

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Persaingan di dalam dunia usaha dewasa ini semakin ketat, disertai dengan sistem pasar bebas yang makin dinamis dan bergejolak, membutuhkan respons strategis yang tepat untuk setiap masalah yang dihadapi. Batas antara bidang usaha juga semakin tidak jelas, karena perusahaan yang semula bergerak di satu bidang melakukan diversifikasi dan masuk bidang lain dan berhasil. Perubahan lain yang juga terjadi adalah pergeseran tingkah laku konsumen. Dewasa ini konsumen tidak lagi terlalu percaya pada merek (*brand*) terkenal. Mereka semakin menuntut layanan prima, baik dari segi harga, mutu maupun waktu. Semakin tajamnya tingkat persaingan antar perusahaan tidak hanya mendorong perusahaan untuk lebih kreatif, tetapi juga menuntut perusahaan untuk melakukan perhitungan harga pokok standar yang dapat bersaing dengan perusahaan lain.

Agar dapat bersaing dan bertahan dalam situasi sekarang ini, perusahaan perlu mengambil strategi yang tepat, salah satunya adalah strategi dalam penentuan harga jual. Umumnya perusahaan menentukan harga jual dari harga pokok produk. Dalam mengelola perusahaannya, manajemen memerlukan informasi biaya yang lebih terperinci dan lengkap mengenai harga pokok produk. Manajemen membutuhkan perhitungan harga pokok untuk masing-masing produk yang dihasilkannya. Manajemen membutuhkan data tentang harga pokok produk sebagai pedoman pengambilan keputusan mengenai harga jual.

Salah satu hal yang harus diperhatikan dalam menetapkan harga jual produk adalah harga pokoknya. Dengan demikian, agar perusahaan dapat bertahan dalam persaingan, mereka harus mampu menghitung harga pokoknya secara tepat dan akurat, sehingga harga jual yang dihasilkan dapat bersaing dengan harga jual produk pesaing.

Kegiatan perusahaan dalam membuat perhitungan harga pokok yang tepat dan benar merupakan salah satu kegiatan yang penting di dalam menentukan harga jual. Karena harga pokok biasanya bertujuan untuk membantu perusahaan dalam menentukan harga jual yang tepat. Sebaliknya perhitungan harga pokok yang kurang tepat dan benar dapat mempengaruhi di dalam penentuan harga jual. Jika harga pokok dihitung terlalu kecil atau belum semua unsur biaya dimasukkan dalam perhitungan harga pokok maka akan mengurangi tingkat laba yang diperoleh perusahaan dan ada kemungkinan perusahaan akan mengalami kerugian.

Sedangkan perhitungan harga pokok yang terlalu tinggi tentu saja dapat mempengaruhi daya saing di bidang harga. Selain perusahaan harus memperhatikan tingkat persaingan di bidang harga, perusahaan juga harus memperhatikan kualitas produk yang baik.

Saat ini, industri *clothing* cukup berkembang dengan pesat. Industri *clothing* ini dapat memperluas kesempatan usaha dan lapangan kerja. Perusahaan HMS merupakan salah satu perusahaan yang dapat dikategorikan sebagai perusahaan kecil yang sedang berkembang, yang bergerak dalam industri *clothing*. Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk mengambil Perusahaan HMS

sebagai objek penelitian dalam melakukan penelitian mengenai “**Analisis Perhitungan Harga Pokok Produk Sebagai Salah Satu Alat Bantu Manajemen Dalam Menentukan Harga Jual**”

1.2 Identifikasi Masalah

Harga pokok memiliki peranan penting di dalam menentukan harga jual, dan harga jual akan mempengaruhi besarnya laba yang diinginkan oleh perusahaan. Perhitungan harga pokok yang tepat dan benar akan sangat membantu perusahaan dalam mengambil keputusan yang benar di dalam menentukan harga jual. Pada dasarnya, perusahaan pasti ingin mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya dan dapat bersaing dengan pesaingnya. Oleh karena itu perusahaan harus dapat menetapkan harga jual yang bersaing agar dapat menang di dalam persaingan pasar. Perusahaan di dalam membuat anggaran harga pokoknya harus benar-benar menghitung segala biaya yang mungkin akan dikeluarkan oleh perusahaan dalam memproduksi, sehingga di dalam menghitung dan menambahkan laba yang diharapkan tidak terjadi kesalahan.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk membahas beberapa hal yang berhubungan dengan perhitungan harga pokok pada Perusahaan HMS untuk produk *clothing*, yaitu :

1. Bagaimana cara perhitungan harga pokok yang selama ini dilakukan oleh Perusahaan HMS?
2. Bagaimana cara Perusahaan HMS menetapkan harga jual untuk produk yang dihasilkan?

