

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri pariwisata di Indonesia saat ini berkembang semakin pesat. Hal itu ditandai dengan banyaknya tempat wisata disertai dengan perkembangan bisnis perhotelan, restoran, transportasi, serta biro perjalanan. Semua itu merupakan elemen yang berhubungan langsung dengan industri pariwisata yang menarik banyak minat konsumen untuk merasakan dan memanfaatkan fasilitas hotel dan fasilitas pendukung lainnya.

Setiap perusahaan akan berorientasi pada peningkatan perolehan laba yang optimal sebagai visi pengembangan usahanya. Oleh sebab itu, untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan, visi mempertahankan dan meningkatkan prestasi dan prestise sangat dibutuhkan. Hal tersebut dilakukan agar dapat bersaing dengan perusahaan lainnya, maka manajemen perusahaan harus mampu mengelola seluruh potensi yang ada pada perusahaan secara efektif dan efisien. Salah satu usaha yang dapat ditempuh perusahaan yaitu dengan mengurangi dan mengendalikan biaya, tanpa harus mengurangi kualitas dan kuantitas produk yang telah ditetapkan. Pengendalian biaya akan lebih efektif dan efisien jika biaya-biaya tersebut dapat diklasifikasikan dan dialokasikan dengan tepat.

Kelangsungan hidup dan perkembangan perusahaan merupakan tujuan utama yang ingin diwujudkan bagi setiap perusahaan. Segala aktivitas yang dilakukan untuk mencapainya harus didukung oleh kondisi manajemen yang baik sebagai pengelola. Selain dibutuhkan untuk mencapai tujuan organisasi, manajemen juga dibutuhkan untuk menjaga keseimbangan antara tujuan – tujuan, sasaran -sasaran, dan kegiatan – kegiatan yang saling bertentangan dari pihak – pihak yang berkepentingan dalam organisasi.

Semakin menjamurnya perusahaan jasa terutama di bidang pariwisata dan perhotelan, menyebabkan semakin ketatnya persaingan antar hotel. Oleh karena itu, perusahaan dalam mencapai tujuannya sangat bergantung pada manajemen perusahaan, apakah manajemen perusahaan sudah mampu mencapai tujuan perusahaan yang sebenarnya, baik itu untuk jangka panjang maupun jangka pendek. Sebagai tolak ukur manajemen dalam mencapai tujuannya dapat dilihat dari laba atau keuntungan yang diperoleh dari perusahaan.

Semaksimal mungkin perusahaan akan dapat memperoleh laba untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya bahkan dapat membuat usahanya lebih maju dan berkembang. Dapat dilihat dari besar kecilnya laba yang akan diterima oleh perusahaan. Untuk dapat mengukur keberhasilan dari suatu perusahaan. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh manajemen perusahaan yaitu dengan menetapkan harga pokok penjualan dan harga jual suatu barang agar dapat mencapai laba yang di harapkan oleh perusahaan. Pengambilan keputusan manajemen perusahaan dalam menetapkan harga pokok penjualan dan harga jual suatu produk sangat penting untuk dilakukan agar mencapai tujuannya.

Beberapa perusahaan mengalami kesulitan dalam menetapkan harga jual suatu produk. Karena akan timbul masalah lainnya yaitu jika perusahaan menetapkan harga yang terlalu tinggi maka konsumen akan menghindari pembelian produk tersebut. Namun jika perusahaan memberikan harga yang terlalu rendah ditakutkan perusahaan tidak akan mendapatkan untung dan biaya yang telah dikeluarkan tidak dapat ditutupi jika itu terus terjadi yang ada perusahaan akan mengalami kebangkrutan.

Penetapan harga jual suatu produk tidak dapat didasarkan pada perkiraan saja akan tetapi dengan menggunakan perhitungan yang akurat dan teliti. Harga jual tersebut harus dapat menutupi biaya-biaya yang telah dikeluarkan oleh perusahaan dan harus menghasilkan laba yang diinginkan

oleh perusahaan. Oleh sebab itu, biaya sangat erat hubungannya dengan menentukan harga jual.

Harga suatu produk merupakan ukuran terhadap besar kecilnya nilai keputusan seseorang terhadap produk yang ingin dibelinya. Seseorang akan berani membayar suatu produk dengan harga yang mahal apabila dia menilai kepuasan yang diharapkannya terhadap produk yang akan dibelinya itu tinggi. Sebaliknya apabila seseorang itu menilai keputusannya terhadap suatu produk itu dengan harga yang mahal. Nilai ekonomis diciptakan oleh kegiatan yang terjadi dalam mekanisme pasar antara pembeli dan penjual. Dalam transaksi pembelian, maka kedua belah pihak akan memperoleh suatu imbalan.

Harga itu sebenarnya suatu nilai, yang dinyatakan dalam satuan mata uang atau alat tukar, terhadap sesuatu produk tertentu. Dalam kenyataannya besar kecilnya nilai atau harga itu tidak hanya ditentukan oleh faktor fisik saja yang diperhitungkan, akan tetapi faktor-faktor psikologis dan faktor-faktor lain yang mempengaruhi harga.

Peranan harga pokok dalam menetapkan harga jual dari sebuah produk yang didapatkan oleh perusahaan akan mempengaruhi besarnya biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan sebuah produk penentuan harga jual menambah mark-up sebesar laba yang diinginkan.

