

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Menghadapi persaingan di era globalisasi sekarang ini, bidang usaha atau industri mengalami perkembangan dan perubahan yang sangat pesat. Terutama pada bidang industri pengolahan . Perkembangan industry di indonesia bukan hanya pada Perusahaan atau industri besar saja, melainkan juga pada sebuah usaha kecil kecilan dan menengah atau UMKM. Dalam dunia usaha suatu industry harus memiliki sebuah strategi yang tepat agar dapat bersaing dan bertahan ,dengan memiliki keunggulan tersendiri di bandingkan dengan pesaing pesaing lainnya. Perkembangan di bidang UMKM dapat dilihat secara meluas di indonesia , namun dapat juga dilihat pada kota kota yang ada di indonesia contohnya Kota Sungai penuh.

Peningkatan jumlah industri pengolahan yang ada di Kota Sungai Penuh mengakibatkan persaingan dalam menciptakan dan memperkenalkan produk-produk unggulannya. Keunggulan yang di miliki berguna untuk memenangkan suatu persaingan dan hal itu pula dapat memudahkan mencapai tujuan utama yaitu memperoleh Laba. Laba adalah salah satu faktor keberhasilan suatu Perusahaan atau Industri ,dapat dilihat pada laba yang telah di peroleh. Dimana kemampuan dalam mengelola aset secara efektif dan efisien dimana ini berguna menghasilkan keuntungan yang lebih besar dari sebelumnya atau melihat apakah terdapat pertumbuhan atau tidak.

Laba adalah penghasilan bersih atau sebuah imbalan dari aktivitas Perusahaan ,mulai dari awal produksi hingga sampai proses pemasaran yang sudah di kurangi dengan biaya kegiatan operasi suatu Perusahaan . penghasilan lebih ini juga tertulis di laporan laba -rugi. Laba dapat di hitung dengan pengurangan pendapatan dikurangi biaya pada aktivitas produksi .

Menurut Mulyadi (2015) laba adalah suatu sisa hasil usaha yaitu selisih nilai keluar dan juga nilai masukan . Keuntungan yang dihasilkan oleh suatu industri yang disebut sebagai laba, pastinya adalah tujuan utama untuk didapatkan, seperti laba akuntansi. Bagi yang awam, laba akuntansi adalah hal yang sama dengan laba komersial, tepatnya sebelum dilakukannya koreksi fiskal. Laba komersial ini adalah tolak ukur, yang mana perusahaan bisa dikatakan untung ataupun sebaliknya. Jadi, dari laporan laba akuntansi nantinya pihak perusahaan bisa melihat dan mengklaim bahwa usaha yang mereka lakukan mengalami keuntungan atau bahkan kerugian. Dari adanya laba akuntansi ini, sudah pasti dijadikan bahan evaluasi kedepannya, tentunya agar perusahaan bisa mempelajari apa yang menjadi faktor besarnya keuntungan maupun sebaliknya. Jika mengalami kerugian, maka kinerja perlu dievaluasi serta ditingkatkan agar kembali mendapatkan untung.

Harahap (2015) Mengungkapkan bahwa laba merupakan perbedaan realisasi pendapatan yang berasal dari transaksi suatu perusahaan pada kurun waktu tertentu dikurangi dengan biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan penghasilan tersebut.

Laba menurut Kasmir (2017) adalah Laba merupakan salah satu tujuan utama perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya. Perusahaan yang memiliki laba yang relatif stabil memungkinkan untuk memprediksi besarnya estimasi laba di masa yang akan datang. Pihak manajemen selalu merencanakan besar perolehan setiap periode, yang ditentukan melalui target yang harus dicapai.

Ada tiga faktor yang sangat mempengaruhi peningkatan laba yaitu, Biaya, harga jual, dan Volume Penjualan dan Produksi. Dimana Biaya adalah semua pengeluaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengolah suatu produk atau jasa sehingga mempengaruhi harga jual produk tersebut. Dan yang dimaksud dengan Harga jual adalah salah satu faktor yang mempengaruhi besar-kecilnya laba. Selanjutnya Volume Penjualan dan Produksi merupakan Besaran laba sebuah kegiatan bisnis dipengaruhi volume penjualan suatu produk. Pada saat yang sama, volume produksi juga mempengaruhi besar-kecilnya biaya produksi.

