

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan pasar yang senantiasa berubah dan dinamis dari waktu ke waktu terutama dalam era globalisasi seperti sekarang ini, menuntut perusahaan untuk meningkatkan pelayanan dan profesionalisme di berbagai bidang. Perubahan teknologi dan arus informasi yang sangat cepat ini juga mendorong timbulnya laju persaingan di dalam dunia usaha. Hal ini juga berlaku untuk pasar sepatu di Indonesia.

Industri sepatu merupakan salah satu sektor industri strategis prioritas yang ditetapkan pemerintah. Indonesia merupakan produsen sepatu terbesar kelima dunia, di bawah China, India, Vietnam, dan Brasil. Pangsa pasar sepatu domestik mencapai 4,4% dari seluruh produk sepatu global. Sepatu adalah suatu jenis alas kaki (*footwear*) yang digunakan untuk melindungi kaki terutama bagian telapak kaki.

Pengelompokkan sepatu biasanya dilakukan berdasarkan fungsinya, seperti sepatu resmi, sepatu santai, sepatu dansa, sepatu olahraga, dan sepatu kerja. Menurut Badan Pusat Statistik yang dipublikasikan pada *website* <http://industri.bisnis.com> pada tanggal 20 Oktober 2017 mencatat nilai ekspor sepatu di Indonesia pada semester pertama tahun 2017 relatif signifikan bila dibandingkan dengan tahun lalu. Ekspor sepatu di paruh

pertama 2017 tercatat senilai US\$2,38 Miliar, atau sedikit lebih rendah dibanding capaian Januari-Juni tahun 2016 senilai US\$2,4 Miliar. Nilai ekspor sepatu pada Juni 2017 senilai US\$329,6 juta, atau turun 29,2% dibanding Mei 2017 senilai US\$465,5 juta. Penyusutan nilai ekspor pada semester pertama terjadi lantaran adanya penurunan volume yang diekspor. Volume ekspor sepatu pada semester pada bulan Juni 2017 sebanyak 16.537 ton, atau turun 29,63% bila dibandingkan Mei 2017 sebanyak 23.499 ribu ton. Total volume ekspor sepatu pada periode Januari-Juni tahun 2017 sebanyak 120.354 ton, atau turun 5,82% bila dibanding Januari-Juni tahun 2016 sebanyak 127.788 ton.

Kementerian Perindustrian menargetkan pangsa pasar pabrikan sepatu nasional mencapai 10% di pasar global pada 2020. Salah satu tantangan yang masih dihadapi produsen sepatu adalah defisit bahan baku kulit mentah bagi industri. Pasokan bahan baku kulit domestik diperkirakan baru mampu memenuhi sebanyak 36% dari permintaan industri.

PT XYZ adalah salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang industri sepatu. Dipasaran PT XYZ memiliki pesaing dari perusahaan sepatu lainnya seperti Adidas, Nike, dan Reebok. PT XYZ mulai didirikan pada tahun 1990. PT XYZ telah menghasilkan produk-produk yang kualitasnya bermutu tinggi dan dengan harga yang bersaing khususnya pada produk sepatu yang diekspor. PT XYZ telah menjadikan merek sepatunya saat ini dikenal dengan baik oleh konsumen.

Persaingan yang terus berkembang membuat PT XYZ harus berusaha menempatkan produk sepatu dibenak konsumen. Atribut sepatu membuat konsumen dapat membedakan dan mengetahui kelebihan sepatu yang satu dengan yang lainnya. Kepuasan konsumen terhadap suatu sepatu merupakan salah satu hal yang sangat penting untuk meraih pasar. Perusahaan harus dapat menciptakan sepatu yang satu berbeda dengan yang lainnya, sehingga sepatu tersebut memiliki keunikan sendiri. PT XYZ memiliki keunikan sendiri yaitu bahan baku nya menggunakan kulit sapi untuk sepatu pria dan kulit kambing untuk sepatu wanita. Cara yang ditempuh lainnya oleh PT XYZ untuk memuaskan hati para konsumennya, yaitu dengan menggunakan katalog brosur yang dikirimkan ke konsumen setiap PT XYZ mengeluarkan produk baru. Pengawasan kualitas juga biasa digunakan oleh PT XYZ agar kualitas tetap terjaga.

