

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Saat ini perkembangan di dalam dunia usaha berkembang sangat pesat dan terdapat persaingan untuk mempertahankan dan meningkatkan usahanya. Dengan adanya persaingan tersebut perusahaan harus mampu menghadapi persaingan yang ada. Perusahaan diharapkan mempunyai kebijakan dan strategi untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan usahanya.

Banyak perusahaan pada saat sekarang ini saling bersaing, terutama pada industri yang memproduksi produk sejenis. Hal tersebut bagi perusahaan merupakan ancaman yang harus segera ditindaklanjuti karena secara langsung akan mempengaruhi kelangsungan hidup usahanya. Penjualan dari produk yang dihasilkan merupakan sumber pendapatan utama bagi perusahaan atau industri tersebut. Untuk mengatasi hal itu, perusahaan dituntut untuk mengantisipasi segala kemungkinan yang terjadi dalam persaingan. Salah satunya adalah penentuan harga jual.

Penentuan harga jual yang tidak tepat dapat berakibat fatal pada masalah keuangan perusahaan dan akan mempengaruhi kelangsungan usaha perusahaan. Ketidaktepatan dalam menentukan harga jual dapat menimbulkan resiko pada perusahaan, misalnya kerugian yang terus menerus atau menimbunnya produk di gudang karena macetnya penjualan. Untuk itu setiap perusahaan harus menetapkan harga jualnya secara tepat karena harga jual merupakan salah satu unsur penting yang terkait dalam pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi

perusahaan. Pada hakekatnya ketika perusahaan menjual produknya, perusahaan harus menetapkan harga jual produknya terlebih dahulu, sehingga perusahaan tersebut dapat memasarkan produknya dan mencapai keuntungan atau laba yang diharapkan.

Salah satu penentuan harga jual dengan memperhitungkan keuntungan atau laba, yang tepat adalah dengan menggunakan metode *cost plus pricing*, karena dengan metode ini, dalam penentuan harga jual dilakukan dengan cara menambahkan laba yang diharapkan di atas biaya penuh masa yang akan datang untuk memproduksi dan memasarkan produk. Harga jual berdasarkan *cost plus pricing* dihitung dengan rumus seperti yang digunakan untuk menghitung harga jual dalam keadaan normal, yaitu harga jual = taksiran biaya penuh + laba yang diharapkan (Mulyadi, 1997: 351).

Umumnya harga jual produk dan jasa ditentukan oleh perimbangan permintaan dan penawaran di pasar, sehingga biaya bukan satu-satunya penentu harga jual. Selera konsumen, jumlah pesaing yang memasuki pasar, dan harga jual yang ditentukan pesaing, merupakan contoh faktor-faktor yang sulit untuk diramalkan, yang mempengaruhi pembentukan harga jual produk di pasar. Satu-satunya yang memiliki kepastian relatif tinggi yang berpengaruh dalam penentuan harga jual adalah biaya. Biaya memberikan informasi batas bawah suatu harga jual harus ditentukan. Di bawah biaya penuh produk atau jasa, harga jual akan mengakibatkan kerugian bagi perusahaan. Kerugian yang timbul akibat harga jual di bawah biaya produk atau jasa, dalam jangka waktu tertentu mengakibatkan perusahaan akan berhenti sebagai *going concern* atau akan mengganggu pertumbuhan perusahaan (Mulyadi, 1997: 347).

Penentuan harga jual pada umumnya merupakan pengambilan keputusan yang menyangkut masa depan. Meskipun harga jual produk sudah terbentuk di pasar, informasi biaya penuh terutama biaya produksi sangat dibutuhkan sebagai titik awal untuk mengurangi ketidakpastian dalam menentukan harga jual produk atau jasa yang akan dibebankan kepada *customer* di masa yang akan datang (Mulyadi, 1997: 348). Perusahaan perlu memperhitungkan setiap sumber daya yang masuk dalam pengerjaan setiap produk atau jasa yang dihasilkan. Evaluasi atas perhitungan seluruh biaya produksi (biaya penuh) perlu dilakukan untuk mengetahui dan memperhitungkan harga jual yang akan ditetapkan nanti di pasar.

Biaya merupakan salah satu faktor penting dalam menjamin kemenangan perusahaan dalam persaingan di pasar. Konsumen akan memilih produsen yang mampu menghasilkan produk dan jasa yang memiliki mutu tinggi dengan harga yang murah. Harga murah dapat dihasilkan oleh produsen yang menguasai informasi yang dibutuhkan oleh para konsumen, karena dengan mengetahui kebutuhan konsumennya, pihak produsen atau perusahaan dapat menentukan harga jual yang nantinya akan berpengaruh terhadap kelangsungan perusahaan.

Produsen atau perusahaan yang memasuki pasar luas dan dunia usaha yang bersaing saat ini memerlukan sistem informasi yang memungkinkan mereka untuk merencanakan strategi yang akan dikaitkan ke dalam produk dan jasa mereka untuk memantau efektivitas pelaksanaan strategi yang diterapkan perusahaan. Perusahaan mampu menghadapi persaingan usaha jika menguasai komponen-komponen informasi yang dibutuhkan oleh *customer* dalam produk yang dipasarkan .

