

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang dapat menghasilkan pendapatan melalui penjualan. Oleh karena itu, perusahaan harus dapat menetapkan harga produknya dengan baik dan tepat sehingga konsumen tertarik dan mau membeli produk yang ditawarkan agar perusahaan mendapatkan keuntungan (Kencana, 2019). Setiap perusahaan harus memberi harga dengan tepat karena pasar semakin kompetitif. Hal ini memaksa perusahaan untuk mencari solusi agar harga produk yang ditawarkan dapat diterima dengan baik oleh konsumen. Oleh karena itu, pelaku usaha harus mampu menghasilkan produk yang berkualitas sesuai dengan keinginan konsumen dan menjualnya dengan harga yang terjangkau agar dapat bersaing di pasar.

Keuntungan yang diperoleh dari menjual suatu produk ditentukan oleh selisih antara pendapatan dan biaya yang dikeluarkan. Sedangkan pendapatan ditentukan dengan mengalikan harga satuan dengan jumlah produk yang terjual. Selain penting untuk menghasilkan keuntungan, harga juga menjadi faktor yang menjadi fokus konsumen saat membeli suatu produk (Irawan dan Pamungkas, 2019). Secara umum, harga mewakili jumlah sumber daya yang diperlukan untuk memproduksi suatu produk dan jumlah laba yang diharapkan.

Penetapan harga jual suatu produk secara cepat, tepat dan akurat sangat penting dalam proses penawaran dengan konsumen, karena merupakan faktor penting yang dipertimbangkan konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian produk. Tanpa menetapkan harga jual, perusahaan mungkin tidak dapat menawarkan produknya kepada konsumen. Dengan adanya harga jual, perusahaan dapat memprediksi tingkat penjualan yang ingin dicapai dan berapa keuntungan yang ingin diperoleh, sehingga proses penetapan harga jual dan lamanya waktu penetapan harga jual harus ditangani dengan baik. Penetapan harga jual produk harus dilakukan secara tepat, karena jika terlalu mahal maka produk kurang laku dipasaran, untuk itu perusahaan harus memperhatikan mengenai strategi dalam penetapan harga jual produk (Amni, 2019).

Apabila semakin tinggi biaya produksi yang digunakan dalam membuat sebuah produk maka harga jualnya semakin tinggi, sebaliknya apabila biaya-biaya produksi yang digunakan rendah dalam membuat sebuah produk maka harga jualnya juga rendah dan tidak stabil sehingga efisiensi yang didapatkan oleh perusahaan tidak sesuai yang diharapkan oleh perusahaan tersebut.

Putroena Souvenir merupakan usaha yang bergerak di bidang industri kerajinan yang memproduksi berbagai macam souvenir tas, dompet, dan kain yang dibordir. Putroena Souvenir mulai berdiri sejak tahun 2002 yang berlokasi di Jln. Medan Banda Aceh, Gampong Ulee Madon, Kecamatan Muara Batu, Kabupaten Aceh Utara, Aceh. Dalam menghasilkan produk, bahan baku yang digunakan diantaranya yaitu kain prada teiga hujan, kain prada satin, kain lapisan kerah, karton, karet sol, kanvas, bahan goni, busa T2, benang, lem 168 ABG, paku kawin, kepala resleting, resleting amko dan aksesoris. Dalam penelitian ini, peneliti hanya meneliti salah satu jenis souvenir tas yaitu tas diorna yang diproduksi sebanyak 450 perbulan dengan harga jual Rp.200.000/tas.

Berdasarkan wawancara secara langsung, selama ini dalam melakukan perhitungan harga pokok produksi dan harga jual produknya, pihak Putroena Souvenir belum memasukkan semua unsur biaya-biaya yang dikeluarkan secara terperinci dalam proses produksi, sehingga menghasilkan informasi yang kurang tepat dan akurat dalam menetapkan harga pokok produksi dan harga jual produknya. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana pihak Putroena Souvenir dalam menetapkan harga pokok produksi dan harga jual produknya, serta membandingkan antara teori dengan kenyataan yang ada di Putroena Souvenir mengenai penetapan harga pokok produksi dan harga jual produknya.

Penelitian yang dilakukan Farijah dkk, 2018 menunjukkan bahwa perhitungan biaya total atau harga pokok produksi dengan menggunakan metode *cost based pricing* lebih besar dibanding perhitungan konvensional yang dilakukan oleh pihak perusahaan. Penelitian lain yang dilakukan oleh Voerman dkk, 2023 menunjukkan bahwa harga jual tipe *large* dan *extra type* pada metode *cost plus pricing* dan metode *mark up pricing* lebih tinggi dari harga jual perusahaan. Hal ini tidak hanya karena perusahaan masih menghitung keuntungan

yang diinginkan kecil, perusahaan juga tidak menghitung biaya per jenis rumah kayu dimana setiap proses pembuatan produk rumah kayu memiliki biaya yang berbeda dengan jenis lainnya.

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada Putroena Souvenir dengan judul **“Penetapan Harga Jual Souvenir Tas Aceh Dengan Metode *Cost Plus Pricing* dan *Mark Up Pricing* Pada Putroena Souvenir”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana menetapkan harga jual souvenir tas Aceh dengan metode *cost plus pricing* dan *mark up pricing* di Putroena Souvenir?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian adalah untuk menetapkan harga jual souvenir tas Aceh dengan metode *cost plus pricing* dan *mark up pricing* di Putroena Souvenir.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis
 - a. Mampu menerapkan metode *cost plus pricing* dan *mark up pricing* dalam menetapkan harga jual produk dengan merincikan seluruh biaya produksi yang dikeluarkan untuk memperoleh keuntungan yang maksimal.
 - b. Bisa memahami bagaimana merincikan seluruh biaya produksi yang dikeluarkan dalam membuat suatu produk.
2. Bagi Akademik
 - a. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia Universitas Malikussaleh khususnya mahasiswa S1 Teknik Industri Universitas Malikussaleh.
 - b. Mempererat hubungan kerjasama antara instansi terkait dengan Jurusan Teknik Industri Universitas Malikussaleh.

3. Bagi Perusahaan

Sebagai masukan mengenai bagaimana menetapkan harga jual produk dengan merincikan seluruh biaya produksi yang telah dikeluarkan dengan menerapkan metode *cost plus pricing* dan *mark up pricing*.

1.5 Batasan Masalah dan Asumsi

1.5.1 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan pada usaha kerajinan tangan di Putroena Souvenir.
2. Objek penelitian adalah tas diorna yaitu salah satu souvenir tas Aceh di Putroena Souvenir.

1.5.2 Asumsi

Adapun asumsi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Persediaan bahan baku dan bahan pendukung di Putroena Souvenir dianggap cukup tersedia.
2. Kegiatan proses produksi di Putroena Souvenir dianggap berjalan lancar.