

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM Pasal 1 dari UU tersebut, dinyatakan bahwa Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU tersebut. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan anak cabang yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) sangat rentan terhadap risiko ekonomi, lingkungan dan sosial/politik. Namun demikian, risiko ini tidak dalam peristiwa biasa yang muncul sendiri tetapi merupakan hasil dari peristiwa yang mungkin terjadi secara bersamaan dan kerugian dari peristiwa ini dapat digabungkan (Navare et al., 2018). UMKM adalah usaha yang dilakukan oleh seseorang untuk dapat menambah penghasilan, yang mana dikelola dari beberapa kelompok ataupun individu yang ingin mencari sebuah laba, namun seseorang yang akan menjalani sebuah usaha harus menetapkan harga yang sesuai dengan yang dijualkan.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan bagian terbesar dari total pertumbuhan lapangan kerja diberbagai negara. Di negara-negara tersebut

UMKM menghasilkan bagian yang signifikan dari peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB) (Thibodeaux, 2015). Demikian juga yang menurut Okon, (2018) menyatakan bahwa kontribusi perusahaan besar cenderung tetap stabil (ADB, 2002) Misalnya, di ekonomi OECD, UMKM dan perusahaan mikro mencakup lebih dari 95% perusahaan, 60-70% lapangan kerja, 55% dari PDB, dan menghasilkan sebagian besar lapangan kerja baru. Dalam kasus negara berkembang, situasinya tidak jauh berbeda. Misalnya, di maroko, 93% perusahaan adalah UMKM dan menghasilkan 38% produksi, 33% investasi, 30% ekspor, dan 46% lapangan kerja.

Berbicara tentang perkembangan UMKM, menurut Wagiyono & Fransiska (2019) juga ditentukan oleh ketepatan pimpinan usaha didalam menetapkan harga jual suatu produk dengan menaikkan 10-15% dari harga pokok. Demikian juga hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Amni (2019) bahwa penetapan harga dengan cara menambah 10-20% dari harga pokok suatu produk merupakan cara terbaik dalam menentukan harga jual suatu produk usaha.

Dalam perkembangan usaha dibidang perdagangan khususnya bidang kuliner menuntut perusahaan harus mampu mengubah strategi pemasarannya dengan meletakkan kepuasan konsumen atau pelanggan sebagai prioritas pertama dalam mengarahkan kegiatan bisnis mereka. Persaingan dunia bisnis usaha kuliner mengharuskan perusahaan untuk melihat kedepan guna mengantisipasi berbagai kemungkinan yang dapat mempengaruhi perkembangan perusahaannya. Banyak persaingan di dunia usaha untuk merebut dan menguasai pangsa pasar terkhususnya pada usaha kecil yang bergerak pada usaha rumah makan prasmanan.

Rumah makan prasmanan sangat banyak digemari oleh para konsumen dikarenakan rumah makan ini dapat mengambil makanan sendiri dan bisa memilih makanan yang ia sukai sesuai dengan selera sendiri. Tentunya makanan yang akan diambil tidak akan mubazir atau berlebihan. Melihat fenomena yang terjadi dalam konsep prasmanan tentunya penjual sudah siap menanggung resiko yang akan didapatkan dikemudian hari.

Dalam hal ini Gorontalo dapat ditemui beberapa rumah makan prasmanan yang cukup disukai oleh banyak orang, tak kalah dengan sistem pemesanannya masih secara manual *order by menu*, salah satunya Rumah Makan Nur Alam yang beralamatkan di Jalan Nani Wartabone Limba U1 Kota Selatan, Restoran ini begitu banyak pengunjung dari pekerja kantoran dan mahasiswa/i. Dirumah makan ini menyediakan beberapa menu olahan makanan yang terdiri dari beberapa macam jenis makanan antara lain, jenis sayur 8 (delapan) macam, olahan ikan 4 (empat) macam, olahan ayam 3 (tiga) macam, 4 (empat) macam gorengan, 3 (tiga) macam sambal, dan 2 (Dua) macam jenis nasi.