Sementara untuk lebih meyakinkan konsumen, PT XYZ memberikan jaminan kualitas yang dapat berupa garansi. Pengemasan produk juga dibuat lebih menarik dan rapi untuk menjaga kualitas. Pelayanan prima digunakan PT XYZ untuk memberikan kemudahan kepada konsumen dalam memiliki produk yang diinginkan. Pelayanan prima yang dilakukan perusahaan antara lain berupa pemesanan berupa aplikasi atau dengan telepon dan menyediakan kurir khusus untuk mengirimkan pesanan kepada konsumen. Keseluruhan upaya PT XYZ bertujuan untuk memuaskan konsumen, dengan harapan konsumen memiliki loyalitas yang tinggi terhadap produksi.

Harga pokok produksi adalah sejumlah pengorbanan ekonomis yang harus dikorbankan untuk memproduksi suatu barang. Harga pokok produksi juga merupakan biaya yang digunakan dalam mengubah bahan baku menjadi barang jadi. Harga pokok produksi ini biasanya terdiri dari tiga unsur yaitu bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, dan *overhead* pabrik. Dimana bahan baku langsung adalah semua bahan baku yang membentuk bagian integral dan produk jadi dan dimasukkan secara eksplisit dalam perhitungan biaya produk. Tenaga kerja langsung adalah semua tenaga kerja yang melaksanakan proses produksi yang dapat ditelusuri ke produk jadi dan merupakan bagian terbesar dari biaya tenaga kerja. Sedangkan *Overhead* Pabrik adalah biaya produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.

Salah satu tujuan yang penting untuk dicapai oleh perusahaan adalah pencapaian laba optimum. Pencapaian laba dirasa penting karena berkaitan dengan berbagai konsep akuntansi antara lain kesinambungan perusahaan (*going concern*) dan perluasan perusahaan. Untuk menjamin agar usaha perusahaan mampu menghasilkan laba, maka manajemen perusahaan harus merencanakan dan mengendalikan dengan baik dua faktor penentu laba yaitu pendapatan dan biaya (Devianti, 2010).

Perencanaan dan pengendalian pendapatan dilakukan dengan cara melakukan proses perencanaan penjualan yang menyeluruh memasukkan keputusan manajemen seperti, tujuan, sasaran, strategi, dan kepentingan-kepentingan. sedangkan perencanaan dan pengendalian biaya dilakukan

dengan cara pimpinan atau pelaksana tugas memerlukan informasi untuk mengatur biaya, apakah biaya yang digunakan sudah sesuai dengan hasil dari bagian pekerjaan yang telah dilaksanakan. Jika hal ini terjadi perbedaan (lebih besar atau lebih kecil dari rencana biaya) dimana hal ini terjadi dan siapa yang bertanggung jawab dan apa yang dikerjakan. Sehingga penulis tertarik untuk mengambil judul “Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Untuk meningkatkan Laba Perusahaan Di PT XYZ”.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka perumusan masalah dalam karya ilmiah ini adalah:

1. Apasajakah yang termasuk biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead dalam memproduksi sebuah sepatu di PT XYZ?
2. Bagaimana analisis perhitungan harga pokok produksi untuk meningkatkan laba perusahaan di PT XYZ?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis perhitungan harga pokok produksi untuk meningkatkan laba perusahaan di PT XYZ.

2. Manfaat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain adalah:

- a. Laba pada PT XYZ akan meningkat setelah dianalisis perhitungan harga pokok produksinya.
- b. Menambah pengetahuan tentang perhitungan harga pokok produksi.