

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Dewasa ini perekonomian dunia berkembang semakin pesat. Tuntutan konsumen terhadap suatu produk dan jasanya semakin meningkat dan bervariasi sehingga mengakibatkan persaingan yang ketat di antara sesama produsen untuk menguasai pasar. Dengan adanya persaingan yang semakin ketat, perusahaan berusaha meningkatkan kualitas produk dan jasa yang dihasilkannya.

Persaingan yang ketat, khususnya terjadi pada industri tekstil di Jawa Barat, yang berkembang menjadi pusat tekstil nasional. Perkembangan industri tekstil ditandai dengan banyaknya perusahaan tekstil yang berasal dari dalam maupun luar negeri, yang mendirikan pabriknya di Indonesia serta memproduksi dan menawarkan produk sejenis.

Persaingan dalam tekstil ini sangat memacu perusahaan untuk memberikan yang terbaik bagi masyarakat. Tetapi tidaklah mudah bagi suatu produk untuk diterima masyarakat, karena hal itu sangat berkaitan erat dengan strategi-strategi dan kebijakan-kebijakan yang diterapkan perusahaan. Wheelen dan Hunger (2000:13) berpendapat "*Just as many firms often have no formally stated objectives, many firms have unstated, incremental, or intuitive strategies that have never been articulated or analyzed*". Untuk menghadapi kesempatan dan ancaman, perusahaan besar maupun kecil biasanya akan membuat strategi baik lisan maupun tertulis.

Setiap perusahaan mempunyai tujuan yang telah ditetapkan. Segala kegiatan yang dilakukan perusahaan diarahkan untuk mencapai tujuan tersebut. Berbagai kebijaksanaan dibuat dan dituangkan dalam bentuk strategi baik jangka pendek, menengah, maupun jangka panjang.

Strategi tersebut harus memuat perencanaan yang tepat mengenai pengalokasian biaya, sebab pengalokasian biaya tersebut berkaitan erat dalam perhitungan *Cost of Good Sold* (COGS). Bila pengalokasian biaya terlalu besar, maka harga pokok yang dihasilkan lebih tinggi, akibatnya harga jual produk yang dipasarkan menjadi relatif lebih mahal dari harga jual pesaing. Di lain pihak, bila pengalokasian biaya terlalu rendah, maka harga pokok yang dihasilkan lebih kecil, akibatnya harga jual produk yang dipasarkan menjadi relatif lebih murah sehingga perusahaan tidak dapat mencapai laba yang optimal.

Salah satu strategi untuk menetapkan alokasi biaya secara tepat adalah dengan menentukan harga jual produk dengan konsep *differential cost*. Dengan konsep *differential cost* diharapkan harga jual produk tidak terlalu tinggi dan tidak terlalu rendah sehingga perusahaan dapat menghadapi persaingan pasar dan dapat mencapai laba yang optimal.

Konsep *differential cost* memberikan solusi agar penetapan harga jual produk dapat diturunkan tanpa mengurangi pencapaian laba secara optimal. Dengan penurunan harga jual produk tersebut, diharapkan masyarakat dapat lebih tertarik untuk menerima produk yang dihasilkan oleh perusahaan.

PT X adalah perusahaan tekstil yang memproduksi kain sarung. Seperti kebanyakan perusahaan tekstil lainnya, PT X juga berusaha untuk tetap mempertahankan eksistensinya dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat. Tujuannya agar produk dan jasa yang dihasilkan perusahaan dapat diterima oleh masyarakat.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai peranan *differential cost*. Oleh karena itu judul skripsi ini adalah : **“Penerapan Konsep *Differential Cost* Dalam Menentukan Harga Jual Produk Secara Akurat Untuk Menghadapi *Competitive Market*.”**

## 1.2 Identifikasi Masalah

Guna menghadapi persaingan yang semakin ketat, perusahaan harus dapat bersaing dengan perusahaan-perusahaan lain yang bergerak di bidang yang sama. Perusahaan harus melakukan strategi yang tepat dalam menetapkan harga jual produk sehingga perusahaan dapat mencapai laba yang optimal.

Dari uraian di atas, masalah yang akan diteliti sebagai berikut :

1. Bagaimana pengalokasian biaya yang dilakukan oleh perusahaan.
2. Bagaimana perusahaan menetapkan harga jual produk.
3. Bagaimana cara penetapan harga jual produk dengan menggunakan konsep *differential cost*.
4. Sejauh mana peranan konsep *differential cost* dalam membantu perusahaan menghadapi *competitive market*.

