

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perusahaan dapat dipandang sebagai suatu sistem yang memproses masukan untuk menghasilkan keluaran. Perusahaan mengolah masukan berupa sumber ekonomi untuk menghasilkan keluaran berupa sumber ekonomi lain yang nilainya lebih tinggi dari pada nilai masukan. Manajemen selalu berusaha agar nilai keluaran lebih tinggi dari nilai masukan yang telah dikorbankan untuk menghasilkan keluaran tersebut.

Kelebihan nilai keluaran dibanding nilai masukan disebut laba jika perusahaan bermotif laba dan disebut sisa hasil usaha jika perusahaan tidak bermotif laba. Dengan laba atau sisa hasil usaha tersebut, perusahaan akan memiliki kemampuan untuk mempertahankan eksistensinya sebagai suatu sistem dan dapat berkembang di masa yang akan datang.

Industri tekstil merupakan salah satu dari sektor perindustrian yang dapat berkembang dengan baik sehingga mampu memenuhi kebutuhan masyarakat dalam bidang sandang. Sekarang ini, banyak perusahaan yang bergerak dalam bidang yang sejenis, sehingga hal ini menyebabkan timbulnya persaingan dalam dunia perekonomian. Dalam menghadapi persaingan yang ketat, perusahaan

meletakkan kepuasan konsumen sebagai prioritas pertama dengan menghasilkan barang atau jasa yang bermutu dan harga yang rendah untuk dapat bersaing di pasar. Perusahaan berlomba untuk menghasilkan barang atau jasa yang bermutu dengan harga yang rendah dengan berpedoman, bahwa konsumen hanya dibebani biaya-biaya untuk kegiatan yang menambah nilai (*value added activities*).¹ Untuk itu manajemen memerlukan informasi biaya yang teliti, yang memperhitungkan secara cermat sumber daya yang dikorbankan untuk kegiatan-kegiatan yang menambah nilai bagi konsumen.

Penentuan harga jual tidak dapat dilakukan hanya berdasarkan perkiraan, tetapi harus dengan perhitungan yang akurat agar perusahaan dapat menentukan harga jual lebih tepat. Dalam arti jika harga jual ditentukan terlalu tinggi akan mengakibatkan kurangnya pembeli atau pelanggan pindah ke perusahaan pesaing. Sedang jika harga jual ditetapkan terlalu rendah akan mengakibatkan kerugian bagi perusahaan. Berhasil tidaknya dalam mencapai tujuan sangat ditentukan oleh tepatnya keputusan serta tepatnya waktu dalam mengambil keputusan. Agar keputusan yang diambil tepat, maka informasi harus lengkap dan tersedia pada saat dibutuhkan. Kurang lengkapnya informasi dalam pengambilan keputusan akan

1. Mulyadi, Akuntansi Manajemen: Konsep, Manfaat, dan Rekayasa, Edisi kedua, (Yogyakarta: BP STIE YKPN, 1993), hal. 71.

mengakibatkan banyak penyimpangan dan kemungkinan kegagalan dalam mencapai tujuan yang lebih besar.

Informasi dapat digunakan untuk mengurangi ketidakpastian dalam pengambilan keputusan. Informasi akuntansi manajemen sebagai suatu tipe informasi, dikelompokkan menjadi tiga, yaitu :²

1. Informasi akuntansi penuh (*full accounting information*).
2. Informasi akuntansi diferensial (*defferential accounting information*).
3. Informasi akuntansi pertanggungjawaban (*responsibility accounting information*).

Informasi akuntansi manajemen menyangkut informasi masa lalu dan masa yang datang, tergantung untuk apa informasi tersebut disajikan.

Informasi akuntansi penuh yang berisi informasi masa lalu bermanfaat untuk pelaporan informasi keuangan kepada manajemen puncak maupun pihak luar perusahaan, analisis kemampuan untuk menghasilkan laba, pemberian jawaban atas pertanyaan "berapa biaya yang telah dikeluarkan untuk sesuatu", dan penentuan harga jual dalam *type-cost contract*. Sedangkan informasi akuntansi penuh masa yang akan datang bermanfaat untuk penyusunan program, penentuan harga jual normal, penentuan harga transfer, dan penentuan harga jual yang diatur oleh pemerintah.

Informasi akuntansi diferensial diperlukan oleh

2. Mulyadi, op. cit., hal. 15.

manajemen untuk pengambilan keputusan mengenai pemilihan alternatif tindakan terbaik di antara alternatif yang tersedia. Pengambilan keputusan selalu menyangkut masa depan, maka informasi yang relevan adalah informasi masa yang akan datang.

Informasi akuntansi pertanggungjawaban masa lalu bermanfaat untuk penilaian kinerja manajer dan pemotivasi manajer. Sedangkan informasi akuntansi pertanggungjawaban masa yang akan datang bermanfaat untuk penyusunan anggaran.