Dari penjelasan laba di atas maka dapat disimpulkan bahwa laba adalah perolehan keuntungan atau penghasilan lebih dari aktivitas produksi yang di dapat setelah pendapatan dikurangi biaya biaya yang dikeluarkan .

Seperti yang dijelaskan di atas, salah satu faktor keberhasilan suatu perusahaan atau industry UMKM dapat di lihat laba yang di peroleh. Dalam persaingan bisnis yang sangat sengit, maka sebuah industry harus memiliki

strategi atau rencana yang tepat untuk bertahan dan bersaing. Sebuah industry harus memiliki keunggulan atau hal yang menonjol dalam kualitas produksi dan memperhatikan harga jual yang akan di pasarkan dan harga pokok produksi. Selama proses produksi sebuah Perusahaan atau UMKM menekan atau meminimkan biaya yang akan di keluarkan. Untuk menekan atau meminimkan biaya tersebut dapat kita gunakan metode *Activity Based Costing* dan *Target Costing*.

*Activity Based Costing* adalah suatu system dimana yang berfokus pada aktivitas aktivitas yang dilakukan untuk menghasilkan suatu produk. System ini menyediakan informasi aktivitas dan sumber daya yang dibutuhkan pada saat aktivitas produksi yang terjadi. Dibandingkan dengan sistim tradisional sistim ABC menyediakan informasi biaya yang lebih akurat. Sistem *activity based costing* (ABC) adalah metode akuntansi yang dapat Anda gunakan untuk mencari total biaya aktivitas yang diperlukan untuk membuat suatu produk. Sistem ABC menetapkan biaya untuk setiap aktivitas yang masuk ke produksi, seperti pekerja yang menguji suatu produk.

Menurut Mulyadi (2015) *Activity Based Costing* adalah pendekatan penentuan biaya produk yang membebankan biaya ke produk berdasarkan konsumsi sumberdaya oleh aktivitas. Metode *Activity Based Costing* dapat menyediakan informasi perhitungan biaya yang lebih baik dan dapat membantu manajemen mengelola perusahaan secara efisien serta memperoleh pemahaman yang lebih baik atas keunggulan kompetitif,

kekuatan, dan kelemahan perusahaan. Sehingga dengan metode *Activity Based Costing* dapat menyajikan informasi harga pokok produk/jasa secara cermat dan akurat bagi kepentingan manajemen.

Banyak bisnis menggunakan harga pokok penjualan (COGS) untuk menentukan berapa biaya untuk membuat produk. Namun, COGS berfokus pada biaya langsung dan tidak termasuk biaya tidak langsung seperti biaya *overhead*. Beberapa bisnis mengambil biaya *overhead* mereka dan mengalokasikannya secara merata di antara semua produk. Tetapi karena beberapa produk menggunakan lebih banyak biaya *overhead* daripada yang lain, biaya pembuatan setiap produk tidak akurat dengan metode ini. Dengan penetapan biaya berbasis aktivitas, Anda mempertimbangkan biaya langsung dan *overhead* untuk membuat setiap produk. Anda menyadari bahwa produk yang berbeda memerlukan biaya tidak langsung yang berbeda pula. Dengan menetapkan biaya langsung dan *overhead* untuk setiap produk, Anda dapat menetapkan harga dengan lebih akurat. Dan, proses penetapan biaya berbasis aktivitas menunjukkan kepada Anda biaya *overhead* mana yang mungkin dapat Anda kurangi.

Pada dasarnya konsep penghitungan *activity based costing* lahir karena sistem akuntansi biaya tradisional (konvensional) dirasa kurang mampu memenuhi kebutuhan informasi penghitungan harga pokok yang dibutuhkan secara akurat. Pada saat ini masih banyak perusahaan yang masih menggunakan metode konvensional dimana seluruh biaya *overhead* di kumpulkan dalam

suatu pengelompokan biaya saja. Hal ini membuat perhitungan biaya tidak akurat dalam memperhitungkan biaya yang timbul secara keseluruhan sehingga menyebabkan adanya distorsi biaya.

