

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Dunia perdagangan menjadi salah satu aspek yang sangat berkembang saat ini. Banyak pihak lebih cenderung mengarahkan perhatiannya pada sektor perdagangan. Perdagangan merupakan suatu proses jual beli suatu barang dan jasa yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih untuk memperoleh keuntungan.

Kota Kupang sebagai Kota Provinsi Nusa Tenggara Timur yang memiliki aktivitas perdagangan lebih sibuk dari wilayah lain di provinsi ini. Meningkatnya kegiatan perdagangan di Kota Kupang mengindikasikan tingkat kesejahteraan masyarakat dari segi ekonomi. Pemerintah terus berupaya membangun perekonomiannya dengan meningkatkan perkembangan usaha mikro, kecil dan menengah.

Industri Mebel merupakan salah satu UMKM yang didalamnya terdapat kegiatan perdagangan. Mebel merupakan salah satu produk industri kerajinan tangan yang mempunyai peran cukup penting dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Industri Mebel atau Furniture adalah sebuah perusahaan yang mengolah bahan baku atau bahan setengah jadi dari kayu, rotan, dan bahan baku lainnya menjadi produk yang bernilai ekonomis dan mempunyai nilai tambah.

Tabel 1.1  
Penyebaran Industri Mebel Menurut Kecamatan Di Kota Kupang 2020

No	Kecamatan	Jumlah Perusahaan (Unit)
1	Kelapa lima	83
2	Kota lama	8
3	Kota raja	30
4	Maulafa	42
5	Oebobo	62
6	Alak	50
Total		275

Sumber: Dinas Perdagangan Kota Kupang, 2023

Jumlah industri mebel yang berkembang di Kota Kupang cukup banyak yakni sebanyak 275 unit yang diharapkan memberikan sumbangsi terhadap peningkatan pendapatan daerah. permasalahan yang sering muncul bagi pengusaha mebel adalah sanggupkah mereka dapat bersaing dengan produk luar NTT baik harga maupun kualitas. Industri mebel atau furniture dituntut untuk mampu bersaing dengan industri mebel lainnya, baik dengan industri lokal maupun internasional.

Perlu perencanaan kebijaksanaan pembangunan sektor Industri kecil, seperti industri mebel, guna meningkatkan produksi dan mutu produk untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, hal ini dapat berdampak pada meningkatnya pendapatan, memperluas lapangan kerja serta kesempatan berusaha dalam menunjang pembangunan daerah (Miller dan Miners, 2011:65). Banyak masalah yang ditemukan dilapangan bahwa produk yang dipasarkan atau dijual tidak memenuhi standar konsumen sehingga berdampak pada penentuan harga jual yang sangat jauh dari keuntungan real. Harga sendiri merupakan suatu permainan dalam pemasaran, apabila harga yang ditetapkan oleh penjual terlalu tinggi maka harga tersebut tidak mampu terjangkau oleh konsumen, akhirnya kan berdampak

pada lesu atau menurunnya pemasaran suatu produk di perusahaan tersebut. Sebaliknya ketika harga yang ditetapkan oleh perusahaan terlalu rendah maka akan berdampak pada rendahnya tingkat profitabilitas serta konsumen menganggap barang yang ditawarkan dengan harga rendah tersebut merupakan barang lama atau barang yang kualitasnya buruk. Karena harga dari suatu barang itu dapat mencerminkan kualitas yang dimilikinya.

Penentuan harga jual produk industri mebel dapat dilakukan dengan menggunakan metode *marginal cost pricing*. Harga Biaya Marginal (*marginal cost pricing*) yaitu metode penentuan harga berdasarkan biaya produksi yang dibutuhkan suatu produk untuk mencapai titik impas atau mencapai target laba yang telah ditentukan. Penggunaan metode ini karena dinilai paling efisien karena mengacu pada harga yang berlaku di pasaran.

(Britannica, 2020) mengemukakan bahwa Penetapan harga biaya marjinal adalah praktik menetapkan harga suatu produk pada atau sedikit di atas biaya variabel untuk memproduksinya. Pendekatan ini biasanya berkaitan dengan situasi penetapan harga jangka pendek. Situasi ini biasanya muncul dalam salah satu kondisi berikut: (1) Perusahaan memiliki sejumlah kecil sisa kapasitas produksi yang tidak terpakai yang ingin digunakan, (2) Perusahaan tidak dapat menjual dengan harga yang lebih tinggi. Selanjutnya Kammarudin (2013:174) menyatakan bahwa antara pendekatan full costing dan variable costing terdapat perbedaan mengenai konsep langsung dan tidak langsungnya biaya dengan volume.

