

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dunia usaha memang banyak pilihan, begitu banyak jenis usaha yang dapat dijadikan pilihan ladang pencaharian. Dengan mengetahui gambaran jenis usaha yang ada, akan menambah wawasan tentang dunia usaha. Membandingkan beberapa peluang usaha sangat baik untuk mengukur potensi dan menilai prospek usaha masa depan. Tingginya tingkatan usaha ditentukan berdasarkan jumlah modal yang dibutuhkan usaha tersebut. Menurut tingkatannya usaha dibagi atas usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar.¹

Indonesia sangat kaya baik dari kekayaan alam maupun budayanya. Komoditas produk Negara Indonesia banyak dikenal di mancanegara. Misalnya, *furniture* dan kerajinan. Ada banyak pengusaha asal Indonesia yang menggantungkan hidupnya dari usaha *furniture* dan kerajinan tersebut, baik yang sifatnya lokal maupun yang go internasional. Produk kerajinan sangat banyak manfaatnya. Ada yang digunakan untuk keperluan rumah tangga, ada juga yang hanya sekedar untuk hiasan. Bahkan terkadang menjadi cinderamata hingga menjadi barang yang memiliki *prestise* yang tinggi bagi pemiliknya. Menganalisis peluang usaha pada produk kerajinan dimaksudkan untuk menemukan peluang dan potensi usaha yang tersedia dan berapa lama usaha dapat bertahan. Ancaman dan peluang

¹Wulan Ayodya,,*Mau Kemana Setelah SMK?*, (Jakarta; Erlangga,2013),64

selalu menyertai suatu usaha sehingga penting untuk melihat dan memantau perubahan lingkungan dan kemampuan adaptasi dari suatu usaha sehingga penting untuk melihat dan memantau perubahan lingkungan dan kemampuan adaptasi dari suatu usaha agar dapat tumbuh dan bertahan dalam persaingan. Pemetaan potensi usaha produk kerajinan dapat didasarkan pada ciri khas kerajinan dari setiap daerah. Pemetaan potensi menjadi sangat penting untuk mendorong pertumbuhan dan pemerataan ekonomi daerah. Terdapat beberapa cara atau metode dalam melakukan pemetaan potensi usaha produk kerajinan baik secara kuantitatif maupun kualitatif.²

Pertumbuhan perekonomian saat ini tidak terlepas dari pesatnya pertumbuhan bisnis, baik disektor kecil, menengah dan besar. Hal ini tidak terlepas dari peranan teknologi yang terus berkembang di Indonesia. Perkembangan teknologi menghasilkan sebuah gagasan inovasi yang pada akhirnya dapat mendorong perkembangan didalam dunia bisnis salah satunya adalah kegiatan promosi penjualan. Promosi penjualan merupakan salah satu kekuatan utama didalam dunia bisnis, hal inilah yang menjadi salah satu fokus utama dalam perkembangan teknologi yang diterapkan dunia bisnis. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan penjualan produk.

²Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia.,*Prakarya dan Kewirausahaan*,(Jakarta;Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, 2014),60

Bersamaan dengan pertumbuhan ekonomi dan perkembangan teknologi di kabupaten Jepara yang sebagian besar masyarakatnya berbisnis meubel, maka dunia usahapun mengalami perkembangan yang pesat dengan munculnya berbagai industri meubel yang berusaha menciptakan produk-produk terbaik guna memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Perkembangan pesat dalam dunia usaha meubel juga memberikan gambaran tentang kesejahteraan masyarakat yang semakin meningkat, kesejahteraan yang meningkat ini akan meningkatkan pula daya beli masyarakat dan konsumen.

Tetapi, pada sisi lain perkembangan itu menyebabkan timbulnya persaingan yang semakin ketat pada dunia usaha meubel akhir-akhir ini. industri meubel yang pada mulanya memiliki pangsa pasar yang besar, serta daerah pemasaran yang luas, kini dituntut untuk bekerja lebih efisien dan efektif serta tanggap mengantisipasi pasar yang akan mereka masuki baik pada saat ini maupun pada saat yang akan datang.

Dari sisi pasar, semakin banyaknya konsumen/pelanggan yang berasal dari luar kota, maka pelayanan tidak bisa secara langsung, melainkan melalui komunikasi jarak jauh.

