

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) adalah sebuah istilah yang mengacu ke jenis usaha kecil yang mempunyai kekayaan bersih paling banyak Rp200.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, dan usaha berdiri sendiri. Menurut Keputusan Presiden RI No. 99 Tahun 1998, Usaha Kecil adalah: "Kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat" ( Wikipedia ).

Usaha kecil menengah (UKM) mempunyai peranan penting dalam memajukan pembangunan ekonomi di Indonesia. UKM dapat menyerap tenaga kerja yang tinggi. Tenaga kerja yang diserap terdiri dari yang berpendidikan rendah hingga tinggi. Penyerapan tenaga kerja tersebut mampu meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan para pekerja. Dengan adanya pendapatan dan terjaminnya kesejahteraan, oleh sebab itu UKM merupakan salah satu yang ikut mewujudkan tujuan nasional yaitu memajukan kesejahteraan umum (Paridipta Bagus Rahardi, 2013). Jumlah UKM pada tahun 2011 sekitar 52 juta hingga tahun 2013 telah mencapai lebih dari 57 juta, sehingga perkembangan UKM di Indonesia menunjukkan terdapat potensi yang besar jika dapat dikelola dan dikembangkan dengan baik ([www.depkop.go.id](http://www.depkop.go.id)).

Persaingan dunia usaha dalam menghasilkan suatu produk yang berkualitas semakin berkompetisi. Sektor Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan salah satu yang ikut bersaing dalam dunia usaha untuk menjaga kelangsungan dari usahanya. Oleh karena itu sektor Usaha Kecil dan Menengah

(UKM) perlu memiliki strategi bersaing untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Kualitas produk dapat dilihat dari bahan baku yang digunakan dan harga jual produk masih dapat bersaing di pasar. Kegiatan produksi membutuhkan pengorbanan sumber ekonomi yaitu berbagai jenis biaya untuk menghasilkan produk yang akan dipasarkan. Biaya-biaya tersebut akan menjadi dasar dalam menentukan Harga Pokok Produksi.

Mulyadi (2014:7) menyebutkan akuntansi biaya mempunyai tiga tujuan pokok, yaitu penentuan biaya produk, pengendalian biaya, dan pengambilan keputusan khusus. Untuk memenuhi tujuan penentuan biaya produk, akuntansi biaya mencatat, menggolongkan, dan meringkas biaya-biaya pembuatan produk atau penyerahan jasa. Biaya yang dikumpulkan dan disajikan adalah biaya yang telah terjadi di masa lalu atau data historis. Akuntansi biaya adalah bidang ilmu akuntansi yang mempelajari bagaimana cara mencatat, mengukur dan pelaporan informasi biaya yang digunakan (Bastian dan Nurlela, 2012:4).

Terdapat dua pendekatan dalam penentuan harga pokok produksi yaitu metode *full costing* dan metode *variable costing*. *Full Costing* adalah metode penentuan harga pokok produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi ke dalam harga pokok produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik, baik yang berperilaku variabel ataupun tetap. Sedangkan *Variable Costing* adalah metode penentuan harga pokok produksi (HPP) yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku variabel ke dalam harga pokok produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik variabel (Mulyadi, 2014:17-18).

Permasalahan mengenai harga pokok produksi umumnya berawal dari kurang baiknya atau bahkan tidak adanya proses (pencatatan) akuntansi yang baik yang dilakukan oleh para pelaku UKM. Hal tersebut terjadi karena UKM

tidak terbiasa untuk mencatat dan menyusun laporan keuangan sebagai gambaran kegiatan usaha dan posisi perusahaan. Dengan demikian laporan keuangan terlihat menjadi salah satu komponen yang seharusnya dimiliki oleh UKM jika mereka ingin mengembangkan usaha atau menjaga kelangsungan hidup usahanya. Untuk itu, kebiasaan dalam mencatat setiap kegiatan usaha yang terjadi dan menyusun laporan keuangan harus ditumbuhkan di kalangan para pelaku UKM.

Harga pokok produksi merupakan salah satu faktor yang penting dalam menetapkan harga pokok produk, karena penentuan harga pokok produk yang tepat akan mempengaruhi dalam menentukan harga jual yang tepat sehingga kedepannya diharapkan untuk memperoleh laba maksimum. Laba pada umumnya merupakan tujuan utama dari perusahaan dan perusahaan berusaha memaksimalkan laba dengan berusaha meraih hasil penjualan yang tinggi dan biaya produksi yang rendah. Unsur pembentuk laba adalah pendapatan yang diperoleh dari hasil penjualan produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan. Sedangkan biaya adalah pengeluaran atau pengorbanan yang harus dikeluarkan untuk memperoleh manfaat. Biaya-biaya tersebut disebut sebagai biaya harga pokok atau harga pokok produksi (Mulyadi, 2014:23).

Dalam menentukan besar biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan harus dilakukan secara tepat dan akurat sehingga harga pokok produk dapat menunjukkan harga pokok produksi sebenarnya dan biaya non produksi yang sebenarnya sehingga dapat menentukan harga jual yang tepat. Penentuan harga pokok produk sangat penting karena apabila perusahaan salah dalam menentukan harga pokok produk, mengakibatkan kesalahan dalam perhitungan laba rugi yang dihasilkan oleh perusahaan dan penentuan harga jual.

