

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi saat ini, pertumbuhan bisnis di sektor industri jasa sangat cepat perkembangannya. Hal ini disebabkan karena semakin besarnya populasi penduduk maka semakin besar pula kebutuhan masyarakat terhadap bidang jasa. Jadi, kebutuhan manusia terhadap industri tidak akan pernah mati. Tetapi persaingan di industri jasa juga sangat besar. Karena sektor ini memiliki lahan bisnis yang memiliki peluang yang menjadikan di masa depan. Oleh sebab itu perusahaan jasa berusaha memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen, sehingga mendapatkan kepuasan konsumen, yang akhirnya konsumen bersedia untuk membeli atau membayar jasa yang kita jual, sehingga perusahaan bisa mendapatkan pangsa pasar yang lebih besar dan meraih kesuksesan dengan memperoleh keuntungan yang besar dan bisa bersaing dalam industri jasa.

Industri jasa itu sendiri mempunyai ruang lingkup yang berbeda-beda, contohnya industri jasa perbankan atau finansial, jasa perhotelan, jasa konstruksi, jasa komunikasi, jasa design interior, jasa asuransi, industri perawatan dan perbaikan (bengkel) dan masih banyak lagi. Untuk Industri jasa perawatan dan perbaikan (bengkel), seperti bengkel mobil, jasa ini berkaitan dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh bengkel tersebut kepada para konsumen. Sikap

Saling percaya antara pengusaha jasa bengkel mobil merupakan hal yang cukup penting, karena apabila pengusaha jasa bengkel mobil memberikan kepercayaan maka montir yang bersangkutan juga akan berusaha untuk tidak melanggar kepercayaan tersebut. Begitu juga sebaliknya, apabila ada kesan pengusaha jasa bengkel mobil tidak sepenuhnya memberikan kepercayaan maka montir yang bersangkutan juga akan menyalahgunakan kepercayaan tersebut. Adanya sikap saling pengertian antara pemilik perusahaan dan karyawan sangat penting, karena hal tersebut akan mempermudah pekerjaan serta meningkatkan kepercayaan dan keyakinan konsumen untuk menggunakan jasa layanan yang diberikan oleh perusahaan yang bersangkutan.

Informasi manajemen biaya merupakan informasi yang dibutuhkan untuk mengelola secara efektif perusahaan atau organisasi nonprofit, baik berupa informasi keuangan tentang biaya dan pendapatan maupun informasi nonkeuangan yang relevan, yaitu produktivitas, kualitas, dan faktor kunci sukses lainnya untuk perusahaan. Informasi ini sebagai salah satu informasi penting bagi manajemen dalam melaksanakan fungsinya, yaitu pembuatan keputusan yang bersifat strategis untuk pengembangan posisi kompetitif sehingga keunggulan kompetitif dapat menyebabkan kesuksesan yang berkesinambungan. Fungsi manajemen biaya adalah memberikan informasi yang berguna bagi manajer dalam pembuatan keputusan strategis dan meningkatkan efisiensi dan efektivitas perusahaan (I Ketut Sujana,2003).

Dalam era kompetisi yang semakin tajam, perusahaan-perusahaan mengubah strategi pemasarannya dengan meletakkan kepuasan *customers* sebagai prioritas pertama dalam mengarahkan kegiatan bisnis mereka. Perusahaan berlomba-lomba untuk menghasilkan produk atau jasa yang bermutu dengan harga yang rendah dengan berpedoman bahwa *customers* hanya dibebani dengan biaya-biaya untuk penambah nilai (*value added activities*). Biaya-biaya tersebut meliputi: perancangan produk, pemrosesan, dan pengiriman produk.

Biaya produk adalah informasi yang sangat penting sebagai dasar untuk pengambilan keputusan manajerial baik pada perusahaan manufaktur maupun perusahaan jasa. Keputusan untuk menetapkan harga jual dan bauran produk adalah hal-hal yang bersifat strategik untuk organisasi dalam menghadapi persaingan di pasar. Biaya produk yang memiliki nilai strategik di perusahaan memberi implikasi bahwa biaya ini harus dapat diukur, dihitung, dan ditentukan dengan benar dan akurat.

Menurut Mulyadi (2005:13) definisi dari biaya produksi, yaitu semua biaya yang berhubungan dengan fungsi produksi atau kegiatan pengolahan bahan baku menjadi produk selesai. Biaya produksi dapat digolongkan ke dalam biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik. Biaya dalam perusahaan jasa dibagi menjadi biaya langsung dan biaya tidak langsung. Biaya langsung (*direct cost*) adalah biaya yang dapat ditelusuri secara fisik ke produk atau jasa tertentu, seperti gaji yang dibayarkan kepada para akuntan, pengacara,

dll. Biaya tidak langsung (*indirect cost*) adalah biaya yang tidak dapat ditelusuri ke produk atau jasa, seperti asuransi atau sewa kantor. Biaya tidak langsung biasanya dikurangkan dari pendapatan dalam periode di mana biaya dipakai.

