

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia usaha sekarang ini sangat pesat . Hal ini ditandai dengan tajamnya persaingan dalam dunia usaha guna mempertahankan dan meningkatkan usahanya. Dengan tajamnya persaingan tersebut perusahaan dituntut mamapu menghadapi persaingan yang ada, demikian juga dalam dunia usaha kecil. Suatu usaha diharapkan mempunyai kebijakan dan sterategi untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan usahanya.

Usaha kecil dan menengah termasuk usaha kerajinan dan usaha rumah tangga perlu dibina menjadi usaha yang makin efisien dan mampu berkembang , agar dapat meningkatkan pendapatan masyarakat, membuka lapangan kerja dan makin mampu meningkatkan peranya dalam peneyediaan barang dan jasa serta berbagai komponen. Pengembanagan usaha kecil dan menengah perlu diberi kemudahan baik dalam pedoman, perijinan maupun pemasaran. Banyak usaha kecil pada saat sekarang ini saling bersaing, terutama pada usaha yang memproduksi atau menghasilkan produk sejenis. Hal tersebut bagi usaha kecil merupakan ancaman yang haru segera ditindak lanjuti karena secara langsung akan mempengaruhi kelansungan hidup usahanya, mengingat penjualan dari produk yang dihasilkan merupakan sumber pendapatan utama bagi perusahaan atau industry kecil tersebut.

Untuk mengatasi hal itu, perusahaan dituntut untuk antisipatif terhadap segala kemungkinan yang terjadi dalam persaingan. Salah satunya adalah penentuan harga jual. Penentuan harga jual yang tidak tepat sering berakibat fatal pada

masalah keuangan perusahaan dan akan mempengaruhi kontinuitas usaha tersebut, ketidaktepatan tersebut akan menimbulkan resiko pada usaha. Untuk itu setiap perusahaan harus menetapkan harga jualnya secara tepat karena harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan.

Pada hakekatnya perusahaan dalam menjual produknya harus dapat mencapai keuntungan yang diharapkan, sehingga usaha dalam menjual produknya harus menentukan harga jual. Umumnya harga jual produk dan jasa ditentukan oleh perimbangan permintaan dan penawaran dipasar, sehingga biaya bukan satu-satunya penentuan harga jual. Selera konsumen, jumlah pesaing yang memasuki pasar dan harga jual ditentukan pesaing, merupakan contoh faktor-faktor yang sulit untuk diramalkan, yang mempengaruhi pembentukan harga jual produk. Satu-satunya yang memiliki kepastian relative tinggi yang berpengaruh dalam penentuan harga jual adalah biaya. Penentuan harga jual pada umumnya merupakan pengambilan keputusan yang menyangkut masa depan. Meskipun harga jual produk sudah terbentuk dipasar, informasi biaya penuh terutama biaya produksi sangat dibutuhkan sebagai titik awal untuk mengurangi ketidakpastian dalam menentukan harga jual produk atau jasa yang akan dibebankan kepada customer dimasa yang akan datang. Biaya produksi juga merupakan dasar yang memberikan perlindungan bagi perusahaan dari kemungkinan kerugian. Kerugian akan mengakibatkan suatu usaha tidak dapat tumbuh dan bahkan akan dapat mengakibatkan perusahaan harus menghentikan kegiatan bisnisnya. Untuk menghindari kerugian, salah satu cara adalah dengan berusaha untuk memperoleh pendapatan yang paling tidak dapat menutupi biaya produksi. Dengan demikian, sangat penting memperhitungkan

biaya produksi dan menetapkan harga jual produk dengan tepat untuk memberikan perlindungan bagi perusahaan dari kemungkinan kerugian.

Biaya penuh merupakan total pengorbanan sumber daya untuk menghasilkan produk atau jasa, sehingga semua pengorbanan ini harus dapat ditutup oleh pendapatan yang diperoleh dari penjualan produk atau jasa, disamping itu harga jual produk harus pula dapat menghasilkan laba yang memadai sepadan dengan investasi yang ditanamkan untuk menghasilkan produk atau jasa. Dengan demikian informasi biaya produk atau jasa sangat diperlukan dalam pengambilan keputusan penentuan harga jual meskipun biaya bukan satu-satunya faktor yang harus dipertimbangkan dalam penentuan harga jual. Banyak faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan tentang harga jual, faktor yang mempengaruhi harga jual tersebut adalah faktor produk, tujuan manajer, biaya produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya overhead pabrik. Maka untuk dapat mempertahankan usahanya, pengusaha tersebut usaha kecil dituntut mampu menghadapi persaingan guna mendapatkan peluang besar.