Berkaitan dengan pentingnya masalah proses menetapkan harga pokok penjualan dan harga jual maka penulis menemukan objek penelitian pada PT Graha Widya Bhakti di Surabaya. PT Graha Widya Bhakti adalah salah satu unit usaha PERPENDIKNAS (Perkumpulan Penyelenggara Pendidikan Nasional). Graha Widya Bhakti merupakan unit usaha yang menyediakan layanan *Meetings, Incentives, Conference & Exhibition (MICE)*. Tidak hanya itu PT Graha Widya Bhakti juga menyediakan restoran untuk menambah pendapatan perusahaan. Apalagi di tahun 2020 situasi pandemic Covid – 19 yang cukup memukul perekonomian negara termasuk industri pariwisata. PT Graha Widya Bhakti berkomitmen memberikan pelayanan terbaik dengan

sebaik mungkin. Dengan cara menentukan harga pokok penjualan dan harga jual makanan dan minuman pada Graha Resto menggunakan metode mark up. Metode mark up adalah metode penetapan harga yang berpedoman pada harga awal produk atau harga beli yang dijumlahkan dengan keuntungan. Dengan metode ini, perusahaan biasanya menaikkan sekian persen dari harga beli produk berdasarkan penambahan biaya lain, sehingga keadaan harga masih tetap bisa bersaing.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk mengetahui bagaimana strategi manajemen untuk menetapkan harga jual suatu produk. Oleh karena itu, penulis melakukan studi lapang di PT Graha Widya Bhakti dengan usulan Tugas Akhir yang berjudul “ **ANALISIS HARGA POKOK PENJUALAN UNTUK MENETAPKAN HARGA JUAL MAKANAN DAN MINUMAN PADA D’GRAHA RESTO (UNIT USAHA PADA PT GRAHA WIDYA BHAKTI)**”

1.2 Tujuan Studi Lapang

Tujuan diadakannya studi lapang dalam tugas akhir adalah untuk mengetahui bagaimana cara menentukan harga pokok penjualan untuk menetapkan harga jual makanan dan minuman pada D’Graha Resto (Unit Usaha pada PT Graha Widya Bhakti).

1.3 Manfaat Studi Lapang

Selain terdapat tujuan studi lapang penulisan tugas akhir ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak :

1. Manfaat bagi Perusahaan
 - a. Dapat dijadikan sebagai bahan masukan perusahaan tentang pentingnya menambahkan laporan harga pokok penjualan dalam penentuan harga pada D’Graha Resto
 - b. Sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk meningkatkan pendapatan D’Graha Resto
2. Manfaat bagi Mahasiswa

- a. Memberikan tambahan pengetahuan bagi penulis terkait analisis harga pokok penjualan untuk menetapkan harga jual makanan dan minuman pada D'Graha Resto
 - b. Dapat mengembangkan atau menerapkan materi yang telah diterima selama proses perkuliahan.
3. Manfaat bagi Pembaca
- a. Menambah wawasan, pengetahuan, dan sebagai referensi bagi pihak lain yang ingin belajar atau bagi mereka yang berminat menelaah lebih lanjut tentang analisis harga pokok penjualan untuk menetapkan harga jual pada suatu produk.
 - b. Untuk memperluas wawasan pembaca tentang instansi perusahaan

1.4 Ruang Lingkup Studi Lapang

Penulis melakukan pembahasan mengenai permasalahan masalah ini, hal ini bertujuan agar arah pembahasan studi lapang tidak terlalu luas, maka penulis hanya membahas tentang analisis harga pokok penjualan untuk menetapkan harga jual makanan dan minuman pada D'Graha Resto.

1.5 Metode Pengumpulan Data

Dalam penulisan laporan studi lapang, Teknik pengumpulan data merupakan faktor penting dalam keberhasilan studi lapang ini. Pelaksanaan kegiatan studi lapang memungkinkan mahasiswa memperoleh data yang akurat dan dapat dipertanggungjawabkan dengan pengambilan data secara langsung, memerlukan objek yang diteliti untuk mendapatkan informasi menggunakan metode sebagai berikut :

1. Metode Observasi

Metode observasi merupakan metode pengumpulan data dengan cara mengamati atau meninjau secara cermat dan langsung di lokasi penelitian. Dalam metode ini, penulis melakukan pengamatan secara

langsung serta mengumpulkan data-data yang berhubungan dengan data perusahaan.

2. Metode Wawancara

Pengumpulan data dilakukan dengan cara melakukan tanya jawab tentang objek penelitian yang diteliti selama proses studi lapang secara terbuka, khususnya dengan pihak-pihak yang ada di bidang penjualan produk.

1.6 Jadwal Studi Lapang

1. Lokasi Praktik Kerja Lapang

Lokasi praktik kerja lapang yang dilakukan oleh penulis bertempat di D'Graha Resto (Unit Usaha pada PT Graha Widya Bhakti) berlokasi di Jalan Menur Pumpungan No. 30 Surabaya.

2. Waktu Praktik Kerja Lapang

Adapun waktu praktik kerja lapang yang telah dilaksanakan di D'Graha Resto (Unit Usaha pada PT Graha Widya Bhakti Surabaya) Ketika melaksanakan kegiatan praktik kerja lapang selama 3 bulan mulai tanggal 30 maret 2021 sampai tanggal 30 juni 2021.

3. Peserta Praktik Kerja Lapang

Nama : Dwi Arum Yuniarti

NPM : 1810301975

Program Studi : Diploma Tiga Akuntansi

Jurusan : Akuntansi

Alamat : Jl. Jojoran 3D no. 11

Email : dwiarumyuniarti11@gmail.com

No. Hp : 083857618137