

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **I.1 Latar Belakang Masalah**

Pada umumnya suatu perusahaan didirikan untuk memperoleh laba. Secara umum perusahaan didefinisikan sebagai organisasi yang dikembangkan oleh seseorang atau sekumpulan orang dengan tujuan untuk menghasilkan berbagai jenis barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat.<sup>1</sup> Suatu perusahaan memproduksi barang maupun jasa bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat tetapi tujuan utamanya adalah memperoleh keuntungan dari usaha yang dilakukan. Selain itu, laba mencerminkan keberhasilan manajemen sekaligus sebagai penunjang kelangsungan hidup perusahaan.

Untuk memperoleh laba yang optimal. Perusahaan perlu menerapkan fungsi manajemen yang tepat dalam perusahaannya. Salah satu fungsi dari manajemen adalah perencanaan. Perencanaan pihak manajemen dihadapkan pada pembuatan keputusan yang menyangkut pemilihan berbagai alternatif. Untuk dapat mengambil keputusan yang baik, seorang manajer perlu mengetahui proses dan informasi yang diperlukan serta relevan dengan permasalahan yang dihadapi. Pengambilan keputusan pada hakekatnya adalah melakukan pendekatan yang sistematis terhadap suatu masalah, mengidentifikasi beberapa alternatif pemecahan masalah, pengumpulan informasi yang relevan dari sudut tujuan yang akan dicapai, kemudian memilih alternatif mana yang paling menguntungkan.

---

<sup>1</sup> Sadono sukirno, *Pengantar Teori Ekonomi Mikroekonomi*, edisi 2, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2001), hal. 38.

Dalam pembuatan keputusan, terdapat 2 macam keputusan yang akan diambil oleh manajemen, yaitu pengambilan keputusan yang berhubungan dengan perencanaan jangka panjang dan pengambilan keputusan yang berhubungan dengan perencanaan jangka pendek.<sup>2</sup> Pengambilan keputusan jangka panjang, misalnya keputusan yang menyangkut penanaman modal aktiva tetap maupun investasi. Sedangkan untuk pengambilan keputusan jangka pendek seperti keputusan untuk membeli atau membuat sendiri (*make or buy decision*), menjual atau memproses lebih lanjut suatu produk (*Sell or process further*), menghentikan atau melanjutkan produksi produk tertentu atau kegiatan usaha suatu bagian perusahaan (*stop or continue product line*), serta menerima atau menolak pesanan khusus (*special order decision*).

Tujuan utama pengambilan keputusan adalah agar diperoleh suatu keputusan yang tepat. Sering kali manajemen dihadapkan pada masalah pengambilan keputusan diantara dua alternatif atau lebih. Keputusan keputusan tersebut seringkali bersifat kompleks maupun sederhana. Namun tanpa memperhatikan kompleks atau tidaknya keputusan yang akan diambil, manajemen harus memperoleh informasi yang relevan dengan berbagai macam alternatif. Informasi yang relevan dapat berupa informasi biaya, informasi penjualan, serta informasi lain yang berkaitan dalam pengambilan keputusan.

---

<sup>2</sup> Supriyono, *Akuntansi Biaya: Perencanaan dan Pengendalian Biaya serta Pembuatan Keputusan*, edisi 2, ( Yogyakarta: BPFE, 1992 ), hal. 398.

Menurut Supriyono Biaya relevan didasarkan pada konsep “*different analysis for different purpose*”.<sup>3</sup> Suatu biaya dikatakan relevan jika biaya tersebut diperkirakan akan berbeda atau berpengaruh dalam pengambilan suatu keputusan. Biaya tidak relevan adalah biaya yang tidak akan terpengaruh oleh pengambilan keputusan, yang akan sama jumlahnya tanpa memperhatikan alternatif yang dipilih.

PD. ABS adalah perusahaan yang bergerak dalam produksi sambal dan kecap. Pembuatan produk berupa sambal dan kecap dilakukan secara rutin setiap harinya. Dampak dari persaingan yang semakin ketat, perusahaan mengalami kerugian pada salah satu produknya yaitu sambal “Cabe Tomat” yang meningkat sebesar 327,07% dari tahun sebelumnya. Menurunnya tingkat penjualan pada salah satu produk, membuat pihak manajemen perusahaan berpikir untuk memilih produk mana yang perlu ditingkatkan volume produksinya dan produk mana yang perlu dikurangi atau dihilangkan sama sekali.

Berdasarkan penelitian pendahuluan dengan melakukan wawancara dan observasi dengan pihak perusahaan. Dari laporan keuangan yang dimiliki perusahaan, produk sambal menunjukkan kerugian sebagai dampak dari penjualan yang terus menurun. Berdasarkan kondisi tersebut perusahaan mempertimbangkan tindakan terbaik yang seharusnya dilakukan oleh perusahaan

---

<sup>3</sup> *Ibid.*, hal 398.

Dalam pengambilan keputusan, analisis biaya relevan merupakan alat bantu yang tepat bagi manajemen. Biaya relevan merupakan biaya yang dikeluarkan pada masa yang akan datang (*Future time*)<sup>4</sup>; yang berbeda untuk setiap pilihan yang tersedia bagi pengambil keputusan. Biaya relevan yang dimaksudkan meliputi semua biaya yang akan terpengaruh oleh suatu pengambilan keputusan, karena itu biaya tersebut harus dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk mengevaluasi keputusan yang terbaik bagi perusahaan terhadap produk sambal “Cabe Tomat”.

