

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Bicara soal harga mungkin terdengar biasa ditelinga setiap orang, namun jika diperhatikan secara saksama harga ini merupakan suatu hal yang membuat beberapa pelaku ekonomi mengalami kesulitan di dalam menetapkan harga yang tepat untuk suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Harga berperan besar dalam menentukan keberhasilan bisnis, terutama bergerak di bidang penjualan barang atau jasa. Konsumen biasa menganggap harga sebagai indikator kualitas produk dan jasa yang bersangkutan. Sebagian konsumen berpendapat semakin mahal harga suatu produk maka semakin tinggi kualitas yang ditawarkan tersebut.

Berikut pengertian harga menurut beberapa ahli di bidang ekonomi. Menurut Tjiptono (2012:151) menyebutkan bahwa harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Menurut Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2014:67), harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya. Harga merupakan elemen termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan, fitur produk, saluran, dan bahkan komunikasi membutuhkan banyak waktu. Menurut Swastha (2010:147), “Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya“. Dari definisi di atas tersebut menjelaskan bahwa harga adalah unsur penting dalam sebuah perusahaan dimana dengan adanya harga maka perusahaan akan

mendapatkan income bagi keberlangsungan perusahaan. Selain itu, harga juga merupakan alat yang nantinya dijadikan proses pertukaran terhadap suatu barang atau jasa oleh konsumen.

Berdasarkan pengertian di atas maka dapat disimpulkan pengertian harga adalah sejumlah uang dibebankan pada suatu barang dan jasa yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya (Ni Made, Anjuman dan Luh 2014:4)

Harga jual merupakan salah satu faktor penting di samping faktor-faktor lain yang harus diperhatikan dalam bisnis perusahaan dagang maupun perusahaan jasa. Seorang pelanggan atau konsumen seringkali mempertimbangkan harga dalam membuat keputusan apakah akan membeli suatu produk atau tidak. Walaupun tidak jarang juga kualitas lebih diunggulkan dari pada harga, namun tidak dapat dipungkiri bahwa harga sangat berperan dalam proses pembuatan keputusan pembelian barang konsumen. Kotler dan Keller (2014:439) menyatakan bahwa harga jual adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat, karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Mulyadi (2012:78) menyatakan bahwa pada prinsipnya harga jual harus dapat menutupi biaya penuh ditambah dengan laba yang wajar. Harga jual sama dengan biaya produksi ditambah *mark-up*”

Untuk menentukan harga jual dengan tepat, terlebih dahulu harus diketahui harga pokok produksi, karena harga pokok produksi merupakan dasar bagi perusahaan untuk menentukan harga jual. Harga pokok produksi merupakan

komponen biaya yang langsung berhubungan dengan produksi. Penetapan harga pokok produksi memegang peranan yang sangat penting pada suatu perusahaan, sebab dari harga pokok dapat dibuat analisis rencana dan kekuatan pemasaran.

Pada umumnya, harga jual barang atau jasa tidak sepenuhnya ditentukan oleh biaya, melainkan juga dipengaruhi oleh adanya interaksi antara jumlah permintaan dan penawaran dipasar. Peranan harga jual sangat penting dalam dunia usaha, karena setiap penjual dan pembeli menjadikan harga jual sebagai dasar mengambil keputusan dalam membeli dan menjual. Perusahaan selalu menentukan harga produknya dengan harapan produk tersebut laku terjual dan memperoleh laba yang maksimal.

Harga jual merupakan nilai tukar suatu barang atau jasa, yaitu jumlah uang yang pembeli sanggup membayar kepada penjual untuk suatu barang tertentu (Sriyadi, 2015:178). Harga jual (selling price) ialah harga jual meliputi biaya yang dikeluarkan untuk produksi dan distribusi, ditambah dengan jumlah laba yang diinginkan (Aliminsyah dan Padji, 2010:301). Lebih lanjut menurut pendapat Supriyono (2011:332) harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan.

Umumnya pembeli atau pemesan mencari produk dengan harga jual yang seimbang dengan manfaat yang akan dinikmati oleh mereka, sementara pengorbanan yang dikeluarkan untuk membuat produk dan menghasilkan laba yang diharapkan perusahaan tetap memperhatikan keseimbangan pembeli atau pemesan. Harga jual ditetapkan oleh manajemen perusahaan akan dinyatakan

dalam bentuk sejumlah uang tertentu, yang akan diterima oleh perusahaan pengganti atas barang dan jasa yang mereka hasilkan atau yang akan dibayarkan oleh pembeli sebagai pertukaran atas manfaat yang telah diterima dari barang atau jasa yang dikonsumsi.

