

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Dalam perkembangan dunia usaha khususnya Indonesia, persaingan antar perusahaan semakin ketat. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu yang turut bersaing dalam memajukan perekonomian di Indonesia. Dalam hal pembangunan di Indonesia UMKM selalu di gambarkan sebagai sektor yang memiliki peranan penting karena sebagian besar penduduk Indonesia hidup dalam kegiatan usaha kecil baik di sektor tradisional maupun modern.

Sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) turut serta mempengaruhi perkembangan ekonomi di Indonesia dan mengakibatkan adanya persaingan antara UMKM yang satu dengan yang lainnya terutama pada produk yang sejenis. Hal tersebut bagi UMKM merupakan ancaman yang harus segera ditindak lanjuti karena secara langsung akan mempengaruhi kelangsungan hidup usaha, serta penjualan dari produk yang dihasilkan merupakan sumber pendapatan utama bagi UMKM tersebut. Solusi untuk mengatasi hal tersebut adalah UMKM dituntut untuk antisipatif terhadap segala kemungkinan yang terjadi dalam persaingan. Salah satunya yaitu dengan mengetahui harga jual yang tepat. Harga jual merupakan sebuah komponen penting atas suatu produk yang akan berpengaruh terhadap pemasukan atau pendapatan bagi pemilik usaha UMKM.

Pada umumnya setiap perusahaan mempunyai tujuan yang ingin dicapai, baik berupa laba yang maksimal, kelangsungan hidup, pertumbuhan perusahaan, maupun menciptakan kesejahteraan anggota masyarakat. Peningkatan

efektivitas dan efisiensi juga sangat berpengaruh terhadap pencapaian perusahaan akan tujuan utamanya. Untuk dapat mencapai laba maksimal pada dasarnya setiap pelaku usaha selalu berupaya untuk menekankan biaya produksi serendah mungkin tanpa mengesampingkan kualitas produk yang dihasilkan. Persaingan harga, kualitas, dan sebagainya menjadikan sebagian perusahaan harus membenahi berbagai aspek di dalam perusahaannya agar mampu menghadapi persaingan tersebut. Perusahaan harus memaksimalkan pemakaian sumber daya yang dimiliki agar dapat memproduksi secara optimal, meminimumkan pemborosan, dan melakukan proses produksi yang efisien dan efektif.

Menurut Danang Sunyoto (2013:84) bahwa perolehan laba bersih merupakan tolak ukur keberhasilan suatu perusahaan. Untuk dapat memperoleh laba yang maksimal, maka perusahaan harus dapat mengoperasionalkan semua aktivitas perusahaan dengan maksimal juga. Dalam mencapai tujuan tersebut perusahaan harus dioperasikan oleh seperangkat manajemen yang benar –benar ahli dalam menjalankan fungsi manajerial yang tepat dan sesuai dengan kondisi perusahaan. Selain itu diperlukan adanya koordinasi usaha diantara semua unit organisasi agar dapat mengambil tindakan yang selaras dalam mencapai tujuan. Salah satu hal yang terpenting dalam operasional perusahaan yaitu berupaya agar produk perusahaan dapat diterima oleh masyarakat sehingga perusahaan dapat terus going concern.

Harga jual atau nilai produk serta kegunaan produk perusahaan merupakan hal-hal yang sangat berkaitan dengan kelangsungan hidup perusahaan. Harga jual yang dikenakan disesuaikan dengan harga jual produk sejenis lainnya yang ada di pasar sehingga bisa diterima masyarakat dan pada

akhirnya akan memberikan dukungan dalam upaya peningkatan perolehan laba bersih perusahaan. Barang-barang dan jasa mempunyai harga atau nilai tukar karena barang diperlukan oleh pembeli, ada manfaatnya, langka dan oleh perusahaan tidak dapat disediakan dalam jumlah yang tidak terbatas. Masyarakat yang sudah menggunakan uang sebagai alat tukar menukar atau pengukur nilai, pertukaran barang dinyatakan dalam satuan uang. Jumlah yang dipergunakan dalam pertukaran tersebut mencerminkan tingkat harga dari suatu barang. Dalam praktek, terjadinya harga ditentukan oleh penjual atau perusahaan dan pembeli. Makin besar daya beli konsumen, semakin besar pula kemungkinan bagi perusahaan untuk menetapkan tingkat harga lebih tinggi. Dengan demikian perusahaan mempunyai harapan untuk mendapatkan keuntungan maksimum sesuai dengan kondisi yang ada, melalui penetapan harga jual.