Dalam persaingan yang ketat saat ini menyebabkan perusahaan memacu untuk bersaing dengan perusahaan yang lain dalam memproduksi

produk yang sejenis maupun produk yang substansi, karena itu dibutuhkan informasi biaya dan informasi harga pokok produk dalam pengambilan keputusan. Ketika menetapkan harga jual yang tidak terlalu tinggi atau rendah, agar harga jual yang ditetapkan dapat bersaing dengan perusahaan sejenis dan dapat memberikan laba yang sesuai dengan harapan dari produk yang dihasilkan maka perusahaan perlu menekan biaya-biaya yang dikeluarkan ketika produksi berlangsung.

Salah satu UKM yang sedang berkembang saat ini adalah UKM Kripik Singkong Merek Baru Muncul terletak di desa Tawang Sari Barat RT 13, RW 04, Taman, Sidoarjo. Berdasarkan survei di UKM Keripik Singkong Merek “Baru Muncul”, menunjukkan bahwa mereka hanya mencatat penerimaan dan pengeluaran jumlah uang dan barang. Namun pencatatan itu hanya sebatas pengingat saja.

Metode yang digunakan dalam penentuan harga pokok produk UKM Keripik Singkong Merek “Baru Muncul”, belum menerapkan metode *full costing*. UKM ini masih melakukan perhitungan yang sederhana yaitu mengumpulkan total seluruh biaya yang digunakan untuk menentukan harga pokok produk. Untuk biaya produksi, UKM ini lebih berfokus pada biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik variabel. Sedangkan biaya pabrik *overhead* tetap belum mereka perhitungkan. Untuk biaya nonproduksi hanya beberapa biaya yang dihitung. Hal ini dapat mempengaruhi dalam menetapkan harga pokok produk dan menentukan harga jual. Oleh sebab itu diperlukan metode yang tepat dalam menentukan harga pokok suatu produk dalam UKM sebagai dasar menentukan harga jual.

Karena sangat pentingnya menetapkan harga pokok produk dalam suatu UKM maka penulis mengangkat topik *full costing* pada UKM Keripik Singkong Merek “Baru Muncul”. Penelitian ini menganalisa hasil perhitungan antara harga

pokok produk menurut UKM Kripik Singkong Merek Baru Muncul dan dengan menerapkan metode *full costing*.

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang akan diangkat tersebut maka dalam penelitian ini penulis mengambil judul:

**“ANALISA PENENTUAN HARGA POKOK PRODUK KERIPIK SINGKONG DENGAN METODE *FULL COSTING* (STUDI KASUS PADA UKM KERIPIK SINGKONG MEREK “BARU MUNCUL”)”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Harga pokok produk merupakan hal yang sangat penting, karena harga pokok produk dapat digunakan dalam mengambil keputusan yang dilakukan perusahaan. Selama ini pemilik UKM Kripik Singkong Merek “Baru Muncul” telah melakukan penentuan harga pokok produk. Tetapi UKM Kripik Singkong dalam menentukan harga pokok produk belum dapat menunjukkan harga pokok produk yang tepat. Perumusan masalah di sini dimaksudkan untuk menghindari dari kesalahan-kesalahan dalam permasalahan yang akan di bahas. Sehingga dari penjelasan di atas dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana penentuan harga pokok produk yang dilakukan oleh UKM Kripik Singkong Merek “Baru Muncul” ?
2. Bagaimana penentuan harga pokok produk UKM Kripik Singkong Merek “Baru Muncul” dengan menggunakan metode *full costing* ?
3. Bagaimana perbedaan hasil penentuan harga pokok produk UKM Kripik Singkong Merek “Baru Muncul” dengan menggunakan metode *full costing* ?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Dalam setiap kegiatan yang dilakukan pasti memiliki sesuatu tujuan, demikian juga penelitian ini memiliki beberapa tujuan dalam hubungannya dengan obyek penelitian, yaitu :

1. Untuk mengetahui penentuan harga pokok produk UKM Keripik Singkong Merek “Baru Muncul”.
2. Untuk mengetahui penentuan harga pokok produk UKM Keripik Singkong Merek “Baru Muncul” dengan menggunakan metode *full costing*.
3. Untuk menganalisis perbedaan hasil penentuan antara harga pokok produk UKM Keripik Singkong Merek “Baru Muncul” dengan menggunakan metode *full costing*.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang ingin dicapai, maka hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, baik secara praktis maupun teoritis. Yang dapat digunakan sebagai masukan untuk membuat suatu kebijakan oleh pihak-pihak berkementingan. Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### 1. Bagi Peneliti

Selain untuk memperoleh gelar sarjana, peneliti dapat menambah pengetahuan tentang penentuan harga pokok produk serta mengetahui sejauh mana teori yang didapat dibangku kuliah dapat diterapkan di dunia kerja dan dapat .

#### 2. Bagi Pengusaha

Sebagai bahan evaluasi terhadap pelaksanaan dari kebijaksanaan yang telah ditentukan pemilik dalam menentukan harga pokok produk.

### **3. Bagi Pembaca**

Diharapkan dapat memberikan wawasan dalam menentukan harga pokok produk. Untuk mahasiswa akuntansi dan manajemen diharapkan hasil penelitian ini dapat memacu lebih memahami cara menentukan harga pokok produk.

### **4. Bagi Penulis Selanjutnya**

Sebagai wahana pembelajaran terutama bagi para mahasiswa sebagai dasar pembandingan dalam rangka melakukan penelitian lebih lanjut pada bidang yang sama, serta bagi pihak yang memerlukan referensi terkait dengan skripsi ini, baik sebagai bahan bacaan atau sebagai literatur.