

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam era digital sekarang ini hanya perusahaan yang kompetitif yang dapat menjaga kelangsungan hidupnya, sukses atau tidaknya usaha ditentukan oleh kompetisi dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan, strategi kompetitif dilakukan dalam upaya tercapainya tujuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan dan posisi yang mendukung guna menciptakan *freedom from want* dan *freedom from fear*. Dalam menciptakan kebebasan tersebut perusahaan yang mempunyai keunggulan kompetitif haruslah cepat menemukan formula yang belum dipunyai oleh perusahaan lain, melakukan sesuatu lebih efektif dan efisien dari perusahaan lain, atau melakukan yang tidak mampu dilakukan oleh perusahaan lain (Safri, 2018).

Adiwarman Karim menjelaskan bahwa baik buruknya perilaku bisnis para pengusaha menentukan sukses atau gagalnya bisnis yang dijalankan. Hal ini tertera dalam Q.S 3:159

فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۗ وَلَوْ كُنْتَ فَظًا غَلِيظَ الْقَلْبِ

لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ۗ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ

فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Terjemah : *Maka berkat rahmat Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sungguh, Allah mencintai orang yang bertawakal.*

Pertumbuhan teknologi di dalam *global market* yaitu dampak pada perusahaan manufaktur. Perusahaan dituntut untuk menggunakan teknologi yang dapat mendukung kinerja perusahaan dalam upaya meningkatkan profitabilitas pada perusahaan (Merakati, 2017). Penggunaan teknologi tersebut mengakibatkan biaya operasional perusahaan semakin besar yang berdampak terhadap kenaikan pada harga pokok produksi.

Keunggulan bersaing terealisasi dengan berbagai cara seperti memberikan produk yang unggul, harga yang lebih rendah dari pesaing, pelayanan kepada pelanggan yang memuaskan. Keunggulan bersaing dalam perusahaan manufaktur tujuannya adalah untuk meningkatkan kinerja organisasi. Dengan meningkatkan sumber daya manusia di dalam perusahaan, maka bisa dibilang perusahaan berusaha untuk *going concern* untuk mengalahkan para pesaingnya yang satu bidang ataupun beda bidang dalam bidang produk ataupun jasa (Masruroh, 2016). Kinerja suatu organisasi tergambarkan dari sampai manakah organisasi bisa dikelola oleh

manajemen serta diatur sehingga dapat memberikan *value* terhadap pelanggan dan pemangku kepentingan.

Dengan tuntutan seperti itu, pemangku kepentingan membutuhkan informasi secara cepat dan akurat tentang biaya operasional yang akan dihasilkan dari aktivitas perusahaan industri secara menyeluruh yang nantinya dapat diketahui di akhir biaya persatuan dari produk yang diproduksi. Adanya informasi tentang biaya operasional berdasarkan aktivitas perusahaan membuat pimpinan perusahaan bisa menekan biaya produksi yang sekiranya kurang menguntungkan agar bisa menghasilkan laba yang lebih tinggi tentunya (Nuryayi, 2015). Informasi keuangan yang disajikan ke para pemangku kepentingan harus sama antara anggaran yang dibuat dengan biaya yang dikeluarkan untuk operasional perusahaan. Anggaran yang sudah dianggarkan pun harus dimaksimalkan agar perusahaan bertindak lebih kreatif dengan dana yang sudah dianggarkan diawal.

Perusahaan manufaktur skala kecil maupun sampai tingkat atas diharuskan menggunakan metode perhitungan biaya yang efisien. Metode ini berdampak terhadap semua biaya yang akan dikeluarkan serta meminimalisir *overbudget*. Dengan adanya metode biaya berdasarkan aktivitas nantinya biaya-biaya dapat ditelusuri. Terutama pada biaya *overhead* yang didalamnya terdapat biaya-biaya yang bervariasi yang biaya tersebut tidak dapat ditelusuri dalam suatu produk (Firdaus, 2017). Metode

perhitungan ini mampu juga digunakan untuk mengendalikan operasional perusahaan apabila terjadi hal yang tidak diinginkan perusahaan

Metode *activity based costing* sangat bermanfaat bagi perusahaan yang menggunakan metode tersebut. Yang kita ketahui metode tradisional hanya menghitung berdasarkan unit produksi. Metode *activity based costing* merupakan perhitungan biaya yang menekankan pada aktivitas - aktivitas yang menggunakan jenis pemicu biaya lebih banyak sehingga dapat mengukur sumber daya yang digunakan oleh produk secara lebih akurat dan dapat membantu pihak manajemen dalam meningkatkan mutu pengambilan keputusan perusahaan (Kaukab, 2019). Alokasi biaya *overhead* pada metode tradisional hanya didasarkan dari jam tenaga kerja langsung ataupun jam tenaga mesin. Dan juga dihitung dari volume unit yang diproduksi. Padahal dalam *overhead* masing-masing produk yang dihasilkan terdapat biaya overhead yang berbeda - beda, ini nantinya akan menghasilkan harga pokok produksi yang tidak akurat yang pada akhirnya harga pokok produksi barang per unitnya terjadi kesalahan yang berujung berkurangnya laba (Nur Sholihah *et al.*, 2017).

Inovasi adalah fitur penting dari perusahaan yang memiliki kinerja tinggi. Inovasi sangat diperlukan dikarenakan untuk mempertahankan keunggulan bersaing antara perusahaan lainnya baik skala kecil maupun skala global (Bilgies, 2017). Dalam inovasi yang dimaksudkan yaitu cara perusahaan dalam mempertahankan usahanya sehingga bisa memenangkan persaingan antar pelaku usaha, salah satunya caranya yaitu dengan inovasi.