Menurut Rudianto (2013:102) bahwa "Harga jual merupakan salah satu faktor yang sangat berpengaruh terhadap perusahaan, salah satunya yaitu tingkat pendapatan yang diperoleh perusahaan, yang selanjutnya akan berpengaruh terhadap perkembangan operasional perusahaan". Dalam penetapan harga jual perlu dipertimbangkan yang mendalam dan teliti guna memperoleh harga jual yang benar-benar sesuai dengan keinginan dan tujuan perusahaan. Keputusan harga jual merupakan keputusan yang sulit, karena faktor-faktor yang mempengaruhi, baik faktor intern maupun ekstern. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi harga jual menurut Rudianto (2013:87) adalah keadaan perekonomian, penawaran dan permintaan, elatisitas permintaan,

persaingan, biaya, tujuan manager dan pengawasan pemerintah.

Tinggi rendahnya harga jual selalu menjadi perhatian utama bagi para konsumen saat mereka mencari suatu produk. Jika harga jual yang ditentukan terlalu tinggi dengan harapan akan mendapatkan laba yang maksimal belum tentu produk akan laku terjual dan mengakibatkan kerugian bagi perusahaan karena konsumen akan lari ke pesaing produk yang sejenis apabila dapat menawarkan kualitas yang relatif sama dan harga jual yang cenderung lebih rendah. Begitu juga sebaliknya, jika harga jual yang ditentukan terlalu rendah agar produk dapat terjual laris akan menghasilkan laba yang rendah. Apabila terjadi hal demikian, akan berdampak mengurangi kemampuan perusahaan untuk bersaing di pasaran. Oleh karena itu, perusahaan pun harus melakukan pertimbangan yang relevan dalam menentukan harga jual produk dengan tepat dan cermat. Penetapan harga jual tentunya diperlukan evaluasi dan revisi beberapa kali supaya harga jual dapat benar-benar digunakan sesuai keinginan dan tujuan perusahaan. Menurut Buchari Alama (2011:170) penetapan harga jual adalah keputusan mengenai harga-harga yang akan diikuti untuk suatu jangka waktu tertentu.

Kesalahan dalam menentukan harga jual akan mengakibatkan harga jual berada dibawah atau diatas biaya penuh dan biaya produksi serta harga jual dinilai terlalu tinggi atau terlalu rendah dibandingkan dengan harga jual dari pesaing yang memproduksi produk yang sejenis. Kesalahan seperti ini seringkali dilakukan oleh perusahaan dengan skala kecil atau menengah (UMKM) sebab dalam mempertimbangkan keputusan dalam penentuan harga jual

produk belum tepat karena tidak berdasarkan prinsip akuntansi yang benar, pemilik usaha hanya menggunakan perkiraan saja. Dalam perhitungan biaya produksi, perhitungan biaya non produksi dan laba merupakan hasil dari perkiraan pemilik usaha sehingga tidak heran apabila banyak perusahaan yang gulung tikar akibat penghasilan dari penjualan produk tidak dapat menghasilkan laba yang diharapkan serta tidak dapat menutup seluruh biaya produksi.

