

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kondisi persaingan dalam usaha bisnis yang semakin ketat di zaman ini mengharuskan setiap usaha bisnis untuk meningkatkan kegiatan usahanya dalam segala bidang. Hal ini dimaksudkan agar tujuan utama dari usaha bisnis tersebut dapat tercapai. Dimana hampir setiap usaha bisnis yang ada, baik dalam skala kecil maupun dalam skala besar memiliki tujuan yang sama, yaitu meningkatkan laba sebaik mungkin yang diupayakan untuk perluasan dari usaha tersebut. Secara sederhana laba dapat dihitung dengan mengurangi pendapatan yang diterima selama periode tertentu dengan biaya yang dikeluarkan dalam membentuk pendapatan tersebut dalam periode yang sama. Laba terutama dipengaruhi oleh tiga faktor, yaitu volume penjualan, harga jual produk dan biaya. Biaya menentukan harga jual, harga jual mempengaruhi volume penjualan, sedangkan volume penjualan langsung mempengaruhi volume produksi dan volume produksi mempengaruhi biaya. Dengan demikian penentuan harga jual memegang peranan penting bagi manajemen karena adanya hubungan yang erat dengan tingkat laba yang dikehendaki.

Sejalan dengan perkembangan perusahaan, manajemen sering kali dihadapkan pada berbagai masalah pengambilan keputusan yang menyangkut pemilihan alternatif tindakan. Pengambilan keputusan untuk memilih alternatif tindakan dan perumusan kebijakan untuk masa yang akan datang berhadapan

dengan masalah ketidakpastian. Oleh karena itu, manajemen diharapkan mampu memanfaatkan data-data yang relevan dalam pengambilan keputusan.

Penetapan harga untuk perusahaan yang menghasilkan jasa lebih sulit, karena berhubungan dengan ketidakpastian, harus mempertimbangkan waktu-waktu tertentu, peramalan biaya dan strateginya. Penentuan harga jual memang tidak dilihat dari biayanya saja, tetapi dalam hal ini biaya yang dipakai sebagai dasar dalam penentuan harga jual, sehingga perlu pengelolaan yang tepat dan memadai. Pengelolaan yang tepat dan memadai dapat dilakukan asal manajemen dapat memanfaatkan data-data yang relevan dalam pengambilan keputusan. Dalam hal ini akuntansi biaya menyediakan data guna memenuhi keperluan tersebut yaitu penentuan harga produk, pengendalian biaya, perencanaan dan pengambilan keputusan.

Pengertian biaya telah berkembang, yaitu sekarang biaya ditentukan oleh nilai yang dikorbankan untuk mencapai sasaran, sebelumnya biaya diartikan sebagai seluruh pengeluaran yang akan dikeluarkan oleh banyak perusahaan, banyak yang mengatakan bahwa biaya (*cost*) adalah sama dengan beban, tapi sebenarnya biaya tidaklah sama dengan beban.

Surat kabar adalah salah satu perusahaan jasa yang bergerak dalam bidang informasi. Pada dasarnya surat kabar menjual jasanya kepada produsen atau pihak yang berkepentingan sebagai mediator untuk menyampaikan iklan kepada masyarakat luas atau menyampaikan pengumuman atau pemberitahuan atas suatu hal dari satu pihak pada pihak yang lain. Untuk menarik minat konsumen agar tetap

memasang iklan di surat kabar tersebut maka perusahaan yang bersangkutan harus bisa memberi fasilitas-fasilitas yang menarik dengan harga yang cukup bersaing.

PT.Batam Intermedia Pers atau Tanjungpinang Pos merupakan media cetak yang utama dan terbesar di Ibukota Povinsi Kepulauan Riau (Tanjungpinang). PT Batam Intermedia Pers terletak di Komplek Pinang Mas No.15 Lt.2-3 Jl.DI Panjaitan KM IX Tanjungpinang. Di PT Batam Intermedia Pers atau Tanjungpinang Pos, kualitas bukanlah kata tanpa makna, melainkan harmonisasi dari kreativitas, idealisme, kesungguhan, kerja keras, kebersamaan, dan do'a. aspek tersebut tercermin dan mewarnai rubrik dan berita Tanjungpinang Pos yang mengusung *tagline*“Jujur, Jernih, & Akurat”yang kini berganti menjadi “Koran Nasional Dari Kepri” dan tampil dalam kemasan yang “oke”. Kualitas pemberitaan inilah yang pada akhirnya mengantarkan Tanjungpinang Pos untuk selalu menjadi yang terdepan dalam industri media cetak di Kepri.

