

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Banyak industri sekarang ini saling bersaing, terutama pada industri yang memproduksi produk sejenis seperti industri garmen. Hal tersebut bagi industri garmen merupakan ancaman yang harus segera ditindaklanjuti karena secara langsung akan mempengaruhi kelangsungan hidup usahanya, mengingat penjualan dari produk yang dihasilkan merupakan sumber pendapatan utama bagi perusahaan atau industri garmen tersebut. Untuk mengatasi hal itu, perusahaan dituntut untuk antisipatif terhadap segala kemungkinan yang terjadi dalam persaingan. Salah satunya adalah penentuan harga jual.

Penentuan harga jual yang tidak tepat sering berakibat fatal pada masalah keuangan perusahaan dan akan mempengaruhi kontinuitas usaha perusahaan. Ketidaktepatan tersebut akan menimbulkan risiko pada perusahaan, misalnya kerugian yang terus menerus atau menimbunnya produk di gudang karena macetnya pemasaran. Untuk itu setiap perusahaan harus menetapkan harga jualnya secara tepat karena harga jual merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan (Tjiptono,1997:151). Pada hakekatnya perusahaan dalam menjual produknya harus dapat mencapai keuntungan yang diharapkan, sehingga perusahaan dalam menjual produknya harus menetapkan besarnya persentase laba yang diharapkan.

Umumnya harga jual produk dan jasa ditentukan oleh pertimbangan permintaan dan penawaran di pasar, sehingga biaya bukan satu-satunya penentu

harga jual. Selera konsumen, jumlah pesaing yang memasuki pasar, dan harga jual yang ditentukan pesaing, merupakan contoh faktor-faktor yang sulit untuk diramalkan, yang mempengaruhi pembentukan harga jual produk di pasar. Satu-satunya yang memiliki kepastian relatif tinggi yang berpengaruh dalam penentuan harga jual adalah biaya. Biaya memberikan informasi batas bawah suatu harga jual harus ditentukan. Di bawah biaya penuh produk atau jasa, harga jual akan mengakibatkan kerugian bagi perusahaan.

Kerugian yang timbul akibat harga jual di bawah biaya produk atau jasa, dalam jangka waktu tertentu mengakibatkan perusahaan akan berhenti sebagai *going concern* atau akan mengganggu pertumbuhan perusahaan. Penentuan harga jual pada umumnya merupakan pengambilan keputusan yang menyangkut masa depan. Meskipun harga jual produk sudah terbentuk di pasar, informasi biaya penuh terutama biaya produksi sangat dibutuhkan sebagai titik awal untuk mengurangi ketidakpastian dalam menentukan harga jual produk atau jasa yang akan dibebankan kepada *customer* di masa yang akan datang.

Biaya produksi juga merupakan dasar yang memberikan perlindungan bagi perusahaan dari kemungkinan kerugian. Kerugian akan mengakibatkan suatu usaha tidak dapat tumbuh dan bahkan akan dapat mengakibatkan perusahaan harus menghentikan kegiatan bisnisnya. Untuk menghindari kerugian, salah satu cara adalah dengan berusaha memperoleh pendapatan yang paling tidak dapat menutup biaya produksi. Dengan demikian, sangat penting memperhitungkan biaya produksi dan menetapkan harga jual produk dengan tepat untuk memberikan perlindungan bagi perusahaan dari kemungkinan kerugian.

Pada dasarnya dalam keadaan normal, harga jual produk atau jasa harus dapat menutup biaya penuh yang bersangkutan dengan produk atau jasa dan menghasilkan laba yang dikehendaki. Biaya penuh merupakan total pengorbanan sumber daya untuk menghasilkan produk atau jasa, sehingga semua pengorbanan ini harus dapat ditutup oleh pendapatan yang diperoleh dari penjualan produk atau jasa. Di samping itu, harga jual harus pula dapat menghasilkan laba yang memadai sepadan dengan investasi yang ditanamkan untuk menghasilkan produk atau jasa. Dengan demikian informasi biaya produk atau jasa sangat diperlukan dalam pengambilan keputusan penentuan harga jual meskipun biaya bukan satu-satunya faktor yang harus dipertimbangkan dalam penentuan harga jual.

Dalam menentukan biaya produksi terkadang industri garmen masih menggunakan *traditional costing*. Di mana pada *traditional costing* umumnya di dominasi tenaga kerja yang banyak dan di mana biaya overhead kecil. Biaya overhead itu digunakan berdasarkan tenaga kerja. Namun di zaman sekarang yang terjadi kemajuan teknologi sehingga jumlah tenaga kerja semakin berkurang disebabkan oleh timbulnya mesin-mesin yang mempermudah produksi suatu perusahaan maka biaya overhead itu menjadi lebih tinggi dibandingkan dengan biaya tenaga kerja langsung. Sehingga biaya produksi yang dihasilkan oleh *traditional costing* memberikan informasi biaya yang terdistorsi. Distorsi timbul karena adanya ketidakakuratan dalam pembebanan biaya, sehingga mengakibatkan kesalahan penentuan biaya, pembuatan keputusan, perencanaan, dan pengendalian (Supriyono,2002:259). Distorsi tersebut juga mengakibatkan *undercost/overcost* terhadap produk.

