

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.

Pada saat ini, perkembangan dunia usaha di Indonesia sangat cepat sehingga menciptakan suatu persaingan antara usaha satu dengan usaha lainnya, baik dari segi persaingan harga maupun kualitas produk di pasaran (Baharuddin, 2022). Masing-masing usaha akan selalu berusaha untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas usahanya. Dalam situasi ini, suatu usaha harus berusaha mengikuti perkembangan agar dapat mempertahankan kelangsungan hidup usahanya dengan memperoleh keuntungan yang maksimal (Hartatik, 2019).

Munculnya usaha-usaha mikro, kecil, menengah, maupun besar secara tidak langsung akan memberikan kontribusi dari segi pertumbuhan ekonomi maupun peningkatan sumber daya manusia. Berbagai usaha dilakukan dalam mengembangkan UMKM melalui keikutsertaan seminar, pelatihan kewirausahaan sehingga membuat bisnis ini meroket sukses (Amalina, Purbosanjoyo, & Makmur, 2022). Banyaknya UMKM dengan beragam produk yang dihasilkan, sehingga diperlukan berbagai cara agar bisnis tetap dapat berjalan dan tidak merugi (Amalina et al., 2022). Tentu dalam menjalani usahanya, mereka mempunyai cara tersendiri bagaimana menentukan strategi dan metode yang tepat agar menghasilkan keuntungan yang tinggi tapi produk yang dijual tetap dapat bersaing di pasaran.

Tiap usaha harus berhati-hati dalam menentukan strategi dan metode, khususnya dalam menentukan metode penentuan harga jual, karena harga jual

berdampak besar pada penjualan perusahaan karena dari penjualan akan memberikan keuntungan usahanya. Menentukan harga jual suatu produk perusahaan juga perlu memperhatikan pesaing sekitar karena jika harga jual yang diberikan lebih tinggi dibandingkan pesaing, perusahaan tidak bisa menemukan pelanggan karena produknya dianggap mahal dipasaran (Dariana, 2020). Penetapan harga jual produk merupakan bagian dari kegiatan pemasaran, dimana para konsumen atau pembeli merasa puas terhadap produk yang dijual sehingga suatu usaha dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Sebelum menetapkan harga jual, perusahaan harus memutuskan strategi produknya. Strategi produk merupakan rencana yang menjelaskan apa maksud dan tujuan suatu produk itu dibuat kemudian menjelaskan visi untuk mencapai tujuan tersebut (Dariana, 2020).

Jika perusahaan sudah memilih pasar sasaran dan merancang suatu produk, maka bauran pemasarannya seperti harga akan mudah ditentukan. Harga adalah satu-satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan penerimaan dengan sifatnya yang fleksibel karena harga bisa berubah-ubah dengan waktu yang relative cepat (Farhat & Marnas, 2020). Penetapan harga dan persaingan harga adalah salah satu masalah yang dihadapi oleh suatu usaha di bagian pemasaran. Di sisi lain, penetapan harga jual yang tepat dapat meningkatkan volume penjualan dari suatu usaha (Farhat & Marnas, 2020).

Secara umum, harga jual harus ditentukan dengan melihat jumlah permintaan dan penawaran. Selain itu, ada factor lainnya yang dapat menentukan harga jual produk atau jasa seperti selera konsumen, harga produk di pasaran, jumlah pesaing dan lain-lain (Baharuddin, 2022). Jadi strategi yang ditetapkan oleh

manajemen bahwa suatu usaha mempunyai tujuan untuk memperoleh laba yang memadai dari penjualan produknya. Dalam hal ini, pihak manajemen perusahaan bisa menghadapi masalah ketidakpastian dan satu-satunya yang relatif pasti menjadi faktor menentukan harga produk itu sendiri (Baharuddin, 2022). Masalah ketidakpastian merupakan faktor-faktor yang sulit ditentukan atau diramalkan yang dapat memengaruhi harga jual seperti selera konsumen, jumlah pesaing yang memasuki pasar, dan harga jual yang ditentukan oleh pesaing (Patrick & Muanas, 2015). Apabila harga jual didarkan atau ditetapkan dibawah biaya yang dikeluarkan, maka perusahaan akan mengalami kerugian yang dapat menghambat perkembangan usaha.