Umumnya harga jual produk atau jasa ditentukan oleh pertimbangan antara penawaran dan permintaan, sehingga biaya bukan satu-satunya penentu harga. Oleh karena itu permintaan konsumen atas produk atau jasa tidak mudah ditentukan, maka manajemen menghadapi ketidakpastian. Selera konsumen, jumlah pesaing yang masuk pasar, harga jual pesaing, produk substitusi, merupakan faktor-faktor yang tidak mudah diprediksi yang akan memengaruhi pembentukan harga dipasar. Satu - satunya faktor yang memiliki kepastian yang tinggi dalam penentuan harga adalah biaya. Biaya akan memberikan batas bawah suatu harga jual ditentukan.Tarif atau harga jual menjadi penting bagi suatu perusahaan dikarenakan harga merupakan salah satu keputusan manajemen yang krusial,

karena berhubungan dengan seluruh tujuan jangka pendek dan jangka panjang perusahaan. Harga juga harus memperhitungkan faktor eksternal dan internal perusahaan. Faktor eksternal adalah konsumen dan pesaing. Harga dibawah biaya penuh produk (yakni biaya produksi variabel dan tetap ditambah biaya non produksi variabel dan tetap), perusahaan akan mengalami kerugian, yang mana dalam jangka waktu tertentu akan mengancam *going concern* dan pertumbuhan perusahaan. Dengan demikian manajemen senantiasa memerlukan informasi biaya penuh dalam penentuan harga jual. Sebagai salah satu perusahaan jasa yang bergerak di bidang media cetak atau tepatnya surat kabar, PT Batam Intermedia Pers (Tanjungpinang Pos) harus memiliki daya tarik agar konsumen berminat memasang iklan di surat kabarnya. Salah satu faktor terpenting yaitu penetapan tarif pemasangan iklan.

Keputusan penentuan tarif pemasangan iklan dan besarnya tarif pemasangan iklan pada PT Batam Intermedia Pers (Tanjungpinang Pos) menjadi hal yang cukup unik bagi perusahaan karena permasalahan yang terjadi saat ini disebabkan oleh persaingan tarif pemasangan iklan antara media *online* dan media cetak serta ekonomi menurun mengakibatkan konsumen bernegosiasi terhadap tarif pemasangan iklan. Manajemen PT Batam Intermedia Pers (Tanjungpinang Pos) sering kali dihadapkan pada permasalahan pengambilan keputusan yang menyangkut pemilihan alternatif tindakan, karena penetapan harga untuk perusahaan yang menghasilkan jasa lebih sulit, disebabkan berhubungan dengan ketidakpastian dan strateginya. Disamping itu, banyaknya faktor yang mempengaruhi penentuan harga jual seperti kondisi perekonomian, permintaan, persaingan, pemerintah atau politik serta biaya dan tujuan perusahaan. Oleh karena

itu, manajer selaku penentu harga jual benar-benar harus dapat dan mampu menentukan harga jual yang tepat dalam arti dapat menutup biaya yang dikeluarkan dan menghasilkan laba yang diinginkan serta dapat memuaskan konsumen. Berdasarkan hal tersebut penulis tertarik untuk mengadakan penelitian yang berjudul **“Analisis Penentuan Tarif Pemasangan Iklan dengan Metode *Cost Plus Pricing* Studi Kasus pada PT Batam Intermedia Pers”**

1.2 Identifikasi Masalah

1. Baik buruknya laba penjualan diindikasikan karena adanya pengaruh harga didalam keputusan penetapan harga.
2. Ketidakpastian pengambilan keputusan untuk memilih alternatif tindakan dan perumusan kebijakan untuk masa yang akan datang.
3. Faktor kondisi perekonomian, permintaan, persaingan, pemerintahan atau politik serta biaya dan tujuan perusahaan yang mempengaruhi penentuan harga jual.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah yang diteliti adalah:

1. Bagaimana langkah penentuan tarif pemasangan iklan pada PT Batam Intermedia Pers (Tanjungpinang Pos)?
2. Bagaimana besarnya tarif pemasangan iklan pada PT Batam Intermedia Pers (Tanjungpinang Pos)?

