

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Berbisnis merupakan suatu kegiatan atau aktivitas untuk memenuhi kebutuhan orang atau masyarakat dengan menciptakan barang atau jasa dengan tujuan utamanya memiliki keuntungan / laba. Dalam berbisnis harus memperhatikan strategi yang tepat untuk memenangkan persaingan yang ada di pasaran sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai. Menurut (Sukirno, 2010) Bisnis adalah kegiatan untuk memperoleh keuntungan, semua orang atau individu maupun kelompok melakukan kegiatan bisnis pastinya untuk mencari keuntungan agar kebutuhan hidupnya terpenuhi. Tidak ada orang yang melakukan bisnis untuk mencari kerugian. Sedangkan menurut (Madura, 2001) Bisnis adalah suatu badan yang diciptakan untuk menghasilkan produk barang dan jasa kepada pelanggan. Setiap bisnis mengadakan transaksi dengan orang-orang. Orang-orang itu menanggung akibat karena bisnis tersebut, mereka. Kerja sama lintas fungsional di dalam bisnis adalah dengan menekankan kebutuhan para manajer dari area fungsional yang berbeda untuk memaksimalkan laba dalam mencapai tujuan bersama.

Menurut (Riwayadi, 2017) faktor utama kesuksesan adalah faktor yang secara langsung memengaruhi kepuasan pelanggan, seperti biaya, mutu, serta inovasi produk dan jasa. Perusahaan harus mampu menghasilkan produk dengan biaya rendah, waktu pemrosesan yang pendek, kualitas bagus, dan inovatif. Salah satu strategi untuk memaksimalkan laba yakni menentukan harga. Menurut (Assauri, 2014) harga merupakan satu-satunya unsur marketing mix yang menghasilkan penerimaan penjualan, sedangkan unsur lainnya hanya unsur biaya saja. (Tjiptono, 2014) mengatakan bahwa Harga (*price*) adalah satu-satunya bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lainnya (produk, distribusi dan promosi)

menyebabkan adanya biaya atau pengeluaran. Harga menjadi salah satu pertimbangan konsumen untuk membeli produk / jasa, maka bagi perusahaan menentukan harga menjadi hal terpenting untuk meningkatkan permintaan pasar. Jika permintaan pasar meningkat maka meningkat juga laba yang diperoleh perusahaan. Penentuan harga jual merupakan salah satu keputusan manajemen. Hidup matinya perusahaan dalam jangka panjang bergantung pada keputusan *pricing* ini (Sodikin, 2015).

Menetapkan harga jual dari suatu produk / jasa perusahaan dapat menjaga keberlangsungan operasional bisnis. Seorang pengusaha harus cermat dalam menentukan harga jual suatu produk / jasa agar dapat mencapai tujuannya yakni memaksimalkan keuntungan / laba, mendapatkan dan mempertahankan pasar, melakukan stabilitas harga, dan menjaga keutuhan perusahaan. Menurut (Mulyadi, 2001) ada 3 (tiga) metode dalam penentuan harga jual:

1. Penentuan harga jual dalam keadaan normal
2. Penentuan harga jual dalam *cost-type contract*
3. Penentuan harga jual pesanan khusus

Ada 2 (dua) penentuan besarnya biaya harga pokok produksi yakni pendekatan *full costing* dan pendekatan *variable costing*. Metode pendekatan *full costing* merupakan semua biaya produksi baik yang bersifat variable maupun yang tetap dianggap bagian dari harga pokok produksi. (Firmansyah, 2014) Jika perusahaan menggunakan pendekatan *full costing* dalam penentuan harga pokok produknya, maka total biaya produksi (biaya bahan baku + biaya tenaga kerja langsung + biaya *overhead* pabrik variabel + biaya *overhead* pabrik tetap) ditambah dengan total biaya nonproduksi (biaya administrasi & umum + biaya pemasaran) (Mulyadi, 2001). Metode pendekatan *variable costing* merupakan biaya disamping *full costing*, yakni hanya biaya produksi yang berperilaku variable saja pada produk. Jika perusahaan menggunakan pendekatan *variable costing* dalam penentuan harga pokok produknya, maka total biaya produksi (biaya bahan baku + biaya tenaga kerja langsung + biaya

*overhead* pabrik variabel) ditambah dengan total biaya tetap (biaya *overhead* pabrik tetap + biaya pemasaran tetap) (Mulyadi, 2001).

Dalam berbisnis perusahaan harus mengetahui apakah perusahaan mengalami peningkatan keuntungan atau sebaliknya yakni dengan menganalisis harga jual yang ditentukan perusahaan. Biaya produksi merupakan faktor utama dalam menentukan harga jual suatu produk. Harga pokok produksi merupakan semua biaya langsung dan tidak langsung yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk proses produksi produk / jasa sehingga produk / jasa tersebut dapat di jual. Menurut (Utami, 2019) komponen harga pokok produksi yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik.

