

ANALISIS BIAYA DIFERENSIAL SEBAGAI DASAR PENGAMBILAN
KEPUTUSAN MENJUAL ATAU MEMPROSES LEBIH LANJUT PRODUK
BATIK TULIS

(Studi Kasus Pada UMKM”Fajar Batik Giriloyo”)

SKRIPSI



Oleh :

Nama : Muhammad Roihan Hafid

Nim : (151215398)

Jurusan : Akuntansi

Bid. konsentrasi : Akuntansi Bisnis

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha

Yogyakarta

2019

ANALISIS BIAYA DIFERENSIAL SEBAGAI DASAR PENGAMBILAN
KEPUTUSAN MENJUAL ATAU MEMPROSES LEBIH LANJUT PRODUK
BATIK TULIS

(Studi Kasus Pada UMKM”Fajar Batik Giriloyo”)

SKRIPSI

Ditulis dan Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Ujian Akhir Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Strata-1 Di Program Studi Akuntansi

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha



Oleh :

Nama : Muhammad Roihan Hafid

Nim : (151215398)

Jurusan : Akuntansi

Bid. konsentrasi : Akuntansi Bisnis

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha

Yogyakarta

2019

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

ANALISIS BIAYA DIFERENSIAL SEBAGAI DASAR PENGAMBILAN
KEPUTUSAN MENJUAL atau MEPROSES LEBIH LANJUT PRODUK
BATIK TULIS

(Studi Kasus Pada UMKM”Fajar Batik Giriloyo”)

Disusun oleh :

Nama : Muhammad Roihan Hafid

Nomor Mahasiswa : 151215398

Jurusan : Akuntansi

Yogyakarta,

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen pembimbing

Drs. ZULKIFLI, MM.

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN

Telah dipertahankan/diujikan dan disahkan untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata-1 di Program Studi Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha

Nama : Muhammad Roihan Hafid

Nomor Mahasiswa : 151251398

Program Studi : Akuntansi

Yogyakarta, Februari 2019

Disahkan oleh

Penguji/ Pembimbing Skripsi :

Penguji 1 :

Penguji 2 :

Mengetahui

Ketua STIE Widya Wiwaha

Drs. Muhammad Subkhan, MM

HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Roihan Hafid

NIM : 151215398

Jurusan : Akuntansi

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi , dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah di tulis dan diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini disebutkan dalam refrensi Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar saya sanggup menerima hukuman / sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.

Yogyakarta ,14 Februari 2019
Penulis

Muhammad Roihan Hafid

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT atas segala kebesarannya, serta sholawat salam semoga tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW yang telah senantiasa memberikan kekuatan dan kenikmatan dalam hidup ini dan yang menjadi panutan dalam kehidupan ini.

Dengan karya yang sederhana ini saya persembahkan dengan segenap kekuatan kepada orang-orang terbaik dalam hidupku.

Ibu dan Bapak (Danisatun dan Jaziri)

Terimakasih atas segalanya karena telah membesarkan dan berjuang demi hidupku dan segenap kekuatan, kasih sayang, dan keikhlasan yang telah mendoakanku dalam setiap langkah perjuanganku.

Farhan Lutfi, Husaini Ismail Hikmi, Agus Zuhradin Alfi (adik-adikku)

Terimakasih kepada kalian semua yang telah memberikan semangat, menghibur dan mendo'akanku serta dukungan moral kalian sangat membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

By : Muhammad Roihan Hafid

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, atas segala rahmat dan karunia-Nya yang telah memberikan kesehatan dan nikmat kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik sesuai waktu yang telah direncanakan.

Skripsi ini berjudul “ANALISIS BIAYA DIFERENSIAL SEBAGAI DASAR PENGAMBILAN KEPUTUSAN MENJUAL atau MEPROSES LEBIH LANJUT PRODUK BATIK TULIS (Studi Kasus Pada UMKM Fajar Batik Giriloyo)”, disusun untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Akuntansi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta.

Dalam pelaksanaan dan penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini dengan kerendahan hati penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Drs. Muhammad Subkhan, MM, selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta.
2. Ibu Khoirunisa Cahya Firdarini SE, M.Si, selaku Ketua Program Studi Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta, yang telah memberikan motivasi dan arahan serta kesempatan kepada penulis untuk menyelesaikan studi pada Jurusan Akuntansi.
3. Bapak Drs. Zulkifli. MM. selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu dan memberikan bimbingan dan arahan, tenaga, pikiran, memberikan nasehat dan dorongan yang besar manfaatnya bagi penulis selama menuliskan skripsi ini.
4. Seluruh dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta yang telah mendidik, memberi wawasan, dan membagi ilmu pengetahuan pada peneliti selama berkuliah.
5. Seluruh karyawan dan staff Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta.

6. Bapak, Ibu dan adik-adik tercinta yang selalu memberi kasih sayang, mendoakan, memberi semangat, motivasi dan dorongan yang luar biasa untuk menyelesaikan skripsi pada jenjang S1 ini.
7. Pemilik UMKM Fajar Batik yang sudah berkenan untuk berkerjasama dalam penyelesaian penelitian ini.
8. Keluarga besarku, Kakek, Nenek, Pakdhe / Budhe, Paklik/ Bulik tercinta yang selalu memberi kasih sayang dan dukungan yang begitu tegas untuk segera menyelesaikan jenjang S1.
9. Teman-teman satu kelompok bimbingan Subiyantoro, Nur hiyatna, Nisrah H dan Farhan Masruri Ahmad. Terimakasih atas kerja sama, dukungan dan nasehatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.
10. Teman-teman Akuntansi 2015 yang telah memberikan banyak pengalaman, kenangan, canda tawa dan saling mendukung untuk kelancaran skripsi ini.
11. Semua pihak yang telah membantu peneliti untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Kritik dan saran sangat dibutuhkan untuk kesempurnaan penelitian di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat memberikan sumber pengetahuan dan menjadi karya yang bermanfaat bagi para pembacanya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Yogyakarta,.... februari 2019

Penulis

Muhammad Roihan Hafid

INTISARI

UMKM Fajar Batik merupakan usaha yang bergerak dibidang kerajinan batik tulis yang ada di D.I. Yogyakarta. Dalam produksi kain batik tulis UMKM Fajar Batik harus mempertimbangkan beberapa hal mengenai sesuatu yang mempengaruhi pemilik UMKM Fajar Batik dalam pengambilan keputusan antara menjual atau memproses lebih lanjut produk batik tulis kualitas rendah dan batik tulis kualitas tinggi. Dalam pengambilan keputusan menjual atau memproses lebih lanjut batik tulis kualitas rendah dan batik tulis kualitas tinggi yang ada di UMKM Fajar Batik yang didasarkan pada perhitungan analisis diferensial. Penelitian ini berusaha untuk mengetahui besarnya perbedaan biaya dan pendapatan diferensial dalam keputusan menjual atau memproses lebih lanjut batik tulis kualitas rendah dan batik tulis kualitas tinggi.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini mencoba untuk menyediakan informasi yang bermanfaat kepada pemilik UMKM Fajar Batik sebagai dasar dalam pengambilan keputusan untuk menjual atau memproses lebih lanjut dengan menggunakan analisis biaya diferensial berdasarkan analisis data selama satu tahun. Pengolahan data dilakukan untuk dapat menganalisa dampak dari kedua keputusan yaitu menjual langsung atau memproses lebih lanjut suatu produk.

Dari hasil perhitungan analisis biaya diferensial untuk tahun 2018 maka dapat diketahui laba bersih yang dihasilkan jika batik tulis kualitas rendah sebesar (Rp 4.335.000) dan batik tulis kualitas tinggi sebesar (Rp 5.960.000), sedangkan jika UMKM Fajar Batik memproses lebih lanjut batik tulis kualitas rendah dengan laba sebesar (Rp 7.365.000) dan batik tulis kualitas tinggi menghasilkan laba bersih sebesar (Rp 10.760.000), sehingga diperoleh selisih diferensial untuk batik tulis kualitas rendah sebesar (Rp 3.030.000) dan untuk batik tulis kualitas tinggi sebesar (Rp 4.800.000).

Penulis menyarankan kepada pemilik UMKM Fajar Batik untuk memproses lebih lanjut batik tulis kualitas rendah dan batik tulis kualitas tinggi agar laba bersih yang didapatkan lebih tinggi.

Kata kunci : menjual atau memproses lebih lanjut, Biaya diferensial, pengambilan keputusan .

ABSTRACT

Fajar Batik UMKM is a business engaged in writing batik in D.I. Yogyakarta. In the production of Fajar Batik UMKM batik cloths must consider a number of things concerning something that affects owners of Fajar Batik UMKM in making decisions between selling or further processing low-quality batik products and high-quality batik. In making a decision to sell or process further low-quality written batik and high-quality written batik in Fajar Batik UMKM is based on differential analysis calculations. This study attempt to find out the difference in costs and differential income in the decision to sell or further process low-quality batik and high-quality batik.

This research is a descriptive study with a quantitative approach. This research attempts to provide useful information to owners of Fajar Batik as a basis for making decisions to sell or process further using differential cost analysis based on one year of data analysis. Data processing is done to be able to analyze the impact of both decisions, direct selling or further processing a product.

From the results of the calculation of differential cost analysis for 2018, it can be seen that the net profit generated if the batik is low-quality (Rp. 4,335,000) and high-quality batik (Rp. 5,960,000), if the Fajar Batik UMKM further processes written batik low-quality with a profit of (Rp. 7,365,000) and high-quality batik produce a net profit of (Rp. 10,760,000), so that the differential difference for low-quality batik is (Rp. 3,030,000) and for high-quality batik is (Rp. 4,800,000).

The author recommends Fajar Batik UMKM owners to further process low-quality batik and high-quality written batik so that the higher net profit can be obtained.

Keywords: sell or process further, differential costs, decision making.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	I-II
LEMBAR PENGESAHAN.....	III
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN.....	IV
LEMBAR PERNYATAAN.....	V
LEMBAR PERSEMBAHAN.....	VI
KATA PENGANTAR	VII
ABSTRAK.....	IX-X
DAFTAR ISI.....	XI- XIII
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	10
2.1 Telaah Literatur	10
2.1.1 Pengertian Biaya	10
2.1.2 Penggolongan biaya	11
Tabel 2.1 Dokumen Pembelian Bahan Baku.....	19
2.1.3 Teori-Teori.....	26
2.1.4 Informasi Akuntansi Diferensial	27
2.1.5 Pengambilan Keputusan.....	32
2.2 Penelitian Empiris	35
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	35
Tabel 2.2 Hasil Penelitian Terdahulu	36
Tabel 2.3 Hasil PenelitianTerdahulu.....	37
2.3 Kerangka Pikir	41

BAB III METODE PENELITIAN	43
3.1 Pengertian metode penelitian	43
3.2 Jenis dan Pendekatan Peneltian	43
3.3 Lokasi Penelitian	44
3.4 Subyek dan Obyek Penelitian	46
3.5 Data dan Jenis Data	46
3.6 Teknik Pengmpulan Data	48
3.7 Analisis Data	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Hasil penelitian	53
4.1.1 Sejarah Singkat UMKM Fajar Batik Giriloyo	53
4.1.2 Struktur Organisasi	54
Gambat 4.1 Struktur Organisasi UMKM Fajar Batik	55
4.1.3 Ruang Lingkup Usaha	57
4.1.4 Proses Produksi	58
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian	65
4.2.1 Perhitungan Biaya Produksi pada UMKM Fajar Batik	65
Tabel 4.2 Kapasitas Produksi	65
Tabel 4.3 Pembelian Kain	67
Tabel 4.4 Pembelian Lilin	68
Tabel 4.5 Pembelian Pewarna	69
Tabel 4.6 Biaya Tenaga Kerja Proses Membatik	71
Tabel 4.7 Biaya Tenaga Kerja Proses Pewarnaan	72
Tabel 4.8 Biaya listrik	73
Tabel 4.9 Biaya kemasan	74
Tabel 4.10 Laporan Laba Rugi Batik Tulis Kualitas Rendah Setengah Jadi	75
Tabel 4.11 Laporan Laba Rugi Batik Tulis Kualitas Tinggi Setengah Jadi	76

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan dalam dunia bisnis pada saat ini sangatlah ketat sehingga mengharuskan pemilik usaha dapat mengambil keputusan yang bijak agar perusahaan dapat mendapatkan laba yang tinggi dari kegiatan penjualan produk dan pendapatan jasa yang diberikan. Persaingan dalam sektor bisnis mencakup seluruh usaha baik sektor manufaktur, jasa maupun sektor usaha dagang. Persaingan bisnis pada era perdagangan bebas saat ini menuntut para pengusaha untuk mengefektifkan modal yang dimiliki perusahaan agar menghasilkan kontribusi margin yang tinggi dalam kegiatan penjualan dan jasa yang diberikan, seiring dengan pesatnya perkembangan dunia bisnis pada sekarang ini. Semakin banyaknya perusahaan yang tumbuh dan berkembang, semakin tajam pula persaingan yang timbul antara perusahaan yang satu dengan perusahaan yang lain, khususnya perusahaan yang menghasilkan produk dan jasa yang sejenis. Perusahaan-perusahaan tersebut mengalami persaingan yang ketat untuk memajukan perusahaan mereka.

