

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dalam perekonomian yang semakin pesat saat ini menyebabkan persaingan antar bisnis, baik usaha yang bergerak dibidang industri, perdagangan maupun jasa. Situasi seperti inilah yang menyebabkan setiap bentuk usaha khususnya yang beorientasi pada laba harus mempunyai kebijakan yang matang dan dipikirkan secara baik-baik agar dapat menjalankan fungsinya dan berjalan sesuai dengan rencana yang telah dibuat untuk mencapai tujuan. Persaingan guna memenuhi berbagai kebutuhan konsumen yang semakin tinggi, mereka menuntut kualitas dan pelayanan yang terbaik dengan harga yang terjangkau dengan berbagai perkembangan yang ada. Berhasil tidaknya suatu usaha dalam mencapai tujuan tergantung dari manajemen dalam usaha tersebut. Manajemen dalam menjalankan usahanya seringkali dihadapkan pada beberapa pilihan dan mengharuskan untuk mengambil suatu tindakan dan keputusan, untuk mengukur berhasil tidaknya suatu usaha dapat dilihat dari laba (keuntungan) yang diperoleh.

Manajemen resto mampu mempertahankan kelangsungan hidup dari usahanya dengan meningkatkan laba, manajemen resto umumnya bertujuan untuk meningkatkan laba. Saat ini usaha dibidang kuliner sangat besar dan banyak kompetitor. Setiap pengusaha resto dituntut memiliki strategi yang tepat agar tidak kalah dengan kompetitornya. Persaingan yang dihadapi ini memaksa manajemen resto untuk mengambil keputusan yang terbaik. Pengambilan keputusan ini memegang peranan penting karena keputusan yang diambil merupakan hasil akhir dari pemikiran yang harus dilaksanakan, kesalahan dalam pengambilan keputusan dapat membawa kerugian, mulai dari kerugian citra sampai pada kerugian uang. Beberapa solusi timbul dari para pemilik usaha, salah satunya adalah pemikiran untuk membeli atau membuat

sendiri produk yang diinginkan oleh konsumen. Salah satu keputusan yang biasanya digunakan yaitu menggunakan biaya relevan.

Biaya relevan (*relevant cost*) adalah biaya yang akan terjadi di masa mendatang dan berbeda diantara berbagai alternatif keputusan (Sodikin, 2015). Terdapat dua kriteria yang harus dipenuhi agar suatu biaya disebut biaya relevan yaitu akan terjadi dan berbeda. Oleh karena adanya dua kriteria tersebut, biaya relevan harus dipertimbangkan di dalam membuat keputusan. Menurut Hansen & Mowen (2009) merupakan biaya masa depan yang berbeda pada setiap alternatif. Semua keputusan berhubungan dengan masa depan sehingga hanya biaya masa depan yang dapat menjadi relevan dengan keputusan. Namun, untuk menjadi relevan, suatu biaya tidak hanya harus merupakan biaya masa depan, tetapi juga harus berbeda dari satu alternatif dengan alternatif lainnya. Agar pihak manajemen resto atau rumah makan bisa melakukan pengambilan keputusan diantara alternatif yang ada maka pihak manajemen harus bisa melakukan analisa terhadap alternatif yang ada. Salah satu metode yang dapat dilakukan untuk membantu menganalisa alternatif adalah dengan melakukan analisa terhadap biaya relevan.

