

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Dalam mendirikan sebuah usaha setiap perusahaan/ pengusaha mempunyai motif ekonomi sama yaitu mengeluarkan pengorbanan serendah – rendahnya dengan maksud untuk memperoleh laba yang setinggi-tingginya. Penentuan harga jual sangat penting dalam suatu usaha karena apabila harga terlalu tinggi kemungkinan konsumen sedikit dan apabila harga terlalu rendah kemungkinan konsumen akan banyak tetapi tidak menghasilkan uang atau mendapatkan keuntungan. Inilah hal yang sulit untuk ditentukan.

Suatu perusahaan perlu menetapkan suatu system akuntansi dan manajemen yang baik. Penentuan harga jual menjadi salah satu hal penting dalam manajemen harga. Setiap perusahaan harus dapat menentukan harga perolehan produk, pengendalian biaya dan pengambilan keputusan khusus untuk memenuhi tujuan dalam menentukan harga jual. Pada prinsipnya, harga jual merupakan angka yang sudah menutupi biaya produksi secara utuh ditambahkan dengan laba yang wajar. Dalam menentukan harga jual harus menghasilkan laba yang sesuai dengan investasi yang ditanam untuk menghasilkan sebuah produk.

Kemampuan menentukan harga jual mempengaruhi penjualan produk dipasaran. Dalam penentuan harga jual harus memperhatikan banyak faktor. Hal ini dapat mencegah tidak lakunya produk yang akan di jual dipasaran. Beberapa hal yang harus diperhatikan dalah sebagai berikut :

a. Strategi yang dijalankan oleh perusahaan

Semakin baik strategi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan, akan memungkinkan perusahaan menawarkan harga yang lebih ramah terhadap konsumen. Sebab laba akan tertutupi dengan strategi pemasaran kreatif yang dilakukan oleh perusahaan. Kreativitas adalah modal utama dalam persaingan produk. Namun apabila pemasaran tidak maksimal dan tidak menemukan cara-cara baru maka upaya yang dilakukan adalah peningkatan harga jual. Hal ini akan berdampak pada minat konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

b. Kualitas dan inovasi produk

Faktor kualitas dan inovasi produk merupakan faktor penting dalam menentukan harga jual. Jika kualitas produk yang ditawarkan diatas rata- rata dan mendapat tawaran inovasi yang cukup baik maka perusahaan dapat menetapkan harga jual diatas harga pasar hal itu bertujuan untuk menutupi biaya produksi yang dikeluarkan untuk produk berkualitas.

c. Harga pesaing

Faktor yang menentukan harga jual yang selanjutnya adalah harga produk pesaing. Semakin tinggi tingkat persaingan harga, maka semakin sulit perusahaan untuk menetapkan harga yang menguntungkan bagi perusahaan. Jika tidak memperhatikan pada harga pesaing maka akan berdampak pada tidak lakunya produk dipasaran.

d. Ketersediaan serta jumlah harga dari produk pengganti

Hal lain yang harus diperhatikan dalam manajemen penjualan harga adalah ketersediaan serta jumlah harga dari produk pengganti yang ada. Semakin banyak tingkat ketersediaan jumlah barang pengganti serta harga nya yang terjangkau oleh konsumen maka perusahaan semakin bisa menekan harga jual agar dapat bersaing dengan produk lain dipasaran.

Hal- hal ini merupakan faktor yang tidak dapat dilupakan oleh perusahaan dalam menentukan harga jual. Dampak yang terjadi dari ketidakpedulian perusahaan terhadap faktor- faktor diatas adalah matinya angka penjualan produk dipasaran.

Dalam penetapan harga jual juga ditentukan dari biaya , tingkat margin keuntungan dan faktor lain yang mempengaruhinya. Penetapan harga jual tersebut ditentukan oleh beberapa faktor tertentu. Faktor- faktor dalam penentuan harga jual adalah penetapan harga jual berdasarkan biaya produk, biaya administrasi dan biaya pemasaran, metode yang digunakan adalah mark up pricing (harga jual yang

ditetapkan dengan menambahkan presentase tertentu pada biaya per unit) , *cost plus pricing* ( penetapan harga jual yang mirip dengan *mark up* prising, hanya saja digunakan untuk menentukan harga jual berdasarkan pekerjaan- pekerjaan yang bersifat rutin seperti menghasilkan produk) dan *target pricing* ( penetapan harga jual berdasarkan *target of return* tertentu diatas biaya totalnya pada standar volume yang digunakan) . Penetapan harga jual berdasarkan persaingan.Penetapan harga jual berdasarkan permintaan.

Salah satu metode yang digunakan dalam menentukan harga jual yaitu metode *cost plus pricing*. Metode *Cost Plus Pricing* adalah Metode berupa pendekatan perusahaan, untuk dapat menentukan harga jual produk persatuan dimana dengan harga jual ini dapat menutup seluruh biaya dan menghasilkan tingkat pengembalian investasi yang diinginkan perusahaan. Dalam mengambil keputusan yang menyangkut biaya dan jumlah unit yang terjual, perusahaan juga memerlukan beberapa analisis antara lain berapa besarnya biaya yang diperlukan untuk memproduksi perjenis dan persatuan produk, sehingga dapat diketahui besarnya kontribusi margin produk perjenis dan persatuan pula.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka penulis tertarik memilih judul “ Penentuan Harga Jual Dengan Metode Cost Plus Pricing Pendekatan Full costing dan Variabel Costing”.

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam karya ilmiah ini adalah :

1. Bagaimana penentuan harga jual dengan metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing* dan *variable costing*?
2. Apakah harga jual dengan metode *cost plus pricing* lebih rendah atau lebih tinggi daripada harga jual dengan metode yang digunakan perusahaan?

## **C. Tujuan dan Manfaat**

### **a. Tujuan Penulisan**

Tujuan dari penulisan karya ilmiah ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana penentuan harga jual dengan metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing* dan *variable costing*.
2. Untuk mengetahui harga jual dengan metode *cost plus pricing* lebih rendah atau lebih tinggi dari metode yang digunakan perusahaan.

**b. Manfaat Penulisan**

Manfaat yang diharapkan dari penulisan ini adalah:

1. Dapat menambah pengetahuan dan wawasan penulis tentang penentuan harga jual.
2. Dapat menjadi bahan pertimbangan penulis untuk menentukan harga jual apabila memulai usaha dimasa yang akan datang.