

---

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Penelitian

Dewasa ini Indonesia makin aktif ikut serta dalam perdagangan internasional. Indonesia tumbuh menjadi salah satu negara pengekspor berbagai komoditi. Produk-produk perusahaan Indonesia sudah dipasarkan ke berbagai penjuru dunia. Dengan adanya arus globalisasi ekonomi membawa dampak yang cukup besar terhadap aktivitas bisnis, hal ini ditandai dengan semakin ketatnya persaingan baik yang berasal dari dalam negeri maupun dari mancanegara.

Persaingan juga terjadi terutama pada industri yang sangat bergantung pada mode yang perubahannya amat cepat, seperti industri garmen, rajut, dan sepatu. Industri rajut, sebagai salah satu industri pemuas kebutuhan masyarakat akan sandang terus berkembang. Bergesernya alasan kebutuhan dan perhatian masyarakat baik kaum wanita maupun pria pada pakaian sekarang ini, tidak hanya sebagai alat penutup tubuh, tetapi juga sebagai alat pemuas kebutuhan akan rasa seni, sehingga menuntut industri rajut untuk bisa menghasilkan produk yang berkualitas dan sesuai dengan perkembangan dunia mode yang berlaku. Penentuan produk rajut di Indonesia selain datang dari dalam negeri, juga datang dari luar negeri. Hal ini karena produk rajut Indonesia sudah bisa bersaing dengan produk rajut luar negeri, baik dalam hal harga maupun kualitas. Agar dapat mempertahankan hidupnya dalam situasi

resesi dewasa ini, maka perusahaan berusaha mencari cara untuk bisa 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.

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

---

## **“ANALISIS METODE BIAYA DALAM PENETAPAN HARGA POKOK PRODUK DAN HARGA JUAL PRODUK”**

### **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, metode yang tepat dalam menetapkan 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.