

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kondisi ekonomi di Indonesia perlu untuk terus dikembangkan guna untuk memajukan perekonomian suatu bangsa. Hal ini dirangkum dalam sebuah ekonomi kreatif yang merupakan sebuah konsep baru yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan pengetahuan dari sumber daya manusia sebagai faktor produksi yang mulai diakui dan memiliki peran yang sangat strategis dalam pembangunan ekonomi dan pengembangan bisnis (Yudha, 2017). Salah satu pengembangan ekonomi kreatif adalah dengan dikembangkan kerajinan tangan melalui potensi sumber daya manusia di Indonesia. Dengan adanya potensi ini bisa terus mengembangkan kerajinan-kerajinan di Indonesia untuk tujuan yang dimaksud.

Indonesia yang juga dikenal sebagai negara yang memiliki banyak kerajinan ataupun budaya perlu untuk terus dikembangkan. Hal ini bertujuan agar pendapatan ekonomi suatu negara dapat terus berkembang melalui adanya kerajinan ataupun budaya yang dilestarikan. Salah satu cara agar kondisi ekonomi dapat berkembang adalah dengan memproduksi kerajinan secara berkesinambungan untuk dijual dipasar dengan melihat peluang yang ada dan tentunya dengan penetapan harga jual yang berorientasi pada keuntungan.

Penetapan harga jual adalah salah satu hal penting yang berperan besar dalam menentukan keberhasilan usaha, terutama bagi usaha yang bergerak di bidang penjualan barang atau produk. Di dunia yang didorong oleh banyak pesaing, harga produk merupakan hal penting bagi kesuksesan pada sebuah perusahaan. Namun,

hal ini menimbulkan pertanyaan mengurangi harga tetapi keuntungan berkurang, dan menaikkan harga pelanggan tidak membeli.

Sebenarnya tidak semudah itu, karena harga sudah tergantung pada berbagai faktor-faktor biaya, atribut produk, pandangan pelanggan terhadap suatu harga barang, bahkan permintaan dan penawaran menjadi kemampuan mereka, tapi strategi harga pada dasarnya adalah profitabilitas. Tujuan akhir kebanyakan bisnis adalah menghasilkan uang, yang berarti bahwa harga yang baru ditetapkan harus sesuai dengan tuntutan pelanggan dan kemampuan mereka untuk membayar di satu sisi, namun juga harga pesaing di sisi lain. Menemukan dasar tengah antara dua tolok ukur ini adalah teknik untuk menentukan harga (Askarasoft, 2017).

Dalam penentuan harga jual yang salah bisa berakibat fatal pada masalah keuangan perusahaan yang akan mempengaruhi usaha perusahaan tersebut seperti kerugian terus menerus. Perubahan harga jual mempunyai tujuan untuk menyesuaikan agar harga baru yang ditetapkan dapat mencerminkan biaya saat ini (*current cost*) atau biaya masa depan (*future cost*), return yang diinginkan oleh perusahaan, reaksi pesaing dan sebagainya.

Dalam siklus akuntansi biaya terdapat siklus dalam menetapkan harga jual, dilihat dari penggolongan biaya, penentuan harga pokok, metode pengumpulan biaya produksi, dan penetapan harga jual yang menggunakan pendekatan *Cost Plus*. Hal ini merupakan salah satu proses penetapan harga jual berdasarkan kacamata akuntansi biaya. Tidak hanya sampai disitu saja, terkadang masyarakat masih belum termasuk ranah akuntansi yang hanya menggunakan metode sederhana (Bustami & Nurlela, 2013).

Pada dasarnya penjualan ditentukan oleh adanya permintaan konsumen yang beragam, hal ini mempengaruhi permintaan konsumen terhadap penetapan harga barang dari produk yang bersangkutan. Seringkali terjadi dalam dunia wirausaha belum melakukan perhitungan yang signifikan, padahal salah satu poin penting dalam penetapan harga jual adalah semua pengeluaran dalam suatu produk yang dihasilkan. Contohnya saja pada (Riupassa *et al.*, 2017) penentuan harga jual produk jenis kain tenun yang hanya mempertimbangkan harga sesuai ketentuan oleh pesaing yaitu sesama pengrajin kain tenun tanimbarlainnya. Bahkan tidak jarang dijual dengan harga yang ditentukan oleh pembeli. Dalam hal ini penentuan harga jual sudah bukan didasarkan tanpamelalui suatu perhitungan yang pasti mengenai biaya-biaya yang telah dikeluarkan selama proses produksi.

