

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **I.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, kompetitor (pesaing) dan 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. Sistem informasi akuntansi manajemen adalah sistem informasi yang menghasilkan

keluaran (output) dengan menggunakan masukan (input) dan berbagai proses yang diperlukan untuk memenuhi tujuan tertentu pihak manajemen (Hansen. Mowen, 2005). 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 seringkali 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 seringkali tidak bisa apabila hanya dilakukan pengambilan keputusan penentuan satu kali untuk kemudian digunakan seterusnya. Tentunya perlu dilakukan beberapa kali evaluasi dan revisi supaya harga jual yang ditentukan 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 misalnya: kerugian yang terus menerus atau menimbunnya hasil produksi di gudang karena macetnya pasaran (Machfoedz, 1982). 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 di pasaran. 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 (Carter. Usry, 2004). Meskipun penawaran dan permintaan biasanya merupakan faktor penentu dalam penetapan harga tetapi 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 tidak 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.

Bakpia Djogdja yang terletak di kota Yogyakarta merupakan salah satu perusahaan manufaktur yang mengolah bahan baku dan menghasilkan produk jadi. Produk perusahaan manufaktur Bakpia Djogdja ini merupakan makanan khas dari daerah Yogyakarta yaitu bakpia dan pia. Mereka memproduksi bakpia dengan tiga macam rasa pokok yaitu kacang hijau, keju dan coklat. Tetapi dapat juga dua atau tiga rasa bakpia tersebut dicampurkan dalam satu dus sesuai dengan permintaan konsumen. Sedangkan untuk produk pia Bakpia Djogdja menawarkan pia dengan aneka pilihan rasa. Namun selama berdirinya menurut keterangan dari pemilik, bakpia kacang hijau memiliki prosentase penjualan paling besar bila dibandingkan dengan pia dan bakpia rasa lainnya yaitu rata-rata sebesar 41 % dari total penjualan per bulan produk Bakpia dan Pia Djogdja.

Bakpia Djogdja masih menggunakan intuisi pemilik untuk menentukan harga jual produk perusahaan mereka. Harga jual produk Bakpia Djogdja saat ini termasuk ke dalam tingkat pangsa pasar yang sedang apabila dibandingkan dengan produk-produk bakpia lain sejenisnya. Sejak berdiri hingga saat ini Bakpia Djogdja mencatat seluruh biaya produksinya dengan

cara yang sederhana dan pada prinsipnya harga jual yang mereka tentukan dapat memberikan keuntungan yang diharapkan pemilik tanpa perhitungan biaya yang tepat dan terinci. Tetapi ternyata biaya yang diperlukan untuk proses produksi Bakpia Djogdja seringkali mengalami peningkatan. Sehingga harga jual yang ditetapkan pemilik untuk produk Bakpia Djogdja beberapa kali juga mengalami peningkatan seiring dengan peningkatan biaya yang terjadi. Bakpia Djogdja sejak berdirinya hingga saat ini telah melakukan peningkatan harga jual produknya sebanyak lima kali. Peningkatan harga jual yang terakhir kali baru saja dilakukan oleh Bakpia Djogdja yaitu tepatnya pada bulan Juli 2009. Oleh karena baru saja mengalami peningkatan harga jual produknya, maka pemilik Bakpia Djogdja ingin melakukan evaluasi atas penentuan harga jual yang telah ditetapkan untuk produk Bakpia Djogdja.

Setelah mengerti pentingnya penentuan harga jual produk dalam menentukan kelangsungan hidup perusahaan dan pencapaian tujuan perusahaan, maka dalam skripsi ini peneliti akan membahas mengenai:

“Evaluasi Penentuan Harga Jual Produk Bakpia (Studi Kasus pada Bakpia Djogdja)”.

## **I.2. Rumusan Masalah**

Keputusan penentuan harga jual merupakan salah satu kebijakan manajemen yang penting. Keputusan penentuan harga jual produk dapat menentukan kelangsungan hidup perusahaan dan pencapaian tujuan perusahaan tersebut. Oleh karena itu, apabila keputusan penentuan harga jual

tidak dilakukan dengan tepat maka dapat berakibat kurang menguntungkan bagi perusahaan. Berdasarkan hal itulah maka rumusan permasalahan yang timbul dan akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah penentuan Harga Jual Produk di Bakpia Djogdja sudah tepat?
2. Bagaimana perbandingan antara Harga Jual yang dihitung menggunakan metode biaya variabel ditambah mark up dengan Harga Jual menurut pasar?

