

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Bisnis *Wedding Organizer* merupakan sebuah bisnis yang menyediakan jasa pelayanan yang bertujuan untuk membantu masyarakat yang ingin melakukan perlehatan pernikahan, dalam perencanaan dan pelaksanaan serangkaian acara pernikahan sesuai dengan jadwal dan budget yang ditetapkan, *wedding organizer* mewujudkan pernikahan yang terkonsep dan terorganisir, tugas utama. Bisnis *Wedding Organizer* ini muncul karna peluang dalam kehidupan modern yang menginginkan kecepatan, kemudahan, dan kepraktisan untuk mengatasi masalah kurangnya waktu bagi masyarakat. Hal ini kemudian membuat banyak orang tertarik untuk menekuninya. Melihat jenis bisnis nya, *Wedding Organizer* dapat dikategorikan ke dalam bisnis jasa. Definisi jasa atau *service* menurut Philip Kotler dan Garry Amstrong (2004: 276) adalah aktivitas atau manfaat yang di tawarkan oleh satu pihak lain yang pada dasarnya tanpa wujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Definisi jasa adalah suatu kegiatan yang memiliki beberapa unsure ketidakberwujudan (*intangibility*) yang melibatkan beberapa interaksi dengan konsumen atau properti dan kepemilikannya dan tidak menghasilkan transfer kepemilikan.

Menurut Nana Herdiana A (2015: 109) secara sederhana mendefinisikan harga adalah sejumlah uang yang digunakan sebagai alat tukar untuk memperoleh suatu barang atau jasa. Adapun menurut Oentoro

(2012) dan Sudaryono (2016: 216) harga adalah suatu nilai tukar yang dapat disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu. Pendapatan atau harga jual ini biasanya di tentukan dengan menghitung biaya dan menambahkan laba yang diinginkan. Pada perusahaan *Wedding Organizer* harga jual sama dengan biaya yang dikeluarkan oleh pasangan untuk menggunakan jasa *wedding organizer*. Indivara (2007: 16) mengungkapkan bahwa biaya yang dikeluarkan untuk menggunakan jasa *Wedding Organizer* sangat beragam, tergantung dari pekerjaan dan tanggung jawab yang mereka lakukan atau jenis jasa yang pasangan akan pakai. Penentuan harga jual adalah unsur terpenting dalam pengambilan suatu keputusan untuk pertumbuhan perusahaan. Perusahaan harus bisa menentukan strategi pemasaran yang tepat agar usahanya dapat bertahan dan tujuan utama dari perusahaan tersebut dapat tercapai. Penentuan harga jual produk dipengaruhi berbagai faktor, diantaranya biaya. Meskipun demikian pengaruh biaya terhadap harga jual tidak dapat diabaikan. Penetapan harga jual yang berorientasi biaya adalah penetapan harga jual dengan menjadikan biaya masa datang sebagai dasar perhitungan, serta dalam jangka panjang harga jual harus cukup untuk menutup biaya produksi dan non produksi. Biaya masa datang yaitu biaya yang diprediksi akan terjadi jika suatu keputusan diambil.

Motif laba menghendaki adanya balas jasa atas pengorbanan-pengorbanan yang telah di keluarkan. Perusahaan harus mengetahui seberapa besar harga jual yang ditentukan dapat memberikan imbalan jasa atas usahanya. Oleh karena itu semua biaya yang telah dipergunakan untuk

memproduksi barang dan jasa harus diketahui agar dapat ditentukan tingkat harga minimalnya atau batas bawah suatu harga jual harus ditentukan. Perusahaan memburuhkan informasi biaya produk dalam penentuan harga jual, walaupun biaya bukan satu-satunya faktor yang harus dipertimbangkan dalam menentukan harga jual. Menentukan harga jual suatu produk (barang atau jasa) merupakan suatu keputusan yang penting. Profit yang diperoleh dari penjualan suatu produk ditentukan dari selisih antara pendapatan dan biaya yang dikeluarkan. Sedangkan pendapatan ditentukan oleh perkalian harga per unit dengan jumlah produk yang dijual. Selain penting dalam menghasilkan profit, harga merupakan hal yang diperhatikan konsumen saat melakukan pembelian. Secara umum, harga mempresentasikan besarnya *resource* yang dibutuhkan untuk membuat suatu produk dan besarnya laba yang diinginkan. Untuk itu, harga jual tentu harus mampu mengganti biaya yang dikeluarkan untuk membuat suatu produk.

