

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pada decade ini, seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, setiap UMKM harus mampu berkembang dengan cepat dan berhasil, guna mengejar kelangsungan hidup UMKM. UMKM sangat membutuhkan perencanaan yang matang untuk menentukan strategi yang tepat dalam menghadapi persaingan yang ketat di pasar bisnis.

Secara keseluruhan, keuntungan merupakan salah satu tujuan UMKM. UMKM berusaha untuk memaksimalkan keuntungan mereka dengan mencapai hasil penjualan yang tinggi dan biaya yang rendah. Hasil penjualan yang sangat baik dapat dicapai dengan volume penjualan yang tinggi baik atau dengan harga yang tinggi. Sebenarnya, banyak factor yang mempengaruhi baik volume penjualan maupun harga (Syamryn, 2012)

Untuk mengantisipasi hal tersebut maka prioritas utama yang dilakukan UMKM adalah membuat strategi pemasaran yang tepat yaitu kepuasan konsumen (Swastha,2014). Dalam era persaingan yang semakin tajam, konsumen mulai memainkan peranannya dalam dunia bisnis. Konsumen mulai menuntut kepada produsen untuk menghasilkan produk yang berkualitas, layanan yang cepat, harga yang murah, layanan yang memuaskan dan fleksibel (Henry.1995). Dalam hal ini UMKM tidak lagi memusatkan perhatian pada kebutuhan UMKM itu sendiri, akan tetapi UMKM harus mulai dengan konsumen yang ada, kemudian berusaha mengetahui kebutuhan mereka dan mencoba menghasilkan untuk memenuhi tuntutan konsumen tersebut.

Penentuan harga jual merupakan salah satu unsur pemasaran. Harga dapat mencerminkan strategi produk, yaitu untuk siapa produk ditujukan. Harga jual mencerminkan saluran distribusi yang digunakan, semakin panjang produk didistribusikan, harga akan semakin tinggi, demikian pula sebaliknya. Harga bergantung pula pada jenis promosi yang digunakan, karena biaya promosi akan dimasukkan dalam harga (Krismiaji, 2011). Apabila harga sebuah barang yang dibeli konsumen dapat memberikan hasil yang memuaskan, maka dapat dikatakan

bahwa penjualan total perusahaan akan berada pada tingkat yang memuaskan, yang diukur dalam nilai rupiah sehingga dapat menciptakan langganan.

Keputusan untuk menentukan harga jual merupakan masalah yang perlu dipecahkan. Kesalahan dalam menentukan harga jual dapat menimbulkan kesulitan bagi UMKM. Jika harga jual UMKM terlalu tinggi maka akan sulit untuk menjual, sebaliknya jika harga terlalu rendah dapat mengakibatkan kerugian bagi UMKM. Oleh karena itu, UMKM harus bisa menentukan harga jual yang paling efisien. UMKM harus mampu menarik dan menyenangkan konsumen sekaligus menguntungkan UMKM dalam jangka pendek dan jangka panjang.

Keputusan penetapan harga jual tidak lepas dari pengaruh internal dan eksternal UMKM. Bagi pengelola, penentuan harga jual produk merupakan masalah yang sulit, walaupun pada umumnya harga jual produk ditentukan oleh keseimbangan antara penawaran dan permintaan di pasar. Namun, kuantitas yang diminta untuk suatu produk sulit ditentukan. Banyak ketidakpastian lain yang dihadapi manajer dalam membentuk harga produk di pasar, seperti selera konsumen dan jumlah pesaing. Penentuan harga jual berhubungan dengan kebijakan penentuan harga jual (*pricing policies*), dan keputusan penentuan harga jual (*pricing decision*). Kebijakan penentuan harga jual adalah pernyataan sikap manajemen atau pengelola terhadap penentuan harga jual produk atau jasa. Sedangkan keputusan penentuan harga jual adalah penentuan harga jual produk atau jasa suatu organisasi yang umumnya dibuat untuk jangka pendek yang dipengaruhi oleh kebijakan penentuan harga jual, pemanfaatan kapasitas, dan tujuan organisasi.

Manajer pembuat keputusan harga jual senantiasa memerlukan informasi biaya dan kualitas produk atau jasa dalam pengambilan keputusan harga jual. Biaya merupakan salah satu faktor yang diketahui dengan pasti oleh manajer dan memberikan informasi batas bawah suatu harga jual. Namun, biaya bukan satu-satunya faktor yang menentukan harga jual, tetapi biaya dapat memberikan informasi tentang batas bawah harga jual suatu produk yang ditentukan (Darsono, 2009). Penentuan harga jual produk atau jasa selain mempengaruhi volume penjualan atau jumlah pembeli juga akan dapat berpengaruh pada pendapatan perusahaan. Harga jual yang sesuai adalah harga jual yang dapat mencakup semua

biaya langsung dan tidak langsung yang dikeluarkan oleh UMKM dan dapat menghasilkan keuntungan bagi UMKM untuk terus beroperasi.

