

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Saat ini para pelaku usaha di Indonesia harus mampu bersaing untuk mempertahankan usahanya di tengah pandemi covid-19 yang saat ini sedang terjadi. Persaingan usaha harus dilakukan pada perusahaan besar maupun perusahaan kecil seperti Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Menurut Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 UMKM adalah suatu usaha yang mengarah pada ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh suatu badan atau perorangan berdasarkan dengan keputusan yang telah ditetapkan. Dikutip dari medcom.id, Mantan Wakil Gubernur DKI Jakarta Sandiaga Uno menyampaikan bahwa Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) harus segera bangkit di tengah pandemi covid-19 terutama bagi *brand-brand local* yang ada di Indonesia harus mampu bertahan di tengah pandemi ini.

Salah satu *brand local* yang sedang marak pada dunia bisnis di Indonesia adalah *fashion*. Perkembangan *fashion* di Indonesia terlihat semakin pesat dengan hadirnya *brand local* yang menampilkan berbagai kualitas dan keunikannya sehingga para pelaku usaha harus mampu bersaing di tengah-tengah persaingan yang ketat ini dikutip dari beritasatu.com. Para pelaku usaha khususnya Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) harus dapat berperan sebagai manajer perusahaan agar dapat mengambil keputusan secara tepat untuk membantu pengelolaan usaha agar tetap bertahan dalam keadaan saat ini sehingga tetap mampu memenuhi kepuasan konsumen.

Saat menjalankan suatu usaha, pengambilan keputusan diperlukan bagi para pelaku usaha. Pengambilan keputusan merupakan pemilihan beberapa alternatif yang terbaik dari banyaknya alternatif yang tersedia (Hansen dan Mowen 2017). Maka menjadi perhatian khusus bagi para pelaku usaha dan harus dilakukan secara hati-hati agar para pelaku usaha mampu mempertimbangkan hal yang menguntungkan dan tidak menguntungkan, melihat keputusan yang diambil akan mempengaruhi kelangsungan hidup usahanya dalam jangka panjang. Pelaku usaha dituntut untuk meminimalkan risiko yang akan ditimbulkan di masa yang akan datang, maka perusahaan harus memiliki informasi akuntansi yang dapat digunakan sebagai perencanaan, pengendalian dan pengambilan keputusan.

Objek yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah Perusahaan Kickchick yang merupakan *brand local* yang beralamat di Jalan Imogiri Timur No.15, Imogiri, Bantul, Yogyakarta. Perusahaan Kickchick bergerak dalam bidang *fashion clothing line* yang memproduksi berbagai macam *fashion* seperti *t-shirt*, *hoodie*, *crewneck*, *sling bag*, sepatu, dan tas. Perusahaan ini berdiri pada tahun 2009 dengan menawarkan jasa lukis sepatu secara *custom*, seiring berjalannya waktu pemilik perusahaan mulai mengembangkan usahanya dengan memproduksi pakaian pria dengan desain sablon. Memasuki tahun 2011 perusahaan mulai mencoba untuk menambah jenis model baju yaitu *t-shirt*, *hoodie* dan *crewneck*. Mulai tahun 2016 sampai 2020 perusahaan mengalami peningkatan permintaan terutama pada kaos, *crewneck*, dan *hoodie*. Kenaikan penjualan yang terjadi pada perusahaan ini menjadi salah satu pertimbangan perusahaan agar mampu memenuhi permintaan konsumen dalam bidang *fashion*. Perusahaan berusaha untuk memenuhi

permintaan konsumen dengan memaksimalkan produksi dengan menggunakan mesin *Curing Conveyor* yang dimiliki sebagai alat yang digunakan untuk menyablon *T-Shirt*, *Hoodie*, dan *Crewneck*. Namun, saat ini perusahaan memiliki kendala yaitu salah satu mesin yang dimiliki perusahaan untuk mendukung proses produksi *T-shirt*, *Hoodie*, dan *Crewneck* mengalami penurunan kapasitas dalam penggunaannya, sehingga dalam memproduksi tersebut tidak dapat maksimal.

Perusahaan Kickchick berniat ingin menambah mesin *Curing Conveyor* baru untuk meningkatkan produksi perusahaan. Mesin *Curing Conveyor* merupakan mesin yang digunakan sebagai alat *finishing* berupa oven untuk mempercepat produksi dengan menggunakan tinta berbasis air maupun minyak, sehingga hasil sablon dapat otomatis melewati pemanas dan mampu mengeringkan tinta plastisol atau tinta berbasis minyak dengan suhu tertentu. Mesin yang dimiliki oleh perusahaan saat ini adalah dengan kapasitas 50pcs/jam yang berjumlah 1 mesin. Mesin *Curing Conveyor* yang dimiliki oleh perusahaan Kickchick sudah ada sejak tahun 2011 dan sampai saat ini masih dipergunakan walaupun kapasitas penggunaannya telah menurun dari kapasitas normal.

Mesin *Curing Conveyor* yang saat ini perusahaan memiliki adalah berkapasitas 50 pcs/jam. Namun saat ini karena umur ekonomis mesin tersebut telah habis maka kapasitas yang dapat diproduksi mesin tersebut hanya menghasilkan maksimal 40 pcs/jam. Selain itu kendala yang juga dihadapi oleh perusahaan ini adalah dalam proses penyablonan *T-Shirt*, *Hoodie*, dan *Crewneck* seringkali mengalami masalah penyablonan dengan hasil yang masih basah atau tidak kering secara merata, sehingga memerlukan pengerjaan ulang untuk menyablon baju tersebut. Hal ini

berpengaruh pada penambahan waktu yang menjadi semakin lama, sehingga kapasitas produksi per hari menjadi menurun.