Menghadapi persaingan di dunia industri, perusahaan selalu berusaha meningkatkan produktifitas agar memperoleh keuntungan yang maksimal dan mampu menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Hal ini menuntut pimpinan perusahaan untuk mempunyai pola berpikir yang bermutu tinggi dan memperhatikan hal-hal yang berhubungan dengan aktivitasnya, sehingga tujuan perusahaan yang telah ditetapkan dapat tercapai dengan maksimal. Selain itu untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya perusahaan harus dapat memahami dan memberikan reaksi yang cepat dan tepat terhadap kebutuhan dan keinginan yang diminta konsumen akan barang dan jasa yang ada dipasar dengan cara memproduksi barang yang sesuai dengan apa barang yang diharapkan konsumen.

Perusahaan pada dasarnya selalu memiliki tujuan yang sama yaitu memaksimalkan laba, selain memaksimalkan laba perusahaan memiliki tujuan lain yaitu pencapaian volume penjualan tertentu, penguasaan pasar, serta kembalinya modal dalam jangka waktu tertentu. Hansen Dan Mowen (2005:122) menyebutkan bahwa margin kontribusi (*contribution margin*), atau laba marginal (*marginal income*) adalah rasio laba operasi terhadap penjualan. Kontribusi margin merupakan selisih antara pendapatan penjualan dengan semua biaya variabel, baik untuk biaya produksi maupun nonproduksi, dan penjualan.

Berhasil atau tidaknya dalam mencapai tujuan ditandai dengan kemampuan manajemen dalam melihat kemungkinan-kemungkinan di masa yang akan datang baik untuk jangka pendek maupun jangka panjang, dalam hal ini manajer membutuhkan informasi dalam menentukan pilihan terbaik bagi perusahaan yang dapat dipakai sebagai dasar perencanaan dalam pengambilan keputusan.

Perusahaan manufaktur adalah perusahaan yang mempunyai kegiatan utama mengolah bahan baku menjadi produk selesai. Permasalahan yang dijumpai terutama jika produk perusahaan diolah melalui beberapa departemen produksi, hasil produksi dari suatu departemen produksi mungkin dapat langsung dijual ke pasar atau diolah lebih lanjut dalam departemen produksi lanjutan. Dalam hal ini manajemen dihadapkan pada pilihan produk yang bersangkutan sebaiknya langsung dijual atau diproses lebih lanjut.

Pemilihan berbagai alternatif pengambilan keputusan, manajemen seringkali menghadapi ketidakpastian. Oleh karena itu manajemen memerlukan informasi yang dapat mengurangi ketidakpastian yang dihadapinya, sehingga memungkinkan manajemen menentukan pilihan dengan baik. Salah satu informasi penting yang biasanya diperlukan sebagai dasar perencanaan dan pengambilan keputusan berbagai alternatif tersebut adalah informasi akuntansi diferensial.

Biaya marjinal dan biaya diferensial sebenarnya mempunyai arti sama yaitu tambahan biaya keputusan untuk menambah unit yang diproduksi. Namun istilah dan penerapan kedua pengertian tersebut berbeda. Biaya marginal adalah istilah yang digunakan seorang ekonom, sedangkan biaya diferensial sering digunakan oleh seorang akuntan. Dalam jangka pendek menurut akuntan biaya diferensial adalah biaya variabel, dengan anggapan kapasitas belum penuh. Namun apabila kapasitas sudah penuh maka biaya diferensial berupa biaya variabel dan bagian tertentu biaya tetap. Dari uraian di atas, maka bisa disimpulkan negara Indonesia bisa berkembang karena banyak unit-unit usaha yang berdiri dan berkembang yaitu UMKM. Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 UMKM dijelaskan sebagai: "Sebuah perusahaan yang digolongkan sebagai UMKM adalah perusahaan kecil yang dimiliki dan dikelola oleh seseorang atau dimiliki oleh sekelompok kecil orang dengan jumlah kekayaan dan pendapatan tertentu."

UMKM dalam perspektif usaha diklasifikasikan dalam empat kelompok, (LPPI dan BI:2015) yaitu:

1. UMKM sektor informal, contohnya pedagang kaki lima.
2. UMKM Mikro adalah para UMKM dengan kemampuan sifat pengrajin namun kurang memiliki jiwa kewirausahaan untuk mengembangkan usahanya.
3. Usaha Kecil Dinamis adalah kelompok UMKM yang mampu berwirausaha dengan menjalin kerjasama (menerima pekerjaan sub kontrak) dan ekspor.
4. Fast Moving Enterprise adalah UMKM yang mempunyai kewirausahaan yang cakap dan telah siap bertransformasi menjadi usaha besar.

Ukuran usaha berdasarkan Aset dan Omset (UU 20 Tahun 2008 tentang UMKM) sebagai berikut:

Ukuran Usaha	Kriteria	
	Aset	Omset
Usaha Mikro	Maksimal Rp 50 Juta	Maksimal Rp 300 Juta
Usaha Kecil	> Rp 50 Juta-Rp 500 Juta	>Rp 300 Juta- Rp 2,5 Miliar
Usaha Menengah	>Rp 500 Juta -Rp 10 Miliar	>Rp 2,5 Miliar -Rp 50 Miliar
Usaha Besar	>10 Miliar	>50 Miliar

UMKM mempunyai peranan sangat penting dalam pembangunan ekonomi nasional. Selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja, UMKM juga berperan dalam mendistribusikan hasil-pembangunan.

UMKM juga telah terbukti tidak terpengaruh terhadap krisis. Ketika krisis menerpa pada periode tahun 1997 – 1998, hanya UMKM yang mampu tetap berdiri kokoh. Jakarta- Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia memiliki peran dan kontribusi besar terhadap perekonomian nasional. Saat ini jumlah UMKM di Indonesia ada sebanyak 57,89 juta unit, atau 99,99 persen dari total jumlah pelaku usaha nasional. UMKM memberikan kontribusi terhadap kesempatan kerja sebesar 96,99 persen, dan terhadap pembentukan PDB sebesar 60,34 persen. (<http://www.beritasatu.com/ekonomi/225157-kontribusi-besar-sektor-ukm-untuk-ekonomi-nasional.html>)

Serapan tenaga kerja pada sektor ini juga meningkat, dari 96,99 persen menjadi 97,22 persen pada periode yang sama. Meskipun indikator kontribusi terhadap pembentukan produk domestik bruto (PDB) dan serapan tenaga kerja naik, akses sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) ke rantai pasok produksi global sangat minim. Kontribusi UMKM di Indonesia terhadap rantai

pasok global hanya 0,8 persen. Di ASEAN, kontribusi UMKM Indonesia terhadap rantai pasok produksi global hanya sedikit lebih tinggi dibandingkan dengan Brunei, Laos, Myanmar, dan Kamboja.

Kontribusi tertinggi sektor UMKM terhadap rantai pasok produksi global mencapai 2,7 persen. Padahal, ASEAN berkontribusi 9,3 persen terhadap rantai pasok produksi global pada periode 2009-2013. Kontribusi sektor UMKM terhadap ekspor Indonesia tahun 2015 hanya 15,8 persen, jauh lebih kecil dibandingkan dengan negara-negara sekawasan di Asia Tenggara. Kontribusi sektor UMKM Thailand terhadap ekspor 29,5 persen dan Filipina 20 persen. Di tingkat global, kontribusi sektor UMKM Jerman terhadap ekspor mencapai 55,9 persen dan Jepang sekitar 53,8 persen. (<http://www.kemenperin.go.id/artikel/14200/Kontribusi-UMKM-Naik.>)

Giriloyo adalah sebuah dusun di bawah kaki perbukitan Imogiri. Suatu bukit yang terkenal di daerah kawasan selatan Yogyakarta karena disanalah raja-raja kerajaan Mataram Islam dimakamkan. Giriloyo merupakan desa yang terpencil dan sunyi namun dibalik kesunyiannya giriloyo menyimpan warisan budaya yang sangat luar biasa yaitu batik tulis. Tidak ada catatan yang eksplisit kapan kerajinan batik tulis masuk ke kampung Giriloyo, diperkirakan sekitar abad ke 17. Saat awal dimana sebagian besar penduduk menjadi abdi dalem kraton Yogyakarta yang bertugas merawat makam raja-raja Yogya-Solo yang dibangun di atas perbukitan Imogiri. Dari situ terjadi interaksi antara kraton dan penduduk, kemudian beberapa tokoh dari kerabat kraton memberikan pekerjaan kepada masyarakat sekitar khususnya ibu-ibu sebagai buruh nyanthing batik. Awalnya demikian sampai berabad-abad lamanya penduduk Giriloyo yang menekuni batik masih tetap menjadi buruh dan menjual batik setengah jadi ke juragan-juragan batik di pusat kota di sekitar Kraton Yogyakarta. Kemudian setelah peristiwa gempa hebat menghancurkan Yogyakarta tahun 2006, beriringan dengan semangat kebersamaan untuk bangkit dari trauma akibat bencana gempa bumi. Masyarakat diberikan penyuluhan mengenai pemrosesan lebih lanjut batik tulis menjadi produk jadi yang pada awalnya masyarakat menjual batik yang masih mentah ke juragan-

juragan di sekitar kraton. Setelah diberikan pelatihan masyarakat giriloyo membentuk kelompok-kelompok batik dan secara kontinue mendapat pendampingan dari Pemerintah ataupun LSM sosial yang memberikan banyak pelatihan dan mendatangkan banyak ahli untuk meningkatkan keterampilan. Hal ini merupakan upaya meningkatkan kemampuan untuk membuat batik jadi dan siap jual serta melatih kemampuan untuk memasarkan batik tulis, sehingga tidak lagi tergantung sepenuhnya kepada juragan-juragan besar di Sekitar kraton yogyakarta. Meski hubungan baik dengan juragan masih tetap terjaga sampai saat ini.

Pengrajin-pengrajin batik Giriloyo saat ini mengalami kemajuan yang pesat dalam hal membuat kain batik sampai jadi dan mampu memasarkan produk batik tulis yang indah ke berbagai daerah di Indonesia bahkan ke luar negeri.

Saat ini ada belasan kelompok batik tulis di kampung Giriloyo dengan koleksi-koleksi batik yang menawan. Anda dapat berburu batik tulis asli di kampung batik Giriloyo. Kelompok –kelompok itu bisa disebut juga UMKM batik Giriloyo yang masing-masing mempunyai nama. Salah satu dari kelompok UMKM batik tulis yang ada di Giriloyo adalah **FAJAR BATIK**.

Fajar Batik adalah UMKM yang menawarkan berbagai macam produk dan jasa sebagai berikut :

1. Kain batik tulis dengan berbagai motif dan warna kombinasi yang sangat beragam, selain menjual kain batik fajar batik juga menawarkan.
2. Jasa pembatikan.
3. Pelatihan batik untuk berbagai instansi, mahasiswa, dan anak anak.
 - a. Pelatihan yang sudah pernah dilaksanakan adalah palatihan untuk perwakilan dari suatu instansi pemerintah sebagai tambahan ketrampilan dan setelah selesai pelatihan bisa diterapkan di tempat tinggal.

- b. Selain dari perwakilan instansi ada juga dari mahasiswa maupun siswa (SMA, SMP, SD, SLB) pelatihan yang sering dilaksanakan adalah sekedar pengenalan pembuatan batik tulis itu bagaimana atau sering disebut juga pelatihan dasar.
- 4. Jasa pewarnaan (warna alami dan warna sintetis)
- 5. Penjualan bahan dan alat batik (canting , lilin, kain putih, pewarna alami dan sintetis)

Pemilik UMKM Fajar Batik dalam meningkatkan laba perusahaan harus bisa menghitung biaya-biaya yang dikeluarkan dalam kegiatan UMKM, apabila menjual batik tulis kualitas rendah yang masih 1 warna dengan menjual kain batik kualitas rendah yang sudah di proses lebih lanjut. Selain menjual produk batik tulis kualitas rendah, UMKM Fajar Batik menjual produk kualitas tinggi yang baru 1 warna, menjual juga produk batik tulis kualitas rendah dan batik tulis kualitas tinggi yang sudah diproses lanjutan menjadi batik tulis jadi. Sekilas jika dilihat secara sederhana antara menjual produk kualitas rendah lebih menghemat biaya produksi, karena batik kualitas rendah biarpun diproses lebih lanjut akan tetap mempunyai daya jual yang tidak tinggi. Akan tetapi dalam kenyataannya tidak selalu dengan mengeluarkan biaya sedikit dapat menghemat biaya dan menghasilkan keuntungan yang lebih tinggi.