Dengan demikian, dalam era kompetisi yang semakin tajam seperti ini, perusahaan perlu mengubah strategi pemasarannya dengan meletakkan kepuasan

customer sebagai prioritas utama dalam mengarahkan kegiatan bisnis mereka. Perusahaan-perusahaan harus mampu menghasilkan produk atau jasa yang bermutu dengan harga yang rendah untuk tetap bertahan di pasar.

Dalam persaingan yang semakin tajam, manajemen memerlukan informasi biaya yang teliti, dan yang memperhitungkan secara cermat sumber daya yang dikorbankan untuk aktivitas penambah nilai bagi *customer*. Dalam situasi ini, harga jual harus ditentukan berdasarkan biaya penuh produk atau jasa yang dihitung secara cermat dan akurat (Mulyadi, 1997: 348). Terkait dengan informasi tersebut, para pelaku pasar perlu menguasai konsep dan manfaat informasi akuntansi manajemen yang dapat digunakan dalam perencanaan dan pengendalian kegiatan perusahaan. Hal ini diperlukan, karena terdapat banyak pesaing di pasar dalam memasukkan produk dan jasa yang dipasarkan. Salah satunya adalah mengenai persaingan dalam harga di pasar. Pangsa pasar yang luas tentunya memperhitungkan harga dari produk dan jasa yang akan mereka konsumsi .

Penelitian Deasy Natalia Suharno (2006) dimana respondennya adalah industri kuningan di wilayah Juwana khususnya di desa Growong Lor, dalam menentukan harga jual kuningan pada industri kuningan, penulis menggunakan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*. Pada umumnya harga jual produk dan jasa ditentukan oleh perimbangan permintaan dan penawaran di pasar, sehingga biaya produksi dan laba bukan satu-satunya penentu harga jual. Selera konsumen, jumlah pesaing yang memasuki pasar, dan harga jual yang ditentukan pesaing, merupakan contoh faktor-faktor yang sulit untuk diramalkan, yang mempengaruhi pembentukan harga jual produk di pasar.

Hal ini sesuai dengan pendapat Swastha & Irawan (2000) tentang faktor-faktor yang mempengaruhi harga jual, bahwa penentuan harga jual dipengaruhi oleh faktor laba, faktor produk, biaya produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya *overhead* pabrik, dan faktor *ekstern*, seperti elastisitas permintaan, sasaran produk, persaingan pasar dan pengawasan pemerintah.

Berdasarkan hasil penelitian Deasy Natalia Suharno (2006), biaya produksi pada tahun 2004 pada industri kuningan terdiri dari tiga macam yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya *overhead* pabrik. Pengaruh biaya produksi terhadap harga jual ini sebesar 93,8%.

Hal ini sudah sesuai dengan pendapat Mulyadi bahwa biaya mempunyai kepastian yang relatif tinggi dalam penentuan harga jual. Dalam penelitian ini diperoleh pengaruh yang sangat besar sekali, hal ini disebabkan karena penjualan produk berupa pesanan dengan penghitungan biaya variabel. Jadi biaya yang dikeluarkan akan berubah sebanding dengan kegiatan volume produksi.

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan pada penelitian Deasy Natalia Suharno (2006), maka penulis menyimpulkan bahwa biaya produksi memberikan kontribusi terhadap harga jual sebesar 93,8% pada industri kecil kuningan di Desa Growong Lor Kecamatan Juwana Kabupaten Pati, sedangkan sisanya sebesar 6,2% dipengaruhi oleh variabel lain. Pengeluaran biaya produksi dalam penelitian ini adalah biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya *overhead* pabrik dengan menggunakan biaya variabel.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk mengetahui sejauh mana pengaruh biaya terhadap harga jual dengan metode *cost plus pricing* dan dampaknya kepada banyaknya produk dan jasa yang dapat dibeli oleh *customer* PD Topa serta hasil yang diperoleh perusahaan melalui metode tersebut, yang hasilnya akan dituangkan dalam bentuk karya tulis ilmiah berupa skripsi dengan judul **“Peran Informasi Akuntansi Penuh (*Full Accounting Information*) Dalam Menganalisis Penentuan Harga Jual Terkait Biaya Produksi Dengan Menggunakan *Cost Plus Pricing* Berdasarkan Pendekatan *Full Costing* (Studi Kasus Pada PD Topa Sumedang)”**

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut diatas, permasalahan yang penulis identifikasikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Bagaimana perusahaan menghitung harga jual unit produk yang dihasilkan agar dapat memperoleh laba seperti yang diharapkan dengan penerapan *cost plus pricing*?
- 2) Bagaimana perusahaan memperhitungkan unsur-unsur terkait dengan laba yang diharapkan jika *cost plus pricing* digunakan dalam penentuan harga jual produk atau jasa?
- 3) Bagaimana perusahaan dapat meningkatkan laba perusahaan dengan penerapan *cost plus pricing*?
- 4) Bagaimana perusahaan menentukan harga jual berdasarkan kontribusi dari pengaruh biaya produksi yang dikeluarkan dalam proses produksi?