Keputusan terhadap penentuan harga jual merupakan suatu fungsi manajer yang penting, karena keputusan penentuan harga jual dinyatakan dengan sikap manajemen terhadap penentuan harga jual produk atau jasa. Keputusan tersebut tidak menentukan harga jual, namun menetapkan faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dan aturan dasar yang perlu diikuti dalam penentuan harga jual. Keputusan penentuan harga jual merupakan penentuan harga produk dan jasa pada suatu organisasi yang selalu dibuat untuk jangka pendek. Keputusan ini seringkali dipengaruhi dengan kebijakan penentuan harga jual, pemanfaatan kapasitas, dan tujuan organisasi. Oleh karena itu, dalam menentukan harga jual tidak dapat dilaksanakan sekali saja akan tetapi harus terus dievaluasi dan disesuaikan terhadap keadaan yang sedang

dihadapi perusahaan. Menurut Slamet Sugiri (2015:164) definisi harga jual adalah biaya atau *cost* ditambah dengan *markup* sebesar presentase tertentu dari biaya tersebut. Hal ini juga berlaku pada usaha jasa, seperti *wedding organizer*.

Batasan kerja *wedding Organizer* di atas, digunakan sebagai patokan penentuan harga konsumen. Semakin berat tugas yang diberikan, maka semakin besar biayanya. Beberapa kalangan berfikir menggunakan jasa *wedding organizer* sangat mahal, oleh karena itu mereka harus menyiapkan dana khusus untuk membayarnya. Hal ini terjadi produk yang berupa jasa baru bisa di lihat dan dirasakan ketika proses pekerjaannya sedang berlangsung atau bahkan selesai dilakukan, apalagi untuk bisnis jasa *wedding Organizer*. Calon pengantin dan keluarga juga cenderung membandingkan harga sebelum mereka memutuskan untuk memilih menggunakan jasa *wedding Organizer*. Penelitian ini didasarkan pada beberapa penelitian terdahulu dan sangat penting untuk diungkapkan karena digunakan sebagai sumber acuan dan informasi yang bermanfaat bagi penelitian ini. Hasil pengumpulan data ini yaitu bersifat kualitatif yang diadakan penelitian lapangan langsung kepada objek penelitian yang memiliki hubungan sebagai informasi yang dapat dipercaya. Sampel yang digunakan adalah Betha Enterprise Kupang.

Menurut penelitian terdahulu (Neny Fitriyah, 2012) melakukan penelitian ini dapat mengetahui dan mengevaluasi harga jual jasa yang tepat serta perbaikan standar biaya untuk menjelaskan spesifikasi produk jasa yang di produksi pada *wedding organizer*. Pada penelitian (Neny Fitriyah, 2012) menggunakan harga jual pertama adalah eceran atau per *item*, kedua adalah

dalam bentuk paket dan harga yang ditentukan oleh *budget klien*. Menghitung biaya bahan langsung ditentukan dari rata-rata pembelian dan jenis metode ini menggunakan penentuan harga *target pricing* dan *cost plus pricing*. Penelitian sebelumnya menjelaskan tentang penetapan harga produk *wedding organizer* dan juga menjelaskan tentang penetapan harga jual jasa *wedding organizer*. Sedangkan Penelitian (Lilian Yulia Abadi, 2016) penelitian dari Abadi ini bertujuan melakukan evaluasi strategi penetapan harga jual. Penelitian ini menggunakan data-data keuangan dan pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Cara penetapan harga ini dengan kompetitor yang sudah ada atau dengan perhitungan harga pokok produksi.

