

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi ini, keberadaan toko yang menyediakan barang kebutuhan sehari-hari semakin menjamur baik yang dikelola secara sistem *franchise* ataupun dikelola mandiri, baik yang berbentuk swalayan, minimarket, supermarket bahkan hypermarket. Hal ini memancing terciptanya iklim persaingan yang ketat dalam menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama. Faktor yang dapat diusahakan dalam memenangkan persaingan ini, diantaranya adalah dengan memperhatikan kenyamanan berbelanja, ketersediaan barang dan penetapan harga yang bersaing. Dalam bisnis minimarket ini, pelanggan membeli produk sekaligus membeli pelayanan yang ditawarkan perusahaan. Dalam hal penetapan harga jual, perusahaan lebih banyak menetapkan aturan baku misalnya: untuk barang kebutuhan pokok ditentukan margin 2% hingga 10% dengan asumsi laba yang diperoleh minimal dapat menutup biaya operasionalnya.

Ditengah persaingan yang ketat ini, perusahaan dituntut untuk bersaing harga secara sehat. Harga yang ditawarkan oleh pemasok pada umumnya hampir sama, namun karakteristik masing-masing pemasok akan berbeda. Oleh karena itu, diperlukan efektifitas dan efisiensi dalam mengelola biaya tersebut agar harga jual yang ditawarkan menjadi lebih *competitive*.

Biaya yang ditimbulkan oleh pemasok termasuk dalam elemen biaya yang harus ditanggung oleh perusahaan karena banyak aktivitas pemasok yang secara langsung akan mempengaruhi aktivitas internal perusahaan. Biaya-biaya yang dimaksud berhubungan dengan kualitas, reliabilitas, dan pengiriman yang lambat. Jika biaya pemasok semakin tinggi, maka harga beli sesungguhnya dari pemasok akan tinggi. Hal ini harus dihindari agar biaya yang dikorbankan tidak terlalu tinggi sehingga menjadi tidak efektif dan efisien.

Akuntansi biaya tradisional hanya memperhitungkan biaya produksi ke dalam kos produk. Biaya pemasaran serta biaya administrasi umum tidak diperhitungkan ke dalam kos produk, namun diperlakukan sebagai biaya usaha dan dikurangkan langsung dari laba bruto untuk menghitung laba bersih usaha. Pada awal perkembangannya, akuntansi biaya hanya difokuskan pada perhitungan kos produk (*product cost*) yang dihasilkan oleh perusahaan. Pada perkembangan selanjutnya, akuntansi biaya difokuskan pada pengendalian biaya melalui akuntansi pertanggungjawaban. Dalam akuntansi pertanggungjawaban ini, biaya dihubungkan dengan manajer yang memiliki wewenang atas biaya tertentu, agar manajer tersebut dapat merencanakan dan mengendalikan biaya yang menjadi tanggung jawabnya.

Perusahaan dagang akan mengakui kos produk adalah sebesar harga pembelian yang ditetapkan oleh pemasok atas suatu produk. Hal ini berarti perusahaan dagang tidak dapat mengendalikan kos produk. Jika perusahaan tetap menggunakan akuntansi biaya tradisional, maka perusahaan tidak dapat melakukan penghematan dalam rangka menekan kos produk tersebut. Selain itu,

pada kenyataannya perusahaan dagang sangat membutuhkan sistem pemasaran, penjualan dan administrasi yang baik. Dengan memasukkan elemen biaya pendukung tersebut, kos produk menjadi lebih akurat. Jika perusahaan tetap menggunakan akuntansi biaya tradisional maka biaya yang dihasilkan tidak dapat mencerminkan kos produk yang sesungguhnya.

Activity Based Costing (ABC) adalah sistem informasi biaya berbasis aktivitas yang didesain untuk memotivasi personel dalam melakukan pengurangan biaya dalam jangka panjang melalui pengelolaan aktivitas. Sistem ABC didesain dengan keyakinan dasar bahwa biaya hanya dapat dikurangi secara signifikan melalui pengelolaan terhadap penyebab timbulnya biaya, yaitu aktivitas. Ada dua hal yang mendasari sistem ABC, yaitu: *cost is caused* dimana biaya ada penyebabnya dan penyebab biaya adalah aktivitas, dan *the causes of cost can be managed* dimana penyebab terjadinya biaya tersebut dapat dikelola. Dengan informasi lengkap tentang aktivitas, personel perusahaan dapat merencanakan secara efektif target pengurangan biaya dan mengimplementasikan secara efektif rencana tersebut. Informasi yang dihasilkan oleh sistem ABC menyediakan umpan balik untuk menilai kinerja personel dalam mewujudkan target pengurangan biaya.

Sistem ABC akan menelusuri biaya aktivitas kemudian produk dengan asumsi bahwa aktivitas-aktivitas memakai sumber-sumber daya dan produk, kemudian sebagai gantinya, memakai aktivitas. Penelusuran biaya penggerak pemasok memungkinkan pihak manajer untuk memilih pemasok yang benar dan berbiaya rendah sehingga dapat menghasilkan keunggulan kompetitif yang tinggi

dan meningkatkan laba. Dengan mengidentifikasi aktivitas yang ditimbulkan oleh pemasok, maka manajer dapat mengidentifikasi biaya yang sesungguhnya. Perhitungan biaya berdasarkan aktivitas adalah kunci penelusuran biaya yang berhubungan dengan pembelian, kualitas, keandalan, dan kinerja pengiriman.