Metode penetapan harga secara garis besar dibagi menjadi empat jenis yaitu metode penetapan harga berbasis permintaan yang menekankan factor-faktor yang mempengaruhi selera dan preferensi konsumen; metode penetapan berbasis biaya dengan memperhitungkan semua biaya produksi, operasional, dan biaya pemasaran, serta tingkat laba; metode penetapan berbasis laba yang dilakukan atas dasar target volume laba spesifik; serta metode penetapan harga berbasis biaya yang merupakan metode penetapan harga berbasis persaingan menggunakan pendekatan subjektif dalam memperkirakan harga pesaing atau harga pasar (Musleh, 2019, hal 2).

Hasil penjualan akan bergantung pada volume penjualan dan harga jual. Timbulnya berbagai biaya produksi untuk menghasilkan suatu produk atau jasa yang membentuk harga pokok produksi yang sesungguhnya dan kemudian akan memengaruhi besar kecilnya harga jual. Suatu usaha sering mengalami kesulitan dalam melakukan pencatatan dan perhitungan biaya produksi sehingga berdampak

pada penentuan harga pokok produksi (Asoka, 2020). Perhitungan harga pokok produksi yang akurat akan berdampak pada saat menentukan harga jual yang kompetitif antar usaha. Selain digunakan sebagai penentu harga jual, harga pokok produksi juga digunakan untuk pemantauan realisasi biaya produksi, perhitungan laba rugi periodik, dan penentuan harga pokok persediaan produk jadi dan produk dalam proses yang disajikan dalam neraca (Hartatik, 2019).

Kesalahan dalam perhitungan harga pokok produksi dapat mengakibatkan harga jual menjadi terlalu tinggi ataupun terlalu rendah (Hartatik, 2019). Jika perhitungan biaya produksi yang tinggi, secara tidak langsung harga jual yang ditawarkan akan tinggi sehingga dapat mengakibatkan hasil penjualan produk tidak diminati dan akan sulit bersaing dengan produk sejenis yang ada dipasaran karena harga jual yang dianggap mahal. Begitu pula, apabila biaya yang dikeluarkan terlalu tinggi sedangkan pendapatan yang diterima tidak sesuai dengan biaya yang dikeluarkan, hal ini menyebabkan hasil penjualan tidak dapat menutup biaya produksi (Hartatik, 2019). Dengan demikian, dalam menentukan harga jual selalu memerlukan informasi biaya produk atau jasa dalam pengambilan keputusan penentu harga jual, meskipun biaya tidak menentukan harga jual dan bukan satu-satunya penentu dalam mempertimbangkan harga jual.

Penentuan harga pokok produksi yang akurat dilakukan dengan mengidentifikasi dengan tepat unsur-unsur biaya terlebih dahulu (Asoka, 2020). Dalam memperhitungkan unsur-unsur biaya kedalam harga pokok produksi, terdapat dua pendekatan yaitu *full costing* dan *variable costing* (Mulyadi, 2015). Tidak hanya perusahaan besar, para pelaku UMKM juga harus benar-benar dapat menghitung biaya produksi yang dikeluarkan untuk menentukan harga jual,

sehingga tidak terjadi kesalahan yang dapat berpengaruh terhadap harga jual produknya (Lestari, Rosita, & Marlina, 2019).

Bali memiliki jumlah UMKM yang begitu besar dan tumbuh pesat bersamaan dengan sejumlah industry lainnya. Hal itu dibuktikan berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan UMKM Bali per Mei 2022 mencapai 440.609 unit, jika dibandingkan dengan tahun 2021 jumlah UMKM Bali mencapai 412.265 unit. Jadi terdapat kenaikan sebanyak 6,4% dari tahun sebelumnya (Balipost.com, 2022). UMKM tersebut dapat meliputi usaha kuliner, tekstil, mebel, kerajinan gerabah, dan usaha kecil lainnya.