Harga jual dapat ditinjau dari dua sudut pembeli dan penjual. Dari sudut pembeli, harga jual adalah sejumlah uang yang diminta untuk memperoleh sesuatu, sedangkan dari sudut penjual, harga jual adalah total biaya yang dikeluarkan ditambah dengan sejumlah laba yang diinginkan dengan sejumlah nilai dari barang dan jasa yang diterima.

Adapun terdapat beberapa metode penetapan harga jual berbasis biaya yang dapat digunakan, menurut Swastha yang dirujuk oleh Jessica, David dan Treesje (2014), menyatakan bahwa metode penentuan harga jual yang berdasarkan biaya dalam bentuk yang paling sederhana yaitu, *Cost Plus Pricing Method*, *Mark Up Pricing Method* dan Penentuan Harga Oleh Produsen.

Penentuan harga jual *Cost Plus Pricing Method*, biaya yang digunakan sebagai dasar penentuan, dapat didefinisikan sesuai dengan metode penentuan harga pokok produk yang digunakan. Dalam menghitung *cost plus pricing*, digunakan rumus :  $\text{Harga jual} = \text{Biaya total} + \text{Margin}$ .

Selanjutnya *Mark Up Pricing* banyak digunakan oleh para pedagang. Para pedagang akan menentukan harga jualnya dengan cara menambahkan *mark up* yang diinginkan pada harga beli per satuan. Persentase yang ditetapkan berbeda untuk setiap jenis barang. Dalam menghitung harga jual, menggunakan rumus :  $\text{Harga jual} = \text{Harga beli} + \text{Mark up}$ . Dan untuk penentuan harga oleh produsen,

harga yang ditetapkan oleh perusahaan adalah awal dari rangkaian harga yang ditetapkan oleh perusahaan-perusahaan lain dalam saluran distribusi. Karena itu, penetapan harga oleh produsen memegang peranan penting dalam menentukan harga akhir barang. Dalam menetapkan harga jualnya, produsen dapat berorientasi pada biaya. Proses penetapan harga dimulai dengan menghitung biaya per unit barang yang dihasilkan, kemudian menambahkan sejumlah *mark up* tertentu. Produsen menggunakan rumus yang mereka anggap cocok bagi mereka, tentunya berdasarkan pengamatan atas produk yang dihasilkannya. Setiap produk mempunyai pola biaya yang berbeda satu sama lainnya.

Harga jual terbaik adalah harga jual yang dapat memaksimalkan laba. Maksimisasi laba akan terjadi jika pada saat adanya perbedaan antara pendapatan total dengan biaya total dengan jumlah yang paling besar (Abdul, Supomo, Kusufi, 2014:133). Hal tersebut juga dipertegas oleh (Daljono 2011:33) yang menyebutkan bahwa sesuai dengan konsep biaya, biaya yang diproduksi merupakan biaya yang diperlukan untuk memproses produk. Dengan demikian dalam menentukan harga pokok produk, sama halnya dengan menentukan berapa biaya yang diserap untuk produk tersebut. Harga pokok produk itu sendiri masih dibedakan menjadi harga pokok proses dan harga pokok pesanan (Mulyadi, 2012:24)

Beralih dari teori-teori tersebut, maka banyak penelitian yang meneliti tentang penentuan harga jual. Penelitian tersebut pernah dilakukan oleh (Jessica, David dan Treesje 2014) dimana dalam penelitian tersebut diungkapkan bahwa harga jual menggunakan *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing* adalah

cara yang dapat digunakan oleh UD Gladys Bakery dalam menghitung harga jual sehingga dapat bersaing dengan produk sejenis di pasaran. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh (Christanti, Harijanto dan Treesje 2014) meneliti tentang penentuan harga jual pada UD. Sinar Sakti, dalam penelitian tersebut diungkapkan bahwa perusahaan tersebut menggunakan metode harga jual yang diterapkan oleh produsen, dimana harga jual mengikuti harga pasar yang telah ditetapkan oleh usaha dagang sejenis lainnya. Perusahaan tidak menghitung semua komponen biaya, sehingga harga jual yang ditetapkan perusahaan lebih tinggi dari pada harga jual yang dihitung berdasarkan *cost plus pricing method*.

Dari penjelasan dan beberapa penelitian sebelumnya sebagaimana yang telah jelaskan diatas saya tertarik pada penelitian “Harga Jual Jasa Kelompok Pemusik (pemain band)” di kafe, khususnya di kafe yang ada di kota Gorontalo. Hal ini dikarenakan bahwa penelitian yang ada tentang konsep harga hanya kebanyakan mengarah pada perusahaan dagang ataupun perusahaan manufaktur, sedangkan pada perusahaan jasa jarang dilakukan, apalagi jasa perkelompok seperti ini yang tidak ada sistem manajemen di dalamnya, serta belum pernah adanya penelitian tersebut, sedangkan di kota Gorontalo sendiri sudah hampir sebagian besar kafe yang ada telah menggunakan jasa ini.

