

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Secara umum akuntansi dianggap sebagai salah satu alat pengukuran sekaligus suatu disiplin komunikasi. Pengukuran memiliki arti ‘pemberian angka-angka kepada objek atau kejadian-kejadian menurut aturan-aturan tertentu’ (Belkaoui, 2006). Pernyataan ini menegaskan bahwa akuntansi adalah komponen penting dalam aktivitas usaha. Dalam ‘pengukuran’ yang diartikan sebagai suatu *measurement* atau nilai dari suatu objek. *Flashback* kembali mengenai sejarah akuntansi yang dibawa melalui orang-orang Mesir yang selama beberapa masa berjaya dalam dunia perdagangan. Tentunya, perdagangan dan akuntansi sangat berkaitan erat (Suwardjono, 2005). Dalam berdagang ‘pengukuran’ yang dijelaskan sebelumnya sangat diperlukan dalam menjalani aktivitas jual-beli. Pemberian angka pada objek inilah yang biasa kita ketahui dengan harga suatu barang.

Harga suatu barang atau produk merupakan ukuran terhadap besar kecilnya nilai keputusan seseorang terhadap produk yang akan dibelinya. Seseorang akan membayar suatu produk dengan harga yang mahal apabila barang yang dibelinya dapat memenuhi kepuasannya. Sebaliknya, apabila seseorang itu menilai kepuasan terhadap suatu produk itu rendah maka dia tidak akan bersedia untuk membayar atau membeli produk itu dengan harga yang mahal.

Selain itu, harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu usaha karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh dari penjualan produknya (Zamzam et al., 2017). Melalui penetapan harga, akan terlihat posisi layak tidaknya produk dari nilai ekonomisnya. Karena permasalahan ini, pelaku usaha biasanya mengadakan penetapan harga yang ditetapkan sebelum barang beredar di pasaran. Dalam menentukan penetapan harga, setiap pengusaha memiliki strategi yang berbeda-beda. Namun setiap strategi yang mereka jalankan masih memiliki tujuan yang sama.

Pada dasarnya tujuan penetapan harga menurut Zamzam et al., (2017) memiliki empat orientasi, yaitu: **Pertama**, berorientasi pada laba. Penetapan harga yang dilakukan pemilik usaha bertujuan menghasilkan laba yang besar. Namun, sebagai solusi dalam sulitnya memastikan harga yang paling banyak, pelaku usaha menggunakan pendekatan target laba, yaitu besar laba yang sesuai dengan sasaran laba. **Kedua**, berorientasi pada volume yang tujuannya menetapkan harga untuk mencapai target volume penjualan atau pangsa pasar tertentu. **Ketiga**, penetapan harga bertujuan untuk membentuk image atau citra produk dari suatu usaha. **Keempat**, untuk menjaga kestabilan harga antara harga produk suatu usaha dengan harga yang dimiliki para pesaingnya.

Keputusan penentuan harga jual dianggap sangat penting, karena selain mempengaruhi laba yang ingin dicapai perusahaan juga mempengaruhi kelangsungan hidup usaha. Oleh karena itu dalam menentukan harga jual produk, tidak dapat dilakukan sekali saja tetapi harus selalu dievaluasi dan disesuaikan dengan kondisi yang sedang dihadapi perusahaan. Penentuan harga jual yang

salah bisa berakibat fatal pada masalah keuangan perusahaan dan akan mempengaruhi kontinuitas usaha perusahaan tersebut seperti kerugian terus menerus.

Seiring berjalannya waktu dan persaingan bisnis yang semakin ketat, banyak pengusaha yang sepertinya tidak lagi meragukan kekuatan bisnis kuliner sebagai *start up* bisnis mengingat kuliner adalah peluang membuka usaha anti gagal atau menjadikan bisnis kuliner sebagai usaha tambahan pelaku bisnis. Selain itu, faktor yang mendasari bahwa usaha kuliner adalah sesuatu yang menjanjikan karena faktanya makan adalah kebutuhan primer manusia sebagai makhluk hidup untuk bertahan hidup.

Hal ini didukung dengan pola hidup masyarakat yang beraktivitas hingga malam hari, membuat konsumen lebih sering memutuskan untuk makan makanan diluar rumah ketimbang makan di rumah guna efisiensi waktu dan tenaga. Dari fenomena ini, usaha kuliner terus bermunculan dan semakin menjamur dengan bermacam inovasi. Jenis-jenis usaha kuliner yang beragam mulai dari restoran, warung kopi dan cafe.

Pertumbuhan usaha di Indonesia yang semakin berkembang kian pesat didukung oleh perkembangan zaman dan teknologi yang semakin modern. Hal tersebut didukung dengan pernyataan Deputy Akses Permodalan, Fadjar Hutomo Badan Ekonomi Kreatif Indonesia (Bekraf). dalam artikel CNN Indonesia (2017) menjelaskan dari 16 sektor, ada tiga sektor yang masing-masing menyumbang 30 persen untuk perekonomian kreatif. Tiga sektor itu yakni kuliner, mode, dan kerajinan. Kuliner memberi sumbangsih hingga 34 persen. Dengan demikian

dapat disimpulkan bahwa bisnis kuliner memberikan kontribusi cukup signifikan untuk sektor ekonomi kreatif.

