

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era sekarang ini, banyak pebisnis yang bermunculan menciptakan ide-ide untuk membuat suatu usaha. Persaingan yang ketat mendorong suatu perusahaan untuk menciptakan ide, kreatifitas dan solusi bagaimana mereka dapat meningkatkan kegiatan usahanya, karena dalam dunia bisnis semakin besar usaha yang dicapai semakin tinggi pula tingkat persaingan yang terjadi. Semakin besar tingkat persaingan menunjukkan suatu perusahaan semakin maju dan semakin berkembang. Strategi managerial yang tepat sangat dibutuhkan agar suatu usaha yang dirintis tetap bertahan bahkan berkembang kedepannya demi kelangsungan hidup perusahaan. Kelangsungan hidup dan perkembangan perusahaan merupakan tujuan utama yang ingin diwujudkan bagi setiap perusahaan. Segala aktivitas yang dilakukan untuk mencapainya harus didukung oleh kondisi manajemen yang baik sebagai pengelola.

Hasil penelitian Rompis (2014) menunjukkan bahwa perhitungan harga pokok produksi dengan cara mengalokasikan biaya bersama dengan menggunakan metode nilai jual relatif atau metode harga pasar ini memberikan dampak positif bagi laba perusahaan dan memperoleh hasil dimana besar harga pokok produksi dari masing-masing produk jauh lebih rendah dari harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan. Penyebab terjadinya selisih yang cukup besar adalah karena perusahaan tidak melakukan perhitungan secara rinci serta tidak menggunakan metode khusus

untuk menghitung besarnya harga pokok produksi setiap kemasannya, sehingga biaya tidak dialokasikan sebagaimana mestinya.

Pada perusahaan yang mengolah suatu bahan baku dalam satu proses produksi yang sama untuk menghasilkan beberapa jenis produk, dibutuhkan pengalokasian biaya secara tepat ke tiap produk yang dihasilkan. Alokasi biaya adalah pembebanan biaya secara operasional dari biaya tidak langsung atau biaya bersama ke obyek biaya, biaya bersama sulit diperhitungkan kepada masing-masing produk. Oleh karena itu untuk memudahkan perhitungan diperlukan alokasi biaya (Bustami dan Nurlela, 2010).

Alokasi untuk biaya bersama pada masing-masing produk menjadi sumber masalah bagi perusahaan, oleh karena itu, dalam pengalokasian biaya bersama dibutuhkan metode perhitungan yang tepat guna menghindari masalah dalam pengidentifikasian biaya. Menurut Bustami dan Nurlela (2010), dalam pengalokasian biaya dapat digunakan beberapa metode, yaitu metode harga pasar / metode nilai jual hipotesis, metode fisik, metode rata-rata sederhana, dan metode rata-rata tertimbang.

Biaya bersama (*common cost*) adalah biaya yang mengoperasikan suatu fasilitas, aktivitas, atau objek biaya yang dibagi oleh dua atau lebih pengguna. Biaya bersama lebih rendah dari pada biaya individual bagi setiap pengguna, karena, pengeluaran biaya saat produksi pada produk bersama akan lebih murah dan lebih ringan dibandingkan biaya pemrosesan produk individu (Horngren dkk, 2006).

Masalah-masalah yang muncul dalam pengalokasian biaya bersama pada penelitian terdahulu adalah Pomalingo (2014) perhitungan biaya bersama penting dilakukan untuk mengetahui biaya-biaya yang digunakan pada setiap jenis

produknya, untuk mengalokasikan biaya bersama digunakan metode nilai jual relatif atau disebut juga metode harga pasar. Dari hasil analisis mengenai alokasi biaya bersama dalam menentukan harga pokok produksi diperoleh hasil yaitu harga pokok produksi dari tiap jenis martabak telur jauh lebih rendah dari pada harga jual yang ditetapkan perusahaan.

Moniaga (2014) melakukan alokasi biaya bersama dengan menggunakan metode nilai jual relatif atau harga pasar menunjukkan harga pokok produksi dari masing-masing produk lebih tinggi dari laba yang dihasilkan tetapi perusahaan tidak mengalami kerugian karena laba yang dihasilkan lebih tinggi dari laba yang dihasilkan dari masing-masing produk mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya. Hasil penelitian menunjukkan masing-masing produk didapat setelah proses lebih lanjut dan laba yang diperoleh mengalami kenaikan tahun sebelumnya. Berdasarkan penelitian terdahulu, disimpulkan bahwa pentingnya pengelolaan biaya bersama agar informasi dapat akurat.

Ni Luh, dkk (2014) Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui alokasi biaya-biaya tersebut secara akurat pada masing-masing produk dan untuk mengetahui kontribusi laba pada masing-masing produksi yang dihitung dengan metode nilai pasar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa alokasi biaya bersama pada UD Kharisma menggunakan metode nilai pasar dan menghabiskan biaya bersama.

Banyak UMKM yang berkembang pada saat ini, salah satunya adalah UMKM yang terletak di Jl. Prof. Moh. Yamin IV Slawi kabupaten Tegalmilik Ibu Siti Aminah yang diberinama UMKM Freshmilk Koemilk. UMKM Freshmilk Koemilk yang belum lama berdiri ini dirintis pada tahun 2015. Perusahaan ini memproduksi berbagai macam freshmilk yang diolah dalam berbagai macam varian

rasa dan dua macam ukuran yaitu besar dan sedang. Untuk memproduksi semua macam jenis freshmilk yang berbagai varian rasa hampir menggunakan bahan dan peralatan yang sama. Biaya bersama yang diolah secara bersama dalam mengolah bahan baku untuk beberapa tahapan proses produksi sehingga menghasilkan susu.

