

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perusahaan adalah suatu organisasi yang mempunyai kegiatan untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan oleh perusahaan. Manajemen perusahaan memiliki berbagai hal untuk dipikirkan dan dilakukan guna mencapai tujuan tersebut. Salah satu hal penting yang harus selalu diingat oleh setiap pengelola perusahaan adalah bahwa perusahaan tidak sendirian ketika beroperasi di suatu wilayah tertentu. Lingkungan baik dalam lingkungan internal maupun eksternal memiliki peran dalam proses pencapaian tujuan perusahaan. Salah satu dari lingkungan eksternal yaitu perusahaan selalu memiliki pesaing, sehingga harus membangun strategi yang tepat untuk memenangkan persaingan di suatu pasar tertentu. Tanpa memenangkan persaingan, maka tujuan dari perusahaan tersebut tidak akan tercapai.

Salah satunya cara yang paling umum digunakan yaitu dengan meningkatkan penjualan untuk mencapai laba yang diinginkan. Penjualan dapat ditingkatkan dengan dua acara yaitu dengan meningkatkan harga jual atau meningkatkan volume penjualan. Banyaknya volume penjualan berhubungan dengan penetapan harga jual yang merupakan kebijakan perusahaan.

Salah satu persoalan yang dihadapi oleh manajemen perusahaan adalah menetapkan harga jual produk perusahaan, karena hal ini sangat berpengaruh terhadap keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya. Harga jual yang terlalu tinggi akan membuat masyarakat tidak membeli atau mengurangi jumlah pembelian produk, sehingga perusahaan tidak akan memperoleh pendapatan dan laba yang cukup. Sebaliknya, harga jual yang terlalu rendah akan membuat perusahaan tidak mampu mencapai laba usaha yang direncanakan. Karena itu, menetapkan harga jual produk pada harga yang tepat sangatlah penting agar tujuan perusahaan secara umum dapat tercapai.

Penetapan harga jual yakni proses menentukan berapa yang harus dibayar konsumen dan yang diterima penjual atas penjualan suatu produk. Tujuan penetapan harga adalah suatu upaya untuk menargetkan laba optimum dengan mengorbankan sumber daya dengan seefektif mungkin. Umumnya perusahaan berharap untuk memenuhi tujuan penetapan harga.

Keputusan penetapan harga jual dipengaruhi oleh persaingan di pasar bebas sehingga dalam menentukan metode penetapan harga jual yang dilakukan perusahaan akan di kaitkan besarnya pendapatan perusahaan. Penentuan harga jual dapat dilakukan dengan berbagai metode yaitu (1) harga berbasis laba, (2) harga berdasarkan biaya dan (3) harga berdasarkan permintaan.

Perusahaan pada umumnya menggunakan biaya sebagai dasar utama dalam penetapan harga jual. Metode penetapan harga jual ini umumnya disebut penetapan harga berdasarkan besarnya beban yang dikorbankan. Jika menggunakan metode ini, perusahaan harus mencatat biaya yang dikorbankan sehingga mendapatkan nilai harga perolehan.

Biaya adalah kas dan setara kas yang dikorbankan untuk memproduksi atau memperoleh barang atau jasa yang diharapkan akan memperoleh manfaat atau keuntungan di masa mendatang. Beban atau expense adalah pengeluaran untuk mendapatkan pendapatan pada suatu periode tertentu; beban atau expense dikurangkan pada pendapatan untuk memperoleh laba. Unsur-unsur beban adalah harga pokok penjualan, beban pemasaran, beban administrasi, beban bugan dan beban pajak. Jika unsur tersebut belum menjadi komponen perhitungan laba-rugi, maka unsur-unsur tersebut merupakan biaya.

Penetapan harga jual tidak hanya dipengaruhi oleh metode penetapan harga jual yang digunakan oleh perusahaan. Penetapan harga jual juga dipengaruhi oleh beberapa faktor baik faktor eksternal maupun faktor internal perusahaan. Penetapan harga jual merupakan tanggung jawab manajer dengan pertimbangan berdasarkan nilai harga perolehan, hal ini dilakukan dengan tujuan untuk menutup biaya dalam menyiapkan produk yang siap dijual.

CV. Sinar Utama Grounding yang terletak di Jalan Utan Kayu Raya No, 49 C Matraman Jakarta Timur merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang perdagangan besar (distributor) yaitu penangkal petir dan material-material lain yang terkait dengan instalasi penangkal petir. Sistem penjualan yang dilakukan perusahaan dengan menggunakan sistem purchase order (PO), sehingga perusahaan dapat membeli produk yang dipesan konsumen ke supplier terlebih dahulu. Karena setiap pembelian persediaan langsung dijual kepada konsumen.