Indonesia memang kaya akan kebudayaan bahkan dijadikan sebagai perkembangan ekonomi di setiap daerah. Selain adanya kebudayaan pakaian batik di Indonesia masih ada juga kain songket, kain tenun, kain karawo dan masih banyak lagi yang tersebar di beberapa daerah Indonesia yang hingga kini masih dilestarikan. Terdapat masing-masing suku dan daerah memiliki keunikan yang menjadi potensi wisata budaya yang menarik jika dikelola dengan optimal dan bahkan bisa menjadi nilai jual bagi daerah itu sendiri. Jika dilihat dari sisi strategis wilayah Indonesia hampir seluruh penjuru masih menerapkan warisan leluhur, salah satunya wilayah Sulawesi yang berada di Gorontalo. Provinsi Gorontalo yang dikenal sebagai kota Serambi Madinah dengan slogan *Adat Bersendikan Syara, Syara Bersendikan Kitabullah* ini tentunya memiliki kebudayaan tersendiri, salah satunya adalah budaya Karawo.

Seni karawo lebih dikenal sebagai produksi seni kerajinan tradisional dalam menghias tekstil atau kain dengan beragam motif hias atau ornamen. Kegiatan ini sepenuhnya dilakukan dengan mengandalkan keterampilan tangan. Istilah “karawo” merupakan bahasa daerah Gorontalo yang berarti kerawang yaitu salah satu jenis sulaman pada kain yang bersifat tembus pandang atau bisa “diterawang” (Sudana, 2019b). Kerajinan Karawo sebagai produk budaya Gorontalo yang memiliki keunggulan daerah dan juga warisan budaya turun-temurun di Gorontalo yang pada tahun 2006 telah di patenkan oleh pemerintah Provinsi Gorontalo.

Ariawan & Santoso(2018)seni makarawo konon telah diturunkan dari generasi ke generasi sejak abad ke-17 dan tetap bertahan hingga hari ini. Dimana para perempuan Gorontalo menjelang masa dewasanya diberikan kesibukannya untuk membuat sulam karawo, tradisi ini kemudian berlanjut untuk mereka yang dipingit menjelang pernikahannya. Hasil dari pembuatan sulaman karawo hanya untuk keperluan pribadi sang pengrajin, dengan selembar kain yang motif sederhana bisa membentuk geometri dan daun-daunan. Dalam perkembangannya, sulaman ini kemudian dimanfaatkan untuk menghiasi baju/jas, mukena, jilbab, kipas tangan, sapu tangan, taplak meja, dasi dan lain-lain.

Keunikan dalam teknik pembuatannya inilah yang menghasilkan adanya penetapan harga dalam proses penjualan kain karawo. Dalam proses pembuatan yang memerlukan waktu, tenaga dan keterampilan pun merupakan penunjang dalam hal penetapan harganya. Maka tidak heran apabila harga yang dijual oleh distributor kepada konsumen berpengaruh dari kontribusi yang dilakukan dalam proses pengerjaan kain karawo tersebut.