Kadang dengan menjual batik dengan kualitas rendah dan kualitas tinggi yang sudah jadi akan lebih menguntungkan meskipun biaya proses produksi lanjutan harus dikeluarkan. Seperti biaya pembatikan (nutup), pewarnaan, dan biaya bahan baku untuk melakukan proses lanjutan. Oleh karena itu untuk mengefektifkan dan mengefisienkan biaya serta untuk memaksimalkan laba, maka suatu unit usaha harus teliti dalam membedakan memilih biaya dan melakukan analisis biaya yang benar agar tidak salah dalam pengambilan keputusan, diantaranya dapat dilakukan dengan cara menerapkan analisis biaya diferensial dengan alternatif menjual produk setengah jadi atau melanjutkan proses produksi dan menjual produk yang sudah jadi.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penelitian ini mengambil judul” ANALISIS BIAYA DIFERENSIAL SEBAGAI DASAR PENGAMBILAN KEPUTUSAN MENJUAL ATAU MEMPROSES LEBIH LANJUT PRODUK BATIK TULIS (Studi Kasus Pada UMKM ”Fajar Batik Giriloyo”).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penelitian ini ingin memfokuskan analisis diferensial sebagai dasar pengambilan keputusan pemilik UMKM Fajar Batik antara menjual atau memproses lebih lanjut produk batik tulis kualitas rendah dan produk batik tulis kualitas tinggi.

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui dan menganalisis keputusan apa yang akan diambil pemilik UMKM Fajar Batik antara menjual atau memproses lebih lanjut produk batik tulis kualitas rendah jika keputusan didasarkan pada analisis biaya diferensial.
2. Mengetahui dan menganalisis keputusan apa yang akan diambil pemilik UMKM Fajar Batik antara menjual atau memproses lebih lanjut produk batik tulis kualitas tinggi jika keputusan didasarkan pada analisis biaya diferensial.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian di atas, maka penelitian ini bermanfaat secara teoritis dan secara praktis :

a. Manfaat Teoritis

Sebagai pedoman pembelajaran dan pengembangan teori-teori bagi mahasiswa mengenai analisis diferensial pada UMKM Fajar Batik.

b. Manfaat Praktis

Membantu pemilik UMKM Fajar Batik memberikan alternatif dalam pengambilan keputusan antara menjual atau memproses lebih lanjut batik tulis kualitas rendah dan batik tulis kualitas tinggi.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Telaah Literatur

2.1.1 Pengertian Biaya

Horngren (2008:34) biaya (*cost*) sebagai sumberdaya yang dikorbankan *sacrificed* atau dilepaskan (*forgone*) untuk mencapai tujuan tertentu. Raiborn (2011:34) mendefinisikan biaya (*cost*) merefleksikan pengukuran moneter dari sumberdaya yang dibelanjakan untuk mendapatkan sebuah tujuan seperti membuat barang atau mengantarkan jasa.

Rayburn (1999:4) Biaya (*cost*) mengukur pengorbanan ekonomis yang dilakukan untuk mencapai tujuan organisasi. Untuk suatu produk, biaya menunjukkan ukuran moneter sumberdaya yang digunakan, seperti bahan, tenaga kerja, overhead. Untuk suatu jasa, biaya merupakan suatu pengorbanan moneter yang dilakukan untuk menyediakan jasa.

Wasilah (2009:22) Biaya (*cost*) pengeluaran-pengeluaran atau nilai pengorbanan untuk memperoleh barang atau jasa yang berguna untuk masa yang akan datang, atau mempunyai manfaat lebih dari satu periode akuntansi. Sedangkan Mursyidi (2008:14) mengartikan biaya sebagai suatu pengorbanan yang dapat mengurangi kas atau harta lainnya untuk mencapai tujuan, baik yang dapat dibebankan pada saat ini maupun pada saat yang akan datang.

Sulastiningsih dan Zulkifli (1999) Biaya dapat diartikan secara sempit dan dapat pula diartikan secara luas. Dalam arti sempit, biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh aktiva. Sedangkan biaya dalam artian yang luas biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi yang dapat diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau terjadi secara potensial akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu.

2.1.2 Penggolongan biaya

Penggolongan biaya diperlukan untuk mengembangkan data biaya yang dapat membantu manajemen dalam pencapaian tujuan perusahaan. Menurut Mulyadi (2005:13) penggolongan biaya ini terbagi dalam beberapa kelompok sebagai berikut ini :

1. Prinsip dari penggolongan ini berkaitan dengan tujuan pengeluaran.

Pada prinsipnya biaya tersebut dikeluarkan untuk tujuan apa, misalnya biaya untuk membayar gaji karyawan disebut dengan biaya gaji , biaya untuk mereparasi mesin disebut biaya reparsi, dsb.

2. Fungsi pokok perusahaan

Dalam perusahaan manufaktur biaya diklasifikasikan menjadi :

- Biaya produksi yaitu biaya yang dikeluarkan untuk mengolah bahan baku menjadi bahan produk jadi. Biaya produksi terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik. Biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung disebut biaya utama (*prime cost*), biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik disebut biaya konversi (*conversion cost*).
- Biaya pemasaran yaitu biaya yang dikeluarkan untuk menjual produk atau jasa. Biaya pemasaran merupakan biaya-biaya yang terjadi dalam rangka mendapatkan dan memenuhi pesanan, misalnya biaya promosi, biaya angkut dan gaji penjualan.
- Biaya administrasi dan umum, adalah biaya-biaya yang dikeluarkan untuk mengarahkan, mengendalikan dan untuk mengarahkan, mengendalikan dan untuk mengoperasikan perusahaan . Contohnya gaji manajer produksi, gaji bagian akuntansi dan personalia, biaya telepon, biaya listrik, biaya pemasaran serta administrasi dan umum disebut biaya komersial.

3. Hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai

Atas dasar sesuatu yang dibiayai, biaya ini diklasifikasikan menjadi biaya langsung dan biaya tidak langsung.

- Biaya langsung adalah biaya yang terjadi karena ada suatu yang dibiayai.
- Biaya tak langsung adalah biaya yang terjadi tidak tergantung kepada ada atau tidak adanya suatu yang dibiayai.

Apabila dihubungkan dengan produk sebagai suatu yang dibiayai, maka biaya diklasifikasikan menjadi biaya produksi langsung (contoh biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung) dan biaya produksi tak langsung (contoh biaya overhead pabrik). Penggolongan biaya menjadi biaya menjadi biaya produksi langsung dan produksi tak langsung sangat bermanfaat bagi perusahaan yang memproduksi lebih dari satu jenis produk.

4. Hubungan biaya dengan volume kegiatan

Biaya menurut hubungannya dengan volume kegiatan diklasifikasikan menjadi:

- Biaya tetap adalah biaya yang jumlahnya sampai tingkat kegiatan tertentu relatif tetap dan tidak terpengaruh oleh perubahan volume kegiatan. Sedangkan biaya per unitnya berubah berbanding terbalik dengan perubahan volume kegiatan. Contohnya biaya sewa gedung dan asuransi, gaji bagian produksi dan biaya depresiasi yang menggunakan metode satuan produksi.
- Biaya variabel, adalah biaya yang jumlahnya berubah-ubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Sedangkan biaya per unitnya tetap. Contohnya : biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, bahan bakar, tenaga listrik pabrik dan uang lembur.

- Biaya semi variabel, adalah biaya yang sebagian tetap dan sebagian lagi berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Contoh biaya listrik yang digunakan untuk penerangan cenderung menjadi biaya tetap karena berapapun jumlah keluaran yang dihasilkan penerangan akan tetap diperlukan oleh pabrik yang sedang beroperasi sebaiknya tenaga listrik yang digunakan sebagai sumber daya untuk mengoperasikan peralatan akan bervariasi sesuai dengan pemakaian peralatan tersebut.

5. Atas dasar waktu

Untuk tujuan perhitungan rugi-laba dan penentuan harga pokok produksi secara teliti, maka biaya di klasifikasikan atas dasar hubungan dengan pembebanannya ke dalam periode akuntansi tertentu. Pengklasifikasian biaya atas dasar waktu dibagi dalam :

- Biaya periode sekarang atau pengeluaran penghasilan (*revenue expenditure*), adalah biaya yang telah dikeluarkan dan menjadi beban pada periode sekarang untuk mendapatkan penghasilan periode sekarang. Contoh : biaya gaji dan biaya pemasaran, biaya ini dibebankan pada periode sekarang.
- Biaya periode yang akan datang atau pengeluaran modal (*capital expenditure*), adalah biaya yang telah dikeluarkan dan manfaatnya dinikmati selama lebih dari satu periode akuntansi. Pengeluaran modal pada saat terjadinya dicatat sebagai harta dan dibebankan kepada periode-periode akuntansi yang menikmatinya dengan cara mengalokasikan sebagian harga perolehannya sebagai biaya depresiasi atau sebagai amortisasi. Contoh : pembelian kendaraan dinas kantor dan pemasangan *air condition* untuk ruang pertemuan.

Perbedaan antara pengeluaran penghasilan dan pengeluaran modal merupakan suatu hal yang esensial dalam membandingkan (*matching*) biaya dengan pendapatan secara tetap dan untuk mengukur laba periodik secara akurat.

6. Hubungan dengan perencanaan, pengendalian dan pembuatan keputusan
Biaya diklasifikasikan ke dalam delapan golongan yaitu:

- Biaya standar dan biaya dianggarkan

Biaya standar merupakan biaya yang ditentukan dimuka (*predetermine cost*) yang merupakan jumlah biaya yang seharusnya dikeluarkan untuk menghasilkan satu unit produk. Biaya yang diselenggarakan merupakan perkiraan biaya total pada tingkat produksi yang direncanakan.

Biaya standar dan biaya yang dianggarkan merupakan rencana yang akan digunakan untuk mengendalikan operasi melalui analisis penyimpangan biaya yang terjadi dibanding dengan realisasinya.

- Biaya terkendali (*controllable cost*) dan biaya tidak terkendali (*uncontrollable cost*).

Biaya terkendali (*controllable cost*) merupakan biaya yang dapat dipengaruhi secara signifikan oleh manajer tertentu, sedangkan biaya tidak terkendali (*uncontrollable cost*) merupakan biaya yang tidak secara langsung dikelola oleh otoritas manajer tertentu. Contoh : biaya iklan merupakan biaya terkendali bagi manajer penjualan sedangkan biaya depresiasi mesin merupakan biaya tak terkendali bagi manajer produksi.

- Biaya tetap *committed* dan *discretionary*

Biaya tetap *committed* merupakan biaya tetap yang timbul dan jumlah maupun pengeluaran dipengaruhi oleh pihak ketiga dan tidak bisa dikendalikan oleh manajemen. Contoh : biaya tetap *committed* adalah biaya depresiasi, gaji top manajer, biaya asuransi dengan kontrak jangka panjang.

Biaya tetap *discretionary* merupakan biaya tetap yang jumlahnya dipengaruhi oleh keputusan manajemen. Contoh biaya ini adalah biaya advertensi, biaya riset dan pengembangan.

- Biaya variabel teknis (*engineered variabel cost*) dan biaya kebijakan (*discretionary variabel cost*)

Biaya variabel teknis adalah biaya variabel yang sudah diprogramkan dan distandarkan seperti biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Sedangkan biaya variabel kebijakan adalah biaya variabel yang tingkat variabilitasnya dipengaruhi kebijakan manajemen, seperti biaya iklan yang ditetapkan 20% dari total pendapatan.

- Biaya relevan (*relevant cost*) dan biaya tidak relevan (*irrelevant cost*)

Biaya relevan (*relevant cost*) dalam pembuatan keputusan merupakan biaya yang secara langsung dipengaruhi oleh pemilihan alternatif tindakan oleh manajemen. Biaya tersebut dapat diabaikan apabila diinginkan. Contoh : manajemen dihadapkan pada dua alternatif menggunakan merek A atau merek B. Biaya operasional mesin bisa merupakan biaya relevan. Biaya operasional mesin merupakan biaya relevan tetapi mungkin merupakan biaya tidak relevan. Biaya operasional mesin merupakan biaya relevan apabila biaya mesin A dan mesin B jumlahnya berbedanya.

Biaya tidak relevan (*irrelevant cost*) merupakan biaya yang tidak dipengaruhi oleh keputusan manajemen. Biaya operasional mesin merupakan biaya yang tidak relevan apabila mesin A dan mesin B jumlahnya sama.

- Biaya terhindarkan (*avoidable cost*) dan biaya tidak terhindarkan (*unavoidable cost*)

Konsep biaya ini biasanya digunakan untuk pembuatan keputusan penggantian aktiva tetap. Biaya yang terhindarkan adalah biaya yang dapat dihindari dengan diambilnya suatu alternatif keputusan. Sedangkan biaya tak terhindarkan adalah biaya yang tidak dapat dihindari pengeluarannya. Contoh : perusahaan merencanakan akan mengganti mesin lama dengan mesin baru. Jika mesin lama tetap digunakan, maka perusahaan akan memerlukan biaya reparasi mesin sebesar Rp 200.000. Apabila perusahaan merencanakan untuk mengganti mesin, maka biaya reparasi akan dapat dihindari, sehingga disebut sebagai biaya terhindarkan dalam hal ini perusahaan akan tetap dibebani pajak atas mesin, baik mesin tersebut diganti ataupun tidak diganti, sehingga biaya pajak termasuk dalam biaya tak terhindarkan.

- Biaya diferensial (*differential cost*) dan biaya marginal (*marginal cost*)

Biaya diferensial adalah biaya marginal sebenarnya memiliki pengertian yang sama, yaitu tambahan biaya disebabkan keputusan untuk menambah unit yang diproduksi. Namun istilah dan penerapan kedua pengertian tersebut berbeda. Biaya diferensial digunakan oleh akuntan sedangkan biaya marginal dipakai oleh ekonom. Biaya diferensial menurut akuntan dapat diartikan tambahan total biaya akibat adanya tambahan penjualan sejumlah unit tertentu.

