

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam ekonomi Indonesia dan banyak negara berkembang lainnya. Mereka tidak hanya berkontribusi signifikan terhadap PDB nasional, tetapi juga menyediakan lapangan kerja bagi jutaan orang, mendukung distribusi pendapatan, dan berkontribusi pada stabilitas sosial. UMKM merupakan komponen vital dari ekonomi Indonesia. Dengan berbagai tantangan yang mereka hadapi, dukungan dari pemerintah, lembaga keuangan, dan masyarakat luas sangat penting untuk memastikan keberlanjutan dan pertumbuhan sektor ini. Melalui dukungan yang tepat, UMKM tidak hanya akan bertahan, tetapi juga berkembang dan berkontribusi lebih besar terhadap pembangunan ekonomi nasional. (Maghfiroh & Syam BZ, 2016).

Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM merupakan landasan hukum yang vital untuk mendukung perkembangan sektor UMKM di Indonesia. Undang-undang ini menyediakan kerangka kerja untuk pemberdayaan, perlindungan, dan pengembangan UMKM, undang-undang ini bertujuan untuk meningkatkan kontribusi UMKM terhadap ekonomi nasional dan menciptakan lapangan kerja yang lebih luas. Implementasi efektif dari undang-undang ini, melalui kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta, dan komunitas UMKM, sangat penting untuk mencapai tujuan tersebut.

Di Indonesia sekarang ini banyak usaha yang berkembang di masyarakat. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia, banyak perusahaan-perusahaan

besar baik perusahaan lokal maupun perusahaan asing sampai dengan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Banyaknya perusahaan tentunya akan menaikkan persaingan antar perusahaan salah satunya di Indonesia ini, semakin banyak perusahaan yang beroperasi maka semakin ketat pula persaingan para pelaku usaha dalam memasarkan produk-produk yang dihasilkan.

Menurut Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia (2023), Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam ekonomi banyak negara, termasuk Indonesia. Kemampuan UMKM dalam menentukan harga pokok produksi (HPP) dan harga jual adalah kunci keberhasilan mereka dalam bersaing di pasar. Mari kita jelajahi bagaimana penentuan HPP dan harga jual berhubungan dengan operasional dan kesuksesan UMKM. Bagi UMKM, memahami dan mengelola HPP dan harga jual adalah kunci untuk mencapai profitabilitas dan pertumbuhan yang berkelanjutan. Dengan menghitung HPP secara akurat dan memilih strategi penetapan harga yang tepat, UMKM dapat meningkatkan efisiensi, menawarkan produk yang kompetitif di pasar, dan meningkatkan margin keuntungan mereka. Pendekatan ini memungkinkan UMKM untuk berkembang dalam lingkungan pasar yang dinamis dan kompetitif.

Penentuan harga pokok produksi merupakan salah satu aspek penting dalam manajemen keuangan di industri manufaktur, termasuk industri genteng. Menurut Hansen & Mowen (2006), harga pokok produksi (HPP) adalah total biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi barang hingga siap dijual serta berpengaruh langsung terhadap harga jual produk, margin keuntungan, dan daya saing di pasar. Dalam konteks industri genteng, ini melibatkan berbagai komponen biaya yang harus dianalisis secara cermat untuk memastikan harga jual yang kompetitif

dan menguntungkan. Metode penentuan harga pokok produksi (HPP) merupakan teknik atau pendekatan yang digunakan oleh perusahaan untuk menghitung total biaya yang terkait dengan produksi barang atau jasa (Garrison et al., 2020). Dalam konteks ini, memahami metode yang tepat sangat penting untuk memastikan bahwa perusahaan dapat menetapkan harga jual yang kompetitif dan tetap menguntungkan.

Menurut Drury (2015), dalam memperhitungkan unsur-unsur biaya produksi kedalam harga pokok produksi terdapat 3 macam metode yaitu metode *full costing* (biaya penuh), metode *variable costing* (biaya variabel) dan metode *Activity-Based Costing (ABC)*. Full Costing adalah metode di mana semua biaya yang terkait dengan produksi, baik biaya langsung maupun tidak langsung, diakumulasikan dan dibebankan ke produk. Ini termasuk biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Variable Costing hanya memperhitungkan biaya variabel yang langsung terkait dengan produksi. Biaya tetap, seperti overhead tetap, tidak dimasukkan dalam perhitungan HPP dan dicatat sebagai biaya periode. ABC mengalokasikan biaya overhead berdasarkan aktivitas yang benar-benar menyebabkan biaya tersebut terjadi. Metode ini lebih rinci dan cenderung memberikan hasil yang lebih akurat dalam menentukan biaya produk.

