BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Semakin berkembangnya dunia bisnis, maka masalah yang dihadapi perusahaan adalah semakin ketatnya persaingan, oleh karena itu perusahaan harus menjalankan strategi bisnisnya yang tepat agar mampu bertahan dalam menghadapi persaingan yang terjadi. Tujuan utama perusahaan dalam menjalankan usahanya untuk memperoleh laba maksimal secara *continue.* Laba yang diperoleh nantinya akan dapat digunakan untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya dan berkembang lebih lanjut serta sanggup mengatasi faktor lingkungan yang senantiasa berubah.

Dalam persaingan bisnis yang terjadi antar perusahaan semakin ketat setiap perusahaan bersaing untuk mendapatkan konsumen sebanyak mungkin. Hal itu menuntut adanya manajemen yang baik dan mempunyai pandangan dan sikap profesional untuk memajukan serta meningkatkan usahanya. Salah satu usaha yang dilakukan adalah menetapkan harga jual produk dengan tepat, namun tetap menjaga kualitas produk yang dihasilkan.

Dengan adanya persaingan dapat membawa dampak positif atau negatif bagi perusahaan. Dampak positifnya adalah jika perusahaan mampu bersaing dan produk yang dihasilkan bisa bertahan dan menyaingi produk lain dipasar, maka perusahaan di anggap mampu mempertahankan kelangsungan hidup dan produk yang dihasilkan akan lebih dikenal oleh masyarakat. Dampak negatifnya adalah jika perusahaan tidak mampu menyaingi perusahaan lain yang menghasilkan produk yang sejenis maka perusahaan akan kehilangan konsumen (Budiono, 2006 : 1).

Dalam mencapai tujuan suatu perusahaan perlu meningkatkan produktifitas, kualitas produk dengan harga yang ideal dan terjangkau daya beli konsumen. Hal ini merupakan satu faktor keberhasilan perusahaan dalam peraturan ekonomi

Dalam menentukan kebijakan perusahaan salah satu yang penting adalah kebijakan penetapan harga jual yang dipengaruhi oleh kondisi lingkungan eksternal dan internal perusahaan. Penetapan harga jual bertujuan agar harga yang baru mencerminkan biaya saat ini atau masa depan, kondisi pasar, reaksi pesaing dan laba yang diinginkan. Oleh sebab itu perlu ditentukan metode ideal yang sesuai dengan kondisi pasar (Rofik, 2006 : 1).

Menurut Mulyadi (2010), dalam kegiatan produksi memerlukan pengorbanan sumber ekonomi berupa berbagai jenis biaya untuk menghasilkan suatu produksi yang akan dipasarkan. Biaya-biaya ini akan menjadi dasar dalam penentuan harga pokok produksi (HPP).

Harga pokok produksi merupakan salah satu data yang dipertimbangkan perusahaan dalam menentukan harga jual produk. Perusahaan akan kesulitan dalam menentukan harga jual produknya jika tidak mengetahui berapa harga pokok produksinya.

Untuk menentukan harga jual suatu produk tidak lepas dari perhitungan harga pokok produksi. Harga pokok produksi merupakan keseluruhan biaya produksi yang terserap ke dalam setiap unit produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Biaya produksi itu terdiri dari tiga elemen biaya yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya overhead pabrik. Ketepatan perhitungan harga pokok produksi merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan karena harga pokok produksi mempengaruhi harga jual yang ditawarkan kepada konsumen. Perhitungan harga pokok produksi yang tidak tepat akan mengakibatkan harga pokok produksi terlalu tinggi atau terlalu rendah. Hal tersebut akan berpengaruh pada laporan keuangan perusahaan pada periode bersangkutan.

Secara garis besar, cara memproduksi produk dapat dibagi menjadi dua macam, yaitu produksi atas dasar pesanan dan produksi massa. Perusahaan yang berproduksi berdasar pesanan, mengumpulkan harga pokok produksinya dengan menggunakan metode harga pokok pesanan (*job order cost method*). Dalam metode ini biaya-biaya produksi dikumpulkan untuk pesanan tertentu dan harga pokok produksi per satuan produk yang dihasilkan pesanan tersebut dihitung dengan cara membagi total biaya produksi untuk pesanan tersebut dengan jumlah satuan produk dalam pesanan yang bersangkutan. Perusahaan yang berproduksi massa, mengumpulkan harga pokok produksinya dengan menggunakan metode harga pokok proses *(process cost method).* Dalam metode ini biaya-biaya produksi dikumpulkan untuk periode tertentu dan harga pokok produksi per satuan produk yang dihasilkan dalam periode tersebut dihitung dengan cara membagi total biaya produksi untuk periode tersebut dengan jumlah satuan produk yang dihasilkan dalam periode yang bersangkutan (Mulyadi, 2010 : 16).