3. Bagaimana langkah penentuan tarif pemasangan iklan dan besarnya tarif pemasangan iklan dengan metode *Cost Plus Pricing* pada PT Batam Intermedia Pers (Tanjungpinang Pos)?

1.4 Batasan Masalah

Agar penelitian lebih fokus dan tidak meluas dari pembahasan yang dimaksud, dalam penelitian ini penulis membatasinya hanya pada perhitungan harga jual iklan kolom yang dilakukan pada perusahaan yang akan diteliti adalah perusahaan yang mencari laba dan outputnya berbentuk jasa yaitu surat kabar dan tarif yang akan dianalisis dalam penelitian ini yaitu tarif umum yang besarnya Rp 7.500,00 per milimeter kolom. Pengertian-pengertian yang ada lebih ditekankan pada pengertian dalam ilmu akuntansi, sedangkan penentuan harga jual dihubungkan dengan kebijakan penentuan harga jual. Metode yang dipakai untuk menganalisis harga jual adalah penentuan harga normal (*Cost Plus Pricing*) dengan pendekatan *Full Costing*. Dan data yang diambil adalah laporan keuangan pada PT Batam Intermedia Pers (Tanjungpinang Pos).

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pemaparan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui penentuan tarif pemasangan iklan yang diterapkan pada PT Batam Intermedia Pers (Tanjungpinang Pos).
2. Untuk mengetahui besarnya tarif pemasangan iklan yang diterapkan pada PT Batam Intermedia Pers (Tanjungpinang Pos).

3. Untuk mengetahui penentuan tarif pemasangan iklan dan besarnya tarif pemasangan iklan dengan metode *Cost Plus Pricing* pada PT Batam Intermedia Pers (Tanjungpinang Pos).

1.6 Kegunaan Penelitian

1.6.1 Kegunaan Ilmiah

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan sumbangan pemikiran bagi masyarakat luas dan sebagai bahan referensi dan masukan pada pihak-pihak yang akan melakukan penelitian lebih lanjut mengenai penentuan tarif pemasangan iklan dengan menggunakan metode *Cost Plus Pricing* serta dapat menambah sumber pustaka yang telah ada.

1.6.2 Kegunaan Praktis

1. **Bagi Perusahaan**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dipergunakan sebagai bahan pertimbangan dan masukan kepada perusahaan dalam menentukan tarif pemasangan iklan
2. **Bagi Pihak Lain**

Sebagai bahan pertimbangan dan referensi bagi pihak lain, yang nantinya dapat memberikan perbandingan dalam mengadakan penelitian dimasa yang akan datang.
3. **Bagi Penulis**

Sebagai sarana berlatih dalam mengembangkan kemampuan pada bidang penelitian dan sarana evaluasi di bidang akademik untuk pengembangan dan peningkatan mutu pendidikan serta penerapan teori yang telah diperoleh

selama kuliah dan untuk menambah pengetahuan mengenai penentuan tarif pemasangan iklan dengan metode *cost plus pricing* serta untuk memenuhi persyaratan tugas akhir dalam rangka menyelesaikan studi untuk gelar serjana manajemen. Fakultas ekonomi, Universitas Maritim Raja Ali Haji.

1.7 Sistematika penulisan

Skripsi ini terbagi atas lima bab, dimana masing-masing bab terbagi atas sub-sub bab yang diharapkan dapat menjadi tinjauan dan memberikan gambaran yang sistematis untuk memudahkan pembaca dalam memahami penelitian ini. Adapun uraian-uraian sub bab adalah sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Menguraikan permasalahan maupun fenomena yang dimuat ke dalam latar belakang permasalahan, identifikasi masalah, rumusan permasalahan, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penelitian juga termasuk dalam bab ini.

BAB II Tinjauan Pustaka

Memuat teori-teori yang berkaitan dengan variabel yang diteliti atau yang dianalisis sebagai landasan serta kerangka berfikir dan juga memuat beberapa penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian ini.

BAB III Metodologi Penelitian

Menguraikan jenis penelitian, jenis data, sumber data metode pengumpulan data, populasi dan sampel, definisi operasional variabel dan teknik pengolahan data serta analisis data.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini merupakan inti dari penelitian, hasil pengolahan data, pengujian hipotesis dan pembahasan penelitian dalam rangka penyusunan kesimpulan penelitian.

BAB V Penutup

Bab ini merupakan bab terakhir yang berisikan kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang telah diadakan.