### **I.3. Batasan Masalah**

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

1. Analisis data yang akan dilakukan hanya dibatasi pada biaya-biaya yang terjadi pada bulan September tahun 2008 sampai dengan bulan September tahun 2009.
2. Bakpia dan Pia Djogdja memproduksi dan menjual dua macam produk yaitu bakpia dan pia. Produk pia yang ditawarkan adalah pia aneka rasa, sedangkan khusus untuk bakpia memiliki beberapa rasa yaitu: kacang hijau, keju, coklat, campur tiga rasa dan campur dua rasa (keju dan coklat). Agar pembahasan dalam skripsi ini menjadi lebih terfokus, maka dalam penentuan harga jual akan dibatasi pada produk bakpia rasa kacang hijau dengan pertimbangan karena bakpia kacang hijau memiliki prosentase penjualan paling besar bila dibandingkan dengan pia dan

bakpia rasa lainnya, yaitu rata-rata sebesar 41 % dari total penjualan per bulan seluruhnya produk Bakpia dan Pia Djogdja.

3. Kriteria tepat bagi penentuan harga jual adalah harga jual yang ditentukan harus dapat menghasilkan pendapatan masa depan yang cukup untuk menutup semua biaya masa depan dan laba atau return masa depan yang diinginkan (Supriyono, 2001). Dalam penelitian ini tingkat *return on investment* (ROI) yang diinginkan pemilik perusahaan adalah sebesar 25%.
4. Metode penentuan harga pokok yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode biaya variabel ditambah mark up. Karena metode penentuan harga pokok variabel ditambah markup ini bisa dengan segera memberikan informasi mengenai pengambilan keputusan penentuan harga yang dapat bersaing di pasaran berdasarkan biaya produksi variabel. Cara ini sering berhasil dalam merebut bagian yang lebih besar dari pasar dengan menentukan harga yang relatif lebih rendah dengan produk yang berkualitas sama dengan produk lain (Machfoedz, 1984).

#### **I.4. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisa dan mengevaluasi penentuan Harga Jual Produk di Bakpia Djogdja.
2. Mengetahui dan membandingkan antara Harga Jual yang dihitung menggunakan metode biaya variabel ditambah mark up dengan Harga

Jual menurut pasar.

### **I.5. Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi perusahaan

Hasil dari penulisan ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pemilik perusahaan untuk dapat menilai kembali apakah harga jual yang telah ditetapkan selama ini sudah tepat dan sudah dapat bersaing di pasaran dengan baik serta dapat memberikan laba yang optimal.

2. Bagi pembaca

Dapat menjadi tambahan pengetahuan mengenai evaluasi keputusan penentuan harga jual produk. Skripsi ini juga dapat dijadikan sebagai bahan kajian lanjut bagi pembaca yang ingin melakukan penulisan dalam masalah yang sama.

3. Bagi penulis

Merupakan kesempatan bagi penulis untuk menerapkan teori-teori yang telah diperoleh selama kuliah ke dalam praktek yang sesungguhnya di lapangan, khususnya pada perusahaan yang diteliti.

### **I.6. Metode Penelitian**

#### **I.6.1. Objek Penelitian**

Penulis mengambil “**Bakpia Djogdja**” sebagai obyek penelitian skripsi yang akan dilakukan.

Lokasi : Bayeman Permai, Ruko A 2/4, Jl. Wates Km. 3  
Yogyakarta.

Lokasi tersebut merupakan lokasi pusat di mana seluruh proses produksi bakpia dan pia dilakukan.

#### I.6.2. Data yang Digunakan

Data yang akan digunakan dalam penelitian ini antara lain adalah sebagai berikut:

1. Data tentang jumlah penjualan produk Bakpia Djogdja (khususnya bakpia rasa kacang hijau) yang terjadi pada bulan September tahun 2008 sampai dengan bulan September tahun 2009.
2. Data tentang volume produksi produk Bakpia Djogdja (khususnya bakpia rasa kacang hijau) yang terjadi pada bulan September tahun 2008 sampai dengan bulan September tahun 2009.
3. Data tentang biaya-biaya (variabel dan tetap) yang terjadi pada bulan September tahun 2008 sampai dengan bulan September tahun 2009 di Bakpia Djogdja.

