

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi sekarang industri media elektronik semakin berkembang. Persaingan antar stasiun radio semakin ketat. Setiap stasiun radio berlomba-lomba untuk mendapatkan iklan. Manajemen perusahaan harus memiliki strategi bersaing dan keunggulan agar dapat bertahan dari pesaingnya. Fungsi pengendalian yang tepat seperti perencanaan, pengendalian dan pengambilan keputusan harus benar-benar dilaksanakan dengan tepat untuk mengantisipasi situasi persaingan yang semakin ketat sehingga manajemen tidak kehilangan peluang.

Informasi adalah "motor" yang membuat proses manajemen dapat berjalan (Supriyono,1993:23). Informasi akuntansi manajemen dapat membantu manajer mengidentifikasi suatu masalah, menyelesaikan masalah, dan mengevaluasi kinerja. Informasi akuntansi manajemen dibutuhkan dan dipergunakan dalam semua tahap manajemen, termasuk perencanaan, pengendalian, dan pengambilan keputusan (Hansen dan Mowen, 2006:4). Salah satu peran utama sistem informasi akuntansi manajemen adalah menyediakan informasi yang memudahkan proses pengambilan keputusan. Informasi akuntansi manajemen dipergunakan di semua organisasi baik manufaktur, dagang dan jasa.

Informasi akuntansi biaya secara umum dapat digunakan untuk membantu manajemen dalam berbagai hal, antara lain dalam penetapan harga jual setiap

produk yang dihasilkan perusahaan dan dapat membantu manajemen dalam menentukan sumbangan laba dari setiap jenis produk perusahaan.

Menurut Hansen dan Mowen (2006) sistem akuntansi manajemen mempunyai tiga tujuan utama yaitu:

1. Menyediakan informasi yang diperlukan dalam penghitungan harga pokok jasa, produk, dan tujuan lain yang diinginkan manajemen.
2. Menyediakan informasi yang dipergunakan dalam perencanaan, pengendalian, pengevaluasian, dan perbaikan berkelanjutan.
3. Menyediakan informasi untuk pengambilan keputusan.

Pengambilan keputusan adalah proses manajemen dalam usaha untuk membuat pilihan rasional di antara beberapa alternatif (Supriyono,1993:22).

Pengambilan keputusan tidak terpisah dengan fungsi perencanaan, pengorganisasian, dan fungsi pengendalian karena fungsi-fungsi tersebut semuanya memerlukan pembuatan keputusan. Semua pembuatan keputusan didasarkan pada informasi yang diperoleh manajemen. Pada umumnya, kualitas pembuatan keputusan manajemen dipengaruhi oleh kualitas informasi akuntansi dan informasi lainnya yang diterima oleh manajemen, informasi yang jelek mengakibatkan keputusan yang jelek (Supriyono,1993:23).

PT. Radio Geronimo merupakan perusahaan yang bergerak di bidang usaha jasa radio siaran swasta nasional. Dalam menjalankan fungsinya sebagai media masa elektronik, Geronimo menyampaikan informasi kepada masyarakat. Selain itu PT. Radio Geronimo memenuhi permintaan produsen atau klien untuk menginformasikan produknya melalui iklan radio. Periklanan dalam penyiaran radio komersial yang dijual biasanya terdiri dari macam-macam format diantaranya: ad lib, spot, dan sponsorship (Prayudha,2004:181).

PT Radio Geronimo belum pernah mengadakan perhitungan secara rinci mengenai biaya pembuatan iklan spot dan penyiarnya. Dengan tidak diketahuinya berapa jumlah biaya yang sebenarnya untuk menyediakan iklan spot, banyak tugas-tugas manajerial yang tidak dapat dilakukan dengan baik, antara lain dalam perencanaan dan pengambilan keputusan perusahaan, karena dibutuhkan adanya informasi laba untuk setiap jenis produk yang dibuat.

Selama ini perusahaan hanya menghitung biaya total selama periode tertentu untuk iklan spot dan penyiarnya. Manajemen tidak mengetahui informasi sumbangan laba yang ada di setiap produk iklan spot dan *space* penyiarnya. Dengan tidak diketahuinya informasi mengenai sumbangan laba setiap produk tugas manajemen seperti perencanaan dan pengambilan keputusan tidak dapat dilakukan dengan maksimal. Informasi tersebut penting untuk diketahui pihak manajemen karena iklan spot merupakan pendapatan paling besar bagi perusahaan. Perusahaan harus mengetahui berapa sumbangan laba dari setiap produk.

Informasi mengenai biaya pembuatan iklan spot dan penyiarnya diperlukan agar keputusan manajemen dapat diambil dengan hati-hati jangan sampai mengalami kerugian. Perusahaan harus mengetahui sumbangan laba dari setiap produk iklan spot dan penyiarnya. Dalam penelitian, penulis akan meneliti: "Perhitungan Biaya Iklan Spot pada PT Radio Geronimo Yogyakarta".

I.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah yang diajukan adalah : Berapakah biaya pembuatan iklan spot dan biaya penyiarnya pada PT Radio Geronimo.