*Activity Based Costing* merupakan metode yang menerapkan konsep-konsep akuntansi aktivitas untuk menghasilkan perhitungan harga pokok produk yang lebih akurat. Namun dari perspektif manajerial, metode *Activity Based Costing* menawarkan lebih dari sekedar informasi biaya produk namun lebih jauh dari pada itu ABC juga didesain untuk tujuan penyediaan informasi bagi semua pihak yang terlibat didalam proses pengambilan keputusan (*personal*) dan pemberdayaan karyawan (*informing and empowering*) untuk membangun daya saing perusahaan melalui strategi perusahaan (*cost leadership strategy*). *Activity Based Costing* memiliki tujuan penyediaan informasi bagi semua pihak yang terlibat dalam pengambilan keputusan (personel) dan pemberdayaan karyawan (*informing and empowering*) untuk membangun daya saing perusahaan melalui *cost leadership strategy*.

Dalam dunia usaha pada saat ini dimana dalam industri dimana harga merupakan daya saing yang sangat kuat dan sangat mempengaruhi keputusan konsumen. UMKM dapat menerapkan metode *Target Costing* dalam usahanya dalam menargetkan harga dan juga biaya yang dikeluarkan untuk memaksimalkan pendapatan laba.

*Target costing* adalah metode penentuan harga biaya produksi berdasarkan harga kompetitif. Metode ini menentukan biaya produksi yang

akan di keluarkan terlebih dahulu berdasarkan harga pasar , sehingga target laba yang diharapkan tercapai.

Menurut Mulyadi (2015) Target biaya atau *Target Costing* adalah metode penentuan biaya untuk aktivitas produksi dimana perusahaan terlebih dahulu menentukan biaya produksi yang harus dikeluarkan berdasarkan harga pasar kompetitif, sehingga Perusahaan dapat memperoleh laba yang di harapkan .

Penentuan target biaya atau *target costing* dapat dipandang sebagai alat manajemen biaya proaktif yang digunakan untuk mengurangi total biaya produk, selama siklus hidupnya yang lengkap, melalui produksi, teknik, penelitian dan desain. Manajemen *target Costing* bertujuan membantu perusahaan dalam mengelola bisnis dalam meraup untung di pasar yang sangat kompetitif. Secara umum, penetapan target biaya atau *target costing* adalah proses memastikan dan mencapai biaya aliran penuh, di mana produk yang dimaksud dengan persyaratan khusus, harus diproduksi untuk mewujudkan laba yang diinginkan, dengan harga jual yang diantisipasi selama periode tertentu. Manajemen ini melibatkan penentuan biaya maksimum yang harus dikeluarkan untuk produk baru, diikuti oleh pengembangan sampel yang dapat dibuat secara menguntungkan untuk angka biaya target tersebut. Namun tentu saja metode ini mesti memiliki tahap Penentuan Biaya dan Pengembangan Produk yang perlu untuk diperhatikan.

Berdasarkan yang telah dijelaskan diatas dapat kita simpulkan bahwa *target costing* adalah strategi yang dapat digunakan perusahaan untuk

merencanakan harga produk baru mereka sebelum mereka memproduksinya. Strategi ini memungkinkan perusahaan untuk menentukan apakah mereka dapat memproduksi produk baru dan mencapai tujuan laba mereka.

Agar *target costing* bisa tercapai maka sebuah Perusahaan atau industry harus melakukan efisiensi dengan mengeliminasi pemborosan dan melakukan sebuah perbaikan secara terus menerus. Sebuah Perusahaan hendaklah menentukan harga produk serendah rendahnya supaya harga menjadi kompetitif sehingga setiap unit atau karyawan dalam suatu perusahaan dapat meningkatkan efisiensi yang akan berdampak pada keuntungan maksimal. Melalui strategi ini maka *target costing* dapat membuat perusahaan menjadi kompetitif. Strategi ini sangat cocok bagi perusahaan yang berada dalam industri dimana harga sangat mempengaruhi keputusan konsumen.

