

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi persaingan di berbagai bidang sangat ketat, khususnya dalam bidang ekonomi. Kemajuan yang pesat di bidang ilmu pengetahuan, teknologi informasi dan sarana transportasi telah banyak mengubah kehidupan masyarakat dunia. Globalisasi juga tidak hanya masuk dalam tataran teknologi informasi dan komunikasi, tetapi globalisasi telah masuk dalam perekonomian di beberapa negara di dunia. Perubahan di berbagai kegiatan bisnis sudah terjadi mengikuti arus globalisasi yang diwujudkan dalam berbagai perspektif yang dapat di lihat dari berbagai strategi bisnis perusahaan untuk memenangkan persaingan misalnya bagaimana upaya suatu perusahaan merebut dan menguasai sumber – sumber daya yang relatif terbatas serta sekaligus mempertahankan.

Para pemilik perusahaan saling bersaing dengan perusahaan lain untuk menghasilkan produk yang bermanfaat dan murah, sehingga semakin banyak masyarakat yang akan mengkonsumsi produk tersebut. Produk yang semakin disenangi masyarakat untuk dikonsumsi akan menghasilkan laba yang tinggi bagi perusahaan. Setiap perusahaan yang di dirikan pasti bertujuan untuk meneruskan kegiatannya dalam waktu yang tidak terbatas. Permintaan konsumen atas produk dan jasa tidak mudah ditentukan oleh manajer penentu harga, maka dalam penentuan harga jual dan harga transfer untuk memperoleh laba, manajer menghadapi banyak

ketidakpastian. Adanya harga transfer ini dapat membantu perusahaan tempat penulis melakukan penelitian dalam mengukur laba bagi perusahaan keseluruhan dan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mengatur keuangan masing – masing divisi.

Harga transfer sangat berkaitan dengan eksistensi perusahaan dalam mencapai pendapatan. Harga transfer merupakan komponen penjualan. Harga transfer dan harga jual dikalikan dengan unit yang dijual menghasilkan penjualan yang merupakan komponen laporan laba rugi. Dalam suatu perusahaan yang telah terbagi – bagi menjadi beberapa divisi dapat menimbulkan masalah penentuan harga transfer, karena masing – masing divisi diukur kinerjanya berdasarkan laba, sehingga setiap *transfer pricing* antar divisi akan berdampak terhadap laba masing – masing divisi yang terkait (Mulyadi, 1993:379).

Saat mendengar kata harga transfer, mungkin yang selalu ada didalam benak kita adalah sebuah hal pemanipulasian data atau kejahatan perusahaan multinasional. Namun, pada hakikatnya harga transfer bukanlah itu saja. Harga transfer adalah sebuah cara yang di gunakan perusahaan untuk kegiatan usahanya agar semuanya dapat di awasi dengan baik tentunya karena kinerja semua divisi akan terlibat. Oleh karena itu konsep *transfer pricing* merupakan salah satu langkah yang dapat digunakan dalam mencapai tujuan yang akan membantu dalam mencapai tujuan yang hendak dicapai oleh perusahaan. Dengan penerapan harga transfer dapat membantu mengembangkan usaha sehingga dapat menciptakan lapangan pekerjaan yang baru dan dapat mensejahterahkan arah karyawan nya, salah satu usaha yang dilakukan oleh perusahaan dalam memenuhi semuanya itu adalah dengan cara mereka harus melakukan aktivitas berupa penjualan barang dan aktivitas jasa.

Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis tertarik memilih subjek akuntansi manajemen tentang bagaimana **“Implementasi Metode Harga Transfer Dalam Mengukur Laba Perusahaan” (Studi Kasus Pada PT. Rabbit Jaya Print)**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan diatas, penulis merumuskan permasalahan yang hendak diteliti yaitu :

1. Apakah perusahaan telah menerapkan metode harga transfer secara memadai.
2. Bagaimana penerapan metode harga transfer dalam mengukur tingkat laba.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan jawaban dari identifikasi masalah yang telah diuraikan diatas, yaitu :

1. Untuk mengetahui perusahaan telah menerapkan harga transfer yang memadai pada perusahaan.
2. Untuk mengetahui penerapan harga transfer dalam mengukur tingkat laba perusahaan.

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah :

1. Bagi perusahaan

Dapat memberikan informasi tentang konsep *transfer pricing* dalam peran nya terhadap laba perusahaan secara keseluruhan sehingga pimpinan perusahaan yang bersangkutan selalu mengevaluasi berbagai informasi dalam proses pengambilan keputusan mengenai *transfer pricing*.

2. Bagi penulis

Dapat berfungsi sebagai suatu cara untuk melihat bagaimana ilmu ekonomi diterapkan dalam kegiatan operasional suatu perusahaan.

3. Bagi para mahasiswa

Dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk menambah ilmu pengetahuan.