Rumah makan Cinta Rasa adalah salah satu resto *chinese food* yang berlokasi di Muntilan Magelang dengan menu utama bakmie. Bakmie di rumah makan Cinta Rasa menjadi favorit para pelanggan karena rasanya yang enak. Berdasarkan hasil informasi dari pemilik rumah makan dahulu ,rumah makan tersebut membuat mie sendiri, setelah pemiliknya meninggal dan usaha ini dilanjutkan oleh anaknya (penerus) mereka tidak membuat mie sendiri melainkan membeli dari *supplier* dengan alasan agar tidak perlu repot membuatnya. Pemilik rumah makan menjelaskan bahwa belakangan ini harga mie mentah mengalami kenaikan sehingga berdampak pada penjualan. Hal itu dikarenakan stok mie mentah yang dibeli dari *supplier* langganannya harganya naik, pemilik rumah makan telah mencari *supplier* lain dengan harga mie mentah yang lebih rendah. Harag mie mentah dari *supplier* lain ternyata juga

mengalami kenaikan. Berikut harga mie mentah *homemade* dari beberapa *supplier* yang diperoleh pemilik rumah makan.

Tabel 1. 1 Harga Mie Basah *Homemade*

<i>Supplier</i>	<i>Grade Mie</i>	Harga Per Kg	Harga Per 10 Kg	Keterangan
A	Premium	Rp 50.000	Rp 49.000	Muntilan
B	<i>Grade A</i>	Rp 46.000	Rp 45.500	Magelang
C	<i>Grade A</i>	Rp 43.900	Rp 43.500	Sleman
D	Premium	Rp 47.500	Rp 47.000	Jogja

Sumber: Hasil wawancara dengan pemilik rumah makan (2022)

Tingginya harga mie disebabkan oleh kenaikan bahan bakunya seperti terigu, telur dan minyak goreng. Awal Januari 2022 telah terjadi kenaikan harga minyak goreng yang berkisar dari Rp 19.000 sampai dengan Rp 24.000 per liter bergantung dari jenis kemasan yang digunakan (Rahayu, 2022). Berdasarkan data tahun 2021 – 2022 Sistem Pemantauan Pasar dan Kebutuhan Pokok Kementerian Perdagangan minyak goreng kemasan sederhana mengalami kenaikan harga sebesar 32,58%, sedangkan minyak goreng kemasan premium mengalami kenaikan harga sebesar 27,81%. Kenaikan harga minyak goreng dari tahun 2021 hingga 2022 diikuti juga dengan kenaikan harga terigu dan telur ayam ras (SP2KP, 2022). Pemilik rumah makan berencana membuat mie sendiri untuk mengatasi kenaikan harga mie mentah dan kembali menaikkan laba penjualan. Keputusan membuat mie sendiri dikarenakan pemilik rumah makan saat ini pernah belajar membuat mie mentah dari almarhum ayahnya (pemilik rumah makan sebelumnya).

Permasalahan yang dihadapi manajemen resto dalam mempertimbangkan alternatif untuk membuat sendiri atau membeli mie dari *supplier*. Pengambilan keputusan membuat atau membeli mie mentah dari *supplier* agar tidak terjadi kesalahan adalah dengan menghitung biaya relevan. Manajemen rumah makan dapat

menentukan alternatif pilihan terbaik yang harus diambil menggunakan analisis biaya relevan. Terpilihnya satu alternatif keputusan terbaik dapat mengurangi biaya yang harus dikeluarkan rumah makan, karena alternatif keputusan yang dipilih yaitu biaya yang paling rendah dengan demikian laba penjualan dapat meningkat. Berdasarkan uraian tersebut maka penulis tertarik untuk mengambil judul penelitian “Analisis Biaya Relevan dalam Mengambil Keputusan Membeli atau Membuat Mie Sendiri (Study Kasus pada Rumah Makan Cinta Rasa Muntilan)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka masalah pada penelitian ini adalah Rumah Makan Cinta Rasa sebaiknya membeli atau membuat sendiri mie ?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah perlu dipaparkan dalam penelitian ini agar penelitian yang dipaparkan bias lebih jelas dan terarah. Batasan dari penelitian ini adalah :

