

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Berusaha untuk mendapatkan dan senantiasa meningkatkan keuntungan atau laba merupakan tujuan utama setiap perusahaan. Hal ini pasti terjadi di setiap perusahaan yang pada awal didirikannya merupakan lembaga yang bertujuan untuk mencari laba (bukan lembaga nirlaba) baik perusahaan yang bergerak di bidang perdagangan maupun perusahaan jasa.

Dalam era kompetisi yang semakin tajam, perusahaan-perusahaan berlomba untuk menghasilkan produk atau jasa yang bermutu dengan harga yang rendah dengan berpedoman bahwa konsumen hanya dibebani dengan biaya-biaya untuk aktivitas penambah nilai (*Value-added activities*). Hal ini terjadi karena persaingan di dunia usaha semakin ketat sehingga untuk memenangkan persaingan tersebut perusahaan dituntut untuk menghasilkan produk yang berkualitas dengan harga yang kompetitif. Sehingga setiap perusahaan harus berhati-hati dalam menentukan harga jual produk atau jasanya. Menurut Stanton, et.al (1991:240) "*Price is value in terms of dollars and cents, or any other monetary medium of exchanged*".

Untuk menentukan harga jual yang kompetitif tidaklah mudah. "Umumnya harga jual produk atau jasa ditentukan oleh perimbangan penawaran dan permintaan di pasar, sehingga biaya bukan merupakan penentu harga jual", Mulyadi (1993:347). Permintaan konsumen atas suatu produk tidaklah mudah ditentukan oleh manajer. Karena itu, manajer menghadapi banyak ketidakpastian dalam menentukan harga jual produk. Selera konsumen, jumlah pesaing yang memasuki pasar, harga jual yang ditetapkan pesaing,

semuanya merupakan faktor yang mempengaruhi terbentuknya harga jual yang sangat sulit untuk diramalkan. Berikut adalah berbagai faktor yang mempengaruhi harga jual yang menurut Ronal W. Hilton (1999:430) terdiri dari : *Customers Demand, Action of Competitors, Costs, and Political, Legal and Image Related Issues*

Satu-satunya faktor yang memiliki kepastian relatif tinggi yang dapat digunakan oleh manajemen sebagai dasar untuk menentukan harga jual adalah biaya yang merupakan satu-satunya faktor yang dapat dikendalikan manajemen dalam hal menentukan harga jual. Menurut Buchari Alma (2000:125) Biaya ialah setiap pengorbanan untuk membuat suatu barang atau memperoleh suatu barang, yang bersifat ekonomis rasional. Jadi dalam pengorbanan ini tidak boleh mengandung unsur pemborosan, sebab segala pemborosan termasuk unsur kerugian tidak dibebankan ke harga pokok, berikut merupakan kriteria biaya :

1. Dapat dihitung
2. Dapat diduga sebelumnya
3. Inheren (melekat) pada produksi
4. Tidak dapat dihindarkan.

Biaya memberikan informasi batas bawah (Nilai bersih yang dapat direalisasikan-margin laba normal) suatu harga jual dapat ditentukan. Biaya tidak sepenuhnya menentukan harga jual, dan bukan satu-satunya faktor yang mempengaruhi penentuan harga jual, apalagi pada saat ini harga jual tidak jarang terbentuk karena hal-hal selain biaya seperti trend, gaya hidup, jangka waktu pembelian, pesaing, dan sebagainya. Banyak produk yang dihasilkan dengan biaya yang sangat rendah, tetapi karena produk tersebut digemari dan menjadi trend di masyarakat, sehingga harga produk tersebut menjadi mahal, atau terjadi keadaan sebaliknya. Tetapi tidak dapat dipungkiri bahwa

manajemen perusahaan menggunakan informasi biaya sebagai dasar yang lebih pasti bagi mereka untuk membuat kebijakan mengenai harga jual dengan tetap memperhitungkan laba yang diharapkan perusahaan serta faktor-faktor lainnya yang tidak bisa diramalkan dan dikendalikan sepenuhnya oleh perusahaan.

Pada perusahaan manufaktur, informasi biaya ini terlihat pada perhitungan harga pokok produksi yang mencerminkan total biaya yang digunakan untuk memproduksi satuan produk yang dihasilkan. Biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik merupakan elemen-elemen yang harus dipertimbangkan dalam menetapkan harga pokok produksi yang nantinya akan dijadikan dasar untuk menetapkan harga pokok penjualan dan kemudian harga jual itu sendiri.

