

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Seiring dengan perubahan zaman, perekonomian di Indonesia dari waktu ke waktu juga selalu mengalami perubahan yang cukup signifikan. Sejak awal Juli tahun 1997, dimana Indonesia mengalami krisis moneter yang begitu panjang. Nilai tukar rupiah melemah, sistem pembayaran terancam macet, dan banyak hutang luar negeri yang belum sempat terselesaikan. Namun setelah bangsa Indonesia bisa terlepas dari keterpurukan krisis ekonomi, laju pertumbuhan pembangunan semakin kiat dilaksanakan. Banyak pihak yang ikut terlibat dalam laju pertumbuhan yang sedang berlangsung, baik dalam bidang industri perdagangan, jasa dan manufaktur.

Dengan semakin berkembangnya industri perdagangan, jasa, dan manufaktur, banyak pemikiran yang bermunculan dengan berbagai macam inovasi usaha dari para pesaing agar dapat mampu bersaing dalam segala situasi dan kondisi. Namun tak jarang juga ditemukan banyak perusahaan dalam bidang tersebut jauh dari penerapan inovasi sehingga membuat perusahaan itu gulung tikar. Untuk itu, setiap kegiatan bisnis harus mempunyai tujuan yang jelas salah satunya untuk mencari keuntungan dan laba dengan menekan biaya sekecil-kecilnya. Selain itu perusahaan harus

mampu menghasilkan produk yang berkualitas dengan harga yang wajar dan dengan kualitas produk yang mampu bersaing di pasaran.

Rencana yang matang membuat perusahaan dapat menghasilkan laba, dan jika mengalami kerugian setidaknya dapat ditekan seminimal mungkin, oleh karena itu dengan adanya akuntansi biaya dapat mempermudah perusahaan untuk memperoleh berbagai macam informasi yang bisa membantu jalannya kegiatan perusahaan dalam menghitung biaya produksi yang terjadi. Halim (2012: 3) menjelaskan bahwa “akuntansi biaya adalah akuntansi yang membicarakan tentang penentuan harga pokok (*cost*) dari “sesuatu produk” yang diproduksi (atau dijual di pasar) baik untuk memenuhi pesanan maupun untuk menjadi persediaan barang dagang yang akan dijual”.

Dalam penentuan harga pokok produk pada perusahaan manufaktur ataupun jasa, dibutuhkan data yang akurat untuk pengambilan keputusan pada suatu perusahaan. Untuk itu, dalam hal ini akuntansi biaya dapat memberikan informasi untuk pengambilan keputusan pada bagian manajemen, dan keputusan yang diambil dalam bidang penentuan harga jual. Harga jual merupakan salah satu keputusan yang sulit ditetapkan dalam suatu perusahaan meskipun cara penetapan yang dipakai suatu perusahaan didasarkan pada biaya, persaingan, permintaan, dan laba. Selain itu banyak faktor yang dapat menentukan keputusan tersebut yaitu dari dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan yang diantaranya adalah

persaingan, sifat produk, permintaan dan penawaran, biaya, keadaan ekonomi, dan lain lain.

Menentukan harga jual suatu produk sering membuat pengusaha bimbang, dikarenakan harga jual suatu produk penting dan dapat menyumbang keberhasilan bisnis terutama dapat berpengaruh langsung terhadap profit perusahaan, selain itu juga dapat berpengaruh terhadap daya saing atas kompetitornya. Kebanyakan perusahaan melakukan penetapan harga dengan berbagai macam cara dan biasanya banyak ditemukan untuk perusahaan kecil harga yang ditetapkan bersumber dari manajemen puncak dan bukannya oleh bagian pemasaran. Untuk itu, dalam menentukan harga jual perusahaan harus memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Penentuan harga tidak didasarkan pada perkiraan saja, tetapi dengan perhitungan yang akurat dan teliti dengan memperhitungkan faktor-faktor yang melatarbelakanginya.

Terdapat tiga metode yang dapat digunakan dalam menentukan harga jual, yaitu *cost plus pricing*, *mark up pricing*, dan *target pricing*. *Cost plus pricing* adalah metode penentuan harga suatu produk atau jasa yang menggunakan biaya langsung, biaya tidak langsung dan biaya tetap, baik yang terkait dengan produksi dan penjualan produk atau jasa maupun yang tidak terkait. Horngren, dkk (2008: 501) menjelaskan harga target atau *target pricing* adalah “perkiraan harga untuk sebuah produk atau jasa yang bersedia dibayar calon pelanggan”. Menentukan harga jual yang salah, sering

berakibat fatal pada masalah keuangan dan akan mempengaruhi kontinuitas usaha perusahaan tersebut seperti, kerugian yang terus menerus atau menimbunnya produksi di gudang karena macetnya pemasaran. Seperti yang telah dijelaskan oleh Halim dan Supomo (2007: 98) menjelaskan bahwa “Dalam jangka panjang harga jual produk atau jasa yang ditetapkan harus mampu menutup semua biaya perusahaan dan menghasilkan laba/rugi perusahaan”.