Inovasi merupakan hal yang tidak dilepaskan dari kegiatan berwirausaha. Ini yang menjadikan pemangku kepentingan serta manajer perusahaan memutar otak apa yang diinginkan pasar hari yang akan datang. Tentu perusahaan tidak mau kehilangan pelanggan.

Dalam berwirausaha tentunya harus menghasilkan nilai tambah (Nursaid, 2017). Yang dimaksud dengan nilai tambah yaitu bisa memanfaatkan teknologi informasi dan pengetahuan lainnya, mengembangkan produk dan jasa yang sudah ada agar lebih efisien, dan memberikan pelayanan yang memuaskan bagi konsumen perusahaan. Dalam akhir-akhir ini terbukanya pasar internasional yang memudahkan para pelaku industri terutama dibidang manufaktur. Juga tersedianya *e-commerce* sebagai pelengkap untuk memudahkan transaksi. Jika tidak dibarengi dengan kinerja operasional perusahaan yang efisien tentu perusahaan akan merasa keteteran yang nanti berujung ke kerugian. Dengan adanya teknologi sangat memungkinkan untuk perusahaan bekerja lebih efektif dengan meninggalkan kebiasaan metode tradisional.

Teknologi informasi lebih dari sekedar komputer. Teknologi informasi mencakup aspek yang dibutuhkan untuk meningkatkan profit, kinerja karyawan, serta sasaran produk atau jasa yang dihasilkan (Widodo *et al.*, 2015). Berbagai platform yang mulai dikembangkan berbasis *IT* sudah banyak dan untuk merasakan manfaatnya maka perusahaan harus mengambil kesempatan tersebut untuk membantu meningkatkan operasional perusahaan.

Kualitas pelayanan adalah kinerja yang dapat ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain. Penjual atau pemberi produk atau jasa memberikan sesuatu yang diperlukan oleh konsumen (Fatmawati et al., 2018). Hal yang demikian tidak lain untuk memberikan kepuasan terhadap pelanggan. Semakin pelanggan merasa nyaman terhadap kita, maka penilaian terhadap produk atau jasa kita semakin meningkat. Tentu saja perusahaan ingin menciptakan pelanggan yang royal dan loyal terhadap produk atau jasa yang dihasilkan.

Teori dalam penelitian ini ada dua yaitu teori keunggulan bersaing dan teori *stewardship*. Menurut Porter teori keunggulan bersaing yaitu sebuah kemampuan yang didapat dari sebuah perusahaan melalui karakteristik dan sumber daya yang dimiliki agar dapat memiliki kinerja lebih tinggi dibanding dengan perusahaan lain yang ada pada industri dan pasar yang sama pula. Kemudian menurut (Chrisman, 2019) teori *stewardship* adalah suatu situasi bahwa manajer tidak mempunyai kepentingan pribadi tapi lebih mementingkan prinsipal. Teori ini berasumsi bahwa manajemen sebagai pihak yang berintegritas tinggi, memiliki kejujuran dan mampu bertindak dengan penuh tanggung jawab melaksanakan tindakan sebaik-baiknya yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan *stakeholders* maupun *shareholders*. Berdasarkan uraian yang sudah disampaikan diatas, maka peneliti termotivasi untuk mengetahui metode *activity based costing*, inovasi, teknologi informasi, dan kualitas pelayanan di perusahaan manufaktur yang bertempat di Yogyakarta sejauh

mana pengaruhnya terhadap keunggulan bersaing antar perusahaannya. Maka penelitian ini akan meneliti dampak Metode *activity based costing*, Inovasi, Teknologi Informasi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keunggulan Bersaing.

Dalam penelitian ini terdapat perbedaan dari penelitian sebelumnya yaitu penelitian dari Evi Marlina tahun 2017 dengan judul Analisis Pengaruh Activity Based Costing Terhadap Keunggulan Bersaing Perguruan Tinggi dan penelitian dari Kaukab tahun 2019 yang berjudul Implementasi *Activity Based Costing* Pada UMKM yang kemudian dengan menambahkan tiga variabel yaitu inovasi, teknologi informasi, dan kualitas pelayanan serta objeknya tujuh perusahaan manufaktur di daerah Yogyakarta.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah terdapat pengaruh metode *activity based costing* terhadap keunggulan bersaing pada perusahaan manufaktur di Yogyakarta?
2. Apakah terdapat pengaruh inovasi terhadap keunggulan bersaing pada perusahaan manufaktur di Yogyakarta?
3. Apakah terdapat pengaruh teknologi informasi terhadap keunggulan bersaing pada perusahaan manufaktur di Yogyakarta?
4. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keunggulan bersaing perusahaan manufaktur di Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini agar kita dapat mengetahui seberapa pengaruhnya metode *activity based costing*, inovasi, teknologi informasi, dan kualitas pelayanan terhadap para pelaku usaha terutama di bidang manufaktur. Serta membuktikan bagaimana pengaruhnya jika disandingkan dengan keunggulan bersaing antar perusahaan di Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Memberikan wawasan bahwa metode *activity based costing*, inovasi, teknologi informasi, dan kualitas pelayanan memberikan pengaruh terhadap beberapa aspek dalam persaingan industri khususnya bagi pelaku usaha yang belum maksimal dan masih salah dalam proses bisnisnya.

2. Manfaat praktis

a) Untuk perusahaan

Dapat memberikan gambaran dan informasi yang berguna bagi perusahaan dalam melakukan kebijakan dan strategi pemasaran yang berkaitan dengan proses bisnis.

b) Untuk masyarakat

Dapat memberikan gambaran dan informasi tentang keunggulan bersaing yang mungkin sedang ingin merintis usaha atau sedang menjalankan usaha.