

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Beberapa tahun belakangan ini Indonesia dilanda permasalahan ekonomi yang lumayan pelik. Hal ini dapat terlihat dari perubahan pasar yang ditandai dengan naiknya harga barang-barang kebutuhan yang ada. Perubahan ini menyebabkan turunnya daya beli masyarakat sehingga banyak perusahaan yang tidak lagi memproduksi karena tidak ada permintaan dari pasar.

Perubahan pasar juga mengakibatkan persaingan antar perusahaan semakin tajam. Setiap perusahaan harus mampu bersaing dalam pasar yang semakin sempit karena daya beli masyarakat yang menurun. Untuk mencapai keberhasilan dalam persaingan tersebut, perusahaan dituntut untuk menghasilkan produk yang bermutu tinggi dengan harga jual yang kompetitif.

Untuk menetapkan harga jual yang kompetitif tidaklah mudah. Umumnya harga jual ditentukan oleh besarnya permintaan dan penawaran di pasar. Oleh karena itu sangat sulit bagi manajer untuk memperoleh kepastian harga jual. Jumlah pesaing yang memasuki pasar, selera konsumen, harga jual produk pesaing, merupakan beberapa faktor yang mempengaruhi terbentuknya harga jual produk di pasar yang sulit diprediksi.

faktor yang dapat digunakan oleh manajemen dan memiliki kepastian tinggi dalam menetapkan harga jual adalah biaya. Biaya memberikan batas bawah harga jual dari produk yang akan dipasarkan. Biaya memang tidak menentukan harga jual

dan bukan merupakan satu-satunya faktor yang harus diperhitungkan dalam menentukan harga jual. Meskipun demikian, tidak dapat dipungkiri bahwa manajemen perusahaan menggunakan biaya sebagai dasar yang lebih pasti untuk membuat kebijaksanaan harga jual dengan tetap memperhitungkan laba yang diharapkan perusahaan.

Pada perusahaan manufaktur, informasi biaya ini terlihat pada perhitungan harga pokok produk yang mencerminkan total biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi suatu produk. Biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik merupakan beberapa elemen yang harus diperhitungkan dalam menentukan harga pokok produksi.

Penetapan harga pokok produk pada perusahaan manufaktur sangat ditentukan oleh proses produksi yang dilaksanakan oleh perusahaan. Berdasarkan proses produksi, akuntansi biaya mengenal dua metode pengumpulan biaya, yaitu metode harga pokok pesanan dan metode harga pokok proses.

Perusahaan yang berproduksi massa, mengumpulkan harga pokok produksinya dengan menggunakan metode harga pokok proses sedang perusahaan yang berproduksi berdasarkan pesanan dari luar atau dari dalam perusahaan, menggunakan metode harga pokok pesanan.

Perusahaan yang diteliti oleh penulis bergerak dalam bidang industri kue yang melaksanakan produksi berdasarkan proses. Perusahaan ini berdiri sejak tahun 2001, yang beralamat di jalan marga jaya dalam II no:7 Bandung.

Berdasarkan uraian diatas, melihat pentingnya penghitungan biaya produksi maka penulis tertarik untuk meneliti lebih jauh bagaimana melaksanakan produksi berdasarkan proses. Ketertarikan ini dituangkan penulis dalam bentuk penelitian dengan judul **“Peranan Metode Harga Pokok Dalam Menentukan Harga Jual”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah dalam penelitian ini dirumuskan beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimanakah pengelompokan dan penggolongan biaya yang terjadi di perusahaan.
2. Apakah metode harga pokok telah diterapkan dalam perusahaan secara memadai.
3. Bagaimanakah peranan metode harga pokok dalam menentukan harga jual.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menjawab identifikasi masalah yang telah dipaparkan penulis yaitu :

1. Untuk mengetahui pengelompokan dan penggolongan biaya di perusahaan.
2. Untuk mengetahui apakah metode harga pokok telah diterapkan dalam perusahaan secara memadai.
3. Untuk mengetahui bagaimanakah peranan metode harga pokok dalam menentukan harga jual.

1.4 Kegunaan Penelitian

Dengan melakukan penelitian ini, diharapkan data dan informasi yang diperoleh dapat memberi kegunaan sebagai berikut :

1. Bagi penulis

Sebagai bagian dari proses belajar serta menambah pengetahuan dan wawasan penulis dalam hal penerapan metode harga pokok dalam rangka penetapan harga jual.

2. Bagi perusahaan

Untuk memberikan sumbangan pemikiran serta saran perbaikan bagi perusahaan jika ditemukan kesalahan-kesalahan atau kelemahan pada waktu menerapkan metode harga pokok dalam rangka penetapan harga jual.

3. Bagi pihak lain

Sebagai bahan pembanding serta dapat dijadikan sebagai bahan informasi untuk penelitian lebih lanjut bagi pihak lain yang memerlukan.