UD. RAINA Kota Gorontalo merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang manufaktur. Usaha yang beralamatkan di Jl. Jend.Katamso, no. 21 Kel Biawu, Kec. Kota Selatan, Kota Gorontalo ini memproduksi bahan bangunan seperti halnya tiang teras, pintu gerbang, dan gorong-gorong. Dalam kegiatan pemasarannya UD. RAINA Kota Gorontalo memasarkan hasil produksinya sendiri. Perusahaan ini juga memiliki beberapa anak cabang yang terdapat di setiap Kota dan Kabupaten yang berada di Provinsi Gorontalo.

Dalam penentuan harga jualnya UD. RAINA Kota Gorontalo menggunakan *naive cost plus pricing*, yaitu menetapkan harga apa adanya. Dimana dengan kata lain UD. RAINA kota Gorontalo sendiri menetapkan harga jual pada produknya, dengan memperhitungkan biaya bahan baku, tenaga kerja, dan biaya angkut barang. Adapun biaya yang terkait lainnya, tidak dimasukkan dalam penentuan harga jual barang seperti halnya biaya air, biaya listrik, dll. UD. RAINA Kota Gorontalo dalam melakukan operasionalnya

sehari-hari sering mengalami kendala saat harga bahan baku naik atau bisa dikatakan berfluktuasi dan juga pada saat musim hujan atau bencana banjir, dimana bahan baku yang akan dipakai sulit ditemukan, seandainya bahan bakunya didapat harganya akan lebih mahal dari harga yang sebelumnya. Untuk itu harga yang ditetapkan perusahaan ini yaitu, dengan menambah *mark up* yang dianggap pantas dan sesuai dengan faktor-faktor yang mendasari produksi barang tersebut.

Oleh karena itu berdasarkan uraian di atas perlu kiranya dikaji kembali penetapan harga dari setiap produk yang dihasilkan maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan formulasi judul “**Analisis Penentuan Harga Jual Pada UD. RAINA Kota Gorontalo**”.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. UD. RAINA Kota Gorontalo dalam menetapkan harga jual produk dengan menggunakan metode sembarang.
2. UD. RAINA Kota Gorontalo belum semua biaya yang dimasukkan dalam menentukan harga pokok produksi.

### 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana penentuan harga jual yang dapat diterapkan pada UD. RAINA Kota Gorontalo menggunakan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*.

### 1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui cara penentuan harga jual pada UD. RAINA Kota Gorontalo dengan menggunakan metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing*.

### 1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

#### 1) Manfaat Teori

Secara teoritis, manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah sebagai pengembangan ilmu pengetahuan di bidang akuntansi, khususnya akuntansi biaya. Disamping itu, diharapkan pula dapat menjadi referensi untuk penelitian sejenis dimasa yang akan datang.

#### 2) Manfaat Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pimpinan UD. RAINA Kota Gorontalo terkait dengan kebijakan penentuan harga jual produk.

## **1.6 Sumber Data**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Observasi, yaitu dengan mengadakan pengamatan langsung suatu objek yang akan diteliti dalam waktu singkat dan bertujuan untuk mendapatkan gambaran mengenai objek penelitian.
- b. Wawancara, yaitu teknik pengumpulan data dengan cara mengajukan beberapa pertanyaan kepada staf karyawan mengenai hal-hal yang sekiranya diperlukan dalam penelitian.
- c. Studi Pustaka, yaitu cara pengumpulan data dengan menjadikan buku dan internet sebagai objeknya.

## **1.7 Tempat dan waktu penelitian**

Tempat penelitian yaitu pada UD. Raina Kota Gorontalo, JL. Jendral Katamso no. 21 Kel. Biawu Kec. Kota Selatan, Kota Gorontalo. Waktu penelitian dilakukan pada bulan Maret sampai dengan April 2014.

## **1.8 Analisis data**

Tehnik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif deskriptif yakni menganalisis data yang diperoleh dari observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data yang diperoleh akan dianalisis menurut teori sebagai berikut:

- a) Rumus Dalam menghitung penentuan harga jual menurut Halim dan Supomo (2007: 98) metode *cost plus pricing* adalah sebagai berikut:

<b>Harga jual = Biaya total + Margin</b>
--

- b) Rumus dalam menentukan harga pokok pesanan menurut Widilestariningtyas (2012: 24) sebagai berikut:

Taksiran biaya bahan baku	Rp. xxx	
Taksiran biaya tenaga kerja	Rp. xxx	
Taksiran biaya overhead pabrik	<u>Rp. xxx</u>	
Taksiran total biaya produksi		Rp. xxx
Biaya nonproduksi:		
Taksiran biaya administrasi & umum	Rp. xxx	
Taksiran biaya pemasaran	<u>Rp. xxx</u>	
Taksiran total biaya produksi		<u>Rp. xxx</u>
Taksiran total harga pokok pesanan		Rp. xxx