaya hidup, pekerjaan, pendidikan dan situasi ekonomi. Sedangkan faktor psikologis seperti motivasi, anggapan, keyakinan dan kepribadian.

Konsumen memiliki motif tertentu dalam membeli suatu produk atau barang. Analisis terhadap motif pembelian adalah faktor penting bagi suatu usaha dalam melakukan inovasi dan pengembangan produk. Faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pengambilan keputusan setiap konsumen berbeda-beda, studi tentang perilaku konsumen perlu dilakukan untuk menggambarkan faktor umum konsumen dalam pengambilan keputusan (Prasad dan Jha, 2014). Fokus utama saat ini yaitu inovasi bahan baku dan kemudian ditambahkan inovasi dalam bentuk sangkar. Bahan baku produk merupakan salah satu unsur penting yang dapat dikembangkan dari produk dalam mempengaruhi konsumen dalam membeli dan meningkatkan daya saing. Bahan baku tidak hanya sebagai wujud kualitas sangkar yang kokoh namun juga

sebagai wujud bahwa sangkar juga lebih enak dilihat dan lebih mudah dalam proses pembersihannya. Unsur penting dari bahan baku yaitu kualitas yang dimana bahan baku dapat dijadikan bentuk kemasan dan daya tarik tersendiri bagi sangkar tersebut. Inovasi pada bentuk produk berpengaruh terhadap daya tarik konsumen.

Konsumen muda hanya akan mempertimbangkan aspek tertentu dari sebuah produk atau beberapa elemen dari bentuk (John, 1999). Dalam konteks kaum muda, elemen-elemen seperti bahan dan desain produk memainkan peranan penting sejauh elemen-elemen tersebut memiliki daya tarik tersendiri (Hota dan Charry, 2014). Keunikan dari bentuk sangkar dapat menjadi daya tarik bagi kaum pecinta burung. Penelitian tentang pengaruh kemasan terhadap daya tarik konsumen telah banyak dilakukan oleh Rossiter (1976), Marshall *dkk.* (2006) dan Magnier dan Crié (2015). Agus Sangkar memberikan perhatian penuh terhadap kualitas produk dalam melakukan pengembangan kemasan apabila terdapat pemesanan terhadap sangkar dengan model lipat yang bisa dibongkar pasang dengan media baut sebagai pengancingnya, sehingga akan lebih ringkas ketika hendak akan dikirim ke luar daerah. Dan biasanya bagi team merpati balap yang sering mengikuti event balap merpati diluar kota pun sering menggunakan sangkar lipat guna lebih efisien dalam membawa didalam kendaraan. Kualitas dari suatu produk dipengaruhi oleh kemasan dari produk tersebut.

Proses distribusi sering diindikasikan sebagai salah satu faktor penyebab penurunan kualitas dari produk. Kemasan memfasilitasi distribusi produk ke konsumen (Busser dan Jungbluth, 2009). Menurut Robertson (2014), kemasan yang baik dapat mencegah limbah dan memastikan bahwa makanan tetap pada kualitasnya. Perlindungan terhadap kualitas sangkar sangat diutamakan. Kemasan memiliki fungsi yang tidak dapat dipisahkan dari suatu produk. Perlindungan dianggap sebagai satu-satunya fungsi utama dari kemasan, (Robertson, 2014).

Untuk menentukan harga produk, sebuah perusahaan perlu menghitung harga pokok produksi (HPP) guna mendapatkan harga cocok untuk dipasarkan, Uly Siregar (2011). Yang dimaksud dengan harga pokok penjualan ialah seluruh biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh barang yang dijual. Manfaat

penentuan harga pokok ada dua yaitu untuk mengetahui harga produksi dan untuk mengetahui seberapa besar laba yang didapat perusahaan itu sendiri.

2.2 Landasan Teori

Bagian ini berisi mengenai dasar teori yang mendukung penelitian yang sedang dilakukan.

2.2.1. Harga Pokok Produksi

Menurut Bustami dan Nurlela (2008) : Penentuan harga pokok adalah bagaimana memperhitungkan biaya kepada suatu produk atau pesanan atau jasa, yang dapat dilakukan dengan cara memasukkan seluruh biaya produksi atau hanya memasukkan unsur biaya produksi variabel saja.

Menurut Mulyadi (1993) dalam bukunya Akuntansi Biaya, Penentuan Harga Pokok Produksi adalah harga pokok produk merupakan pengorbanan sumber ekonomi yang di ukur dengan satuan uang, yang telah terjadi untuk memperoleh suatu produk. Produk merupakan suatu output dari suatu proses produksi. Biaya-biaya yang terjadi pada suatu proses produksi umumnya terjadi dari biaya material ditambah dengan Conversion Cost, sehingga harga pokok produk meliputi unsur biaya yang sama.

2.2.2. Bill of material

Menurut Anbuvelan (2005) The American Production and Inventory Control Society (APICS) mengemukakan bahwa *bill of material* merupakan daftar yang terdiri dari keseluruhan *subassemblies*, *intermediates*, dan bagian dari material untuk membuat suatu produk.

Berikut tiga poin utama dalam *bill of material*:

- a. *Bill of material* menjabarkan keseluruhan bagian yang dibutuhkan untuk membuat satu produk
- b. Setiap bagian atau produk hanya memiliki satu nomor bagian. Kode atau nomor yang spesifik hanya diperuntukkan bagi satu bagian saja. Sehingga apabila satu kode/nomor yang sama muncul dalam dua *bill of material* yang berbeda, bagian tersebut diidentifikasi sama.

c. Sebuah bagian ditentukan oleh bentuk atau fungsinya yang sesuai. Sehingga apabila ada perubahan bentuk ataupun fungsi, bagian itu tidak lagi memiliki kode atau nomor yang sama, melainkan memiliki nomor bagian yang berbeda.

Bill of material tidak menjabarkan mengenai proses, melainkan hanya menunjukkan material yang dibutuhkan untuk membuat suatu produk.

2.2.3 Job Order Costing

Job Order Costing adalah cara perhitungan harga pokok produksi untuk produk yang dibuat berdasarkan pesanan. Apabila suatu pesanan diterima segera dikeluarkan perintah untuk membuat produk sesuai dengan spesifikasi masing-masing pesanan. Untuk mempermudah perhitungan biaya produksi tiap-tiap pesanan maka masing-masing produk yang dikerjakan diberi nomor identitas.

Ciri – Ciri *Job Order Costing* :

- a) Tujuan produksi perusahaan adalah untuk melayani pesanan pembeli yang bentuknya tergantung pada spesifikasi pesanan, sehingga sifat produksinya terputus-putus dan setiap pesanan dapat dipisahkan identitasnya secara jelas.
- b) Biaya produksi dikumpulkan untuk setiap pesanan dengan tujuan dapat dihitung harga pokok pesanan dengan relatif teliti dan adil. Dihubungkan dengan sistem akuntansi biaya yang digunakan untuk membebankan harga pokok kepada produk.