Definisi yang lain dari biaya diferensial merupakan biaya yang relevan yang berkaitan dengan pembuatan keputusan pemilihan alternatif masa yang akan datang (*future cost*). Jika jumlah biaya naik disebut *incremental cost* dan jika menurun disebut *decremental cost*. Contoh berapa laba tambahan akibat tambahan 1000 unit produk dengan harga jual Rp 1000 per unit ? Untuk menjawab pertanyaan ini harus dilakukan perbandingan total biaya sebelum dilakukan penjualan 1000 unit tersebut dengan total biaya disebut dengan biaya diferensial.

Biaya marginal menurut ekonom, beranggapan bahwa untuk memaksimalkan laba, produksi harus berapa pada tingkat dimana biaya marginal sama dengan penghasilan marginal.

- Biaya kesempatan (*opportunity cost*)

Biaya ini merupakan pendapatan atau penghematan biaya yang dikorbankan sebagai akibat dipilihnya alternatif tertentu. Biaya kesempatan merupakan salah satu elemen biaya diferensial. Contoh : sdr .Farida seorang akuntan yang selama ini menekuni profesi mengajar dengan memperoleh fee Rp 500.000 per bulan. Beliau berkeinginan akan beralih profesi menjadi konsultan dengan fee Rp 750.000 per bulan. Dengan dua alternatif tersebut, pembuatan keputusan untuk pindah profesi dari pengajar menjadi konsultan, sdr farida akan kehilangan kesempatan memperoleh penghasilan sebesar Rp 500.000 ,- penghasilan yang tidak jadi diperoleh sebesar Rp 500.000 disebut *opportunity cost*.

Perusahaan dalam melakukan produksi ada beberapa istilah biaya diantaranya :

- a. Biaya bahan baku

Biaya bahan baku merupakan biaya yang terbesar dalam pembuatan produk jadi. Dalam perusahaan manufaktur, bahan baku diolah menjadi produk jadi dengan mengeluarkan biaya konversi. Bahan yang digunakan untuk produksi diklasifikasikan menjadi bahan baku (bahan langsung) dan bahan pembantu (bahan tidak langsung) . Bahan baku yaitu bahan yang digunakan untuk produksi yang dapat diidentifikasi ke produk. Biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung merupakan biaya utama (*prime cost*) yang dibebankan kepada persediaan produk dalam proses.

Bahan tidak langsung meliputi semua bahan yang bukan merupakan bahan baku. Biaya bahan tidak langsung dibebankan pada biaya overhead pabrik saat bahan tersebut digunakan untuk produksi. Contoh untuk memproduksi kue dibutuhkan bahan baku berupa tepung dan gula sedangkan bahan baku tidak langsung berupa bahan pewarna.

Akuntansi biaya bahan baku diklasifikasikan menjadi dua kegiatan yaitu akuntansi pembelian bahan baku dan akuntansi pemakaian bahan baku.

a. Akuntansi pembelian bahan baku

Pembelian bahan baku merupakan tanggung jawab bagian pembelian untuk pengadaan bahan dengan harga murah, kualitas baik, dan dapat tersedia tepat waktu. Sistem pembelian bahan baku lokal melibatkan beberapa bagian, yaitu bagian produksi, bagian gudang, bagian pembelian, bagian penerimaan barang, dan bagian akuntansi.

Tabel 2.1

Dokumen Pembelian Bahan Baku

Formulir permintaan pembelian	Formilir pesanan pembelian	Formulir laporan penerimaan
Permintaan tertulis kepada departemen pembelian untuk membeli bahan yang diperlukan	Permintaan tertulis kepada pemasok untuk mengirimkan bhaan yang dipesan pada tanggal tertentu	Laporan tertulis yang dibuat pada saat bahan yang diterima yang mencantumkan kuantitas , deskriminasi, kondisi, pemasok dan nomor pesanan pembelian.
Pembuat: Bagian gudang atau kepala departemen yang membutuhkan	Pembuat: Departemen pembelian	Pembuat: Bagian penerimaan barang
Distribusi tembusa : Gudang, bagian penerimaan barang, departemen pembelian	Distribusi tembusan : Pemasok, departemen pembelian, departemen akuntansi.	Distribusi tembusan: Bagian penerimaan barang , departemen pembelian, departemen akuntansi, bagian gudang.

b. Akuntansi pemakaian bahan baku

Masalah yang timbul dalam penentuan harga pokok bahan baku yang dipakai dalam produksi adalah adanya fluktuasi harga pembelian bahan baku. Harga beli bahan baku antara pembelian satu dengan pembelian yang lain biasanya berbeda, hal ini mengakibatkan harga pokok bahan baku persatuan yang ada digudang berbeda-beda, walaupun jenis bahan bakunya sama. Ada beberapa metode dalam menentukan harga pokok bahan baku yang digunakan dalam proses produksi, antara lain: metode idenfikasi khusus, metode rata-rata,metode *FIFO*, dan metode *LIFO*.

Unsur-unsur yang membentuk harga pokok bahan baku menurut standar akuntansi adalah semua biaya yang terjadi untuk memperoleh dan

menempatkan bahan baku sampai siap diolah. Biaya-biaya pembelian dan penempatan bahan baku meliputi ongkos angkut pembelian, biaya pesan, biaya penerimaan bahan baku, biaya pembongkaran, biaya pemeriksaan bahan baku dan biaya penggudangan. Apabila dalam pembelian bahan baku terdapat diskon maka potongan pembelian ini diperlakukan sebagai pengurang harga pokok bahan baku yang dibeli.

Ada beberapa masalah-masalah pada akuntansi biaya bahan baku yang sering dijumpai yaitu apabila dalam proses produksi terdapat sisa bahan (*scrap material*), produk cacat, (*defective goods*) dan produk rusak (*spoiled goods*).

❖ Sisa bahan

Scrap materials adalah bahan yang mengalami kerusakan didalam proses produksi. Perlakuan terhadap sisa bahan sangat tergantung oleh harga jual dari sisa bahan tersebut. Apabila harga jual sisa bahan rendah biasanya tidak dilakukan pencatatan sampai saat penjualan, tetapi apabila harga jual sisa bahan relatif tinggi, maka akan dicatat dalam kartu persediaan pada saat sisa bahan diserahkan oleh bagian produksi ke bagian gudang.

❖ Produk rusak

Produk rusak merupakan produk yang tidak memenuhi standar kualitas yang telah ditetapkan. Produk rusak merupakan produk yang telah menyerap biaya produksi dan secara ekonomis tidak dapat diperbaiki menjadi produk baik. Perlakuan terhadap produk rusak sangat tergantung dari sifat dan penyebab terjadinya produk rusak tersebut, yaitu : Apabila penyebab terjadinya produk rusak adalah hal yang bersifat luar biasa, misalnya sulitnya proses produksi maka harga pokok produk rusak akan dibebankan sebagai tambahan harga pokok produk yang baik tersebut. Sedangkan apabila produk laku dijual,

maka hasil penjual produk yang rusak akan diperlakukan sebagai pengurang biaya produksi.

❖ Produk cacat

Defective goods adalah produk yang tidak memenuhi standar kualitas yang telah ditetapkan, produk cacat secara ekonomis dapat diperbaiki menjadi produk baik dengan mengeluarkan biaya pengerjaan kembali untuk memperbaikinya. Maka perlakuan biaya pengerjaan kembali produk cacat sangat tergantung pada penyebab terjadinya produk cacat tersebut, yaitu:

- Apabila disebabkan oleh hal-hal yang bersifat tidak normal seperti sulitnya proses produksi, maka biaya pengerjaan kembali produk cacat akan dibebankan pada pesanan yang bersangkutan.
- Apabila disebabkan oleh hal-hal yang bersifat normal, maka biaya pengerjaan kembali produk cacat akan dibebankan pada seluruh produksi dengan cara memperhitungkan biaya pekerjaan kembali kedalam tarif biaya overhead pabrik.

c. Manajemen persediaan dengan menggunakan *just-in-time*

Just-in-time merupakan filosofi pemanufakturan yang memiliki implikasi penting dalam manajemen biaya. Ide dasar *just-in-time* sangat sederhana, yaitu membeli bahan jika persediaan habis atau ada order dan berproduksi apabila ada permintaan. Prinsip dasar *just-in-time* adalah meningkatnya perusahaan secara terus menerus untuk merespon perubahan dengan meminimalkan pemborosan.

Terdapat empat aspek pokok dalam konsep *just-in-time* yaitu:

- Mengeliminasi semua aktivitas yang tidak bernilai tambah terhadap produk atau jasa. Aktivitas yang tidak bernilai tambah akan meningkatkan biaya (pemakaian sumber-sumber ekonomi) yang tidak perlu misalnya biaya pengelolaan persediaan bahan baku.

- Adanya komitmen untuk selalau meningkatkan kualitas yang lebih tinggi.
- Selalu diupayakan penyempurnaan yang berkesinambungan (*continuous improvement*) dalam meningkatkan efisiensi kegiatan.
- Menekankan pada penyederhanaan aktivitas dan meningkatkan pemahaman terhadap aktivitas yang bernilai tambah (*value added activities*).

b. Biaya tenaga kerja

Tenaga kerja merupakan usaha fisik atau usaha mental yang dikeluarkan karyawan untuk mengolah produk. Biaya tenaga kerja merupakan harga yang dibebankan untuk penggunaan tenaga kerja manusia tersebut. Biaya tenaga kerja pada perusahaan manufaktur dapat digolongkan menjadi biaya tenaga kerja produksi, biaya tenaga kerja pemasaran dan biaya tenaga kerja administrasi & umum.

Biaya tenaga kerja dapat dikelompokkan dalam tiga kelompok, yaitu gaji dan upah reguler, premi lembur dan biaya yang berhubungan dengan tenaga kerja (*labor related cost*). Ada tiga kegiatan dalam akuntansi biaya tenaga kerja yaitu pencatatan waktu kerja, perhitungan jumlah gaji, dan upah serta alokasi biaya tenaga kerja.

Masalah-masalah khusus akuntansi biaya tenaga kerja :

1. Tunjangan pegawai

Pemberian tunjangan kepada karyawan dimaksudkan untuk menambah penghasilan karyawan dan menjaga loyalitas karyawan kepada perusahaan. Contoh : dari tunjangan kepada karyawan ini adalah tunjangan pajak, tunjangan persalinan, tunjangan pengobatan, tunjangan hari tua, tunjangan asuransi kesehatan dan kematian, tunjangan hari raya dan lain-lain.

2. Insentif

Insentif dimaksudkan untuk memacu produktivitas karyawan. manajemen dapat menerapkan sistem upah insentif dengan cara karyawan diberikan upah tambah apabila menghasilkan produk diatas jumlah minimum yang ditetapkan.

3. Waktu setup

Biaya yang dikeluarkan untuk memulai produksi (*setup cost*) meliputi pengeluaran-pengeluaran untuk pembuatan rancangan bangun, penyusunan mesin dan peralatan, latihan bagi karyawan dan kerugian-kerugian yang timbul akibat belum adanya pengalaman. Biaya ini diperlakukan sebagai:

- Biaya tenaga kerja langsung, apabila biaya ini dapat diidentifikasi pada pesanan tertentu dan dibebankan ke rekening barang dalam proses-biaya tenaga kerja langsung.

c. Biaya overhead pabrik sesungguhnya.

Dibebankan pada pesanan tertentu dalam kelompok biaya tersendiri yang terpisah dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik.

Pemberi kerja (perusahaan) diwajibkan oleh undang-undang perpajakan untuk memotong jumlah gaji dan upa yang dibayarkan kepada karyawan sebesar tarif pajak penghasilan karyawan yang bersangkutan. Hasil pemotongan tersebut oleh perusahaan kemudian disetorkan ke kas negara.

Dalam proses pengerjaan produk sering kali terjadi hambatan, kerusakan atau kekurangan pekerjaan yang mengakibatkan waktu menganggur (*idle time*) bagi karyawan. Biaya yang dikeluarkan selama menganggur dibebankan sebagai:

- Biaya overhead pabrik, apabila (*idle time*) diakibatkan oleh kegiatan normal dan tidak dapat dihindari.
- sebagai kerugian waktu menganggur, apabila terjadi karena kelalaian atau inefisiensi.

d. Biaya overhead pabrik

Biaya overhead pabrik adalah seluruh biaya produksi yang tidak dapat diklasifikasi sebagai biaya bahan baku langsung atau biaya tenaga kerja langsung.

Pembebanan BOP dapat dilakukan dengan dua pendekatan yaitu pendekatan biaya sesungguhnya terjadi dan pendekatan yang pertama adalah perhitungan harga pokok produk tidak dapat ditentukan pada saat produk telah selesai diproses. Sedangkan apabila digunakan pendekatan kedua tingkat ketelitian perhitungan harga pokok produk kurang akurat dibandingkan dengan pendekatan yang pertama, karena perhitungan harga pokok produk tidak perlu ditunda sampai akhir periode akuntansi. Ada dua alternatif membebankan BOP menurut pendekatan yang kedua yaitu menggunakan tarif tunggal dan tarif yang berbeda (tarif ganda).

