

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Manajemen dalam menjalankan kegiatannya seringkali dihadapkan pada beberapa pilihan atau alternatif dari aktivitas yang dilakukan di perusahaan. Manajemen harus memilih salah satu alternatif yang dapat memberikan keuntungan yang besar bagi perusahaan. Ada dua jenis keputusan yang dapat diputuskan oleh manajemen yaitu keputusan jangka pendek dan keputusan jangka panjang. Keputusan jangka pendek yang dihadapi oleh pihak manajemen antara lain keputusan untuk menerima atau menolak pesanan khusus, membeli atau membuat sendiri suatu produk dan menghentikan atau melanjutkan produksi bagi produk-produk tertentu. Selain keputusan jangka pendek, keputusan jangka panjang juga digunakan agar perusahaan dapat lebih kompetitif ditengah persaingan pasar yang semakin ketat.

“Pengambilan keputusan taktis adalah memilih salah satu di antara berbagai alternatif tindakan yang ada dengan hasil yang langsung atau terbatas” (Samryn, 2015: 320). Pemilihan ini biasanya menggunakan dasar ukuran tertentu, apakah profitabilitas atau penghematan biaya. Keputusan-keputusan tersebut memerlukan beberapa informasi. Semakin tinggi kualitas informasi, semakin tinggi pula kualitas keputusan yang diambil. Dalam menjalankan peranannya sebagai pengambil keputusan, manajemen membutuhkan informasi yang tepat yaitu tentang biaya. Setelah mendapatkan informasi tersebut maka dapat dilakukan beberapa proses yaitu, proses identifikasi, klasifikasi dan analisis terhadap permasalahan dan kesempatan yang ada, sehingga dapat diperoleh keputusan yang baik bagi perusahaan. Salah satu masalah yang dihadapi manajemen dalam mengambil keputusan yang tidak rutin terjadi adalah mengenai pesanan khusus produk.

“Pesanan khusus (*special Order*) adalah alternatif pesanan pembelian yang tidak teratur di luar kegiatan produksi normal perusahaan” (Samryn, 2015:333). Dengan kata lain, pesanan khusus tidak akan mengurangi penjualan normal karena

konsep pesanan khusus adalah pemanfaatan kapasitas menganggur pada perusahaan. Pesanan khusus akan meningkatkan pendapatan perusahaan meskipun pesanan tersebut harga jualnya berada dibawah harga jual normal. Keputusan pesanan khusus (*special order decisions*) berfokus pada pertanyaan apakah pesanan khusus harus diterima atau ditolak. Dalam analisis keputusan menerima atau menolak pesanan khusus, hal yang harus diperhatikan secara khusus adalah perhitungan mengenai pendapatan yang harus diterima perusahaan dan juga jumlah pengeluaran yang harus dibebankan untuk memproduksi pesanan tersebut. Sebelum memutuskan untuk menerima atau menolak pesanan khusus, manajemen harus membandingkan terlebih dahulu mengenai biaya yang harus dikeluarkan dengan manfaat yang akan diperoleh dari beberapa alternatif pilihan yang ada. Manajemen perusahaan memerlukan informasi yang dapat membantu proses pengambilan keputusan menerima atau menolak pesanan khusus. Informasi yang dapat digunakan adalah informasi biaya relevan.

“Biaya Relevan adalah biaya yang terjadi pada masa mendatang dalam berbagai alternatif untuk pengambilan keputusan manajemen” (Sujarweni, 2018: 56). Kriteria dari biaya relevan adalah biaya masa yang akan datang, berbeda di antara alternatif. Biaya relevan merupakan biaya masa yang akan datang karena digunakan untuk menyusun anggaran, perencanaan laba, dan pengendalian kegiatan yang berlandaskan program jangka pendek dan jangka panjang. Konsep biaya relevan dalam pengambilan keputusan menerima atau menolak pesanan khusus adalah mengklasifikasikan jenis biaya. Semakin tepat penelusuran biaya maka semakin akurat informasi yang diperoleh sehingga manajemen dapat memutuskan untuk menerima pesanan tersebut apabila diperkirakan dapat memberikan tambahan manfaat dan keuntungan yang lebih menjanjikan bagi masa depan perusahaan.

Tambahan keuntungan harus ditunjukkan karena laba termasuk salah satu faktor yang penting dalam pengambilan keputusan untuk menerima atau menolak pesanan khusus untuk dapat menentukan harga jual yang tepat maka diperlukan perhitungan harga pokok produksi. Sehingga perusahaan dapat menentukan harga

jual yang kompetitif karena jika tidak ada laba yang didapatkan oleh perusahaan saat menerima pesanan khusus lebih baik perusahaan menolak pesanan tersebut.

