

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan perekonomian di Indonesia saat ini secara tidak langsung telah mendorong persaingan bisnis antar entitas diberbagai bidang. Semua industri ataupun perusahaan berlomba-lomba dalam meningkatkan mutu produksinya baik yang bersifat barang maupun jasa, hal ini dilakukan untuk mendapatkan pangsa pasar yang lebih banyak. Pada umumnya tujuan utama perusahaan dalam melakukan kegiatan operasionalnya yaitu untuk mendapatkan keuntungan atau laba semaksimal mungkin. Hal ini dilakukan agar kelangsungan hidup perusahaan terjamin dan dapat memberi manfaat bagi masyarakat umum.

Salah satu masalah yang sering dihadapi oleh manajer perusahaan yaitu penentuan harga jual produk. Harga jual sangat erat kaitannya dengan pencapaian laba. Laba dapat diartikan sebagai imbalan atas upaya perusahaan menghasilkan barang ataupun jasa. Menurut Reppie (2013), baik perusahaan yang memiliki motif mencari laba maupun tidak, menejer perusahaan harus selalu berusaha agar nilai keluaran selalu lebih tinggi dari nilai masukan yang dikorbankan untuk menghasilkan laba (untuk perusahaan yang bermotif laba) atau sisa hasil usaha (untuk perusahaan yang tidak bermotif laba).

Permasalahan yang dihadapi dalam penentuan harga jual produk karena harga jual yang terlalu tinggi akan menurunkan daya beli konsumen, sebaliknya harga jual yang rendah dapat mempengaruhi pendapatan perusahaan, yang artinya berpengaruh terhadap laba dan kelangsungan hidup perusahaan. Menurut Pricilia dkk, (2013), bahwa biaya produksi yang tidak terkendali akan menyebabkan harga pokok terlalu tinggi, yang selanjutnya akan menurunkan daya saing produk dan akhirnya dapat menurunkan laba. Karena itu, dibutuhkan strategi dalam efisiensi biaya produksi dan penetapan harga yang tepat.

Perhitungan harga pokok produksi sangat berperan dalam penentuan harga jual produk, sehingga harga yang ditawarkan oleh perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan lain yang sejenis dengan kualitas produk yang baik pula. Dalam akuntansi biaya, perhitungan harga pokok produksi berfungsi dalam menetapkan, menganalisa dan melaporkan pos-pos biaya yang mengandung laporan keuangan sehingga dapat menunjukkan data yang wajar. Menurut Setiadi dkk, (2014), akuntansi biaya menyediakan data-data biaya untuk berbagai tujuan maka biaya-biaya yang terjadi dalam perusahaan harus digolongkan dan dicatat dengan sebenarnya,

sehingga memungkinkan perhitungan harga pokok produksi secara teliti. Dalam perhitungan harga pokok produksi harus didukung oleh sistem akuntansi biaya yang memadai, agar pelaksanaan proses produksi dapat dikendalikan dalam mencapai hasil kegiatan produksi dan dapat dilakukan secara efisien dan efektif.

Perhitungan harga pokok produksi merupakan hal yang sangat penting mengingat manfaat informasi harga pokok produksi adalah untuk menentukan harga jual yang akan disajikan dalam laporan posisi keuangan (Samsul, 2013). Ketika suatu entitas tidak memperhatikan perhitungan atau metode penentuan harga pokok produksi maka akan menimbulkan permasalahan bagi kelangsungan entitas tersebut. Menurut Setiadi dkk, (2014), bahwa informasi harga pokok produksi dapat dijadikan titik tolak dalam menentukan harga jual produk yang tepat kepada konsumen dalam arti yang menguntungkan perusahaan dan menjamin kelangsungan hidup perusahaan.

Menurut Hansen dan Mowen (2013), harga pokok produksi terdiri atas bahan baku langsung, tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik. Jadi dapat disimpulkan bahwa harga pokok produksi mencakup biaya-biaya bahan baku/biaya langsung, biaya upah langsung dan biaya produksi tidak langsung (Suarmini dkk, 2015). Lebih lanjut Suarmini menjelaskan bahwa perhitungan harga pokok produksi terkait dengan siklus akuntansi biaya dimulai dengan pencatatan harga pokok bahan baku, dan dimasukkan dalam proses produksi, dilanjutkan dengan pencatatan biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik yang dikonsumsi untuk produksi, serta berakhir dengan ditetapkan harga pokok produksi.

Harga jual sering menjadi tolak ukur konsumen. Karena itu, penentuan harga jual produk memerlukan berbagai pertimbangan yang terintegrasi mulai dari biaya produksi, biaya operasional, target laba yang diinginkan perusahaan, daya beli konsumen, harga jual pesaing kondisi perekonomian secara umum, elastisitas harga produk dan sebagainya (Kristanti, 2013). Namun seringkali perusahaan hanya mempertimbangkan biaya yang dikeluarkan dalam menetapkan harga jual produk. Walaupun demikian pertimbangan biaya merupakan faktor yang sangat penting dalam sebuah perusahaan.

Biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi akan dijadikan dasar dalam penentuan harga jual dan biasanya perusahaan akan menambahkan persentase laba yang diinginkan. Salah satu metode penetapan harga jual, dimana seluruh biaya atau total biaya penuh ditambah dengan persentase laba yang diharapkan oleh perusahaan disebut metode *cost plus pricing*. Dalam

memperhitungkan unsur-unsur biaya dalam harga pokok produksi, terdapat dua pendekatan yaitu *full costing* dan *variable costing*. Menurut Cahyani (2015), *full costing* merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi kedalam harga pokok produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik baik yang berperilaku variabel maupun tetap. Sedangkan *variable costing* merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik yang bersifat variabel (Cahyani, 2015).

Sebuah entitas atau industri yang proses produksinya dimulai dengan mengolah bahan baku menjadi suatu produk jadi sangat membutuhkan perhitungan atau penentuan harga pokok produksi yang nantinya akan menjadi acuan dalam penentuan harga jual. Menurut Lasena (2013), harga jual adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi suatu barang atau jasa ditambah dengan harga pokok produksi yang tepat akan membantu manajer perusahaan dalam pengambilan keputusan yang tepat. persentase laba yang diinginkan perusahaan. Jadi penentuan biaya dalam perhitungan harga pokok produksi yang tepat akan membantu manajer perusahaan dalam pengambilan keputusan yang tepat.

UMKM Kerupuk UD Barokah adalah sebuah perusahaan yang kegiatannya bergerak dibidang industri pengolahan kerupuk mentah yang terletak di kota Jember. Dalam sehari perusahaan ini dapat menghasilkan kerupuk mentah 125 kg (25 bal/hari, 600 bal/bulan). Penelitian ini akan membahas mengenai perhitungan harga pokok produksi dalam menentukan harga jual melalui metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing* di UMKM Kerupuk UD Barokah. Penetapan harga jual produk yang diterapkan pada UMKM Kerupuk UD Barokah hanya dengan menghitung seluruh biaya produksi dan melihat situasi pasar dengan tingkat keuntungan yang diharapkan yaitu 20%. Dalam pencatatan harga pokok produksi di UMKM UD. Barokah belum secara rinci dan masih menggunakan metode yang sederhana (metode perusahaan) yang tidak memperhitungkan biaya *overhead* pabrik sehingga penentuan harga jual tidak tepat dan memperoleh laba yang tidak maksimal.

Keterbatasan kemampuan penentuan harga jual pada perusahaan karena pihak perusahaan tidak mempertimbangkan atau menghitung biaya *overhead* pabrik yang dikeluarkan. Dimana diketahui bahwa biaya overhead pabrik akan ditambahkan pada harga pokok produksi untuk menghitung total harga pokok produk (Djumali, dkk, 2014). Sehingga tidak terdapat satupun biaya yang tidak diperhitungkan dalam proses penetapan harga jual. Penggunaan

metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing* untuk penentuan harga jual ini maka akan diperoleh perhitungan harga pokok produksi yang tepat dan akurat sehingga bias lebih maksimal untuk perolehan laba pada perusahaan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penelitian ini kemudian ingin menganalisis perhitungan harga pokok produksi dalam menetapkan harga jual produk. Metode perhitungan harga pokok produksi dan penetapan harga jual harus sesuai dengan konsep akuntansi biaya. Sehingga pembebanan biaya yang dilakukan perusahaan lebih tepat, cepat dan akurat dan harga jual yang ditawarkan dapat bersaing dengan perusahaan lain. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka penelitian ini merumuskan beberapa masalah:

1. Bagaimana penentuan harga jual menurut perhitungan perusahaan UD. Barokah?
2. Bagaimana penentuan harga jual dengan menggunakan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing* di UD. Barokah?
3. Metode manakah yang paling tepat dan menguntungkan antara metode perusahaan dan metode *cost plus pricing* terhadap laba perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas, tujuan penelitian yang ingin dicapai yaitu :

1. Untuk mengetahui bagaimana penentuan harga jual produk yang diterapkan oleh UD. Barokah.
2. Untuk mengetahui bagaimana penentuan harga jual produk dengan menggunakan metode *cost plus pricing* di UD. Barokah.
3. Untuk mengetahui dan membandingkan pengaruh dari penentuan harga jual menurut metode perusahaan dan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing* terhadap laba yang akan diperoleh perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagi Universitas/Akademik

Sebagai unsur tambahan untuk menambah wawasan Mahasiswa, Mempererat hubungan antara Universitas Muhammadiyah Jember dengan instansi, sebagai salah satu bentuk pengabdian dalam membantu masyarakat, serta hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan perbandingan dan referensi untuk penelitian selanjutnya khususnya untuk bidang kajian yang sama.

b. Bagi Perusahaan

Dapat menambah masukan atau sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan manajemen dalam kaitannya penentuan harga jual untuk perencanaan laba perusahaan.

c. Bagi Peneliti

Diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan serta sebagai wahana bagi peneliti dalam mengaplikasikan ilmu yang diperoleh selama kuliah sekaligus pemahaman teori yang berkaitan dengan perusahaan.