

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam menentukan harga jual, perusahaan harus memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhinya yang berasal dari dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan yang diantaranya adalah persaingan, permintaan dan penawaran, biaya, keadaan ekonomi dan lain-lain. Penentuan besarnya biaya yang dikeluarkan harus tepat sehingga biaya-biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi menunjukkan harga pokok sesungguhnya. Penentuan harga jual dengan tepat, terlebih dahulu harus diketahui harga pokok produksi (perusahaan manufaktur), karena harga pokok produksi merupakan dasar bagi perusahaan untuk menentukan harga jual.

Perusahaan adalah suatu organisasi dimana sumber daya, seperti bahan baku dan tenaga kerja diproses untuk menghasilkan barang dan jasa. Suatu perusahaan dikatakan berhasil atau tidaknya bisa dilihat dari kemampuan perusahaan untuk bertahan menghadapi persaingan dan peluang di masa yang akan datang. Ukuran dan tujuan dari perusahaan secara umum adalah untuk memperoleh laba. Laba perusahaan dipengaruhi oleh harga jual produk, biaya dan penjualan produk. Sehingga kebijakan perusahaan dalam menentukan harga suatu produk sangat penting dan harus tepat dalam penentuan harga jual produk tersebut.

Harga pokok produksi merupakan komponen biaya yang langsung berhubungan dengan produksi. Penetapan harga pokok produksi memegang peranan yang sangat penting pada suatu perusahaan, sebab dari harga pokok dapat dibuat analisa rencana dan kekuatan pemasaran, penentuan harga jual dan sebagai perencanaan laba perusahaan. Christanti N,dkk (2014).

Kammarudin (2013:174) menyatakan bahwa terdapat dua pendekatan dalam penentuan harga pokok produksi yaitu pendekatan *full costing* dan pendekatan *variable costing*. Ada tiga metode yang dapat menentukan harga jual produk, yakni Metode Penetapan Harga Biaya-Plus (*Cost Plus Pricing Method*), Metode Penetapan Harga Mark-up (*Mark-up Pricing Method*) dan *Target Pricing*. Antara pendekatan *full costing* dan *variable costing* terdapat perbedaan mengenai konsep langsung dan tidak langsungnya biaya dengan volume.

PT. MBELINGER SEJAHTERA (MBEJO) merupakan salah satu perusahaan di Jalan Kebun Raya Nomor 43, Rejowinangun, Kotagede, Yogyakarta yang bergerak dalam bidang bisnis retail Oleh - oleh khas Yogyakarta yang berupa pakaian jadi. Dalam hal ini permasalahan yang dihadapi dalam menentukan harga jual. Dimana harga jual merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan untuk menentukan laba. Perusahaan sering kali tidak tepat dalam menentukan harga jual produk sehingga menyebabkan harga jual produk terlalu rendah maupun terlalu tinggi yang akan berakibat fatal pada masalah keuangan perusahaan. Berdasarkan uraian latar belakang diatas,

penulis mengambil judul penelitian “Analisis Penentuan Harga Jual Produk Pada PT Mbelinger Sejahtera Bersama (MBEJO)”.

B. Perumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, permasalahan dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana perhitungan penentuan harga jual produk di PT Mbelinger Sejahtera Bersama (MBEJO)?
2. Apakah penentuan harga jual produk pada PT Mbelinger Sejahtera Bersama (MBEJO) sudah sesuai dengan kajian teori?
3. Apakah sudah wajar sistem penentuan harga jual produk di PT Mbelinger Sejahtera Bersama (MBEJO)?

C. Batasan Masalah

1. Penelitian ini berfokus pada produk kaos, yaitu kategori kaos bijak jawa desain Wong Jawa dan Proud To be Indonesia.
2. Menggunakan data pada bulan Agustus 2019.
3. Yang digunakan untuk menghitung adalah biaya per unit barang.
4. Metode yang digunakan dalam menentukan harga pokok produksi adalah dengan menggunakan metode *Full Costing*.
5. Metode pengumpulan harga pokok produksi yang digunakan adalah metode Harga Pokok Proses (*Proses Costing Method*).

6. Kajian teori yang digunakan untuk membandingkan dalam menentukan harga jual adalah dengan menggunakan metode *Cost Plus Pricing* dengan pendekatan *Full Costing*.

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui perhitungan dalam menetapkan harga jual produk di PT Mbelinger Sejahtera Bersama (MBEJO).
2. Untuk mengetahui kesesuaian penentuan harga jual produk di PT Mbelinger Sejahtera Bersama dibandingkan dengan kajian teori.
3. Untuk mengetahui wajar tidakkah dalam menentukan harga jual produk di PT Mbelinger Sejahtera Bersama.

E. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi:

1. Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi sehingga dapat membantu perusahaan dalam mengembangkan dan memperbaiki dalam penentuan harga jual produk.

2. Penulis atau Mahasiswa

- a. Dapat menambah pengetahuan mengenai penetapan harga jual produk lebih mendalam.
- b. Mahasiswa dapat mengaplikasikan dan meningkatkan ilmu yang diperoleh.
- c. Menambah dan meningkatkan keterampilan serta keahlian dibidang praktik.

3. Universitas

Penelitian ini bisa menjadi kepustakaan Universitas Mercu Buana Yogyakarta yang bermanfaat untuk referensi dalam tugas-tugas mahasiswa atau hanya sekedar menambah pengetahuan dalam bidang akuntansi manajemen.

F. Kerangka Penulisan

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memuat penjelasan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan kerangka penulisan.

2. BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang teori-teori yang berhubungan dengan harga jual, tujuan penentuan harga jual, faktor-faktor yang mempengaruhi dalam penentuan harga jual, serta metode penetapan harga jual.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bagian ini, memuat penjelasan mengenai langkah-langkah sistematis dalam melakukan penelitian menguraikan tentang jenis penelitian, lokasi serta waktu penelitian, subyek dan obyek penelitian, jenis data dan sumber data, metode pengumpulan data, dan teknis analisis data.

4. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini memuat hasil penelitian dan pembahasan yang sifatnya terpadu dan tidak dipecah menjadi sub bab tersendiri.

5. BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Pada bab ini disajikan kesimpulan penelitian, saran atau implikasi, dan keterbatasan penelitian yang diperoleh dari hasil pembahasan yang diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan dan peneliti selanjutnya dalam menghitung harga jual produk.