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Pelanggan *Wedding Organizer* Betha Enterprise**  
**Periode Januari - Desember 2022**

<b>Bulan</b>	<b>Jumlah Tempat (Pelanggan)</b>
Januari	6
Februari	7
Maret	11
April	6
Mei	0
Juni	2
Juli	11
Agustus	7
September	20
Oktober	9
November	5
Desember	5
<b>Jumlah</b>	<b>89</b>

*Sumber: Jasa Wedding Organizer Betha Enterprise, 2023*

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa jumlah pelanggan yang menggunakan jasa *wedding organizer* Betha Enterprise pada tahun 2022 sebanyak 89 tempat (pelanggan). Dimana pelanggan terbanyak yang menggunakan jasa *wedding organizer* Betha Enterprise adalah pada bulan September sebanyak 20 tempat (pelanggan), dan pada bulan Mei Betha Enterprise sama sekali tidak memiliki job. Selain itu, jasa *wedding organizer* Betha Enterprise tidak hanya melayani pelanggan yang berada dalam kota saja melainkan ada juga yang berasal dari kabupaten-kabupaten yang ada di Nusa Tenggara Timur dengan presentase harga yang berbeda pula tergantung waktu dan jarak yang di tempuh oleh jasa *wedding organizer* Betha Enterprise. Betha Enterprise merupakan suatu pelayanan jasa pernikahan yang ada di kota Kupang yang menyediakan beberapa jenis jasa pernikahan dan paket pernikahan yang masih memesannya secara manual. Betha Enterprise Kupang memiliki berbagai paket harga pernikahan dengan anggaran yang berbeda sesuai dengan tempat atau lokasi acara. Masing-masing besarnya paket anggaran tersebut meliputi dekorasi gedung, *makeup*, foto dan video *shooting*, hiburan (*elektone/akusti/band*), pembawa acara (*MC*), penyanyi, mobil pengantin dan lain sebagainya. Berdasarkan evaluasi terhadap penetapan harga jual jasa *wedding organizer* pada Betha Enterprise Kupang dihasilkan beberapa gambaran kelemahan dalam penetapan harga jual yang dapat menimbulkan kerugian dan kurangnya standar biaya. Oleh karena itu diperlukan metode yang memadai dan untuk menetapkan harga yang tepat serta perbaikan standar biaya untuk menjelaskan spesifikasi produk jasa yang akan diproduksi. Betha Enterprise Kupang menentukan

harga jual berdasarkan harga pasar yang ada dikalangan sesama jasa *wedding organizer*, Betha Enterprise Kupang tidak mengetahui apakah penetapan harga jual yang selama ini diterapkan sudah berjalan dengan baik atau belum.

Hal-hal tersebut yang membuat penulis tertarik untuk menulis penelitian ‘ANALISIS PENETAPAN HARGA JUAL JASA *WEDDING ORGANIZER*’. Dan untuk mendukung penelitian ini penulis memilih Betha Enterprise Kupang sebagai objek yang diteliti.

## **1.2. Masalah Penelitian**

Berdasarkan Latar Belakang di atas, maka masalah dalam penelitian ini adalah “PENETAPAN HARGA JUAL JASA *WEDDING ORGANIZER*” studi pada Betha Enterprise Kupang.

## **1.3. Persoalan Penelitian**

Berdasarkan Masalah Penelitian di atas, maka yang menjadi persoalan penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana penetapan harga jual jasa *wedding organizer* yang diterapkan oleh Betha Enterprise Kupang?

## **1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **a. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan masalah yang dikemukakan di atas, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui penetapan harga jual jasa *wedding organizer* yang diterapkan oleh Betha Enterprise Kupang.

### **b. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Akademis

Secara akademik penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan di Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Artha Wacana Kupang khususnya bagi jalur minat Akuntansi keuangan tentang analisis penetapan harga jual jasa *wedding organizer*.

## 2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini bermanfaat untuk mengetahui bagaimana penetapan harga jual jasa *wedding organizer* yang diterapkan oleh Betha Enterprise Kupang. Dan juga hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan masukan bagi perusahaan dalam mengambil keputusan yang berkaitan dengan penetapan harga jual jasa *wedding organizer*.