

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Aktivitas bisnis merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau beberapa orang yang berhubungan dengan transaksi penjualan barang maupun jasa dengan bertujuan untuk mendapatkan keuntungan berupa penghasilan. Setiap kegiatan bisnis perusahaan selalu membutuhkan informasi akuntansi keuangan dan akuntansi manajemen. Dalam kegiatan bisnis, akuntansi keuangan menitikberatkan pada pelaporan transaksi bisnis untuk kepentingan eksternal dalam hal ini pemegang saham, kreditur, pemerintah, dan pihak ekstern lainnya, sedangkan akuntansi manajemen berfokus pada penyusunan laporan keuangan perbagian dalam suatu perusahaan yang digunakan untuk kepentingan pihak dalam perusahaan atau manajemen perusahaan seperti para direktur. Sehingga menurut Sodikin (2015) akuntansi manajemen disebut pula akuntansi intern.

Peran informasi akuntansi manajemen terhadap kegiatan bisnis sangat penting dalam pembuatan *budget* fleksibel dan *budget* statis. *Budget* tersebut sebagai pedoman pelaksanaan kerja dan pedoman pengendalian yang harus disesuaikan dengan perubahan kondisi bisnis, ekonomi, dan sosial. Oleh sebab itu kegiatan bisnis dalam sebuah perusahaan tidak boleh terpaku pada *budget*. Sejalan dengan itu, Purwanti dan Prawironegoro (2013) mengemukakan bahwa perusahaan harus mampu mengadakan penyesuaian anggaran kondisi internal maupun perubahan kondisi eksternal.

Selain itu, dalam kegiatan bisnis, proses produksi barang terdiri atas beberapa tahapan, dimulai dari proses pemilihan bahan baku, kemudian proses bahan menjadi barang setengah jadi, lalu masuk pada tahapan pengolahan bahan setengah jadi menjadi produk yang siap dijual kepada konsumen. Dalam proses pengolahan tersebut tentunya ada pengeluaran biaya-biaya yang tidak bisa dihindari dan harus dikeluarkan agar menghasilkan produk yang berkualitas sehingga dapat bersaing dan unggul di pasaran. Namun, menurut Azizah (2015) hal yang harus dipahami juga adalah walaupun produk yang berkualitas merupakan kunci dalam memenangkan persaingan pasar, perusahaan juga harus menetapkan harga jual yang stabil dan relatif murah agar sasaran pemasarannya bukan hanya untuk kalangan menengah ke atas saja, tetapi juga harus dapat dijangkau oleh kalangan menengah ke bawah.

Menciptakan produk yang berkualitas tetapi mematok harga jual yang relatif murah merupakan tantangan terbesar bagi suatu perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus memiliki strategi dalam pengelolaan biaya agar tercipta produk yang berkualitas dengan harga yang relatif murah, namun tidak merugikan perusahaan. Dalam dunia usaha, pengolahan biaya memang dianggap tidak kalah penting. Menurut Prawironegoro dan Purwanti (2013) seluruh aktivitas yang mengorbankan waktu, tenaga, pikiran, dan material untuk tujuan perusahaan (laba) yang dapat diukur dengan satuan uang disebut biaya.

Biaya adalah harga yang disepakati oleh pihak-pihak yang melakukan proses transaksi. Biaya juga merupakan semua pengorbanan yang secara langsung ataupun tidak langsung yang dikeluarkan untuk melakukan kegiatan tertentu,

misalnya kegiatan produksi. Secara definisi antara biaya dan beban dapat diartikan sebagai pengorbanan, sedangkan dalam hal tujuan keduanya memiliki perbedaan. Meski demikian dalam praktiknya, antara biaya dan beban sering digunakan secara bersamaan. Sejalan dengan hal itu, Sodikin (2015) berpendapat bahwa biaya adalah pengorbanan untuk mendapatkan harta, sedangkan beban adalah pengorbanan untuk mendapatkan laba.