Sejak kafe mulai menjadi salah satu tempat yang paling banyak dicari oleh masyarakat di Kota Gorontalo terutamanya untuk kalangan muda-mudi yang biasa mereka jadikan sebagai tempat untuk makan atau minum serta nongkrong, maka semakin banyak pula kafe yang mulai bermunculan. Masing-masing tempat ini tentunya memiliki cara masing-masing untuk dapat meramaikan usahanya, bisa

dari segi harga makanan dan minuman yang bervariasi atau sedikit lebih murah dari tempat yang lain, atau dari segi suasana yang ditampilkan. Dari segi suasana ini pula ada bermacam-macam teknik, ada yang memberikan suasana yang outdoor dan ada pula yang memberikan suasana yang indoor, ada beberapa hal lain juga yang menjadi pemicu agar dapat meramaikan usaha tersebut diantaranya dengan menyajikan *live* musik di tempat tersebut, *live* musik tersebut bermacam-macam, ada yang berupa organ tunggal, karaoke maupun *live* musik band yang terdiri dari beberapa pemain musik.

Namun yang menjadi faktor utama yang diminati pengunjung muda-mudi ialah suasana yang menyajikan *live* musik, tentunya ini menjadi salah satu faktor yang baik bagi kelompok pemusik yang ada di Kota Gorontalo, karena dengan banyaknya kafe yang tersebar di Kota Gorontalo maka semakin banyak pula membutuhkan tenaga kerja kelompok pemusik untuk meramaikan usaha mereka, namun yang menjadi faktor buruknya ialah tidak adanya dasar penentuan harga jual jasa secara baku sesuai dengan teori yang berlaku. Penentuan harga hanya berdasarkan pada kesepakatan antara sesama, beberapa kelompok pemusik menerima tawaran untuk main di kafe ini biasanya hanya berpatokan pada harga spekulasi atau hanya memanfaatkan faktor tawar-menawar antara manager (pemilik) usaha dengan pemimpin (*Leader*) dalam kelompok pemusik tersebut.

Sampai dengan saat ini kelompok pemusik (grup band) yang ada di Kota Gorontalo bisa dikatakan sudah banyak, diantaranya (The Soul, Hitam Putih, My Band, Turtlesuit, Mocco and The Blues, Vip, Asamar, Estaderas, Versi One,

Eunoia, Sugarcane, Steronight, Elmeler, Jarang Break, For You, Sedjiwa, Posuara, Gorapu, 2 Nada, Red Melon, Trinity)

Untuk saat ini tarif yang digunakan oleh kelompok pemusik ini adalah Rp 100.000/orang (per 1 kali penampilan dalam jangka waktu 3 sampai 4 jam), minimal dalam suatu kelompok pemusik ini terdiri dari 4 orang, yang terdiri dari : Penyanyi (*Vokal*), Pemain Gitar (*Gitaris*), Pemain Bass (*Basis*), dan Pemain Drum (*Drumer*), dengan seiring berkembangnya zaman sudah ada alat pengganti drum yang efektif, yaitu kajan (*cajon*) yang biasa digunakan di kafe sebagai pengganti drum agar tidak terlalu berisik, namun tarifnya akan berbeda ketika penggunaan jasa kelompok pemusik ini berupa kontrak per bulan, biasanya harganya akan sedikit lebih rendah, ini menjadi problematika bagi sebagian pemusik (musisi) yang ada di daerah Kota Gorontalo.

Namun harga ini tidak menjadi patokan untuk semua kafe yang ada di kota Gorontalo ini, setiap kafe menawarkan harga yang berbeda-beda, ada yang lebih tinggi namun ada pula yang lebih rendah, maka dari itu saya ingin melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Harga Jual Jasa Kelompok Pemusik (Grup Band) Studi Pada Kelompok Pemusik di Kota Gorontalo**”

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah tarif atau harga jual jasa kelompok pemusik untuk penampilan di kafe yang ada di kota gorontalo sudah sesuai dengan teori yang berlaku.



### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah dapat memberikan gambaran tentang tarif atau harga jual pemakain jasa kelompok pemusik yang sesuai dengan teori yang berlaku.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoristis
  - 1) Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu akuntansi.
  - 2) Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya.
2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat memberikan dasar penetapan harga jual atau tarif yang dapat digunakan kafe dalam pemakaian jasa kelompok pemusik yang ada di kota gorontalo.