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dilakukannya penelitian ini adalah untuk memperoleh data serta informasi yang dapat membantu untuk menganalisis dan mengetahui sejauh mana pengaruh biaya penuh produksi dalam penentuan harga jual terhadap banyaknya produk dan jasa yang di pasarkan oleh PD Topa dengan menggunakan *cost plus pricing*.

Serta untuk mengetahui harga jual normal yang diperoleh PD Topa, untuk mengetahui besarnya harga jual normal berdasarkan metode *Cost Plus Pricing* dengan pendekatan *Full Costing*, serta untuk mengetahui pada tingkat harga jual berapa PD Topa akan memperoleh laba yang optimal untuk mengembangkan usaha produknya.

Sedangkan tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Untuk mengetahui dan menganalisis penghitungan harga jual unit produk yang diproduksi perusahaan sehingga dapat memperoleh laba yang diharapkan;
- 2) Untuk mengetahui dan menganalisis setiap unsur yang mempengaruhi atau berpengaruh terhadap penentuan harga jual produk atau jasa.
- 3) Untuk mengetahui dan menganalisis apakah penerapan *cost plus pricing* terhadap perusahaan dapat meningkatkan laba perusahaan dibandingkan dengan harga jual yang ditentukan perusahaan saat ini.
- 4) Sejauh mana biaya produksi berpengaruh dan memberikan kontribusi terhadap harga jual pada PD Topa.

1.4. Kegunaan Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini, penulis harapan dapat berguna bagi berbagai pihak, yaitu :

1) Bagi Perusahaan

Sebagai salah satu bahan pertimbangan, dalam proses pengambilan keputusan khususnya bagi manajemen mengenai penentuan harga jual produk dan jasa yang dapat bersaing di pasaran. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dipakai sebagai bahan masukan dan pertimbangan lebih lanjut di bidang akuntansi, sebagai dasar pengambilan keputusan serta langkah-langkah yang diperlukan guna mengambil kebijakan akuntansi dalam penentuan harga jual untuk persaingan usaha.

2) Bagi Penulis

- a. Dengan penelitian ini diharapkan akan menambah pengalaman dan pengetahuan serta dapat digunakan untuk membandingkan antara teori ekonomi tentang harga jual yang diperoleh dengan prakteknya sebagai bahan pembanding dalam penelitian di bidang yang sama.
- b. Untuk menilai sampai sejauh mana penulis dapat menerapkan alat-alat pengujian yang ada dengan menggunakan data-data yang ada, sehingga berdasarkan asumsi dan hipotesis yang digunakan penulis, diperoleh sebuah simpulan yang relevan bahwa metode *cost plus pricing* berpengaruh terhadap penentuan harga jual dan meningkatkan laba perusahaan dibandingkan dengan harga jual yang ditentukan perusahaan.

3) Bagi Pembaca

Sebagai bahan masukan bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan tambahan referensi, sumber bacaan bagi para mahasiswa dan umum yang tertarik dan berkepentingan dalam bidang akuntansi manajemen khususnya mengenai penentuan harga jual, serta dapat berguna bagi penelitian selanjutnya mengenai penentuan harga jual.

1.5 Metode Penelitian

Metode penelitian yang penulis gunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus, melalui teknik pengumpulan data dengan proses wawancara. Dalam metode penelitian ini penulis membahas mengenai :

- Objek penelitian

Objek penelitian yang penulis gunakan adalah biaya produksi dan harga jual pada PD Topa.

- Jenis penelitian

Jenis penelitian yang penulis gunakan adalah jenis penelitian kualitatif melalui penelitian studi kasus.

- Analisis data

Metode analisis data yang akan penulis gunakan adalah analisis regresi sederhana.

- Sumber data

Sumber data yang penulis gunakan yaitu dari data primer (data utama) dan data sekunder (pendukung) yang diperoleh dari PD Topa.

- Teknik pengumpulan data

Penulis menggunakan teknik pengumpulan data melalui penelitian lapangan (observasi, wawancara, catatan lapangan, penggunaan dokumen), dan penelitian kepustakaan.

- Teknik pengolahan data

Penulis melakukan pengolahan data melalui proses analisis, klasifikasi, dan interpretasi atas data primer dan sekunder serta melalui pengujian hipotesis.

- Uji hipotesis

Uji hipotesis yang penulis gunakan adalah melalui uji t-statistik dan koefisien determinasi.

Uji hipotesis dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan mengukur hubungan dan pengaruh keterkaitan antara biaya produksi terhadap penentuan harga jual dalam memperoleh laba atas produk atau jasa, serta mengetahui seberapa besar biaya produksi memberikan kontribusi yang besar dalam penentuan terhadap harga jual