### 1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan jawaban atas masalah-masalah yang telah diidentifikasi yaitu:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengalokasian biaya yang dilakukan oleh perusahaan.
2. Untuk mengetahui bagaimana perusahaan menetapkan harga jual produk.
3. Untuk mengetahui cara penetapan harga jual produk dengan menggunakan konsep *differential cost*.
4. Untuk mengetahui peranan konsep *differential cost* dalam membantu perusahaan menghadapi *competitive market*.

### 1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi :

1. Perusahaan yang menjadi objek penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan yang berguna mengenai konsep *differential cost*, sehingga dapat membantu pihak manajemen dalam pengambilan keputusan.

2. Bagi penulis

Penelitian ini menambah pengetahuan terapan atas teori-teori yang telah diterima selama ini dan mendapatkan pemahaman yang lebih dalam mengenai *differential cost* dalam penentuan harga jual produk.

### 3. Bagi pembaca

Diharapkan penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan informasi sebagai bahan referensi bagi mereka yang ingin meneliti lebih lanjut mengenai konsep *differential cost* dalam penentuan harga jual produk.

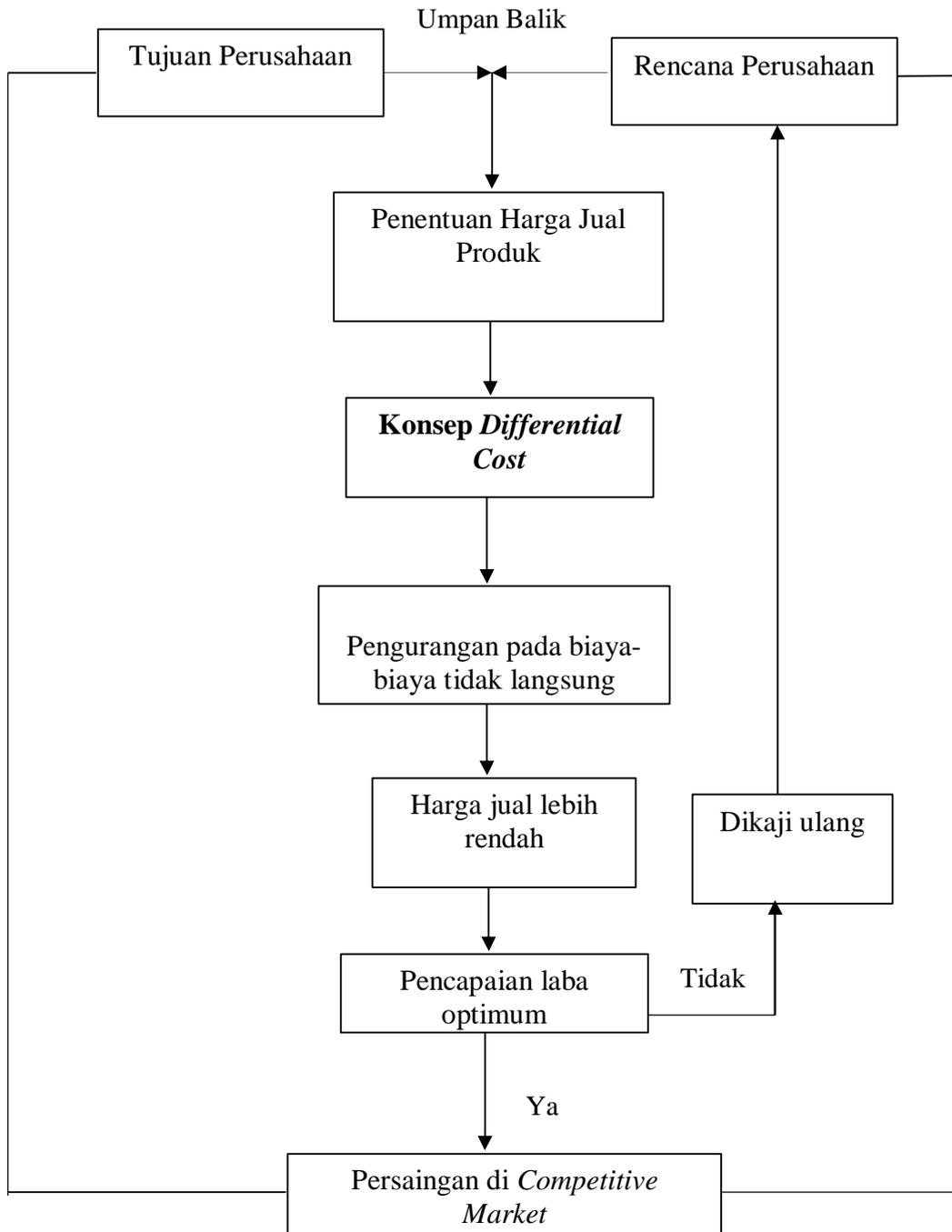
## 1.5 Kerangka Pemikiran

Tujuan perusahaan pada umumnya adalah memaksimalkan laba agar dapat meningkatkan kegiatan usahanya sehingga dapat beroperasi secara efektif dan efisien, serta dapat bersaing dengan perusahaan sejenis. Untuk itu diperlukan perencanaan yang matang serta strategi yang tepat untuk dapat mencapai tujuan tersebut. Dalam melakukan perencanaan serta pengimplementasian strategi, diperlukan informasi harga jual produk secara akurat.

Untuk mendapatkan harga jual produk yang akurat diperlukan suatu sistem pengalokasian biaya secara tepat. Dalam pengalokasian biaya tersebut, diharapkan perusahaan memperoleh harga jual yang akurat. Dengan konsep *differential cost* harga pokok yang diperoleh, ditelusuri terlebih dahulu, apakah biaya-biaya tidak langsung dapat dikurangi atau mungkin dihilangkan. Konsep ini bertujuan agar harga jual yang diperoleh dapat lebih rendah. Dengan demikian masyarakat dapat lebih tertarik untuk menerima produk yang dihasilkan perusahaan. Salah satu strategi ini diharapkan dapat diterapkan dengan benar, sehingga perusahaan tetap dapat mencapai laba optimum.

