

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan perekonomian serta kemajuan di bidang teknologi telah mengakibatkan timbulnya berbagai jenis industri, baik yang bersifat perusahaan nasional maupun perusahaan multinasional. Munculnya berbagai industri usaha ini membuktikan pertumbuhan ekonomi terutama di Indonesia ini mengalami perkembangan serta kemajuan yang sangat pesat. Persaingan antar industri pun akan terjadi disini. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan salah satu penyumbang terbesar bagi kas negara. Keberadaan dari UMKM disetiap Negara terutama di Indonesia sangat dibutuhkan oleh pemerintah. Maka dari itu, fasilitas mulai dari pendanaan hingga pembinaan UMKM gencar dilakukan oleh pemerintah agar terus terjadi peningkatan jumlah UMKM di Negara ini.

Usaha keras dari pemerintah untuk memperbanyak UMKM membuahkan hasil. Banyak UMKM muncul diseluruh Indonesia. Persainganpun juga semakin ketat. Harapan dari pemerintah, persaingan yang muncul ialah persaingan yang positif. Munculnya persaingan inilah bisa mendorong dan memacu pemilik usaha untuk terus melakukan perkembangan dan inovasi terhadap produk maupun usaha mereka. Apabila mereka tidak melakukan pengembangan terhadap usaha mereka, dampak

utama yang akan dirasakan oleh usaha tersebut ialah laba yang akan semakin berkurang.

Seiring dengan hal diatas, sudah menjadi sebuah keharusan bagi industry untuk meningkatkan efektifitas dan juga efisiensi untuk meningkatkan daya saing di era industri sekarang ini. Tidak dipungkiri juga bahwa industri seperti jasa, manufaktur, serta dagang memiliki tujuan utama perusahaan yaitu profit atau laba yang optimal dari masa ke masa. Hal ini tidak diherankan pula karena laba sebagai salah satu sumber penting bagi perusahaan untuk melakukan pengembangan usaha serta merupakan sumber kehidupan bagi pemilik usaha. Laba yang diperoleh perusahaan tersebut terkadang juga dinilai sebagai tolok ukur suatu keberhasilan perusahaan.

Adanya pengelolaan yang baik di perusahaan, mulai dari bahan baku ke bahan jadi sampai dalam pemasarannya memiliki tujuan utama yang hendak dicapai oleh perusahaan yaitu pencapaian laba yang optimal. Laba yang optimal dapat di capai jika pendapatan perusahaan lebih besar dari pada biaya-biaya operasionalnya. Hal tersebut tercermin didalam laporan laba rugi perusahaan yang menampilkan nilai bersih dari laba bersih yang didapatkan oleh perusahaan setelah dikurangi oleh pendapatan serta beban-beban yang dikeluarkan oleh perusahaan. Pendapatan perusahaan salah satunya di dapat dari kegiatan penjualan produk atau jasa yang di hasilkannya. Adanya penjualan yang terus meningkat dan semakin tinggi maka pendapatan yang diperoleh perusahaan juga semakin tinggi. Hal tersebut berdampak pada peningkatan laba perusahaannya secara optimal.

Selain pendapatan, penjualan juga merupakan salah satu faktor penentu atas perolehan laba yang optimal. Semakin tinggi penjualan produk atau jasa yang di capai oleh perusahaan, maka pendapatan perusahaan pun semakin besar. Besarnya pendapatan perusahaan diharapkan dapat menutup seluruh biaya yang telah di keluarkan dalam kegiatan operasional perusahaan sehingga laba yang di capai bisa semakin optimal. Untuk memperoleh laba yang optimal di perlukan suatu perencanaan dan pengendalian yang baik khususnya dalam kegiatan penjualan dari pihak manajemen.

Apabila ingin menghasilkan laba optimal suatu perusahaan dapat melakukan dua cara. Cara pertama dengan menaikkan harga jual. Tindakan ini memang dapat meningkatkan laba, namun dalam kondisi persaingan yang semakin ketat ini, perusahaan tidak mudah untuk menaikkan harga jual karena dapat menyebabkan konsumen lari ke produk pesaing yang memiliki harga yang lebih murah dengan kualitas produk yang sama. Cara kedua adalah dengan menekan biaya produksi secara efisien dan mengendalikan komponen biaya-biayaannya sehingga biaya produksi yang dikeluarkan dapat ditekan seminimal mungkin. Biaya produksi yang tidak terkendali akan menyebabkan harga pokok terlalu tinggi, yang selanjutnya akan menurunkan daya saing produk dan akhirnya dapat menurunkan laba. Untuk itu biaya produksi harus dicatat dengan baik dan dihitung dengan benar sehingga dapat menghasilkan harga pokok produksi yang tepat. Dengan

demikian perusahaan dapat menetapkan harga jual yang kompetitif, yang dapat mengoptimalkan laba sekaligus memenuhi tuntutan konsumen.

