

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Globalisasi menyebabkan kemudahan dalam segala sektor di kehidupan salah satunya yaitu pada sektor ekonomi. Hal ini menyebabkan pertumbuhan ekonomi global meningkat, yang mengakibatkan kebutuhan barang dan jasa juga ikut meningkat. Pesatnya pertumbuhan dunia bisnis di Indonesia saat ini menyebabkan persaingan antar perusahaan terjadi sangat kompetitif dalam menciptakan produk-produk unggulan yang memiliki kualitas tinggi dengan harga yang bisa berkompetisi di pasar domestik maupun internasional. Para produsen yang dihadapkan pada kondisi seperti ini harus berinovasi menciptakan produk yang mengikuti perkembangan serta menghasilkan produk-produk unggulan yang berkualitas sesuai kebutuhan konsumen agar kelangsungan usahanya dapat dipertahankan serta tercapainya keuntungan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan sebelumnya. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor di dunia perindustrian Indonesia yang sedang berkembang dan turut berperan menopang serta memajukan perekonomian negara. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam kehidupan perekonomian Indonesia sangat penting dan strategis keberadaannya, sebab keberadaan UMKM cukup mendominasi perekonomian Indonesia, yang mana juga berpotensi besar dalam membantu menekan angka pengangguran dengan penyerapan tenaga kerja, serta berkontribusi dalam pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB). Kehadiran

UMKM ini merupakan salah satu cara alternatif dalam menanggulangi masalah kemiskinan. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) selalu menjadi gambaran krusial sebagai sektor perekonomian untuk membantu pembangunan ekonomi di Indonesia. Hal ini disebabkan penduduk Indonesia sebagian besar berkecimpung dalam kegiatan usaha kecil. Menurut Undang-Undang nomor 20 Tahun 2008 usaha mikro adalah usaha produktif milik perorangan ataupun badan usaha perorangan yang memiliki jumlah kekayaan bersih maksimal Rp50 juta dan total penjualan tahunan hingga Rp300 juta. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dilakukan oleh orang perorangan ataupun badan usaha akan tetapi bukan merupakan anak perusahaan dengan jumlah kekayaan bersih lebih dari Rp50 juta hingga Rp500 juta dan total penjualan tahunan dari Rp300 juta hingga Rp2,5 milyar. Usaha menengah adalah usaha produktif yang berdiri sendiri dilakukan oleh cabang orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan dengan jumlah kekayaan bersih lebih dari Rp500 juta hingga Rp10 milyar dan total penjualan tahunan dari Rp2,5 milyar hingga Rp50 milyar.

Jumlah UMKM yang kian hari semakin tumbuh besar secara langsung akan menimbulkan persaingan yang ketat. Jumlah sektor usaha UMKM yang meningkat juga menyebabkan turut bertambahnya jumlah tenaga kerja. Kedua hal ini pasti akan menimbulkan persaingan bisnis yang ketat. Oleh karena itu UMKM harus memiliki strategi untuk bersaing antara lain yaitu harga bersaing serta produk yang unggul dengan mutu tinggi. Produk yang memiliki mutu tinggi tampak dari pemakaian bahan baku yang berkualitas tinggi dan harga jual produk yang mampu bersaing di pasar domestik maupun internasional. Meskipun sektor UMKM

memiliki berbagai peran strategis, akan tetapi sektor ini juga terdapat berbagai permasalahan, antara lain yaitu pada aspek permodalan, kecakapan manajemen usaha, serta kualitas sumber daya manusia pengelolanya (Supriyanto, 2012). Salah satu sumber permasalahan yang sering terjadi pada UMKM adalah rendahnya kemampuan manajemen dalam menyajikan informasi pencatatan dan pengelolaan keuangan yang jelas. Sehingga UMKM akan sulit untuk membuat laporan keuangan karena tidak adanya pencatatan keuangan yang tepat, hal ini akan mempengaruhi pengambilan keputusan yang tidak sesuai dengan operasional perusahaan.

Menentukan harga jual produk adalah suatu bentuk keputusan dalam bidang keuangan di perusahaan. Agar UMKM mendapatkan laba diharapkan perusahaan maka perlu melakukan penentuan harga jual produk yang tepat. *Contribution Margin* digunakan manajemen sebagai alat untuk mengambil keputusan produksi dalam menetapkan harga jual suatu produk. Menurut Garisson, dkk (2017) *contribution margin* atau margin kontribusi adalah pendapatan penjualan yang tersisa dikurangi dengan biaya variabel. dengan demikian, *contribution margin* merupakan pendapatan bersih yang dihasilkan dari tiap unit produk yang telah terjual setelah dikurangi biaya variabel.