1. Penelitian hanya fokus pada analisis biaya relevan dalam mengambil keputusan membeli atau membuat mie sendiri.
2. Analisis biaya relevan tahun 2021
3. Penulis Membatasi permasalahan pada faktor kualitatif yaitu biaya relevan antara membeli atau membuat mie sendiri pada rumah makan Cinta Rasa Muntilan.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis biaya relevan dalam pengambilan keputusan membeli atau membuat mie sendiri.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Menambah wawasan bagi akademisi dalam perkembangan ilmu pengetahuan khususnya akuntansi

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi penulis: mendapatkan ilmu tentang biaya relevan untuk mengambil keputusan
- b. Bagi pemilik resto/rumah makan: sebagai bahan pertimbangan untuk mengambil keputusan terbaik membeli atau membuat mie sendiri berdasarkan analisis biaya relevan.

1.6 Metode Penelitian

1. Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan rumah makan Cita Rasa yang berada di Jalan Yasmudi No. 27 Tambakan, Sedayu, Muntilan, Magelang.

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah studi kasus. Menurut Arikunto (2019) metode studi kasus sebagai salah satu jenis pendekatan deskriptif, penelitian organisme (individual), lembaga atau gejala tertentu dengan daerah atau subyek yang sempit. Studi kasus adalah sebuah metode penelitian yang menggunakan suatu hal yang baik itu seorang individu, kelompok, lembaga dan peristiwa tertentu secara mendetail, rinci dan mendalam.

3. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Menurut Sugiyono (2018) Sumber data dibagi menjadi dua bagian yaitu:

- 1) Data primer yaitu data yang diperoleh melalui kegiatan wawancara atau mengisi kuesioner yang artinya sumber data ini langsung memberikan data kepada peneliti. Data primer pada penelitian ini adalah hasil observasi dan hasil wawancara secara langsung dengan pemilik rumah makan Cita Rasa.
- 2) Data Sekunder yaitu peneliti tidak langsung menerima dari sumber data. Data sekunder penelitian berupa catatan transaksi pembelian dan penjualan mie dan yang diperoleh dari pemilik rumah makan Cita Rasa.

4. Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan cara:

a. Wawancara

Wawancara ini dilakukan secara langsung dengan pemilik dari rumah makan Cita Rasa dengan cara mengajukan pertanyaan-pertanyaan secara langsung dengan tujuan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan.

b. Observasi

Proses pengumpulan data berikutnya dilakukan dengan cara melakukan pengamatan secara langsung ke rumah makan Cita Rasa.

5. Analisis Data

Data yang diperoleh kemudian dikumpulkan dan dianalisis dengan langkah-langkah berikut ini:

- a. Mengidentifikasi biaya pada proses pembuatan mie.
- b. Melakukan penggolongan biaya.
- c. Melakukan perhitungan total biaya yang dikeluarkan.
- d. Mengidentifikasi biaya relevan
- e. Saran pembuatan keputusan yang lebih menguntungkan berdasarkan hasil analisis.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan disini merupakan gambaran umum dari keseluruhan isi proposal dengan tujuan untuk mempermudah pembaca dalam memahami isi.

BAB I Pendahuluan

Bab ini berisi latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan dari penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II Landasan Teori

Bab ini memuat landasan teori yang digunakan sebagai dasar pada saat proses penelitian.

BAB III Gambaran Umum Perusahaan

Bab ini berisi mengenai gambaran umum usaha yang diteliti, dalam hal ini yaitu rumah makan Cita Rasa. Bab ini berisi tentang visi dan misi, profil rumah makan, sejarah berdirinya rumah makan, produk, tempat produksi, dan lain sebagainya.

BAB IV Analisis Data dan Pembahasan

Bab ini akan memuat hasil penelitian yang telah dilakukan di rumah makan Cita Rasa mengenai analisis biaya relevan.

BAB V Kesimpulan dan Saran

Bab ini berisi mengenai kesimpulan dan saran dari hasil penelitian. Kesimpulan dan saran ini ditujukan kepada pemilik usaha dengan harapan agar saran ini akan berguna untuk perusahaan di masa mendatang.