

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Tahun 2019 menjadi tahun pesta demokrasi bagi rakyat Indonesia. Pemilu tahun 2019 diselenggarakan pada tanggal 17 April. Untuk memenangkan Pemilu, peserta Pemilu diperbolehkan untuk melakukan kampanye. Menurut PKPU (Peraturan Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia) nomor 23 tahun 2018, kampanye adalah kegiatan peserta Pemilu atau pihak lain yang ditunjuk oleh peserta Pemilu untuk meyakinkan pemilih dengan menawarkan visi, misi, program, dan/atau citra diri peserta Pemilu. Masa kampanye Pemilu 2019 dimulai pada tanggal 23 September 2018 sampai 13 April 2019.

Kampanye dapat dilakukan dengan cara berorasi, debat, iklan media cetak; media elektronik; ataupun media sosial lainnya, pawai, penyebaran bahan kampanye (poster, kalender, pakaian, stiker, dan sebagainya), serta pemasangan alat peraga (baliho, spanduk). Membagi pakaian merupakan salah satu strategi Pemilu yang hampir setiap partai terapkan dalam masa kampanye. Pakaian merupakan salah satu kebutuhan pokok masyarakat sehingga lebih memiliki nilai dibandingkan dengan bahan kampanye lain seperti stiker atau pin. Tim kampanye dari suatu peserta Pemilu merancang pakaian dengan menunjukkan gambar, nama, logo, ataupun visi misi peserta Pemilu. Hal ini akan mempermudah masyarakat untuk lebih mengenal para calon yang akan mereka pilih pada hari pemungutan suara.

UKM yang bergerak dalam bidang bisnis konveksi turut merasakan meriahnya pesta demokrasi. UKM Konveksi menggunakan sistem *job order* dalam proses produksi. Sistem *Job order* merupakan sistem dimana pekerjaan akan dilakukan jika menerima pesanan (*order*) dari konsumen. Pesanan yang diterima dapat berupa pesanan biasa (*reguler*) atau pesanan khusus. Suatu pesanan dikategorikan khusus apabila pesanan tersebut berbeda dengan produk reguler dan tidak akan mengganggu pasar dari produk reguler tersebut. Kaos partai atau peserta Pemilu merupakan contoh pesanan khusus yang terjadi di UKM bidang konveksi.

Manajer UKM konveksi yang mendapat tawaran pesanan khusus harus mengambil keputusan yang tepat untuk pesanan khusus tersebut. Pengambilan keputusan untuk pesanan khusus ini termasuk dalam pengambilan keputusan taktis. Pengambilan keputusan taktis (*tactical decision making*) merupakan pemilihan alternatif yang harus segera dilakukan atau keputusan yang bersifat jangka pendek (Hansen, Mowen, & Heitger, 2017). Menerima atau menolak pesanan khusus tersebut merupakan dua alternatif yang dihadapi manajemen untuk pesanan khusus. Meskipun pengambilan keputusan ini bersifat berskala kecil, namun keputusan yang diambil harus tepat dan harus mempertimbangkan serta selaras dengan tujuan perusahaan secara keseluruhan.

Untuk sebuah pengambilan keputusan yang tepat, seorang manajer memerlukan informasi akuntansi yang akurat. Informasi akuntansi yang tidak akurat dan kesalahan pengambilan keputusan dapat berdampak tidak baik untuk perusahaan. Perhitungan harga jual per unit untuk pesanan khusus merupakan salah satu hal yang penting. Harga jual per unit untuk pesanan khusus yang terlalu tinggi

akan berdampak penolakan pesanan. Dengan hilangnya pesanan khusus tersebut akan berdampak pula pada hilangnya laba yang seharusnya dapat didapatkan perusahaan. Sementara itu, jika harga jual per unit pesanan khusus terlalu rendah maka dapat mengakibatkan perusahaan mengalami kerugian.

Untuk analisa pengambilan keputusan diperlukan juga analisa biaya relevan. Biaya relevan merupakan salah satu konsep yang penting dalam pengambilan keputusan jangka pendek. Biaya relevan adalah biaya yang akan terjadi di masa yang akan datang dan biaya tersebut berbeda di antara alternatif yang ada (Hansen, Mowen, & Heitger, 2017).

Jogja Konveksi merupakan salah satu UKM Konveksi yang berada di daerah Godean, Sleman, D.I. Yogyakarta. Seperti penjelasan di atas, Jogja Konveksi juga dihadapkan dengan permasalahan mengenai pengambilan keputusan taktis untuk pesanan khusus yaitu kaos partai atau peserta Pemilu. Pesanan khusus yang ditawarkan pada Jogja Konveksi adalah kaos sejumlah 3.000 unit dengan model gambar dan menggunakan metode sablon, dan ukuran L *unisex*. Harga yang diminta oleh pemesan adalah maksimal seharga Rp 25.000,00 per unit kaos.

