

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan ekonomi di era globalisasi saat ini secara tidak langsung telah mendorong persaingan bisnis antar entitas terutama bagi pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM). Persaingan di dunia bisnis menuntut agar para pelaku bisnis mampu mempertahankan eksistensi produk yang mereka tawarkan untuk bisa menguasai pangsa pasar, dengan tujuan mendapatkan laba secara maksimal. Agar dapat bertahan dalam persaingan usaha tersebut harus memperhatikan efektivitas dan efisiensi penggunaan sumber daya yang dimiliki untuk mencapai tujuan suatu perusahaan atau organisasi.

Tujuan dari perusahaan selain memenuhi kebutuhan masyarakat, perusahaan juga menginginkan keuntungan/laba yang besar. Tujuan perusahaan dapat tercapai apabila melaksanakan kegiatan penjualan yang baik dan tepat sasaran, yaitu mengenai tentang volume penjualan yang optimal agar mencapai laba yang maksimal. Dalam mencapai volume penjualan yang optimal, perusahaan menghadapi beberapa faktor, antara lain pendapatan masyarakat, pertumbuhan penduduk, persaingan pasar, dan sebagainya.

Permasalahan yang sering dihadapi oleh pelaku bisnis yaitu mengenai penentuan harga jual produk. Terlebih lagi konsumen saat ini selektif dalam menentukan barang/jasa yang akan mereka dapatkan, bagi pelanggan harga sangat menentukan kualitas suatu produk dan harus ada keuntungan yang mereka dapatkan dari produk yang dibeli. Untuk itu, dalam menentukan harga jual tidak hanya berdasarkan perkiraan saja, tetapi harus tepat dan akurat dalam perhitungan. Penentuan harga yang tepat akan menghasilkan *margin* laba yang baik sesuai keinginan.

Penentuan harga jual produk memerlukan berbagai pertimbangan yang terintegrasi mulai dari biaya produksi, biaya operasional, target laba yang diinginkan perusahaan, daya beli konsumen, harga jual pesaing kondisi perekonomian secara umum, elastisitas harga produk dan sebagainya (Kristiani, 2013) dalam Purnama Dian (2017). Oleh karena itu, pelaku usaha harus efektif dalam menentukan harga jual produk agar dapat menarik konsumen dan memberikan keuntungan bagi perusahaan baik untuk jangka pendek maupun jangka panjang.

Penentuan harga jual produk merupakan suatu keputusan terpenting bagi manajemen bukan hanya tentang kebijakan dibidang pemasaran dan keuangan saja, namun juga mengenai seluruh aspek kegiatan perusahaan, karena berkaitan dengan pendapatan dan laba perusahaan. Harga jual produk harus dapat menutup segala biaya yang dikeluarkan dan mendapat laba yang diinginkan. Harga jual produk dapat dipengaruhi oleh peranan harga pokok produksi.

Harga pokok produksi sangat berperan penting dalam penentuan harga jual produk, sehingga harga jual yang ditawarkan mampu bersaing dengan perusahaan lain. Harga Pokok Produksi dalam pembuatan produk terdapat dua kelompok biaya yaitu biaya produksi dan biaya non produksi. Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam pengolahan bahan baku menjadi produk, sedangkan biaya non produksi merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan non produksi, seperti kegiatan pemasaran dan kegiatan administrasi umum (Mulyadi, 2015:14)

Salah satu metode yang dapat digunakan untuk menentukan harga jual produk adalah *Cost plus pricing method*. *Cost plus pricing method* merupakan cara menghitung biaya produksi maupun biaya non produksi untuk menentukan harga pokok produksi atau biaya total yang nantinya akan ditambah dengan

persentase laba yang diharapkan oleh perusahaan. Jadi penentuan biaya dalam perhitungan harga pokok produksi yang tepat akan membantu manajer perusahaan dalam pengambilan keputusan yang tepat.

Kesalahan dalam menentukan harga jual produk bisa saja terjadi, karena kurang akuratnya perhitungan yang dilakukan oleh manajemen. Kesalahan ini bisa mengakibatkan harga produk menjadi terlalu tinggi atau bisa saja terlalu rendah jika dibandingkan dengan perusahaan lain yang memproduksi produk sejenis. Dengan menggunakan metode yang baik, perusahaan akan mudah menentukan harga jual dengan memperhitungkan semua unsur biaya produksi agar lebih optimal dalam menjalankan usaha yang sudah dibangun.

Oleh karena itu, pentingnya menentukan harga jual produk yang tepat dalam suatu usaha mendorong penulis untuk melakukan penelitian di UMKM Kacang Sembunyi Pak Mulyatno. Dalam penelitian ini UMKM Pak Mulyatno sebagai suatu usaha yang bergerak dibidang produksi, menginginkan laba perusahaan yang maksimal dengan memperhatikan semua biaya-biaya yang dikeluarkan dan mempertahankan kelangsungan dalam proses produksinya, serta untuk menghasilkan laba yang diperoleh dari hasil penjualan. Maka dalam menentukan harga jual tentu saja tidak hanya sekedar perkiraan namun juga diperlukan perhitungan yang tepat dan akurat. Semakin baik kemampuan mengelola biaya, maka akan semakin baik pula harga dan kualitas yang ditawarkan kepada pelanggan atau konsumen.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik melakukan penelitian berjudul "Analisis Penentuan Harga Jual Dengan Metode *Cost Plus Pricing* Pada UMKM Kacang Sembunyi Pak Mulyatno".

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah perhitungan harga jual yang dilakukan UMKM Kacang Sembunyi Pak Mulyatno?
2. Bagaimanakah perhitungan harga jual yang dilakukan oleh UMKM Kacang Sembunyi Pak Mulyatno dengan metode *Cost Plus Pricing*?
3. Apakah ada perbedaan antara perhitungan harga jual yang dilakukan sebelumnya dengan metode *Cost Plus Pricing*?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui perhitungan yang dilakukan oleh UMKM Kacang Sembunyi Pak Mulyatno.
2. Untuk mengetahui perhitungan yang dilakukan oleh UMKM kacang sembunyi Pak Mulyatno metode *Cost Plus Pricing*.
3. Untuk mengetahui perbedaan antara perhitungan harga jual yang dilakukan sebelumnya dengan metode *cost plus pricing*.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Aspek akademik

Hasil penelitian ini dapat menjadi koleksi kepastakaan dan dapat digunakan sebagai bahan informasi/referensi dalam penelitian karya ilmiah atau sebagai pembanding atas penelitian yang sama.

2. Aspek pengembangan ilmu pengetahuan

Hasil penelitian ini diharapkan berguna untuk menambah wawasan dan pengetahuan baru bagi peneliti selanjutnya untuk memberikan ide atau gagasan yang dapat digunakan saat melakukan penelitian pada bidang yang sama dan dapat memberikan sumbangan pemikiran untuk

mempelajari akuntansi biaya, khususnya mengenai penentuan harga jual produk.

3. Aspek praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan dalam menentukan harga jual produk, dan juga dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk mengambil keputusan dalam menjalankan strategi bisnis.