Dalam situs Limakilo.id (2022), Bali merupakan salah satu penghasil gerabah paling populer dan berkualitas. Benda yang terbuat dari gerabah ini identik dengan kebudayaan masyarakat hindu di Bali, karena gerabah sudah lama digunakan oleh masyarakat sebagai sarana-sarana untuk menunjang pelaksanaan upacara keagamaan hindu misalnya tempat tirta (*coblong*), tempat perapian (*pasepan*), tempayan (*paso,pane*), periuk ari-ari, tempat air (*caratan*), kekep, pedagingan, dan lain sebagainya (Mudra, 2019).

Upacara keagamaan hindu ini masih mempercayai hubungan antara manusia dengan alam sehingga penggunaan gerabah di Bali masih penting untuk mempertahankan nilai budaya bali berupa simbol yang terwujud pada ragam bentuk (Tamara, Simatupang, Gustami, & Senen, 2021). Gerabah diklasifikasikan ke dalam yantra yaitu alat atau simbol keagamaan yang diyakini mempunyai kekuatan spiritual untuk meningkatkan kesucian, meningkatkan dan memantapkan sraddha (keimanan atau keyakinan mendalam) umat dalam rangka menumbuhkan bhakti (katakwaan). Masyarakat Hindu Bali meyakini bahwa penggunaan gerabah

sebagai upakara dalam upacara akan menambah kekhusyukan ibadah, karena gerabah terbuat dari unsur-unsur alam yang selaras dengan manusia (Tamara et al., 2021). Bentuk gerabah untuk upacara merupakan suatu wujud simbol-simbol yang disepakati oleh manusia, yaitu unsur air, tanah dan api yang memang mutlak diperlukan dalam kehidupan sampai kematian.

Pembuatan gerabah di Bali dilakukan oleh kelompok-kelompok pengrajin yang tersebar di beberapa wilayah kabupaten/kota. Salah satunya yaitu di Kota Singaraja khususnya di Desa Banyuning. Dalam nusabali.com (2018), Desa Banyuning terkenal sebagai sentra pembuat gerabah namun terbatas dalam karya untuk sarana upacara keagamaan saja. Lokasi pembuatan gerabah ini dilakukan tepatnya di Gang Masula Masuli karena dahulu daerah ini merupakan daerah yang jarang penduduk, sehingga dapat mempertimbangkan polusi yang dihasilkan dari proses pembakaran gerabah, limbah yang ditimbulkan dan lokasi industri yang dekat dengan pasar (Bumi Sumber Informasi_ Industri Gerabah Banyuning, 2014). Awal mula kerajinan gerabah ini dikerjakan oleh satu keluarga yang merupakan pekerjaan yang diwarisi secara turun menurun (Mudra, 2019). Kemudian berkembang dan dikerjakan oleh beberapa keluarga sebagai mata pencaharian hidup (Mudra, 2019).

Dari banyaknya usaha gerabah yang ada di Desa Banyuning, sampai saat ini yang masih bertahan dan aktif dalam kegiatan pembuatan gerabah yaitu hanya lima usaha pembuat gerabah. Salah satunya yaitu Usaha Gerabah Payuk Kedas. Peneliti memilih Usaha Gerabah Payuk Kedas sebagai tempat penelitian karena peneliti mendapati jika penjualan produk gerabah ini sudah sampai keluar kota Singaraja seperti Karangasem, Badung, Seririt. Selain itu, usaha ini mempunyai

keunggulan diantara usaha gerabah lainnya yaitu usaha ini merupakan satu-satunya usaha pembuat gerabah yang menggunakan mesin dalam menggiling tanah, usaha ini sudah melakukan pelatihan-pelatihan pembuatan gerabah jenis lainnya seperti gantungan kunci, tempat lilin, dan lainnya. Selain memproduksi dan menjual gerabah, usaha ini juga terkadang menjadi pengepul yang mengambil produk gerabah ke pengrajin gerabah lainnya untuk memenuhi target penjualannya.