**Bagan Alur Kerangka Berpikir**

**Gambar 1.1**



Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, maka penulis dapat menarik hipotesis sebagai berikut, bahwa **Penggunaan Konsep *Differential Cost* akan menghasilkan informasi harga jual produk secara akurat.**

## 1.6 Metodologi Penelitian

Menurut Nazir (1998) : metodologi penelitian merupakan urutan-urutan kerja yang harus dilakukan dalam melaksanakan suatu penelitian. Langkah-langkah dalam penelitian merupakan proses yang teratur dan sistematis.

Dalam melakukan penelitian ini, digunakan metode deskriptif analisis dengan cara mengumpulkan dan menyajikan data yang berhubungan dengan masalah yang diteliti sehingga dapat memberikan gambaran dengan jelas mengenai karakteristik masalah yang diteliti. Selanjutnya kemudian penulis melakukan analisis. Berdasarkan analisis ini, penulis akhirnya dapat menarik kesimpulan dan memberikan saran.

Langkah-langkah kerja yang dilakukan dalam melaksanakan penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **1. *Studi Lapangan (Field Research)***

Teknik ini digunakan untuk memperoleh data primer, dilakukan dengan meninjau dan meneliti secara langsung perusahaan yang mejadi objek penelitian. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

- ∨ **Observasi**, yaitu meninjau dan mengamati secara langsung ke perusahaan mengenai segala sesuatu yang berhubungan dengan topik permasalahan.
- ∨ **Wawancara**, yaitu dimana penulis melakukan tanya jawab dengan pihak-pihak yang berkaitan untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam melakukan penelitian.

## **2. *Studi Literatur (Library Research)***

Teknik ini digunakan untuk memperoleh data sekunder sebagai dasar dan pedoman yang dapat dipertanggungjawabkan dalam penelitian ini. Data sekunder diperoleh dengan membaca dan mempelajari literatur- literatur, karya-karya ilmiah, dan buku-buku yang berhubungan dengan masalah yang diteliti agar diperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai masalah yang diteliti.

### **1.7 Waktu dan Tempat Penelitian**

Penelitian yang penulis lakukan bertempat di PT X yang berlokasi di wilayah Majalaya, Kab.Bandung. Penelitian ini akan berlangsung selama  $\pm$  6 bulan.