

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kementerian Perindustrian Republik Indonesia (Kemenperin) mengatakan bahwa Industri Tekstil dan Produk Tekstil (TPT) merupakan salah satu sektor industri prioritas yang menjadi andalan masa depan. Laju pertumbuhan industri tekstil pada tahun 2016 ini ditargetkan naik 6.33% dan memberikan kontribusi sebesar 2.43% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), walaupun pada tahun 2015 mengalami penurunan 4.7% akibat krisis ekonomi global, namun Indonesia sudah mulai menunjukkan perbaikan di sisi ekonomi nasional. Kelas menengah menjadi penggerak bagi konsumsi nasional sehingga memberikan kontribusi yang besar bagi pertumbuhan ekonomi, atau dengan kata lain ketika pasar dunia tengah melemah, pasar domestik masih menjadi potensi besar (kemenperin.go.id, 2016).

Baby Castle merupakan sebuah bisnis yang menjual pakaian anak-anak sisa ekspor secara eceran maupun grosir dan berlokasi di Surabaya. Baby Castle melakukan penjualan produk secara *online* melalui sosial media *Instagram*, dan *offline* salah satunya berupa *pop up store* di lokasi dan waktu tertentu di Surabaya seperti di Taman Bungkul dan sekolah-sekolah (PAUD dan TK), serta mengikuti kegiatan bazaar. Penjualan *offline* juga melalui transaksi yang dilakukan langsung di rumah yang sekaligus berfungsi sebagai gudang. Bisnis ini dibentuk dan dijalankan oleh empat orang yang terdiri dari Chief Executive Officer (CEO),

Chief Financial Officer (CFO), Chief Marketing Officer (CMO), dan Chief Operational Officer (COO).

Informasi dari kemenperin diatas menunjukkan bahwa Baby Castle memiliki peluang pertumbuhan bisnis yang positif, melihat produk dari bisnis ini adalah pakaian jadi yang merupakan bagian dalam sektor industri tekstil dan produk tesktil (TPT). Baby Castle dalam hal ini harus memanfaatkan kemampuan semaksimal mungkin agar mampu menunjukkan keunggulan perusahaan sehingga tidak kalah dalam menghadapi persaingan di lingkungan pasar yang kompetitif tersebut (Ratnaningsih dan Suaryana, 2014), salah satunya dengan memiliki Sistem Informasi Akuntansi (SIA). SIA menjadi salah satu alat pengambilan keputusan yang efektif dalam dunia bisnis yang kompetitif dan dapat mengorganisir informasi mengenai berbagai transaksi bisnis yang dapat digunakan sebagai bantuan untuk manajemen dalam menjalankan operasi bisnis (Ogah, 2013).

SIA adalah alat agar akuntansi dapat menjalankan fungsinya dalam identifikasi data, mengumpulkan data, menyimpan, mengembangkan serta mengukur informasi terkait dengan transaksi ekonomi yang terjadi dalam perusahaan (IAI, 2015:4). SIA juga dapat diartikan sekelompok struktur dalam perusahaan yang mengelola sumber daya fisik dan sumber daya lain untuk mengubah data ekonomi menjadi informasi akuntansi sehingga kebutuhan informasi berbagai pihak dapat terpenuhi (Mahatmyo, 2014:9). Hal tersebut menunjukkan bahwa SIA memberikan informasi akuntansi yang dibutuhkan perusahaan untuk menunjang keberlangsungan hidup perusahaan.

Baby Castle dalam menjalankan kegiatan operasional selama ini dilakukan oleh empat orang yang merupakan pemilik dari bisnis ini yaitu Lisda (CEO), Feby (CFO), Devina (CMO), dan Sherli (COO). Keempat orang tersebut masing-masing memiliki pembagian tugas yang jelas disesuaikan dengan struktur organisasi yang telah dibentuk, namun dalam pelaksanaannya masih sering dilakukan secara bersama-sama. Baby Castle memiliki satu *supplier* utama yang berasal dari Bandung, dan satu *supplier* tambahan untuk produk berupa legging yang berasal dari Jakarta.

No	Feedback	Total Responden	Kategori
1.	Produk kurang <i>update</i> .	2 dari 30 responden	Marketing.
2.	Kurang promosi produk.	4 dari 30 responden	Marketing.
3.	Model baju yang lucu sedikit/kurang banyak.	3 dari 30 responden	Produk.
4.	Kurang banyak pilihan, terutama untuk produk bawahan (celana, legging).	4 dari 30 responden	Produk.
5.	Pilihan <i>size</i> produk terbatas.	5 dari 30 responden	Produk.
6.	Tidak ada toko.	3 dari 30 responden	Penjualan.
7.	Ketersediaan produk diperbanyak (jenis dan model pakaian).	12 dari 30 responden	Produk.
8.	Foto produk kurang bagus.	1 dari 30 responden	Marketing.
9.	Tidak ada masalah dengan produk.	2 dari 30 responden	-

Tabel 1.1 Pra Survei Konsumen Baby Castle Tahun 2016

Tabel 1.1 merupakan hasil dari pra survei yang dilakukan oleh Baby Castle dengan total konsumen yang mengikuti pra survei berjumlah 30 orang. Hasil pra survei menunjukkan tidak terdapat permasalahan pada harga jual produk, kualitas produk (bahan pakaian), maupun pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Permasalahan terdapat pada produk yang dijual oleh Baby Castle. Konsumen paling banyak memberikan *feedback* bahwa produk yang dijual oleh Baby Castle memiliki model, jenis, dan *size* pakaian yang terbatas, termasuk juga

kurangnya produk bawahan seperti celana, dan kurangnya model pakaian yang lucu untuk dipakai diluar rumah (pakaian untuk jalan atau acara) serta kurang *update* produk terbaru dan masih belum adanya tempat tetap untuk berjualan (toko).