3. Bagaimana peranan perhitungan harga pokok dalam menetapkan harga jual produk pada Perusahaan HMS?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, penelitian bertujuan:

1. Untuk mengetahui dan mengevaluasi perhitungan harga pokok yang dilakukan oleh Perusahaan HMS.
2. Untuk mengetahui penetapan harga jual oleh perusahaan atas produk yang dihasilkannya.
3. Untuk memahami peranan perhitungan harga pokok dalam membantu manajemen dalam menetapkan harga jual pada Perusahaan HMS

1.4 Kegunaan Penelitian

Menyadari adanya keterbatasan dalam penulisan ini, penulis mengharapkan agar penelitian ini sedikit banyak dapat bermanfaat bagi berbagai pihak :

1. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran mengenai cara perhitungan harga pokok yang tepat, agar penetapan harga jual dapat dilakukan secara tepat.
2. Bagi penulis, penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan dan mengetahui mengenai penerapan teori-teori penetapan harga jual yang tepat. Selain itu, untuk memenuhi salah satu persyaratan akademis, untuk mengikuti

ujian sidang sarjana lengkap di Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi Universitas Kristen Maranatha.

3. Bagi pembaca, dapat menjadi referensi bagi pihak-pihak yang membutuhkan, terutama bagi rekan-rekan mahasiswa yang sedang menyusun skripsi atau tugas perkuliahan lainnya, khususnya dalam hal perhitungan harga pokok dalam menentukan harga jual..

1.5 Rerangka Pemikiran dan Hipotesis

Salah satu tujuan didirikannya perusahaan adalah untuk mendapatkan laba agar perusahaan dapat bertahan hidup dan mengembangkan usahanya. Laba perusahaan didapat bila pendapatan yang diterima perusahaan berupa penjualan produk-produknya lebih besar daripada pengeluaran yang terjadi. Penjualan berkaitan erat dengan harga pokok dan harga jual.

Perhitungan harga pokok merupakan salah satu hal yang penting bagi perusahaan untuk tetap dapat bertahan dalam persaingan dewasa ini. Harga jual yang ditetapkan harus cukup tinggi agar dapat menutupi biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk menjalankan operasinya serta memberi laba yang memadai bagi perusahaan untuk berkembang. Sedangkan harga pokok harus cukup rendah agar produk yang dihasilkan dapat bersaing di pasar.

“Pada dasarnya Harga Pokok Penjualan (istilah yang dipakai IAI) adalah segala cost yang timbul dalam rangka membuat suatu produk menjadi siap untuk dijual. Atau dengan kalimat lain, Harga Pokok penjualan adalah cost yang terlibat dalam

proses pembuatan barang atau yang bisa dihubungkan langsung dengan proses yang membawa barang dagangan siap untuk dijual.”

<http://putra-finance-accounting-taxation.blogspot.com/2008/04/harga-pokok-penjualan-cost-of-goods.html>)

Menurut Mulyadi (2005:18) ada dua Metode Penentuan Harga Pokok Produksi, yaitu :

1. *Full Costing*

Merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi ke dalam harga pokok produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik, baik yang berperilaku variabel maupun tetap.

2. *Variabel Costing*

Merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku variabel ke dalam harga pokok produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik variabel.

Menurut Mulyadi (2005:18) :

“Pada prinsipnya harga jual harus dapat menutupi biaya penuh ditambah dengan laba yang wajar. Harag jual sama dengan biaya produksi ditambah *Mark-up*.”

Selain itu Hansen & Mowen mengemukakan bahwa :

“Harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan.”

Dari definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa harga pokok produk dalam hubungannya dengan pembuatan suatu produk adalah pengorbanan sumber ekonomi berupa bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead menjadi barang yang siap jual. Dan harga jual adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi suatu barang atau jasa ditambah dengan presentase laba yang diinginkan perusahaan. Untuk mencapai laba yang diinginkan oleh perusahaan salah satu cara yang dilakukan untuk menarik minat konsumen adalah dengan cara menentukan harga yang tepat untuk produk yang terjual. Harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk suatu barang, dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Oleh karena itu, selain berusaha menaikkan volume penjualan, perusahaan juga harus memperhatikan permintaan konsumen, aksi dari para pesaing, biaya-biaya dan keadaan lingkungan yang selanjutnya akan berpengaruh terhadap harga jual produk.

Berdasarkan uraian di atas, jelaslah bahwa perhitungan harga pokok yang tepat dan akurat untuk setiap produk mempunyai peranan sebagai salah satu alat bantu manajemen dalam menetapkan harga jual pada Perusahaan HMS.

1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

Untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan dalam penyusunan skripsi ini penulis melakukan penelitian pada Perusahaan “X” yang bergerak di bidang clothing yang berlokasi di Bandung Timur. Penelitian ini dilakukan mulai bulan Oktober sampai dengan bulan Desember.