

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Menghadapi era pasar bebas yang disebabkan oleh globalisasi, maka setiap perusahaan harus siap untuk bersaing secara global. Persaingan merupakan suatu tantangan bagi perusahaan untuk terus berusaha memberikan yang terbaik bagi konsumen. Perusahaan yang mampu memenuhi keinginan pelanggan, mengembangkan produk tepat waktu, mengeluarkan biaya yang rendah dalam bidang persediaan dan penyerahan produk, mengelola industri secara cermat dan fleksibel merupakan perusahaan yang memiliki daya saing tinggi dan dapat menguasai pasar (Watanabe, dalam Wirdianto, & Unbersa 2008). Salah satu faktor dalam persaingan yaitu perusahaan harus dapat memberikan harga yang rendah kepada konsumen tanpa mengabaikan kualitasnya. Untuk memberikan harga yang rendah kepada para konsumen, perusahaan harus menekan biaya-biaya yang timbul. Ada berbagai macam biaya yang timbul, salah satunya adalah biaya yang ditimbulkan dari pemasok atau *supplier*.

Pemasok atau *supplier* merupakan mitra bisnis yang memegang peranan sangat penting dalam menjamin ketersediaan barang pasokan yang dibutuhkan oleh perusahaan. Pemasok atau *supplier* merupakan salah satu bagian yang termasuk di dalam segmen. Segmen adalah suatu subunit dari sebuah perusahaan yang cukup penting dalam pembuatan laporan kinerja, atau dapat diartikan

sebagai kontribusi laba dari berbagai aktivitas atau unit-unit lainnya dalam organisasi (Hansen & Mowen, 2001)

Setiap pemasok atau *supplier* pada umumnya hampir sama, namun karakteristik yang dimiliki oleh masing-masing pemasok adalah berbeda. Untuk memperoleh pemasok yang memiliki biaya yang paling rendah maka diperlukan sebuah metode untuk mengukur efektifitas dan efisiensi dari setiap pemasok. Hal ini bertujuan untuk mengelola biaya yang timbul dari pemasok agar harga jual yang ditawarkan perusahaan kepada para pelanggannya menjadi lebih kompetitif (Sulastiningsih, dalam Setyaningrum, 2007).

Pemilihan pemasok bahan baku dilakukan agar proses produksi yang berjalan di perusahaan tidak terganggu, dimana *supplier* yang dipilih mampu menyediakan barang tepat pada waktunya, berkualitas baik dan harga yang kompetitif. Pemilihan pemasok merupakan kegiatan strategis, terutama apabila pemasok tersebut akan memasok item yang kritis dan/atau akan digunakan dalam jangka panjang. Empat kriteria pemilihan pemasok menurut Harding, yaitu kredibilitas pemasok, proses pengiriman (distribusi) barang, penentuan harga, kualitas barang (Hidayat 2008). Hal ini penting karena banyak perusahaan yang melakukan kesalahan fatal dalam memilih *supplier*. Oleh karena itu, maka pihak perusahaan dirasa perlu untuk melakukan analisis terhadap biaya dari para pemasoknya, atau dapat disebut dengan analisis *supplier costing*.

Analisis *supplier costing* yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan perhitungan biaya berdasarkan sistem ABC. Hal ini dikarenakan bahwa penentuan harga pokok per unit yang lebih akurat penting bagi

manajemen sebagai dasar untuk pembuatan keputusan. Agar tidak terjadi distorsi penentuan harga pokok per unit, banyak perusahaan yang mengadopsi penggunaan sistem harga pokok (*costing*) berbasis aktivitas (ABC), dengan harapan manajemen melakukan analisis profitabilitas, mendorong perbaikan proses, mengembangkan ukuran kinerja yang lebih inovatif, dan dapat berpartisipasi dalam perencanaan strategis (Moh. Syahfrudin, dalam Sujana, 2006). Dengan mengidentifikasi aktivitas yang ditimbulkan oleh pemasok, maka manajer dapat mengidentifikasi biaya yang sesungguhnya.