Penentuan harga jual yang tepat bagi produk atau jasa yang di hasilkan oleh perusahaan memang tidaklah mudah. Penentuan harga jual produk harus memperhatikan beberapa faktor, baik faktor internal maupun faktor eksternal. Faktor internal yang harus di perhatikan salah satunya keadaan yang ada di dalam lingkup perusahaan selama melakukan proses produksi sampai menghasilkan produk jadi. Sedangkan faktor eksternal merupakan faktor di luar lingkungan perusahaan yaitu keadaan perekonomian, permintaan dan pesaing. faktor-faktor tersebut dapat di jadikan dasar oleh perusahaan mengenai metode penentuan harga jual mana yang akan di pakai oleh perusahaan.

Penelitian ini mengacu pada salah satu UMKM yang ada di Kota Blitar dan bergerak dalam produksi kendang. Beberapa tahun terakhir ini pesaing kendang baru mulai banyak bermunculan, mungkin hal ini terjadi karena masyarakat mulai menyadari bahwa berwirausaha akan lebih menjanjikan dari pada bekerja sebagai karyawan, sehingga menjadikan seseorang untuk ikut merasakan sebagai pelaku bisnis dan salah satunya ialah UMKM SURYAJI.

UMKM SURYAJI merupakan salah satu UMKM yang bergerak dalam industri penghasil kendang. Sejak awal berdirinya UMKM ini berusaha untuk selalu mampu menghasilkan produk yang dapat bersaing di pasar dan mampu menghasilkan laba secara optimal.

Cara untuk bersaing dengan kompetitor kendang lainnya yang telah dilakukan oleh UMKM SURYAJI ini melalui perbaikan kualitas dan peningkatan penjualan. Melalui 2 hal tersebut, UMKM SURYAJI mengesampingkan penetapan harga jual kendangnya. Harga jual yang diterapkan mengikuti harga pasaran (sesuai dengan harga yang diterapkan oleh pesaing dipasaran) yang ada tanpa memperhitungkan biaya yang telah dikeluarkan untuk menyelesaikan produk tersebut. Kesulitan dalam penghitungan menjadi faktor utama dalam penghitungan harga jual. Jika dilihat proses produksinya UMKM SURYAJI akan mengeluarkan biaya produksi mulai dan pembuatan sampai menghasilkan kendang yang kemudian siap dijual. Hasil wawancara dengan pemilik UMKM menyatakan bahwa perlu adanya evaluasi terhadap penetapan harga jual agar perolehan laba yang optimal dapat dirasakan oleh UMKM SURYAJI, mengingat biaya yang dikeluarkan untuk membuat kendang dirasa cukup besar. Maka dari itu diperlukan penentuan harga jual produk yang tepat agar UMKM SURYAJI dalam memproduksi kendang tidak mengalami kerugian.

Berdasarkan pertimbangan di atas, maka penulis tertarik untuk membuat penelitian dengan judul “**Analisis Harga Jual Produk Guna Mengoptimalkan Laba**”

B. Permasalahan

UMKM SURYAJI melakukan penetapan harga jual kendang mengikuti harga pasaran (sesuai dengan harga yang diterapkan oleh pesaing dipasaran) yang ada tanpa memperhitungkan biaya yang telah dikeluarkan untuk menyelesaikan produk tersebut. Jika dilihat proses produksinya UMKM SURYAJI akan mengeluarkan biaya produksi mulai dari pembuatan sampai menghasilkan kendang yang kemudian siap dijual. Kesulitan dalam penghitungan menjadi faktor utama dalam penetapan harga jual. Penetapan harga jual inilah yang perlu dievaluasi agar perolehan laba yang optimal dapat dirasakan oleh UMKM SURYAJI, mengingat biaya yang dikeluarkan untuk membuat kendang dirasa cukup besar. Maka dari itu diperlukan penentuan harga jual produk yang tepat agar UMKM dalam memproduksi kendang tidak mengalami kerugian.

C. Rumusan Masalah

Penulis merumuskan masalah yang akan dibahas adalah “Bagaimana penentuan harga jual yang tepat untuk mengoptimalkan laba?”

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan harga jual yang tepat untuk mengoptimalkan laba.

E. Kegunaan Penelitian

1. Bagi Penulis

Sebagai gambaran apabila suatu saat memasuki dunia kerja serta menambah wawasan ilmu akuntansi khususnya pada bidang akuntansi manajemen.

2. Bagi Pihak lain

Agar dapat digunakan sebagai bahan referensi apabila melakukan penelitian yang sama.

3. Bagi Perusahaan

Sebagai sumbangan pemikiran untuk perusahaan dalam menentukan harga jual kendang yang tepat.