Dalam usaha mempertahankan kelangsungan hidup industri meubel, salah satu persoalan yang cukup penting adalah aspek penjualan, yaitu bagaimana supaya produk meubel dapat terjual dengan cepat dan memberikan kepuasan kepada konsumen. Setiap industri akan menganut sistem penjualan yang berbeda-beda tergantung dari kebutuhan dan besar kecilnya perusahaan tersebut.

Menjual adalah suatu seni untuk meyakinkan, mempengaruhi, atau menggerakkan orang lain agar berpikir dan melakukan sesuatu dilakukan oleh penjual. Seorang penjual memahami arti pengembangan pribadi, kerja sama, dan meningkatkan konsumsi. Keberhasilan lebih ditentukan oleh

nilai kepribadian daripada kecakapan. Proses menjual dimulai dengan menarik perhatian dan membangkitkan keinginan untuk membeli kemudian diakhiri dengan penjualan produk.

Promosi penjualan sangat berpengaruh terhadap usaha suatu industri untuk mencapai volume penjualan yang maksimal, karena meskipun produk yang ditawarkan sudah baik, relatif murah serta mudah untuk diperoleh, jika tidak disertai promosi yang baik, maka tingkat penjualan tidak akan efektif.

Dalam berbagai usaha, penentuan harga barang dan jasa merupakan suatu strategi kunci sebagai akibat dari berbagai hal seperti *deregulasi*, persaingan yang semakin ketat, rendah dan tingginya pertumbuhan ekonomi, dan peluang bagi suatu usaha untuk memantapkan posisinya di pasar. Harga sangat mempengaruhi posisi dan kinerja keuangan, dan juga sangat mempengaruhi posisi dan kinerja merek. Harga menjadi suatu ukuran bagi konsumen tatkala ia mengalami kesulitan dalam menilai mutu produk-produk yang kompleks yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan. Apabila barang yang diinginkan oleh konsumen adalah barang dengan kualitas tinggi atau mutu baik, maka tentunya barang tersebut adalah mahal. Sebaliknya apabila yang diinginkan oleh konsumen adalah barang dengan kualitas biasa-biasa saja atau tidak terlalu baik, maka harga barang tersebut adalah tidak terlalu mahal.

Kesalahan dalam penentuan harga dapat menimbulkan berbagai konsekuensi dan dampaknya berjangkau jauh. Tindakan pentapan harga yang melanggar etika dapat menyebabkan para pelaku usaha tidak disukai oleh para pembeli, bahkan para pembeli dapat melakukan suatu reaksi yang dapat menjatuhkan nama baik pelaku usaha. Apabila kewenangan harga tidak berada pada pelaku usaha melainkan berada pada kebijakan pemerintah, maka penentuan harga yang

tidak diinginkan oleh para pembeli (dalam hal ini sebagian besar masyarakat) bisa mengakibatkan suatu reaksi oleh banyak orang atau kalangan. Reaksi penolakan ini bisa diekspresikan dalam berbagai tindakan-tindakan anarkis atau kekerasan yang melanggar norma atau hukum. Contoh hal ini adalah kebijakan penentuan harga bahan bakar minyak (BBM) yang ditolak oleh sebagian kalangan masyarakat yang mengakibatkan timbulnya gejolak-gejolak demonstrasi-demonstrasi atau unjuk rasa, dan aksi-aksi yang kadang – kadang menjuruskan kepada tindakan anarkis dan pengrusakan.³

Setiap perusahaan menghadapi permasalahan yang berbeda-beda. Dalam penentuan harga jual, ada perusahaan yang tidak menghadapi persoalan apapun. Perusahaan jenis ini membuat produk untuk bersaing dengan perusahaan lain berupa produk sejenis yang telah memiliki harga pasar pasti. Dengan demikian, para pelanggan akan membayar tidak lebih dari harga jual tersebut, sehingga tidak ada alasan bagi perusahaan untuk menentukan harga jual dibawah atau diatas harga pasar tersebut. Dalam kondisi seperti ini, perusahaan cukup menetapkan harga jual produk sebesar harga pasar.⁴

Harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya baik berupa barang maupun jasa. Menetapkan harga terlalu tinggi akan menyebabkan penjualan menurun, namun

³<http://pa-kotabaru.pta-banjarmasin.go.id/www.pta-banjarmasin.net/myfiles/file/asmuni.pdf>, (05-11-2016, jam 10.24)

⁴Krismiaji, *Dasar-Dasar Akuntansi Manajemen*,(Yogyakarta; cet. Pertama, Unit Penerbit dan Percetakan AMP YKPN,2002),353

jika terlalu rendah akan mengurangi keuntungan yang dapat diperoleh organisasi perusahaan.⁵

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Ika Neni Kristanti, salah satu persoalan rumit yang dihadapi oleh manajemen perusahaan adalah menetapkan harga jual produk perusahaan. Harga jual produk perusahaan sangat berpengaruh terhadap keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuan. Harga jual yang terlalu tinggi akan membuat konsumen tidak membeli atau mengurangi jumlah produk perusahaan sehingga perusahaan tidak akan memperoleh pendapatan dan laba yang cukup. Sebaliknya harga jual yang terlalu rendah akan membuat perusahaan tidak mampu mencapai laba usaha yang direncanakan. Karena itu, menetapkan harga jual produk perusahaan pada harga yang tepat sangat penting bagi perusahaan agar tujuan perusahaan secara umum dapat tercapai.⁶

Penentuan harga jual dengan tepat, terlebih dahulu harus diketahui harga pokok produksi (perusahaan manufaktur), karena harga pokok produksi merupakan dasar bagi perusahaan untuk menentukan harga jual. Harga pokok produksi merupakan komponen biaya yang langsung berhubungan dengan produksi. Penetapan harga pokok produksi memegang peranan yang sangat penting pada suatu perusahaan, sebab dari harga pokok dapat dibuat analisa

⁵Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*,(Bandung;edisi ke 5, alfabeta,2002),125

⁶Ika Neni Kristanti, *Analisis Penetapan Harga Jual Dengan Metode Cost Plus Dan Metode Tingkat Pengembalian Atas Modal Yang Digunakan Pada Toko Mebel Lestari Pejagoan*, (Jurnal Fokus Bisnis; Vol.12 No.02 Desember,2013),83-84

rencana dan kekuatan pemasaran, penentuan harga jual dan sebagai perencanaan laba perusahaan.⁷

Secara teoritik kebijaksanaan yang ditempuh oleh setiap wiraniaga untuk menjual hasil produksinya adalah promosi secara tradisional. Industri meubel yang masih menganut sistem penjualan secara tradisional, umumnya perusahaan-perusahaan tersebut adalah perusahaan lama atau senior yang masih mempertahankan penjualan dengan cara promosi dari mulut ke mulut secara langsung sehingga pelanggan satu akan menarik pelanggan lainnya, dan pembeli akan datang langsung ke toko untuk melihat produknya secara langsung, sehingga terjadi keterbukaan antara penjual dan pembeli, yang berarti pembeli dapat mengetahui kelebihan dan kelemahan produk yang akan dibeli. Jika terjadi transaksi jual beli, maka terjadi jual beli yang obyektif.

Dari semua hal yang diharapkan promosi penjualan, perlu pula dipertimbangkan apakah biaya yang dikeluarkan dapat memberikan pengaruh yang besar terhadap peningkatan penjualan dan sampai sejauh mana promosi penjualan itu dapat menarik konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan.

Industri meubel yang ada di kabupaten Jepara yang bergerak dalam pembuatan produk meubel berusaha untuk mempertahankan pangsa pasarnya sehingga produk yang dipasarkannya dapat terus dipertahankan bahkan ditingkatkan.

Pada penelitian ini, akan difokuskan pada CV. Wira Swasta Agung dan CV.Orchard Collection. Adapun produk-produk yang dihasilkan oleh keduanya diantaranya adalah kursi, meja, almari, hiasan dinding, dan lain sebagainya. Kesamaan produk yang dihasilkan oleh kedua industri tersebut

⁷Chistanti, Harijanto, Treesje Runtu, *Penentuan Harga Jual Produk Dengan Menggunakan Metode Cost Plus Pricing Pada UD.SINAR SAKTI*,(jurnal EMBA;vol.2 No.3 September,2014),209

membuat persaingan yang ketat antar keduanya untuk memperoleh pelanggan sebanyak-banyaknya.

Berikut ini tabel perbedaan penjualan produk meubel di CV. Wira Swasta Agung dan di CV. Orchard Collection pada periode 2015:

Harga penjualan produk meubel di CV. Wira Swasta Agung pada periode 2015 adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1
Produk Meubel CV. Wira Swasta Agung

Produk Meubel	Biaya perunit	Jumlah Produk Yang Di Produksi	Laba yang diharapkan	Biaya lain-lain
Kursi	660.000	240	2.150.000	500.000
Meja	450.000	192	1.750.000	325.000
Almari	1.700.000	96	2.750.000	900.000
Hiasan dinding	150.000	192	325.000	100.000

***Data jumlah produk dan harga jual produk meubel per tahunnya**

***harga per unit/set dikali total produk sama dengan total harga**

Sedangkan harga penjualan produk meubel di CV. Orchard Collection pada periode 2015 adalah sebagai berikut:

Tabel 1.2
Produk Meubel CV. Orchard Collection

Produk Meubel	Biaya perunit	Jumlah produk yang diproduksi	Laba yang diharapkan	Biaya lain-lain
Kursi	640.000	240	2.000.000	450.000
Meja	420.000	192	1.500.000	300.000
Almari	1.500.000	96	2.250.000	850.000
Hiasan dinding	120.000	192	300.000	90.000

***Data jumlah produk dan harga jual produk meubel per tahunnya**

***harga per unit/set dikali total produk sama dengan total harga**

Pada penelitian ini, CV. Wira Swasta Agung dan CV. Orchard Collection. Kedua industri meubel tersebut merukan industri meubel yang baru berdiri, dimana CV. Wira Swasta agung berdiri pada tahun 2011 di desa Rengging Rt 04/Rw 01 Kecamatan Pecangaan Kabupaten Jepara, dimana produk meubel yang diproduksi di CV. Wira Swasta Agung yaitu berupa furniture yang mana bahan baku menggunakan kayu jati. ukiran furniture meubel dengan motif ukir kayu yang indah dan menarik dapat menambah nilai bagi furniture meubel tersebut yang dibedakan melalui motifnya. Teknik produksi yang dilakukan masih secara manual dengan mengandalkan buatan tangan (*Handmade*), sehingga nilai artistiknya tinggi. Promosi gencar dilakukan oleh CV. Wira Swasta Agung, agar memikat para konsumen.

CV. Orchard Collection, dari segi produksi tidak berbeda dengan CV. Wira Swasta Agung baik dari bahan dengan kayu jati asli, proses pembuatan dan motif ukir kayu yang sama seperti yang lain, dimana ukiran kayu yang masih buatan tangan di jepara mempunyai nilai seni yang sangat tinggi. CV. Orchard Collection juga gencar melakukan promosi untuk menarik minat konsumen.

Kedua industri ini merupakan industri meubel yang tergolong baru berdiri dikawasan sentra meubel, dimana tingkat produksi furniture meubel keduanya sama, teknik dan jenis produk meubel yang dibuat juga sama. Serta kualitas yang hampir sama, tapi harga jual produk meubel pada kedua CV ini berbeda. Padahal teknik produksi, kualitas yang hampir sama.

Dari permasalahan tersebut, peneliti ingin mengetahui **“Analisis Perbandingan Penetapan Harga Penjualan Produk Meubel Tradisional antara CV. Wira Swasta Agung dengan CV. Orchard Collection di Desa Rengging Kecamatan Pecangaan Kabupaten Jepara”**

B. Fokus Penelitian

Agar hasil penelitian lebih terarah dan tepat pada sasaran, serta tidak keluar dari pembahasan, maka penelitian ini dibatasi pada hal-hal yang berkaitan dengan permasalahan secara lebih spesifik, dalam penelitian ini masalah dibatasi pada analisis perbandingan harga penjualan tradisional antara CV. Wira Swasta Agung dengan CV. Orchard Collection di desa Rengging, kecamatan Pecangaan, kabupaten Jepara.

