

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Suatu perusahaan pada umumnya didirikan dengan tujuan untuk memperoleh laba dan menjaga kelangsungan hidup perusahaan tersebut. Banyak faktor yang mempengaruhi tingkat laba, antara lain: biaya produksi, volume penjualan, competitor (pesaing) dan penentuan harga jual. Faktor-faktor tersebut saling berkaitan. Pihak manajemen tentunya akan berusaha mencapai tujuan perusahaan untuk memperoleh laba dan menjaga kelangsungan hidup perusahaan tersebut. Banyak faktor yang sangat diperlukan oleh pihak manajemen ketika menjalankan tugas dan fungsinya. Salah satu faktor tersebut adalah kebutuhan akan informasi. Informasi merupakan sebuah fakta, data, pengamatan, persepsi, atau sesuatu yang lain, yang dapat menambah pengetahuan. Informasi-informasi tersebut diperlukan untuk mengurangi resiko ketidakpastian dalam pengambilan keputusan oleh pihak manajemen.

Manajemen seringkali menemukan ketidakpastian dalam pengambilan keputusan untuk pemecahan masalah yang dihadapi perusahaan. Maka dari itu manajemen memerlukan informasi khusus untuk memenuhi tujuan tertentu pihak manajemen tersebut. Kebutuhan akan informasi tersebut dapat dipenuhi dengan adanya sistem informasi

akuntansi manajemen. Salah satu tujuan umum dari sistem akuntansi manajemen adalah menyediakan informasi untuk pengambilan keputusan. Salah satu peran penting informasi akuntansi pada sebuah organisasi adalah dalam pengambilan keputusan untuk penentuan harga jual.

Pengambilan keputusan untuk menentukan harga jual dari produk perusahaan merupakan masalah manajemen yang tidak kalah penting dengan masalah-masalah akuntansi lainnya. Masalah ini sering kali sangat rumit dan sukar dalam menentukan keputusannya. Terutama apabila permasalahan ini terjadi dalam sebuah pasar yang keadaan persaingannya ketat, keputusan paling sulit yang harus diambil oleh pimpinan perusahaan adalah penentuan harga jual. Penentuan harga jual sering kali tidak bisa apabila hanya dilakukan pengambilan keputusan penentuan satu kali saja untuk kemudian digunakan seterusnya. Tentu perlu dilakukan beberapa kali evaluasi dan revisi supaya harga jual yang ditemukan benar-benar dapat digunakan sesuai dengan keinginan dan tujuan perusahaan.

Penentuan harga jual yang salah sering berakibat fatal pada masalah keuangan perusahaan dan akan mempengaruhi kontinuitas usaha perusahaan kedepan, misalnya: kerugian yang terus menerus atau timbulnya hasil produksi di gudang karena macetnya pasaran. Keputusan penentuan harga jual merupakan salah satu hal yang sangat penting bagi kelangsungan hidup perusahaan dan pencapaian tujuan

perusahaan tersebut. Keputusan penentuan harga jual yang terlalu rendah akan memberikan laba yang terlalu rendah pula bagi perusahaan. Sehingga lama-kelamaan akan mengurangi minat untuk melakukan investasi baru bagi perusahaan tersebut, bahkan mungkin saja akan menimbulkan kerugian bagi perusahaan apabila biaya-biaya yang diperlukan mengalami peningkatan sedangkan harga jual tidak berubah. Apabila harga jual yang ditetapkan terlalu tinggi dibandingkan dengan pesaing perusahaan akan dapat mengakibatkan konsumen (pelanggan) mungkin lari ke produk sejenis yang dihasilkan oleh perusahaan pesaing apabila perusahaan pesaing dapat menawarkan produk sejenis dengan kualitas yang relatif sama dan harga yang cenderung lebih rendah. Apabila terjadi demikian maka hal ini akan berdampak mengurangi kemampuan perusahaan untuk dapat bersaing dipasaran. Oleh karena itu, diperlukan pertimbangan yang lebih relevan dalam penentuan harga jual yang lebih tepat.

Kebijakan penentuan harga jual oleh manajemen idealnya memastikan pemulihan (recovery) atas semua biaya dan mencapai laba yang diinginkan dalam kondisi sulit sekalipun. Meskipun penawaran dan permintaan biasanya merupakan factor penentu dalam penetapan harga jual yang menguntungkan bagi perusahaan memerlukan pertimbangan atas biaya.

