

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Semakin berkembangnya inovasi-inovasi yang ada di dalam dunia bisnis mengharuskan pihak manajemen perusahaan untuk dapat mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Keberhasilan perusahaan juga bergantung pada kemampuan manajemen perusahaan dalam mengambil keputusan. Adanya persaingan yang ketat mengharuskan pihak manajemen perusahaan lebih tepat dalam mengambil suatu keputusan dalam mengelola perusahaan, agar dapat mencapai tujuannya yaitu memperoleh keuntungan maksimal dan mampu berkembang. Informasi biaya merupakan hal yang penting bagi perusahaan untuk dapat mengurangi ketidakpastian dalam pengambilan keputusan. Pengambilan keputusan adalah salah satu fungsi manajemen untuk memilih keputusan yang tepat di antara beberapa alternatif. Menurut (Hansen & Mowen, 2011, p. 7) “Terdapat tiga fungsi manajemen yaitu perencanaan, pengendalian, dan pengambilan keputusan”.

Informasi biaya dapat dijadikan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan. Menurut (Siregar, et al., 2016, p. 2) informasi yang dihasilkan dapat dijadikan dasar bagi manajemen untuk menentukan biaya dan harga jual produk yang mampu bersaing, serta membantu manajemen untuk merencanakan dan mengendalikan operasi. Menurut (Carter W. , 2012, p. 40), “Biaya dalam hubungannya dengan produk terdapat dua yaitu biaya produksi dan biaya non produksi”. Menurut (Riwayadi, 2016, p. 42), “Biaya produksi merupakan biaya

yang terjadi dalam fungsi produksi. Sedangkan fungsi produksi yaitu fungsi yang mengolah bahan baku menjadi barang jadi". Sehingga biaya produksi adalah biaya-biaya yang dikeluarkan untuk mengubah bahan baku menjadi produk jadi. Terdapat tiga unsur biaya produksi yaitu biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Informasi biaya produksi sangat berperan penting untuk menentukan harga pokok produksi suatu produk bagi perusahaan. Maka penentuan biaya produk yang didasarkan pada informasi akuntansi yang akurat sangat diperlukan oleh pihak manajemen.

Bakpia Adiangung merupakan salah satu UMKM yang memproduksi bakpia dengan berbagai macam varian rasa yang menjadi oleh-oleh khas Jogja. Bakpia Adiangung berlokasi di jalan Wahid Hasyim Pringgolayan Condong Catur. Awal mula rasa dari bakpia yaitu rasa kacang hijau yang menjadi rasa original dari bakpia. Namun, semakin pesat perkembangan bisnis muncul varian-varian rasa yang modern seperti rasa coklat dan rasa keju. Perusahaan dalam situasi pandemi hampir semua mengalami penurunan penjualan, seperti yang dikatakan dalam (Kompas.com, 2020) pada tanggal 4 September 2021, bahwa penjualan bakpia di Yogyakarta mengalami penurunan drastis selama pandemi. Menurut Ahmad Sudrajat sebagai *supervisor* Bakpia Pathok 25, menyebutkan bahwa pandemi membuat penjualan bakpia menurun. Tak hanya Bakpia Pathok 25 yang mengalami penurunan omset penjualan, tetapi juga pada bakpia lainnya. Begitu pula dengan Bakpia Adiangung yang mengalami penurunan penjualan dengan rata-rata penjualan per bulan pada tahun 2018 Rp 18.920.000,

tahun 2019 Rp 20.880.000, tahun 2020 Rp 6.120.000, dan tahun 2021 Rp 13.260.000. Rata-rata penjualan per bulan dalam satuan pada tahun 2018 17.200 biji, tahun 2019 17.400 biji, tahun 2020 5.100 biji, dan tahun 2021 10.200 biji.

Salah satu cara pengambilan keputusan untuk meningkatkan penjualan yaitu dengan memberikan potongan harga. Menurut (Usman, Sondakh, & Kalalo, 2019), terjadi peningkatan penjualan setelah diterapkannya potongan harga. Supaya potongan harga yang diberikan tidak menyebabkan perusahaan rugi, maka perusahaan harus mengetahui biaya produk sebagai batas bawah dalam menentukan potongan harga. Sehingga maksimum potongan harga merupakan sampai pada batas bawah yang di mana sebesar biaya produk yang dihasilkan. Jika biaya produk tidak akurat, maka pemberian potongan harga juga tidak tepat. Oleh karena itu informasi biaya produk yang akurat pada produk bakpia sangat penting.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Informasi biaya yang akurat akan menentukan kualitas perencanaan, kualitas pengendalian, dan kualitas pengambilan keputusan yang dilakukan oleh pihak manajemen. Salah satu pengambilan keputusan yang didasarkan pada biaya produk adalah pemberian potongan harga. Informasi biaya produk yang tidak akurat akan menyebabkan pemberian potongan harga juga tidak tepat. Oleh karena itu pihak manajemen perlu mengetahui informasi biaya yang akurat agar potongan harga juga tepat. Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah berapa biaya produk bakpia adiagung sebagai dasar penentuan potongan harga.

### 1.3. Batasan Masalah

Agar penelitian lebih terarah maka digunakan batasan-batasan masalah berikut ini :

1. Penelitian ini dilakukan pada 3 varian rasa bakpia dengan penjualan tertinggi dan yang setiap hari diproduksi yaitu rasa kacang hijau (70%), rasa keju,(15%) dan rasa coklat (10%).
2. Metode pembebanan biaya yang digunakan adalah *normal costing* di mana pembebanan biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung menggunakan biaya yang sesungguhnya. Namun, pembebanan biaya overhead pabrik ke setiap jenis produk menggunakan tarif yang ditentukan dimuka.
3. Biaya overhead pabrik dibebankan dengan tarif tunggal dan dasar pembebanan yang digunakan adalah jam kerja langsung karena proses produksi dilakukan oleh tenaga kerja.

