

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dalam era globalisasi ini telah terjadi kemajuan yang luar biasa di dalam bidang perekonomian, hal ini ditandai dengan banyaknya perusahaan yang berdiri dan berkembang di dalam segala bidang. Suatu perusahaan, membutuhkan informasi keuangan mengenai kegiatan usaha perusahaan secara keseluruhan dengan tujuan untuk pengambilan keputusan.

Suatu perusahaan diharapkan akan berkembang dan semakin besar, sehingga keuntungan yang diharapkan akan dapat tercapai dengan lebih besar dibanding dengan keuntungan yang diperoleh sebelumnya. Dengan harapan tersebut, maka setiap perusahaan akan mengerahkan segala upaya untuk menjamin kelangsungan hidup dan pertumbuhan perusahaan dalam jangka panjang terutama dalam menghadapi persaingan dengan perusahaan lain baik domestik maupun luar negeri.

Situasi dan kondisi persaingan yang sangat ketat ini, menuntut setiap perusahaan untuk mampu memproduksi barang dan jasa yang bermutu tinggi dengan harga jual yang bersaing. Perhitungan harga pokok yang tepat akan diperlukan dalam menetapkan harga jual. Jika perusahaan tidak mengetahui biaya yang dikeluarkan secara tepat, maka perusahaan akan salah mengambil keputusan yang berkaitan dengan penetapan harga jual.

Perusahaan yang menghasilkan produk yang berkualitas unggul dengan harga yang bersaing akan mempunyai peluang lebih besar untuk memenangkan persaingan. Untuk menetapkan harga jual produk maka perusahaan harus melaksanakan pengendalian biaya guna mencapai efektivitas dalam pengendalian biaya produksi dan menetapkan harga jual. Harga jual merupakan faktor penting dalam merencanakan laba yang ingin diperoleh.

Oleh karena itu, penulis tertarik untuk mengambil perusahaan “X” yang merupakan salah satu perusahaan percetakan dan penerbit buku yang ada di Bandung sebagai subjek dalam penelitian ini, dengan judul penelitian **“PERANAN PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUK TERHADAP PENETAPAN HARGA JUAL PRODUK”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Dalam menanggulangi masalah yang dihadapi perusahaan ini, peneliti mengidentifikasi masalah-masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perusahaan “X” mengklasifikasikan biaya produksinya ?
2. Bagaimana perhitungan harga pokok produk yang dilakukan oleh perusahaan “X” ?
3. Bagaimana peranan perhitungan harga pokok produk dalam penetapan harga jual perusahaan “X” ?
4. Bagaimana perusahaan “X” dalam menetapkan harga jual setiap produknya ?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud penulis melakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui peranan perhitungan harga pokok produk terhadap penetapan harga jual produk. Sedangkan tujuan penulis melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah perusahaan “X” sudah melakukan perhitungan harga pokok di muka.
2. Untuk mengetahui perhitungan harga pokok produk yang dilakukan oleh perusahaan “X”.
3. Untuk mengetahui peranan perhitungan harga pokok produk dalam penetapan harga jual perusahaan “X”.
4. Untuk mengetahui bagaimana perusahaan “X” dalam menetapkan harga jual setiap produknya.

1.4 Kegunaan Penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan dapat diperoleh manfaat sebagai berikut:

1. Bagi perkembangan ilmu akuntansi

Dari hasil penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan sumbangan terhadap perkembangan ilmu akuntansi pada umumnya dan akuntansi pada khususnya mengenai penentuan dan perhitungan harga pokok.

2. Bagi perkembangan penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi para peneliti lain yang tertarik meneliti masalah yang sama dan dapat dijadikan sebagai bahan

referensi bagi penelitian berikutnya. Juga dapat memberikan dorongan bagi peneliti lain untuk melaksanakan penelitian yang lebih baik.

3. Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan memperluas pengetahuan penulis mengenai penentuan harga pokok dalam menetapkan harga jual.