UMKM Sulaman Indah Mayang merupakan salah satu UMKM yang ada di daerah Naras Kota Pariaman yang bergerak dibidang sulaman dengan hasil produksinya berupa sulaman kepala peniti pada jilbab, selendang dan baju kurung. Pada penelitian ini peneliti berfokus pada sulaman kepala peniti pada baju kurung. Saat ini UMKM Sulaman Indah Mayang mempunyai harga jual untuk produk baju kurung sebesar Rp. 500.000, dengan waktu pembuatan untuk satu buah baju kurung menghabiskan waktu selama 1 bulan. Produksi baju kurung ini dilakukan dengan metode *make to order*.

Dalam penentuan harga jual, para pelaku UMKM sulaman saat ini masih bervariasi. Dimana pada UMKM A menjual produk yang sama dengan harga sebesar Rp.450.000,dan UMKM B sebesar Rp.550.000 dengan menggunakan bahan dan benang yang sama. Perbedaan harga tersebut dapat disebabkan karena perbedaan besarnya biaya lain-lain selain biaya bahan baku seperti biaya pemasaran, biaya listrik, dan biaya lainnya yang dibebankan pada produk. Perbedaan besaran laba yang di inginkan juga menyebabkan perbedaan harga jual produk pada masing-masing UMKM. Hal ini memicu persaingan harga bagi UMKM Sulaman Indah Mayang.

Oleh sebab itu dari masalah di atas, apakah penentuan harga jual yang ditentukan oleh UMKM Sulaman Indah Mayang sudah tepat, sehingga dengan harga jual atas produk-produk yang dihasilkan tersebut UMKM sudah mendapat laba dan bisa menutup biaya-biaya yang ada didalamnya.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka penelitian yang dilakukan berjudul “**Evaluasi Penentuan Harga Jual Produk Berdasarkan Metode *Cost plus pricing* di UMKM Sulaman Indah Mayang**”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut diatas maka dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah prosedur penentuan harga pokok produk yang ditentukan oleh UMKM Sulaman Indah Mayang sudah tepat?

2. Apakah penetapan besarnya harga pokok produk pada UMKM Sulaman Indah Mayang sudah tepat?
3. Berapa sebaiknya besar harga jual produk oleh UMKM Sulaman Indah Mayang yang tepat.

### 1.3 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini hanya membatasi masalah pada aspek penentuan harga jual dalam metode *Cost plus pricing* dengan pendekatan *Full Costing*.

1. Produk yang diteliti hanya untuk baju kurung sulaman kepala peniti.
2. Data harga yang digunakan adalah data pada bulan Januari sampai Juni 2022

### 1.4 Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini, adapun tujuannya yang akan dicapai dari permasalahan diatas adalah:

1. Membuat prosedur penentuan harga pokok produksi pada UMKM saat ini.
2. Menentukan besarnya harga pokok produksi pada UMKM dengan harga pokok produksi berdasarkan kajian teori *cost plus pricing*.
3. Membandingkan harga jual produksi pada UMKM dengan harga jual produksi berdasarkan kajian teori *cost plus pricing* dengan menggunakan analisa *paired sample t-test*

### 1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan merupakan sistem penulisan laporan dari awal sampai akhir sehingga isinya menghasilkan tulisan dengan urutan yang teratur. Adapun sistematika penulisan laporan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini pembahasan difokuskan pada latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah dan sistematika penulisan.

#### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Berisi tentang landasan teori dan studi literatur yang berkaitan dengan pokok permasalahan.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini menjelaskan langkah-langkah dan metode dalam melakukan penelitian agar penyelesaian penelitian ini tersusun secara sistematis dan terarah.

### **BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

Pada bab ini berisikan tentang pengumpulan data yang diperlukan dalam melakukan penelitian, data ini didapatkan dari hasil survei langsung ke UMKM.

### **BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini berisi tentang analisis dan pembahasan dari pengolahan data yang telah dibuat pada bab sebelumnya.

### **BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian yang dilakukan serta saran yang direkomendasikan untuk perbaikan proses pengujian selanjutnya.

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**

