

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam dunia bisnis persaingan antar perusahaan merupakan hal yang wajar karena setiap perusahaan menginginkan produk yang dikelola laris manis dipasaran, yaitu dengan cara menawarkan produk beserta keunggulan masing-masing. Perusahaan tidak hanya bersaing secara kualitas tetapi juga kuantitasnya, karena hanya produk terbaik dan harga paling murah yang diminati dan dicari oleh konsumen dari dulu hingga sekarang. Sebelum perusahaan menentukan harga jual suatu produk, perusahaan terlebih dahulu menghitung harga pokok produksinya karena harga pokok produksi sangat penting untuk pelaporan keuangan perusahaan.

Harga pokok produksi menurut Mulyadi (2015:14), yaitu dalam pembuatan produk terdapat dua kelompok biaya yang pertama biaya produksi dan kedua 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.

Menurut Mulyadi (2016:122), dalam menentukan harga pokok produksi pada umumnya terdapat dua metode yang digunakan yaitu metode *full costing* dan *variable costing*. Metode *full costing* memperlakukan semua biaya produksi sebagai harga pokok (*product cost*). Harga pokok produksi dengan metode *full costing* terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik tetap dan

biaya *overhead* pabrik variabel. Sedangkan metode *variable costing* terdapat biaya yang berubah-ubah sesuai dengan pengeluarannya (*output*) yang diperlakukan sebagai harga pokok. Biasanya terdiri dari bahan baku langsung, tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik variabel. Harga pokok produksi juga sebagai alat penerapan harga jual, untuk mengetahui efisien atau tidaknya perusahaan.

Penentuan harga jual ditentukan oleh penjual atau pedagang untuk menjual suatu produk kepada pembeli. Ada juga pendapat dari Suparyanto (2015:141), harga adalah jumlah sesuatu yang memiliki nilai pada umumnya berupa uang yang harus dikorbankan untuk mendapatkan suatu produk. Perusahaan menjual harga produk dengan nilai yang lebih tinggi dari harga beli dengan tujuan mendapatkan keuntungan. Jika menjual harga produk dibawah harga beli maka perusahaan akan mengalami kerugian dan jika perusahaan menjual produknya dengan nilai yang sama dengan harga belinya maka disebut impas. Oleh karena itu perusahaan harus memiliki perhitungan harga pokok produksi dan harga jual yang tepat agar tidak mengalami kerugian sehingga menghasilkan laba yang diinginkan dan bias mengembangkan usaha.

Mr. Teto adalah perusahaan yang bergerak dibidang kuliner yang menyajikan menu makanan khas Madura yaitu Sate ayam dan Soto Madura. *Outlet* Mr. Teto terletak dijalan perintis kemerdekaan 61A umbulharjo. Keunggulan dari produk Mr. Teto ini antara lain produk sate yang rasanya unik karena pada teknik pengolahannya menggunakan campuran madu dan kelapa sehingga memiliki rasa khas dan berbeda dari sate yang dijual pada umumnya.

Bisnis kuliner sate dan soto milik Bapak Achmad Junaidi ini berkembang sejak tahun 2012 lalu. *Brand* Mr. Teto sendiri merupakan singkatan dari sate dan soto Madura. Kata “Mr” berarti Madura sedangkan kata “Teto” berarti Sate dan Soto. Pada awalnya Mr. Teto melakukan promosi dari rumah ke rumah, dari instansi satu ke instansi yang lainnya serta menyebarkan brosur *delivery order* sate pertama kali di Indonesia.

Mr. Teto menjual produk dipasaran menggunakan penetapan harga pokok produksi dengan metode *Variable Costing*. Dalam penelitian ini penulis mencoba menganalisis efisiensi perhitungan harga pokok produksi dengan metode *Full Costing*. Sehingga bisnis kuliner Mr. Teto tersebut akan mengetahui apakah penggunaan metode *Variable Costing* yang diterapkannya sudah efisien untuk mendapatkan keuntungan atau malah sebaliknya.

Dari uraian diatas peneliti memilih rumah makan Mr. Teto yang berada di Yogyakarta sebagai objek penelitian dan peneliti ingin melakukan penelitian untuk mengetahui harga jual yang tepat untuk produk sate dan soto pada rumah makan Mr. Teto sehingga menghasilkan laba yang diinginkan. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian ini dan membuat judul **Analisis Perbandingan harga pokok produksi dengan metode *full costing* dan *variable costing* untuk menentukan harga jual pada rumah makan Mr. Teto Yogyakarta.**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana menerapkan metode *variable costing* dalam menetapkan harga pokok produksi sebagai penentu harga jual pada rumah makan Mr. Teto Yogyakarta?
2. Bagaimana menerapkan metode *full costing* dalam menetapkan harga pokok produksi sebagai penentu harga jual pada rumah makan Mr. Teto Yogyakarta?
3. Manakah yang lebih efisien antara metode *variable costing* dan metode *full costing* dalam menetapkan harga pokok produksi sebagai penentu harga jual pada rumah makan Mr. Teto Yogyakarta?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui penerapan metode *variable costing* dalam menetapkan harga pokok produksi sebagai penentu harga jual pada rumah makan Mr. Teto Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui penerapan metode *full costing* dalam menetapkan harga pokok produksi sebagai penentu harga jual pada rumah makan Mr. Teto Yogyakarta
3. Untuk mengetahui efisiensi antara metode *variable costing* dan metode *full costing* dalam menetapkan harga pokok produksi sebagai penentu harga jual pada rumah makan Mr. Teto Yogyakarta.

1.4. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk berbagai pihak yaitu:

1. Bagi rumah makan Mr. Teto hasil penelitian ini bermanfaat untuk pengambilan keputusan untuk menentukan harga jual yang tepat.
2. Bagi Peneliti penelitian ini bermanfaat karena bias mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang di dapat selama berada di bangku kuliah
3. Bagi pembaca bermanfaat sebagai referensi dan bermanfaat sebagai perbandingan dalam penelitian selanjutnya untuk menentukan harga pokok produksi dan harga jual yang tepat.

1.5. Fokus penelitian dan keterbatasan

Fokus dalam penelitian ini adalah perbandingan harga pokok produksi dengan menggunakan metode *fullcosting* dan *variabel costing* untuk menentukan harga jual sate dan soto pada rumah makan Mr. Teto (Madura Sate dan Soto) di Yogyakarta. Apabila ada informasi lain diluar focus penelitian maka peneliti jadikan sebagai data pendukung. Untuk membatasi masalah agar tidak melebar dari focus penelitian. Maka tempat, pelaku dan aktivitas menyesuaikan dengan waktu penelitian yang telah ditentukan sehingga jika terjadi fenomena dan peristiwa yang mendukung tetapi tidak diikut sertakan dalam penelitian ini, maka dapat dilakukan pada penelitian selanjutnya.