Keputusan yang diambil Jogja Konveksi untuk pesanan khusus tersebut adalah menolak pesanan khusus tersebut. Hal ini karena harga yang ditawarkan Jogja Konveksi untuk pesanan khusus pada masa Pemilu lebih tinggi dibandingkan pesanan reguler serta lebih tinggi dibandingkan harga yang diinginkan oleh pemesan. Selama ini, perusahaan menjual dengan harga Rp 30.000,00 hingga Rp 33.000,00. Harga yang diminta pemesan dianggap terlalu rendah.

Perhitungan harga jual untuk pesanan khusus Pemilu di Jogja Konveksi menggunakan persentase, yaitu:

$$\text{Harga jual} = 50\% \text{ bahan baku} + 40\% \text{ eksekusi produk} + 10\% \text{ keuntungan}$$

Eksekusi produk yang dimaksud dalam perhitungan di atas adalah aktivitas produksi seperti potong dan jahit, sablon, bordir, dan sublim. Sablon, bordir, ataupun sublim merupakan aktivitas menghasilkan gambar, pola, ataupun tulisan pada pakaian. Perbedaannya adalah pada media dan bahan yang digunakan. Bordir menggunakan mesin bordir dan benang sehingga menghasilkan pola yang timbul. Sablon dikerjakan secara manual menggunakan mesin cetakan dan cat. Sedangkan sublim atau yang biasa dikenal dengan sablon digital dikerjakan oleh mesin *printer* dan tinta. Ukuran gambar yang dihasilkan sablon lebih kecil dibandingkan dengan sublim. Sablon hanya dapat menghasilkan gambar yang kecil, sementara sublim dapat menghasilkan gambar penuh seluas ukuran kaos.

Perhitungan harga jual di atas dapat disederhanakan menjadi harga jual per unit sama dengan 2 kali harga bahan baku. Pada perhitungan di atas, persentase 50% hanya dialokasikan untuk bahan utama saja yaitu kain. Sedangkan untuk bahan baku sekunder seperti kancing, benang, dan lainnya dialokasikan pada persentase eksekusi produk. Pada persentase 40% eksekusi produk juga akan dibagi lagi untuk gaji karyawan (operator eksekusi produk). Perhitungan gaji ini tidak adil karena gaji yang didapatkan karyawan tergantung pada harga bahan baku walaupun volume aktivitas yang dilakukan sama ataupun meningkat. Semakin tinggi harga bahan baku maka semakin tinggi pula harga jual dan gaji yang diterima karyawan, begitu juga sebaliknya.

Selain itu, kaos memiliki ukuran yang bervariasi dari yang umum seperti S (*small*), M (*medium*), L (*large*), XL (*extra large*) ataupun yang khusus seperti *unisex* (ukuran kaos yang dapat dipakai untuk laki-laki maupun perempuan), SS (*super small*), XXL (*extra extra large*), dan seterusnya. Di Jogja Konveksi, untuk ukuran *unisex*, S, M, L, XL memiliki harga jual yang sama. Sedangkan untuk ukuran kaos di atas XL dikenakan tambahan biaya sebesar Rp 10.000,00 per unit. Ukuran kaos yang berbeda tentu membutuhkan jumlah bahan baku yang berbeda pula, sehingga seharusnya perbedaan ukuran kaos ini juga mempengaruhi pada harga jual per ukuran kaos.

Perhitungan harga jual di atas tidak akurat untuk memberikan informasi kepada manajemen dalam pengambilan keputusan taktis. Persentase yang digunakan hanya berdasarkan perkiraan, tanpa menelusuri perhitungan biaya *overhead* pabrik. Jogja Konveksi juga tidak melakukan analisa biaya relevan untuk pengambilan keputusan pesanan khusus tersebut. Hal ini dapat menyebabkan manajer salah dalam mengambil keputusan untuk menerima atau menolak pesanan khusus tersebut. Pesanan khusus pada masa Pemilu hanya terjadi dalam periode tertentu saja. Oleh sebab itu, perusahaan memerlukan pengambilan keputusan yang tepat sehingga perusahaan dapat memaksimalkan laba di periode yang tidak sering terjadi ini.

Berdasarkan uraian masalah yang telah dijelaskan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai evaluasi pengambilan keputusan yang dilakukan Jogja Konveksi dengan judul **“Evaluasi Pengambilan Keputusan Menolak Pesanan Khusus pada Masa Pemilu di Jogja Konveksi.”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka rumusan masalah untuk penelitian ini adalah: Apakah keputusan menolak pesanan khusus pada masa Pemilu 2019 yang dilakukan Jogja Konveksi sudah tepat?

## **1.3 Batasan Masalah**

Batasan masalah untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Pesanan khusus yang diteliti adalah pesanan khusus pada masa Pemilu 2019 berupa kaos kampanye.
- b. Data yang digunakan adalah data tahun 2018.