Dengan berkembangnya ilmu pengetahuan, kemudian pada tahun 1800-an dan awal 1900-an lahirlah suatu penentuan harga pokok produk berbasis aktivitas yang dirancang untuk mengatasi distorsi pada *traditional costing* yaitu yang disebut *Activity Based Costing*. Definisi *Activity Based Costing (ABC)* menurut (Hansen dan Mowen,2006:57) merupakan suatu penentuan kalkulasi biaya yang pertama kali menelusuri biaya ke aktivitas dan kemudian ke produk.

Perbedaan utama perhitungan harga pokok produksi antara *traditional costing* dengan *activity based costing* adalah jumlah *cost driver* (pemicu biaya) yang digunakan. Dalam penentuan harga pokok produksi dengan *activity based costing* menggunakan *cost driver* dalam jumlah lebih banyak dibandingkan dengan *traditional costing* yang hanya menggunakan satu atau dua *cost driver* berdasarkan unit. Dalam *activity based costing*, menganggap bahwa timbulnya biaya disebabkan oleh adanya aktivitas yang dihasilkan produk. Pendekatan ini menggunakan *cost driver* yang berdasarkan pada aktivitas yang menimbulkan biaya dan akan lebih baik apabila diterapkan pada perusahaan yang menghasilkan keanekaragaman produk.

Perusahaan garmen merupakan salah satu perusahaan jasa yang menghasilkan keanekaragaman produk. Dimana output yang dijual lebih dari satu. Keanekaragaman produk pada perusahaan garmen mengakibatkan banyaknya jenis biaya dan aktivitas yang terjadi pada industri garmen, sehingga menuntut ketepatan pembebanan biaya overhead dalam penentuan harga pokok produksi. *Activity based costing* dinilai dapat mengukur secara cermat biaya-biaya yang keluar dari setiap aktivitas. Hal ini disebabkan karena banyaknya *cost driver* yang digunakan dalam pembebanan biaya overhead sehingga dalam *activity based costing* dapat

meningkatkan ketelitian dalam perincian biaya dan ketepatan pembebanan biaya lebih akurat.

CV BATARA EKA JAYA merupakan salah satu perusahaan garmen milik swasta yang melayani kebutuhan pakaian bagi masyarakat. CV BATARA EKA JAYA lebih menitikberatkan terhadap maklun di mana bahan baku didapatkan dari pelanggan sehingga CV BATARA EKA JAYA memproduksi bahan baku menjadi bahan jadi. Di mana diketahui bahwa pada perusahaan garmen terdapat beberapa perusahaan yang menghasilkan produk yang sama atau sejenis sehingga dapat dikatakan bahwa tingkat persaingan perusahaan garmen yang tinggi. Dalam persaingan antar perusahaan sejenis tersebut maka CV BATARA EKA JAYA akan semakin meningkatkan persaingan untuk memperbesar pasarnya.

Selain itu CV BATARA EKA JAYA lebih banyak menggunakan alat-alat produksi dibandingkan dengan tenaga kerja langsung dalam membuat suatu produk. CV BATARA EKA JAYA pun memiliki berbagai macam hasil produksi seperti kaos, celana, topi, jaket, dan sebagainya sehingga CV BATARA EKA JAYA mempunyai tingkat diversitas yang tinggi yang dapat menimbulkan masalah dalam membebankan biaya ke masing-masing produk. Tetapi CV BATARA EKA JAYA dalam menghasilkan berbagai macam hasil produksi tersebut menggunakan alat-alat produksi secara bersama-sama untuk menghasilkan berbagai macam hasil produksi. Sehingga perhitungan harga jual produk sangat penting karena berkaitan dengan masalah penentuan harga pokok produksi. Pada akhirnya akan mempengaruhi penentuan harga jual produknya.

Dari latar belakang di atas penulis tertarik untuk menyusun skripsi dengan judul: PENERAPAN *ACTIVITY BASED COSTING* DALAM MENENTUKAN HARGA JUAL PRODUK (STUDI CV BATARA EKA JAYA).

1.2 Identifikasi Masalah

1. Metode apakah yang digunakan dalam menentukan harga pokok produksi di CV BATARA EKA JAYA.
2. Bagaimanakah cara perhitungan harga jual produk di CV BATARA EKA JAYA.
3. Apakah ada perbedaan besarnya harga jual produk pada CV BATARA EKA JAYA dengan menggunakan perhitungan *traditional costing* dan *activity based costing*.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui metode yang digunakan dalam menentukan harga pokok produksi di CV BATARA EKA JAYA.
2. Untuk mengetahui cara perhitungan harga jual produk di CV BATARA EKA JAYA.
3. Untuk mengetahui perbandingan besarnya harga jual produk dengan menggunakan *traditional costing* dan *activity based costing* pada CV BATARA EKA JAYA.

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Memberikan pengetahuan mengenai penerapan *activity based costing* dalam kaitannya dengan penentuan harga jual produk.

2. Memberikan alternatif cara perhitungan harga jual produk dengan menggunakan konsep *activity based costing*.
3. Untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan cara perhitungan harga jual produk dengan menggunakan konsep *activity based costing*.
4. Membantu CV BATARA EKA JAYA dalam menghitung dan menentukan harga jual produk dengan menggunakan *activity based costing*.