#### I.6.3. Metode Pengumpulan Data

##### 1. Wawancara

Penulis melakukan wawancara secara langsung dengan pemilik Bakpia Djogdja dan pihak-pihak yang berkaitan dengan permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini. Wawancara ini dilakukan untuk memperoleh:

- a. Gambaran umum perusahaan.

b. Data tentang biaya variabel dan tetap yang dibutuhkan untuk perhitungan penentuan Harga Jual Produk Bakpia Djogdja.

## 2. Survei

Survei (*survey*) atau lengkapnya *self-administered survey* adalah metode pengumpulan data primer dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada responden individu (Jogiyanto, 2007). Survei ini dilakukan oleh penulis untuk memperoleh data-data mengenai harga jual bakpia lain yang sejenis dengan produk Bakpia Djogdja dan untuk mengetahui tingkat pangsa pasar dari harga jual produk Bakpia Djogdja.

## 3. Observasi

Observasi merupakan teknik atau pendekatan untuk mendapatkan data primer dengan cara mengamati langsung objek datanya (Jogiyanto, 2004). Penelitian ini mengamati kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan penetapan harga jual pada Bakpia Djogdja. Pendekatan observasi yang digunakan adalah observasi non perilaku yaitu analisis catatan (*record analysis*) dapat berupa pengumpulan data baik dari catatan sekarang atau catatan data historis. Ini dilakukan penulis untuk mendapatkan dan melengkapi data serta keterangan yang diperlukan untuk penelitian yang dilakukan.

### I.6.4. Analisis Data

Dari data – data yang diperoleh kemudian akan dilakukan

analisis sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi biaya – biaya (variabel dan tetap) yang akan membentuk Harga Jual Produk Bakpia Djogdja.
2. Menetapkan besarnya persentase *markup*.
3. Menetapkan harga jual berdasarkan metode harga pokok variabel ditambah *markup*.
4. Membandingkan harga jual yang selama ini telah ditetapkan pemilik dengan harga jual yang ditetapkan menggunakan metode harga pokok variabel ditambah *markup*.

#### **I.7. Sistematika Penulisan**

Untuk memberikan gambaran mengenai penulisan skripsi ini, maka sistematika penulisan dalam skripsi ini adalah sebagai berikut:

##### **BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam bab ini akan diuraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

##### **BAB II : PENENTUAN HARGA JUAL**

Dalam bab ini akan diuraikan teori-teori yang akan digunakan sebagai dasar untuk menganalisis data dalam penelitian ini. Teori-teori yang akan diuraikan antara lain adalah teori tentang pengertian harga jual, tujuan penentuan harga jual, faktor-faktor yang mempengaruhi harga jual terdiri dari faktor eksternal/bukan

biaya dan internal/biaya. Dalam teori tentang faktor internal (biaya) akan diuraikan juga mengenai pengertian dan penggolongan biaya. Dan pada bagian yang terakhir dalam bab penentuan harga jual ini akan diuraikan juga teori tentang pendekatan dalam penentuan harga jual, ada dua hal pokok dalam uraian teori ini yaitu penentuan harga jual berdasarkan teori ekonomi dan penentuan harga jual berdasarkan biaya atau konsep akuntansi. Teori penentuan harga jual berdasarkan biaya atau konsep akuntansi secara lebih lengkap akan menguraikan tentang pendekatan dalam perhitungan harga pokok produk yang dapat dipilih dan digunakan (metode harga pokok penuh/*full costing* dan metode metode harga pokok variabel/*variable costing*) serta penentuan *markup*.

### BAB III : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai sejarah perusahaan, lokasi perusahaan, struktur organisasi perusahaan, dan tinjauan perusahaan (mengenai tipe perusahaan, jam kerja serta metode perusahaan dalam menentukan harga jual produknya selama ini).

### BAB IV : ANALISIS DATA

Dalam bab ini akan diuraikan tentang identifikasi biaya – biaya (variabel dan tetap) yang akan membentuk Harga Jual Produk Bakpia Djogdja, penetapan besarnya persentase *markup*, penetapan harga jual berdasarkan metode harga pokok variabel

ditambah *markup* serta perbandingan harga jual yang selama ini telah ditetapkan pemilik dengan harga jual yang ditetapkan menggunakan metode harga pokok variabel ditambah *markup*.

## BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai kesimpulan dan saran yang merupakan hasil dari penelitian ini. Kesimpulan dan saran ini mungkin dapat digunakan sebagai salah satu bahan pertimbangan dalam penentuan harga jual produk oleh perusahaan.