Informasi akuntansi penuh dapat dipakai untuk menghitung seluruh sumber daya yang dikorbankan untuk menghasilkan suatu sumber daya yang lain. Jika biaya dipakai sebagai dasar penentuan harga jual, baik dalam metode harga pokok penuh (full costing), metode harga pokok variabel (variable costing) maupun metode harga pokok berdasar aktivitas (activity-based costing), biaya penuh masa yang akan datang dibagi menjadi dua yaitu biaya penuh yang dipengaruhi secara langsung oleh volume produk dan biaya penuh yang tidak dipengaruhi oleh volume produk. Dalam penentuan harga jual, taksiran biaya penuh yang secara langsung berhubungan dengan volume produk, dipakai sebagai dasar penentuan harga jual, sedangkan taksiran biaya penuh yang tidak dipengaruhi oleh volume produk ditambahkan pada laba yang diharapkan untuk kepentingan perhitungan persentase *markup*.

Dalam keadaan normal, harga jual barang atau jasa harus dapat menutup biaya penuh yang bersangkutan dengan barang atau jasa dan menghasilkan laba yang dikehendaki. Informasi akuntansi biaya penuh memberikan manfaat bagi manajer penentu harga jual dalam pengambilan keputusan penentuan harga jual. Untuk menghadapi ketidakpastian, perusahaan dapat menggunakan biaya sebagai batas bawah untuk penentuan harga jual dan memberikan perlindungan agar harga jual tidak ditentukan terlalu rendah sehingga menimbulkan kerugian. Di samping itu data tentang biaya lebih mudah didapat yaitu dari lingkungan perusahaan.

Meskipun dengan penggunaan informasi akuntansi biaya penuh telah dapat ditetapkan harga jual secara tepat, namun harga jual tersebut tidak selalu menjadi harga jual barang atau jasa yang dipasarkan. Banyak faktor yang menentukan harga jual barang atau jasa yang terbentuk di pasar. Harga jual yang dihitung dengan berbagai metode tersebut memberikan informasi bagi manajer penentu harga jual barang atau jasa untuk melakukan penyesuaian-penyesuaian harga jual barang atau jasa di pasar, sehingga kemungkinan kerugian atau laba yang dihadapi di pasar dapat diperhitungkan dengan tepat.

Biaya hanyalah salah satu dari banyak faktor yang mempengaruhi keputusan harga jual. Faktor-faktor

lainnya adalah :³

1. Tujuan perusahaan, khususnya laba dan *return on investment* (ROI) yang diharapkan.
2. Biaya, khususnya biaya masa depan.
3. Pendapatan yang diharapkan.
4. Jenis produk atau jasa yang dijual.
5. Jenis industri.
6. Citra atau kesan masyarakat.
7. Pengaruh pemerintah, khususnya undang-undang, keputusan, peraturan dan kebijakan pemerintah.
8. Tindakan atau reaksi pesaing.
9. Tipe pasar yang dihadapi.
10. Trend ekonomi.
11. Gaya manajemen.
12. Tujuan nonlaba (nirlaba).
13. Tanggung jawab perusahaan.

Dari faktor-faktor tersebut dapat disimpulkan bahwa ada tiga faktor yang perlu dipertimbangkan dalam penentuan harga jual, yaitu :⁴

1. Laba dan tujuan-tujuan lain.
2. Situasi pasar.
3. Biaya produksi dan operasi.

Produk yang dihasilkan PT. Candi Mekar berupa kain putih (kain mori) yang secara garis besar digolongkan menjadi dua yaitu Mori Prima dan Mori Biru, yang kemudian menurut proses produksinya menghasilkan empat jenis kain yaitu Prima Full Finish, Biru Full Finish, Prima Mercer Sanfor dan Biru Mercer Sanfor. Bahan baku yang dibutuhkan untuk memproduksi mori adalah benang dengan konstruksi prima (benang 40s) dan konstruksi biru

3. R.A. Supriyono, Akuntansi Manajemen 3 : Proses Pengendalian Manajemen, Edisi pertama, (Yogyakarta: STIE YKPN dan BPFE, 1986), hal. 333.

4. Mas'ud MC., Akuntansi Manajemen, Edisi kedua, (Yogyakarta: BPFE, 1982), hal. 92.

(benang 30s). PT. Candi Mekar menentukan harga jual berdasarkan pertimbangan faktor intern seperti biaya, kebijaksanaan perusahaan maupun faktor-faktor ekstern seperti harga maksimum dari pemerintah, harga produk pesaing, kebijaksanaan pemerintah mengenai sandang.

Dari uraian di atas penulis mengajukan judul : **Penggunaan Informasi Akuntansi Biaya Penuh Dalam Penentuan Harga Jual Study Di PT. Candi Mekar.**

1.2. Rumusan Masalah.

Seperti telah dibahas di atas, harga jual menjadi sulit untuk ditetapkan sebab banyak faktor yang saling berinteraksi dan berpengaruh. Hal ini menyebabkan manajer penentu harga jual menghadapi ketidakpastian. Untuk mengurangi ketidakpastian tersebut dibutuhkan suatu pendekatan, metode-metode penentuan harga jual dan informasi yang dapat memberikan perlindungan bagi perusahaan dari kemungkinan mengalami kerugian. Maka dari uraian di atas dapat disimpulkan satu pokok masalah yaitu apakah perusahaan telah menentukan harga jual dengan teliti atau cermat?