### **I.2 Rumusan masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah yang diajukan adalah:

“Apakah sebaiknya perusahaan mempertahankan atau menghentikan produk sambal “Cabe Tomat” ?”

### **I.3 Batasan Masalah**

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

- 1). Analisis dilakukan dengan menggunakan data Tahun 2004 dan 2005.

---

<sup>4</sup> Blochler, Edward J. et. al., *Manajemen Biaya, Buku 1*, (Terjemahaan, Dra. A. Susty Ambarini, M.Si., Akt.), (Jakarta : Salemba Empat McGraw-Hill Companies, Inc., 2000), hal. 427.

- 2). Pengambilan keputusan untuk mempertahankan atau menghentikan segmen produk pada perusahaan didasarkan pada informasi biaya relevan yang disajikan dalam laporan segmen yang disusun berdasarkan *Variable Costing*.
- 3). Evaluasi pengambilan keputusan yang digunakan untuk mempertahankan atau menghentikan produk sambal “Cabe Tomat” didasarkan pada analisis biaya relevan dengan syarat pengambilan keputusan sebagai berikut:  
Jika *segmen margin* sambal “Cabe Tomat” menunjukkan *Positive* maka sebaiknya perusahaan mempertahankan produksi sambal “Cabe Tomat”, tetapi jika *segmen margin* sambal “Cabe Tomat” menunjukkan *Negative* berarti produk tersebut sebaiknya dihentikan.

#### **I.4 Tujuan Penelitian**

Dalam penelitian ini bertujuan untuk membantu manajemen dalam mengambil keputusan untuk mempertahankan atau menghentikan produk sambal “Cabe Tomat” yang selama ini mengalami kerugian. Pengambilan keputusan ini didasarkan pada analisis biaya relevan.

#### **I.5 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam mengambil keputusan yang akan datang untuk

mempertahankan atau menutup produk sambal “Cabe Tomat”. Pengambilan keputusan ini bermanfaat agar perusahaan dapat mencapai tujuan kontribusi yang optimal dalam menghadapi permasalahan ini.

### 1.6. Metodologi Penelitian

#### 1. Data yang dibutuhkan

Data kuantitatif sambal “Cabe Tomat” 2004 dan 2005 yang terdiri dari:

- a. Data Penjualan Produk
- b. Data Biaya Bahan Baku
- c. Data Biaya Tenaga Kerja
- d. Data Biaya Overhead Pabrik
- e. Data Biaya Administrasi
- f. Data Biaya Pemasaran

#### 2. Cara Pengumpulan Data

- a). Wawancara dengan pegawai administrasi keuangan, produksi dan manajer perusahaan untuk memperoleh data secara lengkap tentang gambaran umum perusahaan, serta kebijakan yang diambil berkaitan dengan penentuan biaya yang diserap dan dalam pengambilan keputusan mempertahankan atau menutup segmen suatu produk.
- b). Observasi secara langsung terhadap obyek yang diteliti. Pengamatan secara langsung ini dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran yang nyata mengenai proses produksi serta kondisi yang nyata dari perusahaan yang akan diteliti.

### 3. Analisis Data

- a. Estimasi Penjualan Tahun 2006 untuk produk sambal "Cabe Tomat".
- b. Estimasi Biaya yang dikeluarkan untuk tahun 2006 apabila perusahaan tetap mempertahankan produksi sambal "Cabe Tomat".
- c. Menggolongkan biaya berdasar perilaku Biaya, yaitu Biaya Tetap, Biaya Variabel dan Biaya semi Variabel.
- d. Memisahkan Biaya Semi Variabel menjadi Biaya tetap dan Biaya Variabel dengan menggunakan metode *Least Square*<sup>5</sup> yaitu :

$$y = a + bx$$

$$a = \frac{\sum y - b \sum x}{n}$$

$$b = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

Keterangan ;

y = Jumlah Biaya

b = Biaya Variabel

x = Volume Kegiatan

n = Jumlah data

a = Biaya Tetap

- e. Analisis Biaya Relevan dengan menentukan biaya terhindarkan dan tak terhindarkan serta menentukan segmen margin berdasarkan *Variable Costing*.
- f. Analisis pengambilan keputusan untuk mempertahankan dan menghentikan segmen suatu produk.

<sup>5</sup> Mulyadi, *Akuntansi Biaya Untuk Manajemen, edisi 4*, (Yogyakarta: BPFE, 1984). Hal. 62.

### **1.7. Sistematika Pembahasan**

BAB I Pendahuluan. Dalam bab ini akan dibahas mengenai Latar belakang masalah, Rumusan masalah, Batasan masalah, Tujuan penelitian, Manfaat penelitian, Metodologi penelitian serta Sistematika pembahasan.

BAB II Peranan biaya dalam pengambilan keputusan jangka pendek. Bab ini berisi pengertian biaya, penggolongan biaya, teknik pemisahan biaya semi variabel, biaya relevan dalam pengambilan keputusan jangka pendek.

BAB III Gambaran umum P.D. ABS. Bab ini berisi tentang sejarah perusahaan, lokasi perusahaan, struktur organisasi perusahaan, proses produksi, pemasaran, serta laporan laba rugi tahun 2004 dan 2005 .

BAB IV Analisis biaya relevan sebagai alat bantu pengambilan keputusan jangka pendek dalam mempertahankan atau menghentikan segmen suatu produk.

BAB V Kesimpulan dan saran. Berisi kesimpulan hasil analisis biaya terhadap pengambilan keputusan untuk mempertahankan atau menghentikan segmen suatu produk serta saran yang sebaiknya dilakukan oleh perusahaan.