Usaha Gerabah Payuk Kedas merupakan usaha perorangan yang memproduksi dan menjual sendiri hasil kerajinan gerabahnya. Padahal biaya produksi memegang peranan penting dalam menentukan harga jual. Akibatnya penentuan harga pokok produksi bergantung pada perhitungan biaya produksi. Pengrajin gerabah ini tentunya membutuhkan faktor produksi untuk menghasilkan gerabah. Faktor produksi yang dibutuhkan berupa bahan baku, tenaga kerja, dan overhead pabrik. Untuk memperoleh hal-hal yang dibutuhkan, maka diperlukan pengeluaran yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik.

Dalam menetapkan harga pokok produksi Usaha Gerabah Payuk Kedas masih dengan metode yang sederhana atau tradisional yaitu hanya membebaskan biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung, tanpa mempertimbangkan biaya *overhead* pabrik secara terperinci seperti biaya listrik, air, bahan bakar, penyusutan asset, dan hal lain, serta belum sepenuhnya memperhatikan perhitungan biaya overhead pabrik. Untuk itu, Usaha Gerabah Payuk Kedas ini belum sepenuhnya menerapkan perhitungan harga pokok produksi yang sesuai dengan pedoman dalam akuntansi biaya. Sehingga perlunya menghasilkan biaya yang efisien untuk

menghindari kesalahan dalam perhitungan harga pokok produksi yang nantinya akan berpengaruh pada penentuan harga jual.

Untuk menghindari terjadinya kesalahan dalam perhitungan harga pokok produksi dan agar menghasilkan biaya yang efisien yang nantinya digunakan dalam menentukan harga jual, maka diperlukan metode yang baik. Terdapat dua metode pendekatan biaya produksi yang dapat menyempurnakan kekurangan dalam metode sederhana yang digunakan yaitu pendekatan *full costing* dan *variable costing* yang dapat memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam kos produk (Mulyadi, 2015;17). Perbedaan yang paling utama dalam perhitungan harga pokok produksi pada metode tradisional dengan metode *full costing* dan *variable costing* yaitu terletak pada biaya *overhead* pabrik. Pada metode tradisional oleh Usaha Gerabah Payuk Kedas belum membebankan biaya *overhead* pabrik. Sedangkan pada *full costing* digunakan biaya *overhead* pabrik tetap dan variabel, serta *variable costing* hanya digunakan biaya *overhead* pabrik variabel. Namun, penelitian ini hanya menggunakan pendekatan *full costing* dalam menentukan harga pokok produksi karena biaya produksi yang dihasilkan lebih akurat yang membebankan seluruh biaya secara tetap dan variabel sehingga informasi yang dihasilkan lebih tepat dalam menentukan harga jualnya. Gersil dan Cevde (2016) dalam (Noviasari & Alamsyah, 2020) menyatakan bahwa “produksi tidak akan terjadi tanpa timbulnya biaya *overhead* pabrik tetap, maka *full costing* menganggap biaya *overhead* pabrik tetap sebagai biaya perolehan persediaan”. Selanjutnya, Gersil dan Cevde (2016) mengatakan jika “*full costing* lebih banyak digunakan oleh perusahaan dalam membuat keputusan jangka panjang, dan

memungkinkan manajer perusahaan untuk meningkatkan pendapatan operasional dengan meningkatkan produksi bahkan ketika permintaan sedang turun”.

Harga pokok produksi yang tepat akan menghasilkan harga jual yang tepat pula. Dari beberapa metode harga jual yang telah dijelaskan sebelumnya, peneliti menggunakan metode penetapan harga jual berbasis biaya karena metode ini terkesan sederhana dan jujur terhadap saingan dan konsumen. Metode penetapan harga berbasis biaya terbagi menjadi dua yaitu *cost plus pricing* dan *mark-up pricing*. Dimana, metode *cost plus pricing* merupakan penjumlahan dari total biaya dan persentase margin yang diharapkan. Sedangkan *mark-up pricing* merupakan harga jual berdasarkan harga beli yang ditambah *mark-up*. Jadi, metode penentuan harga jual yang paling efisien merumuskan laba dalam Usaha Gerabah Payuk Kedas yaitu metode *cost plus pricing*. Dalam penelitian (Harjanti, Hetika, & Murwanti, 2021) yang mengangkat topic mengenai harga jual dengan metode *cost plus pricing* mengatakan bahwa *cost plus pricing* merupakan “cara menentukan harga jual dengan menghitung biaya produksi per unit dan menentukan laba yang diinginkan perusahaan kemudian perusahaan bisa menentukan harga jual produknya”.