Jurnal untuk mencatat BOP sesungguhnya terjadi dan BOP dibebankan dapat dilakukan dengan membuat satu rekening saja yaitu rekening BOP atau dapat pula dilakukan dengan memisahnya menjadi 2 rekening yakni BOP sesungguhnya dan rekening BOP dibebankan.

Penentuan jumlah BOP yang dibebankan dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut

- Penyusunan anggaran BOP perdepartemen
- Pendistribusian BOP ke departemen produksi dan departemen jasa
- Pengalokasian BOP dari departemen jasa ke departemen produksi
- Membagi BOP ke departemen-departemen produksi atas dasar ukuran aktivitas yang setepat mungkin .

Penentuan tarif BOP bisa menggunakan tarif BOP sesungguhnya atau tarif yang ditentukan dimuka. Pada prinsipnya jumlah BOP yang dibebankan ke produk memiliki dua unsur yaitu: dasar pembebanan dan tarif per dasar pembebanan.

Ada dua perlakuan terhadap BOP yang lebih atau kurang dibebankan yaitu:

- BOP dibebankan melebihi BOP yang sesungguhnya, berarti terjadi kelebihan pembebanan (selisih menguntungkan).
- BOP dibebankan lebih kecil dari BOP sesungguhnya, berarti terjadi kekurangan pembebanan BOP (selisih merugikan).

Dalam laporan keuangan bulanan selisih menguntungkan ditunjukkan dalam neraca sebagai *deferred credit* dan selisih merugikan sebagai *deffered charges*. Pada akhir tahun buku, perbedaan antara biaya overhead pabrik sesungguhnya dengan BOP dibebankan umumnya diperlakukan sebagai laba/rugi atau dengan membaginya ke rekening persediaan produk selesai atau produk dalam proses akhir dan rekening harga pokok penjualan.

Untuk kepentingan analisis selisih BOP, maka BOP yang dibebankan dengan BOP sesungguhnya dapat dipecah menjadi 2 yaitu selisih anggaran (*budget atau spending variance*) dan selisih kapasitas (*idle capacity variance*).

2.1.3 Teori-Teori

A. Teori Akuntansi Positif

Teori akuntansi positif adalah penjelasan atau penalaran untuk menunjukkan secara ilmiah kebenaran pernyataan atau fenomena akuntansi, seperti apa adanya sesuai fakta. Teori akuntansi positif berupaya menjelaskan sebuah proses yang menggunakan kemampuan, pemahaman, dan pengetahuan akuntansi, serta penggunaan kebijakan akuntansi yang paling sesuai untuk menghadapi kondisi tertentu di masa mendatang. Teori akuntansi positif pada prinsipnya beranggapan bahwa tujuan dari teori akuntansi adalah untuk menjelaskan dan memprediksi praktik-praktik akuntansi. Menurut Watts dan Zimmerman (1986), Teori Akuntansi Positif dapat menjelaskan tentang sebab kebijakan akuntansi menjadi suatu masalah bagi perusahaan dan pihak-pihak yang berkepentingan dengan laporan keuangan, serta untuk memprediksi kebijakan akuntansi yang hendak dipilih oleh perusahaan dalam kondisi tertentu.

B. Teori Akuntansi normatif

Menurut Watts dan Zimmerman (1986) menjelaskan teori normatif sebagai berikut : teori normatif berusaha menjelaskan informasi apa yang seharusnya dikomunikasikan kepada para pemakai informasi akuntansi dan bagaimana akuntansi tersebut akan disajikan. Jadi teori normatif berusaha menjelaskan apa yang seharusnya dilakukan oleh akuntan dalam proses penyajian informasi keuangan kepada para pemakai dan bukan menjelaskan tentang apakah informasi keuangan itu dan mengapa hal tersebut terjadi. Sehingga informasi keuangan tersebut bisa digunakan sebagai acuan untuk pengambilan keputusan.

Teori akuntansi normatif merupakan teori yang bisa mendasari penelitian ini karena penelitian ini merupakan penelitian dimaksudkan untuk merumuskan keputusan apa yang harus diambil oleh UMKM Fajar Batik

antara menjual batik tulis atau memproses lebih lanjut batik kualitas rendah dan batik tulis kualitas tinggi .

2.1.4 Informasi Akuntansi Diferensial

A. Pengertian Informasi Akuntansi Diferensial

Informasi diperlukan manusia untuk mengurangi ketidakpastian yang menyangkut masa yang akan datang itu semua menyangkut pemilihan dari beberapa pilihan alternatif. Prawironegoro (2009:9) mengemukakan bahwa informasi adalah “Data yang telah diolah dalam suatu proses yang memberikan manfaat bagi pemakainya”. Sedangkan Sunarto (2004:10) mendefinisikan informasi sebagai “Suatu fakta, data, pengamatan, serta persepsi atau suatu yang lainnya yang menambah pengetahuan”. Akuntansi merupakan alat yang menyajikan informasi keuangan yang dibutuhkan dalam pengambilan keputusan oleh pihak manajemen.

Menurut Mulyadi (2001:11), informasi akuntansi sebagai bahasa bisnis dapat dikelompokkan menjadi tiga golongan, yaitu:

1. Informasi Operasi merupakan bahan baku untuk mengolah tipe informasi akuntansi yang lain, informasi akuntansi keuangan dan informasi akuntansi manajemen.
2. Informasi Akuntansi Keuangan, merupakan informasi yang dihasilkan oleh sistem pengolahan keuangan yang disebut akuntansi keuangan.
3. Informasi Akuntansi Manajemen merupakan informasi yang dihasilkan oleh sistem pengolahan informasi keuangan yang disebut akuntansi manajemen.

Manajemen memerlukan informasi yang relevan yang dapat diandalkan sehingga dapat mengurangi ketidakpastian yang akan dihadapi dan memungkinkan manajemen menentukan pilihan yang tepat mengenai pemilihan alternatif tindakan yang terbaik diantara pilihan alternatif yang tersedia. Mulyadi (2001:17) mengemukakan bahwa : Salah satu informasi yang pentingnya biasanya diperlukan sebagai dasar perencanaan dan

pengambilan keputusan adalah informasi akuntansi diferensial yang terbagi menjadi 3 jenis, yaitu biaya diferensial, pendapatan diferensial dan aktiva diferensial. Menurut Halim dan Supomo (2005: 8), “Informasi akuntansi diferensial menyajikan informasi mengenai taksiran pendapatan, biaya dan atau aktiva yang berbeda jika suatu tindakan tertentu dipilih, dibandingkan dengan alternatif tindakan yang lain”. Menurut Sunarto (2004:57), “Informasi akuntansi diferensial merupakan informasi yang dihubungkan dengan pemilihan alternatif”.

Menurut Munawir (2002:305), yaitu: Informasi akuntansi diferensial adalah informasi biaya yang akan terjadi dimasa depan (*future cost*) yang diperkirakan akan berbeda untuk setiap alternatif dan bermanfaat bagi manajemen untuk pengambilan keputusan memilih salah satu alternatif tindakan yang terbaik. Berdasarkan definisi yang dikemukakan para ahli diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa informasi akuntansi diferensial bermanfaat bagi manajemen dalam pemilihan alternatif yang terbaik bagi perusahaan, karena informasi akuntansi diferensial memuat informasi tentang taksiran perbedaan aktiva, pendapatan dan biaya sebagai akibat dipilihnya suatu alternatif tindakan dibandingkan dengan alternatif tindakan yang lain.

B. Jenis Informasi Akuntansi Diferensial

Informasi akuntansi diferensial terbagi menjadi 3 jenis, yaitu biaya diferensial, pendapatan diferensial, dan aktiva diferensial. Sebagaimana Mulyadi (2001:17) menjelaskan bahwa Informasi akuntansi diferensial yang hanya bersangkutan dengan biaya disebut biaya diferensial (*differential costs*), dan hanya yang bersangkutan dengan pendapatan disebut dengan pendapatan diferensial (*differential revenues*), sedangkan yang bersangkutan dengan aktiva disebut aktiva diferensial (*differential assets*).

- Biaya Diferensial

Garrison Noreen yang diterjemahkan oleh Totok Budisantoso (2005:594) menyatakan bahwa pengertian biaya diferensial adalah “Biaya

yang berbeda diantara berbagai alternatif yang ada dalam proses pembuatan keputusan”. Menurut Prawironegoro (2008:205), biaya diferensial adalah “Biaya yang berbeda secara keseluruhan diantara alternatif-alternatif yang tersedia”.

Hansen dan Mowen (2000:339) menyatakan bahwa: Biaya relevan merupakan biaya masa depan yang berbeda pada masing-masing alternatif. Semua keputusan berhubungan dengan masa depan, karena itu hanya biaya masa depan yang dapat menjadi biaya relevan dengan keputusan. Berdasarkan beberapa definisi mengenai biaya diferensial diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa biaya diferensial merupakan biaya yang akan timbul dari berbagai macam alternatif yang tersedia dalam proses pengambilan keputusan. Biaya diferensial bermanfaat sebagai salah satu dasar pertimbangan dalam pengambilan keputusan. Dari alternatif yang ada akan dipilih alternatif yang paling menguntungkan bagi perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari selisih biaya yang terdapat dari alternatif-alternatif tersebut. Alternatif yang mempunyai biaya diferensial paling rendah yang sebaiknya diterima.

- **Pendapatan Diferensial**

Dalam setiap keputusan yang akan diambil oleh manajemen memiliki beberapa alternatif yang memiliki biaya dan manfaat yang harus dibandingkan dengan biaya dan manfaat yang akan diperoleh dari alternatif lain yang tersedia. Perbedaan pendapatan diantara dua alternatif disebut pendapatan diferensial. Menurut Kamaruddin (2007:123) pendapatan diferensial adalah “Jumlah pendapatan yang berbeda apabila dihitung dengan satu set kondisi tertentu dibanding dengan kondisi set yang lain”.

Pendapat ini tidak berbeda jauh dengan pendapat yang dikemukakan oleh Halim dan Supomo (2005:76) yang menyatakan bahwa “Pendapatan diferensial merupakan pendapatan yang berbeda dalam suatu kondisi, dibandingkan dengan kondisi-kondisi yang lain.” Selain pendapatan, dalam

pembuatan sebuah produk juga diharapkan mendapatkan laba yang sebesar-besarnya. Dalam informasi akuntansi diferensial, laba yang diperoleh tersebut disebut laba diferensial. Menurut Supriyono (2001:261), laba diferensial adalah “Laba yang akan datang yang berbeda diantara berbagai macam alternatif yang mungkin dipilih”. Besarnya laba diferensial menurut Mulyadi (2001:149) dinyatakan dengan rumus: $\text{Laba Diferensial} = \text{Pendapatan Diferensial} - \text{Biaya Diferensial}$

- Aktiva Diferensial

Aktiva diferensial menurut Mulyadi (2001:16) merupakan “Tambahan investasi dalam mesin dan *equipment*, sehingga ditekankan bahwa dalam istilah aktiva diferensial yang dimaksud aktiva diferensial adalah aktiva berupa investasi dalam aktiva tetap”. Dalam pengambilan setiap keputusan oleh manajemen, penentuan terhadap tambahan investasi pada peralatan yang akan digunakan dalam menghasilkan suatu produk harus diperhatikan. Dengan perhitungan yang tepat terhadap investasi ini diharapkan tidak terjadi penanaman atau penggunaan yang terlalu besar terhadap investasi peralatan, karena hal ini dapat menyebabkan kerugian bagi perusahaan.

C. Manfaat Informasi Akuntansi Diferensial

Dalam pengambilan keputusan, manajemen membutuhkan informasi yang relevan dengan keputusan-keputusan yang akan diambil. Informasi akuntansi diferensial menyajikan alternatif tindakan yang akan dilakukan dengan membandingkan biaya dan pendapatan yang relevan untuk beberapa keputusan yang akan diambil. Manfaat informasi akuntansi diferensial menurut Mulyadi (2001:126) adalah:

1. Membeli atau membuat sendiri (*make or buy decision*)

Dalam lingkungan manufaktur maju, *Jit Manufacturing System* melakukan berbagai perubahan dengan perancangan kembali dan penyerahan proses manufaktur. Sebagai akibatnya, banyak biaya yang

semula biaya bergabung (*common cost*) dalam lingkungan manufaktur maju diubah menjadi biaya langsung yang dapat diruntut dengan mudah ke produk. Dengan demikian akan dapat mudah diidentifikasi biaya langsung yang relevan untuk dipertimbangkan dalam keputusan membeli atau membuat sendiri suatu produk. Disamping itu, dengan semakin tingginya persentase *non-volume-related cost* dari total biaya produk keputusan membeli atau membuat sendiri harus mempertimbangkan jenis biaya tersebut dalam menghitung biaya terhindarkan (*avoidable cost*).