Dalam memproduksi Freshmilk terjadi suatu proses produksi bersama yang mengakibatkan sulitnya menelusuri biaya bersama yang melekat pada masing-masing jenis produk tersebut. Masing-masing Freshmilk tersebut mempunyai ukuran besar dan sedang. Dari beberapa jenis produk yang dihasilkan oleh UMKM FreshmilkKoemilk ini, produk yang paling laku dipasaran adalah *chocolate milk*, pembuatan *chocolate milk* merupakan produk yang paling banyak di buat setiap harinya, dibandingkan dengan produk Freshmilk lainnya. UMKM Freshmilk Koemilk memiliki enam orang karyawan yang berbeda tugasnya, setiap karyawan tersebut mempunyai tugas masing-masing mulai dari bagian bersih-bersih, pengemasan, melayani, kasir, dan belanja.

Terkadang ibu Siti Aminah sebagai pemilik usaha ikut serta dalam pemrosesan produksi pada saat pembuatan Freshmilk yang dipesan pelanggan. Dalam menentukan biaya yang dilakukan oleh UMKM Freshmilk Koemilk belum memperhitungkan semua unsur biaya yang terkait dengan proses produksi. Selain itu, belum dilakukan perhitungan biaya secara rinci untuk masing-masing produknya. UMKM FreshmilkKoemilk hanya menghitung total pengeluaran yang diakui harga pokoknya tanpa membuat rincian harga per produk. Biaya yang sudah diperhitungkan dalam proses produksi di UMKM FreshmilkKoemilk adalah biaya bahan baku (susu segar, gula, perasa, buah, air), biaya tenaga kerja langsung. Sedangkan biaya yang belum diperhitungkan dalam UMKM FreshmilkKoemilk ini

adalah biaya penyusutan peralatan, biaya listrik dan air yang termasuk dalam biaya overhead pabrik. Menurut metode *full costing* seluruh elemen biaya dimasukkan dalam perhitungan harga pokok produk baik biaya variabel maupun biaya tetap.

Untuk menentukan biaya produksi dan harga jual produk di UMKM Freshmilk Koemilk diperlukan suatu metode yang tepat. Mengingat permasalahan dalam menentukan harga pokok produksi, umumnya dikarenakan kurang tepat dalam melakukan pencatatan akuntansi, sehingga, mengakibatkan kesalahan dalam menentukan laba atau rugi yang diperolehnya. Dari segi teori UMKM FreshmilkKoemilk dalam menentukan biaya produksi dan harga jual saat ini belum sesuai dengan standar akuntansi.

Penelitian ini merupakan replika dari penelitian terdahulu (Sintia S.C. Rompis 2014) yang membahas tentang perhitungan alokasi biaya bersama dalam menentukan harga pokok produksi. Penelitian ini bermaksud untuk menguji kembali penelitian sebelumnya dengan tahun dan objek yang berbeda. Objek penelitian ini adalah pada UMKM Freshmilk Koemilk, sedangkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sintia S.C. Rompis (2014) pada produk air mineral dan minuman segar di industri kecil menengah pada CV. AKE ABADI.

Alasan penulis memilih objek penelitian tersebut karna pada UMKM Freshmilk Koemilk masih melakukan perhitungan secara manual dan masih UMKM belum menjadi industri menengah seperti CV. AKE ABADI yang menggunakan perhitungan secara sistem bukan manual.

Dilihat dari latar belakang yang tertuang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian terhadap penentuan harga pokok produksi pada UMKM Freshmilk Koemilk dengan mengambil judul: “ Alokasi Biaya Bersama Dalam

Menentukan Harga Pokok Produksi Freshmilk (Studi Kasus UMKM Freshmilk Koemilk).

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang diuraikan diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah adalah “Bagaimana perhitungan alokasi biaya bersama dalam menentukan harga pokok produksi Freshmilk (Studi Kasus UMKM Freshmilk Koemilk)?”

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis alokasi biaya bersama dalam menentukan harga pokok produksi pada Freshmilk Koemilk.

1.4 Manfaat Penelitian

Selain adanya tujuan dari penelitian, juga diharapkan adanya manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat bagi peneliti : menambah pengetahuan tentang cara menganalisis alokasi biaya bersama dalam menentukan harga pokok produksi freshmilk pada UMKM Freshmilk Koemilk.
2. Manfaat bagi Perusahaan : untuk membantu dan mengetahui cara menganalisis alokasi biaya bersama dalam menentukan harga pokok produksi Freshmilk pada UMKM Koemilk.
3. Manfaat bagi akademis : Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan menambah wawasan tentang alokasi biaya bersama.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penelitian ini dibagi dalam lima hal, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Merupakan pengantar dalam penelitian ini. Dalam bab ini diuraikan mengenai latar belakang penelitian disertai dengan alasan dilakukannya penelitian, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan yang menguraikan secara singkat isi dari setiap bab.

BAB II LANDASAN TEORI

Berisi tinjauan pustaka yang berisi teori-teori yang mendasari penelitian ini meliputi, UMKM, akuntansi biaya, pengertian biaya, klasifikasi biaya, pengertian alokasi biaya, pengertian harga pokok produksi, biaya gabungan dan produk gabungan dan metode penentuan biaya produksi.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini diuraikan mengenai gambaran umum perusahaan meliputi objek penelitian, variabel penelitian dan definisi operasional, jenis data dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

BAB IV ANALISIS DATA

Dalam bab ini diuraikan mengenai hasil analisis dan evaluasi terhadap harga pokok produksi pada UMKM Freshmilk Koemilk.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini diuraikan mengenai kesimpulan dari harga pokok produksi pada freshmilk koemilk.