Pada kenyataannya, pertimbangan perusahaan dalam keputusan penentuan harga jual seringkali belum tepat karena banyak perusahaan

yang menentukan harga jual produk mereka tidak berdasarkan perhitungan dan prinsip akuntansi yang benar, bahkan banyak perusahaan yang hanya menggunakan intuisi manajemen atau pemiliknya dalam menentukan harga jual. Maka dari itu mengherankan apabila banyak perusahaan yang kemudian gulung tikar karena penghasilan dari penjualan produk atau jasa mereka tidak dapat menutup seluruh biaya produksi dan menghasilkan laba bagi yang diharapkan.

Untuk dapat menentukan harga jual yang lebih akurat dan dan tepat maka diperlukan informasi harga pokok produk yang tepat pula. Maka dari itu setiap perusahaan memerlukan akuntansi biaya khususnya informasi harga pokok produk untuk dapat membantu manajemen perusahaan dalam menentukan harga jual produk (Paulus,2010).

Dari latar belakang masalah yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka penulis ingin melakukan penelitian dengan judul “**EVALUASI PENENTUAN HARGA JUAL DENGAN MENGGUNAKAN PENDEKATAN *FULL COSTING* PADA NAMIRA COKELAT AND MILKSHAKE**”.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan permasalahan yang timbul dan akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana penentuan harga jual minuman pada Namira Cokelat And Milkshake?
2. Bagaimana penentuan harga jual minuman dengan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*?
3. Metode manakah yang paling tepat digunakan antara perhitungan Namira Cokelat And Milkshake dengan perhitungan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*?

I.3 Batasan Masalah

Keputusan penentuan harga jual merupakan masalah yang penting dan perlu diperhitungkan dengan baik, maka dari itu batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Analisis data yang akan dilakukan hanya dibatasi pada biaya-biaya yang terjadi pada bulan November tahun 2017 sampai dengan bulan Desember 2017.
2. Namira Cokelat And Milkshake menjual dua macam minuman yaitu minuman cokelat dan minuman Milkshake. Minuman cokelat ada 3 macam rasa yaitu: cokelat original, cokelat dark dan cokelat klasik. Minuman Milkshake ada 4 macam rasa

yaitu: Oreo, Green tea, Redvelvet, dan Taro. Agar pembahasan dalam penelitian ini menjadi lebih terfokus, maka dalam penentuan harga jual akan dibatasi pada produk minuman cokelat dark dengan pertimbangan karena minuman cokelat dark memiliki prosentase penjualan paling besar bila dibandingkan minuman rasa lain.

3. Metode penentuan harga pokok yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*.

1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, maka melalui penelitian ini penulis memiliki tujuan untuk:

1. Untuk mengetahui bagaimana penentuan harga jual minuman pada Namira Cokelat And Milkshake.
2. Untuk mengetahui bagaimana penentuan harga jual minuman dengan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*.
3. Untuk mengetahui metode manakah yang paling tepat digunakan antara harga jual perhitungan Namira Cokelat And Milkshake dengan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan kontribusi positif sebagai berikut:

1. Bagi penulis

Dapat menambah wawasan dan pengetahuan penulis dalam hal evaluasi perhitungan harga pokok penjualan pada suatu produk. Selain itu penelitian ini sangat berguna terutama dalam mengembangkan teori yang telah diperoleh dibangku perkuliahan dengan kondisi nyata yang ada di dunia industri.

2. Bagi perusahaan

Dapat menjadi bahan pertimbangan perusahaan dalam memperhitungkan harga pokok penjualan untuk menentukan harga jual yang paling tepat atas produk yang diproduksi.

3. Bagi Universitas Mercu Buana Yogyakarta

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi bagi mahasiswa jurusan akuntansi Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Bagi perpustakaan Universitas Mercu Buana Yogyakarta penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi bacaan.

4. Bagi pembaca dan peneliti lain

Dapat memberikan tambahan wawasan dan pengetahuan lebih luas tentang penetapan harga jual produk sehingga dapat memunculkan

strategi bisnis yang lebih tepat. Penelitian ini juga dapat digunakan sebagai referensi dan bahan kajian dalam penelitian yang lebih luas.

1.6 Sistematika Penulisan

Penelitian mengeneai penentuan Harga Jual dengan menggunakan pendekatan metode *Full Costing* disusun menjadi 5 bab. Adapun masing-masing bab tersebut sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode analisa data, dan sistematika penelitian.

BAB II : LANDASAN TEORI

Menguraikan tentang teori-teori yang menunjang penulisan atau penelitian yang bias diperkuat dengan metode evaluasi yang digunakan.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang gambaran umum Namira Cokelat And Milkshake dan metodologi yang terdiri dari lokasi penelitian, data dan sumber data penelitian, metode pengumpulan data, serta metode analisis data.

BAB IV : ANALISI DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas tentang ketertarikan evaluasi data yang diperlukan penulis dari hasil dokumentasi dan observasi.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil pembahasan penulisan skripsi ini.