### 1.4. Tujuan Penelitian

Penelitian bertujuan untuk mengetahui biaya produk bakpia pada bakpia adiagung yang akan digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan dalam pemberian potongan harga.

### 1.5. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian diharapkan dapat membantu manajemen perusahaan dalam pengambilan keputusan yang tepat untuk pemberian maksimal potongan harga yang akurat.

## **1.6. Metode Penelitian**

### **1.6.1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan yaitu studi kasus. Studi kasus merupakan pengumpulan informasi mengenai objek tertentu, acara atau kegiatan, seperti organisasi bisnis tertentu. Peneliti harus mengamati situasi di kehidupan nyata dari berbagai sudut pandang dan perspektif dengan menggunakan berbagai metode pengumpulan data, agar mendapatkan gambaran yang jelas dari suatu masalah (Sekaran & Bougie, 2017, p. 6).

### **1.6.2. Objek Penelitian**

Dalam penelitian ini memiliki objek yaitu Bakpia Adiagung yang berlokasi di jalan Wahid Hasyim Pringgolayan Condong Catur, Yogyakarta.

### **1.6.3. Jenis Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu

#### **1. Data primer**

Data primer merupakan data yang dikumpulkan tanpa perantara, sehingga dikumpulkan sendiri oleh peneliti (Sekaran & Bougie, 2017, p. 130). Dalam penelitian ini, data primer yang diperoleh dengan melakukan wawancara bersama dengan manajer perusahaan Bakpia Adiagung dan melakukan observasi langsung untuk melihat serangkaian proses produksi di Bakpia Adiagung. Hasil dari wawancara tersebut yaitu mengenai gambaran umum perusahaan, seperti sejarah perusahaan, visi dan misi perusahaan, struktur organisasi, proses produksi, produk yang dihasilkan, dan jumlah karyawan. Hasil dari observasi tersebut adalah mengetahui

secara langsung proses produksi, aktivitas pabrik, dan melihat produk apa saja yang diproduksi oleh perusahaan.

## 2. Data sekunder

Data sekunder adalah mengacu pada informasi yang dikumpulkan oleh seseorang, selain peneliti yang melakukannya. Sehingga data sekunder mengacu pada informasi yang telah ada, seperti publikasi pemerintah mengenai indikator ekonomi, data sensus, dan laporan tahunan perusahaan (Sekaran & Bougie, 2017, p. 134). Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dokumentasi berupa data biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik, data rata-rata omset penjualan, biaya pemasaran, dan biaya administrasi dan umum.

### **1.6.4. Metode Pengumpulan Data**

Metode yang digunakan dalam penelitian sebagai berikut :

#### 1. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan memberikan beberapa pertanyaan secara langsung kepada manajer perusahaan. Hasil dari wawancara tersebut berupa pertanyaan yaitu mengenai gambaran umum perusahaan, seperti sejarah perusahaan, visi dan misi perusahaan, struktur organisasi, proses produksi, produk yang dihasilkan, dan jumlah karyawan.

#### 2. Observasi

Observasi dilakukan dengan pengamatan langsung sehingga mendapatkan informasi yang diperlukan. Informasi yang diperoleh yaitu

mengetahui secara langsung proses produksi, aktivitas pabrik, dan melihat produk apa saja yang diproduksi oleh perusahaan.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan mengamati data berupa dokumen dan catatan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik, data rata-rata omset penjualan, biaya pemasaran, dan biaya administrasi dan umum.

#### 1.6.5. Analisis Data

Langkah-langkah analisis data dalam penelitian ini yang akan dilakukan sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung
2. Menentukan tarif biaya overhead pabrik dengan langkah berikut :
  - i. Menentukan dasar pembebanan dan kapasitas,
  - ii. Menyusun anggaran biaya overhead pabrik, dan
  - iii. Menghitung tarif biaya overhead pabrik
3. Membebankan biaya overhead pabrik kepada produk
4. Menentukan biaya produk menurut akuntansi biaya
5. Membandingkan perhitungan biaya produk menurut perusahaan dengan perhitungan biaya produk menurut akuntansi biaya

## 1.7. Sistematika Penulisan

Bab I berisi pendahuluan. Dalam bab I akan menerangkan mengenai latar belakang dalam penelitian, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II berisi landasan teori. Dalam bab II ini menjelaskan mengenai teori yang menjadi dasar dalam penelitian. Teori-teori yang akan digunakan yaitu mengenai, pengertian biaya, klasifikasi biaya, peranan informasi akuntansi biaya, biaya produksi, metode pembebanan biaya, metode penentuan tarif BOP, serta dasar pembebanan dan kapasitas.

Bab III berisi gambaran perusahaan. Dalam bab III ini gambaran perusahaan mengenai sejarah perusahaan, visi dan misi perusahaan, struktur organisasi, proses produksi, jumlah karyawan, dan rata-rata omzet penjualan perusahaan.

Bab IV berisi analisis data. Dalam bab IV ini akan memuat mengenai identifikasi biaya-biaya produk, pembahasan mengenai uraian perhitungan biaya produk menurut akuntansi biaya dan perhitungan biaya produk menurut perusahaan, perbandingan biaya produk menurut akuntansi biaya dengan perusahaan, dan penentuan biaya nonproduksi menurut akuntansi biaya.

Bab V berisi kesimpulan dan saran. Dalam bab V akan menjelaskan mengenai kesimpulan dan saran hasil dari penelitian, yang dapat membantu manajemen perusahaan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan.