

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dalam memasuki perkembangan ekonomi yang semakin luas sekarang ini dunia usaha di Indonesia mengalami persaingan yang cukup ketat di segala bidang, baik dalam bidang industri maupun jasa. Persaingan tersebut salah satunya disebabkan oleh kemajuan teknologi dan munculnya pesaing-pesaing baru yang berpotensi dalam mengembangkan produk-produk yang beranekaragam dan berkualitas. Oleh karena itu perusahaan terus dituntut untuk dapat meningkatkan seluruh aktivitas produksinya agar mampu bersaing dalam mempertahankan kelangsungan hidupnya, sehingga tujuan utama perusahaan akan tercapai. (<http://www.widyatama.com/>). Agar dapat mempertahankan hidupnya dalam situasi resesi dewasa ini, maka perusahaan berusaha mencari cara untuk dapat memenuhi pesanan dengan biaya serendah mungkin. Untuk mencapai tujuan tersebut, pihak manajemen harus mengambil keputusan yang tepat dari berbagai alternatif-alternatif yang ada. Pembuatan keputusan ini harus dilakukan oleh manajemen dengan dukungan berbagai informasi yang memadai agar dapat menghasilkan keputusan yang baik dalam memenuhi pesanan.

Selain itu, meningkatnya persaingan dalam industri sejenis juga mengakibatkan pasar untuk industri tersebut menjadi *price sensitive*, dimana peningkatan atau penurunan harga yang relatif kecil mengakibatkan dampak yang signifikan pada penjualan. Oleh karenanya agar dapat berhasil dalam situasi persaingan ini, salah satu cara yang dapat ditempuh oleh perusahaan adalah dengan

meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan dengan harga yang relatif lebih murah. Harga jual tidak boleh terlalu rendah agar dapat menutupi semua biaya yang dikeluarkan perusahaan dan memberikan keuntungan yang diinginkan, juga tidak boleh terlalu tinggi agar perusahaan dapat bersaing. Untuk dapat memberikan harga jual yang tepat bagi konsumen, maka manajemen harus dapat menetapkan harga jual yang tepat.

Menurut Ricky W. dan Ronald J. Ebert (2006:20), "Penetapan harga jual adalah proses penentuan apa yang akan diterima suatu perusahaan dalam penjualan produknya." Perusahaan melakukan penetapan harga jual dengan berbagai cara. Pada perusahaan kecil, harga biasanya ditetapkan oleh manajemen puncak bukannya oleh bagian pemasaran. Sedangkan pada perusahaan-perusahaan besar, penetapan harga biasanya ditangani oleh manajer divisi dan lini produk. Bahkan disini manajemen puncak juga menetapkan tujuan dan kebijakan umum penetapan harga serta memberikan persetujuan atas usulan harga dari manajemen dibawahnya.

Selain harga jual, harga pokok produk juga tidak kalah pentingnya. Harga pokok produk sangat mempengaruhi penentuan harga jual dan laba yang diharapkan perusahaan. Menurut Mulyadi (2001:78), elemen-elemen yang membentuk harga pokok produksi dapat dikelompokkan menjadi tiga golongan besar yakni Bahan Langsung, Tenaga Kerja Langsung, dan Overhead.

Menurut Mulyadi (2001:49), "penentuan harga pokok dan harga jual dapat dihitung dengan dua pendekatan, yaitu dengan menggunakan *Full Costing* dan *Variabel Costing*".

Full costing adalah metode penentuan harga pokok dengan memasukkan seluruh komponen biaya produksi sebagai unsur harga pokok, yang meliputi biaya

bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik variabel dan biaya overhead pabrik tetap. Sedangkan *variable costing* adalah metode penetapan harga pokok yang hanya memasukkan komponen biaya produksi yang bersifat variabel sebagai unsur harga pokok, yang meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik variabel.

Penelitian mengenai metode biaya ini telah banyak dilakukan. Penelitian ini telah dilakukan oleh Siti Mulyani (2008:4) dan Elisa (2009: 5). Siti Mulyani melakukan penelitian dengan judul Analisis Metode Biaya Dalam Penetapan Harga Pokok Produk dan Harga Jual Produk sedangkan Elisa melakukan penelitian dengan judul Analisis Metode Biaya Berdasarkan Aktivitas Dalam Penetapan Harga Pokok Produk dan Harga Jual Produk. Kedua penelitian ini dilakukan untuk mengetahui perusahaan telah mengelompokkan biaya dengan tepat dan hubungan metode biaya dalam penetapan harga pokok dan harga jual produk. Penelitian itu ternyata memberikan hasil yang menunjukkan bahwa CV. X telah mengelompokkan biaya dengan tepat, hanya saja untuk menggunakan metode biaya, biaya harus dikelompokkan lagi menjadi biaya yang bersifat tetap dan variabel dan jika akan menggunakan metode berdasarkan aktivitas, biaya harus dialokasikan kedalam aktivitas-aktivitas. Selain itu penghitungan harga pokok perusahaan masih sangat sederhana yaitu hanya menghitung semua biaya produksi lalu dibagikan dengan jumlah barang. CV.X juga tidak menggunakan metode apapun dalam menetapkan harga jual, harga jual ditetapkan oleh marketing dan pemilik perusahaan berdasarkan pengalaman mereka. Penetapan harga seperti itu dapat mengakibatkan kesalahan dalam pemberian harga. Hasil kedua penelitian tersebut menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara perhitungan harga jual menggunakan

metode biaya dan metode biaya berdasarkan aktivitas dengan perhitungan harga jual menurut perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Siti Mulyani dan Elisa, dimana penelitian sebelumnya tidak mengidentifikasi apakah metode biaya dapat meningkatkan laba perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai penentuan harga pokok dan harga jual menggunakan metode biaya yang tepat pada CV. QUICKLINE GARMENT. Adapun judul yang diajukan penulis untuk penelitian ini adalah:

“ANALISIS METODE BIAYA DALAM PENETAPAN HARGA POKOK PRODUK DAN HARGA JUAL PRODUK PADA CV. QUICKLINE GARMENT”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang penelitian, maka penulis dapat mengidentifikasi masalah-masalah yang akan menjadi pokok pembahasan dalam penyusunan skripsi ini, yaitu:

1. Apakah perusahaan telah mengelompokkan biaya dengan tepat?
2. Apakah hubungan metode biaya dalam penetapan harga pokok dan harga jual produk?
3. Bagaimana metode biaya dapat mempengaruhi peningkatan laba perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan diadakannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah perusahaan telah mengelompokkan biaya dengan tepat.
2. Untuk mengetahui hubungan antara penetapan harga pokok dan harga jual produk, dengan menggunakan metode yang sama.
3. Untuk mengetahui metode biaya yang tepat, yang dapat digunakan untuk meningkatkan laba perusahaan.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian dalam skripsi ini diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai pihak, antara lain:

1. Bagi perusahaan yang menjadi objek penelitian

Dalam penelitian ini, penulis berharap dapat memberi masukan kepada perusahaan mengenai metode yang tepat dalam penetapan harga pokok dan harga jual.

2. Bagi pembaca

Penulis berharap, hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi para pembacanya, baik untuk menambah wawasan dan pengetahuan, juga sebagai referensi dalam penelitian-penelitian sejenis yang mungkin akan dilakukan.

3. Bagi penulis sendiri

Penelitian ini sendiri dapat berguna bagi penulis untuk mengetahui apakah ilmu-ilmu teoritis yang didapat selama masa perkuliahan dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, penulis memperoleh pengalaman untuk ikut terjun dalam kegiatan perusahaan secara langsung.