CV Speed Indo Pratama (SIP) ini telah berdiri sejak tahun 1988 yang beralokasi di jl. Tenggilis Tengah 1 No.28 Surabaya. Perusahaan ini bergerak dibidang jasa bengkel mobil yang berfokus kepada pelanggan, jasa yang ditawarkan oleh perusahaan ini adalah perbaikan body, perawatan, dan pengecatan mobil. CV. Speed Indo Pratama (SIP) Surabaya juga memberikan jasa pelayanan lainnya seperti: pembuatan alarm, CCTV, dan cuci mobil. CV.Speed Indo Pratama (SIP) Surabaya juga telah memiliki kerjasama dengan beberapa asuransi mobil yang cukup dikenal oleh masyarakat pada umumnya, seperti Wahana Tata, Allianz, Asuransi Central Asia (ACA), dan lain sebagainya. CV. Speed Indo Pratama (SIP) Surabaya merupakan industri bengkel mobil yang kompetitif karena perusahaan berkomitmen untuk menempatkan kepuasan pelanggan, kualitas yang terbaik, serta peningkatan citra perusahaan dan peningkatan kepercayaan dari masyarakat maupun konsumennya.

Masalah utama yang dihadapi oleh perusahaan ini adalah perusahaan masih menerapkan perhitungan biaya berdasarkan akuntansi keuangan dan belum menerapkan akuntansi biaya dan akuntansi manajemen, sehingga perusahaan belum mampu menghitung biaya secara tepat dan terperinci berdasarkan konsep biaya yang benar. Dengan menggunakan konsep akuntansi biaya dan akuntansi manajemen, diharapkan biaya dapat dihitung, diterapkan dengan tepat dan benar.

Berdasarkan masalah tersebut, dapat disimpulkan bahwa harga merupakan salah satu faktor penentu utama dalam keberhasilan perusahaan mencapai misi dan strateginya, serta dalam melaksanakan kegiatan manajemennya sehari-hari, yang diharapkan akan mengarah pada peningkatan laba perusahaan melalui serangkaian proses bisnis yang dikerjakan. Penelitian ini dilakukan untuk memberikan alternatif pilihan kepada CV.Speed Indo Pratama (SIP) Surabaya mengenai penentuan biaya produksi untuk menghitung tarif jasa bengkel yang diberikan oleh perusahaan tersebut agar dapat menentukan harga secara tepat dan akurat. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti mengambil judul “PENETAPAN BIAYA PRODUKSI UNTUK MENENTUKAN BESARNYA TARIF JASA PADA CV. SPEED INDO PRATAMA SURABAYA”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan gambaran umum perusahaan, maka rumusan permasalahan yang diberikan adalah “ Bagaimana penetapan biaya produksi yang digunakan untuk menentukan besarnya tarif jasa pada CV. Speed Indo Pratama (SIP) Surabaya?”

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui bagaimana Penetapan biaya produksi untuk menentukan besarnya tarif jasa pada CV. Speed Indo Pratama (SIP) Surabaya.

1.4 Manfaat penelitian

1.4.1 Bagi peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan bagi peneliti dalam menyusun karya tulis ilmiah khususnya dalam penetapan biaya produksi untuk menghitung tarif jasa pada bengkel mobil.

1.4.2 Bagi STIE Perbanas Surabaya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber atau bahan perbandingan bagi mahasiswa yang akan membuat tugas akhir atau skripsi mengenai penetapan biaya produk.

1.4.3 Bagi CV. Speed Indo Pratama (SIP) Surabaya

Sebagai bahan pertimbangan manajemen dalam mengambil kebijakan dalam menetapkan biaya produksi untuk menentukan besarnya tarif jasa pada CV. Seed Indo Pratama (SIP) Surabaya.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Bab I : Pendahuluan

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

Bab II : Tinjauan Pustaka

Bab ini berisi landasan teori yang berkaitan dengan penetapan biaya produksi untuk menentukan besarnya tarif jasa pada bengkel mobil, proposisi serta kerangka pemikiran yang digunakan sebagai dasar permasalahan masalah dan penelitian sebelumnya.

Bab III: Metode Penelitian

Bab ini menguraikan tentang rancangan penelitian, metode analisis, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, keterkaitan data dengan proposisi, dan kriteria interpretasi temuan penelitian.

Bab IV: Pembahasan

Bab ini menguraikan penelitian perusahaan sebagai obyek penelitian, sejarah singkat CV. Speed Indo Pratama Surabaya, visi dan misi perusahaan, struktur organisasi, *job description* perusahaan, prosedur pelaksanaan jasa serta pembahasan yang berisi tentang penalaran dan hasil penelitian sehingga mengarah pada pemecahan masalah penelitian.

Bab V: Kesimpulan dan Saran

Bab ini membahas mengenai kesimpulan yang dapat ditarik dari hasil pembahasan dan saran saran dalam penetapan biaya produksi untuk menentukan besarnya tarif jasa pada CV. Speed Indo Pratama, yang diharapkan dapat memberikan manfaat pada perusahaan dimasa mendatang.