C. Rumusan Masalah

Berangkat dari deskripsi latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka muncul beberapa pokok permasalahan yang hendak dikaji antara lain:

1. Bagaimana penetapan harga penjualan produk meubel CV. Wira Swasta Agung di Desa Rengging, Kecamatan Pecangaan Kabupaten Jepara?
2. Bagaimana penetapan harga penjualan produk meubel CV. Orchard Collection di Desa Rengging, Kecamatan Pecangaan Kabupaten Jepara?
3. Bagaimana peningkatan penjualan produk meubel tradisional antara CV. Wira Swasta Agung dengan CV. Orchard Collection di Desa Rengging, Kecamatan Pecangaan Kabupaten Jepara?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis penetapan harga penjualan produk meubel di CV. Wira Swasta Agung Desa Rengging, Kecamatan Pecangaan Kabupaten Jepara.
2. Untuk menganalisis penetapan harga penjualan produk meubel di CV. Orchard Collection Desa Rengging, Kecamatan Pecangaan Kabupaten Jepara.
3. Untuk menganalisis perbandingan harga penjualan produk meubel secara tradisional antara CV. Wira Swasta Agung dengan CV. Orchard Collection di Desa Rengging, Kecamatan Pecangaan Kabupaten Jepara.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan oleh penulis dalam melakukan penelitian ini, antara lain, yaitu :

1. Manfaat Teoritis

a. Bagi Peneliti dan Akademis

Penelitian ini sebagai bahan masukan dan menambah pengetahuan tentang keefektifan penjualan produk meubel secara tradisional di Jepara ditinjau dari segi keuntungan. Penelitian ini juga bermanfaat dalam pengimplementasian teori-teori yang telah dipelajari oleh peneliti selama perkuliahan.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dan informasi bagi peneliti selanjutnya dalam hal sistem penjualan tradisional yang benar dan menguntungkan.

2. Manfaat Praktis

Dapat memberikan masukan kepada CV. Wira Swasta Agung dan CV. Orchard Collection di Desa Rengging, Kecamatan Pecangaan, Kab.Jepara dalam melakukan penjualan agar tidak terjadi kerugian dan saling mendapatkan keuntungan demi menciptakan kemaslahatan bagi masyarakat setempat.

F. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika yang dimaksud disini adalah penempatan unsure-unsur permasalahan dan urutannya di dalam skripsi sehingga membentuk satu kesatuan karangan ilmiah yang tersusun rapi dan logis.

Sistematika ini digunakan sebagai gambaran yang akan menjadi pembahasan dan penelitian sehingga dapat memudahkan bagi pembaca. maka dapat di susun sistematika sebagai berikut :

1. Bagian Awal

Dalam bagian ini terdiri dari halaman judul, halaman motto, halaman nota persetujuan pembimbing, halaman kata pengantar, halaman daftar isi dan abstrak.

2. Bagian Isi

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menggambarkan mengenai latar belakang masalah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Bab ini berisi deskripsi pustaka yang dibutuhkan dalam menunjang penelitian dan konsep yang relevan untuk membahas permasalahan yang telah dirumuskan dalam penelitian ini, tinjauan atas penelitian terdahulu dan kerangka berfikir.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang metode penelitian yang terdiri dari jenis penelitian, pendekatan penelitian, sumber data, lokasi penelitian, teknik pengumpulan data, uji keabsahan data dan analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS

Bab ini menjelaskan mengenai berupa hasil pengamatan dan pembahasan yang terdiri dari gambaran umum obyek penelitian, hasil penelitian, pembahasan dan analisis data.

BAB V : KESIMPULAN DAN PENUTUP

Bab terakhir ini berisi mengenai kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan dan saran-saran yang berhubungan dengan penelitian serupa dimasa yang akan datang.

3. Bagian Akhir

Dalam bagian berisi tentang daftar pustaka, daftar riwayat pendidikan penulis dan lampiran-lampiran.

Demikian sistematika penulisan skripsi yang penulis ajukan dengan harapan dapat terhindar dari kemungkinan terjadinya kesalahan dalam penyusunan sub bab yang tertera dalam skripsi ini.

