

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara agraris yang memiliki sumber daya alam yang melimpah untuk dapat memenuhi kebutuhan pangan. Kebutuhan pangan merupakan suatu kebutuhan dasar utama yang penting untuk keberlangsungan hidup, oleh karena itu menurut Ismet dalam (Sulvyah, 2017) menyatakan bahwa ketersediaan pangan yang cukup merupakan hak asasi manusia yang harus selalu dipenuhi. Di Indonesia, jagung merupakan bahan baku makanan pokok utama sebagai pengganti berat atau dapat dicampurkan dengan beras. Selain itu, jagung juga berperan penting dalam perekonomian nasional dan memberikan kontribusi terhadap produk Domestik Bruto (PDB) untuk tanaman pangan biji-bijian, oleh karena itu dapat dipahami kebutuhan akan jagung menunjukkan bahwa permintaan sangat tinggi (Dirjen Tanaman Pangan, 2012). Hingga jagung menjadi tujuan dan menjadi swasembada pangan (Aini, 2019).

Bisnis atau kegiatan usaha pada era globalisasi sekarang telah berkembang sangat pesat dan hampir semua sektor bisnis, baik di sektor penjualan barang atau jasa sangat berkembang di pertumbuhan kehidupan kita sehari-hari, salah satu contohnya adalah perusahaan jasa transportasi baik dalam provinsi ataupun luar provinsi. Perusahaan jasa transportasi adalah perusahaan yang menawarkan jasa dalam pemindahan manusia atau barang dengan menggunakan moda yang digerakkan oleh manusia atau mesin (Nasution, 2008)

Sejalan dengan perkembangan dunia usaha sekarang ini persaingan antar pengusaha di dalam dunia usaha semakin ketat. Oleh karena itu pengusaha harus memanfaatkan kemampuannya secara optimal dengan memperhatikan bidang pemasaran. Karena bidang pemasaran merupakan bidang yang sangat penting bagi suatu perusahaan, baik perusahaan dagang, perusahaan industri, maupun perusahaan yang bergerak dibidang jasa. Selain itu bidang pemasaran merupakan ujung tombak dari perusahaan dalam mengukur eksistensinya, baik dilihat penjualannya, kekuatan dalam penguasaan pasar maupun dari laba yang dicapai.

Setiap perusahaan berusaha untuk menjaga kelangsungan hidup usahanya. Perusahaan harus dapat melakukan kebijakan yang tepat dengan menggunakan

kesempatan dan peluang yang ada dalam pemasaran sehingga perusahaan dapat bersaing dan merebut pangsa pasar dari perusahaan yang sejenis, dan mempertahankan posisi atau kedudukan perusahaan di pasar serta terus berusaha meningkatkannya. Bagian pemasaran dalam perusahaan harus dapat mengetahui selera konsumen, apa yang diinginkan atau dibutuhkan oleh konsumen dan harus mampu menyediakan atau memenuhi apa yang menjadi kebutuhan konsumen.

Kegiatan dalam pemasaran meliputi empat variable pokok yang disebut marketing mix atau bauran pemasaran. Empat variabel tersebut adalah produk, harga, promosi, dan sistem distribusi, dimana keempat variabel tersebut harus saling berhubungan guna mencapai tujuan akhir perusahaan. Kemudian perusahaan harus mampu mengidentifikasi apa yang menjadi keunggulan dari perusahaan tersebut. Setelah itu perusahaan menetapkan kebijaksanaan yang efektif yang dapat menjadikan perusahaan unggul dari perusahaan yang lain, seperti keunggulan produk, keunggulan dari sisi harga, keunggulan dalam promosi maupun keunggulan dalam pendistribusian.

Dari keempat variabel yang ada pada marketing mix adalah harga yang menarik perhatian, mengapa demikian, karena harga merupakan salah satu unsur dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan atas penjualan barang dan jasa yang dipasarkan. Selain itu harga juga merupakan suatu factor penentu utama dalam keputusan bagi para konsumen untuk membeli atau tidak terhadap suatu barang yang ditawarkan. Perbedaan harga yang sedikit saja atas suatu produk tertentu akan mempengaruhi motivasi konsumen dalam menentukan pembelian. Harga merupakan salah satu elemen bauran pemasaran yang dapat menjadi salah satu keunggulan dalam suatu perusahaan.

