

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pandemi Covid-19 telah berdampak negatif secara signifikan pada bisnis, khususnya usaha kecil menengah atau yang disebut juga dengan UMKM. Akibatnya, banyak UMKM mencoba bertahan dengan segala cara sampai pandemi selesai. Selain itu di masa pandemi Covid-19 banyak UMKM yang masih bergelut dengan faktor lain yang membuat mereka sulit berkembang bahkan bertahan. Bersaing dengan bisnis yang kompeten untuk menawarkan produk berkualitas adalah salah satu cara untuk mengatasi kesulitan. Para pelaku bisnis tidak hanya menawarkan produk berkualitas tinggi, tetapi juga menawarkan harga yang terjangkau, karena pelanggan saat ini lebih memilih barang berkualitas tinggi dengan harga jual yang murah. Strategi harga yang sejalan dengan nilai yang ingin disampaikan kepada pelanggan perlu diadopsi oleh para pelaku usaha, karena harga merupakan aspek utama dalam perdagangan, di mana transaksi yang melibatkan penjualan produk dan jasa menjadi sumber pendapatan.

Ketika para pelaku bisnis kurang berpengalaman dalam memastikan harga jual barang mereka, maka penetapan harga jual menjadi sebuah tantangan. Harga jual suatu produk atau jasa dipengaruhi oleh permintaan pasar, dan tingkat persaingan dalam industri tersebut memiliki keterkaitan langsung dengan harga jual. Oleh karena itu, ketepatan dalam menentukan harga jual menjadi sangat penting. Dengan harapan bahwa penjualan akan mengimbangi biaya dan menghasilkan keuntungan, harga jual idealnya harus mampu membayar seluruh biaya produksi selama jam kerja reguler.

Jika penetapan harga jual salah, maka harga akan menjadi terlalu tinggi atau terlalu murah. Pelaku usaha akan menderita akibat hal ini karena pasokan yang jauh lebih tinggi akan menurunkan permintaan konsumen dan mempersulit perusahaan untuk bersaing. Pedagang bisa merugi jika harga jualnya terlalu rendah. Oleh karena itu, pemilik perusahaan harus memiliki kemampuan untuk menentukan harga jual yang menguntungkan baik penjual maupun pembeli. Harga yang menghasilkan uang bagi produsen dan ekonomis serta efektif bagi pelanggan adalah harga jual yang ideal. Menurut Kotler dan Keller in Sujarweni (2016: 72), harga jual adalah jumlah uang yang dibayar konsumen untuk barang atau jasa sebagai ganti keuntungan dari memiliki atau menggunakan barang tersebut. Supriono, seperti yang disebutkan oleh Waryanto dan Nasrulloh (2014), mengatakan harga jual sebagai harga yang dibayarkan pelaku bisnis kepada klien atau konsumen sebagai bayaran atas penyerahan atau penjualan barang atau jasa.

Pengusaha menggunakan metode *Mark Up Pricing* sebagai salah satu cara untuk menetapkan harga jual suatu barang. Dalam metode ini, mereka

memastikan harga jual dengan menggabungkan semua biaya yang dikeluarkan dan margin yang diinginkan. Metode ini melibatkan perhitungan semua biaya, baik itu biaya produksi maupun non-produksi, serta perkiraan keuntungan, yang umumnya diindikasikan sebagai persentase dari estimasi biaya. Gitosudarmo (2012:268) menyatakan bahwa metode *Mark Up Pricing* memastikan harga jual dengan cara mengalikan biaya dengan margin keuntungan yang diharapkan. Saat menerapkan metode *Mark Up Pricing*, dapat dijumlahkan biaya produksi serta nilai margin. Dari uraian strategi *Mark Up Pricing* terlihat jelas bagaimana pelaku usaha memastikan harga jual dengan tepat, membayar seluruh biaya, dan mengalokasikan margin untuk setiap produk. Oleh karena itu, cara terbaik untuk mengetahui harga jual dan menghitung keuntungan adalah dengan menggunakan metode penetapan harga *Mark Up Pricing*.