Kegiatan penentuan harga (*pricing*) memainkan peranan penting dalam proses bauran pemasaran, karena penentuan harga terkait langsung nantinya dengan pendapatan yang diterima oleh perusahaan. Keputusan penentuan harga juga sedemikian penting dalam menentukan seberapa jauh sebuah produk dinilai oleh konsumen, dan sebagai proses membangun citra perusahaan. Penentuan harga juga memberikan persepsi tertentu dalam hal kualitas (Lupiyoadi, 2013:136). Penggunaan metode ini dapat menjadi acuan kepada pemilik usaha, dimana penetapan harga pokok penjualan suatu produk mebel ditambah margin tertentu sehingga menghasilkan keuntungan yang seimbang. Selanjutnya diharapkan metode ini menjadi dasar dalam pengambilan keputusan terkhusus dalam penentuan harga jual produk agar berdaya saing.

Pada penelitian Soel dkk. (2017) dengan judul Penentuan Harga Jual Produk Dengan Menggunakan Metode *Cost Plus Pricing* Pada UD. Sinar Sakti. Hasil penelitian menunjukkan harga jual yang ditetapkan perusahaan lebih tinggi daripada harga jual produk yang dihitung dengan menggunakan metode *cost plus pricing*. Manajemen perusahaan sebaiknya menggunakan metode *cost plus pricing* dalam mengidentifikasi biaya-biaya produksi dan menghitung harga jual produk sehingga harga jual produk yang dicapai dapat bersaing dengan para pesaing yang memiliki usaha sejenis.

Selanjutnya Ibrahim dan Silalahi (2022) melakukan penelitian dengan judul Analisis Penetapan Harga Jual dengan Menggunakan Metode *Cost Plus Pricing* ada CV. Wana Bhakti menentukan harga jual berdasarkan perhitungan perusahaan dan menyesuaikan harga pasar rata-rata tanpa mengetahui apakah harga jual

selama ini ditetapkan sudah tepat atau belum dalam menghasilkan laba yang maksimal. Penelitian ini memberikan hasil adanya selisih harga jual yang ditentukan perusahaan dengan metode *Cost Plus Pricing* yaitu pada bibit durian Rp.530 dan bibit mangga harum manis Rp.800 lebih mahal dibanding harga jual perusahaan. Sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan perusahaan dalam menetapkan harga.

Berdasarkan uraian sebelumnya, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini dengan judul “Analisis Penentuan Harga Produk Industri Mebel Di Kota Kupang Berdasarkan *Marginal Cost Pricing* (Studi Pada Industri Mebel Kota Kupang)”.

## **1.2 Masalah Penelitian**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini dengan judul “Analisis Penentuan Harga Produk Industri Mebel Di Kota Kupang Berdasarkan *Marginal Cost Pricing* (Studi Pada Industri Mebel Kota Kupang)”.

## **1.3 Persoalan Penelitian**

Berdasarkan masalah penelitian diatas, maka yang menjadi persoalan penelitian adalah: Bagaimana penentuan harga berdasarkan *Marginal Cost Pricing*?

## **1.4 Tujuan dan Kemanfaatan Penelitian**

### **a. Tujuan**

Berdasarkan persoalan penelitian diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui cara penentuan harga produk industri mebel berdasarkan *marginal cost pricing*.

### **b. Manfaat**

#### 1) Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran terhadap perusahaan khususnya manajemen industry mebel di Kota Kupang dalam memilih metode penentuan harga jual produk yang tepat.

#### 2) Bagi UKAW

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan bacaan bagi para mahasiswa UKAW serta bahan pertimbangan untuk penelitian atau penulisan skripsi khususnya yang berkaitan dengan penentuan harga produk industry mebel.

#### 3) Bagi Penulis

Dengan penelitian ini, penulis dapat memperluas pengetahuan tentang penentuan harga produk industry mebel dengan cara membandingkan hasil penentuan harga produk dengan industry lain menurut kajian teori.