

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada setiap perusahaan penentuan harga jual merupakan hal penting untuk mendapatkan seberapa besar laba yang diinginkan oleh perusahaan. Dalam penentuan harga jual ini ditentukan dan dilihat berdasarkan biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk dijadikan sebagai dasar perhitungan. Dengan adanya data biaya-biaya, maka laba yang diinginkan dapat dihitung untuk penentuan harga jual atas barang jadi.

Mulyadi (2005:39) menyatakan bahwa informasi harga pokok pesanan bermanfaat bagi manajemen untuk: “(1) Menentukan harga jual produk yang akan dibebankan kepada pemesan; (2) Mempertimbangkan penerimaan atau penolakan pesanan; (3) Memantau realisasi biaya produksi; (4) Menghitung laba atau rugi pesanan; (5) Menentukan harga pokok persediaan produk jadi dan produk dalam proses yang disajikan pada neraca.”

Satu-satunya faktor yang memiliki kepastian relatif tinggi yang mampu dikendalikan manajemen dalam menentukan harga jual yaitu biaya. Biaya memberikan gambaran batas bawah suatu harga ditentukan. Sehingga informasi biaya menjadi dasar yang lebih pasti bagi manajemen dalam membuat kebijakan mengenai harga jual dengan tetap memperhitungkan laba yang diharapkan perusahaan serta faktor-faktor lainnya yang tidak bisa diramalkan dan dikendalikan sepenuhnya oleh perusahaan.

Biaya yang dijadikan sebagai faktor utama dalam penentuan harga jual adalah biaya produksi. Berdasarkan biaya produksi tersebut dapat diambil data harga pokok produksi sebagai acuan untuk menentukan seberapa besar laba yang diinginkan yang berdampak pada penetapan harga jual. Harga pokok produksi sebagai dasar penentuan harga jual produk memegang peranan yang sangat penting. Hal ini berkaitan dengan beberapa hal, antara lain untuk penentuan harga jual dan perencanaan laba, dan tentunya juga untuk pengendalian biaya menurut Zoubair, (2001). Menurut J.L. Meij (1956), harga pokok produk lazimnya didefinisikan sebagai gambaran kuantitatif dari biaya-biaya yang diperlukan untuk menghasilkan produk atau jasa yang dihasilkan pada saat penukaran. Penetapan harga merupakan suatu bidang yang sulit diambil keputusannya karena banyak faktor yang mempengaruhi. Persaingan dan perubahan lingkungan, serta permintaan dari konsumen yang terjadi menginginkan harga murah, menuntut perusahaan untuk melakukan efisiensi dalam produksi. Oleh karena itu, metode perhitungan biaya produksi yang digunakan oleh perusahaan harus dapat menghitung biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan serta mengalokasikannya seakurat mungkin agar biaya yang dibebankan dalam harga pokok produk tidak *undercosting* atau *overcosting*. Pada produk yang *undercosting*, pembebanan biaya atas produk terlalu kecil sehingga mengakibatkan *hidden lost* (kerugian terselubung) yang tidak diketahui oleh manajemen. Sementara pada produk yang *overcosting*, biaya yang dibebankan atas produk terlalu besar sehingga harga yang ditetapkan menjadi terlalu tinggi dan mengakibatkan berkurangnya daya saing produk di pasaran.

Sebelum harga jual produk ditetapkan, perusahaan harus menentukan suatu *pricing strategy* (strategi harga), dimana melalui penentuan strategi harga tersebut, perusahaan dapat mengatur dan menentukan dengan baik seberapa besar laba yang diinginkan sehingga dapat menentukan harga jual yang tidak terlalu tinggi dan dapat bersaing dengan perusahaan-perusahaan lain. Dengan adanya strategi yang baik perusahaan tidak hanya dapat memaksimalkan laba saja, tetapi juga mampu bersaing harga dengan perusahaan-perusahaan lain.

Biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dijadikan sebagai dasar untuk strategi harga tersebut. Biaya dapat digolongkan kedalam dua kelompok biaya, yaitu biaya langsung (*direct cost*) dan biaya tidak langsung (*indirect cost*). Kedua biaya ini dibebankan kepada produk berdasarkan suatu dasar alokasi seperti jumlah bahan baku yang terpakai maupun jumlah jam tenaga kerja yang digunakan. Terdapat beberapa metode pembebanan biaya atas produk, diantaranya adalah *standard costing* dan *activity based costing*.