Salah satu sasaran utama usaha R.M Delvira ini adalah untuk memperoleh laba, dalam usaha memperoleh laba tersebut mereka mengeluarkan pengorbanan-pengorbanan atau biaya yang tinggi, sehingga perusahaan R.M Delvira tersebut berusaha keras dalam melaksanakan usahanya dengan tujuan untuk menutupi biaya-biaya yang dikeluarkan dengan harapan dapat memperoleh hasil yang mendatangkan keuntungan yang tinggi pula. Dengan ini peneliti mewawancarai Bapak Berdy Mahmud salah satu pengusaha kecil yang bergerak dalam bidang makanan yang beralamat Cendrawasih no 8A Kelurahan Heledulaa Selatan Kota Gorontalo, dengan melakukan tanya jawab secara langsung mengenai rumah

Makan dapat diketahui bahwa dalam menentukan harga jual makanan yang diproduksi R.M Delvira, pembuat kurang memperhatikan faktor – faktor yang mempengaruhi harga jual produknya. Hal ini nampak dalam perhitungan biaya produksi seperti biaya tenaga kerja pemilik atau keterkaitan keluarga dalam usaha. Padahal dalam perhitungan biaya produksi semua unsur yang membentuk biaya produksi seharusnya dimasukan misalnya, gaji pemimpin maupun biaya tenaga kerja langsung. Pemakaian tenaga kerja langsung belum diperhitungkan karena dikerjakan oleh anggota keluarganya sendiri, tetapi untuk menyangkut jam kerja mereka mempunyai batasan waktu.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Minimnya , pengetahuan tentang penentuan harga jual produk dengan mempertimbangkan biaya bahan baku, tenaga kerja dan overhead pabrik
2. Belum ada identifikasi biaya anatara biaya variabel dan biay tetap
3. Tingginya harga jual dibandingkn dengan pesaing lainnya.

1.3 Rumusan Masalah

Bagaimana penentuan harga jual produk makanan pada Rumah Makan Delvira.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penentuan harga jual produk pada rumah makan Delvira.

1.5 Manfaat penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ingin menganalisis teori ekonomi tentang harga jual, khususnya biaya produksi pada usaha Rumah Makan Delvira. Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang lebih lanjut bagi peneliti selanjutnya.

1.5.2 Manfaat Praktis

- Hasil penelitian ini diharapkan akan menjadi masukan bagi usaha kecil Rumah Makan Delvira dalam menentukan kebijaksanaan harga jual dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi.
- Dapat menambah referensi Makalah di jurusan Akuntansi Fakultas ekonomi dan Bisnis
- Sebagai bahan pembandingan dalam penelitian dalam bidang yang sama.

1.6 Tempat dan Waktu Penelitian

1.6.1 Tempat Penelitian

Penelitian ini diadakan pada Rumah Makan Delvira di Jalan Cendrawasih no 8A Kelurahan Heledulaa selatan Kota Gorontalo. Penelitian ini dilakukan selama Bulan Maret.

1.7 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Sumber Data Primer, Sumber Data primer yaitu dengan cara mewawancarai langsung pemilik dan karyawan yang bekerja Rumah Makan Delvira untuk memperoleh data yang dibutuhkan berhubungan dengan masalah dalam penelitian.

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 yang sebenarnya terjadi dilapangan.
2. Wawancara yakni mengajukan pertanyaan-pertanyaan kepada karyawan dan pemilik usaha tersebut.

1.9 Analisis Data

Untuk menganalisis data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis deskriptif yakni menganalisis data dari hasil dari observasi serta wawancara yang diperoleh dan kemudian dibandingkan dengan teori-teori yang yg relevan tentang penentuan harga jual.