Keuntungan dari penggunaan metode *cost plus pricing* yaitu lebih mudah dalam menghitung harga jual karena komponen yang terlibat meliputi biaya tetap dan biaya variabel, dan biaya non produksi. Dimana jika pelanggan menanyakan suatu kenaikan harga, pemasok dapat menghubungkannya pada kenaikan dalam biaya tetap atau variabel. Selain itu, metode ini membantu suatu usaha jika memiliki informasi terbatas mengenai harapan pelanggan, penetapan harga

pesaing atau permintaan pasar karena data yang diperlukan hanya total biaya produksi usaha itu sendiri dan margin keuntungan yang diinginkan.

Berdasarkan latar belakang masalah dalam penelitian ini, peneliti bertujuan untuk membantu dalam menetapkan harga pokok produksi dengan menggunakan metode *full costing* sebagai dasar penentuan harga jual gerabah pada Usaha Gerabah Payuk Kedas dengan metode *cost plus pricing*. Dalam hal ini, maka peneliti tertarik untuk mengangkat judul penelitian **“Penentuan Harga Jual Gerabah pada Usaha Gerabah Payuk Kedas di Desa Banyuning”**.

1.2 Identifikasi Masalah.

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, maka dapat diidentifikasi masalah yaitu penetapan harga pokok produksi yang digunakan dalam menentukan harga jual pada Usaha Gerabah Payuk Kedas masih dengan metode tradisional yaitu hanya membebankan biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung, tanpa mempertimbangkan biaya *overhead* pabrik seperti biaya listrik, air, bahan bakar, penyusutan asset, dan hal lain. Dimana diketahui dalam menghitung harga pokok produksi diperlukan komponen biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik. Hal tersebut tentunya akan berpengaruh pada untung atau rugi yang diperoleh oleh Usaha Gerabah Payuk Kedas.

1.3 Pembatasan Masalah.

Pada penelitian ini, penulis hanya meneliti jenis gerabah yang digunakan untuk upacara keagamaan pada Usaha Gerabah Payuk Kedas yang didasari perhitungan harga pokok produksi dengan metode *full costing*, serta penentuan harga jual dengan metode *cost-plus pricing*.

1.4 Rumusan Masalah.

Berikut permasalahan yang dapat diangkat dalam penelitian ini berdasarkan penjelasan dari latar belakang masalah :

1. Bagaimana penetapan harga pokok produksi terhadap Usaha Gerabah Payuk Kedas?
2. Bagaimana penetapan harga jual yang seharusnya dapat ditawarkan kepada Usaha Gerabah Payuk Kedas?

1.5 Tujuan Penelitian.

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini, yaitu :

1. Untuk mengetahui penetapan harga pokok produksi terhadap Usaha Gerabah Payuk Kedas.
2. Untuk mengetahui penetapan harga jual yang seharusnya dapat ditawarkan kepada Usaha Gerabah Payuk Kedas.

1.6 Manfaat Penelitian.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak. Manfaat dari penelitian ini, yaitu :

1. Manfaat Teoritis.

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan terkait penetapan harga pokok produksi dan penetapan harga jual, serta dapat dijadikan sumber referensi dan tambahan literasi bagi peneliti selanjutnya serta mahasiswa lainnya yang tertarik dengan penetapan harga jual.

2. Manfaat Praktis.

Bagi Usaha Gerabah Payuk Kedas, peneliti berharap jika hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan dalam penentuan harga pokok produksi

dan penetapan harga jual gerabah secara akurat sehingga dapat memperoleh laba yang sesuai dengan penjualan.