Kerajinan sulaman karawo lebih di dominasi pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Cabang Industri Kecil Menengah (IKM) kerajinan sulaman karawo di Provinsi Gorontalo dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.1:

No.	Kabupaten/Kota	Unit Usaha	Tenaga Kerja (Orang)	Nilai Investasi Rp. (000)	Nilai Produksi Rp. (000)	Nilai BB/BP Rp. (000)
1	Kab. Gorontalo	167	2.033	2.516.700	10.116.818	5.993.435
2	Kab. Bone Bolango	193	320	239.600	470.703	342.500
3	Kota Gorontalo	445	722	1.021.941	5.550.881	2.945.758
4	Kab. Pohuwato	1	19	6.500	11.500	7.475
5	Kab. Boalemo	6	52	27.000	27.500	13.500
6	Kab. Gorontalo Utara	67	536	310.400	1.765.976	727.551
Total		879	3.682	4.122.141	10.030.219	10.030.219

Sumber: Dinas KUMPERINDAG Provinsi Gorontalo

Menyikapi data di atas, perkembangan kerajinan usaha karawo memungkinkan untuk terus dikembangkan untuk menambah Pendapatan Asli Daerah (PAD). Bahkan, apabila usaha karawo ini terus dilestarikan bisa mengembangkan kondisi ekonomi khususnya dalam harga jual yang ditetapkan.

Harga jual yang tidak sesuai dengan tingkat ekonomi konsumen, mengakibatkan produk yang dihasilkan tidak akan laku di pasaran dan usaha tidak akan berkembang. Dengan demikian, pemilik usaha harus dapat merencanakan dan mengendalikan seluruh aktivitas perusahaan dalam menghasilkan produk dengan tingkat biaya yang semestinya (Ayu *et al.*, 2017). Maka dari itu dalam proses penetapan harga jual diperlukan terlebih dahulu biaya-biaya yang dikeluarkan termasuk biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya overhead pabrik, dan biaya

lainnya yang berguna untuk masa yang akan datang, atau mempunyai manfaat melebihi satu periode akuntansi.

Oleh karenanya akuntansi lahir sebagai bentuk tolak ukur dalam penetapan harga jual. Akuntansi sendiri tidak semestinya terbelenggu oleh nilai-nilai kapitalistik yang membentuk dirinya sejak ia dilahirkan, tetapi akuntansi merupakan ilmu yang dapat mencerahkan, sehingga ketika dipelajari dan dipraktikkan ilmu akuntansi dapat mengantarkan penggunaannya untuk lebih dekat kepada Sang Pencipta (Amaliah & Sugianto, 2018).

Diangkat dari narasumber terpercaya bahwasannya para pengrajin karawo menilai harga jual satu produk itu ditetapkan dalam beberapa hal penting diantaranya:

1. Tingkat kesulitan dalam pembuatan karawo, dari teknik membuat pola atau desain motif, mengiris kain yang dijadikan media untuk menyulam yang sesuai dengan motifnya, dan yang terakhir menjahit.
2. Kualitas kain yang dipilih, karena dari jenis kain itulah yang menjadi pertimbangan harga.
3. Waktu dalam pembuatan, memang betul banyak jenis kain yang cukup rumit proses pembuatannya, namun ornament karawo itu tergolong rumit sehingga menghasilkan bentuk-bentuk yang unik, terbukti seni karawo pernah meraih penghargaan sebagai sulaman tersulit dan terunik se-Nusantara pada festival sulam di Museum Gajah Jakarta (Rahmatiah, 2014).

Seni karawo memang terasa sangat menarik dan layak dikaji secara mendalam, karena: 1) seni karawo sebagai produk budaya yang patut dilestarikan dengan keunikan (*exotic*), indah (*aesthetic*), dengan proses pengerjaannya rumit (*sophisticated*), dan didukung keterampilan (*craftmanship*) yang spesifik para

pembuatnya; 2) seni karawo dengan keunikan dan keindahannya itu merupakan kesenian yang paling berkembang di Gorontalo dan telah berkontribusi banyak bagi kehidupan sosial budaya masyarakat Gorontalo; 3) dinamika perkembangan seni karawo berlangsung dinamis dan diduga melibatkan banyak faktor yang saling memengaruhi (Sudana, 2019a). Maka sudah tidak heran lagi mengapa harga jual kain karawo sangat mahal dan disini bisa dilihat apakah penetapan harga jual suatu produk bisa ditentukan melalui beberapa hal yang dijelaskan tadi.