Hilmi Fashion masih menggunakan intuisi atau perkiraan pemilik usaha untuk menentukan harga jual produk perusahaan mereka. Hilmi Fashion selama ini melakukan produksi sesuai dengan jumlah pesanan yang masuk ke perusahaan dan telah berusaha menghitung harga pokok produksinya, akan tetapi masih belum sesuai dengan teori akuntansi yang seharusnya. Banyak biaya-biaya yang seharusnya dibebankan tidak dimasukkan dalam perhitungan harga pokok produksi. Perusahaan sering mengabaikan proses pencatatan menurut sistem akuntansi yang lazim terutama dalam hal pengelompokan dan pencatatan biaya produksi dan biaya non produksi lainnya. Akibatnya biaya-biaya aktual yang dikeluarkan perusahaan tidak terhitung dan tidak menjadi komponen harga pokok produksi yang ditetapkan padahal hal tersebut sangat berpengaruh terhadap perhitungan harga pokok produksi. Untuk memberikan solusi dari permasalahan tersebut, maka diperlukan adanya evaluasi dalam mengelompokkan dan mengumpulkan biaya untuk menyusun harga pokok produksi yang pada harapan akhirnya akan berpengaruh terhadap penetapan harga jual produk Hilmi Fashion. Perusahaan disarankan untuk melakukan perhitungan harga

pokok produksi yang sesuai dengan ilmu akuntansi yang seharusnya.

Setelah memahami pentingnya penetapan harga jual produk dalam menentukan kelangsungan hidup perusahaan dan pencapaian tujuan perusahaan, maka peneliti akan membahas mengenai, **“Analisis Penetapan Harga Jual Untuk Optimalisasi Laba Sepatu Sandal Hilmi Fashion”**.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Bagaimana harga pokok produksi dan penetapan harga jual untuk mendapatkan laba optimal yang diterapkan oleh sepatu sandal Hilmi Fashion selama ini?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui dan mengevaluasi harga pokok produksi dan penetapan harga jual produk yang ditentukan oleh pemilik usaha dalam pembuatan produk sepatu sandal Hilmi Fashion.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Setiap kegiatan penelitian yang dilakukan tentu tidak hanya memiliki tujuan melainkan terdapat manfaat yang terkandung di dalamnya. Dalam penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat antara lain :

#### **1. Bagi Pelaku Usaha**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi dalam penentuan kebijakan perusahaan mengenai biaya-biaya yang dikeluarkan untuk menentukan harga pokok produksi dan penetapan harga jual berdasarkan teori akuntansi yang benar. Agar kedepannya bisa menjadi lebih baik dalam kemajuan perusahaan serta menjadi bahan pertimbangan dan masukan yang dapat dijadikan sebagai dasar dalam memecahkan masalah yang sedang dihadapi sehingga tujuan perusahaan dapat dicapai secara optimal.

2. Bagi Universitas

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan bacaan ilmiah dan dapat menambah referensi pustaka di Universitas PGRI Adi Buana Surabaya dalam penulisan karya ilmiah serta menambah wawasan pengetahuan bagi pihak - pihak yang membutuhkan.

3. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan masyarakat umum mengenai praktik-praktik perhitungan penentuan harga jual yang sesuai dengan teori atau perhitungan yang tepat agar tujuan perusahaan dapat dicapai serta dapat memahami alasan mengenai peningkatan harga yang ditentukan oleh sebuah perusahaan.

### **1.5 Fokus Penelitian dan Keterbatasan Penelitian**

1. Fokus Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Hilmi Fashion yang berfokus pada perhitungan penetapan harga jual produk sepatu sandal, perhitungan perencanaan laba yang di tentukan oleh perusahaan dan mencoba menganalisis informasi biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan selama proses produksi hingga produk siap di jual serta menganalisis strategi dan mekanisme yang dilakukan oleh perusahaan dalam menetapkan harga jual produknya.

2. Keterbatasan Penelitian

Di dalam sebuah penelitian tentunya terdapat keterbatasan yang dialami oleh peneliti. Sehingga hasil penelitian menjadi tidak sempurna. Keterbatasan yang ditemui oleh peneliti yaitu :

- a. Keterbatasan waktu yang diberikan dalam melakukan kegiatan wawancara dan penelitian dengan pemilik usaha. Pemilik usaha hanya memberikan waktu 2 hari dalam seminggu. Mengingat akan kesibukan pemilik usaha dan padatnya produksi yang dikerjakan.
- b. Keterbatasan dalam tempat yang sedang diteliti. Dikarenakan tempat yang tidak terlalu luas dengan karyawan yang sedang bekerja lalu lalang dalam proses pengepakan, menyulitkan bagi peneliti dalam melakukan kegiatannya.

