

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) adalah salah satu sektor usaha yang berperan penting dalam pembangunan ekonomi di Indonesia. Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) harus terus didorong agar bisa bersaing dengan sektor bisnis lainnya, tidak hanya itu Usaha Kecil dan Menengah (UKM) ini merupakan bisnis *original* masyarakat Indonesia.

Berdasar kajian Bank Indonesia pada tahun 2009, peran penting Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dapat ditinjau dalam tiga indikator. Pertama, berdasar jumlah unit industrinya. Data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2012 mencatat jumlah Usaha Kecil dan Menengah (UKM) mencapai 56,54 juta unit atau setara dengan 99,99% dari total unit usaha di Indonesia. Kedua, berdasar kemampuannya untuk menyerap tenaga kerja. Pada tahun 2012, Usaha Kecil dan Menengah (UKM) tercatat mampu menyediakan lapangan kerja bagi 107 juta lebih tenaga kerja atau menyerap sekitar 97% angkatan kerja. Ketiga, berdasar kontribusinya terhadap pendapatan nasional. Usaha Kecil dan Menengah (UKM) mampu menyumbang 59,8% dari total Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia pada tahun 2012. Usaha Kecil dan Menengah (UKM) juga dikenal sebagai salah satu jenis industri yang paling kreatif. Seringkali terjadi, bahwa produk-produk yang dihasilkan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan satu ide *original*

yang menyajikan terobosan-terobosan baru dalam penciptaanya. Sejalan dengan hal tersebut, Wulan dan Nindita (2009) menambahkan peran Usaha Kecil dan Menengah (UKM) sebagai perintis pasar baru dan inovasi.

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) ini juga merupakan sektor bisnis yang tidak rentan terhadap krisis. Menurut Mudrajad Kuncoro dalam Harian Bisnis Indonesia pada tanggal 21 Oktober 2008 mengemukakan bahwa Usaha Kecil dan Menengah (UKM) terbukti tahan terhadap krisis dan mampu *survive* karena; pertama, tidak memiliki utang luar negeri, kedua, tidak banyak utang ke perbankan karena mereka dianggap *unbankable*, ketiga, menggunakan input lokal, keempat, berorientasi ekspor. Selama 1997-2006, jumlah perusahaan berskala Usaha Kecil dan Menengah (UKM) mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha di Indonesia. Eksistensi dan peran Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang pada tahun 2007 mencapai 49,84 juta unit usaha, dan merupakan 99,99% dari pelaku usaha nasional, dalam tata perekonomian nasional sudah tidak diragukan lagi, dengan melihat kontribusinya dalam penyerapan tenaga kerja, pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) Nasional, nilai ekspor nasional, dan investasi nasional.

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) juga memiliki beberapa kelemahan, yaitu: relatif lemah dalam spesialisasi, modal terbatas, sulit untuk mendapat karyawan yang cakap, dan terkadang memiliki pembukuan yang kurang efektif dalam pencatatan laba dan biaya sehingga seringkali

membingungkan bagi pemilik usaha industri Usaha Kecil dan Menengah (UKM) sendiri.

Tidak dipungkiri Usaha Kecil dan Menengah (UKM) juga merupakan lembaga yang yang diorganisir dan dijalankan untuk menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat. Tujuan didirikannya Usaha Kecil dan Menengah (UKM) pun sama dengan perusahaan yaitu untuk mendapatkan laba yang semaksimal mungkin.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat perolehan laba sebagai berikut: Pertama, volume produk yang dijual, berpengaruh terhadap volume produksi produk atau jasa tersebut. Kedua, harga jual produk, atau jasa akan mempengaruhi besarnya volume penjualan produk atau jasa yang bersangkutan. Ketiga, biaya produksi, adalah biaya yang timbul dari perolehan atau untuk pengolahan suatu produk atau jasa akan mempengaruhi harga jual produk yang bersangkutan.

Untuk memasuki pasar, biaya memberikan informasi penting dalam menentukan harga jual dan laba yang dihasilkan. Untuk menentukan harga jual dan laba Usaha Kecil dan Menengah (UKM) memiliki kelemahan dikarenakan kurangnya pengetahuan mengenai perhitungan harga jual dan laba yang sebenarnya. Akhirnya hal ini menyebabkan UKM menentukan harga jual berdasarkan harga yang berlaku di pasar, sehingga UKM mengalami kesulitan dalam mengukur laba yang dihasilkan.

Untuk mengetahui harga jual yang sebenarnya, UKM harus mengetahui biaya yang sebenarnya dikeluarkan dalam memproduksi. Untuk mengetahui

semua biaya itu, maka salah satu cara yang dapat dilakukan adalah menentukan harga pokok produksi.