Secara umum biaya dapat diklasifikasikan menjadi dua jenis yaitu biaya tetap (*fixed cost*) dan biaya variabel (*variable cost*). Menurut Mursyidi (2010), biaya tetap yaitu biaya yang jumlahnya tidak berubah pada setiap tingkat produksi, misal biaya asuransi. Sedangkan biaya variabel adalah setiap biaya yang cenderung meningkat dalam total sebagaimana peningkatan jumlah produksi dan akan cenderung berkurang sebagaimana pengurangan tingkat produksi, di antaranya biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung

Suatu perusahaan harus memiliki kemampuan dalam hal manajemen biaya untuk mempermudah dalam menentukan harga jual produk. Selain biaya, ada beberapa faktor yang mempengaruhi penetapan harga, yaitu jumlah pesaing di pasar, selera konsumen, dan harga jual produk pesaing. Menurut Lasut (2015) semua itu sangat berperan penting bagi perusahaan dalam menentukan harga jual suatu produk sehingga harga yang ditetapkan mampu menutupi semua biaya produksi.

Harga mempunyai kaitan dengan nilai dan kegunaan. Nilai yang dimaksud adalah ukuran jumlah yang diberikan oleh suatu produk apabila produk itu ditukarkan dengan produk lain. Sedangkan, kegunaan adalah atribut dari sebuah

item yang memberikan tingkat kepuasan tertentu pada konsumen. Jika penentuan harga tidak sesuai dengan kondisi produk, hal ini akan menjadi masalah bagi perusahaan. Sebagai contoh, harga suatu produk terlalu mahal, tidak sesuai dengan kualitasnya maka konsumen cenderung akan mencari produk lain yang sejenis. Sebaliknya jika harga suatu produk terlalu murah, ada kemungkinan konsumen akan membeli dengan jumlah yang relatif banyak. Sehingga menurut Sunyoto (2014), ketika sebuah perusahaan salah dalam penetapan harga, hal ini akan menimbulkan kerugian bagi perusahaan.

Salah satu kegiatan mikro yang paling banyak ditemui di tengah masyarakat adalah berjualan kelapa muda. Usaha kelapa muda adalah salah satu dari usaha mikro yang sering dijumpai di daerah Kota Gorontalo. Kegiatan usaha ini, sudah menjamur hamper di seluruh bagian daerah yang ada di Gorontalo, tetapi ada salah satu usaha kelapa muda yang menarik dan berbeda dengan penjual lainnya, yaitu Kelapa Muda Cendana milik Pak Wayan.

Kelapa Muda Cendana ini tergolong sebagai usaha mikro karena hasil penjualannya setiap hari mencapai Rp. 800.000 hingga Rp. 1.300.000, sedangkan tanah dan bangunan dari tempat usaha ini hanya menggunakan sistem kontrak. Menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 (dalam Niswatin, Noholo, Tuli, & Wuryandini 2017) tentang Usaha mikro, kecil dan menengah bahwa usaha mikro adalah usaha produktif milik perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria (a) memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau (b)

memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah).

Hal yang menarik dari usaha kelapa muda milik Pak Wayan ini adalah harga jualnya mengikuti harga jual oleh penjual kelapa muda lainnya, yaitu Rp. 5.000 (lima ribu rupiah), tetapi pembeli dapat memesan kelapa muda sesuai selera atau keinginan mereka. Di Kelapa Muda Cendana pelanggan bisa menambah susu, gula merah, daging kelapa muda, dan air kelapa muda sesuai selera, dengan syarat minuman masih ada di gelas dan bayarnya tetap sama, yaitu hanya Rp. 5.000.

Selain itu, pelayanan di Kelapa Muda Cendana terhadap pelanggannya begitu ramah. Pak Wayan sebagai pemilik usaha mikro tersebut, sering mengajak bercanda para pelanggannya sehingga beliau cepat akrab dengan pelanggannya. Hal ini memberikan kesan senang dari pelanggannya kelapa muda ditempatnya. Hal lain yang menarik juga adalah target pasaran Pak Wayan yakni mahasiswa, karena letak usahanya sangat strategis berada di dekat kampus. Strategi yang digunakan oleh Pak Wayan dalam bersaing dengan para pedagang kelapa muda lainnya, yaitu kemampuannya dalam manajemen biaya produksi, sehingga mampu menciptakan produk yang berkualitas dengan harga yang relatif murah tanpa takut rugi.