Para pengusaha kuliner jeli melihat peluang dan berlomba untuk semakin kreatif dalam menawarkan produk andalannya. Hal ini membuat semakin hidup bisnis kuliner. ketika dikemas lewat kreativitas dan inovasi, pangsa pasarnya masih terbuka lebar. Salah satu inovasi unggul yang diterapkan rumah makan beberapa tahun terakhir yaitu menggunakan cara penyajian ‘melayani sendiri’ (*self serving*) atau biasa kita kenal dengan prasmanan. Prasmanan adalah cara penyajian makanan dalam pesta maupun restoran dengan meletakkan makanan pada meja panjang dan pengunjung mengambil sendiri menu yang diinginkan.

Rumah makan prasmanan semakin banyak digemari oleh para konsumen karena disamping dapat mengambil makanan sendiri sesuai dengan selera nya si pembeli juga dapat memastikan makanan yang diambil itu akan habis, jadi makanan yang telah diambil sebisa mungkin tidak mubazir atau berlebihan. Identik dengan citra pemikiran orang Gorontalo yang rata-rata *wawahe'a*, pertumbuhan usaha kuliner di Gorontalo semakin menjamur dilihat dengan maraknya usaha kedai kopi atau restoran yang berlomba-lomba dibuka dalam beberapa tahun terakhir.

Dalam hal ini di Gorontalo dapat ditemui beberapa restoran prasmanan yang cukup digemari konsumen tak kalah dengan restoran yang sistem pemesanannya masih secara manual *order by menu*, salah satunya RM Li Mami beralamat di Jl. Sultan Botutihe No. 98. Restoran ini digemari pengunjung mulai dari pekerja kantoran juga mahasiswa/i. Selain yang disajikan adalah berbagai

olahan jenis ikan lokal seperti *woku*, *bala rica*, *kua asam* dll. restoran ini menawarkan juga seperti nasi *binthe*. ini menjadikan restoran RM Li Mami sebagai daya tarik tersendiri bagi kerabat yang datang dari luar daerah untuk mencicipi makanan Gorontalo yang beragam dengan sensasi ‘makan puas, kantong aman, & pastinya Gorontalo banget!’

Melihat fenomena maraknya restoran yang berani mengambil konsep prasmanan ini tentunya nilai kejujuran berperan penting, berlaku pada sudut pandang penjual maupun sudut pandang pembeli. Meninjau dengan sistem *self serving* ini pembeli diberikan keleluasaan dalam mengambil menu sesuai dengan keinginan dan takaran yang diinginkan. Dan penjual diberikan wewenang untuk menetapkan harga yang dikonsumsi pembeli setelah pembeli menyelesaikan makanannya. Nilai kejujuran pembeli dalam melaporkan apa saja yang dimakannya dan kejujuran penjual memvonis harga jual makanan adalah pedoman terpenting dalam menjalankan sistem ini.

Rabu, 30 Oktober 2019 peneliti berkunjung ke RM. Li Mami yang beralamatkan Jl. Sultan Botutihe No. 98 Kota Gorontalo dan mencoba sendiri bagaimana sistem prasmanan yang diterapkan rumah makan tersebut. RM Li Mami sedikitnya menyediakan 2 jenis nasi, 3 jenis sambal, 7 olahan ikan, 3 olahan ayam dan gorengan serta 2 jenis sayur setiap harinya yang bersifat tidak tetap (menu dapat berubah, berkurang atau bertambah).

Penulis menyambangi rumah makan tersebut dengan salah seorang teman penulis (Zasqiyah) dengan tujuan untuk melihat perbedaan harga yang nantinya akan dikenakan pada menu makanan yang kami ambil nanti. Masing-masing dari

kami mengambil lauk yang berbeda tentunya dengan porsi yang juga berbeda. Menu lauk yang diambil pertama se-sendok *suntung*(cumi diolah dengan cara dipotong kecil dan dimasak dengan tinta hitam), 1 bakwan, dan juga 1 perkedel kentang. Sama halnya dengan menu yang diambil oleh teman penulis hanya berbeda pada *suntung* yang diganti dengan 1 ekor ikan mujair *bilenthango* (ikan dibelah dan goreng dengan aneka bumbu rempah).

“Napa li nou Rp.30.000 pas yaa... yang satu pake bilendango ini depe harga Rp. 33.000”

Terdapat perbedaan harga sebesar Rp.3.000 antara lauk *suntung* yang hanya se-sendok diambil penulis dibanding dengan 1 ekor utuh ikan mujair berukuran besar dan keduanya tidak menggunakan sayur.

“Mending itu suntung ngana ambe 3 sendok kalo tau bagitu..”

