

BAB I

AWAL PENCARIAN SEBUAH KEBENARAN

*“Bantinglah otak untuk mencari ilmu sebanyak-banyaknya guna mencari rahasia besar yang terkandung di dalam benda besar yang bernama dunia ini, tetapi pasanglah pelita dalam hati sanubari, yaitu pelita kehidupan jiwa”
Al- Ghazali*

1.1 Refleksi Diri

Ungkapan AL-Ghazali seakan mengingatkan peneliti pada tugas seorang mahasiswa untuk mengetahui rahasia besar yang ada di dunia ini. Berbekal ilmu khususnya akuntansi, hampir setiap saat kata “perusahaan” seakan menjadi makanan sehari-hari di bangku kuliah. Namun ketika mengingat kembali bahwa Al-Ghazali juga menyarankan untuk memasang pelita dalam hati sanubari, terketuk hati ini dan bertanya “apakah ilmu yang peneliti pelajari hanya bermanfaat bagi perusahaan?. Lalu, bagaimana dengan mereka (usaha-usaha kecil) yang secara kasat mata sudah ada di sekitar kehidupan peneliti?. Apakah akuntansi hanya berpihak pada yang “besar dan beruang” ? Bukankah mereka (usaha-usaha kecil) juga membutuhkan?. Bergunakah ilmu akuntansi untuk mereka?”. Pertanyaan-pertanyaan ini belum tentu salah atau benar, karena itulah yang timbul dari hati.

Pertanyaan itu membayangi disetiap sudut pikiran. Sehingga, tergerak hati, pikiran, dan tangan untuk mencari tahu tentang sebuah kebenaran, realita yang terjadi pada usaha-usaha kecil yang masih memiliki nilai kearifan lokal dan tidak diperbudak oleh satu-satunya materi. Melalui sebuah penelitian, dan membuang ilusi sang ego, seperti apa yang di ucapkan oleh Kamayanti (2016) :

“Bantu kami untuk ingat kembali misi akademisi/ ilmuwan bahwa tulisan kami adalah jihad kami untukMU”.

1.2 Latar Belakang

Indonesia memiliki sumber daya manusia (SDM) yang sangat banyak. Sumber daya manusia tersebut tentu menjadi salah satu faktor yang berpengaruh dalam suatu kegiatan ekonomi terutama untuk memenuhi kebutuhan ekonomi dengan bekerja. Adanya sumber daya manusia (SDM) yang kreatif dan berkualitas sangat berpengaruh terhadap berkurangnya tingkat pengangguran di Indonesia. Dengan adanya sumber daya manusia yang kreatif maka secara otomatis akan menjadi jalan untuk mendapatkan penghasilan, yang secara tidak langsung akan meningkatkan perekonomian suatu negara (www.kompasania.com, 10 Oktober 2016).

Salah satu kreativitas usaha yang dilakukan oleh penduduk di Indonesia yaitu usaha rumahan. Usaha rumahan menjadi salah satu alternatif usaha yang kian marak hingga kini. Bekerja kini tidak lagi dimaknai semata hanya bekerja di kantor ataupun pada badan usaha tertentu (www.jurnalasia.com, 6 Juni 2016). Usaha rumahan sendiri adalah rumah tinggal yang merangkap menjadi tempat usaha baik jasa, kantor, hingga perdagangan. Membuka usaha dari rumah sendiri dapat dijadikan jalan sebagai langkah awal untuk menjadi pengusaha. Seperti yang kita ketahui bahwa banyak pengusaha sukses yang memulai usahanya dari rumah (Nurpeni, 2010).

Memiliki usaha rumahan memiliki banyak manfaat, salah satunya kita bisa menghemat investasi tempat usaha. Hal tersebut terjadi karena kita tidak perlu menyewa atau membeli tempat usaha. Meskipun kita harus menyewa rumah, maka rumah tersebut akan semakin produktif karena tidak hanya dijadikan tempat tinggal, namun dapat juga dijadikan ladang usaha (Nurpeni, 2010).