Kebijakan penetapan harga sangat menentukan bagi pengusaha untuk bersaing dengan pengusaha lain karena pengaruh kebijakan penetapan harga sangat besar terhadap peningkatan volume penjualan. Harga berperan sebagai penentu utama pilihan pembeli. Sebagaimana telah disampaikan sebelumnya harga merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan dan elemen-elemen lainnya menimbulkan biaya.

Harga juga merupakan salah satu elemen bauran pemasaran yang paling *fleksibel*, harga dapat diubah dengan cepat atau dinamis. Faktor-faktor yang

mempengaruhi tingkat harga antara lain: keadaan perekonomian, penawaran dan permintaan, elastisitas perminta, persaingan, biaya, tujuan perusahaan, dan pemerintah.

Dalam menetapkan kebijakan pendapatan harga yang tepat bagi suatu perusahaan tentu saja akan dihadapi masalah-masalah yang harus dipecahkan oleh perusahaan. Perusahaan harus mampu menetapkan kebijakan penetapan harga yang tepat, sehingga perusahaan dapat mencapai tujuan perusahaan baik itu berupa tujuan penjualan ataupun laba sekalipun.

Persaingan antar pengusaha dalam dunia usaha semakin ketat, hal ini mendorong dan menuntut pengusaha untuk lebih memperhatikan kebijakan harga jual. Pengusaha harus mampu menetapkan harga jual yang tepat. Karena, apabila pengusaha menetapkan harga jual yang terlalu tinggi, maka konsumen akan beralih ke produk pengusaha lain yang sejenis dengan harga yang lebih rendah. Tetapi apabila pengusaha menetapkan harga jual yang terlalu rendah, maka akan dapat mengakibatkan penurunan laba yang di peroleh oleh pengusaha.

Kebijakan harga jual yang tidak tepat, mengakibatkan pengusaha akan mengalami kerugian yang cukup besar. Seperti daya saing pengusaha di pasar dengan pengusaha sejenis akan lemah, volume penjualan tidak dapat meningkat yang pada akhirnya pengusaha tidak dapat mencapai tujuan akhir pengusaha, karena laba yang diharapkan oleh pengusaha tidak tercapai. Dengan keadaan seperti ini, maka pengusaha tidak akan dapat merebut pangsa pasar. Bahkan, biaya produksi yang telah dikeluarkan oleh pengusaha tidak tertutupi.

Kota gajah kabupaten lampung tengah merupakan pusat pertanian, dan perdagangan yang mengalami pertumbuhan penduduk dan laju pertumbuhan ekonomi yang meningkat, sebagai tarikan perjalanan maka daerah-daerah sekitar perlu adanya sarana dan prasarana sebagai penunjang dan juga sebagai daerah pendistribusian perjalanan untuk mendorong kegiatan tersebut untuk kebutuhan mobilitasnya sehari-hari.

Perkembangan moda transportasi darat sangat berkembang dengan cepat angkutan barang yang beragam nilainya, sehingga perlu diperhitungkan biaya yang tepat untuk jasa pelayanan angkutan darat dalam provinsi maupun luar provinsi. Biaya jasa angkutan penumpang dan barang sangatlah erat hubungannya di

kehidupan masyarakat pengguna jasa. Jenis kendaraan yang digunakan untuk mengangkut barang jagung manis UD. Berkah Vegetarian menggunakan kendaraan jenis truck (*Colt Diesel Double*) bak kayu. Truck merupakan salah satu mode kendaraan angkutan barang dan jasa yang digunakan oleh masyarakat daerah lampung tengah.

