

## I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pemanfaatan garam dibagi menjadi dua bagian, garam konsumsi dan garam industri (Tansil *et al.* 2016). Pemanfaatan garam konsumsi untuk bumbu pelengkap bahan pangan, sedangkan pemanfaatan garam industri sebagai pelengkap saat proses produksi, contohnya dalam bidang medis, pabrikasi, bahkan digunakan di bidang kecantikan. (Putri *et al.* 2020). Berdasarkan SNI garam konsumsi mempunyai kandungan NaCl minimal 95%. Garam yang digunakan di bidang industri dibutuhkan kualitas garam yang lebih baik dibandingkan dengan garam konsumsi, kandungan NaCl diatas 97,5% umumnya digunakan untuk industri perawatan kulit, perminyakan dan industri tekstil. Oleh karena itu berdasarkan penelitian Putri *et al.* (2020) garam krosok menjadi salah satu garam yang digunakan sebagai bahan dasar dalam bidang kecantikan, karena memiliki kualitas lebih unggul dari garam jenis lainnya. Garam krosok dinilai belum ada tambahan iodium dan juga memiliki kandungan magnesium lebih tinggi dibandingkan garam konsumsi. Salah satu bentuk produk olahan garam yaitu garam mandi (*Bath Salt*).

Garam mandi (*Bath Salt*) merupakan produk yang bisa larut dalam air, garam mandi ini membantu untuk mengurangi efek kerut pada telapak tangan yang timbul saat berendam dalam waktu yang lama, hal ini dikarenakan *bath salt* mampu mengurangi kemampuan kulit untuk menyerap air (Wilkinson and Moore 1982). Menurut Maharani *et al.* (2020) *bath salt* terbuat dari garam organik yang dapat larut dalam air serta memiliki warna menarik, aroma yang dapat merelaksasi saat berendam, dan memiliki fungsi sebagai *water softener*. Harga *bath salt* cukup beragam, dimana perusahaan akan menetapkan harga jual dengan memperhitungkan laba yang akan di dapatkan.

Harga jual tercipta karena adanya kegiatan operasional yang memiliki tujuan utama dapat bersaing di pasaran dengan tetap mendapatkan keuntungan atau laba semaksimal mungkin. Dalam penelitian ini produk yang akan ditentukan harga jualnya yaitu *bath salt*, produk yang berbahan dasar sodium bikarbonat, asam sitrat, olive oil dan juga diberi penambahan aroma seperti minyak sereh agar saat digunakan untuk berendam bisa merelaksasi. Demi keberlanjutan usaha produk garam mandi (*bath salt*) satu faktor terpenting dalam keberlanjutan sebuah usaha yaitu dengan menentukan harga jual yang tepat.

Harga jual menjadi pertimbangan penting bagi konsumen dalam mengambil keputusan dalam membeli suatu produk (Sukresna 2017). Menurut Patra and Salim (2016) Harga jual menjadi salah satu instrumen untuk meningkatkan laba optimal bagi pemilik usaha guna menambah modal usaha. Patra and Salim (2016) berpendapat demi menaikkan laba yang optimal guna menaikkan modal usaha salah satunya terletak pada harga jual yang ditetapkan oleh pemilik usaha. Tidak hanya meningkatkan laba, penetapan harga jual bermanfaat bagi manajemen perusahaan sebagai pedoman dalam pengambilan keputusan dan juga memantau realisasi biaya produksi.

Biaya produksi menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi harga. Faktor lain menurut Saragih (2015) yaitu, penawaran dan permintaan, kondisi perekonomian, tindakan pesaing, dan tujuan pendapatan dan laba (*revenue and profit objectives*) menjadi faktor umum dalam penetapan harga. Oleh karena itu pemilik usaha memerlukan informasi mengenai ketepatan harga pokok produksi, guna menentukan harga jual yang akurat. Harga jual yang nantinya ditetapkan, bisa dikatakan bersaing di pasaran apabila penetapan harga jual produk sesuai dengan biaya sesungguhnya. Dalam hal ini Sebelum menetapkan harga jual perlu untuk melakukan perhitungan HPP (Harga Pokok Produksi). Terdapat dua pendekatan dalam penentuan harga pokok produksi, yaitu pendekatan *full costing* dan pendekatan *variable costing*.

Kedua metode tersebut masing-masing mempunyai kelebihan dan kelemahan. Pengendalian biaya menggunakan metode *Variable costing* keunggulannya memiliki informasi yang tepat untuk mengendalikan biaya. Namun, kelemahan dari metode ini yaitu tidak memperhitungkan biaya yang tidak berkaitan langsung dengan proses produksi, mengakibatkan nilai persediaan lebih sedikit, yang nantinya dapat menurunkan modal kerja yang dikehendaki atas tujuan analisis keuangan. (Porawouw 2013). Sedangkan metode *full costing* mempunyai kelebihan yaitu lebih mudah dan terperinci, karena seluruh pembiayaan diperinci secara jelas. Metode ini layak digunakan oleh perusahaan yang menerapkan pengambilan keputusan jangka panjang, tidak dengan perusahaan yang menerapkan pengambilan keputusan jangka pendek. Secara sederhana perbedaan antara kedua metode tersebut terletak pada perlakuan biaya *overhead* pabrik. *Full costing*, biaya *overhead* pabrik tetap diperhitungkan dalam harga pokok, sedangkan pada metode *variable costing* biaya *overhead* tetap diperlakukan sebagai biaya periodik.

Harga yang ditetapkan harus dapat menutupi biaya produksi yang dikeluarkan oleh produsen agar dapat memperoleh laba sesuai dengan yang diharapkan dan jauh dari ancaman kerugian. Untuk itu, produsen harus menggunakan suatu metode untuk menentukan harga jual, salah satunya yaitu metode *cost plus pricing*. Metode *cost plus pricing* adalah metode berupa pendekatan produsen, untuk dapat menentukan harga jual produk persatuan, dimana harga jual ini dapat menutup seluruh biaya dan menghasilkan tingkat pengembalian yang diinginkan produsen.

Penelitian menggunakan metode perhitungan *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*, adapun alasannya menggunakan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing* karena untuk mendapatkan harga jual produk garam mandi yaitu membebankan biaya yang tidak berhubungan secara langsung dalam harga pokok persediaan, untuk menghasilkan analisis biaya yang lebih tepat. Hal lain yang mendasari peneliti menggunakan metode perhitungan *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*, juga dikarenakan ketepatan dan keakuratan dalam menghasilkan harga pokok produksi dan lebih menguntungkan bagi pihak pelaku usaha, karena memasukkan semua biaya tetap maupun variabel ke dalam perhitungan harga pokok produksi.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan dari penjelasan latar belakang, analisis ini dilaksanakan untuk menghitung jumlah harga pokok produksi dalam penetapan harga jual produk agar pembebanan biaya lebih tepat, serta harga yang ditawarkan produsen bisa kompetitif dengan produk yang terdapat di pasaran, maka diperlukan metode atau alternatif dalam penetapan harga jual. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka rumusan masalah yang diidentifikasi adalah bagaimana penentuan harga jual dengan menggunakan metode *cost plus pricing* pada produk garam mandi (*bath salt*).

## **1.3 Tujuan**

Penelitian kali ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui berapa harga yang akan dipastikan menjadi harga jual produk *bath salt*.

## **1.4 Manfaat**

Penelitian ini bermanfaat bagi masyarakat atau pelaku usaha terkait penetapan harga jual yang mampu bersaing di pasaran serta memberikan informasi pemanfaatan garam di bidang kecantikan.