Bisnis kuliner muncul dalam berbagai ukuran dan bentuk. Salah satu jenis camilan yang sangat mengenyangkan adalah roti. Mulai dari balita hingga orang tua, roti menjadi salah satu hidangan terpopuler di Indonesia.. Karena inovasi dan kreativitas masyarakat, berbagai jenis roti bisa ditemukan di berbagai daerah di seluruh Indonesia. *Ima Brownies Cake & Shop* adalah salah satu usaha kecil menengah yang berlokasi di Jl. Menteng VII No. 193, Kecamatan Medan Denai, Kota Medan, Sumatera Utara. Industri ini menghasilkan beragam jenis roti, kue, dan *brownies*. *Ima Brownies Cake & Shop* berdiri sejak tahun 2004, namun karena kurangnya pengetahuan dan pemahaman tentang akuntansi biaya, mereka belum menghitung harga pokok dengan benar dalam operasional bisnisnya.

Selama ini *Ima Brownies Cake & Shop* telah menggunakan sistem akuntansi tradisional dan sistem akuntansi dasar untuk menghitung harga jual produknya berdasarkan harga pasar dan bukan berdasarkan biaya yang dikeluarkan. Hal ini memungkinkan penentuan harga jual produk yang kurang tepat dan akurat. Dengan menambahkan margin pada setiap produk sehingga dapat menutupi total biaya, *Ima Brownies Cake & Shop* dapat menentukan harga jual produknya dengan lebih akurat dengan menggunakan metode *Mark Up Pricing*. Hal ini memungkinkan *Ima Brownies Cake & Shop* menetapkan harga yang memaksimalkan keuntungan namun tetap kompetitif di pasar. Selain itu, *Ima Brownies Cake & Shop* akan mendapatkan keuntungan dari fleksibilitas strategi Evaluasi Peningkatan dalam menaikkan biaya dengan mempertimbangkan biaya produksi dan non-produksi, serta kemudahannya untuk memastikan biaya penjualan per unit barang. Adapun beberapa jenis roti dan kue yang menjadi produk terlaris *Ima Brownies Cake & Shop*:

Tabel 1.1. Jenis- Jenis Terlaris Ima *Brownies Cake & Shop*

Keterangan	Harga Jual 2022
Cip Panjang	Rp 30.000
Blondi Besar	Rp 42.000
Sponge B	Rp 32.000
Tawar Petak	Rp 12.000
Tawar Belang	Rp 15.000

Sumber: Ima Brownies Cake & Shop

Persaingan yang ketat pada usaha sejenis menjadi persoalan sangat penting dalam penentuan harga jual produk. Berdasarkan latar belakang diatas menjadi alasan penulis melakukan penelitian yang berjudul “Desain Penetapan Harga Jual Dengan Menggunakan Metode *Mark Up Pricing* Pada Ima *Brownies Cake & Shop*”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah penelitian ini adalah untuk menganalisis Ima *Brownies Cake & Shop* menggunakan metode *Mark Up Pricing* untuk menghitung harga jualnya. Terutama yaitu:

1. Bagaimana penetapan harga jual yang dilakukan Ima *Brownies Cake & Shop*?
2. Bagaimana desain *Mark Up Pricing* dalam penetapan harga jual pada Ima *Brownies Cake & Shop*?
3. Bagaimana perbandingan penetapan harga jual menurut harga pasar & menurut metode *Mark Up Pricing*?

1.3. Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan dari rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis perhitungan harga jual dengan menggunakan metode *Mark Up Pricing* pada Ima *Brownies Cake & Shop*.

1. Untuk memastikan harga jual yang dilakukan Ima *Brownies Cake & Shop*.
2. Untuk desain *Mark Up Pricing* pada Ima *Brownies Cake & Shop*.
3. Untuk membandingkan penetapan harga jual tersebut.

1.4. Kontribusi Tugas Akhir

Kontribusi tugas akhir yang diharapkan mendapat manfaat yaitu:

1. Penelitian ini diharapkan membantu Ima *Brownies Cake & Shop* dalam memecahkan masalah mengenai desain penetapan harga jual dan

menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan oleh Ima *Brownies Cake & Shop*.

2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi untuk meningkatkan kesejahteraan bagi Ima *Brownies Cake & Shop*.
3. Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi Ima *Brownies Cake & Shop* agar mampu beradaptasi serta bersaing terhadap perubahan dan kemajuan industri roti yang semakin berkembang.
4. Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman dan keahlian *Mark Up Pricing* dalam menentukan harga jual pada Ima *Brownies Cake & Shop*.
5. Penelitian ini diharapkan agar Ima *Brownies Cake & Shop* dapat berkembang dan kualitas mutu tetap menjadi acuan utama. Serta bermanfaat bagi pengembangan kelembagaan.