CV Bintang Media Palembang merupakan perusahaan yang bergerak di bidang percetakan yang melakukan kegiatan produksi berdasarkan pesanan. CV Bintang Media melayani dalam bidang percetakan yang terdiri dari : Banner, Mug/pin, Papan Nama Toko, Kartu nama, Baliho, Undangan, Umbul-umbul, Stiker. CV Bintang Media Palembang menggunakan metode harga pokok pesanan yang artinya perusahaan mengumpulkan biaya produksi untuk menentukan harga pokok produksinya berdasarkan pesanan yang diterima.

Berdasarkan hasil wawancara, diketahui manajemen perusahaan sering menerima pesanan khusus dalam satu tahun terakhir baik dari perorangan maupun organisasi atau perusahaan lain, produk yang sering dipesan pada umumnya banner, mug dan papan nama toko sehingga ketiga produk tersebut memiliki harga khusus yang terpaut jauh dari harga normal penjualan. Namun, CV Bintang Media belum melakukan perhitungan yang tepat dan belum adanya peningkatan penjualan dalam satu tahun terakhir untuk setiap bulannya, kaitannya dengan manfaat biaya relevan itu sendiri merupakan faktor penentu dalam pengambilan keputusan untuk meningkatkan laba. Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk menulis mengenai judul **“Analisis Biaya Relevan Dalam Menerima atau Menolak Pesanan Khusus Untuk Meningkatkan Laba pada CV Bintang Media Palembang”**

1.2 Perumusan Masalah

Dalam menjalankan kegiatannya, setiap perusahaan tidak terlepas dari berbagai macam permasalahan, berdasarkan pengamatan latar belakang yang diuraikan sebelumnya maka penulis merumuskan permasalahan yaitu :

1. Bagaimana perhitungan biaya relevan dalam menerima atau menolak pesanan khusus pada CV Bintang Media Palembang ?
2. Apakah sudah tepat keputusan yang diambil oleh CV Bintang Media Palembang untuk pesanan khusus yang diterima?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

CV Bintang Media melayani dalam bidang percetakan yang terdiri dari Banner, Mug/pin, Papan nama toko, Kartu nama, Baliho, Undangan, Umbul-umbul, Stiker. Agar penulisan ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari permasalahan yang ada, penulis membatasi ruang lingkup pembahasan hanya pada pengklasifikasian biaya, perhitungan dan penyusunan informasi biaya relevan, dan pengaplikasian biaya relevan dalam menentukan keputusan untuk menerima atau menolak pesanan khusus pada bulan Februari tahun 2019.

Penulis memilih jenis produk Mug, Banner, dan Papan nama toko dalam penulisan ini dikarenakan ketiga produk tersebut merupakan produk yang paling banyak dipesan dari total keseluruhan produk pada bulan Februari serta harga khusus yang terpaut jauh dengan harga normal. Data yang digunakan untuk penulisan ini adalah data kegiatan produksi Mug, Banner, dan Papan nama toko pada bulan Februari 2019.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penulisan

1.4.1 Tujuan Penulisan

Tujuan dari penulisan laporan akhir ini adalah :

1. Untuk mengetahui ketepatan perhitungan biaya relevan dalam menerima atau menolak pesanan khusus dalam pengambilan keputusan perusahaan yang selama ini dilakukan terhadap permintaan produk pesanan khusus di bawah harga jual normal perusahaan.
2. Untuk mengetahui keuntungan atau laba yang akan diperoleh oleh perusahaan dalam memproduksi produk Mug, Banner, dan Papan nama.

1.4.2 Manfaat Penulisan

Dengan adanya penulisan laporan akhir ini, diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Untuk memberikan informasi mengenai biaya relevan dalam pengambilan keputusan terhadap permintaan produk pesanan di bawah harga jual normal.

2. Untuk memberikan informasi mengenai keuntungan atau laba yang didapatkan oleh perusahaan dalam memproduksi produk Mug, Banner, dan Papan nama.

1.5 Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data

1.5.1 Jenis Data

Data adalah sesuatu yang terjadi dan dapat dijadikan bukti untuk mendukung analisis terhadap permasalahan yang dibahas. Dalam menyusun laporan akhir ini dibutuhkan data yang akurat dan objektif serta mendukung sebagai bahan analisis dalam menyelesaikan permasalahan yang ada di perusahaan. Menurut Sanusi (2017:100) untuk melihat dan cara memperolehnya, data dapat dikelompokkan menjadi 2 (dua) bagian yaitu :

1. Data Primer

Merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil wawancara dan hasil pengisian kuisioner yang bisa dilakukan oleh peneliti.

2. Data Sekunder

Merupakan data yang diperoleh oleh dokumen penting atau catatan-catatan tertulis tentang berbagai kegiatan peristiwa pada waktu lalu.

Dalam penyusunan Laporan Akhir ini penulis membutuhkan data yang akurat, objektif dan mendukung sebagai bahan analisis dalam menyelesaikan permasalahan yang ada di perusahaan. Data yang diperoleh oleh penulis sesuai dengan pengertian diatas yaitu data primer yang diperoleh penulis berupa data hasil wawancara kepada pemilik perusahaan CV Bintang Media Palembang berupa harga bahan baku, upah tenaga kerja, biaya *overhead*, aset tetap, dan data yang diolah seperti sejarah perusahaan, struktur organisasi dan uraian tugas masing-masing.

