

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Peningkatan atau penurunan pertumbuhan ekonomi di Indonesia didorong oleh berbagai faktor, salah satunya adalah keterlibatan UMKM. Sesuai dengan UUD 1945 pasal 33 ayat empat, UMKM merupakan bagian dari sistem perekonomian nasional yang memiliki sikap mandiri dan menonjolkan kemampuan tingkat pertama untuk meningkatkan kesejahteraan umat manusia. UMKM memiliki posisi yang luar biasa dalam perkembangan perekonomian negara, dan peningkatan UMKM juga cukup sesuai dari tahun ke tahun. (bkpm.go.id).

UMKM merupakan salah satu penggerak perekonomian bangsa dan memiliki peran penting dalam perekonomian di Indonesia karena mampu mendorong dan meningkatkan perekonomian secara berkelanjutan dan berkesinambungan. UMKM diharapkan mampu menguasai pangsa pasar nasional dan internasional, dengan menyediakan produk-produk yang berkualitas dan handal agar mampu memajukan dan meningkatkan perekonomian negara serta mengurangi tingkat pengangguran saat ini (Nuvitasari, A., & Martiana, N., 2019).

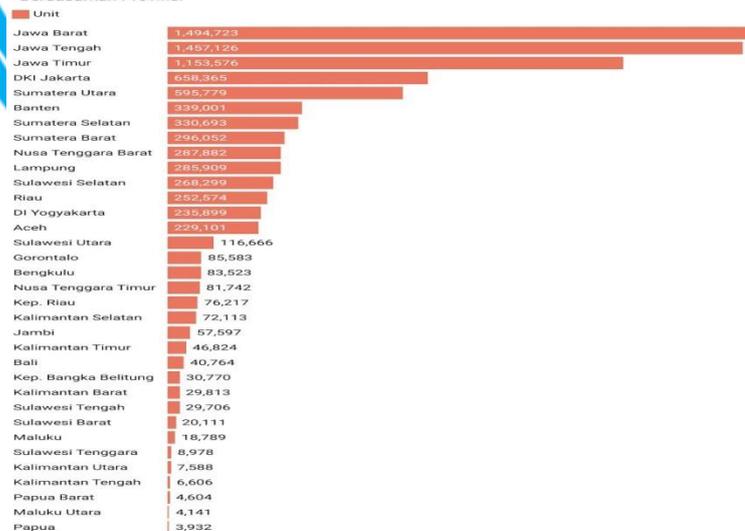
Dalam perekonomian Indonesia, UMKM merupakan kelompok usaha yang memiliki jumlah terbesar dan terbukti tahan terhadap berbagai macam guncangan akibat krisis ekonomi. Secara tidak langsung, ajakan untuk bersaing di pasar global akan menambah pemahaman baru bagi para pelaku UMKM tentang bagaimana memajukan produknya ke negara-negara di dunia. Hal ini juga berdampak pada omzet mereka, jika konsumen dari luar negeri tertarik untuk membeli produk dari pelaku UMKM maka pendapatan mereka akan meningkat, sehingga biaya hidup menjadi lebih baik. Bahkan bagi negara, mengundang pelaku UMKM untuk bersaing di pasar global akan berdampak pada peningkatan perekonomian negara. Terutama penyerapan tenaga kerja juga akan meningkat dan devisa negara juga akan meningkat. Dengan demikian, mengajak UKM untuk bersaing di pasar global merupakan hal yang baik dan harus didukung. (Yuliaty, T., Shafira, C. S., & Akbar, M. R., 2020).

Setiap UMKM pasti memiliki tujuan yang ingin dicapai, tujuan tersebut antara lain: memperoleh keuntungan yang maksimal, mampu bersaing di pasar, dan mampu memberikan manfaat bagi masyarakat. Untuk mencapai laba, UMKM dapat melakukan kegiatan penjualan yang paling menguntungkan dan salah satu indikatornya adalah laba kotor. Laba kotor dipengaruhi oleh harga jual, harga jual suatu produk ditentukan dari harga pokok produksi dan volume penjualan. Biaya produksi terdiri dari biaya bahan langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. (Bintang Komara, 2016).

Dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat, UMKM memiliki peran yang besar khususnya di negara-negara berkembang. Dampak yang berpengaruh positif untuk memajukan perekonomian dan mengurangi jumlah pengangguran yang ada. Dari data terakhir yang diperoleh di Badan Pusat Statistik jumlah UMKM sebagai berikut.

Jumlah UMKM di Indonesia Sepanjang 2022

*Berdasarkan Provinsi



Sumber : ukmindonesia.id dikutip dari BPS 2022

Gambar 1.1
Jumlah UMKM di Indonesia

Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM RI, ada sekitar 64,2 juta unit usaha yang beroperasi di Indonesia. 99,6% diantaranya adalah usaha mikro, 0,30% usaha kecil, dan 0,07% usaha menengah, dan 0,01% usaha besar. Setiap tahunnya, UMKM diperkirakan memberi kontribusi ekonomi sebesar lebih

dari 60% bagi Produk Domestik Bruto Indonesia atau sekitar 8.573.896 Milyar Rupiah.

Tabel 1.1
Jumlah Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menurut Kabupaten Karawang Tahun 2019-2020

NO	KECAMATAN	2018	2019	2020
1	Karawang Barat	3.115	3.184	3.570
2	Karawang Timur	2.928	2.997	3.157
3	Teluk Jambe Barat	1991	1.999	2.302
4	Teluk Jambe Timur	2.448	2.502	3.011
5	Majalaya	823	823	1.148
6	Pangkalan	379	379	675
7	Tegalwaru	459	459	690
8	Ciampel	875	875	1.238
9	Klari	2.544	2.544	3.010
10	Rawamerta	652	652	942
11	Rengasdengklok	2.287	2.287	2.540
12	Kutawaluya	821	821	1.040
13	Tempuran	687	687	1.040
14	Cilebar	687	687	981
15	Pedes	911	911	1.129
16	Jayakarta	874	874	1.183
17	Cibuaya	732	732	1.014
18	Tirtajaya	909	909	1.289
19	Batujaya	1057	1.057	1.279
20	Pakisjaya	1.131	1.131	1.327
21	Cikampek	2.354	2.354	2.700
22	Tirtamulya	1.007	1.007	1.336
23	Purwasari	1.358	1.358	1.749
24	Jatisari	2.051	2.015	2.433
25	Kotabaru	2.029	2.029	2.427
26	Banyusari	785	785	1.283

Tabel 1.1(Lanjutan)
Jumlah Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menurut
Kabupaten Karawang Tahun 2018-2020

NO	KECAMATAN	2018	2019	2020
27	Telagasari	2.378	2.378	1.654
28	Lemah Abang	1.224	1.224	1.454
29	Cilamaya Kulon	2.308	2.308	2.397
30	Cilamaya Wetan	2.031	2.031	2.427
	JUMLAH	42.035	43.999	52.425

Sumber: Opendata.karawangkab.go.id dikutip dari Dinas koperasi dan UMKM Kabupaten Karawang (2022)

Dari Tabel 1.1 Jumlah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang berada di Kabupaten Karawang Tahun 2018-2020. Dari data yang diperoleh dari website Dinas Koperasi dan UMKM Karawang Tahun 2022 pelaku UMKM di Karawang mengalami kenaikan pada Tahun 2020, sehingga perekonomian masyarakat dalam meningkatkan usaha berdampak pada berkurangnya jumlah pengangguran dan kesejahteraan masyarakat Kabupaten Karawang menjadi lebih baik.

Kabupaten Karawang sendiri memiliki beberapa jenis Usaha mikro kecil menengah (UMKM) salah satunya adalah UMKM konveksi pembuatan baju. Konveksi yang berada di Kampung Baros Rt/Rw 012/002 Desa Pancakarya Kecamatan Tempuran Karawang adalah konveksi meriza yang sudah berdiri sejak Tahun 2010. Konveksi merupakan salah satu usaha pembuatan busana secara massal dengan ukuran standart yang bertujuan untuk melayani masyarakat yang memerlukan.

Adapun permasalahan yang sering di jumpai oleh pelaku usaha yaitu mengenai penulisan laporan keuangan, menentukan harga jual berdasarkan harga pokok, metode perhitungan harga pokok produksi yang dilakukan oleh perusahaan pun belum dilakukan secara detail. Untuk menghindari terjadinya kesalahan dalam perhitungan biaya produksi agar menghasilkan biaya yang efisien,

diperlukan suatu metode yang akurat. Adapun metode yang dapat digunakan dalam menghitung biaya produksi tersebut adalah metode *full costing*.

Harga jual suatu produk ditentukan dari harga pokok produksi, sehingga harga yang ditawarkan perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan lain yang sejenis dengan kualitas produk yang baik. Harga jual erat kaitannya dengan pencapaian laba. Laba dapat diartikan sebagai imbalan atas usaha perusahaan untuk menghasilkan barang atau jasa. Permasalahan yang dihadapi dalam menentukan harga jual produk karena harga jual yang terlalu tinggi akan menurunkan daya beli konsumen, sebaliknya harga jual yang rendah dapat mempengaruhi pendapatan perusahaan yang artinya mempengaruhi laba dan kelangsungan hidup perusahaan. Oleh karena itu, diperlukan strategi efisiensi biaya produksi dan penetapan harga jual yang tepat. (Mangintiu, A. C., Ilat, V., & Runtu, T. R., 2020).

Harga pokok produksi merupakan jasa yang dikorbankan atau diserahkan dalam proses produksi yang meliputi biaya bahan baku, biaya *overhead* pabrik, dan produksi. (Sari, R., Hamidy, F., & Suaidah, S., 2021).

Harga produksi menurut metode *full costing* terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik tetap dan biaya *overhead* pabrik variabel. Dalam metode *full costing*, biaya *overhead* pabrik, baik tetap maupun variabel, dimasukkan dalam perhitungan harga pokok produksi berdasarkan tarif yang telah ditentukan pada kapasitas normal atau atas dasar biaya *overhead* pabrik yang sebenarnya. (Falah, A. S., 2018).

Berdasarkan penelitian terdahulu yang sudah melakukan penelitian tentang harga pokok produksi menggunakan metode *full costing* antara lain, Penelitian tentang “Analisis perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode *full costing* dan variabel *costing* pada Tahu Mama Kokom Kota Baru” dilakukan oleh (Sylvia, R., 2018) Berdasarkan dari hasil penelitian yang sudah dilakukan, dinyatakan bahwa hasil dari perhitungan ketiga metode tersebut diketahui bahwa perhitungan yang diterapkan oleh perusahaan lebih rendah dibandingkan dengan metode *full costing* dan *variabel costing*. Selanjutnya

penelitian “Harga pokok produksi dalam menentukan harga jual melalui metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing* (Studi pada PT. Prima Istiqamah Sejahtera di Makasar)” dilakukan oleh (Purnama, D., Muchlis, S., & Wawo, A., 2019) Berdasarkan dari hasil penelitian yang sudah dilakukan, dinyatakan bahwa penentuan harga jual menggunakan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing* bisa menetapkan harga yang lebih efisien dibandingkan dengan perhitungan yang dilakukan oleh perusahaan. Selanjutnya penelitian “Analisis perhitungan harga pokok produksi dengan metode *full costing* sebagai penentu harga jual pada Produksi Opak Kembang Cap (KRESS’NO)” dilakukan oleh (Kurniasari, D., Huda, A. M., & Masrunik, E., 2018) Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, dinyatakan bahwa dari kedua perhitungan menunjukkan bahwa biaya perhitungan lebih tinggi dibandingkan metode dari perusahaan.