Harga pokok masih menjadi unsur yang sangat penting dalam mempertimbangkan harga jual yang nantinya diharapkan dapat memperoleh keuntungan (faridah, 2017). Untuk mendapatkan harga jual produk yang sesuai, UMKM harus melakukan perhitungan harga pokok produksi terlebih dahulu dengan melihat informasi tentang penggunaan biaya produksi. Harga pokok

produksi (HPP) merupakan faktor paling penting dalam mengevaluasi tingkat keberhasilan suatu perusahaan. Harga pokok produksi adalah suatu upaya untuk melakukan perhitungan seluruh elemen biaya dalam suatu produksi. Biaya-biaya tersebut antara lain yaitu: biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik. Ketiga unsur biaya tersebut merupakan informasi yang diperlukan dalam menghitung harga pokok produksi. Menghitung harga pokok produksi dapat dilakukan dengan menggunakan berbagai metode.

Terdapat dua metode pengumpulan harga pokok produksi antara lain yaitu metode berdasarkan harga pokok proses (*Process Costing*) serta metode berdasarkan harga pokok pesanan (*Job Order Costing*) (Sahla, 2020). Pemilihan metode ini dilakukan berdasarkan pertimbangan cara produksi yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Pada metode berdasarkan harga pokok pesanan (*Job Order Costing*), biaya-biaya yang terlibat dalam proses produksi berdasarkan suatu pesanan di kumpulkan kemudian biaya produksi per unit produk yang berhasil diproduksi guna melengkapi suatu pesanan dihitung dengan membagi total biaya produksi atas suatu pesanan dengan total unit produk yang dipesan. Metode *job order costing* ini mengakumulasi biaya-biaya yang terlihat dalam proses produksi antara lain yaitu: biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *Overhead* pabrik. Sementara itu pada metode *process costing*, objek biaya terletak pada proses produksi atau departemen. Metode *process costing* ini umumnya digunakan pada perusahaan manufaktur yang menawarkan beberapa jenis produk dengan proses produksi yang dilakukan secara berkelanjutan atau massal. Biaya-biaya yang terlibat dalam proses produksi diakumulasikan dalam kurun waktu

tertentu dan biaya produksi per unit produk yang diproduksi dalam kurun waktu tersebut dihitung dengan membagi total biaya produksi selama kurun waktu tersebut dengan jumlah unit produk yang diproduksi dalam kurun waktu yang telah ditentukan. Khusus untuk perusahaan yang menghendaki proses produksi dilakukan hanya berdasarkan pesanan, perhitungan harga pokok produksi akan sangat berguna bagi manajemen perusahaan dalam mengambil keputusan untuk menentukan laba dari suatu pesanan.

Menghitung harga pokok produksi dengan metode *Job Order Costing* dapat menjadi tepat. Hal tersebut dapat ditunjukkan dalam penelitian Isanawati Manoppo (2016) berdasarkan hasil penelitian yang telah dikemukakan oleh peneliti, yaitu pada usaha batik blimbing yang melakukan proses produksi berdasarkan pesanan, masih melakukan perhitungan dengan hanya berdasarkan asumsi. Dalam melakukan perhitungan harga pokok produksi perusahaan masih menerapkan teknik perhitungan dengan cara tradisional dan sederhana yang mana penggolongan biaya yang dilakukan perusahaan belum dapat dikatakan akurat, karena masih ada kesalahan pada penggolongan biaya serta ada beberapa biaya yang belum dicantumkan perusahaan sehingga menimbulkan selisih dalam perhitungan harga pokok produksi. Hasil penelitian diperoleh bahwa perhitungan harga pokok produksi yang dilakukan oleh perusahaan lebih kecil daripada perhitungan menggunakan metode *job order costing*. Artinya hasil dari perhitungan berdasarkan metode *job order costing* lebih tinggi.

Untuk menghitung elemen-elemen biaya ke dalam harga pokok produksi, terdapat dua pendekatan yaitu dengan menggunakan *full costing* dan *variable*

costing (Mulyadi, 2016). Penentuan biaya produk menggunakan *full costing* yaitu dengan melibatkan seluruh elemen biaya produksi baik yang bersifat variabel maupun tetap ke dalam harga pokok produksi. Sedangkan Penentuan biaya produksi menggunakan *variabel costing* yaitu hanya melibatkan elemen-elemen biaya produksi yang bersifat variabel dalam harga pokok produksi.