Harga pokok produksi merupakan penentu volume penjualan produk, kesalahan dalam penentuan harga pokok juga akan berpengaruh terhadap usaha UKM. Kesalahan penentuan harga pokok produksi dapat mengakibatkan harga jual produk yang terlalu tinggi atau terlalu rendah. Jika terlalu tinggi maka akibatnya volume penjualan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) akan berkurang dan produk yang ditawarkan akan sulit bersaing dengan produk sejenis dipasaran. Sebaliknya jika terlalu rendah dapat berakibat kepada laba Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Semakin rendah Harga jual maka kemungkinan laba yang diperoleh juga rendah. Ada kesulitan bagi pemilik usaha dalam memonitor komponen-komponen biaya produksi yang terjadi dikarenakan tidak menggunakan metode perhitungan akuntansi biaya. Penggunaan metode akuntansi biaya ini memungkinkan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) untuk semakin maju.

Di dalam akuntansi biaya ada komponen-komponen yang mempengaruhi penentuan harga pokok produksi yaitu, biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya *overhed* pabrik, baik yang bersifat tetap maupun *variabel*, di dalam akuntansi biaya ada 2 metode perhitungan harga pokok, yaitu *Full Costing* dan *Variabel Costing*. Perbedaan pokok diantara kedua metode ini adalah perlakuan terhadap biaya produksi yang bersifat tetap.

Metode *Full Costing* menganggap bahwa biaya *overhead* pabrik tetap sebagai bagian integral dari harga pokok produksi. Sedangkan *Variabel Costing* sebaliknya, metode ini tidak menganggap biaya *overhead* pabrik tetap sebagai bagian dari harga pokok produksi.

Sama halnya dengan usaha industri, Usaha Kecil dan Menengah (UKM) juga merupakan usaha yang memiliki biaya-biaya produksi. Perlakuan biaya produksi setiap Usaha Kecil dan Menengah (UKM) berbeda dalam hal penentuan harga pokok produksi. Untuk kelengkapan penelitian ini penulis meneliti salah satu Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di kota Pontianak yaitu konveksi Bintang. Dalam wawancara awal yang dilakukan penulis mendapatkan data mengenai cara berpikir pemilik usaha mengenai biaya serta perhitungannya untuk penetapan harga jual produk.

Dari wawancara awal dan laporan keuangan, pemilik usaha sudah memiliki pemahaman yang baik mengenai apa itu biaya dan harga pokok. Pemilik usaha tidak mengerti mengenai pemisahan biaya serta penetapan harga pokok produk. Ini adalah laporan biaya dan cara penentuan harga pokok penjualan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Konveksi Bintang per baju:

**Tabel 1.1**  
**Pencatatan Harga Pokok Penjualan**

Keterangan	Jenis Pengeluaran Biaya	Total
<b><i>Direct Material dan FOH</i></b>	Kain, benang, kancing, Air, Listrik, dan Telepon, biaya bahan baku tidak langsung	Rp 100.000,-
<b><i>Direct Labor</i></b>	Upah Tenaga Kerja per 1 Baju	Rp 30.000,-
<b><i>Harga Pokok Penjualan</i></b>		Rp 130.000,-

Sumber: Hasil Wawancara Awal

Dari tabel 1.1 di atas pemilik Usaha tidak memiliki pencatatan yang baik mengenai pengeluaran biaya serta keuntungan yang didapat. Dari hasil wawancara Konveksi Bintang sudah menggunakan perkiraan perhitungan biaya pokok produksi, tetapi konveksi ini tidak mengetahui nilai sebenarnya dari biaya yang dikeluarkan. Pemilik usaha memiliki kendala dalam pencatatan pengeluaran biaya-biaya produksi. Pemilik usaha juga tidak mengetahui metode yang digunakan dalam menentukan harga pokok penjualan. Sehingga penulis dalam hal ini akan mengangkat topik mengenai penggunaan metode penetapan Harga Pokok Produksi pada konveksi Bintang.

## 1.2. Permasalahan

Dari uraian di atas, maka penulis merumuskan permasalahan pada penelitian ini, sebagai berikut:

1. Bagaimana penentuan Harga Pokok Produksi Konveksi pada Perusahaan Bintang?
2. Bagaimana penentuan Laba Usaha pada Perusahaan Bintang?

## 1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengevaluasi penentuan perhitungan biaya produksi dalam menentukan Harga Pokok Produksi Konveksi pada Perusahaan Bintang.
2. Untuk melihat pengaruh penggunaan metode perhitungan *Full Costing* dan *Variabel Costing* pada harga pokok produksi konveksi pada Perusahaan Bintang.
3. Untuk melihat penentuan laba usaha konveksi pada Perusahaan Bintang.

## 1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Usaha Kecil dan Menengah (UKM)
  - a. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat membantu Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang bergerak dibidang Konveksi

dalam menggunakan metode perhitungan biaya yang tepat bagi usahanya, dan diharapkan dapat menjadi masukan untuk para pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dalam proses penentuan harga pokok produksi.

2. Bagi penulis

Memberikan kesempatan bagi penulis untuk menerapkan ilmu yang telah didapat selama perkuliahan, menambah wawasan pada sektor Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang bergerak dibidang Konveksi dan dapat berbagi pengetahuan kepada pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM) terkait pentingnya pengendalian biaya.

3. Bagi pembaca

Menambah referensi bagi pembaca yang ingin melakukan penelitian dibidang Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang bergerak dibidang konveksi.