Hal tersebut disebabkan karena barang yang dibeli dari *supplier* utama Baby Castle memiliki sistem penjualan secara paketan (dalam satuan bal) sesuai dengan harga yang telah ditentukan untuk masing-masing paket, sehingga Baby Castle sebagai pembeli tidak dapat memilih jenis-jenis pakaian yang diinginkan setiap kali melakukan pembelian barang dari *supplier*. Perusahaan memiliki potensi yang cukup besar dalam mendapatkan pakaian yang sama dengan sebelumnya, seperti yang terlihat pada tabel dibawah ini.

Pembelian barang yang berjarak dari April 2015 ke Agustus 2015			Pembelian yang berjarak dari Agustus 2015 ke September 2015		
Merek Baju	Jumlah jenis pakaian yang terulang kembali	Ukuran yang didapat	Merek Baju	Jumlah jenis pakaian yang terulang kembali	Ukuran yang didapat
Carter's	5 pcs	Sama	Carter's	10 pcs	Sama
Crazy8	2 pcs	Berbeda	Circo	1 pcs	Berbeda
Faded Glory	3 pcs	Berbeda	Cherokee	8 pcs	Berbeda
Gap Kids	10 pcs	Berbeda	Crazy8	7 pcs	Berbeda
Hello Kitty	5 pcs	Sama	Gap Kids	9 pcs	Berbeda
Kidgets	10 pcs	Sama	Gymboree	7 pcs	Berbeda
			Hello Kitty	10 pcs	Berbeda
			Kidgets	5 pcs	Sama
			Max	3 pcs	Sama
			Nice-nice	4 pcs	Berbeda
			Old Navy	10 pcs	Sama
			Special	1 pcs	Berbeda
			V En G	3 pcs	Berbeda
Total: 6 merek	35 pcs dari 250 pcs		Total: 13 merek	78 pcs dari 250 pcs	

Tabel 1.2 Perbandingan Pembelian Barang Dagang Dari *Supplier*

Tabel 1.2 menunjukkan pembelian barang dagang dari *supplier* utama Baby Castle, dimana barang yang dibeli dalam waktu yang dekat memiliki potensi yang lebih besar dalam mendapatkan jenis pakaian yang sama yaitu 78 pcs dari 250 pcs, dibandingkan dengan barang yang dibeli dalam waktu yang lebih jauh yaitu 35 pcs dari 250 pcs. Perusahaan dalam hal ini tidak selalu dapat membeli dalam jarak waktu yang jauh untuk meminimalkan jumlah jenis pakaian yang sama yang akan didapatkan karena penjualan yang sewaktu-waktu dapat meningkat, sehingga perusahaan harus melakukan pembelian kembali dalam waktu yang dekat.

Peneliti melihat bahwa permasalahan ini dikarenakan perusahaan hanya memiliki satu *supplier* utama dan belum memiliki alternatif pilihan *supplier* lainnya dalam melakukan pembelian barang dagang. Perusahaan memerlukan sistem informasi akuntansi dalam siklus pembelian untuk meminimalkan risiko yang bisa ditimbulkan, dimana dengan adanya sistem maka perusahaan dapat menentukan dan memilih *supplier* yang sesuai untuk menyediakan persediaan barang yang dibutuhkan melalui kriteria-kriteria yang ditetapkan dalam sistem ini.

Perusahaan juga dapat mengorganisir siklus pembelian secara efektif karena adanya suatu sistem yang mampu memberikan informasi yang andal dan tepat waktu sesuai dengan kebutuhan pemakainya (Tuerah, 2013). Peneliti menggunakan *flowchart* dalam merancang SIA siklus pembelian pada bisnis Baby Castle. Berdasarkan permasalahan yang terjadi dalam bisnis Baby Castle, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Perancangan Sistem Informasi Akuntansi Siklus Pembelian Pada Bisnis Baby Castle”.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang akan diteliti terkait dengan permasalahan yang terjadi pada bisnis Baby Castle adalah bagaimana perancangan sistem informasi akuntansi pada siklus pembelian yang sesuai untuk bisnis Baby Castle?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melakukan perancangan sistem informasi akuntansi dalam upaya mengatasi permasalahan yang terjadi pada bisnis Baby Castle dalam siklus pembelian.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian adalah sebagai berikut:

- 1) Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat memberikan perancangan sistem informasi akuntansi pada siklus pembelian sehingga berguna bagi kemajuan dan kelanjutan bisnis Baby Castle.
- 2) Bagi perusahaan, sebagai informasi untuk mengetahui sistem informasi akuntansi yang sesuai dengan kondisi perusahaan dan mengatasi permasalahan yang terjadi dalam siklus pembelian.
- 3) Bagi pembaca, diharapkan dapat menambah wawasan pembaca mengenai sistem informasi akuntansi khususnya pada siklus pembelian dan sebagai bahan referensi serta pengembangan dalam penelitian sejenis.

1.5 Lingkup Penelitian

Peneliti membatasi penelitian ini dalam lingkup pembahasan SIA pada siklus pembelian di bisnis Baby Castle, dengan menggunakan data pada periode 2014 (Juli-Desember 2014) sampai dengan periode 2016 (sampai dengan Juni 2016).