Salah satu industri UMKM di Indonesia yaitu CV Good Year Karang Pilang Surabaya. CV ini termasuk ke dalam industry UMKM yang menjual produk genteng, bata, dan losler yang terbaik di Indonesia. Sehingga memilih strategi penetapan harga yang sesuai dengan tujuan bisnis mereka, seperti harga berbasis biaya, harga berbasis nilai, atau harga berdasarkan pasar. Penetapan harga yang tepat membantu UMKM khususnya CV Good Year Karang Pilang Surabaya tetap kompetitif dan relevan di pasar. Dalam industri genteng, penentuan HPP dan

harga jual seringkali dihadapkan pada tantangan tertentu, seperti fluktuasi biaya bahan baku dan tenaga kerja, serta perubahan permintaan pasar yang dipengaruhi oleh tren konstruksi dan renovasi bangunan. Oleh karena itu, industri genteng harus terus memantau biaya produksinya dan menyesuaikan harga jualnya secara dinamis untuk tetap kompetitif.

Berdasarkan pemaparan diatas, penulis tertarik dalam melakukan penelitian tentang harga pokok terhadap harga jual dari UMKM di Indonesia khususnya di industri manufaktur yaitu pengolahan produk genteng. Pemilihan objek penelitian CV Good Year Karang Pilang Surabaya karena industri genteng merupakan sektor yang memiliki permintaan stabil, baik untuk proyek konstruksi baru maupun renovasi serta memungkinkan temuan penelitian yang relevan untuk diaplikasikan pada UMKM lainnya dengan profil serupa. Selain itu produksi genteng melibatkan berbagai komponen biaya seperti bahan baku, tenaga kerja, dan overhead. Ini membuat CV Good Year Karang Pilang menjadi kasus yang kaya untuk mengeksplorasi pengelolaan HPP dan penetapan harga jual yang kompetitif.

Dalam penelitian ini, peneliti juga menggunakan perbandingan antara metode full costing dan metode abc. Pemilihan antara metode ABC dan Full Costing tergantung pada kompleksitas operasi perusahaan, kebutuhan akurasi dalam alokasi biaya, dan sumber daya yang tersedia untuk implementasi yang lebih rinci. Sehingga peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “Penentuan Harga Pokok Terhadap Harga Jual Pada Industri Genteng”

1.2 Rumusan Masalah

Dari penjelasan latar belakang yang dikemukakan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana cara menentukan harga pokok produksi dan harga jual dengan metode *Full Costing* industri genteng ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui perhitungan menggunakan metode *Full Costing* terhadap penentuan harga pokok produksi pada industri genteng.
2. Untuk mengetahui perhitungan dengan menggunakan metode *Full Costing* terhadap penentuan harga jual pada industri genteng.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Diharapkan penelitian ini bisa berkontribusi dalam pengembangan literature di bidang akuntansi khususnya dalam bidang akuntansi biaya.
2. Diharapkan hasil penelitian ini dapat berguna sebagai tambahan referensi penelitian di masa akan datang.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi peneliti, dapat memperoleh pemahaman mendalam tentang topik yang diteliti, termasuk teori-teori yang relevan, metodologi penelitian, dan analisis data. Serta melalui penelitian, peneliti meningkatkan keterampilan dalam merancang studi, mengumpulkan dan menganalisis data, serta menyusun laporan penelitian yang sistematis.

2. Objek penelitian, penelitian ini bermanfaat sebagai bahan evaluasi, penilaian, pendeteksian dan tambahan referensi bagi pengusaha dalam industri genteng.
3. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber referensi dan acuan dalam melakukan penelitian lebih lanjut mengenai penentuan harga pokok terhadap harga jual pada industri genteng.