

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Hingga tahun 2002, upaya pemulihan ekonomi Indonesia masih belum membuahkan hasil yang memuaskan secara signifikan. Sangat berbeda halnya dengan negara berkembang lainnya seperti Cina, Thailand, Malaysia, Singapura dll yang telah mampu keluar dari krisis yang sama, bahkan bertumbuh dengan laju yang pesat. Walaupun ada dirasakan pertumbuhan ekonomi Indonesia hingga sebesar 3% pada tahun 2001, hal itu lebih didorong oleh peningkatan konsumen, bukan sepenuhnya oleh pertumbuhan output dari sektor riil.

Dalam jangka panjang, harus diakui bahwa peran Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang jumlahnya sangat dominan dalam struktur perekonomian Indonesia sangat strategis dan seharusnya dijadikan landasan pembangunan ekonomi nasional. Namun fakta menunjukkan perekonomian Nasional lebih dikuasai oleh segelintir penguasa besar yang ternyata sangat labil terhadap guncangan ekonomi global.

Masalahnya sekarang adalah, bagaimana memperluas dan memberdayakan sosok UKM Indonesia yang cenderung masih menerapkan manajemen tradisional, lemah terhadap akses permodalan, teknologi cenderung konvensional, miskin inovasi dan jaringan,

sehingga mampu bersama-sama tumbuh dengan perusahaan besar terutama yang berkelas dunia serta bervisi global.

Dalam konteks demikian, pendekatan bisnis melalui sistim waralaba(franchising) merupakan salah satu strategi alternatif bagi pemberdayaan UKM untuk mengembangkan ekonomi dan usaha UKM di masa mendatang. UKM harus mampu membesarkan dirinya secara bersinergi dengan pengusaha besar yang lebih kuat dalam hal manajemen, teknologi produk, akses permodalan. Pemasaran dan lain-lain, sekurang-kurangnya pada tahap awal perkembangannya. Melalui proses kemitraan waralaba yang saling menguntungkan antara UKM (selaku penerima waralaba franchising) dengan pemberi waralaba (franchisor yang umumnya adalah pengusaha besar, diharapkan dapat membuat UKM menjadi lebih kuat dan mandiri¹

Dengan banyaknya jumlah UKM secara otomatis akan meningkatkan persaingan yang semakin ketat. Peningkatan jumlah unit usaha ini juga diikuti dengan bertambahnya jumlah tenaga kerja. Kedua hal tersebut tentunya akan membawa ke dalam suatu persaingan bisnis yang kompleks. Maka dari itu, UKM harus mempunyai strategi bersaing diantaranya adalah keunggulan mutu produk yang tinggi serta harga yang bersaing. Keunggulan mutu produk terlihat dari penggunaan bahan baku yang berkualitas serta harga jual produk yang tetap dapat bersaing di

¹ http://www.smeccda.com/deputi7/file_Infokop/WARALABA-W.htm , 15 Juli 12.30 WIB

pasar. Kedua hal tersebut mengacu kepada perhitungan harga pokok produksi yang harus dibuat seakurat mungkin supaya hasil laporan harga pokok produksi benar-benar menggambarkan biaya yang sesungguhnya terjadi dalam proses produksi.

Kegiatan produksi memerlukan pengorbanan sumber ekonomi berupa berbagai jenis biaya untuk menghasilkan produk yang akan dipasarkan. Biaya-biaya ini akan menjadi dasar dalam penentuan Harga Pokok Produksi (HPP).

Harga Pokok Produksi dalam industri merupakan bagian terbesar dari biaya yang harus dikeluarkan perusahaan. Jika informasi biaya untuk pekerjaan atau proses tersedia dengan cepat, maka manajemen mempunyai dasar yang kuat untuk merencanakan kegiatannya. Perusahaan harus cermat dan rinci dalam membuat laporan keuangan terutama yang berkaitan dengan biaya produksi agar tidak terjadi penyimpangan-penyimpangan serta pemborosan biaya dalam proses produksi. Informasi harga pokok produksi dapat dijadikan titik tolak dalam menentukan harga jual yang tepat kepada konsumen dalam arti yang menguntungkan perusahaan dan menjamin kelangsungan hidup perusahaan.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan pembahasan diatas, untuk menerapkan *full costing* pada perusahaan, maka penulis merumuskan masalah yaitu :

1. Bagaimana harga jual produk sepatu pantofel wanita pada UKM Andre Loren ?
2. Bagaimana harga jual produk sepatu pantofel wanita pada UKM Andre Loren setelah diterapkan *full costing* ?

Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan Penulisan

Tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah untuk mengetahui perhitungan harga jual produk sepatu pantofel wanita pada UKM Andre Loren untuk kemudian dihitung kembali menggunakan metode *full costing*. Kemudian nanti akan dilihat metode perhitungan yang mana yang paling menguntungkan untuk UKM Andre Loren.

2. Manfaat Penulisan :

a. Penulis

Bermanfaat untuk menambah ilmu pengetahuan mengenai *Full Costing* dan penerapannya pada industri.

b. UKM Andre Loren

Bermanfaat bagi UKM Andre Loren untuk meningkatkan efektivitas biaya produknya dan menetapkan harga jual.

c. Masyarakat dan Pembaca

Dapat dijadikan acuan untuk penelitian lebih lanjut jika didapati kekurangan atas penelitian sebelumnya.