

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi sekarang ini, hampir semua perdagangan melalui media *e-commerce* membawa banyak perubahan bagi dunia usaha di Indonesia. Salah satu dampaknya bagi industri dalam negeri yaitu semakin ketatnya persaingan yang harus dihadapi. Perusahaan tidak hanya harus mampu bersaing dengan berbagai perusahaan lokal saja tapi juga harus mampu bersaing dengan perusahaan-perusahaan asing. Disamping itu semakin ketatnya persaingan harga, kualitas, dan sebagainya menjadikan sebagian perusahaan harus membenahi berbagai aspek di dalam perusahaannya agar mampu menghadapi persaingan pasar tersebut.

Perekonomian di Indonesia tahun 2018 mengalami pertumbuhan yang cukup tinggi dibandingkan tahun 2017, yakni 3.1%, yakni pada sektor manufaktur dan perdagangan. (<http://www.worldbank.org>). Ini menunjukkan bahwa semakin banyak persaingan di bidang perdagangan yang berkembang di Indonesia terutama pada sektor perdagangan *e-commerce*. Perusahaan membutuhkan keunggulan dalam menghadapi persaingan yang ketat dalam industri ini. Meningkatnya persaingan dalam industri sejenis mengakibatkan pasar untuk industri tersebut menjadi *price sensitive*.

Hampir semua perusahaan manufaktur harus berusaha ekstra keras agar produk yang dihasilkan tetap menjadi leader market, dan mampu bersaing, yakni dengan cara menjaga kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga yang sangat berpengaruh dalam merebut hati para konsumen ataupun calon konsumen, karena konsumen akan cenderung memilih harga yang lebih murah. Oleh karena itu diperlukan strategi perusahaan agar bisa memenangkan persaingan.

Harga jual merupakan salah satu faktor yang sangat penting untuk dapat bertahan dalam persaingan industri, terutama persaingan produk yang sejenis. Untuk dapat mencapai tujuannya, perusahaan harus dapat menghitung harga jual dengan tepat. Salah satu usaha yang mungkin dapat ditempuh oleh perusahaan adalah dengan mengendalikan faktor-faktor dalam perusahaan, seperti mengurangi dan mengendalikan biaya, tanpa harus mengurangi kualitas dan kuantitas produk yang telah ditetapkan. Disamping itu sebelum menentukan harga jual ada beberapa cara untuk menentukan harga jual dan cara perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan beberapa metode diantaranya dengan metode harga pokok pesanan (*job order costing*), *full costing*, *activity based costing*. Mayoritas UKM di Indonesia masih menggunakan akuntansi biaya tradisional, karena sebagian dari pelaku usaha UKM masih buta informasi mengenai bagaimana cara untuk menghitung dan menetapkan harga pokok produksi, biasanya akuntansi tradisional didesain untuk perusahaan manufaktur dan yang berorientasi ke penentuan harga produk dengan fokus biaya pada tahap produksi.

Perusahaan manufaktur mempunyai kegiatan pokok mengolah bahan baku menjadi bahan jadi yang siap untuk dijual. Manfaat penentuan HPP (harga pokok produksi) yang akurat akan dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan. Penentuan harga pokok produksi menggunakan akuntansi biaya tradisional dinilai tidak sesuai bila diterapkan pada perusahaan manufaktur yang memiliki banyak variasi produk yang dibuat.

Biaya produk yang dihasilkan oleh sistem biaya tradisional dapat memberikan informasi biaya yang terdistorsi. Dikatakan terdistorsi karena dalam sistem biaya akuntansi tradisional mengasumsikan produk individual

menyebabkan adanya biaya dan kemudian menghitung biaya berdasarkan konsumsi biaya yang berhubungan dengan unit produk. Masalah yang timbul bukan karena pembebanan biaya upah langsung atau biaya bahan langsung. Biaya tersebut dapat ditelusuri ke produk individual dan kebanyakan sistem biaya tradisional memang didesain untuk memastikan bahwa penelusuran tersebut terjadi, yang menjadi masalah adalah pembebanan biaya *overhead*.

Dalam sistem akuntansi biaya tradisional, biaya *overhead* dialokasikan ke produk berdasarkan volume produk saja. Dasar yang biasa digunakan adalah volume unit produksi, jam kerja langsung, jam mesin, bahkan luas lantai. Akan tetapi, yang menjadi masalah adalah jika biaya *overhead* pabrik merupakan biaya dominan, Penetapan harga pokok produksi yang tidak menggambarkan penyerapan sumber daya secara tepat akan menyesatkan manajemen dalam mengambil keputusan.