Perusahaan CV. Cahaya Baru Jatim Bondowoso merupakan perusahaan manufaktur yang bergerak dibidang industri air mineral dalam kemasan. Perusahaan menyediakan air bersih yang memiliki standar kesehatan bagi masyarakat. Air minum dalam kemasan Nurja Water ini diolah berasal dari sumber mata air alami yang bebas dari pencemaran dan di proses dengan teknologi modern tanpa bahan kimia dengan sistem filtrasi, *ultraviolet* (UV) dan ozonisasi (O_3) dengan beberapa tahap pengujian sesuai standar yang telah ditetapkan sehingga menghasilkan air minum yang higienis dan segar.

Perusahaan CV. Cahaya Baru memproduksi air minum dalam kemasan dengan berbagai ukuran seperti cup 220 ml air, dan gallon 19 liter air. Dengan harga jual untuk kemasan gelas plastik 220 ml harganya Rp11000/dos dengan isi 48 pcs, untuk kemasan galon 19 liter air dijual dengan harga Rp40000/Galon, tetapi bagi yang sudah berlangganan hanya mengisi ulang air dengan harga Rp6.000/Galon. Berdasarkan survey diperusahaan CV. Cahaya Baru Bondowoso (Nurja Water), menunjukkan bahwa dalam penentuan harga pokok produknya menggunakan elemen bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya

overhead pabrik tersebut perusahaan hanya memasukkan unsur biaya yang mudah ditelusuri, yaitu biaya bahan penolong, biaya tenaga kerja tidak langsung, biaya pengemasan, biaya listrik, biaya air, biaya telepon dan fax. biaya pemasaran untuk BOP yang lain seperti pemeliharaan pabrik, biaya reparasi dan biaya asuransi pabrik tidak dibebankan ke dalam biaya produksi. Alasan perusahaan adalah kesulitan dalam pengalokasian biaya produksi tersebut, mengingat beragam jenis yang diproduksi dan jumlah produksinya tidak sama.

Adanya beberapa unsur BOP yang tidak dibebankan ke dalam harga pokok produksi menyebabkan jumlah BOP yang dibebankan menjadi rendah, sehingga jumlah harga pokok produksi yang ditentukan menjadi rendah. Kurang akuratnya pembebanan BOP menyebabkan biaya produksi terlalu rendah, demikian juga dengan harga pokok produksi air mineral bentuk cup dan galon. Hal tersebut juga akan mempengaruhi harga jual produk yang dihasilkan.

Oleh karena itu penulis terdorong untuk memilih judul "ANALISIS PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUKSI AMDK NURJA WATER DI CV.CAHAYA BARU BONDOWOSO".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, Apakah penentuan harga pokok produksi dan penetapan harga jual air minum dalam kemasan pada CV. Cahaya Baru telah sesuai dengan perhitungan akuntansi biaya?

1.3 Batasan Masalah

Untuk penentuan harga pokok produksi pada CV.Cahaya Baru Bondowoso, maka penulis membatasi dengan mengambil data hasil laporan penjualan bulan Desember 2015.

1.4 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui penentuan harga pokok produksi pada CV. Cahaya Baru Bondowoso.

1.5 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak, yaitu:

1. Bagi Perusahaan

   Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi perusahaan atau sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan harga pokok produksi sesuai dengan harapan perusahaan.
2. Bagi Peneliti

   Penelitian diharapkan dapat memberikan garmbaran dalam menerapkan teori yang diperoleh selama dibangku kuliah serta untuk mengetahui sejauh mana kemampuan penulis dalam menentukan harga pokok produksi dalam praktek yang sebenarnya.
3. Bagi Pengembangan Ilmu

   Penelitian dapat dijadikan sebagai perbandingan bagi peneliti berikutnya yang memiliki obyek dan tujuan yang sama.