4. Bagi masyarakat dan perusahaan

Hasil penelitian diharapkan menjadi masukan dan sumbangan yang berarti bagi masyarakat mengenai pentingnya harga pokok dalam rangka menetapkan harga jual dan sebagai saran untuk membantu pihak manajemen perusahaan dalam menentukan harga jual.

1.5 Kerangka Pemikiran

Dalam dunia usaha, setiap perusahaan bertujuan memperoleh laba yang optimal. Pihak manajemen akan selalu berusaha untuk meningkatkan laba dari tahun ke tahun. Laba per tahun merupakan selisih antara total harga jual produk yang berhasil dijual oleh perusahaan pada pelanggan selama tahun tersebut di atas total biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk menghasilkan produk yang berhasil terjual pada tahun tersebut.

Untuk meningkatkan laba, dengan tidak menurunkan kualitas, bisa digunakan berbagai macam cara, misalnya: menaikkan harga jual, meningkatkan volume penjualan ataupun kombinasi antara kedua hal tersebut. Hal yang paling sering dilakukan dengan meningkatkan volume penjualan, karena adanya

persaingan perusahaan akan semakin kuat, bukan semakin lemah. Dengan meningkatkan volume penjualan, berarti meningkat pula volume produksi, yang artinya mesin perusahaan berjalan dengan kapasitas penuh, sehingga meningkatkan efisiensi penggunaan mesin dan sumber daya perusahaan lainnya.

Untuk melaksanakannya diperlukan perencanaan dan pengendalian, yang bisa diperoleh dalam akuntansi biaya. Selain itu akuntansi biaya juga bisa digunakan sebagai alat untuk mendapatkan informasi biaya yang tepat dan lengkap yang disajikan dalam laporan biaya. Laporan biaya ini diperlukan untuk menentukan harga pokok produk yang tepat.

Tanpa pembebanan biaya yang tepat, harga pokok yang dihasilkan akan mengalami suatu keadaan *overcosted* atau *undercosted*. Harga pokok yang *overcosted* atau *undercosted* tersebut akan berpengaruh pada keputusan yang diambil oleh manajemen, terutama mengenai harga jual produk atau jasa. Produk yang harga pokoknya *overcosted* akan dijual dengan harga yang terlalu tinggi, sehingga sulit terjual dan dianggap kurang menguntungkan, padahal mungkin produk tersebut sangat menguntungkan. Sedangkan produk yang harga pokoknya *undercosted* akan dijual dengan harga yang terlalu rendah dan dianggap menguntungkan, padahal mungkin keuntungan yang diperoleh tidak sebesar yang diperkirakan, bahkan harga pokok yang *undercosted* tersebut dapat membuat perusahaan mengalami kerugian.

Pada umumnya harga pokok suatu produk baru dapat diketahui dengan pasti setelah proses produksi selesai dilakukan. Namun dalam menawarkan produk atau memberikan informasi harga produk pada pelanggan, perusahaan

tidak mungkin menunggu sampai produk tersebut selesai diproduksi, kemudian baru menentukan harga dari produk yang diproduksi. Harga harus ditentukan jauh sebelum produk tersebut selesai diproduksi atau sebelum perjanjian kerjasama ditandatangani. Oleh karena itu, perlu adanya suatu perhitungan untuk menentukan harga pokok produk di muka.

Dengan melakukan penentuan dan perhitungan harga pokok yang benar, maka diharapkan perusahaan dapat menetapkan harga jual yang optimal sehingga dapat bersaing dengan industri sejenis. Jika perusahaan dapat memanfaatkan dengan menentukan harga pokok dan menetapkan harga jual yang optimal, suatu perusahaan dapat menguasai persaingan dan pangsa pasar yang ada.

1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian yang penulis lakukan adalah perusahaan “X” yang bergerak dalam bidang percetakan dan penerbit buku yang berlokasi di Jalan Kiaracandong, Bandung. Sedangkan waktu penelitian dimulai dari bulan Maret sampai penelitian ini berakhir.

