

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Perkembangan usaha yang semakin pesat menyebabkan semakin ketatnya persaingan usaha baik dalam lingkup nasional, regional, maupun internasional. Ketatnya persaingan ini, menuntut para pengusaha untuk mencari cara agar dapat tetap mempertahankan eksistensinya di dalam dunia usaha. Agar dapat mempertahankan kelangsungan usahanya, maka perusahaan dituntut untuk lebih inovatif dan memiliki strategi yang tepat dan cermat agar mampu bertahan dalam persaingan.

Setiap perusahaan di dalam menjalankan usahanya, baik yang bergerak dalam bidang perdagangan, perindustrian maupun jasa, pasti mempunyai tujuan tertentu, yaitu mendapatkan laba sebesar-besarnya dengan menggunakan sumber daya yang dimiliki seefisien mungkin. Seluruh perusahaan di dalam menjalankan usahanya selalu diharapkan berpedoman pada prinsip ekonomi, yaitu mencari laba yang maksimal dengan biaya seminimal mungkin.

Pihak pengelola perusahaan memerlukan upaya-upaya keras yang harus dilakukan untuk mengarahkan perusahaan kepada pencapaian tujuan tersebut, baik dalam jangka pendek maupun panjang.

Salah satu upaya yang dapat dilakukan oleh pihak manajemen dalam mencapai tujuan perusahaannya adalah melalui strategi penetapan harga. Penetapan harga memiliki peran yang sangat penting terhadap strategi bersaing perusahaan. Strategi harga dapat membawa pengaruh terhadap pendapatan dan biaya total. Tidak

sedikit perusahaan yang menggunakan strategi harga dengan tujuan agar dapat memperoleh laba dengan cepat.

Dalam prakteknya, seringkali laba yang diperoleh tidak tercapai seperti apa yang diharapkan, sedangkan ukuran yang sering dipakai untuk menilai sukses tidaknya manajemen suatu perusahaan adalah laba yang diperoleh (mengingat laba pada umumnya sering menjadi tujuan utama perusahaan).

Laba akan diperoleh jika dalam periode akuntansi yang sama jumlah pendapatan lebih besar daripada biaya yang dikeluarkan. Untuk membantu perusahaan dalam menetapkan harga yang sesuai, maka pihak manajemen dapat menggunakan suatu alat analisis yang disebut analisis laba kotor.

Analisis laba kotor (*Gross Profit Analysis*) adalah suatu analisis untuk mengetahui sebab-sebab perubahan laba kotor suatu perusahaan dari satu periode ke periode yang lain atau perubahan laba kotor suatu periode dengan laba yang dibudgetkan untuk periode tersebut.

Perusahaan yang akan diteliti merupakan sebuah perusahaan dagang yang bergerak dibidang obat-obatan yang bernama Perusahaan "X" yang terletak di daerah Cibeureum, Bandung. Perusahaan "X" mempunyai prospek yang sangat cerah, dan mengalami perkembangan yang cukup pesat dengan tingkat penjualan obat yang terus meningkat tiap bulannya sejak tahun 2002.

Terbukti dengan semakin meningkatnya permintaan konsumen dan minat beli terhadap produk obat-obatan yang dijual. Selain itu, kebutuhan akan obat-obatan juga menjadi faktor yang membuat perusahaan ini semakin laku. Faktor lainnya yang

mendukung lakunya perusahaan ini adalah letaknya yang strategis dengan pemukiman penduduk sehingga gampang dijangkau oleh masyarakat sekitar.

Banyak perusahaan dagang yang bergerak dibidang sejenis sehingga mendorong timbulnya persaingan yang semakin ketat. Perusahaan “X” dituntut untuk memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen sehingga dapat memberikan kepuasan dan dapat mempertahankan pangsa pasarnya.

Adanya kemampuan perusahaan untuk mendistribusikan dan menjual produk obat-obatan yang bervariasi kepada konsumen, diharapkan dapat menjamin adanya laba yang cukup signifikan. Dengan demikian laba yang diperoleh setiap bulannya harus bisa mempertahankan, menjamin kelangsungan hidup perusahaan, serta memenuhi seluruh pengeluaran perusahaan.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi turun-naiknya laba perusahaan, salah satunya dengan strategi penetapan harga jual produk. Penetapan harga jual terhadap suatu produk akan mempengaruhi laba, harga jual yang ideal akan menghasilkan laba yang diharapkan, demikian pula sebaliknya.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti sangat tertarik untuk mengetahui bagaimana analisis laba kotor dapat membantu Perusahaan “X” dalam memutuskan penetapan harga jual produknya secara ideal agar laba yang diharapkan/ditargetkan dapat terjadi. Maka, peneliti mengambil judul untuk penelitian ini: “Peranan Analisis Laba Kotor Dalam Menetapkan Harga Jual: Studi Kasus pada Perusahaan “X”.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis mengidentifikasi masalah-masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penetapan metode harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan?
2. Apakah analisis laba kotor dapat dijadikan salah satu alat dalam menetapkan harga jual?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan Identifikasi masalah diatas, maka penulis melakukan penelitian dengan tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui penetapan metode harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan
2. Untuk mengetahui penetapan harga jual melalui analisis laba kotor

## **1.4 Kegunaan Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam merancang anggaran, dan menetapkan harga jualnya, serta dapat memberikan gambaran pada perusahaan dalam rangka mengambil keputusan dalam memecahkan masalah yang dihadapi.

2. Bagi masyarakat dan peneliti lainnya

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan masukan atau sumbangan informasi dan bahan perbandingan bagi pihak-pihak lain yang akan melakukan penelitian lebih lanjut mengenai analisis laba kotor.