

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 mampu menghadapi persaingan yang ada. Demikian juga dalam dunia usaha khususnya industri kecil. Industri kecil diharapkan mempunyai kebijakan dan strategi untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan usahanya.

Industri kecil dan menengah termasuk industri kerajinan dan industri rumah tangga perlu dibina menjadi usaha yang makin efisien dan mampu berkembang agar dapat meningkatkan perannya dalam penyediaan barang dan jasa serta berbagai komponen, baik untuk keperluan pasar dalam negeri maupun pasar luar negeri. Pengembangan industri kecil dan menengah perlu diberi kemudahan baik dalam permodalan, perijinan maupun pemasaran serta ditingkatkan keterkaitan dengan industri yang berskala besar secara efisien menguntungkan melalui pola kemitraan dalam usaha meningkatkan peranan kadudukannya dalam pembangunan industri.

Banyak usaha kecil pada saat sekarang ini saling bersaing terutama pada industri yang memproduksi produk sejenis. Hal tersebut bagi industri kecil merupakan ancaman yang harus segera dilanjudi karena secara langsung akan mempengaruhi kelangsungan hidup usahanya, meningkat penjualan dari produk yang dihasilkan merupakan sumber pendapatan utama bagi perusahaan atau industri kecil tersebut Untuk mengatasi hal itu, perusahaan dituntut untuk

antisipasi terhadap segala kemungkinan yang terjadi dalam persaingan. Salah satunya adalah penentuan harga jual.

Penentuan harga jual yang tepat sering berakibat fatal pada masalah keuangan perusahaan dan akan mempengaruhi kontinuitas usaha perusahaan. Ketidaktepatan tersebut akan menimbulkan resiko pada perusahaan, misalnya kerugian yang terus menerus atau menimbunnya produk di gudang karena macetnya pemasaran. 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 perusahaan dalam menjual produknya harus menetapkan harga jual.

Umumnya harga jual produk dan jasa ditentukan oleh pertimbangan permintaan dan penawaran di pasar, sehingga biaya bukan satu-satunya penentu harga jual. Selera konsumen, jumlah pesaing yang memasuki pasar, dan harga jual yang ditentukan pesaing, merupakan contoh faktor-faktor yang sulit untuk diramalkan, yang mempengaruhi pembentukan harga jual produk di pasar. Satu-satunya yang memiliki kepastian relatif tinggi yang berpengaruh dalam penentuan harga jual adalah biaya. Biaya memberikan informasi batas bawah suatu harga jual harus ditentukan. Di bawah biaya penuh produk atau jasa, harga jual akan mengakibatkan kerugian bagi perusahaan. Kerugian yang timbul akibat harga jual di bawah biaya produk atau jasa, dalam jangka waktu tertentu mengakibatkan perusahaan akan berkelanjutan (*going concern*) atau akan mengganggu pertumbuhan perusahaan. Penentuan harga jual pada umumnya merupakan pengambilan keputusan yang menyangkut masa depan. Meskipun harga jual produk sudah terbentuk di pasar, 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* di masa 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 datang mengakibatkan kerugian, salah satu cara adalah dengan berusaha memperoleh pendapatan yang paling dapat menutup biaya produksi. Dengan demikian, sangat penting memperhitungkan biaya produksi dan menetapkan harga jual produk dengan tepat untuk memberikan perlindungan bagi perusahaan dari kemungkinan kerugian.

Pada dasarnya dalam keadaan normal, harga jual produk atau jasa harus dapat menutup biaya penuh yang bersangkutan dengan produk atau jasa dan menghasilkan laba yang dikehendaki. 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 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.

Banyak faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan tentang harga jual, faktor-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, dan fakta ekstern, seperti elastisitas

permintaan, sasaran produk, persaingan pasar dan pengawasan pemerintah (Swastha & Irawan, 2008 : 221).

Industri kecil kuningan saat ini keberadaannya sangat lemah. Baik karena permodalan, manajemen, maupun karena persaingan. Maka untuk dapat mempertahankan usahanya, pengusaha kuningan terutama industri kecil dituntut mampu menghadapi persaingan guna mendapatkan peluang pasar.

Salah satu sasaran utama industri kecil kuningan ini adalah memperoleh laba, dalam usaha memperoleh laba tersebut mereka mengeluarkan pengorbanan-pengorbanan atau biaya yang tinggi, sehingga pengusaha kuningan tersebut berusaha keras dalam melaksanakan usahanya dengan tujuan untuk menutup biaya-biaya yang dikeluarkan dengan harapan dapat memperoleh hasil yang mendatangkan keuntungan yang tinggi pula.

Berdasarkan pengamatan awal pada tanggal 11 Maret 2013 penulis melakukan wawancara dengan Bapak Rohadi salah satu pengusaha industri kecil kuningan yang ada di Desa Growong Lor Kecamatan Juwana Kabupaten Pasuruan. Dengan melakukan tanya jawab secara langsung mengenai kuningan, pengrajin kurang memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi harga jual produknya. Hal ini nampak dalam penghitungan biaya produksi misalnya dalam penghitungan biaya belum dilakukan secara betul. Ada biaya yang belum diperhitungkan 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 dimasukkan misalnya, gaji pimpinan maupun biaya tenaga kerja langsung. Pemakaian tenaga kerja langsung belum diperhitungkan karena dikerjakan oleh

anggota keluarganya sendiri, begitu juga menyangkut jam kerja mereka kurang mengenal waktu.

Selain itu banyak juga industri kecil kuningan yang belum memperhitungkan biaya overhead pabrik dengan benar. Hal itu terlihat dalam memperhitungkan biaya overhead pabrik banyak unsur-unsur biaya overhead pabrik yang tidak diperhitungkan, misalnya biaya reparasi mesin atau peralatan pabrik, dan biaya pemeliharaan mesin.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah. “Apakah biaya produksi berpengaruh terhadap harga jual pada industri kecil kuningan di desa Growong Lor Kecamatan Juwana Kabupaten Pasuruan “?

1.3 Tujuan Penelitian

Terkait dengan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka peneliti bertujuan ingin mengetahui pengaruh biaya produksi terhadap harga jual pada industri kecil kuningan di Desa Growong Lor Kecamatan Juwana Kabupaten Pasuruan.

1.4 Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini diharapkan akan menjadikan masukan bagi industri kecil kuningan di Desa Growong Lor Kecamatan Juwana Kabupaten Pasuruan di

dalam menentukan kebijakan harga jual dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi.

2. Dapat menambah koleksi penelitian di Prodi Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika Surabaya..
3. Sebagai bahan perbandingan dalam penelitian dalam bidang yang sama.