Penetapan harga pokok produk pada perusahaan manufaktur sangat ditentukan oleh proses produksi yang dilakukan oleh perusahaan. Berdasarkan proses produksi yang dilaksanakan oleh perusahaan, akuntansi biaya mengenal dua macam proses produksi yang dapat dilakukan oleh perusahaan, yaitu metode harga pokok pesanan dan metode harga pokok proses. Pengertian metode harga pokok pesanan menurut Carter dan Usry (2006:128) yang dialihbahasakan oleh Krista adalah sebagai berikut : "Sistem perhitungan biaya berdasarkan pesanan (*job order costing*) merupakan biaya produksi diakumulasikan untuk setiap pesanan terpisah, agar rincian dari perhitungan biaya berdasarkan pesanan sesuai dengan usaha yang diperlukan". Sedangkan metode harga pokok proses adalah : "dimana sejumlah besar unit produk diolah secara berkesinambungan, dari satu periode ke periode berikutnya. Dalam mengolah jenis produk ini, semua produk melalui serangkaian tahap atau proses pabrikasi yang seragam" menurut Henry Simamora (2000:576).

Perusahaan yang menjadi subjek pada penelitian ini merupakan perusahaan yang memproduksi berdasarkan pesanan. Pada perusahaan yang memproduksi berdasarkan pesanan, muncul perbedaan yang signifikan yang terdapat pada setiap produk yang dihasilkan. Hal ini terjadi karena adanya perbedaan spesifikasi setiap produk atau kumpulan produk. Perbedaan spesifikasi tersebut terjadi karena setiap pemesan dapat menentukan spesifikasi produk yang diinginkannya. Dengan adanya perbedaan spesifikasi yang signifikan tersebut menjadi masalah bagi manajemen, terutama dalam menentukan harga jual dari setiap produk yang diproduksi berdasarkan pesanan.

Maka dari itu diperlukan informasi mengenai biaya yang akurat guna membantu manajemen dalam membuat keputusan harga jual, karena faktor yang mempengaruhi harga jual selain biaya berada diluar kendali manajemen, dan setiap produk yang dihasilkan pasti dipengaruhi faktor-faktor selain biaya tersebut. Hal ini sejalan dengan pendapat Mulyadi (2000:348) yang menyatakan :

Satu-satunya faktor yang memiliki kepastian relatif tinggi yang berpengaruh dalam penentuan harga jual adalah biaya. Biaya memberikan informasi batas bawah suatu harga jual harus ditentukan..... Dengan demikian manajer penentu harga jual senantiasa memerlukan informasi biaya produk atau jasa dalam pengambilan keputusan penentuan harga jual, meskipun biaya tidak menentukan harga jual dan bukan satu-satunya faktor yang harus dipertimbangkan dalam penentuan harga jual.

Dalam perusahaan yang produksinya berdasarkan pesanan, Mulyadi (2005:39) dalam buku akuntansi biaya menyatakan bahwa informasi harga pokok pesanan bermanfaat bagi manajemen untuk :

1. Menentukan harga jual produk yang akan dibebankan kepada pemesan.
2. Mempertimbangkan penerimaan atau penolakan pesanan.
3. Memantau realisasi biaya produksi.
4. Menghitung laba atau rugi tiap pesanan.
5. Menentukan harga pokok persediaan produk jadi dan produk dalam proses yang disajikan dalam neraca.

Perusahaan tempat dilakukannya penelitian adalah PT Dynaplast Tbk. Yaitu perusahaan manufaktur plastik, yang mengerjakan pesanan dari perusahaan-perusahaan yang membutuhkan kemasan yang sesuai dengan produk yang dihasilkan perusahaan pemesan tersebut.

Tabel 1.1
PT Dynaplast Tbk
Biaya Produksi dan Harga Jual
Tahun 2001 - 2008

Tahun	Kemasan Plastik		Komponen Plastik		Lain-lain	
	Biaya Produksi	Harga Jual	Biaya Produksi	Harga Jual	Biaya Produksi	Harga Jual
2001	Rp 24,193	Rp 35,837	Rp 25,292	Rp 38,430	Rp 26,628	Rp 45,049
2002	Rp 26,946	Rp 41,867	Rp 27,815	Rp 43,412	Rp 38,373	Rp 80,643
2003	Rp 37,533	Rp 55,470	Rp 34,184	Rp 59,204	Rp 40,612	Rp 66,427
2004	Rp 49,208	Rp 68,981	Rp 47,652	Rp 78,536	Rp 51,856	Rp 75,215
2005	Rp 66,459	Rp 85,373	Rp 65,935	Rp 81,137	Rp 66,377	Rp 83,647
2006	Rp 76,102	Rp 91,357	Rp 76,771	Rp 118,413	Rp 52,686	Rp 92,187
2007	Rp 85,086	Rp 107,893	Rp 66,846	Rp 93,014	Rp 68,476	Rp 133,389
2008	Rp 103,693	Rp 130,186	Rp 84,698	Rp 123,768	Rp 71,994	Rp 121,414

