

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Setiap perusahaan baik itu perusahaan jasa, perdagangan dan industri selalu berusaha agar tetap hidup dan berkembang. Perusahaan yang dapat bertahan hidup adalah perusahaan yang berhasil menghadapi ketatnya persaingan. Dengan adanya persaingan tersebut perusahaan dituntut untuk dapat mengelola operasional bisnisnya dengan semaksimal mungkin sehingga dapat menghasilkan laba yang maksimum. Selain perolehan laba yang perlu diperhatikan pula adalah keinginan konsumen karena baik atau buruknya suatu perusahaan dapat dilihat dari tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan perusahaan. Di zaman yang semakin maju seperti sekarang ini, di mana keinginan konsumen semakin beraneka ragam seiring dengan kemajuan teknologi, konsumen berusaha memenuhi kebutuhannya dengan barang yang relatif terjangkau harganya dengan kualitas yang baik. Untuk memenuhi keinginan konsumen, manajer harus mengambil keputusan yang paling tepat untuk dijalankan. Pengambilan keputusan selalu menyangkut hasil di masa mendatang dimana perusahaan dihadapkan pada ketidakpastian yang menyangkut masa depan perusahaan.

Menurut Ibnu Syamsi (2000:10) pengambilan keputusan merupakan tindakan pimpinan untuk memecahkan masalah yang dihadapi dalam organisasi

yang dipimpinnya dengan melalui pemilihan satu di antara alternatif-alternatif yang dimungkinkan. Sedangkan menurut Robbin dan Coulter (2009:162) pengambilan keputusan adalah kegiatan yang paling sering dilakukan oleh orang-orang pada semua tingkatan dan bidang organisasi. Karena makna dari keputusan sendiri diartikan bahwa pilihan di antara dua atau lebih alternatif.

Pengambilan keputusan menurut Mulyadi (2001:108) dilaksanakan melalui empat langkah, yaitu: pengakuan dan perumusan masalah atau kesempatan, pencarian tindakan alternatif dan pengkualifikasian masing-masing, pemilihan alternatif optimum atau alternatif memuaskan, implementasi dan penindaklanjutan. Semua bentuk pengambilan keputusan oleh manajemen harus mempertimbangkan faktor-faktor yang dapat memengaruhi keputusan tersebut antara lain; keadaan internal perusahaan, keadaan eksternal perusahaan, kepribadian dan kecakapan pengambil keputusan, tersedianya informasi yang diperlukan salah satunya adalah informasi mengenai biaya (Sriatmi, 2013:8).

Menurut Sugiri (2001) dalam Andry (2011:1) informasi mengenai biaya perlu diperhatikan oleh setiap perusahaan karena digunakan dalam penetapan harga, efisiensi penggunaan sumber daya, dan bahkan evaluasi tentang lini produk yang paling menguntungkan. Jumlah biaya diperlukan untuk memantau dukungan berbagai fungsi dalam bisnis termasuk keputusan yang menyangkut pemilihan berbagai macam alternatif. Untuk memutuskan alternatif mana yang harus dipilih, seringkali mereka mengalami ketidakpastian. Oleh karena itu, manajemen memerlukan informasi biaya yang dapat mengurangi ketidakpastian

yang mereka hadapi, sehingga memungkinkan mereka menentukan pilihan yang baik. Salah satu informasi penting untuk perencanaan dan pengambilan keputusan adalah mengenai informasi analisis biaya relevan.

Menurut Samryn (2001:279) Biaya relevan adalah suatu konsep biaya yang dapat digunakan dalam keputusan tertentu yang berhubungan dengan alternatif yang akan dipilih. Sedangkan biaya relevan menurut Supriyono (2012:398) adalah meliputi semua biaya yang akan terpengaruh oleh suatu pengambilan keputusan, karena biaya tersebut harus dipertimbangkan di dalam pengambilan keputusan tertentu tersebut.

Biaya relevan seringkali dikenal dengan biaya marginal atau biaya tambahan (inkremental). Istilah biaya marginal digunakan secara luas oleh ahli-ahli ekonomi. Sedangkan para insinyur pada umumnya berbicara mengenai biaya inkremental untuk tambahan biaya yang dikeluarkan apabila suatu proyek atau suatu pelaksanaan pekerjaan diperluas di luar tujuan yang ditetapkan semula. Biaya relevan adalah biaya yang diperkirakan nantinya akan muncul yang berbeda di antara berbagai alternatif (Witjaksono, 2006:16).

Biaya relevan untuk pengambilan keputusan didasarkan kepada konsep "*different analysis for different purpose*" yang berarti bahwa untuk tujuan yang berbeda diperlukan analisa yang berbeda pula, dengan kata lain diperlukan analisa yang berbeda (termasuk analisa biaya relevan) untuk tujuan (pengambilan keputusan) yang berbeda (Supriyono, 2012: 398). Biaya relevan merupakan biaya masa mendatang karena digunakan untuk menyusun anggaran,

perencanaan laba, dan pengendalian kegiatan yang bertumpu pada program kerja jangka pendek dan jangka panjang (Prawironegoro dan Purwanti, 2013:259).

Kegiatan perusahaan yang termasuk dalam jangka panjang antara lain yaitu; membeli atau menyewa mesin, membeli mesin secara tunai atau angsuran (Sucipto, 2004:1). Sedangkan menurut Mulyadi (2005:126) kegiatan perusahaan yang termasuk dalam jangka pendek antara lain yaitu; membeli atau membuat sendiri, menjual atau memproses lebih lanjut suatu produk, menghentikan atau melanjutkan produksi produk tertentu atau kegiatan usaha suatu bagian perusahaan, menerima atau menolak pesanan khusus.