Salah satu industri pengolahan atau UMKM yang ada di Sungai penuh yang bergerak di bidang *Cake and Bakery* adalah toko kue Hj Ida Shinta yang ada di kota Sungai Penuh kabupaten Kerinci. Dimana UMKM Hj Ida Shinta *Cake and Bakery* memproduksi barang melalui tahapan aktivitas aktivitas dan mengeluarkan sumber dayanya . UMKM Hj Ida Shinta *Cake and Bakery* adalah salah satu toko kue yang banyak diminati oleh konsumen kota sungaipenuh maupun kabupaten kerinci, dimana toko kue ini mengutamakan kualitas rasa dan bahan yang digunakan, memenuhi pesanan sesuai keinginan pelanggan . Hj Ida Shinta *Cae and Bakery* memproduksi beberapa jenis kue

ulang tahun ,brownis , kue bolu dan sebagainya. Dimana lokasi Hj Ida Shinta *Cake and Bakery* yang sangat strategis yang berada di pusat kota Sungai penuh.

**Tabel : 1.1**  
**Jenis produk toko kue Hj.Ida Shinta *Cake & Bakery* tahun 2022**

<b>Jenis</b>	<b>Kategori</b>	<b>Harga</b>
Kue ulang tahun	<i>Cake</i>	Rp 120.000
Roti	<i>Bakery</i>	Rp 6000
Bolu	<i>Cake</i>	Rp 70.000
Brownies	<i>Cake</i>	Rp 50.000
Cup cake	<i>cake</i>	Rp 6000

Sumber : *Ig. shinta\_cake*

Dapat kita lihat pada table 1.1 bahwa Hj Ida Shinta *Cake and Bakery* memproduksi beberapa jenis barang konsumsi. Terutama barang yang paling banyak di produksi oleh Hj Ida Shinta *Cake and Bakery* kue ulang tahun dengan harga mulai dari Rp.120.000 , dimana harga kue sesuai jenis jenis yang di jual..Hj Ida Shinta *Cake and Bakery* juga memproduksi bolu dimana tingkat peminat banyak saat ada acara tertentu maupun peminatnya dengan harga Rp.70.000 per Loyang nya , dimana Hj Ida Shinta *Cake and Bakery* ini juga memproduksi beberapa macam roti dengan harga yang terjangkau dengan kualitas dan rasa yang tergolong sangat enak dengan harga Rp.6000/pcs. UMKM Hj Ida Shinta *Cake and Bakery* adalah toko kue yang paling banyak di minati oleh konsumen area Sungai penuh ,kabupaten kerinci dan ada juga konsumen dari luar daerah.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah , maka penulis merumuskan beberapa masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah metode *Activity Based Costing* dapat meningkatkan laba pada UMKM *Cake & Bakery* Hj. Ida Shinta kota Sungai penuh?
2. Apakah metode *Target Costing* dapat meningkatkan laba pada UMKM *Cake & Bakery* Hj. Ida Shinta kota Sungai penuh?
3. Bagaimana perbandingan metode *Activity Based Costing* dan *Target costing* dalam memaksimalkan laba?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penulis menyimpulkan tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pendapatan laba dengan menggunakan metode *Activity Based Bosting* pada UMKM *Cake & Bakery* Hj. Ida Shinta kota Sungai penuh.
2. Untuk mengetahui pendapatan laba dengan menggunakan metode *Target Costing* pada UMKM *Cake & Bakery* Hj. Ida Shinta kota Sungai penuh.
3. Untuk mengetahui UMKM *Cake & Bakery* Hj. Ida Shinta memperoleh laba yang maksimal dengan menerapkan metode *Activity Based Costing* dan *Target Costing*

## 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diaharapkan bermanfaat bagi beberapa pihak, manfaat penelitian adalah :

1. Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan untuk menambah wawasan serta memperdalam pengetahuan dan pemahaman bagi penulis mengenai *Activity based costing*, *Target costing*.

2. Bagi industry atau UMKM

Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberi informasi mengenai penerapan metode *Activity based costing*, *Target costing* pada industry atau UMKM.

3. Bagi pihak lain

Penelitian ini diharapkan agar dapat bermanfaat bagi pihak lain yang berkepentingan sebagai sebuah referensi ataupun sebagai bahan perbandingan dalam penelitian selanjutnya dengan topik yang sama .