Sumber : PT Dynaplast Tbk(diolah kembali)

Dari data di atas terlihat bahwa untuk produk dari kelompok jenis kemasan plastik, harga pokok produksi selalu mengalami kenaikan dari tahun ke tahun pada kisaran 11% - 39%, hal yang sama juga terjadi dengan harga jual untuk kelompok jenis ini dimana pada tiap tahunnya selalu terjadi kenaikan pada kisaran 7% - 32%. Untuk produk dari kelompok jenis komponen plastik, harga pokok produksi dan harga jual produk cenderung meningkat dari tahun ke tahun walaupun harga pokok produksi pernah mengalami penurunan pada tahun 2007 sebesar 12,9% yang mempengaruhi penurunan harga jual sebesar 21,5%. Pada tahun itu peningkatan harga pokok produksi terjadi pada

kisaran 9% - 39%, dan harga jual pada kisaran 3% - 46%. Sedangkan untuk kelompok jenis lain-lain, harga pokok produksi sempat mengalami penurunan sebesar 20,6% pada tahun 2006, meskipun pada tahun tersebut harga jual mengalami kenaikan sebesar 10,2%, dan harga jual pernah mengalami penurunan sebanyak dua kali, yaitu pada tahun 2003 sebesar 17,6% dan pada tahun 2008 sebesar 8,9%, padahal pada dua tahun tersebut harga pokok produksi mengalami kenaikan sekitar 5% - 5,8%. Pada tahun itu peningkatan harga pokok produksi terjadi pada kisaran 5%-44%, dan harga jual pada kisaran 3% - 79%.

Berdasarkan uraian tersebut, dengan tersedianya informasi mengenai biaya produksi dengan benar dan teruji, diharapkan manajemen perusahaan dapat menentukan harga jual produk yang kompetitif. Melihat pentingnya penentuan harga jual yang didasarkan pada penghitungan biaya produksi, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang dituangkan dalam skripsi yang berjudul **"Pengaruh Harga Pokok Produksi Terhadap Harga Jual Pada PT Dynaplast Tbk"**.

1.2 Rumusan Masalah

Mengacu kepada hal-hal di atas yang melatarbelakangi penelitian ini, maka penulis mengidentifikasi permasalahan yang ada pada penelitian kepada hal-hal sebagai berikut:

1. Bagaimana Harga Pokok Produksi Pada PT Dynaplast Tbk.
2. Bagaimana Harga Jual Pada PT Dynaplast Tbk.
3. Seberapa besar Pengaruh Harga Pokok Produksi Terhadap Harga Jual Pada PT Dynaplast Tbk.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh informasi mengenai pengaruh Harga Pokok Produksi Terhadap Harga Jual. Selain itu penelitian ini juga dimaksudkan untuk mencari serta mengumpulkan data dan informasi yang relevan dengan permasalahan yang kemudian digunakan sebagai bahan pembahasan dalam memecahkan masalah.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Harga Pokok Produksi Pada PT Dynaplast Tbk.
2. Untuk mengetahui Harga Jual Pada PT Dynaplast Tbk.
3. Untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Harga Pokok Produksi Terhadap Harga Jual Pada PT Dynaplast Tbk.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat berguna, antara lain :

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu bahan untuk pengembangan ilmu pengetahuan dan perbandingan antara teori dan kondisi sesungguhnya dalam bidang akuntansi serta dapat dijadikan sebagai acuan pada penelitian selanjutnya terutama penelitian pada bidang yang sama pada umumnya dan dapat menambah pengetahuan serta ilmu bagi penulis mengenai harga pokok produksi dengan metode harga pokok pesanan dan harga jual.

2. Kegunaan Praktis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai informasi tambahan dan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam menentukan kebijakan-kebijakan, terutama yang berkaitan dengan harga pokok produksi dan harga jual untuk meningkatkan pendapatan.
- b. Menambah wawasan dan pengetahuan penulis dalam hal menentukan harga jual guna meningkatkan pendapatan.
- c. Dan juga dapat bermanfaat bagi masyarakat dan berbagai pihak lainnya secara keseluruhan.