I.3. Batasan Masalah

Agar penelitian ini dapat lebih fokus, maka akan dibatasi oleh hal-hal berikut:

- a. Iklan Radio ada beberapa jenis antara lain: ad lib, spot, dan sponsor program. Pada penelitian ini penulis hanya akan membahas mengenai perhitungan iklan spot radio karena iklan spot adalah iklan yang paling banyak diproduksi di PT Geronimo.
- b. Dalam penelitian yang dimaksud biaya pembuatan iklan spot adalah:
 - 1) Biaya yang dikeluarkan dalam memproduksi sebuah iklan spot.
 - 2) Biaya yang dikeluarkan dalam menyediakan *space* penyiaran iklan spot.
- c. Data yang akan digunakan adalah data tahun 2010.

I.4. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya total biaya dalam pembuatan setiap iklan spot dan penyiarnya di PT Radio Geronimo.

I.5. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dipergunakan sebagai bahan masukan bagi perusahaan dalam membantu tugas manajerial untuk menentukan biaya iklan spot dan penyiarnya.

I.6. Metode Penelitian

I.6.1. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah PT. RADIO GERHA ROWANG NISSREYASA MODANA disingkat “GERONIMO” yang berlokasi di Jl. Bung Tarjo (Gayam) No. 24 Yogyakarta. Telp (0274) 511058, Fax. (0274) 588978.

I.6.2. Metode Pengumpulan Data

- a. Wawancara dengan manajer PT. Radio Geronimo, dengan bagian keuangan, bagian produksi iklan, bagian marketing untuk memperoleh data secara lengkap mengenai gambaran umum perusahaan, serta data-data yang berhubungan dengan perhitungan biaya iklan spot.
- b. Observasi secara langsung terhadap objek yang akan diteliti. Pengamatan secara langsung ini dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran yang nyata mengenai proses pembuatan iklan spot serta kondisi nyata dari perusahaan yang akan diteliti.
- c. Dokumentasi : mengumpulkan data melalui catatan dan dokumen berupa laporan keuangan perusahaan untuk memperoleh gambaran yang jelas mengenai hal-hal yang berhubungan dengan biaya pembuatan iklan spot.

I.6.3. Data yang Diperlukan

Data kuantitatif PT Radio Geronimo 2010 yang terdiri dari:

- a. Data gaji pegawai dan penyiar tahun 2010
- b. Data rekening listrik tahun 2010
- c. Data rekening telepon dan internet tahun 2010
- d. Data penyusutan komputer tahun 2010

- e. Data penyusutan program tahun 2010
- f. Data penyusutan *mixer* tahun 2010
- g. Data penyusutan gedung tahun 2010
- h. Data penyusunan mikrofon tahun 2010
- i. Data penyusutan jenset tahun 2010
- j. Data Bahan Bakar Minyak jenset 2010
- k. Data biaya alat tulis kantor 2010
- l. Data biaya rumah tangga kantor 2010
- m. Data biaya PBB tahun 2010
- n. Gambaran umum PT Radio Geronimo. Gambaran umum ini termasuk sejarah berdirinya, struktur organisasi, hingga *job description* masing-masing bagian.

I.6.4. Metode Analisis Data

Langkah-langkah penghitungan harga pokok produksi iklan radio:

- a. Identifikasi setiap aktivitas-aktivitas dalam pembuatan iklan spot di PT Radio Geronimo.
- b. Mengidentifikasi sumber-sumber ekonomi yang digunakan dalam setiap tahapan dalam pembuatan iklan spot radio.
- c. Apabila terdapat biaya tidak langsung, maka biaya tidak langsung tersebut harus dialokasikan ke tiap produk iklan spot yang dibuat.
- d. Menghitung biaya pembuatan iklan spot radio menggunakan metode *full cost* yaitu dengan menghitung semua sumber ekonomi yang digunakan dalam pembuatan iklan spot.

- e. Identifikasi setiap aktivitas-aktivitas dalam penyiaran.
- f. Mengidentifikasi sumber-sumber ekonomi yang digunakan dalam setiap tahapan dalam penyiaran.
- g. Apabila terdapat biaya tidak langsung, maka biaya tidak langsung tersebut harus dialokasikan ke dalam biaya penyiaran.
- h. Menghitung biaya penyiaran menggunakan metode *full cost* yaitu dengan menghitung semua sumber ekonomi yang digunakan dalam penyiaran.

I.7. Sistematika Pembahasan

Bab I merupakan Pendahuluan Dalam bab ini diuraikan mengenai latar belakang penulisan judul skripsi, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian serta sistematika pembahasan.

Bab II menguraikan tentang definisi biaya, objek biaya, penggolongan biaya, metode pengumpulan harga pokok, metode penelusuran ke objek biaya.

Bab III menguraikan tentang gambaran perusahaan secara umum. Data tersebut meliputi sejarah dan perkembangan perusahaan, visi perusahaan, misi perusahaan, struktur organisasi perusahaan, personalia, peralatan dalam pembuatan iklan spot, produk iklan di PT Radio Geronimo, sumber penghasilan dari PT Radio Geronimo, proses pembuatan iklan spot.

Bab IV menguraikan mengenai perhitungan biaya iklan spot dan penyarannya Hasil dari analisis data ini akan digunakan sebagai dasar pembuatan kesimpulan.

Bab V berisi kesimpulan dan saran penulis. Penulis memberikan kesimpulan dari perhitungan biaya iklan spot dan penyarannya pada PT Radio Geronimo.