Penerapan sistem ABC banyak memberikan manfaat, Robin Cooper dan Robert S. Kaplan (1991) dalam Supriyono (2002) mengungkapkan bahwa manfaat yang dihasilkan sistem ABC adalah sebagai berikut, (1) Memperbaiki mutu pembuatan keputusan, (2) memungkinkan manajemen melakukan perbaikan terus menerus terhadap kegiatan untuk mengurangi biaya *overhead*, dan (3) memberikan kemudahan dalam penentuan biaya relevan untuk keputusan yang lebih luas (Sujana 2006).

Pembebanan biaya untuk aktivitas yang berhubungan dengan pemasok mengikuti pola yang sama dengan perhitungan biaya pelanggan dan perhitungan harga pokok produk pada ABC (Hansen & Mowen, 2009). Keputusan disini didasarkan pada biaya yang paling rendah diantara ke tiga *supplier* yang memiliki jumlah transaksi terbesar dengan perusahaan. Penelitian ini dilakukan kepada tiga pemasok yang memiliki jumlah kerjasama terbanyak dengan perusahaan, hal ini dikarenakan semakin banyak kerjasama yang dilakukan dengan perusahaan maka *supplier* tersebut semakin terlibat dalam pengadaan barang di perusahaan

sehingga jumlah moneter yang dikeluarkan perusahaan untuk *supplier* tersebut semakin besar.

PT. Ciptagraha Mitra adalah perusahaan distributor *wallpaper* yang berlokasi di Jalan Agung Barat 1 Blok A-3/28-B, Sunter Agung, Tanjung Priok, Jakarta. Kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan ini yaitu, membeli barang dari pemasok besar kemudian menjual kembali ke agen-agen atau distributor yang lebih kecil. Dilihat dari jenis kegiatan usahanya, PT. Ciptagraha Mitra memiliki banyak pemasok, pemasok disini terdiri dari dua jenis pemasok yaitu pemasok dalam negeri atau lokal dan pemasok asing atau pemasok luar negeri. Dalam penelitian ini, peneliti meneliti pemasok asing. Hal ini dikarenakan pemasok asing memiliki jumlah transaksi yang lebih besar dibanding dengan pemasok lokal. Hal yang membedakan antar pemasok ini adalah, harga, dan kemudahan untuk bertransaksi. Keanekaragaman pemasok yang dimiliki ini, membuat perusahaan untuk memilih pemasok yang terbaik. Tujuannya adalah agar pihak manajemen tidak melakukan pengambilan keputusan yang kurang tepat didalam pemilihan *supplier*. Dalam penelitian ini, penulis hanya mengambil tiga pemasok dengan jenis penawaran produk yang sama dan memiliki transaksi terbesar dengan PT. Ciptagraha Mitra.

Setiap pemasok memiliki kualitas *wallpaper* yang sama, hal yang membedakan adalah motifnya. Walaupun memiliki motif yang berbeda-beda, tetapi setiap pemasok tidak memiliki motif yang khas. Motif *wallpaper* merupakan motif yang bercorak *universal*, seperti motif abstrak, bunga, *animal*, kartun.

Hubungan antara PT. Ciptagraha Mitra dengan para *supliernya* tidak terikat. Perusahaan dapat melakukan kerjasama dengan *supplier* tanpa adanya kontrak jangka panjang. Untuk membeli barang dari *supplier*, perusahaan hanya melakukan permintaan pengiriman barang apabila tidak ada permintaan barang maka tidak ada kerja sama antara *supplier* dengan perusahaan.

1.2. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka diperoleh rumusan masalah sebagai berikut, pemasok manakah yang sebaiknya dipilih oleh perusahaan dalam penyediaan produk yang bersangkutan?

1.3. Batasan masalah

Adapun batasan dari penelitian ini adalah:

- a. Penelitian ini menggunakan perbandingan antar tiga pemasok asing dengan penawaran jenis produk yang sama. Tiga pemasok ini adalah pemasok yang memiliki aktivitas kerjasama yang besar dengan perusahaan.
- b. Kriteria pemilihan pemasok yaitu, dengan menggunakan data tarif dan aktivitas total biaya pembelian per unit setiap komponen.
- c. Data yang digunakan dalam penelitian ini dibatasi data pada PT. Ciptagraha Mitra Jakarta bulan Januari 2010 - Desember 2010.
- d. Harga beli dari pemasok diasumsikan sama untuk setiap produk yang ditawarkan.