Damai minimarket adalah sebuah perusahaan dagang yang menjual barang-barang kebutuhan sehari-hari. Damai minimarket berlokasi di jalan Damai no 98 Ngaglik Sleman Yogyakarta dan telah beroperasi selama 3 tahun. Damai minimarket menggunakan sistem FIFO untuk persediaannya. Dengan sekitar 270 pemasok yang dimiliki, Damai minimarket dapat menjual sekitar 6000 item barang dagangan.

Beberapa dari pemasok tersebut menawarkan jenis barang yang sama dengan berbagai keunggulannya. Dari sisi ukuran terdapat pemasok kecil yang beberapa diantaranya adalah produksi rumahan, pemasok ukuran sedang, dan pemasok besar yang membawa lebih dari 100 item barang dagangan. Untuk memesan barang, pemasok akan datang ke perusahaan atau dengan cara pemesanan via telepon setelah itu barang akan diperoleh hari itu juga atau akan diantar beberapa hari kemudian. Namun tidak jarang pemasok akan terlambat dalam mengantarkan barang. Keterlambatan ini seringkali tidak dapat diperhitungkan sebelumnya. Pada umumnya satu merek dagang akan dibawa oleh 1 distributor, namun tidak jarang bahwa satu merek dagang tersebut akan ditawarkan oleh lebih dari 1 distributor. Hal yang membedakan antar pemasok ini adalah harga dan kelengkapan produk yang ditawarkan. Keanekaragaman pemasok yang dimiliki ini, membuat perusahaan untuk memilih pemasok yang terbaik.

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan keadaan yang ditemui dalam perusahaan, maka dapat dirumuskan suatu permasalahan, yaitu:

1. Berapakah biaya total yang ditimbulkan dari masing-masing pemasok berdasarkan aktivitas yang diperlukan dalam penyediaan produk?
2. Pemasok yang manakah yang sebaiknya dipilih oleh perusahaan dalam penyediaan produk yang bersangkutan?

I.3. Batasan Masalah

1. Penelitian menggunakan perbandingan antar 2 pemasok dengan penawaran jenis produk yang sama.
2. Penelitian ini meliputi tahapan identifikasi aktivitas dan perhitungan biaya total dalam pemilihan pemasok.
3. Data diambil berdasarkan data yang ada 1 tahun terakhir, yaitu sejak bulan Januari 2006 hingga Desember 2006.
4. Aktivitas yang digunakan adalah aktivitas yang berhubungan langsung dengan pemasok, yaitu pemesanan, penerimaan, pemeriksaan komponen yang datang, hingga pengembalian barang yang rusak.

I.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui total biaya yang ditimbulkan oleh pemasok dan dapat dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan dalam pemilihan pemasok.

2. Manfaat Penelitian

Bagi perusahaan: penelitian ini berguna untuk mengetahui biaya total dari masing-masing pemasok sehingga dapat digunakan manajemen perusahaan dalam pemilihan pemasok.

Bagi penulis: dengan penelitian ini penulis dapat memperoleh tambahan pengalaman praktis dalam menganalisa masalah biaya pemasok.

I.5. Metodologi Penelitian

1. Data

Data yang digunakan adalah data yang diperoleh langsung dari perusahaan meliputi: sejarah berdirinya perusahaan, struktur organisasi, sumber daya yang diperlukan dan aktivitas yang dilakukan perusahaan dengan pemasok yang berkaitan dengan pembelian produk beserta harga produk itu sendiri.

2. Cara Pengumpulan Data

A. Wawancara

Wawancara dengan manajer minimarket dan bagian akuntansi tentang aktivitas yang diperlukan dalam kaitannya dengan pembelian produk dari pemasok yang bersangkutan untuk perhitungan biaya total.

B. Observasi

Observasi dilakukan langsung dengan mengamati aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan pemasok sehari-hari.

3. Analisis Data

A. Tahapan *Activity Based Costing*:

1. Identifikasi aktivitas
2. Mengumpulkan data biaya sumber daya yang diperlukan
3. Alokasi biaya ke aktivitas

B. Perhitungan biaya total

1. Biaya aktivitas yang disebabkan oleh pemasok
2. Menghitung tarif aktivitas untuk pembebanan ke supplier
3. Perhitungan *supplier costing*

C. Membandingkan biaya total yang dihasilkan oleh masing-masing pemasok.

I.6. Sistematika Pembahasan

I. Pendahuluan

Pendahuluan berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika pembahasan.

II. Landasan Teori

Landasan teori berisi pengertian *Activity Based Costing* dan *supplier costing*, konsep dasar *Activity Based Costing* dan *supplier costing*,

pengertian aktivitas, pengertian biaya total, dan tahapan penerapan *Activity Based costing*.

III. Gambaran Umum Perusahaan

Gambaran umum perusahaan berisi informasi keadaan perusahaan, struktur organisasi perusahaan, aktivitas yang dilakukan, dan permasalahan yang sedang dihadapi.

IV. Analisis Data

Analisis data berisi tahapan *Activity Based Costing* dan *supplier costing*, perhitungan biaya total dari masing-masing beserta pembahasannya dalam pemecahan masalah yang dihadapi perusahaan

V. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan dan saran berisi rangkuman hasil yang dicapai dalam penelitian beserta saran-saran bagi pihak-pihak terkait.