Beberapa kendala ini membuat pihak perusahaan mulai memikirkan bagaimana cara agar tetap bisa memenuhi keinginan konsumen, apalagi saat ini banyak *brand-brand local* terutama dalam bidang *fashion* bermunculan dengan kualitas yang baik. Maka untuk dapat memaksimalkan tingkat produksi dan menjaga kualitas produk, maka perusahaan harus mempertimbangkan kendala yang saat ini terjadi pada perusahaan. Penurunan kapasitas mesin mengakibatkan berkurangnya hasil produksi dan kualitas yang dihasilkan. Perusahaan berniat untuk menambah mesin *Curing Conveyor* baru pada tahun 2022 agar dapat mempertahankan hasil produksi dan kualitas produksi, sehingga perusahaan tetap mampu memenuhi keinginan konsumen dan mampu bersaing dengan *brand-brand local* yang lainnya.

Saat ini perusahaan sedang mempertimbangkan untuk membeli mesin *Curing Conveyor* baru. Apabila perusahaan membeli mesin dengan kapasitas yang sama dengan yang dimiliki saat ini yaitu kapasitas 50 pcs/jam, maka perusahaan perlu mempertahankan mesin lama. Namun pihak perusahaan juga memiliki alternatif lainnya untuk mengganti mesin tersebut dengan kapasitas yang baru yaitu mesin dengan kapasitas 100pcs/jam dan menjual mesin yang lama. Tetapi perusahaan tidak dapat mengambil keputusan secara langsung karena perlu mempertimbangkan arus kas perusahaan, dimana produksi di perusahaan akan tetap dilakukan dan juga harus mengumpulkan biaya untuk membeli mesin baru.

Berdasarkan uraian diatas peneliti ingin membantu perusahaan dalam mengambil keputusan untuk membeli mesin *Curing Conveyor* baru antara alternatif 1 yaitu mesin bekapasitas sama dan mempertahankan mesin lama atau alternatif 2 yaitu membeli dengan kapasitas lebih tinggi dan menjual mesin lama. Maka skripsi ini akan judul **“Analisis Pengambilan Keputusan Pembelian Mesin *Curing Conveyor* Pada Perusahaan Kickchick Yogyakarta”**

1.2.Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah ini adalah alternatif mana yang dapat diambil oleh perusahaan kickchick antara membeli mesin *Curing Conveyor* baru bekapasitas 50pcs/jam dan mempertahankan mesin yang lama atau membeli baru bekapasitas 100pcs/jam dan menjual mesin lama?

1.3.Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan informasi mengenai rencana investasi dan manakah yang lebih menguntungkan untuk perusahaan antara membeli mesin *Curing Conveyor* dengan kapasitas 50pcs/jam dan mempertahankan mesin yang habis umur ekonomisnya atau membeli mesin baru dengan kapasitas 100pcs/jam dan menjual mesin lama.

1.4.Manfaat penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam memberikan masukan dan informasi bagi perusahaan Kickchick dalam mengambil keputusan mengenai pemilihan antara membeli mesin *Curing Conveyor* kapasitas 50pcs/jam dengan

mempertahankan mesin lama atau membeli mesin *Curing Conveyor* kapasitas 100pcs/jam dengan menjual mesin lama.

1.5. Batasan Masalah

Penelitian ini memiliki Batasan penelitian sebagai berikut :

1. Penelitian ini dibatasi pada aspek keuangan
2. Rencana pembelian mesin *Curing Conveyor* baru pada Perusahaan Kickchick menggunakan 50% dari modal sendiri dan 50% berasal dari hutang bank untuk pembelian mesin alternatif 2.
3. Metode analisis data yang akan digunakan adalah metode Net Present Value
4. Estimasi biaya didasarkan pada data biaya tahun 2016-2020 kemudian dicari rata-rata yang digunakan sebagai estimasi biaya masa mendatang.

1.6. Metode Penelitian

1.6.1. Objek Penelitian

Menurut Hartono (2017) objek merupakan entitas yang akan diteliti. Objek dapat berupa perusahaan, manusia, karyawan dan lainnya. Objek dalam penelitian ini adalah perusahaan Kickchick yang beralamat di Jalan Imogiri Timur No.15, Kerten, Kunden, Kecamatan Imogiri Bantul, Yogyakarta

1.6.2. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara, yaitu:

1. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan mengajukan pertanyaan yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan secara langsung dengan *Head Marketing dan Finance* untuk memperoleh informasi

2. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data melalui dokumen arsip yang dimiliki pada perusahaan Kickchick

1.7. Analisis Data

Langkah-langkah yang dilakukan untuk menganalisis data adalah, sebagai berikut:

1. Menentukan investasi awal yang diperlukan untuk membeli mesin *Curing Conveyor* baru
2. Mengidentifikasi biaya yang dikeluarkan terkait dengan aktivitas produksi
3. Mengestimasi biaya setiap alternatif terkait dengan mesin *Curing Conveyor* kapasitas 50pcs/jam dan kapasitas 100pcs/jam
4. Menghitung tingkat diskonto (*discount factor*) yang ditentukan sebesar ROI perusahaan tahun 2020
5. Menilai keputusan investasi menggunakan metode *Net Present Value*, dimana pengambilan keputusan yang diambil adalah alternatif yang memiliki nilai NPV tertinggi.