1.4. Tujuan penelitian

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

1.5. Manfaat penelitian

Berikut adalah manfaat penelitian bagi:

a. Bagi perusahaan

Manfaat dari penelitian ini yaitu, untuk mengetahui biaya yang disebabkan oleh pemasok sehingga diharapkan dengan adanya penelitian ini maka pihak manajemen perusahaan dapat melakukan pengambilan keputusan secara lebih tepat didalam pemilihan pemasok serta penetapan harga jual produknya.

b. Bagi pihak lain

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan, wawasan dalam mempelajari masalah yang berkaitan dengan *supplier costing* di dalam pemilihan pemasok.

1.6. Metode Penelitian

a. Obyek penelitian

Obyek penelitian ini adalah PT. Ciptagraha Mitra Jakarta yang berlokasi di Jalan Agung Barat 1 Blok A-3/28-B, Sunter Agung, Tanjung Priok, Jakarta.

b. Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, karena data yang diambil dalam penelitian ini adalah data yang berasal dari database yang dimiliki oleh perusahaan.

Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah:

1. Gambaran umum perusahaan
2. Data biaya yang diserap oleh setiap aktivitas, yang meliputi biaya tenaga kerja, biaya administrasi, biaya pemakaian telepon, biaya penggunaan fasilitas.
3. Data waktu yang diperlukan untuk penawaran produk.
4. Data jumlah barang yang dipesan.
5. Data jumlah barang yang diterima.
6. Data jumlah penyesuaian harga yang dilakukan.
7. Data biaya kerugian barang yang rusak.
8. Data biaya *overhead* pabrik.
9. Data biaya penyusutan gedung.

c. Cara pengumpulan data.

a. Wawancara.

Pada penelitian ini yang menjadi informan dalam wawancara adalah pihak yang berwenang dalam perusahaan,

yaitu pemilik perusahaan, manajer bagian pembelian, dan kepala bagian akuntansi pada PT. Ciptagraha Mitra Jakarta. Wawancara yang dilakukan meliputi sejarah berdirinya perusahaan, struktur organisasi, sumber daya yang diperlukan dan aktivitas yang dilakukan perusahaan dengan pemasok yang berkaitan dengan pembelian produk beserta harga pokok itu sendiri.

b. Observasi

Observasi yang dilakukan yaitu dengan mengamati secara langsung aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan kegiatan perusahaan sehari-hari khususnya dalam hal penyediaan barang yang berkaitan dengan pemasok.

c. Dokumentasi

Dokumen-dokumen yang diamati adalah dokumen yang berhubungan dengan pemasok. Dokumen tersebut antara lain, dokumen pemesanan barang, dokumen penerimaan barang, dokumen pengembalian barang yang rusak, dokumen penggajian karyawan, dan laporan keuangan bulan Januari 2010 hingga Desember 2010.

d. Langkah-langkah analisis

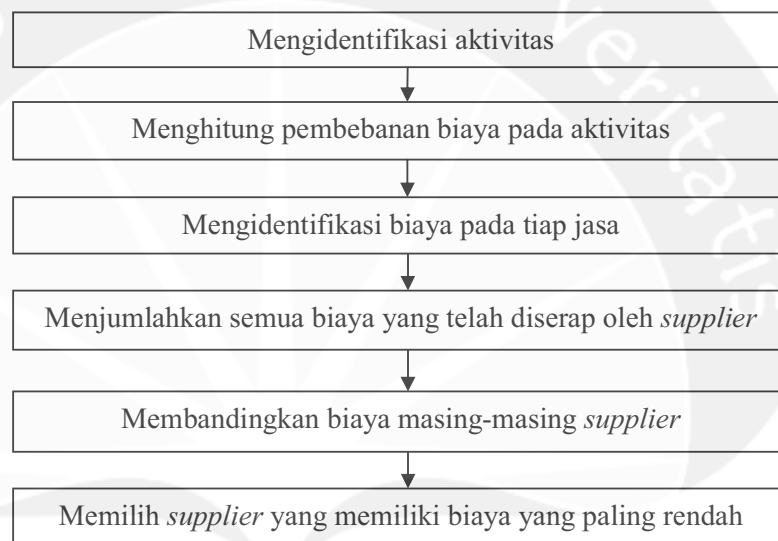
Analisis yang dilakukan dalam pemilihan *supplier* terdiri dari dua tahap. Tahap pertama dibagi menjadi dua langkah, dan tahap ke dua dibagi menjadi tiga langkah. Penjelasan secara rinci dapat dilihat sebagai berikut:

a. Tahap I

1. Mengidentifikasi aktivitas.
2. Menghitung pembebanan biaya pada aktivitas.
 - a) Mengidentifikasi penyerapan biaya tenaga kerja.
 - b) Mengidentifikasi penyerapan biaya lain.
 - c) Mengelompokan biaya berdasarkan level aktivitasnya.
- b. Tahap II
 1. Mengidentifikasi biaya pada tiap jasa.
 - 1) Menghitung biaya yang digunakan dalam pemesanan barang kepada pemasok asing..
 - 2) Menghitung biaya yang digunakan untuk kerugian barang yang rusak.
 - 3) Menghitung biaya yang diserap bagian akuntansi.
 - 4) Menghitung biaya pemakaian telepon.
 - 5) Menghitung biaya pemakaian listrik.
 - 6) Menghitung biaya pemakaian internet.
 - 7) Menghitung biaya penggunaan peralatan.
 - 8) Menghitung biaya penggunaan fasilitas.
 2. Menjumlahkan semua biaya yang telah diserap oleh *supplier*.
 3. Membandingkan biaya masing-masing *supplier*, kemudian memilih *supplier* yang memiliki biaya yang paling rendah.

Gambar 1.1

Langkah-langkah analisis penerapan *supplier costing*



1.7. Sistematika Penulisan

BAB I: PENDAHULUAN

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

Bab II : ABC & SUPPLIER COSTING

Pada bab ini terdapat empat bagian, yaitu bagian pertama berisi tentang pengertian mengenai sistem akuntansi biaya tradisional,

dan kelemahan sistem akuntansi biaya tradisional, bagian yang kedua yaitu sejarah ABC, pengertian sistem ABC, konsep ABC, konsep-konsep dasar ABC, manfaat dari sistem ABC, perbandingan biaya produk tradisional dan ABC, struktur ABC, syarat penerapan sistem ABC, penerapan biaya *overhead* pabrik pada ABC, prosedur pembebanan biaya *overhead* pabrik dengan ABC, manfaat penentuan harga pokok produksi berdasarkan ABC, keunggulan ABC. Bagian yang ketiga berisi tentang pengertian aktivitas, klasifikasi aktivitas, aktivitas penggerak biaya, bagian yang terakhir adalah pengertian *supplier*, pemilihan pemasok/ *supplier* dan *supplier costing* dengan pendekatan ABC.

Bab III : GAMBARAN UMUM PT. CIPTAGRAHA MITRA JAKARTA

Bab ini berisi tentang sejarah berdiri dan berkembangnya perusahaan, tujuan perusahaan, struktur organisasi, aktivitas perusahaan, karyawan perusahaan, dan pemasok/ *supplier*.

Bab IV: ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang deskripsi data penelitian serta analisis data dan pembahasan hasil penelitian yang dilakukan pada PT.Ciptagraha Mitra Jakarta. Analisis data yang dilakukan dibagi menjadi dua tahap, tahap yang pertama adalah mengidentifikasi aktivitas, melakukan pembebanan biaya pada setiap aktivitas, mengidentifikasi penerapan biaya tenaga kerja, mengidentifikasi

penerapan biaya lain. Sedangkan tahap yang kedua adalah mengidentifikasi pada tiap jasa, dan menghitung biaya *supplier*.

Bab V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan.