

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan ekonomi dan persaingan bisnis pada era sekarang ini sudah semakin ketat, dan menuntut kita sebagai pelaku bisnis untuk bisa lebih *survive* dan kreatif agar dapat mempertahankan usaha kita. Terlebih lagi untuk usaha-usaha yang masih baru dan hendak ingin melakukan intervensi pasar melalui produk-produknya, maka hukum ini haruslah diataati, dimana si pelaku usaha tersebut harus lebih berinovasi dan tentunya apabila masih baru harus mampu menghasilkan produk yang berkualitas, dengan harga yang relatif murah dan pelayanan yang lebih baik jika dibandingkan dengan para pesaingnya, sehingga akan menghasilkan trend yang positif bagi para konsumennya.

Provinsi Gorontalo merupakan provinsi yang dapat dibilang masih cukup muda jika dibandingkan dengan provinsi lain, namun jika kita melihat pertumbuhan ekonominya pada akhir-akhir ini sudah menunjukkan hasil yang positif. Hal ini terlihat dari semakin banyaknya Usaha Kecil Menengah disekitar lingkungan kita. Tanpa harus kita pungkiri bahwa masyarakat Gorontalo telah mampu merubah *mindset*nya yang tadinya berlomba-lomba untuk menjadi Pegawai Negeri Sipil kini cenderung untuk lebih bersikap dinamis dalam hal ini lebih diartikan membuka usaha.

Semakin banyaknya para pelaku-pelaku bisnis ini tidak diimbangi oleh pengetahuan tentang akuntansi dari para pelaku bisnis tersebut, diantaranya; ketidaktahuan mereka tentang penentuan harga jual produk yang harus mereka jual kepada konsumen. Karena terkadang mereka melakukannya secara *arbiter* (sembarangan), asal mereka sudah merasa untung itu

sudah cukup. Namun tanpa mereka sadari hal ini berdampak pada penilaian yang terkadang kurang baik oleh konsumen terhadap produk atau sebaliknya kerugian yang akan ditanggung oleh pemilik usaha tersebut hanya karena ketidaktahuan mereka untuk menentukan harga jual.

Kondisi yang serupa ini tercermin pada salah satu usaha yang dimiliki oleh Koperasi Pengusaha Muda Gorontalo (KPMG), yakni *Belecocoa*. *Belecocoa* ini merupakan produk inovasi makanan baru yang diluncurkan oleh Koperasi sebagai ole-ole khas Gorontalo yang tentunya akan menyaingi produk yang sudah ada sebelumnya.

Adapun siklus kegiatan dari usaha ini sama halnya dengan siklus akuntansi pada umumnya yakni, dimulai dengan pembelian bahan baku, pengolahan bahan baku dibagian produksi dan berakhir pada penyerahan produk jadi ke bagian penjualan yang selanjutnya akan dijual. Siklus akuntansi biaya dimulai dengan pencatatan harga produk bahan baku yang dimasukkan dalam proses produksi, dilanjutkan dengan pencatatan biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik yang dikonsumsi untuk diproduksi, serta berakhir disajikannya harga pokok produk jadi yang diserahkan oleh bagian produksi ke bagian gudang. Adapun setelah ditentukan harga pokok produk maka selanjutnya adalah penentuan laba yang diinginkan yang kemudian ditambahkan dengan harga pokok produk tersebut **(Mulyadi, 2009: 36)**.

Untuk bisa *survive* dalam dunia bisnis maka usaha tersebut harus bisa menghasilkan produk yang berkualitas dengan harga yang dapat dijangkau oleh konsumen, akan tetapi tetap memberikan keuntungan yang memadai bagi pelaku usaha tersebut dalam jangka waktu yang relatif lama. Keuntungan yang memadai tersebut dapat dicapai bila pengusaha mengetahui dengan jelas berapa harga pokok yang dihasilkan lebih dahulu dan barulah persentase keuntungan yang diinginkannya. Masalah yang penting yang sering kali tidak diperhatikan oleh manajemen yaitu kesalahan dalam penetapan harga pokok produksi.

Koperasi Pengusaha Muda Gorontalo (KPMG) merupakan Koperasi Provinsi yang baru terbentuk dan memiliki orientasi bisnis pada Koperasi Serba Usaha. Kegiatan utamanya adalah membuka usaha-usaha bagi para anggotanya, dan diantara usaha tersebut adalah pembuatan produk makanan khas Gorontalo yang bernama *Belecocoa*. Bahan baku yang digunakan dalam proses produksi didapatkan dari daerah Gorontalo, bahan baku utamanya adalah Belekoa (nasi yang dikeringkan), dan bahan penolongnya berupa Coklat Cair (*liquid*), gula merah, susu dan lain-lain. Tahapan-tahapan dalam proses produksi yakni, tahapan persediaan bahan baku, tahapan pembuatan, berakhir pada tahapan penjualan atau distribusi.

Adapun masalah yang dihadapi oleh kelompok usaha ini diantaranya, pihak manajer belum sepenuhnya optimal menentukan harga pokok produksi dan harga pokok jual per 1 buah produk, dikarenakan dalam penentuan harga pokoknya, biaya produksi hanya berdasarkan taksiran (perkiraan) saja. Seperti contoh, dalam menentukan biaya coklat yang digunakan untuk 1 unit produk atau biaya per kemasan yang digunakan untuk 1 unit produk. Biaya-biaya ini hanya berdasarkan taksiran semata bukan dari perhitungan yang jelas. Begitu juga untuk alokasi pada tenaga kerja langsung yang tiap 1 (satu) orangnya mampu menghasilkan 100 (seratus) buah produk per harinya tidak luput dari taksiran. Kondisi ini akan mempengaruhi pada penentuan harga jual per produknya dari sebuah belecocoa yang terjual, yang tentunya akan berakibat pada besar atau kecilnya laba yang diterima oleh perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas, diasumsikan kelompok usaha ini membutuhkan penentuan harga jual yang ideal dalam produk yang dihasilkan sehingga menguntungkan kelompok usaha ini akan tetapi tetap dapat dianggap wajar oleh para konsumen, oleh karena itu penulis menindaklanjuti masalah ini dalam bentuk penelitian dengan sebuah formulasi judul “penentuan

harga jual belecocoa dengan menggunakan *Cost-Plus Approach* pada unit usaha Koperasi Pengusaha Muda Gorontalo”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian-uraian yang ada pada latar belakang, maka dapat diidentifikasi dengan jelas bahwa permasalahan dari kelompok usaha ini sehubungan dengan harga jual per unit produk antara lain: pihak pengusaha belum sepenuhnya mengetahui penentuan harga pokok produksi dikarenakan pada penentuan biaya produksinya hanya dilakukan secara taksiran.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka dapat dirumuskan bahwa permasalahan dalam penelitian ini yaitu, bagaimanakah penentuan harga jual unit usaha belecocoa pada Koperasi Pengusaha Muda Gorontalo dengan menggunakan *Cost-Plus Approach*?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimanakah penentuan harga jual pada unit usaha belecocoa pada Koperasi Pengusaha Muda Gorontalo dengan menggunakan pendekatan *Cost-plus (cost—plus approach)*.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan melalui penelitian ini adalah:

1.5.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memperluas pengetahuan kita mengenai penerapan *cost-plus approach* dalam menentukan harga jual produk baru, serta dapat dijadikan bahan acuan bagi mahasiswa lain untuk melakukan penelitian yang selanjutnya.

1.5.2 Manfaat Praktis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan sumbangsih pemikiran yang benar bagi pihak manajer unit usaha belecocoa Koperasi Pengusaha Muda Gorontalo (KPMG) tentang penetapan harga jual per unit produk yang pas, sehingga kedepannya usaha ini dapat berjalan dengan lancar untuk jangka waktu yang lebih lama.

1.6 Tempat dan Waktu Penelitian

1.6.1 Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada sebuah Koperasi Serba Usaha yang salah satu usahanya bergerak di bidang pembuatan makanan/cemilan yang berciri khaskan Gorontalo yang beralamatkan di Jl. Tehnik No. 179 Desa Bulila Kecamatan Telaga Kabupaten Gorontalo.

1.6.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada pertengahan bulan November sampai dengan akhir Januari untuk melihat perkembangan usahanya setelah diperoleh harga jual yang benar.

1.7 Sumber Data

1.7.1 Sumber Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh dari perusahaan berdasarkan observasi serta wawancara dengan pimpinan dan karyawan secara langsung yang ada di perusahaan.

1.8 Teknik Pengumpulan Data

1.8.1 Observasi

Melalui teknik observasi ini peneliti melakukan penelitian langsung terhadap aktivitas produksi yang ada pada unit usaha belecocoa Koperasi Pengusaha Muda Gorontalo.

1.8.2 Wawancara

Teknik ini dilakukan dengan mengadakan wawancara secara langsung dengan manajer unit di bidang Belecocoa tersebut yang dianggap dapat memberikan penjelasan tentang masalah-masalah yang berhubungan dengan masalah penelitian ini.

1.8.3 Dokumentasi

Data yang diperoleh dengan mengumpulkan dokumen yang relevan dengan masalah yang diteliti yang berupa laporan harga pokok produksi dan lain-lain.

1.9 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode deskriptif dimana menganalisis data yang diperoleh dari hasil observasi dan wawancara, kemudian dibandingkan dengan teori-teori yang sesuai dengan masalah yang diteliti. Adapun teori-teori yang berkaitan dengan penelitian ini diambil dari buku karangan **Abdul Halim (2009: 98)**, harga jual produk atau jasa pada umumnya ditentukan dari jumlah semua biaya ditambah jumlah tertentu yang disebut dengan '*mark up*'. Cara penentuan harga jual tersebut dikenal dengan Pendekatan *cost-plus (cost-plus approach)*

Ada tiga konsep yang digunakan dalam penentuan harga jual dengan pendekatan 'cost-plus' tersebut, yaitu: biaya total (*total cost*), biaya produk (*product cost*), dan biaya variabel (*variabel cost*).

1. Konsep Biaya Total

Berdasarkan konsep biaya total ini, harga jual ditentukan dari biaya total: biaya produksi + biaya pemasaran + biaya administrasi dan umum, ditambah dengan jumlah laba yang diinginkan oleh perusahaan, pengertian 'markup' menurut konsep biaya total ini adalah laba yang diinginkan (*desire profit*). Konsep Biaya Produk

2. Biaya Produksi

Berdasarkan konsep ini, yang juga disebut dengan *absorption Approach*, harga jual ditentukan dari biaya produksi ditambah dengan 'markup'. Pengertian 'markup' menurut konsep biaya produk ini adalah laba yang dikehendaki + biaya pemasaran + biaya administrasi dan umum. Persentase 'markup' dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Persentase 'markup'} = \frac{\text{Laba yang dikehendaki} + \text{Biaya Pemasaran} + \text{Biaya Adm}}{\text{Biaya Produksi}} \times \text{\% Umum}$$

3. Konsep Biaya Variabel

Menurut konsep ini, yang juga disebut dengan *Contribution Approach*, biaya variabel (biaya produksi variabel + biaya pemasaran variabel + biaya administrasi dan umum variabel) ditambah dengan 'markup'.