2. Menjual atau memproses lebih lanjut suatu produk (*sell or process further*)

Adakalanya manajemen puncak dihadapkan pada pilihan menjual produk tertentu pada kondisinya sekarang untuk memprosesnya lebih lanjut menjadi produk lain yang lebih tinggi harga jualnya. Dalam pengambilan keputusan macam ini informasi akuntansi diferensial yang diperlukan oleh manajemen adalah pendapatan diferensial dengan biaya diferensial jika alternatif memproses lebih lanjut dipilih. Berbagai alternatif yang kemungkinan dihadapi oleh manajemen dalam pengambilan keputusan menjual atau memproses lebih lanjut suatu produk.

3. Menghentikan atau melanjutkan produksi produk tertentu atau kegiatan usaha suatu bagian perusahaan (*stop or continue product line*)

Dalam perusahaan yang menghasilkan lebih dari satu macam keluarga produk (*product line*) atau yang memiliki departemen penghasil laba, adakalanya manajemen puncak menghadapi salah satu keluarga produknya atas salah satu departemennya mengalami kerugian usaha yang diperkirakan akan berlangsung terus. Dalam menghadapi kondisi ini, manajemen perlu mempertimbangkan keputusan menghentikan atau tetap melanjutkan produksi produk atau kegiatan usaha departemen yang mengalami kerugian tersebut. Dua kemungkinan yang dihadapi oleh manajemen dalam pengambilan keputusan menghentikan atau melanjutkan produksi atau kegiatan.

4. Menerima atau menolak pesanan khusus (*special order decision*).

Pada umumnya perusahaan membangun pabriknya dengan kapasitas yang mampu memenuhi permintaan pasar tertinggi beberapa tahun yang akan datang. Jika perusahaan membangun sebuah pabriknya dengan kapasitas yang hanya mampu memenuhi permintaan pasar sekarang, hal ini akan berakibat dilakukannya ekspansi pabrik secara terus menerus. Dengan demikian, umumnya perusahaan memiliki kapasitas menganggur yang seringkali mendorong manajemen puncak untuk mempertimbangkan penetapan harga jual dibawah harga jual normal. Tertentu saja penetapan harga jual yang demikian hanya diterapkan pada pesanan khusus yang tidak berdampak terhadap penjualan yang reguler.

2.1.5 Pengambilan Keputusan

A. Pengertian Pengambilan Keputusan

Wahjono (2008:51) pembuatan keputusan adalah mengidentifikasi dan memilih serangkaian tindakan untuk menghadapi suatu masalah atau mengambil keuntungan dari suatu kesempatan. Pembuatan keputusan merupakan awal dari perencanaan dan sekaligus awal dari serangkaian panjang aktivitas manajemen. Pembuatan keputusan menghubungkan masa kini dengan tindakan yang akan diambil perusahaan dimasa depan, disamping juga memperhatikan keadaan masa lalu.

Sutabiri (2005:133) pengambilan keputusan dapat diidentifikasi sebagai penentu serangkaian kegiatan untuk mencapai hasil yang diinginkan. pembuatan keputusan ini tidak hanya dilakukan oleh para manajer puncak, tetapi juga para manajer menengah dan lini pertama.

Pembuatan keputusan merupakan fungsi utama dari manajer. Kegiatan pembuatan keputusan meliputi pengidentifikasian masalah, pencarian alternatif penyelesaian masalah, evaluasi dari alternatif yang dipilih dan pemilihan

keputusan yang terbaik bagi perusahaan Azar (1995:1). Dalam literatur lain, Suryadi (2002:13) menyatakan bahwa pengambilan keputusan didalam suatu organisasi merupakan hasil suatu proses komunikasi dan partisipasi yang terus menerus dari keseluruhan organisasi. Hasil keputusan tersebut merupakan pernyataan yang disetujui antara alternatif atau antara prosedur untuk mencapai tujuan tertentu.

B. Proses pengambilan keputusan

Mulyadi (2001:108) pengambilan keputusan dilaksanakan melalui empat tahap yaitu :

1. Pengakuan dan perumusan masalah atau peluang
2. Pencarian tindakan alternatif dan pengkuantifikasian konsekuensinya masing-masing.
3. Pemilihan alternatif optimum atau alternatif optimum atau alternatif yang memuaskan.
4. Pemilihan alternatif optimum atau alternatif yang memuaskan.
5. Implementasi dan penindaklanjutan.

C. Peran Informasi Akuntansi Manajemen Dalam Pengambilan Keputusan

Informasi akuntansi manajemen Mulyadi (2001:108) yaitu:

1. Merangsang manajemen didalam menyadari dan mendefinisikan masalah.
2. Memisahkan alternatif tindakan yang satu dengan alternatif tindakan yang lain.
3. Menjelaskan konsekuensi berbagai alternatif tindakan yang akan dipilih.
4. Membantu menganalisis dan menialai berbagai alternatif tindakan yang akan dipilih.

D. Informasi Akuntansi Sebagai Perangsang (Stimuli) Dalam Pengakuan Adanya Masalah

Informasi akuntansi dapat berfungsi sebagai perangsang untuk menyadari adanya masalah dengan cara penyajian penyimpangan kinerja sesungguhnya dengan sasaran yang diterapkan dalam anggaran atau dengan memberitahukan kepada manajer bahwa mereka gagal dalam pencapaian keluaran atau sasaran laba yang ditetapkan lebih dahulu.

Apakah rangsangan dari informasi akuntansi tersebut kenyataannya memicu ke arah penyelesaian masalah tergantung atas beberapa faktor:

1. Apakah lingkungan intern maupun ekstern memungkinkan dengan cepat manajemen bereaksi.
2. Kemampuan manajer di dalam mengorganisasi dan menggunakan informasi akuntansi serta preferensi pribadi mereka terhadap informasi kuantitatif atau kualitatif.
3. Ukuran perusahaan dan tingkat desentralisasi di dalamnya.
4. Tersedianya data industri sebagai pembanding.

E. Dampak Informasi Akuntansi dalam Pemilihan Keputusan

Seberapa jauh informasi akuntansi dirasakan mampu mengurangi sebagian ketidakpastian yang melingkupi proses pengambilan keputusan:

1. Permintaan dan persaingan atas produk atau jasa
2. Tingkat ketelitian informasi akuntansi yang direkayasa oleh manajemen
3. Lingkup keputusan yang diambil (Jangka pendek atau jangka panjang)
4. Preferensi pengambilan keputusan (*external information* atau *internal information*)
5. Kemampuan akuntansi dalam mengukur biaya peluang.

2.2 Penelitian Empiris

Beberapa penelitian empiris mengenai analisis diferensial yang sudah dilakukan adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1

Hasil Penelitian Terdahulu

NO	JUDUL PENELITIAN	FOKUS PENELITIAN	METODE ANALISIS DATA	HASIL PENELITIAN
1.	Analisis biaya diferensial untuk mengambil keputusan menjual atau memproses lebih lanjut produk pada industri kacang sangrai tarsius (Ellis :2015)	focus penelitiann ini untuk mengetahui apakah keputusan yang akan diambil oleh pemilik industri kacang sangrai tarsius sudah tepat ,yaitu dengan mengacu pada analisis diferensial.	metode penelitian yang digunakan untuk membahas permasalahan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif diskriptif.	Hasil dari pelatihan ini adalah pemilik usaha dalam mengembangkan usahanya dengan memilih alternatif memproses lebih lanjut produk bisa diterapkan ,karena jika diproses lebih lanjut produknya maka pendapatan yang akan diterima lebih menguntungkan.

Tabel 2.2

Hasil Penelitian Terdahulu

NO	JUDUL PENELITIAN	FOKUS PENELITIAN	METODE ANALISIS DATA	HASIL PENELITIAN
2.	Analisis biaya diferensial sebagai dasar pengambilan keputusan menjual atau memproses lebih lanjut produk untuk meningkatkan laba pada meubel ud. Sinar jepara nganjuk (oleh: kusnul patimah :2015)	Fokus penelitian ini adalah untuk mengetahui keputusan apa yang akan diambil dari pemilik usaha Meubel Ud. Sinar Jepara Nganjuk .	Metode penelitian yang digunakan untuk membahas permasalahan dalam penelitian ini adalah Metode yang digunakan dalam penelitian adalah <i>ex post facto</i> .	Hasil penelitian ini adalah pemilik usaha memproses lebih lanjut produknya pendapatan yang diperoleh lebih banyak dari pendapatan jika langsung menjualnya. Dari hasil perhitungan penelitian, bisa kita lihat keuntungan yang diterima jika pemilik menjual langsung produknya adalah sebesar Rp.27.374.498,17. Jika pemilik memproses lebih lanjut produknya maka keuntungan yang akan diterima adalah sebesar Rp.37.922.916,67. Selisih keuntungan antara menjual langsung dan memproses lebih lanjut produk adalah sebesar Rp.10.548.418,5. Selisih ini merupakan selisih yang menguntungkan jika pemilik usaha memproses lebih lanjut produknya. Jadi keputusan untuk memproses lebih lanjut sebaiknya diterapkan karena keuntungan yang dihasilkan lebih dari menjual langsung.

Tabel 2.3

Hasil Penelitian Terdahulu

NO	JUDUL PENELITIAN	FOKUS PENELITIAN	METODE ANALISIS DATA	HASIL PENELITIAN
3.	Penerapan biaya diferensial dengan keputusan menjual keripik mentah atau mengolah menjadi keripik jadi untuk meningkatkan laba pada ukm gizi food dikota batu.” Oleh Rovian Andi Sasmito (2016)”.	Fokus penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana analisis biaya diferensial dalam kaitannya dengan keputusan menjual kripik mentah atau mengolah menjadi keripik jadi, yang bisa diterapkan untuk meningkatkan laba ukm gizi food.	Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif yaitu analisis yang dimulai dengan menelaah dan mempelajari seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber ,yang berhubungan dengan penelitian ,baik dari hasil wawancara dan dokumentasi.analisis ini dilakukan oleh penelitian pada saat awal penelitian sampai penelitian tersebut selesai.	Hasil penelitian ini adalah menjual keripik kentang langsung dalam bentuk mentah akan lebih menguntungkan dibanding mengolah lanjutan keripik kentang mentah menjadi keripik kentang matang. karena menjual keripik kentang mentah akan menghasilkan laba bersih lebih tinggi dan tanpa perlu mengeluarkan biaya tambahan ,dibandingkan menjual keripik kentang dalam bentuk matang yang memerlukan biaya tambahan yang lebih tinggi.

Hasil penelitian (Ellis :2015) tentang “Analisis Diferensial Untuk Mengambil Keputusan Antara Menjual Atau Memproses Lebih Lanjut Produk Pada Industri Kacang Sangrai Tarsius” menunjukan bahwa pemilik usaha dalam mengembangkan usahanya dengan memilih alternatif memproses lebih lanjut produk kacang tarsius bisa diterapkan, karena dengan diproses lebih lanjut pendapatan yang akan diperoleh lebih tinggi dibandingkan dengan menjualnya secara langsung. Hal itu dibuktikan dengan perhitungan laba yang dihasilkan dengan asumsi produksi kacang sangrai sebanyak 562 pack maka pendapatan yang dihasilkan sebesar Rp 4.304.000. Sedangkan jika memproses lebih lanjut kacang tarsius yang semula kacang sangrai sebanyak 562 pack dan diproses lebih lanjut menjadi kacang gula sebanyak 762 pack dan menghasilkan laba sebesar Rp 11.487.000. Sehingga pemilik dapat mengambil alternatif untuk memproses lebih lanjut biarpun ada biaya tambahan yang harus dikeluarkan. Persamaan dari penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang pengambilan keputusan diferensial dengan mempertimbangkan alternatif menjual atau mengolah lebih lanjut produk yang dihasilkan. Adapun perbedaan dari penelitian tersebut dengan penelitian ini terletak pada objek yang diteliti dan produk yang dihasilkan oleh pemilik usaha.

Hasil penelitian (Kusnul Patimah :2015) “Analisis Biaya Diferensial Sebagai Dasar Pengambilan Keputusan Menjual Atau Memproses Lebih Lanjut Produk Untuk Meningkatkan Laba Pada Meubel Ud. Sinar Jepara Nganjuk” menunjukan bahwa keputusan yang bisa diambil atau disarankan kepada pemilik usaha meubel UD. SINAR JEPARA adalah keputusan untuk memproses lebih lanjut karena dengan memproses lebih lanjut lebih menguntungkan daripada menjual langsung. Pernyataan itu dibuktikan dengan perhitungan oleh peneliti yang hasilnya jika menjual langsung sebesar Rp.27.374.498,17. Sedangkan Jika pemilik memproses lebih lanjut produknya maka keuntungan yang akan diterima adalah sebesar Rp.37.922.916,67. Selisih

keuntungan antara menjual langsung dan memproses lebih lanjut produk adalah sebesar Rp.10.548.418,5.

Selisih ini merupakan selisih yang menguntungkan jika pemilik usaha memproses lebih lanjut produknya. Jadi keputusan untuk memproses lebih lanjut sebaiknya diterapkan karena keuntungan yang dihasilkan lebih dari menjual langsung. Persamaan dari penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang pengambilan keputusan diferensial dengan mempertimbangkan alternatif menjual atau mengolah lebih lanjut produk yang dihasilkan. Adapun perbedaan dari penelitian tersebut dengan penelitian ini terletak pada objek yang diteliti dan produk yang dihasilkan oleh pemilik usaha.

