

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Suatu perusahaan akan berhasil tergantung pada kemampuan manajemen dalam mengambil keputusan, agar suatu proses perusahaan dapat berjalan dengan baik maka manajemen memerlukan informasi yang dapat dipercaya sebagai dasar untuk pengambilan keputusan. Dengan semakin berkembangnya volume perusahaan maka manajemen semakin dituntut untuk mengatasi berbagai masalah yang dihadapi. Suatu manajemen yang baik tidak hanya mampu menjalankan fungsi-fungsi manajerial, tetapi dituntut untuk menghasilkan keputusan yang tepat. Oleh karena itu untuk mendapat keputusan yang tepat, manajer harus mampu mengukur dan mengevaluasi pelaksanaan kegiatan yang telah dijalankan di dalam organisasinya (Supriyono, 1989:166).

Perusahaan harus mampu menghasilkan produk yang berkualitas baik dengan harga yang wajar oleh sebab itu perusahaan harus membantu rencana yang matang agar tujuan perusahaan dapat tercapai yakni menghasilkan laba atau jika mengalami kerugian diusahakan kerugian dapat ditekan seminimal mungkin. Untuk itu perusahaan merasa perlu untuk menggunakan system akuntansi biaya. Melalui sistem akuntansi biaya ini perusahaan akan memperoleh informasi-informasi biaya yang dibutuhkan untuk setiap produk pesanan dalam rangka menghitung biaya-biaya produk yang diperkirakan terjadi.

Mulyadi (2005 :8) mengemukakan bahwa biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu. Selanjutnya Mursyidi (2007 : 11) menyatakan bahwa akuntansi biaya adalah proses pencatatan, pengelolaan, peringkasan dan pelaporan biaya pabrikan, dan penjualan produk atau jasa, dengan cara-cara tertentu, serta penafsiran terhadap hasil-hasilnya. Akuntansi biaya merupakan suatu sistem dalam rangka pencapaian tiga tujuan utama, yaitu : menentukan harga pokok produk atau jasa, pengendalian biaya, memberikan informasi sebagai dasar pengambilan keputusan tertentu. Penentuan harga pokok produk atau jasa dan pengendalian biaya dibutuhkan data yang akurat dan dapat dipercaya, sehingga keputusan yang diambil lebih menguntungkan. Data yang diperlukan antara lain berasal dari informasi yang dihasilkan oleh akuntansi biaya.

Akuntansi biaya memberikan informasi kepada pihak manajemen khususnya dalam rangka pengambilan keputusan dalam bidang penentuan harga jual. Kesalahan dalam memberikan informasi tentang biaya ini akan berakibat fatal, misalnya produk atau jasa tidak dapat bersaing. Mulyadi (2001 : 78-79) menyatakan bahwa pada umumnya biaya tidak menentukan harga jual produk atau jasa. Harga jual suatu produk terbentuk dipasar sebagai interaksi antara jumlah permintaan dan penawaran dipasar. Namun manajemen puncak memerlukan informasi biaya penuh (*full cost*) untuk perhitungan konsekuensi laba dari setiap alternatif harga jual yang terbentuk dipasar. Oleh karena itu, dalam keadaan normal manajemen puncak harus memperoleh jaminan bahwa harga jual produk atau jasa yang dijual dipasar dapat menutup biaya penuh untuk

menghasilkan produk atau jasa tersebut dan dapat menghasilkan laba yang wajar. Penetapan harga jual yang tepat dapat membantu perusahaan tersebut untuk merebut pasaran dari pesaingnya, karena harga jual merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pemasaran sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai.

Didalam perusahaan harga atau nilai serta kegunaan merupakan hal yang sangat berkaitan. Barang-barang dan jasa mempunyai harga atau nilai tukar karena barang diperlukan oleh pembeli, ada manfaatnya, langka dan oleh perusahaan tidak dapat disediakan dalam jumlah yang tidak terbatas. Dalam masyarakat yang sudah menggunakan uang sebagai alat tukar menukar atau pengukur nilai, pertukaran barang dinyatakan dalam satuan uang. Jumlah yang dipergunakan dalam pertukaran tersebut mencerminkan tingkat harga dari suatu barang. Dalam praktek, terjadinya harga ditentukan oleh penjual atau perusahaan dan pembeli. Makin besar daya beli konsumen, semakin besar pula kemungkinan bagi perusahaan untuk menetapkan tingkat harga lebih tinggi. Dengan demikian perusahaan mempunyai harapan untuk mendapatkan keuntungan maksimum sesuai dengan kondisi yang ada, melalui penetapan harga jual (Boyd, 2002 : 234).

Penetapan harga jual perlu dipertimbangkan yang mendalam dan teliti guna memperoleh harga jual yang benar-benar sesuai dengan keinginan dan tujuan perusahaan. Keputusan harga jual merupakan keputusan yang sulit, karena ada faktor-faktor yang mempengaruhi, baik faktor intern maupun ekstern. Adapun faktor-faktor tersebut (Basu, 1990 : 212) adalah :

1. Keadaan perekonomian

2. Penawaran dan permintaan
3. Elastisitas permintaan
4. Persaingan
5. Biaya
6. Tujuan manajer
7. Pengawasan pemerintah.

Faktor-faktor diatas merupakan pertimbangan yang harus diperhatikan agar perusahaan dalam menetapkan harga jualnya dapat diterima oleh konsumen pemakai produk sehingga konsumen tertarik untuk membeli produk tersebut. Penentuan harga jual produk dipengaruhi oleh berbagai faktor, diantaranya biaya. Walaupun demikian pengaruh biaya terhadap harga jual tidak dapat diabaikan. Penetapan harga jual yang berorientasi biaya adalah penetapan harga jual dengan menjadikan biaya masa datang sebagai dasar perhitungan, dan dalam jangka panjang harga jual harus cukup untuk menutup biaya produksi dan non produksi. Biaya masa datang merupakan biaya yang diprediksi akan terjadi jika suatu keputusan diambil.

Motif laba menghendaki adanya balas jasa atas pengobanan-pengorbanan yang telah dikeluarkan. Perusahaan perlu mengetahui seberapa besar harga jual yang ditentukan dapat memberikan imbalan jasa atas usahanya, oleh karena itu semua biaya yang telah digunakan untuk memproduksi barang dan jasa harus diketahui agar dapat ditentukan tingkat harga minimalnya atau batas bawah suatu harga jual harus ditentukan. Suatu tingkat harga yang tidak dapat menutup biaya-biaya akan mengakibatkan kerugian. Kerugian yang timbul akibat penetapan harga

jual dibawah produk atau jasa dalam jangka waktu tertentu akan mengakibatkan perusahaan akan berhenti *going concern* serta mengganggu pertumbuhan perusahaan. Oleh karena itu dalam penetapan harga jual, tingkat harga minimal hendaknya dapat menutup semua biaya yang telah dipergunakan untuk memproduksi dan memasarkan barang atau jasa. Penetapan harga jual diharapkan menghasilkan laba maksimum bagi perusahaan serta menghasilkan *return* atas modal atau investasi yang ditanamkan oleh pemegang saham sehingga perusahaan dapat terus *survive* dan berkembang (Sriyadi, 2001 : 313).

Masa depan dalam mengembangkan strategi-strategi jangka panjang perusahaan untuk mengetahui kondisi pasar adalah penting. Agar dapat bertahan di dalam pasar yang peka terhadap perubahan dan penuh persaingan, sebuah perusahaan harus dapat menyesuaikan diri dengan pasar serta memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen dengan lebih baik. Dalam upaya memenangkan persaingan di pasar, suatu perusahaan dituntut untuk mengadakan perbaikan dan peningkatan di bidang pemasaran yang dilakukan secara terencana. Karena pemasaran memadukan banyak kegiatan seperti pengembangan produk, penelitian, komunikasi, distribusi, penetapan harga dan pelayanannya, selain itu pemasaran merupakan kunci dalam keberhasilan bisnis.

Tingkat harga yang ditetapkan mempengaruhi kuantitas yang terjual. Selain itu secara tidak langsung harga juga mempengaruhi biaya, karena kuantitas yang terjual berpengaruh pada biaya yang ditimbulkan dalam kaitannya dengan efisiensi produksi. Oleh karena penetapan harga mempengaruhi pendapatan total dan biaya total, maka keputusan dan strategi penetapan harga memegang peranan

penting dalam setiap perusahaan. Harga ditetapkan sedemikian rupa agar dapat mencapai target volume penjualan, nilai penjualan (Rp) atau pangsa pasar.

Salah satu perusahaan daerah yang bergerak di bidang jasa pelayanan air adalah PDAM Kota Gorontalo. PDAM Kota Gorontalo merupakan salah satu BUMD yang bergerak dalam bidang penyediaan air bersih untuk kebutuhan masyarakat. Keberadaan PDAM Kota Gorontalo sebagai unsur pelayanan publik harus mengutamakan aspek sosial. Hal ini tercermin dalam penetapan tarif air minum yang lebih mempertimbangkan kemampuan masyarakat, namun disamping fungsinya sebagai unsur pelayanan publik, juga tidak lepas dari dimensi ekonomi yaitu mencari keuntungan yang merupakan salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah. Diperlukan dana yang cukup untuk membiayai investasi dan pengelolaan sarana air minum sehingga PDAM Kota Gorontalo mampu meningkatkan pelayanan air bersih kepada masyarakat.

Tuntutan masyarakat yang semakin tinggi menyebabkan pemerintah harus dapat menyediakan dan memberikan pelayanan yang berkualitas dan harga yang terjangkau oleh seluruh lapisan masyarakat sebagai imbalan atas jasa pelayanan air minum kepada pelanggan. PDAM Kota Gorontalo memperoleh pendapatan penjualan air minum yang dihitung berdasarkan besaran air minum yang dikonsumsi oleh pelanggan dan tarif air minum yang berlaku. Tugas dan misi PDAM Kota Gorontalo adalah meningkatkan PAD, dengan demikian perusahaan harus dikelola secara efisien dan efektif atas dasar prinsip-prinsip ekonomi perusahaan dengan tetap memperhatikan fungsi sosialnya. Agar terwujud misi pengelolaan yang dimaksud maka diperlukan sistem tarif air minum PDAM yang

didasarkan atas prinsip-prinsip keterjangkauan dan keadilan, mutu pelayanan, pemulihan biaya, efisiensi pemakaian air, transparansi dan akuntabilitas, dan perlindungan air baku. Berdasarkan pertimbangan-pertimbangan diatas, telah ditetapkan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 23 Tahun 2006 tentang Pedoman Teknis dan Tata Cara Pengaturan Tarif Air Minum.

PDAM Kota Gorontalo selain bergerak di bidang jasa pelayanan juga merupakan perusahaan industri yang mengolah air baku menjadi air yang siap dikonsumsi oleh masyarakat selaku konsumen.

Harga jual yang ditetapkan perusahaan biasanya ditentukan pada tingkat tertentu yang mencakup biaya produksi dan tingkat laba (target laba) yang diinginkan perusahaan.

1.2 Identifikasi Masalah

Adapun yang menjadi permasalahan pada penelitian ini adalah apabila harga jual air lebih rendah, maka harga produksi lebih besar dari pada harga jual.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan di atas maka dapat dirumuskan suatu masalah yaitu bagaimana metode penentuan harga jual produksi pada PDAM Kota Gorontalo?

1.4 Tujuan Penelitian

Sehubungan dengan rumusan masalah yang telah dikemukakan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui metode yang digunakan oleh PDAM Gorontalo dalam menentukan harga jual produksi.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun yang dilakukan dalam penelitian menggunakan metode yaitu :

- 1.5.1 Manfaat teoritis yaitu penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu pengetahuan dibidang akuntansi khususnya tentang penentuan serta perhitungan harga jual dan sebagai upaya untuk menerapkan konsep dan teori yang diperoleh dari perguruan tinggi kedalam praktek kerja di lapangan.
- 1.5.2 Manfaat praktis yaitu penelitian ini dapat menjadi sumbangan pemikiran dan menjadi bahan masukan bagi pimpinan PDAM Kota Gorontalo khususnya dalam penentuan harga jual air.

1.6 Tempat dan Waktu Penelitian

1.6.1 Tempat Penelitian

Penelitian ini diadakan pada PDAM Kota Gorontalo yang berlokasi di Jl. Raden Saleh No. 9 Kecamatan Kota Tengah Kota Gorontalo.

1.6.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan mulai bulan November 2011 sampai juli 2012.

1.7 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi :

1. Sumber data primer yaitu dengan mewawancarai langsung pemimpin dan karyawan yang berkerja di PDAM untuk memperoleh data yang dibutuhkan serta informasi harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan.
2. Sumber data sekunder yaitu berupa data-data yang diperoleh dari PDAM Kota Gorontalo berupa data tertulis serta laporan perhitungan harga jual.

1.8 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan penulis dalam penelitian ini yaitu :

1. Observasi yakni teknik yang dilakukan dengan pengamatan secara langsung pada lokasi penelitian tentang metode penentuan harga jual produksi PDAM Kota Gorontalo.
2. Wawancara yakni mengajukan pertanyaan-pertanyaan kepada pimpinan dan karyawan PDAM.
3. Dokumen yakni dengan mengumpulkan data atau dokumen yang relevan dengan penentuan harga jual produksi di PDAM Kota Gorontalo berupa dokumen penyesuaian tarif air minum PDAM Kota Gorontalo tahun 2012.

1.9 Analisis Data

Untuk menganalisis data digunakan analisis penentuan harga jual berdasarkan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing* dimana dalam jangka panjang harga jual yang ditentukan berdasarkan pendekatan *full costing* memberikan rasa aman bagi manajemen, karena semua yang berhubungan

dengan pembuatan produk telah dimasukan baik itu langsung maupun tidak langsung.