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengevaluasi apakah keputusan menolak pesanan khusus pada masa Pemilu 2019 yang dilakukan Jogja Konveksi sudah tepat.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari hasil penelitian ini adalah:

- a. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi bahan masukan dan bahan evaluasi untuk pengambilan keputusan pesanan khusus di Jogja Konveksi.

b. Bagi Penulis

Penulis dapat membandingkan antara teori yang telah didapatkan di kuliah dengan praktek nyata.

c. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan referensi dan pengetahuan untuk penulis yang mempelajari dengan topik serupa.

## **1.6 Metodologi Penelitian**

### **1.6.1. Objek Penelitian**

Objek penelitian dalam skripsi ini adalah UKM Jogja Konveksi yang berlokasi di daerah Godean, Sleman, D.I. Yogyakarta.

### **1.6.2. Sumber Data**

- a. Data primer yaitu berupa data pesanan, harga pokok produksi, dan harga jual produk.
- b. Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari sumber kepustakaan.

### **1.6.3. Metode Pengumpulan Data**

a. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan pemilik Jogja Konveksi dan pihak lain yang bersangkutan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan.

b. Observasi

Observasi dilakukan dengan cara mengamati dan meneliti secara langsung ke Jogja Konveksi.

#### 1.6.4. Analisa Data

Langkah-langkah yang dilakukan untuk menganalisa data dalam penelitian ini adalah:

- 1) Mengidentifikasi biaya produksi berdasarkan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik.
- 2) Mengidentifikasi biaya non produksi.
- 3) Menggolongkan biaya berdasarkan biaya tetap, biaya variabel, dan biaya semi variabel.
- 4) Biaya semi variabel dipisahkan menjadi biaya tetap dan biaya variabel dengan menggunakan metode regresi sederhana.

$$y = a + bx$$

$$a = \bar{y} - b\bar{x}$$

$$b = \frac{\Sigma (X)(Y)}{\Sigma (X)^2}$$

y : biaya semi variabel

a : intersept (unsur biaya tetap dari biaya semi variabel)

b : slope (unsur biaya variabel dari biaya semi variabel)

x : volume rata-rata

$\bar{x}$  : kegiatan rata-rata

$\bar{y}$  : biaya rata-rata

(X) : deviasi dari kegiatan biaya rata-rata

(Y) : deviasi dari biaya rata-rata

## 5) Menentukan koefisien korelasi

$$r = \frac{n \sum x \cdot y - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

r : koefisien korelasi

x : variabel bebas

n : jumlah sampel yang diobservasi

Keterangan:

Jika  $r = 0$  maka tidak ada korelasi antara x dan y

Jika  $r = +1$  atau mendekati -1 maka korelasinya relatif sempurna dan memiliki korelasi positif (berbanding lurus).

Jika  $r = -1$  atau mendekati -1 maka korelasinya relatif sempurna dan memiliki korelasi negatif (berbanding terbalik).

## 6) Koefisien Determinasi

$$r^2 = \frac{\sum (y - \bar{y})^2 - \sum (y - \hat{y})^2}{\sum (y - \bar{y})^2}$$

$r^2$  : koefisien determinasi

$\hat{y}$  : nilai taksiran y

Keterangan:

Jika  $r^2 = 0$  atau mendekati 0 maka tidak ada hubungan linier antara biaya dan kegiatan.

Jika  $r^2 = 1$  atau mendekati 1 maka terdapat hubungan linier antara biaya dan kegiatan.

- 7) Menghitung biaya variabel per unit produk pesanan khusus.
- 8) Mengambil keputusan dengan membandingkan harga jual per unit pesanan khusus dengan biaya variabel per unit.

### 1.7 Sistematika Penulisan

#### Bab I: Pendahuluan

Dalam bab ini dijelaskan tentang latar belakang masalah dan fenomena yang terjadi sehingga menjadi topik pembahasan, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan masalah, manfaat penelitian, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

#### Bab II: Landasan Teori

Dalam bab ini menjelaskan tentang teori yang berhubungan dan mendukung penelitian ini seperti pengertian biaya, klasifikasi biaya, konsep biaya relevan, pengertian dari metode *variable costing* dan *full costing*, pengambilan keputusan jangka pendek (taktis), analisa pengambilan keputusan untuk menerima atau menolak pesanan khusus.

#### Bab III: Gambaran Umum Perusahaan

Bab ini menggambarkan secara umum mengenai perusahaan berupa sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi, proses dan hasil produksi dan pemasaran, pesanan khusus yang terjadi di perusahaan.

#### Bab IV: Analisa Data

Bab ini berisi pembahasan analisa dari masalah yang terjadi di perusahaan.

#### Bab V: Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan dari pembahasan pada bab IV beserta saran yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mengevaluasi pengambilan keputusan.