Hasil penelitian (Rovian Andi Sasmito :201) “Penerapan Biaya Diferensial Dengan Keputusan Menjual Keripik Mentah Atau Mengolah Menjadi Keripik Jadi Untuk Meningkatkan Laba Pada Ukm Gizi Food Di Kota Batu” menunjukkan bahwa langsung menjual produk lebih menguntungkan daripada memproses lebih lanjut karena keuntungan yang didapatkan lebih besar. Pernyataan itu dibuktikan dengan perhitungan sebagai berikut:

1. Jika UKM Gizi Food memilih menjual keripik kentang dalam bentuk mentah maka laba bersih dalam satu tahun produksi sebanyak 10.080 kg keripik kentang mentah maka akan diperoleh laba bersih sebesar Rp.501.176.000.
2. Jika UKM Gizi Food memilih untuk melanjutkan keripik kentang mentah menjadi keripik kentang matang, maka dalam satu tahun produksi sebanyak 12.096 Kg keripik kentang matang akan memperoleh laba bersih sebesar Rp.633.999.800 namun biaya tambahan yang harus dikeluarkan adalah sebesar Rp.206.665.200.

Dari perhitungan kedua analisis di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa pendapatan yang akan diterima jika UKM Gizi Food melakukan pengolahan lanjutan keripik kentang mentah menjadi keripik kentang matang terdapat selisih

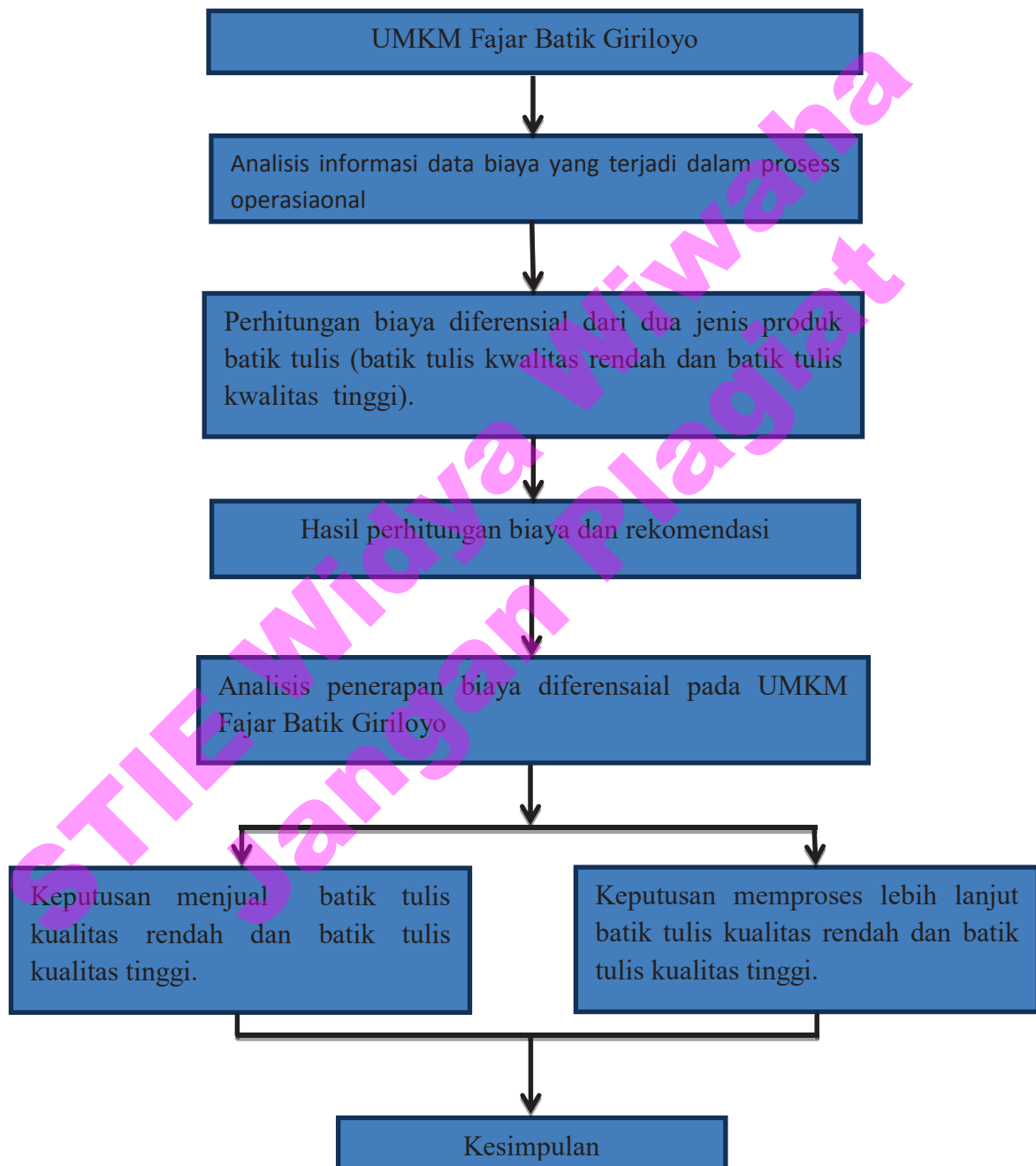
lebih besar yaitu sebanyak Rp.132.823.800 namun UKM Gizi Food harus mengeluarkan biaya tambahan sebanyak Rp.206.665.200 itu artinya jika pengolahan lanjutan dipilih maka UKM Gizi Food akan kehilangan peluang pendapatan yang lebih tinggi yang dihasilkan dari pengolahan keripik kentang mentah karena harus mengeluarkan biaya tambahan sebesar Rp 206.665.200 untuk mengolah keripik kentang mentah menjadi keripik kentang matang.

Salah satu faktor yang mempengaruhi yaitu harga jual keripik kentang matang terlalu rendah, yaitu RP 135.000 untuk keripik kentang mentah per Kg dan Rp 140.000 untuk keripik kentang matang. Harga yang ditetapkan pada keripik kentang matang terlalu rendah karena hanya mendapat perbedaan Rp 5.000 dengan keripik kentang mentah. Hal ini tentu tidak sebanding dengan biaya yang harus dikeluarkan oleh UKM Gizi Food dalam menghasilkan keripik kentang matang.

Kesimpulan dari penelitian di atas adalah menjual keripik kentang langsung dalam bentuk mentah akan lebih menguntungkan dibandingkan mengolah lanjutan keripik mentah menjadi keripik kentang matang karena menjual keripik kentang mentah akan menghasilkan laba bersih lebih tinggi dan tanpa perlu mengeluarkan biaya tambahan. Menjual keripik kentang dalam bentuk matang yang memerlukan biaya tambahan yang lebih tinggi. Persamaan dari penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang pengambilan keputusan diferensial dengan mempertimbangkan alternatif menjual atau mengolah lebih lanjut produk yang dihasilkan. Adapun perbedaan dari penelitian tersebut dengan penelitian ini terletak pada objek yang diteliti dan produk yang dihasilkan oleh pemilik usaha.

2.3 Kerangka Pikir

Kerangka pikir berfungsi memperjelas gambaran dari penelitian informasi akuntansi diferensial, berikut adalah kerangka pikir penelitian :



Berikut deskripsi dari bagan kerangka berpikir diatas:

1. Langkah pertama yang dilakukan oleh peneliti adalah mencari informasi mengenai profil perusahaan yang menjadi objek penelitian.
2. Langkah kedua adalah, peneliti menganalisis seluruh biaya operasional yang berhubungan dengan pengambilan keputusan jangka pendek.
3. Langkah ketiga adalah, peneliti melakukan perhitungan biaya dengan metode analisis biaya diferensial untuk menentukan pengambilan keputusan jangka pendek yaitu keputusan menjual batik tulis kualitas rendah dan batik tulis kualitas tinggi atau memproses menjadi produk yang lebih bagus.
4. Langkah keempat adalah, menganalisis keputusan apa yang diambil oleh pemilik UMKM Fajar Batik selama ini mengenai menjual secara langsung batik tulis kualitas rendah dan batik tulis kualitas tinggi atau memproses lebih lanjut.
5. Langkah kelima adalah, dengan membandingkan hasil perhitungan analisis biaya diferensial dengan keputusan yang diambil pemilik UMKM Fajar Batik selama ini, maka perhitungan analisis biaya diferensial bisa dijadikan penelitian membuat rekomendasi. Adapun rekomendasi yang dapat diberikan adalah pemilihan alternatif yang terbaik dan menguntungkan untuk UMKM Fajar Batik. Rekomendasi yang akan diberikan adalah rekomendasi yang didasarkan menurut perhitungan analisis diferensial.
6. Langkah terakhir dalam penelitian ini adalah menarik kesimpulan dari seluruh rangkaian penelitian yang dilakukan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pengertian metode penelitian

Nur Indrianto dan Bambang Supomo (1999:3) metode penelitian adalah penelitian merupakan usaha penyelidikan yang sistematis dan terorganisasi. Kata sistematis dan terorganisasi menunjukkan bahwa untuk mencapai tujuannya, penelitian menggunakan cara-cara atau prosedur-prosedur tertentu yang diatur dengan baik (metode-metode). Metode penelitian berisi pengetahuan yang mengkaji ketentuan mengenai metode-metode yang digunakan dalam penelitian.

3.2 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Nur Indrianto dan Bambang Supomo (1999:88) Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan penelitian terhadap fenomena atau populasi tertentu yang diperoleh peneliti dari subyek berupa: individu, organisasional, industri atau perspektif yang lain. Tujuan studi ini untuk menjelaskan aspek-aspek yang relevan dengan fenomena yang diamati. Studi ini membantu peneliti untuk : menjelaskan karakteristik subyek yang diteliti, mengkaji berbagai aspek dalam berbagai fenomena tertentu dan menawarkan ide masalah untuk pengujian dan atau penelitian selanjutnya. Jika dalam studi eksplorasi dimaksudkan untuk memahami karakteristik fenomena atau masalah yang diteliti, maka studi ini dimaksudkan untuk menjelaskan karakteristik fenomena atau masalah yang ada.

Studi deskriptif menjelaskan karakteristik suatu fenomena yang dapat digunakan sebagai dasar pembuatan keputusan untuk memecahkan masalah-masalah bisnis. Studi ini meskipun pada dasarnya tidak dimaksudkan untuk memecahkan masalah-masalah bisnis, disebut juga dengan analisis diagnosis yang datanya dapat berupa data kualitatif dan data kuantitatif. Pengumpulan

data melalui studi ini, meskipun demikian kadang-kadang dimaksudkan juga untuk menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan penelitian.

Sedangkan pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, karena didalam Penelitian kuantitatif menggunakan instrumen (alat pengumpul data) yang menghasilkan data numerikal (angka). Analisis data dilakukan menggunakan teknik statistik untuk mereduksi dan mengelompokan data, menentukan hubungan serta mengidentifikasi perbedaan antar kelompok data. Kontrol instrumen dan analisis statistik digunakan untuk menghasilkan temuan-temuan penelitian secara akurat. Dengan demikian kesimpulan hasil uji hipotesis yang diperoleh melalui penelitian kuantitatif dapat diberlakukan secara umum. Sehingga dapat disimpulkan bahwa jenis dan pendekatan penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Karena metode ini akan menjelaskan data yang saat ini, serta akan menghasilkan keterangan berupa deskriptif yang sistematis dan akurat mengenai keadaan yang sebenarnya mengenai pemilihan alternatif yang terbaik yang berhubungan dengan biaya diferensial pada UMKM Fajar Batik .

3.3 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di UMKM Fajar Batik di Giriloyo, Wukisari, Imogiri, Bantul, D.I Yogyakarta. Objek dalam penelitian ini yang dipilih adalah usaha mikro kecil dan menengah yang bergerak pada kerajinan batik tulis khas D.I Yogyakarta. Peneliti memilih UMKM Fajar Batik karena industri tersebut merupakan industri yang cukup potensial, UMKM Fajar Batik merupakan salah satu industri yang melestarikan warisan budaya indonesia yang sudah diakui dunia.

UMKM Fajar Batik merupakan unit usaha yang potensial untuk memperoleh laba yang tinggi karena, UMKM Fajar Batik mempunyai ciri khas tersendiri dari unit usaha yang lainnya. Sehingga mempunyai banyak sekali konsumen batik tulis yang berasal dari dalam negeri maupun luar negeri.

Dengan peminat batik tulis yang banyak maka produk batik tulis sangat dikenali dan diminati oleh masyarakat luas .

Di Giriloyo saat ini sudah mempunyai centra batik tulis (GAZEBO BATIK) dimana didalamnya terdapat produk-produk batik tulis yang berasal dari seluruh UMKM yang ada di Giriloyo. Gazebo Batik merupakan salah satu usaha untuk memasarkan batik tulis dari UMKM di Giriloyo. Selain dijual dicentra batik tulis Gazebo Batik produk batik tulis dipasarkan dirumah masing-masing dengan cara online. Cara online merupakan cara yang terbilang sangat ampuh untuk menarik konsumen. Selain dipasarkan di dalam negeri batik tulis sudah di pasarkan diluar negeri, biasanya konsumen dari luar negeri datang untuk liburan di Giriloyo dan berbelanja batik tulis sebagai oleh-oleh. Akan tetapi ada juga konsumen dari luar negeri juga membeli batik tulis untuk dijual kembali dinegaranya. UMKM Fajar Batik Tulis merupakan salah satu UMKM yang produktif dengan tingkat produksi batik tulis dan distribusi yang tinggi yang ikut menyuplai produknya ke Gazebo Batik. Selain menyuplai produknya di Gazebo Batik UMKM Fajar Batik juga menjualnya di konsumen-konsumen yang datang di tempat produksi.