Beberapa penelitian terdahulu yang signifikan dengan penelitian ini di antaranya penelitian yang dilakukan oleh Huda (2019) tentang Manajemen Biaya Produksi Pada Industri Pengolahan Kopi dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Pabrik Indaco Coffee Geulumpang Payong, Jeumpa, Bireuen) yang menemukan bahwa praktik yang diterapkan oleh pabrik Indaco Coffe belum

sesuai dengan sistem ekonomi islam, sebab sumber modal diperoleh dari pinjaman dengan penambahan bunga. Penelitian yang dilakukan oleh Huda berfokus pada manajemen biaya dalam perspektif ekonomi islam sedangkan dalam penelitian ini berfokus pada implementasi manajemen biaya produksi pada usaha kelapa muda.

Penelitian yang serupa pun dilakukan Azizah (2015) yang menjelaskan bahwa dalam proses manajemen biaya produksi dan penetapan harga jual, Industri Rumah Tangga Primasari berusaha mengedepankan nilai-nilai islam yaitu dengan mengelola biaya produksi mulai dari merencanakan, mengalokasikan, dan mengontrol setiap biaya produksi yang dikeluarkan dengan perwujudan amal shaleh dengan menegakan sikap tidak boros, kehati-hatian dan adil dalam pembagian upah yang merupakan salah satu unsur biaya produksi. Penelitian yang dilakukan oleh Azizah berfokus pada pengelolaan biaya produksi yang berdampak pada penetapan harga jual, sedangkan penelitian ini lebih fokus pada bagaimana manajemen biaya produksi yang dilakukan pak Wayan dalam menjalankan usahanya, sehingga walaupun beliau menjual produk sesuai permintaan dan selera pelanggannya dan juga memberlakukan sistem bisa menambah kelapa, kuah kelapa, gula merah, ataupun susu, bayarnya tetap lima ribu rupiah per gelas.

Selain itu, Penelitian yang sejenis telah dilakukan oleh Niswatin, Noholo, Tuli, & Wuryandini (2017) yang berjudul makna *cost reduction* bagi pengusaha betawi perantauan. Penelitian yang dilakukan oleh Niswatin, dkk. menemukan bahwa dalam upaya menjaga keberlangsungan usaha, pemilik selalu mempertimbangkan aspek pelanggan serta menjunjung tinggi nilai kebudayaan

betawi, Gorontalo, dan agama Islam. Letak perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian ini yaitu terletak objek penelitian. Objek penelitian ini adalah usaha warung makan, sedangkan objek penelitian ini adalah usaha kelapa muda. Perbedaan lain dari penelitian sebelumnya juga terletak pada latar belakang, dan tujuan penelitian, serta pendekatan metode yang digunakan dalam penelitian.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka penelitian ini lebih memfokuskan pada manajemen biaya produksi bagi usaha mikro kelapa muda. Untuk itu peneliti mengangkat judul penelitian tentang “*Manajemen Biaya Produksi bagi Usaha Mikro Kelapa Muda Cendana*”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, masalah yang akan dibahas pada penelitian ini adalah bagaimana manajemen biaya produksi bagi usaha mikro kelapa muda?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan manajemen biaya produksi bagi usaha mikro kelapa muda.

1.4 Manfaat Penelitian

a. Manfaat teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih kepada para pelaku usaha mikro agar dapat menerapkan manajemen biaya produksi ini agar dapat

menghasilkan produk yang berkualitas dengan harga yang relatif murah dan tentunya tidak merugikan usaha.

b. Manfaat praktis

- 1) Bagi peneliti, penelitian ini dapat dijadikan pengalaman berpikir dalam melakukan penelitian mengenai manajemen biaya produksi. Selain itu juga, penelitian ini bermanfaat bagi peneliti karena dapat mengimplementasikan ilmu yang diperoleh selama perkuliahan mengenai manajemen produksi.
- 2) Bagi pelaku usaha mikro, penelitian dapat memberikan manfaat untuk dijadikan acuan atau alternatif dalam pengambilan keputusan dalam pengendalian biaya produksi, sehingga pelaku usaha tetap dapat memproduksi usaha dan mampu bersaing dengan pelaku usaha lainnya.