Tingkat persaingan yang terjadi cukup tinggi baik itu di distrik kota gajah lampung tengah khususnya maupun di Indonesia pada umumnya, menuntut pengusaha untuk menjadi lebih baik agar dapat unggul dalam persaingan tersebut. Selain tingkat persaingan, gejolak ekonomi global yang terjadi beberapa waktu lalu juga memberikan imbas bagi kegiatan perekonomian Indonesia. Kita lihat begitu banyak pengusaha yang gulung tikar karenanya, karena kebanyakan dari pengusaha tersebut tidak mampu untuk menutupi berbagai macam biaya yang harus tetap dikeluarkan, sementara itu kegiatan produksi sudah tidak lagi optimal yang menyebabkan penjualan tidak lagi memadai, adakalanya hal tersebut disebabkan oleh melambungnya harga biaya transportasi pengiriman barang.

Sebagai pengusaha UD. Berkah Vegetarian yang bergerak dibidang jual beli jagung manis belum memiliki kebijakan dalam menentukan tarif penjualan jagung manis yang optimum sehingga dengan adanya kenaikan biaya transportasi pengiriman UD. Berkah Vegetarian mengalami penurunan pendapatannya di setiap bulannya. Adapun pendapatan bersih pada tiga bulan terakhir dapat dilihat pada gambar 1.1.



Gambar 1. 1 Pendapatan UD. Berkah Vegetarian

Dapat dilihat pada gambar 1.1 permasalahan urgensi yang dihadapi UD. Berkah Vegetarian saat ini adalah mengalami penurunan dalam pendapatan yang signifikan pada bulan September. Penurunan tersebut diakibatkan karena adanya kenaikan dalam biaya transportasi, dan terjadi karena penentuan harga jual jagung manis yang tidak tepat. Kata pemilik perusahaan menghitung harga pokok produksi menggunakan system akuntansi tradisional dan mengikuti harga yang laku di pasaran tanpa menghitung biaya apa saja yang dikeluarkan sebagai dasar dalam menentukan harga jual produk.

Jika dilihat dari permasalahan yang dihadapi oleh UD. Berkah Vegetarian dan komponen biaya produksi yang digunakan, tentunya penetapan harga dengan menggunakan metode *cost-plus pricing* pada UD. Berkah Vegetarian yang masih menggunakan system akuntansi tradisional dalam menetapkan harga jual akan lebih tepat karena akan menghitung secara rinci biaya total keseluruhan apa saja yang dikeluarkan dengan menambahkan margin pada penjualan jagung manis. Harga jual dengan menggunakan metode *cost-plus pricing* juga dapat menutupi total biaya keseluruhan sehingga harga yang ditetapkan akan memberikan laba yang maksimal dan dapat bersaing dipasar.

Langkah yang dapat dilakukan untuk meningkatkan labaa perusahaan sehingga dapat bertahan dan bersaaing dengan perusahaan lainnya, maka upaya diperlukannya penentuan harga jual yang tepat. Harga jual merupakan salah satu

faktor yang sangat penting bagi perusahaan untuk tetap bersaing. Harga jual tidak boleh terlalu rendah agar dapat menutup semua biaya yang dikeluarkan perusahaan dan memberikan keuntungan yang diinginkan, juga tidak boleh terlalu tinggi agar perusahaan dapat bersaing dalam mendapatkan pelanggan dengan para pesaingnya.

Berdasarkan masalah yang ada di latar belakang diatas, perlu dilakukannya analisis secara tepat, maka penulis mengangkat topik penelitian ini dengan berjudul **“IMPLEMENTASI PENENTUAN HARGA JUAL JAGUNG MANIS DENGAN MENGGUNAKAN METODE *COST-PLUS PRICING*. (Studi kasus Pada UD. Berkah Vegetarian)”**

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang dan identifikasi masalah diatas dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana implementasi penentuan harga jual jagung manis dengan metode *Cost-Plus Pricing* pada UD. Berkah Vegetarian?
2. Bagaimana menentukan harga jual jagung manis yang tepat pada UD. Berkah Vegetarian?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian sebagai berikut:

- a. Untuk mengimplementasikan harga jual jagung manis dengan metode *Cost-Plus Pricing* dalam meningkatkan laba pada UD. Berkah Vegetarian.
- b. Untuk menentukan harga jual jagung manis yang tepat pada UD. Berkah Vegetarian.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Dapat mengembangkan keilmuan peneliti dalam menganalisis pada suatu kasus serta memberikan wawasan baru kepada peneliti terkait dunia kerja yang sebenarnya, serta agar peneliti dapat antara praktik yang terjadi dilapangan dengan teori yang telah di pelajari di masa perkuliahan.