Dalam proses produksi UMKM Fajar Batik Tulis Giriloyo melibatkan banyak sekali Tenaga kerja. Tenaga kerja tersebut dibagi dalam beberapa tahap pekerjaan yaitu: Tahap pembatikan (memola, nyeceki, nembok, nutup), Tahap pewarnaan (warna alami atau warna sintetis). UMKM Fajar Batik Giriloyo dalam memproduksi batik tulis memeberdayakan masyarakat sekitar sebagai tenaga kerja, supaya target produksinya tercapai sehingga dapat memenuhi permintaan konsumen yang semakin besar. Dengan adanya berbagai permintaan batik tulis yang bermacam-macam maka UMKM Fajar Batik Giriloyo sangat sesuai dengan judul penelitian yang membahas pemilihan alternatif menjual produk setengah jadi atau memproses lebih lanjut menjadi produk jadi.

3.4 Subyek dan Obyek Penelitian

Dalam sebuah penelitian subyek dan objek penelitian merupakan faktor yang terpenting dalam keberhasilan jalannya penelitian. Subyek dalam penelitian ini adalah pemilik UMKM Fajar Batik Giriloyo di Kab. Bantul. Adapun objek penelitian adalah mengenai pemilihan biaya dengan pilihan alternatif menjual produk batik tulis kualitas rendah dan batik tulis kualitas tinggi yang baru setengah setengah jadi atau memproses lebih lanjut menjadi produk jadi.

Analisis biaya diferensial yang akan diteliti yaitu data biaya dan pendapatan dalam kurun waktu satu tahun terakhir yaitu mulai dari 1 januari sampai dengan data 31 desember 2018. Alasan pengambilan periode waktu yang relatif pendek yaitu karena penelitian ini merupakan penelitian yang membahas tentang pengambilan keputusan jangka pendek.

3.5 Data dan Jenis Data

Husein Umar (1997:69) secara umum, data diartikan sebagai suatu fakta yang digambarkan lewat angka, simbol, kode, dan lain-lain. Sebagaimana dijelaskan di muka, yaitu penelitian harus menggunakan data, maka data perlu dikelompokkan terlebih dahulu sebelum terpakai dalam proses analisis. Pada bagian ini disajikan pengelompokan data disesuaikan dengan karakteristiknya.

Nur Indrianto dan Bambang Supomo (1999:161) Data penelitian dapat dikelompokkan menjadi tiga jenis yaitu:

- a. Data subyek yang berupa opini, sikap, pengalaman atau karakteristik subyek penelitian.
- b. Data fisik merupakan benda berwujud yang menunjukkan keberadaan atau kejadian masa lalu. Data fisik dalam penelitian bisnis dikumpulkan melalui metode observasi.
- c. Data dokumenter adalah jenis data penelitian yang antara lain berupa : faktur, jurnal, surat-surat, notulen hasil rapat, memo atau dalam bentuk laporan program. Data dokumenter memuat apa dan kapan sesuatu

kejadian atau transaksi, serta siapa yang terlibat dalam suatu kejadian. Data dokumenter dalam penelitian dapat menjadi bahan atau dasar analisis data yang kompleks yang dikumpulkan melalui metode observasi dan analisis dokumen yang dikenal dengan *content analysis*. Data dokumenter yang dihasilkan melalui content analysis antara lain berupa: kategori isi, telaah dokumen, pemberian kode berdasarkan karakteristik kejadian atau transaksi.

Nur Indriantoro & Bambang Supomo (1999:146-147) Sumber data penelitian merupakan faktor penting yang menjadi pertimbangan dalam penentuan metode pengumpulan data, disamping jenis data yang telah dibahas di muka. Sumber data penelitian terdiri atas sumber data primer dan sumber data sekunder.

1. Data Primer

Nur Indriantoro & Bambang Supomo (1999:146-147) Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara atau media). Data primer secara khusus dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian. Data primer dapat berupa opini subyek (orang) secara individu atau kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda (fisik), kejadian atau kegiatan, dan hasil pengujian. Peneliti dengan data primer dapat mengumpulkan data sesuai dengan yang diinginkan, karena data yang tidak relevan dengan tujuan penelitian dapat dieliminir atau setidaknya dikurangi. Ada dua metode yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data primer, yaitu : (a.) metode survei dan (b.) metode observasi yang secara rinci akan dibahas pada bagian lain.

Husein (2003:84) Data primer merupakan data yang didapat dari sumber data pertama, misalnya dari individu atau perseorangan. Data ini bisa berwujud hasil wawancara, observasi, dokumentasi.

2. Data Sekunder

Nur Indriantoro & Bambang Supomo (1999:146-147) Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter) yang dipublikasi dan yang tidak dipublikasikan.

Husein (2003:84) data sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut menjadi bentuk seperti tabel, grafik, diagram, gambar, dan sebagainya sehingga lebih informative oleh pihak lain. Data sekunder diolah lebih lanjut oleh peneliti, misalnya laporan keuangan seperti neraca dan laba-rugi dapat diolah untuk menilai kinerja persahabatan. Namun dalam penelitian ini peneliti melakukan penelitian pada UMKM yang belum melakukan pembukuan yang tersrtuktur seperti dalam laporan keuangan. Jadi data sekunder yang didapat peneliti adalah berupa catatan biaya maupun pendapatan yang dibukukan oleh pihak UMKM Fajar Batik Giriloyo.

3.6 Teknik Pengmpulan Data

Tika (2006: 58) pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperoleh. Selalu ada hubungan atau metode atau teknik pengumpulan data dengan masalah, tujuan, dan hipotesis penelitian. Teknik pegumpulan data merupakan langkaah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data peneliti tidak akan mendapatkan data yang sesuai dengan yang diinginkan. Dengan mengetahui teknik pengumpulan data maka peneliti akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan .

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah :

1. Metode Survei

Metode Survei merupakan metode pengumpulan data primer yang menggunakan pertanyaan lisan dan tertulis. Metode ini memerlukan adanya kontak atau hubungan antara metode peneliti dengan subyek (responden) peneliti untuk memperoleh data yang diperlukan. Metode survei merupakan metode pengumpulan data primer berdasarkan komunikasi antara peneliti dengan responden. Data penelitian berupa data subyek yang menyatakan opini, sikap, pengalaman atau karakteristik subyek penelitian secara individual atau secara kelompok.

Data yang diperoleh sebagian besar merupakan data deskriptif, meskipun demikian pengumpulan data dengan metode survei dapat dirancang untuk menjelaskan sebab-akibat atau mengungkapkan ide-ide. Peneliti umumnya menggunakan metode survei untuk mengumpulkan data yang sama dari banyak subyek. Teknik pengumpulan data dalam metode survei ada 2, yaitu : 1.) wawancara , dan 2.) kuisioner. Adapun metode teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik wawancara hal ini berkaitan dengan wawancara mengenai kegiatan suatu perusahaan.

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat atau menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri oleh orang lain tentang subjek. Dalam penelitian ini peneliti akan melakukan dokumentasi terhadap kegiatan produksi batik tulis dan kegiatan yang menimbulkan adanya biaya maupun pendapatan dengan cara mengamati dan mencatat segala fenomena yang terjadi dalam kegiatan operasional.

3. Observasi

Observasi adalah proses pencatatan pola perilaku subyek (orang) obyek (benda) atau kejadian yang sistematis tanpa adanya pertanyaan atau

komunikasi dengan individu-individu yang teliti. Kelebihan metode observasi dibandingkan dengan metode survei bahwa data yang dikumpulkan umumnya tidak terdistorsi, lebih akurat dan bebas dari respon bias.

3.7 Analisis Data

Proses analisis data dalam penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif yang menggunakan sumber data primer dimana data primer tersebut diperoleh dari hasil wawancara dan teknik dokumentasi. Penelitian ini dilakukan beberapa tahapan sebagai berikut ini:

1. Memahami segala aspek yang berkaitan dengan UMKM Fajar Batik Giriloyo, meliputi kondisi UMKM secara umum baik dari profil usaha, struktur organisasi, kebijakan UMKM, serta segala hal yang berkaitan dengan pengambilan keputusan jangka pendek dalam keputusan menjual batik tulis kualitas rendah dan batik tulis kualitas tinggi baru setengah jadi atau menjual batik yang sudah diproses menjadi batik tulis jadi.
2. Mengumpulkan data yang berhubungan dengan penelitian yakni data produksi meliputi total produk batik tulis yang diproduksi dan biaya yang dikeluarkan sampai produk terjual pada UMKM Fajar Batik Giriloyo.
3. Menghitung akuntansi diferensial yang terjadi dalam pengambilan keputusan menjual atau memproses lebih lanjut produk gagal.
4. Menganalisis penggunaan analisis biaya dalam pengambilan keputusan menjual batik tulis kualitas rendah dan batik tulis kualitas tinggi baru setengah jadi atau menjual batik yang sudah diproses lanjutan menjadi batik tulis jadi.
5. Membuat rekomendasi yang mungkin bisa dilakukan UMKM Fajar Batik Giriloyo yakni menjual langsung produk gagal yang dihasilkan atau memproduksi lebih lanjut menjadi barang jadi.
6. Menganalisis setiap rekomendasi alternatif dengan membandingkan antara pendapatan yang diperoleh dan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan.

untuk mendapatkan produk jadi. Mengambil keputusan dengan memilih satu alternatif dari beberapa alternatif yang ada.

7. Membuat kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan memberikan saran dengan tujuan dapat membantu agar usaha UMKM Fajar Batik Giriloyo dapat mengelola dan mengendalikan biaya dalam kegiatan produksinya.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Analisis deskriptif yaitu analisis yang dimulai dengan menelaah dan mempelajari seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber yang berhubungan dengan penelitian, baik dari hasil wawancara dan dokumentasi. Analisis ini dilakukan oleh peneliti pada saat penelitian dimulai sampai penelitian selesai.
2. Rudianto (2006:64) biaya diferensial adalah berbagai perbedaan biaya diantara sejumlah alternatif pilihan yang dapat digunakan perusahaan. Analisis biaya diferensial digunakan untuk menentukan kenaikan pendapatan, biaya, dan margin laba. Sehubungan dengan beberapa kemungkinan cara untuk menggunakan fasilitas tetap dan kapasitas yang tersedia. Dalam penelitian ini perhitungan analisis biaya diferensial digunakan pengambilan keputusan antara menjual batik tulis kualitas rendah dan batik tulis kualitas tinggi baru setengah jadi atau menjual batik yang sudah diproses lanjutan menjadi batik tulis jadi, dengan langkah-langkah sebagai berikut:
 - a. Melakukan identifikasi biaya-biaya yang timbul dalam proses produksi di dalam UMKM Fajar Batik Giriloyo dan mengelompokkan biaya tersebut kedalam kategori biaya tetap, biaya variabel, dan biaya semi variabel.
 - b. Menghitung total biaya yang dikeluarkan jika mengambil keputusan menjual batik tulis kualitas rendah dan batik tulis kualitas tinggi baru setengah jadi atau menjual batik yang sudah diproses menjadi batik tulis jadi.

- c. Menghitung biaya yang tidak terkait secara langsung dalam kegiatan produksi, seperti biaya pembelian paper bag, biaya pembelian plastik ,dll.
- d. Menghitung besarnya biaya yang dikeluarkan UMKM Fajar Batik dalam memproduksi lanjutan batik tulis kualitas rendah dan batik tulis kualitas tinggi setengah jadi, menjadi batik tulis jadi, diantaranya biaya pengolahan lanjutan.
- e. Menentukan keuntungan diferensial yang didapat jika masing-masing keputusan menjual atau mengolah lanjut produk dipilih.
- f. Menjual batik tulis kualitas rendah dan batik tulis kualitas tinggi setengah jadi atau memproses lebih lanjut batik tulis kualitas rendah dan batik tulis kualitas tinggi baru menjualnya, dengan kriteria:
 - Tersedianya fasilitas yang akan digunakan jika alternatif mengolah batik tulis kualitas rendah dan batik tulis kualitas tinggi setengah jadi menjadi batik tulis jadi.
 - Tersedianya tenaga kerja langsung jika memproses lebih lanjut batik tulis kualitas rendah dan batik tulis kualitas tinggi menjadi produk jadi.
 - Tersedianya target pasar yang dituju jika memilih salah satu alternatif yaitu menjual batik tulis kualitas rendah dan batik tulis kualitas tinggi dalam keadaan setengah jadi atau memproses lebih lanjut dan menjualnya jika sudah menjadi produk jadi.
 - Menghitung perbedaan laba yang diperoleh perusahaan jika memilih alternatif menjual batik tulis kualitas rendah dan batik tulis kualitas tinggi dalam keadaan setengah jadi atau memproses lebih lanjut dan menjualnya jika sudah menjadi produk jadi.