Metode penetapan harga jual yang tepat dapat meningkatkan laba perusahaan. Harga jual bukanlah satu-satunya faktor yang mempengaruhi laba tetapi merupakan salah satu faktor yang penting. Oleh sebab itu metode penetapan harga sangatlah diperlukan. Sebagaimana diketahui bahwa salah satu usaha untuk meningkatkan laba dengan meningkatkan penjualan yang merupakan kegiatan utama perusahaan sebagai perusahaan dagang yang akhirnya akan berdampak dengan peningkatan laba kotor .

Berdasarkan Tabel 1.1 menyatakan bahwa rata-rata laba kotor yang diterima selama tahun 2016 senilai 102% dan dengan pencapaian laba kotor yang diterima selama tahun 2016 mencapai 108%. Nilai perolehan pada bulan Desember 2016 pun menunjukkan nilai prosentase laba kotor sebesar 118%. Perusahaan pada umumnya pencapaian laba kotor yang diperoleh tidak mencapai 100%. karena perusahaan CV. Sinar Utama Grounding adalah perusahaan dagang, sehingga pengaruh penetapan harga jual merupakan salah satu strategi yang dapat digunakan perusahaan dalam mencapai laba yang diharapkan perusahaan. Hal ini membuat perusahaan CV. Sinar Utama Grounding diteliti karena pencapaiannya diatas rata-rata pada umumnya,

Tabel 1.1 Laporan Penjualan

| | Harga Jual | Harga Pokok Penjualan | Laba Kotor | Prosentase Laba |
|------------------|----------------|-----------------------|---------------|-----------------|
| Januari | 509.332.000 | 254.730.000 | 254.602.000 | 100% |
| Februari | 419.401.400 | 221.757.800 | 197.643.600 | 89% |
| Maret | 222.932.370 | 113.020.090 | 109.912.280 | 97% |
| April | 401.093.500 | 196.088.220 | 205.005.280 | 105% |
| Mei | 287.425.000 | 149.312.065 | 138.112.935 | 92% |
| Juni | 2.572.484.425 | 1.268.899.865 | 1.303.584.560 | 103% |
| Juli | 609.374.300 | 304.482.500 | 304.891.800 | 100% |
| Agustus | 1.996.107.700 | 895.036.400 | 1.101.071.300 | 123% |
| September | 441.070.000 | 229.196.900 | 211.873.100 | 92% |
| Oktober | 1.311.799.500 | 618.854.212 | 692.945.288 | 112% |
| November | 314.040.010 | 158.661.000 | 155.379.010 | 98% |
| Desember | 1.460.895.250 | 668.825.040 | 792.070.210 | 118% |
| Total | 10.545.955.455 | 5.078.864.092 | 5.467.091.363 | |
| Rata-rata | 1.622.454.685 | 781.363.706 | 841.090.979 | 102% |

Penelitian ini difokuskan pada harga jual perusahaan dalam kaitannya laba kotor perusahaan. Hal ini menarik untuk dikaji agar dapat diperoleh jawaban secara teoritis dan dapat dipertanggungjawabkan sehingga dapat diketahui seberapa besar pengaruh harga jual terhadap target laba perusahaan. Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, maka penulis tertarik untuk menganalisis metode penetapan harga jual yang dilakukan oleh Sinar Utama Grounding dalam mencapai target laba yang diinginkan oleh perusahaan.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka masalah pokok penelitian yang ada dirumuskan dalam ungkapan pertanyaan:

- 1) Apa metode yang digunakan Sinar Utama Grounding dalam menetapkan harga jual?
- 2) Adakah pengaruh penetapan harga jual terhadap laba perusahaan?
- 3) Seberapa besar pengaruh harga jual terhadap target laba perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan memberikan bukti empiris atas :

- 1) Untuk menganalisis metode penetapan harga jual yang diterapkan oleh pihak manajemen perusahaan.
- 2) Untuk mengetahui apakah harga jual produk berpengaruh signifikan terhadap laba pada perusahaan Sinar Utama Grounding.
- 3) Untuk mengetahui seberapa kuat pengaruh harga jual produk terhadap laba pada perusahaan Sinar Sinar Utama Gronding.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah:

- 1) Bagi ilmu pengetahuan
Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan bacaan dan bahan referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya.
- 2) Bagi perusahaan
Khususnya untuk pihak manajemen. Penelitian ini diharapkan menjadi pertimbangan atau masukan kepada bagian-bagian terkait di perusahaan khususnya untuk meningkatkan laba dalam kaitannya dengan melakukan kebijakan harga jual produk.
- 3) Bagi peneliti
Memberikan pengetahuan bagi peneliti lainnya yang ingin meneliti lebih lanjut.