Dari pernyataan teman penulis diatas maka terbesit untuk menelisik lagi lebih dalam mengenai penerapan harga jual yang diterapkan oleh RM Li Mami. Harga sangat berperan penting karena merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan setelah produk itu terjual ke konsumen (Kurniawan, 2014). Dengan demikian bisa saja pelanggan secara sengaja untuk tidak jujur memberitahu kepada kasir mengenai apa saja menu yang mereka santap sebelumnya, ataupun sebagai manusia ada yang tidak sengaja lupa pada saat merinci makanan apa yang mereka makan.

Bagaimanakah penerapan sikap jujur kedua pelaku usaha (konsumen dan penjual) dalam aspek ini? Ketika penjual memberikan harga yang sebagaimana

mestinya dan pelanggan yang harus secara apa adanya pula merinci makanan yang dimakan. Seperti apa yang sudah menjadi keharusan dan kita ketahui bersama bahwa selama menjalankan usaha, kejujuran adalah komponen utama dan berpengaruh pada saat melakukan praktik akuntansi (Sasmita et al., 2019). Dan dalam meminimalisir kerugian usaha apakah penetapan harga yang ditetapkan disertai varian menu hanya didasari oleh *feeling* atau perkiraan yang bergantung pada pasar? Ataukah berdasarkan sesuai dengan penganggaran yang seharusnya? Dan dalam perspektif pemilik usaha apakah sikap ikhlas terhadap oknum yang sengaja tidak berlaku jujur itu perlu adanya?

Seperti halnya (Abadi, 2016) dalam penelitiannya terdahulu tentang Evaluasi Strategi Penetapan Harga Jual Dalam Bisnis *Gourmet Land Cafe*. Ia menerangkan bahwa dalam penetapan harga menu yang disajikan di *Gourmet Land Cafe* bahwa ada dua perspektif dalam penetapan harga produknya yaitu yang pertama dapat terungkap sisi *value based pricing*, telah memenuhi keinginan konsumen karena tidak ada menu melebihi Rp.100.000 dan sudah memberikan rasa, tempat dan fasilitas yang cukup untuk konsumen. dan sisi *competitive based pricing* yang terbagi menjadi 3 kategori yaitu membagi menjadi harga saat *bearish*, normal dan *bullish* yang bergantung pada *moment* dan kondisi pangsa pasar. Melihat persepsi dari pemilik *Gourmet land cafe* maka cara penetapan harganya dengan melihat nilai tambah dan membandingkan harga dengan kompetitor yang sudah ada.

Kemudian, penelitian serupa dilakukan oleh (Amaliah & Sugianto, 2018) berjudul Konsep Harga Jual Betawian Dalam Bingkai Si Pitung mengkaji tentang

bagaimanakah konsep harga jual yang diterapkan oleh masyarakat Betawi di Gorontalo mengungkap bahwa ada bauran nilai religi dan nilai sosial tercermin dalam penetapan harga jual yang diterapkan oleh informan penelitian, Demikian halnya pada nilai sosial yang merefleksikan profit *ubuddi- yah* dan profit materialis sebagai tujuan dari penetapan harga jual yang dilakukan sehingga laba yang dimaksud berbeda dengan konsep laba konvensional.

Berikut, Penentuan Harga Jual Dengan Metode *Entong* pada Penjual Jenang oleh (Wahyudi & Masrunik, 2019)mengemukakan bahwa penjual jenang dalam penetapan harga jualnya yaitu dengan menggunakan entong. Dimana dari semua alat takar yang dirasa penjual paling tepat dalam memenuhi semua biaya-biaya yang telah dikeluarkan selama proses produksi jenang adalah entong. Sikap *nrimo* (menerima saja) dan ikhlas tercermin dalam sikap penjual dan pembeli yang saling menerima pada perbedaan banyaknya jenang yang disajikan oleh penjual kepada tiap-tiap pembeli.

Berdasarkan tiga penelitian terdahulu yang dijabarkan penulis sebelumnya, terlihat bahwa penetapan harga jual dalam melangsungkan usaha bisa saja didasari oleh hal dan metode tertentu tergantung dari persepsi dan tujuan dari pemilik usaha. maka penulis ingin menelisik bagaimana penetapan harga jual yang ada pada rumah makan prasmanan Li Mami, apakah ada sisi istimewa dalam proses dan metode penetapan harga prasmanan yang diusung RM Li Mami? Dengan demikian judul dalam penelitian ini yaitu: ***“Mengungkap Konsep Penetapan Harga Jual di Rumah Makan Prasmanan Li Mami”***

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat dirumuskan permasalahan yaitu: bagaimana penetapan harga jual pada Rumah Makan Li Mami.

1.3 Tujuan Penelitian

Berangkat dari rumusan masalah maka yang menjadi tujuan penelitian ini yaitu untuk menemukan konsep penetapan harga jual menu Rumah Makan Li Mami.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat terutamasecara teoritis dan praktis :

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu akuntansi, khususnya akuntansi manajemen.

1.4.3 Manfaat Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi secara langsung maupun tidak langsung bagi manajemen rumah makan li mami, juga memberikan manfaat bagi pemilik usaha lainnya agar dapat memahami penetapan harga jual lebih luas lagi. Serta dapat digunakan sebagai bahan referensi atau pedoman bagi penelitian selanjutnya.