1.3. Batasan Masalah.

Ada banyak faktor yang mempengaruhi keputusan penentuan harga jual, akan tetapi hanya biaya yang memiliki kepastian yang tinggi, karena biaya merupakan data yang mudah di dapat dalam perusahaan dan biaya juga

berlaku sebagai batas bawah suatu harga jual. Dengan demikian dalam skripsi ini hanya akan dibahas mengenai penetapan harga jual normal berdasarkan data biaya pada tahun 1994, serta berdasarkan pendekatan harga pokok penuh (full costing) dan manfaat informasi akuntansi biaya penuh dalam keputusan penentuan harga jual.

1.4. Tujuan Penelitian.

Tujuan penulisan ini adalah :

1. Untuk mengetahui kebijaksanaan perusahaan dalam menentukan harga jual yang dilakukan perusahaan.
2. Untuk membantu manajemen dalam mengevaluasi harga jual produk dan memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai arti penting informasi akuntansi biaya penuh dalam penentuan harga jual.
3. Memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

1.5. Metode Penelitian.

Di dalam penyusunan skripsi diperlukan data yang relevan, baik berupa data primer maupun sekunder. Adapun data yang diperlukan meliputi: jenis produk yang diproduksi, kapasitas produksi, data biaya (biaya produksi dan nonproduksi) dan besarnya laba maupun kembalian investasi yang diinginkan. Untuk mengumpulkan data yang diperlukan tersebut, digunakan metode sebagai

berikut :

a. Studi Lapangan

Studi lapangan, yaitu mengumpulkan informasi yang relevan dengan masalah yang dibahas dengan cara :

- Interview (wawancara), yaitu dengan cara mengadakan wawancara langsung dengan pimpinan perusahaan maupun karyawan.
- Observasi, yaitu mengadakan pengamatan secara langsung terhadap obyek yang diteliti.
- Dokumentasi, yaitu mengutip bahan-bahan yang berasal dari data-data perusahaan.

b. Studi Pustaka

Studi pustaka, yaitu upaya mendapatkan landasan teori terhadap masalah-masalah yang dibahas, dengan membaca buku-buku referensi, catatan-catatan kuliah dan media lain yang mendukung dengan masalah yang sedang dibahas.

1.6. Metode Analisis

Setelah data diperoleh kemudian dianalisa dengan membandingkan harga jual yang ditetapkan perusahaan dengan harga jual yang ditentukan berdasar metode harga pokok penuh , selanjutnya ditempuh cara-cara sebagai berikut :

1. Menghitung elemen biaya penuh dengan pendekatan *full costing*.

Adapun elemen biaya penuh dengan pendekatan full costing, adalah :⁵

Biaya bahan baku	xxx	
Biaya tenaga kerja langsung	xxx	
Biaya overhead pabrik (variabel dan tetap)	xxx	
	-----	+
Taksiran total biaya produksi		xxx
Biaya administrasi dan umum	xxx	
Biaya pemasaran	xxx	
	-----	+
Taksiran total biaya komersial		xxx

Taksiran biaya penuh		xxx
		=====

2. Menghitung Markup.

Persentase *markup* dihitung dengan rumus :⁶

$$= \frac{\text{Return yang diinginkan atas aktiva yang ditanamkan} + \text{Biaya nonproduksi}}{\text{Volume penjualan dalam unit} \times \text{Biaya produksi per unit}}$$

3. Menghitung harga jual.

Harga jual dengan pendekatan full costing dihitung dengan rumus, yaitu :⁷

$\text{Harga jual} = \text{Biaya produksi} + \text{Biaya nonproduksi} + \text{Laba yang diharapkan}$
--

Atau

5. Mulyadi, op. cit., hal. 351

6. R.A. Supriyono, ibid., hal. 358

7. Mulyadi, ibid., hal. 81

$$\text{Harga jual} = \text{Biaya produksi} + \text{Markup}$$

1.7. Sistematika Pembahasan.

Secara garis besar sistematika pembahasan ini dibagi menjadi empat bab sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini akan membahas mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, metode penelitian, metode analisis dan sistematika pembahasan.

BAB II : PENGGUNAAN INFORMASI AKUNTANSI BIAYA PENUH UNTUK PENENTUAN HARGA JUAL

Bab ini membahas mengenai konsep informasi akuntansi penuh, penentuan harga jual, penggunaan informasi akuntansi biaya penuh dalam penentuan harga jual, penyesuaian harga jual terhadap kondisi pasar.

BAB III : DATA DAN ANALISA DATA

Bab ini berisi mengenai tinjauan umum perusahaan, produksi, pengumpulan dan penggolongan biaya, analisa penentuan harga jual.

BAB IV : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bab terakhir yang berisi kesimpulan dan saran.