Sabtu, 5 Desember 2020 peneliti mengunjungi rumah makan ini dengan seorang teman karena mendengar rumah makan ini di terapkan konsep prasmanan, setelah memasuki rumah makan ini peneliti dan teman peneliti bertemu dengan seorang karyawan yang berkata:

*“mari-mari sini nou mo makan apa nanti sendok sendiri aa disitu nasinya”*

Peneliti bersama dengan teman peneliti akhirnya dipersilahkan untuk melayani diri sendiri dan mengambil makanannya. peneliti dan teman peneliti mengambil menu yang berbeda tentunya sesuai dengan takaran yang akan dimakan. Setelah hampir selesai makan teman peneliti menambah sayur. Selesaiya peneliti makan dan teman peneliti akhirnya kami membayarnya dikasir. Kemudian kami memberitahukan kepada kasir menu yang kami makan ialah nasi, lauk udang rica-rica, sayur kangkung, dan 1 gorengan sedangkan teman saya mengambil menu berbeda yaitu menunya 1 ekor jenis olahan ikan bala rica, sayur kangkung. Setelah selesai menyampaikan menu ke bagian kasir, kasir tersebut langsung menghitung jumlah harga yang di makan.

*“napa nou punya Rp.21.000 pas yaa,...dan teman li nou itu punya yang ikan bala rica 15.00 pas yaa”.*

Setelah seorang kasir memvonis harga yang dimakan oleh kami. Kami memberitahukan

*“eh tante saya pe taman punya ada ba tambah sayur santan tadi itu dan tante bilang so bagitu nou depe harga kalau ba tambah sayur tidak mo tatambah harga”*

setelah itu peneliti dan teman peneliti berkata:

*“oohiyaaaaa tante makasih aaa, dan tante tersebut mengatakan iya nou sama-sama”.*

Dalam hal ini ada perbedaan harga sebesar Rp.5.000 dalam penambahan sayur yang dilakukan oleh teman peneliti. Dan peneliti berkata kepada teman peneliti *“lebe bae tadi ngna ambe itu sayur kase banyak-banyak heh depe harga tetap sama juga”*. Setelah sepanjang jalan peneliti berfikir *“bagaimana kalau saya ba angkat judul penelitian tentang dorang pe penetapan harga yang diterapkan di*

*rumah makan ini eh*” Harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa Kotler & Amstrong, (2014). Dengan demikian bisa saja pelanggan tidak secara sengaja untuk bersikap jujur dalam pengambilan menu yang telah dikonsumsinya, ataupun telah lupa memberitahukan menu apa yang telah dikonsumsi, karena namanya manusia tidak pernah luput dari sebuah kesalahan.

Sejalan dengan sistem prasmanan ini nilai kejujuran sangat penting didalamnya dilihat dari sudut pandang pembeli dan penjual. Dimana dari konsep prasmanan yang melayani diri sendiri tentunya konsumen leluasa untuk mengambil makanan apa saja yang akan dikonsumsinya sesuai dengan selernya dan takarannya. Dan setelah itu penjual diberikan wewenang untuk memvonis harga yang dikonsumsi oleh pembeli, setelah pembeli selesai menyantap makanannya. tentunya penjual akan menetapkan harga sesuai dengan apa yang di katakan oleh pembeli. Dalam hal ini nilai kejujuran sangat berperan penting didalamnya.

Berdasarkan beberapa uraian yang telah dikemukakan menunjukkan bahwa penentuan harga jual produk dapat ditentukan berdasarkan harga pokok masing-masing produk sehingga perusahaan dapat mencapai laba atau keuntungan. Namun demikian kondisi ini berbeda dengan penetapan harga jual pada Rumah Makan Nur Alam Kota Gorontalo (Sumiati Walopo 2020). Yang menurut peneliti penambahan tersebut secara otomatis dapat mengurangi keuntungan Rumah Makan Nur Alam.