Dapat disintesaikan dari hasil penelitian-penelitian terdahulu bahwa penelitian tentang Analisis perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode *full costing* dan *variabel costing* pada Tahu Mama Kokom Kota Baru hasil penelitian perhitungan dari perusahaan lebih rendah dikarenakan pemilik perusahaan tidak memasukkan biaya-biaya secara rinci terhadap perhitungan harga pokok produksinya. Sedangkan pada Harga pokok produksi dalam menentukan harga jual melalui metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing* (Studi pada PT. Prima Istiqamah Sejahtera di Makasar) menyatakan bahwa hasil dari metode *full costing* lebih tinggi dari pada perusahaan disebabkan karena dalam perhitungan *overhead* perusahaan tidak memperhitungkan beberapa biaya kedalam harga pokok produksinya. Kemudian penelitian Analisis perhitungan harga pokok produksi dengan metode *full costing* sebagai penentu harga jual pada Produksi Opak Kembang Cap (KRESS’NO) menunjukkan bahwa hasil perhitungan *full costing* lebih tinggi dari perusahaan karena perusahaan tidak memperhitungkan biaya *overhead* dan biaya penyusutan.

Berdasarkan latar belakang penelitian, fenomena dan berbagai permasalahan yang terjadi, maka peneliti tertarik memutuskan untuk mengembangkan lebih lanjut penelitian tentang “**Analisis Harga Produksi**

dengan Metode *Full Costing* dalam Penentuan Harga Jual pada Konveksi Meriza Karawang”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan diatas, maka yang menjadi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Perusahaan tidak melakukan perhitungan harga pokok produksi secara rinci.
2. Perusahaan tidak paham dalam mengelompokkan dan mengumpulkan biaya produksi untuk menyusun harga produksi.
3. Perusahaan tidak melakukan perhitungan harga pokok produksi untuk penetapan harga jual produk.
4. Penentuan harga pokok produksi yang masih kurang tepat, bisa berdampak pada penentuan harga jual yang tidak sesuai.
5. Penentuan harga jual yang sangat penting belum sepenuhnya diperhatikan perusahaan.
6. Belum diterapkannya metode *full costing* dalam penentuan harga Pokok Produksi pada UMKM.

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini berada dalam kajian ilmu manajemen khususnya di konsentrasi keuangan.
2. Tema dari kajian ini adalah Analisis Harga Produksi dengan Metode *Full Costing* dalam Penentuan Harga Jual pada Konveksi Meriza Karawang.
3. Data penelitian dimana studi empiris dilakukan pada Konveksi Meriza Karawang yang berlokasi di kampung Baros.
4. Metode analisis yang digunakan adalah metode kuantitatif deskriptif dengan menggunakan analisis harga pokok produksi.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar Belakang, Identifikasi dan Pembatasan Masalah di atas maka penelitian ini dapat disimpulkan dengan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perhitungan harga pokok produksi yang sudah dilakukan oleh Konveksi Meriza Karawang?
2. Bagaimana perhitungan penentuan harga jual pada Konveksi Meriza Karawang?
3. Bagaimana perhitungan harga pokok produksi Konveksi Meriza Karawang dengan menggunakan metode *full costing* untuk menentukan harga jual?
4. Bagaimana perbandingan perhitungan harga produksi yang dilakukan Konveksi Meriza Karawang dengan menggunakan metode *full costing*?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi yang sudah dijelaskan, Maka tujuan peneliti melakukan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui, menganalisis, membahas, dan menjelaskan harga pokok produksi Konveksi Meriza Karawang.
2. Untuk mengetahui, menganalisis, membahas penentuan harga pokok produksi dalam menentukan harga jual pada Konveksi Meriza Karawang.
3. Untuk mengetahui, menganalisis, membahas penentuan harga pokok produksi pada Konveksi Meriza Karawang menggunakan metode *full costing*.
4. Untuk mengetahui, menganalisis, membahas penentuan harga pokok produksi dalam menentukan harga jual pada Konveksi Meriza Karawang menggunakan metode *full costing*.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

1. Sebagai Bahan pemahaman yang diperoleh peneliti selama berada dibangku kuliah ketika terjun kedalam dunia kerja.
2. Sebagai bahan dalam pengkajian analisis mengenai perhitungan harga pokok produksi yang bertujuan untuk menentukan harga jual produk.

1.6.2 Manfaat praktis

1. Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan bahan pertimbangan kepada setiap UMKM, yang berhubungan dengan

perhitungan harga pokok produksi dalam menentukan harga jual produk.

2. Untuk memberikan bahan informasi sekaligus bahan pertimbangan dan pembelajaran untuk bahan penelitian bagi peneliti yang meneliti dengan tema yang sama.



