

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

UMKM sendiri merupakan hal yang baru dalam kegiatan atau aktivitas perniagaan. UMKM ini bergerak dalam hal perdagangan dimana dalam hal ini menyangkut pada aktivitas atau kegiatan berwirausaha. Menurut Aufar (2014:8) usaha produktif dalam warga negara Indonesia yang berbentuk badan usaha perseorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum atau badan usaha berbadan hukum dalam suatu UMKM.

Perusahaan sebagai entitas bisnis dalam suatu UKM didirikan dengan tujuan untuk mencari keuntungan semaksimal mungkin dari keuntungan yang diperoleh selanjutnya digunakan untuk mengelola dan mengembangkan kegiatan bisnis secara berkelanjutan dan juga dibagikan kepada pemilik perusahaan (Kusuma, 2016). Perusahaan harus menentukan harga jual dengan tepat agar perusahaan dapat memperoleh laba yang diharapkan dan jauh dari ancaman kerugian bahkan kebangkrutan. Perusahaan harus menggunakan suatu metode agar dapat menentukan harga jual salah satunya menggunakan metode *cost plus pricing* dalam penentuan harga jual.

Perusahaan yang bertujuan mencari laba maupun yang tidak bertujuan mencari laba mengolah masukan berupa sumber ekonomi untuk menghasilkan

keluaran berupa sumber ekonomi lain yang nilainya harus lebih tinggi daripada nilai masukannya, berarti pendapatan dari penjualan harus lebih besar dari biaya yang di keluarkan (Mulyadi, 2012).

Aktivitas produksi merupakan aktivitas dalam kegiatan ekonomi, dalam kehidupan ekonomi, tidak akan pernah ada kegiatan konsumsi, distribusi ataupun perdagangan barang dan jasa tanpa diawali oleh proses produksi. Secara umum produksi merupakan proses untuk menghasilkan suatu barang atau jasa atau proses peningkatan nilai suatu benda. Dalam istilah ekonomi produksi merupakan suatu proses kegiatan-kegiatan ekonomi menghasilkan barang atau jasa (Rustami, 2014).

Penentuan harga pokok produk secara akurat dan menyeluruh sangat penting, karena jika UMKM salah dalam penentuan harga pokok produksi tanpa melakukan perhitungan secara cermat dan teliti pada biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya overhead pabrik yang ada perusahaan maka akan mempengaruhi keputusan dalam penentuan harga jual produk. Penentuan harga pokok produksi yang salah akan mengakibatkan perusahaan akan mengalami kerugian apabila harga yang ditetapkan tidak dapat menutup semua biaya yang sudah dikeluarkan oleh perusahaan (Septiano, 2018).

Penentuan harga jual yang tepat yaitu penentuan harga jual dengan didasari oleh harga pokok produksi yang dikalkulasi dengan laba yang diharapkan, sehingga perhitungan harga pokok produksi yang akurat belum

cukup untuk penentuan harga jual produk maka perlu adanya perhitungan yang didasarkan pada biaya non produksi dan laba yang diinginkan oleh perusahaan yang dinyatakan dalam presentase (Samryn, 2012).

Cost Plus Pricing adalah penentuan harga jual dengan cara menambahkan laba yang diharapkan di atas biaya penuh masa yang akan datang untuk memproduksi dan memasarkan produk. Harga jual berdasarkan *Cost Plus Pricing* dihitung dengan rumus, yaitu: Harga Jual = Taksiran Biaya penuh + Laba yang Diharapkan. Dengan demikian ada dua unsur yang diperhitungkan dalam penentuan harga jual yaitu taksiran penuh dan laba yang diharapkan (<http://tiasaindarwati.blogspot.com/2013/01/memilih-metode-penetapan-harga-jual.html?m=1> diakses pada tanggal 7 juni 2020).

Keuntungan metode *cost plus pricing* dalam penentuan harga jual produk dalam usaha adalah sederhana karena penetapan harga metode ini sederhana untuk diterapkan bisa membantu dalam menentukan harga jual produk. Metode *cost plus pricing* mudah untuk dihitung dalam penentuan harga jual, biaya-biaya dan penentuan laba agar mendapatkan laba yang lebih tinggi. Penetapan harga akan menjamin penjualan dengan presentase keuntungan sudah meliputi semua biaya produksi. Biaya produksi menaikkan klien perusahaan akan lebih mudah untuk penetapan biaya akan memudahkan pemasok dalam menaikkan harga. penetapan harga dapat mendorong konsumen untuk membeli, faktor harga merupakan faktor utama menjadi perilaku

konsumen(<http://www.gogle.co.id/amp/s/www.simulasikredit.com/amp/defini-si-cost-plus-pricing-strategi-penetapan-harga-biaya-plus/>diakses pada tanggal 17 juni 2020).

Menurut penelitian yang terdahulu dilakukan oleh Soei dkk (2014), dengan judul Penentuan Harga Jual Produk Dengan Menggunakan Metode Cost Plus Pricing Pada UD. Sinar Sakti. Penetapan pada harga jual ini ditetapkan oleh UD. Sinar Sakti masih menggunakan metode harga jual yang ditetapkan oleh produsen atau menggunakan metode harga jual dengan cara acuan, yaitu harga jual yang mengikuti harga pasaran yang telah ditetapkan oleh usaha-usaha dagang sejenis lainnya. Sedangkan penelitian yang terdahulu dilakukan oleh Ikawati (2016), penentuan Harga Jual Produk Dengan Metode *Cost Plus Pricing* Pada Warung Sederhana 2 Jetis Kulon Surabaya harga pokok produksi dan harga jual yang telah ditetapkan pemilik dengan perhitungan hasil olah data yang telah dilakukan terdapat perbedaan yaitu dimana harga jual menurut perhitungan perusahaan jauh lebih rendah jika dibandingkan dengan metode *cost plus pricing*.

UKM E-FGH Furnitur Interior adalah usaha yang bergerak dibidang mebel, produk yang dihasilkan yaitu meja dan backdrop TV. Aktivitas usaha ini adalah memproduksi dan menjual ke berbagai daerah. Penelitian ini membahas mengenai perhitungan harga pokok produksi, penetapan harga jual menurut perusahaan dan metode *cost plus pricing* pada produk backdrop TV.

Peneliti hanya melakukan perhitungan pada produk backdrop TV karena produk ini yang paling banyak diproduksi dalam satu bulan. UKM E-FGH Furnitur Interior berorientasi pada laba tanpa melakukan perhitungan harga jual secara tepat dan masih mengandalkan perkiraan menurut pemilik. Pemilik membeli bahan baku untuk pembuatan backdrop tv dengan modal sendiri karena pemilik sudah memperhitungkan penghasilan dalam 1 bulan yang sebagian dari penghasilan untuk pembelian bahan baku. Penentuan harga jual menurut metode *cost plus pricing* diharap dapat membantu perusahaan dalam menentukan harga jual dan mengetahui biaya produksi seperti bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya overhead pabrik dan non produksi seperti biaya pemasaran apa saja yang sudah dikeluarkan dan yang sudah didapatkan oleh perusahaan dalam proses produksinya.

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan tersebut maka penulis ingin melakukan penelitian dengan judul: **“Penerapan Metode *Cost Plus Pricing* (CPP) Dalam Penentuan Harga Jual Produk Pada Usaha Meubel (Studi Kasus UKM E-FGH Furnitur Interior Pacitan)”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari masalah dan penjelasan, maka tulisan ini merumuskan beberapa masalah sebagai beriku :

1. Bagaimana perhitungan harga jual produk backdrop TV pada UKM E-FGH Furnitur Interior?
2. Bagaimana perbandingan perhitungan harga jual backdrop TV menurut perusahaan dan metode *cost plus pricing* ?

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1. Tujuan penelitian

Adapun tujuan penelitian yang berhubungan dengan masalah yang ada sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui penentuan harga jual backdrop TV UKM E-FGH Furnitur Interior.
2. Untuk mengetahui perbandingan perhitungan harga jual backdrop TV menurut perusahaan dan menurut metode *cost plus pricing*.

1.3.2. Manfaat Penelitian

Dengan melaksanakan penelitian, ada beberapa manfaat yang diperoleh antara lain :

1. Akademi

Untuk dapat menjadikan upaya pengembangan ilmu akuntansi dan berguna untuk menjadi referensi bagi mahasiswa yang melakukan kajian

terhadap penerapan metode *cost plus pricing* dalam menentukan harga jual dalam UKM.

2. Obyek

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperbaiki dalam menentukan harga jual yang sebelumnya menggunakan perkiraan dan dapat menggunakan penentuan harga jual dengan menggunakan metode *cost plus pricing* supaya mendapat laba yang diharapkan serta memberikan masukan positif terhadap UKM agar dapat meningkatkan dalam perhitungan harga jual produk UKM E-FGH Furnitur Interior Pacitan.

3. Peneliti

Memperoleh hasil dan penemuan dari kegiatan penelitian, menambah ilmu pengetahuan dan sebagai tambahan referensi dalam melakukan penelitian yang sejenis, serta sumber informasi bagi UMKM atau organisasi terkait.