Sejalan dengan penelitian ini ada beberapa penelitian yang berkaitan dengan fenomena penetapan harga jual yang telah dilakukan oleh Efendi, (2018) bahwa penetapan harga jual produk tidak memiliki dasar perhitungan yang benar sehingga

harga jual produk terlalu rendah, hal ini menyebabkan terjadinya kerugian oleh karena itu Aliff Catering harus mengganti metode penetapan harga jual dengan *competitive based pricing* agar mendapatkan harga jual yang bersaing dan keuntungan yang sesuai. Demikian juga penelitian yang telah dilakukan oleh Abadi, (2016) mengatakan bahwa penetapan harga jual berdasarkan *competitive based pricing* yang terbagi menjadi 3 kategori yaitu membagi menjadi harga saat *bearish*, normal dan *bullish*.

Berkaitan dengan penetapan harga jual juga seirama dengan Mauliyah & Kirom, (2018) mendapati bahwa para pedagang sayur menentukan harga jual dengan menggunakan dua metode, yaitu metode tekem dan metode timbang. Dalam menentukan laba, para pedagang mengambil laba pada setiap kilo sayuran. Mulai dari Rp. 1.000/Kg sampai dengan Rp. 2.000/Kg yang menggunakan metode timbang. Sedangkan untuk sayuran yang menggunakan metode tekem, mulai dari Rp. 400/ikat sampai dengan Rp. 1.500/ikat. Demikian juga penelitian yang dilakukan oleh (Maryanto et al., 2020) menunjukkan bahwa pedagang pakaian di pasar Dempo Permai Kota Pagar Alam menggunakan metode penetapan harga berbasis biaya, dan menggunakan prinsip berdagang dalam Islam. Maka penetapan harga yang diberlakukan oleh pedagang pakaian di pasar Dempo Permai Kota Pagar Alam sudah sesuai dengan hukum Islam, keuntungan yang diperoleh juga sesuai dengan hukum islam.

Berdasarkan penelitian yang dijelaskan di atas, bahwa penetapan harga jual pada rumah makan ataupun restoran masih mengalami ketidaksesuaian penetapan harga jual. Hal ini penetapan harga yang disediakan oleh penjual masih relatif kecil

dibandingkan dengan biaya produksinya, sehingganya pendapatan yang akan didapatkan oleh pemilik hanya sedikit bahkan tidak mendapat keuntungan atau mendapatkan defisit.

Berangkat dari latar belakang dan fenomena lapangan dan beberapa hasil penelitian sebelumnya maka penulis tertarik untuk melakukan suatu penelitian dengan formulasi judul **“KONSEP PENETAPAN HARGA JUAL PADA RUMAH MAKAN NUR ALAM KOTA GORONTALO”**.

### **1.2 Fokus Penelitian**

Berdasarkan masalah yang didapatkan maka fokus penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti terkait dengan penetapan harga jual di Rumah Makan Nur Alam di Kota Gorontalo.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan dari latar belakang penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat dirumuskan permasalahan yaitu: Bagaimana penetapan harga jual di Rumah Makan Nur Alam?

### **1.4 Tujuan Penelitian.**

Berdasarkan dari rumusan masalah maka Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui penetapan harga jual di Rumah Makan Nur Alam.

### **1.5 Manfaat Penelitian.**

Hasil dari penelitian ini, peneliti berharap dapat memberikan manfaat kepada semua orang, terutama secara Praktis dan teoritis:

### **1.5.1 Secara Praktis**

Diharapkan mampu memberikan manfaat bagi penjual terkhususnya penjual prasmanan yang dapat memahami penetapan harga jual yang lebih luas serta mampu memperbaiki terkait penetapan harga jualnya.

### **1.5.2 Secara teoritis.**

Diharapkan mampu menambah ilmu pengetahuan serta wawasan yang luas terkait materi akuntansi manajemen dan biaya serta penetapan harga jual yang bisa dijadikan sumber untuk penelitian selanjutnya.