UMKM 'Putra Berdikari' adalah *home indistri* yang bergerak dalam pembuatan sepatu pantofel. Produk sepatu pantofel yang diproduksi UMKM ini memiliki banyak variasi. UMKM Putra Berdikari ini masih belum menerapkan perhitungan harga pokok produksi menurut teori-teori akuntansi dan hanya melakukan perhitungan biaya secara tradisional dan sederhana. Timbulnya persaingan antar perusahaan yang menawarkan produk sserupa maka perusahaan dituntut untuk bisa bertahan dan meningkatkan daya saingnya. Perhitungan harga pokok produksi secara benar merupakan salah satu hal yang sangat berpengaruh dalam upaya meningkatkan daya saing.

Analisis tentang perhitungan harga pokok produksi adalah pasal mendasar serta penting dilakukan untuk memastikan akurasi biaya dan dapat memaksimalkan keuntungan yang di peroleh. Pentingnya analisis perhitungan harga pokok produksi dalam membantu manajemen laba mengambil suatu keputusan pada perusahaan, maka penelitian ini mengambil objek penelitian pada "UMKM Putra Berdikari" dimana dalam UMKM ini melakukan proses produksi hanya berdasarkan pesanan dari konsumen.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan pemilik usaha, UMKM ini menghitung harga pokok produksi masih menggunakan teknik perhitungan dengan metode tradisional dan sederhana dan belum sesuai dengan teori-teori akuntansi. Hal ini terlihat dari UMKM yang hanya mengklasifikasikan unsur biaya menjadi dua golongan yaitu biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung serta belum melakukan pembebanan biaya penyusutan peralatan serta biaya listrik selama proses produksi berlangsung ke dalam perhitungan harga pokok produksi yang menyebabkan rendahnya hasil perhitungan harga pokok produksi dari biaya yang dikeluarkan sebenarnya. Berdasarkan gambaran latar belakang di atas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Dengan Menggunakan Metode Job Order Costing Untuk Pengambilan Keputusan Manajemen Laba Pada UMKM Putra Berdikari Mojokerto”**.

1.2 Rumusan Masalah

Dengan mempertimbangan uraian latar belakang tersebut maka peneliti menetapkan perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana perhitungan Harga Pokok Produksi barang pesanan menggunakan metode yang diterapkan oleh UMKM Putra Berdikari?
2. Bagaimana perhitungan Harga Pokok Produksi menggunakan metode *Job Order Costing* pada UMKM Putra Berdikari untuk pengambilan keputusan manajemen laba?
3. Apakah terdapat selisih antara perhitungan Harga Pokok Produksi yang dilakukan UMKM Putra Berdikari dengan menggunakan metode *Job Order Costing* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, adapun tujuan penelitian ini dilakukan adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana perhitungan Harga Pokok Produksi barang pesanan menggunakan metode yang diterapkan oleh UMKM Putra Berdikari.
2. Untuk mengetahui bagaimana perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode *Job Order Costing* pada UMKM Putra Berdikari untuk pengambilan keputusan manajemen laba.
3. Untuk mengetahui apakah terdapat selisih antara perhitungan Harga Pokok produksi yang dilakukan UMKM Putra Berdikari dengan menggunakan metode *Job Order Costing*.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari hasil penelitian ini yaitu:

1. Bagi UMKM Putra Berdikari
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan evaluasi UMKM Putra Berdikari untuk menentukan Harga Pokok Produksi menggunakan metode *Job Order Costing* untuk membantu melakukan pengambilan keputusan agar mendapatkan keuntungan yang maksimal.
2. Bagi Penulis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan di bidang keuangan dalam dunia usaha serta digunakan sebagai sarana untuk menerapkan teori-teori yang telah diperoleh saat kuliah.

3. Bagi Universitas

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi referensi untuk pengembangan penelitian selanjutnya.

1.5 Batasan Penelitian

Pada penelitian ini dibuat batasan-batasan yang bertujuan untuk menetapkan area permasalahan agar tidak terlalu melebar sehingga fokus penelitian yang diidentifikasi jelas. Adapun batasan yang ditetapkan dalam penelitian ini yaitu jenis produk UMKM Putra Berdikari antara lain yaitu sepatu pantofel tipe Let01 dan tipe B06 pada pesanan bulan Maret 2023.