Pesanan khusus merupakan alternatif pesanan pembelian yang tidak teratur di luar kegiatan produksi normal perusahaan (Samryn, 2001:291). Garrison dan Noreen (2001:584) dalam bukunya menjelaskan pesanan khusus adalah pesanan pada waktu tertentu yang bukan merupakan hasil dari kegiatan normal perusahaan.

Menurut Prawironegoro dan Purwanti (2013:260) pesanan khusus adalah penjualan yang harganya di bawah harga pasar karena perusahaan ingin menggunakan kapasitas yang menganggur. Misalnya kapasitas penuh adalah 1.000 unit output, sekarang bekerja 800 unit output, sisa 200 unit output diproduksi kemudian dijual dengan harga di bawah harga pasar.

Contoh lain untuk menggambarkan adanya pesanan khusus yaitu Mountain Goat Cycles baru saja menerima permintaan dari Seattle Police Department untuk memproduksi sepeda yang dimodifikasi sebanyak 100 unit dengan harga \$

179 per unit. Sepeda tersebut akan digunakan untuk berpatroli di daerah yang padat. MGC dapat dengan mudah memodifikasi City Cruiser untuk memenuhi spesifikasi yang diminta oleh Seattle Police. Harga normal jenis City Cruiser adalah \$ 249 per unit dan harga produksinya adalah \$ 182. Dalam hal ini, biaya overhead tetap tidak akan terpengaruh oleh pesanan tersebut, biaya tersebut tidak akan bertambah dan tidak relevan (Garrison dan Noreen, 2001:584).

Secara tidak langsung pesanan khusus akan berdampak pada laba perusahaan. Jika harga pesanan khusus lebih besar daripada harga pokok produksi variabel, maka akan menambah laba operasi dan itu berarti pesanan khusus harus diterima. Tapi jika harga pesanan khusus lebih kecil daripada harga pokok produksi variabel maka sebaiknya pesanan tersebut tidak diterima karena dapat mengurangi laba perusahaan (Prawironegoro dan Purwanti, 2013:261).

UD. Kang Kabayan yakni sebuah perusahaan yang beroperasi di bidang produksi aneka camilan antara lain mie lidi, makaroni, molring, makaroni spiral, dan basreng. Perusahaan ini berdiri sejak tahun 2008 dan mendapatkan Surat Ijin Usaha Perdagangan pada tahun 2011. Pemasaran produknya sudah sampai ke luar jawa (Kalimantan, Lampung, Mumere) dengan tenaga kerja sebanyak 126 orang. Penjualannya per bulan mencapai kurang lebih Rp 200 juta dimana dalam menjalankan aktivitas usahanya sering mendapat pesanan khusus dari konsumen rata-rata 3-4 kali dalam satu tahun dan setiap satu kali pesanan kurang lebih sekitar 100-200 toples. Dengan adanya pesanan khusus tersebut maka perusahaan

perlu menerapkan biaya relevan untuk menentukan apakah pesanan tersebut dapat diterima atau ditolak.

Penelitian tentang biaya relevan telah banyak diteliti oleh peneliti lain. Dalam penelitian Andry (2011) menunjukkan bahwa perusahaan belum melakukan analisis biaya relevan secara tepat khususnya dalam pengambilan keputusan menerima atau menolak pesanan khusus. Hasil penelitian Devi (2012) menunjukkan bahwa keputusan perusahaan menerima pesanan khusus tersebut sudah tepat, karena biaya-biaya yang relevan dengan pesanan khusus dibawah harga yang diminta pemesan sehingga masih menguntungkan perusahaan. Sedangkan penelitian Raap (2013) menunjukkan bahwa perusahaan belum melakukan analisis biaya relevan.

Dari uraian di atas peneliti ingin menganalisis aktifitas produksi perusahaan yang ada guna untuk menganalisis penerapan biaya relevan pada perusahaan tersebut yang nantinya akan berguna bagi perusahaan dalam pengambilan keputusan jangka pendek khususnya dalam masalah pesanan khusus. Oleh karena itu dalam penelitian ini peneliti mengambil judul **“Analisis Penerapan Biaya Relevan dalam Pengambilan Keputusan Menerima atau Menolak Pesanan Khusus untuk Peningkatan Laba Perusahaan pada UD. Kang Kabayan.”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian sebagai berikut: “Bagaimana penerapan biaya relevan dalam pengambilan keputusan menerima atau menolak pesanan khusus untuk peningkatan laba perusahaan pada UD. Kang Kabayan?”

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan peneliti melakukan penelitian ini adalah untuk menganalisis penerapan biaya relevan dalam kaitannya dengan pengambilan keputusan atas menerima atau menolak pesanan khusus untuk peningkatan laba perusahaan.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

1. Mengembangkan kreatifitas mahasiswa dalam menganalisis pada suatu kasus.
2. Memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk mengembangkan ide dalam praktik dunia kerja dan membandingkannya dengan teori-teori yang didapat dalam perkuliahan.
3. Sebagai pengetahuan tentang penerapan biaya relevan pada UD. Kang Kabayan.

#### 1.4.2 Manfaat Praktis

1. Sebagai masukan dan saran bagi UD. Kang Kabayan guna menyempurnakan penerapan biaya relevan khususnya dalam menerima atau menolak pesanan khusus.
2. Mengetahui hambatan-hambatan penerapan biaya relevan pada UD. Kang Kabayan.