Dalam menentukan harga jual pencatatan harga pokok produksi harus dicatat dengan secara akurat dan menyeluruh, karena jika perusahaan tidak mencatat biaya *overhead* pabrik, bahan baku, dan tenaga kerja langsung secara akurat dan menyeluruh maka akan mempengaruhi keputusan menentukan harga jual produk / jasa. Harga pokok produksi yang dihitung salah oleh perusahaan maka akan mengalami kerugian jika harga jual yang ditentukan perusahaan tidak dapat menutupi biaya – biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan. Perusahaan dalam menentukan harga jual harus memperhatikan faktor eksternal dan internal perusahaan antara lain persaingan, permintaan, penawaran, biaya BOP, dan lain – lain.

Pada umumnya perusahaan yang baru memulai usahanya memperhitungkan harga jual bukan menggunakan prinsip akuntansi yang benar, melainkan menggunakan perkiraan pemilik, karena tidak semua pengusaha mengerti biaya – biaya apa saja yang digolongkan ke dalam produksi atau di luar produksi, sehingga banyak perusahaan yang baru memulai usaha bangkrut / gulung tikar karena menentukan harga jual yang tidak dapat menutupi biaya – biaya yang sudah dikeluarkan perusahaan.

Pada penelitian terdahulu (Oktavia Toar, 2017) menjelaskan pada bidang makanan yaitu memproduksi roti dengan judul membandingkan harga jual dengan metode *Cost Plus Pricing* dan *Mark-up Pricing* pada Dolphin Donuts Bakery, sedangkan penelitian ini meneliti pada bidang bangunan (pintu PVC) dengan membandingkan harga jual menggunakan metode *Cost Plus Pricing* dan harga jual yang sudah ditetapkan oleh perusahaan dalam meningkatkan laba pada CV Cipta Indah Abadi. Sehingga adanya perbedaan objek analisis.

CV Cipta Indah Abadi merupakan salah satu usaha yang bergerak dalam bidang bangunan yakni memproduksi pintu PVC. Perusahaan ini berdiri sejak tahun 2009 namun dalam menentukan harga jual perusahaan ini masih menggunakan cara yang tradisional. Dalam menentukan harga jual pada produk pintu PVC ini dengan memperhitungkan biaya produksi produk tersebut. Biaya – biaya dalam memproduksi pintu PVC dihitung oleh pemilik tidak secara rinci namun dengan perkiraan saja dengan cara menjumlahkan modal dan biaya – biaya serta menambahkan laba yang diinginkan perusahaan, bahkan ada biaya – biaya yang tidak tertulis oleh pemilik. Sehingga harga pokok produksi pintu PVC yang ditetapkan oleh CV Cipta Indah Abadi belum memperhitungkan seluruh biaya yang dikeluarkan untuk membuat pintu PVC, akibatnya laba yang diperoleh CV Cipta Indah Abadi belum menunjukkan nilai laba yang sebenarnya. Maka manajemen CV Cipta Indah Abadi perlu menganalisis harga pokok produksi yang ditentukan perusahaan agar dapat membantu CV Cipta Indah Abadi dalam menentukan perbandingan harga jual dan mengetahui biaya produksi & non-produksi yang diperlukan saat memproduksi pintu PVC dengan metode *Cost Plus Pricing & Full Costing*.

Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti melakukan penelitian dengan judul “Analisis Penetapan Harga Jual Dalam Meningkatkan Laba”.

(Septiaono, 2018)

## 1.2 Perumusan Masalah

Perusahaan memiliki tujuan utamanya dengan memperoleh laba / keuntungan yang maksimal dengan cara menentukan harga jual yang tepat sehingga dapat bersaing dengan kompetitor nya dan mempertahankan perusahaannya agar tetap berdiri. Setiap perusahaan memiliki permasalahan dengan menentukan harga jual salah satunya CV Cipta Indah Abadi yang harus menentukan harga jual yang dimana harga jual tersebut dapat masuk di harga pelanggannya dan dapat meningkatkan jumlah permintaan namun dapat bersaing dengan pesaing nya.

Permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan dalam bentuk pertanyaan yaitu: Bagaimana perbedaan laba yang dihasilkan diantara 2 metode yaitu penentuan harga jual dengan metode *Cost Plus Pricing* dan harga jual yang ditetapkan perusahaan?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

untuk mengetahui perbedaan laba yang dihasilkan diantara 2 metode yaitu penentuan harga jual dengan metode *Cost Plus Pricing* dan harga jual yang ditetapkan perusahaan

## 1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan teori dan masalah yang ada, hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi:

### 1. Bermanfaat bagi perusahaan CV Cipta Indah Abadi

CV Cipta Indah Abadi dapat mengetahui harga jual yang sesuai dengan metode penentuan harga jual dan mengetahui laba yang seharusnya diperolehnya serta berguna untuk mengambil keputusan di masa yang akan datang dalam penentuan harga jual.

## 2. Bermanfaat bagi pembaca

Pembaca dapat menambah ilmu pengetahuan tentang penentuan harga jual yang dihitung dengan teori dan praktek / di lapangan dengan metode berbasis biaya dan laba yang ingin diperoleh perusahaan. 3. Bermanfaat bagi pihak – pihak lain

Bagi pihak – pihak lain bermanfaat untuk memberi masukkan informasi terhadap pentingnya penentuan harga jual dalam bersaing.