2. Bagi Pengepul jagung manis UD. Berkah Vegetarian

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pihak manajemen UD. Berkah Vegetarian dalam penentuan harga jual sebagai upaya untuk meningkatkan laba perusahaan kedepan.

3. Bagi ULBI (Universitas Logistik Bisnis Internasional)

Penulis berharap laporan Tugas Akhir ini dapat dijadikan referensi bagi Universitas Logistik Bisnis Internasional dan sebagai pertimbangan terhadap teori yang semakin berkembang seiring dengan ilmu pengetahuan yang semakin maju.

4. Bagi Pembaca

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pembaca terutama bagi para pengepul jagung manis yang memerlukan pengembangan pengetahuan lebih lanjut dan dapat digunakan sebagai perbandingan untuk kasus-kasus yang serupa mengenai harga jual jagung manis.

1.5 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah penelitian yang dijelaskan, maka perlu diberikan Batasan penelitian. Agar penelitian ini tidak terlalu luas dan tidak menyimpang dari rumusan masalah yang ditinjau, Batasan-batasan yang peneliti ambil dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini berfokus pada implementasi penentuan harga jual jagung manis.
2. Penelitian ini menggunakan metode *Cost-Plus Pricing* dalam implementasi penentuan harga jual jagubg manis.

1.6 Sistematika Penyusunan

Sistematika penulisan laporan ini bertujuan untuk memberikan gambaran secara garis besar terkait pembahasan dalam laporan Tugas Akhir, sehingga dalam penulisan Laporan Tugas Akhir ini dapat terfokus dengan tujuan yang akan dicapai.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan tentang gambaran pokok objek penelitian dari latar belakang masalah, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, Batasan masalah, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisikan tentang teori-teori yang digunakan untuk mendukung penelitian yang akan berlangsung, dimana berbagai sumber yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dijalankan akan terdapat di dalamnya, sehingga penelitian yang dilaksanakan dapat berlandasan dengan jelas dan benar darimana asalnya serta berdasarkan teori-teori yang telah ada sebelumnya. Studi Pustaka yang digunakan juga ditujukan untuk memperkuat metode yang digunakan untuk pemecahan masalah yang telah disebutkan sebelumnya untuk mencapai sebuah tujuan penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang mengenai metodologi penelitian yang nantinya akan digunakan oleh penulis untuk menyelesaikan masalah yang sedang diteliti dan mengurangi Langkah-langkah dari awal hingga akhir dimana Langkah-langkah tersebut adalah yang digunakan di dalam penelitian ini.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini berisikan tentang pengumpulan data dan pengolahan data hasil yang diperoleh penulis dari informasi yang terkandung di dalamnya melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil tersebut nantinya akan digunakan untuk mengolah data yang telah diperoleh di tempat penelitian sehingga proses pengolahan data akan memperoleh hasil yang sesuai dengan tujuan penelitian.

BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan tentang hasil dan analisis dari pengolahan data yang telah dilakukan pada bab sebelumnya. Pada bab ini hasil dari pengolahan data dianalisis dan dijelaskan secara rinci oleh penulis, dan tentunya terkait dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya.

BAB VI PENUTUP

Bab ini berisikan mengenai tentang kesimpulan dan saran dari penulis yang berkaitan dengan hasil dari analisis yang ada pada bab sebelumnya, sehingga nantinya dapat digunakan sebagai bahan masukan bagi pelaku usaha yang bersangkutan.