Selanjutnya yang kedua data yang diperoleh oleh penulis merupakan data sekunder yang didapat atau dikumpulkan penulis dari semua sumber yang sudah ada. Data sekunder ini di dapat dari berbagai sumber misalnya laporan akhir, buku akuntansi, buku akuntansi biaya, buku akuntansi manajemen, dan sebagainya.

1.5.2 Metode Pengumpulan Data

Dalam penulisan laporan akhir ini diperlukan data yang akurat dan sesuai untuk dapat menganalisis permasalahan yang terjadi pada perusahaan. Menurut Sanusi (2017:105), pengumpulan data dapat dilakukan dengan beberapa cara, seperti cara survei, cara observasi, dan cara dokumentasi.

1. Cara Survei

Cara survei merupakan cara pengumpulan data di mana peneliti atau pengumpul data mengajukan pertanyaan atau pernyataan kepada responden baik dalam bentuk lisan maupun secara tertulis. Cara survei terbagi menjadi dua bagian, yaitu :

a. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang menggunakan pertanyaan secara lisan kepada subjek penelitian.

b. Kuesioner

Pengumpulan data sering tidak memerlukan kehadiran peneliti, namun cukup diwakili oleh daftar pertanyaan (*kuesioner*) yang sudah disusun secara cermat terlebih dahulu.

2. Cara Observasi

Observasi merupakan cara pengumpulan data melalui proses pencatatan perilaku subjek (orang), objek (benda) atau kejadian yang sistematis tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi dengan individu-individu yang diteliti.

3. Cara Dokumentasi

Cara dokumentasi biasanya dilakukan untuk mengumpulkan data sekunder dari berbagai sumber, baik secara pribadi maupun kelembagaan. Data seperti: harga bahan baku, upah tenaga kerja, biaya *overhead*, aset tetap, struktur organisasi, riwayat perusahaan, data daftar harga, data produksi, dan sebagainya, biasanya telah tersedia di lokasi penelitian.

Berdasarkan data yang diperoleh oleh penulis sesuai dengan pengertian diatas, metode yang digunakan dalam penyusunan Laporan Akhir ini menggunakan metode *interview* (wawancara) yang dimana penulis menggunakan teknik pengumpulan data yang memberikan pertanyaan secara lisan kepada subyek yang akan diteliti yaitu berupa pertanyaan mengenai perusahaan tersebut terbentuk, struktur organisasi di dalam perusahaan, biaya bahan baku apa saja yang digunakan, dan data produksi lainnya.

Selanjutnya metode yang digunakan oleh penulis dalam penyusunan Laporan Akhir ini dengan menggunakan cara Dokumentasi yang dimana penulis

menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara melihat harga bahan baku, upah tenaga kerja, biaya *overhead*, aset tetap, struktur organisasi, sejarah perusahaan, daftar harga, data produksi dan sumber-sumber tertulis baik tercetak maupun elektronik lain.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini bertujuan untuk memberikan garis besar mengenai isi laporan akhir secara ringkas dan jelas. Sehingga terdapat hubungan antara masing-masing bab, dimana bab tersebut dibagi menjadi beberapa sub-sub secara keseluruhan. Adapun sistematika penulisan ini yaitu terdiri dari pembuatan Mug, Banner, dan Papan nama toko.

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini penulis menggunakan dasar serta permasalahan yang akan dibahas, yaitu latar belakang masalah, rumusan masalah, ruang lingkup pembahasan, tujuan dan manfaat penulisan, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini penulis akan menguraikan teori-teori yang berhubungan dengan pembahasan yang dilakukan, yaitu mengenai pengertian akuntansi manajemen, klasifikasi biaya, biaya dalam pengambilan keputusan, pembuatan keputusan taktis dan perhitungan biaya penyusutan aktiva.

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini akan diuraikan mengenai hal-hal yang berhubungan dengan perusahaan yang meliputi sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi perusahaan dan pembagian tugas, aktivitas usaha dan produk yang dihasilkan, rincian biaya produksi, dan rincian biaya nonproduksi/operasional, data penjualan, dan daftar harga khusus.

BAB IV PEMBAHASAN

Pada bab ini merupakan bagian terpenting dalam laporan akhir ini karena pada bab ini penulis akan menganalisis data-data yang diperoleh dari perusahaan berdasarkan landasan teori yang telah dikemukakan. Analisis harga produksi, analisis biaya relevan, analisis keputusan untuk menerima atau menolak pesanan khusus.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini penulis berusaha untuk menarik kesimpulan sebagai penyelesaian dari permasalahan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya serta memberikan saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi CV Bintang Media Palembang.