Sistem penentuan harga pokok produksi dengan metode konvensional (*standard costing*) dirasakan kurang relevan lagi. Sistem akuntansi tradisional gagal untuk menyediakan informasi yang tepat dan relevan dalam pengambilan keputusan strategis perusahaan. Sistem ini juga dianggap gagal dalam mengendalikan jumlah kenaikan biaya *overhead* di dalam perusahaan dengan pengalokasian biaya *overhead* pabrik dibebankan berdasarkan proporsi tenaga kerja langsung dan jam kerja langsung. Secara garis besar, sistem akuntansi konvensional menetapkan alokasi dengan dasar unit yang diproduksi, sehingga naik-turunnya alokasi perunit produk akan bergantung pada unit produksi. Kaplan dan Cooper (1991) menjelaskan bahwa

metode konvensional mempunyai beberapa kelemahan yang sangat berdampak bagi perusahaan. Menurut mereka, metode konvensional hanya baik untuk pelaporan jangka pendek saja dan kurang mementingkan pada strategi jangka panjang perusahaan dan penentuan harga produk sering kali tidak mencerminkan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan. Dengan demikian metode baru diusulkan untuk mengatasi semua kelemahan pada metode konvensional, yaitu metode *activity based costing*.

Pendekatan berdasarkan aktivitas (*activity based costing*), yaitu pendekatan yang mengakomodasikan aspek teknis pelaksanaan pekerjaan atau aktivitas dengan pengumpulan, pencatatan data-data, peringkasan, analisa dan perhitungan pelaporan biaya usaha yang terjadi. Keunggulan metode ini diantaranya adalah dapat membebankan dengan tepat biaya *overhead* kedalam penentuan harga pokok produk untuk penentuan strategi jangka panjang perusahaan karena tidak hanya mementingkan laporan jangka pendek saja. Tata Tarwan (2002) mengemukakan bahwa tujuan keseluruhan dari sistem *activity based costing* adalah untuk meningkatkan mutu, isi, relevansi, dan ketepatan waktu informasi data.

Perbedaan antara metode konvensional dan *activity based costing* ini cukup berdampak dalam menentukan *pricing strategy* dan harga jual yang sesuai dengan laba yang diinginkan, namun tetap dapat bersaing dengan perusahaan-perusahaan lain. Melalui uraian tersebut penulis menetapkan judul penelitian: “Analisis Perbandingan Penetapan Harga Jual Melalui Perhitungan Harga Pokok Produksi Dengan Menggunakan Metode Konvensional dan *Activity Based Costing*.”

Sehingga dapat dibuktikan seberapa besar perbedaan yang terjadi antara perhitungan harga pokok produk dengan metode konvensional dan perhitungan dengan metode *activity based costing* yang nantinya akan berdampak pada *pricing strategy* dan dalam menetapkan harga jual sesuai dengan laba yang diinginkan.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penulis mengidentifikasi pokok-pokok permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana Penetapan Harga Jual Melalui Perhitungan Harga Pokok Produk dengan menggunakan metode konvensional?
2. Bagaimana Penetapan Harga Jual Melalui Perhitungan Harga Pokok Produk dengan menggunakan metode *activity based costing*?
3. Bagaimana Analisis Perbandingan Penetapan Harga Jual Melalui Perhitungan Harga Pokok Produk dengan menggunakan metode konvensional dan *activity based costing*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah disebutkan diatas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui Bagaimana Penetapan Harga Jual Melalui Perhitungan Harga Pokok Produk dengan menggunakan metode konvensional.
2. Untuk mengetahui Bagaimana Penetapan Harga Jual Melalui Perhitungan Harga Pokok Produk dengan menggunakan metode *activity based costing*.

3. Untuk mengetahui Bagaimana Analisis Perbandingan Penetapan Harga Jual Melalui Perhitungan Harga Pokok Produk dengan menggunakan metode *standard costing* dan *activity based costing*.

1.4 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pihak – pihak yang berkepentingan, yaitu:

1. Bagi Perusahaan

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan gambaran kinerja perusahaan dan hasil penelitian ini dapat dijadikan pertimbangan dalam penerapan metode *activity based costing* sebagai alternatif bagi perusahaan dalam perhitungan harga pokok produk dan penetapan harga jual untuk mencapai kinerja yang lebih baik lagi di masa yang akan datang.

2. Bagi masyarakat umum

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan masyarakat umum mengenai praktik-praktik perhitungan harga pokok produk dan penetapan harga jual yang dilakukan dalam perusahaan manufaktur.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan tambahan informasi untuk penelitian-penelitian berikutnya.