Perusahaan yang berlokasi di Klampis Ngasem Gg 3 no 18, Surabaya, alasan pemilihan perusahaan Lathifa Butik sebagai obyek penelitian karena pengalokasian biaya *overhead* pabrik masih menggunakan sistem tradisional, yaitu membebankan biaya *overhead* pabrik berdasarkan jumlah unit yang diproduksi sebagai biayanya.

Dalam pengoperasiannya perusahaan ini dihadapkan dengan berbagai tipe produk melalui berbagai tahap dalam penyelesaiannya sehingga muncul berbagai biaya di luar biaya bahan baku dan tenaga kerja langsung yang turut mendukung penyelesaian produk. Hal tersebut memerlukan adanya pengalokasian biaya secara akurat ke produk yang didasarkan pada sumber daya yang dikonsumsi sebagai akibat adanya berbagai aktivitas yang akhirnya akan menghasilkan perhitungan harga pokok produk.

Melihat karakteristik spesifikasi jenis produk, pelayanan, serta potensi persaingan dari kompetitor, dan terdapat fenomena yang terjadi pada Lathifa Butik, yakni semakin tinggi omset penjualan tidak berbanding lurus dengan kelancaran stok material atau bahan baku langsung yang tersedia guna memproduksi produk selanjutnya, maka salah satu cara yang dilakukan dalam upaya meningkatkan efisiensi biayanya adalah dengan menentukan harga pokok produk secara tepat. Oleh karena itu penulis ingin menggunakan cara lain untuk menentukan harga pokok yang lebih efektif dibanding dengan metode yang digunakan sebelumnya yaitu dengan menggunakan konsep *Activity Based Costing* (ABC).

Alasan lain yang mendasari penulis untuk meneliti di Lathifa Butik adalah bahwa di perusahaan ini belum menemukan metode yang tepat dalam penentuan harga pokok produksinya. Masalah yang muncul adalah penetapan harga pokok produksi terkadang jauh lebih tinggi dibandingkan dengan memasok dari *supplier*. Hal ini menyebabkan perusahaan tidak secara terus menerus dalam memproduksi barang dan lebih memilih membeli dari *supplier*.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul skripsi **“Penerapan Metode ABC (*Activity Based Costing*) Dalam Penentuan Harga Pokok Produk Gamis Dan Hijab pada Lathifa Butik”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan adalah:

1. Bagaimana penentuan harga pokok produk untuk produk gamis dan hijab syar'i pada Lathifa Butik saat ini ?
2. Bagaimana penerapan metode ABC dalam penentuan harga pokok produk gamis dan hijab syar'i pada Lathifa Butik?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui perhitungan harga pokok produksi untuk produk gamis dan hijab syar'i pada Lathifa Butik?
2. Untuk mengetahui perhitungan metode ABC dalam penentuan harga pokok produksi gamis dan hijab syar'i pada Lathifa Butik .

D. Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini, diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut:

1. Bagi penulis

Bagi penulis diharapkan dapat menambah dan memperkaya wawasan tentang metode ABC (*Activity Based Costing*)

2. Bagi perusahaan,

Sebagai masukan dan sumber informasi tentang manfaat penerapan metode ABC dalam penentuan harga pokok produksi, sehingga yang diharapkan nantinya perusahaan dapat lebih efektif dan efisien dalam mengeluarkan biaya produksinya.

3. Bagi Universitas Muhammadiyah Surabaya

Sebagai sumber informasi dan dapat digunakan sebagai bahan referensi, untuk penelitian sejenis dan selanjutnya.

E . Sistematika Penilisan Proposal Skripsi

Berikut sistematika skripsi yang ada pada penulisan skripsi ini yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Berisi tentang landasan teori yang berhubungan dengan permasalahan penelitian, penelitian terdahulu, kerangka konseptual.

BAB III METODE PENELITIAN

Berisi tentang pendekatan penelitian, keterlibatan peneliti, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, serta keabsahan temuan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berisi hasil penelitian menjelaskan gambaran umum perusahaan, diskripsi hasil penelitian, pembahasan, dan hasil pembahasan.

BAB V PENUTUP

Berisi penutup menjelaskan kesimpulan dan saran.