Berdasarkan wawancara pendahuluan yang dilakukan bersama salah satu pengrajin kain karawo, yaitu Ibu Karsum selaku ketua kelompok pengrajin kain karawo pada Sumber Usaha Karawo (SUK) diketahui bahwa dalam penetapan harga jual kain karawo belum menetapkan konsep penentuan harga jual. Dalam hal ini, yang dilakukan dalam penetapan harga jual yaitu hanya mempertimbangkan biaya produksi berupa biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung, tanpa memperhatikan biaya overhead pabrik dan biaya-biaya lainnya.

Adapun dalam menentukan harga jual dapat mempergunakan pendekatan cost plus. Harga jual dalam pendekatan ini pada umumnya ditentukan dari jumlah semua biaya ditambah jumlah tertentu yang disebut "*mark up*". Tiga konsep yang dapat digunakan untuk penentuan harga jual dengan pendekatan "*Cost plus*" tersebut yaitu konsep biaya total, biaya produk dan biaya variabel. Dalam penelitian ini konsep biaya yang digunakan adalah konsep biaya total. Hal ini disebabkan karena dalam konsep biaya total lebih spesifik terkait dengan produk yang menjadi bahan penelitian. Dalam konsep ini harga jual ditentukan dari biaya total (biaya produksi + biaya pemasaran +

biaya administrasi dan umum) ditambah dengan jumlah laba yang diinginkan oleh perusahaan (Riupassa *et al.*, 2019).

Dengan didukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Riupassa *et al.*, (2017) tentang analisis penetapan harga jual produk kain tenun Tanimbar pada kelompok usaha mama Ina di skip kelurahan Batu Meja kecamatan Sirimau kota Ambon, didapati bahwa kelompok usaha ini belum menggunakan salah satu konsep penentuan harga jual, sehingga apabila dengan menggunakan konsep penentuan harga jual, kelompok usaha ini masih bisa memperoleh tingkat keuntungan yang diharapkan sebesar 10%.

Berdasarkan penjelasan di atas maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut tentang “Analisis Penetapan Harga Jual Produk Karawo Dengan Pendekatan *Cost Plus Pricing* Pada Sumber Usaha Karawo (SUK) Kecamatan Telaga Kabupaten Gorontalo.”

1.2 Identifikasih Masalah

Terbenak dari apa yang disampaikan bahwa kain karawo memiliki nilai keunikan tersendiri yang membuat harga satu produk terbilang menguras dompet. Meskipun demikian, keunikan dan dinamika perkembangan seni karawo selama ini hanya dimaknai sebagai komoditas yang bermuara pada nilai ekonomi. Sebaliknya pada ranah ilmu pengetahuan bidang kesenian, seni karawo belum banyak dieksplorasi sehingga jarang menjadi materi subjek dalam diskursus-diskursus kesenian Nusantara. Sehingga muncul perspektif dari masing-masing individu bahwasannya:

1. Harga yang dicantumkan oleh para pengarajin dilihat dari nilai-nilai yang terkandung didalamnya.
2. Minimnya pengetahuan tentang akuntansi dimana tidak menggunakan konsep penetapan harga jual sebagaimana yang ada dalam perusahaan manufaktur.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian yaitu bagaimana penetapan harga jual produk karawo dengan pendekatan *cost plus pricing* pada Sumber Usaha Karawo (SUK) Kecamatan Telaga Kabupaten Gorontalo?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dengan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penetapan harga jual produk karawo dengan pendekatan *cost plus pricing* pada Sumber Usaha Karawo (SUK) Kecamatan Telaga Kabupaten Gorontalo.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan peneliti dalam disiplin ilmu akuntansi khususnya akuntansi biaya. Disamping itu, hasil penelitian dapat menjadi referensi bagi penelitian sejenis di masa yang akan datang khususnya terkait dengan akuntansi biaya.

1.5.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian dalam penetapan harga jual dengan menggunakan konsep biaya total diharapkan dapat meningkatkan laba sesuai yang diinginkan oleh kelompok pengrajin kain karawo. Selain itu, akan bermanfaat bagi pengrajin kain lainnya dengan menggunakan konsep biaya total dalam penentuan harga jual.