Salah satu usaha rumahan yang menjanjikan adalah usaha produksi roti dan kue, karena roti dan kue merupakan makanan yang digemari masyarakat Indonesia dan tidak akan pernah surut. Potensi industri roti menjanjikan harapan dan peluang besar khususnya di daerah Bangkalan, Madura. Seiring perkembangan zaman, pola makan penduduk di Madura terus bergerak menuju konsumtif. Bahkan tidak hanya itu, budaya sarapan yang identik dengan makan nasi, kini berangsur-angsur berubah. Pergeseran zaman bahkan sudah membawa tingkat kesibukan masyarakat terus meningkat. Masyarakat mulai berfikir untuk mencari hal-hal yang praktis, termasuk untuk konsumsi. Salah satu alternatif yang dapat dilakukan yaitu dengan mengonsumsi makanan cepat saji tanpa mengenyampingkan nilai gizi dari makanan tersebut (e Paper Koran Madura, 27 Januari 2014).

Kondisi inilah yang dilihat oleh beberapa orang hingga mendatangkan kesempatan yang sangat besar bagi masyarakat yang memiliki kemampuan dalam membuat roti dan kue. Usaha rumahan ini akan memberikan keuntungan yang besar apabila dilakukan dengan perhitungan usaha yang tepat (peluangusaharumahan.info, 2017).

Fenomena usaha rumahan dengan perhitungan harga jual hasil produknya tentu menjadi hal yang tidak dapat dipisahkan. Karena sebagian besar usaha rumahan memiliki kegiatan pokok mengolah bahan baku menjadi produk jadi, yang kemudian memasarkan hasil produknya tersebut. Cara penentuan harga dan penanganan masalah harga jual yang digunakan oleh setiap perusahaan tentu memiliki cara yang berbeda-beda. Pada dasarnya penentuan harga di targetkan untuk orientasi laba, orientasi sales, dan orientasi status (Ahmad, 2013: 148). Untuk memperoleh tujuan tersebut maka harus

menambahkan biaya tertentu dengan *mark up* yang sudah ditentukan. Biaya yang dimaksud adalah harga pokok dalam akuntansi manajemen maupun akuntansi biaya.

Literatur lain menyebutkan bahwa menurut teori harga, harga jual terbaik adalah yang dapat memaksimalkan laba. Maksimisasi laba akan terjadi jika pada saat adanya perbedaan antara pendapatan total dengan biaya total dengan jumlah yang paling besar (Halim, Supomo, Kusufi, 2014: 133). Hal tersebut juga dipertegas oleh Daljono (2011: 33) yang menyebutkan bahwa sesuai dengan konsep biaya, biaya yang diproduksi merupakan biaya yang diperlukan untuk memproses suatu produk. Dengan demikian maka dalam menentukan harga pokok produk, sama halnya dengan menentukan berapa biaya yang sudah diserap oleh produk tersebut. Harga pokok produk sendiri masih dibedakan menjadi harga pokok proses dan harga pokok pesanan (Mulyadi, 2012: 24)

Beralih dari teori-teori tersebut, maka banyak penelitian yang meneliti tentang penentuan harga jual. Penelitian tersebut diantaranya pernah dilakukan oleh Moray (2014), ia meneliti tentang penentuan harga jual pada salah satu usaha roti yaitu UD *Gladys Bakery*, dalam penelitian tersebut diungkapkan bahwa harga jual menggunakan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing* adalah cara yang dapat digunakan oleh UD *Gladys Bakery* dalam menghitung harga jual sehingga harga jualnya tersebut dapat bersaing dengan produk sejenis yang ada dipasaran. Penelitian senada juga dilakukan oleh Lestari (2014) yaitu Evaluasi Penetapan Harga Pokok Produk Roti pada UKM Saudara di Banyumik. Penelitian ini mengungkapkan bahwa Usaha Saudara menerapkan perhitungan harga pokok produksi yang masih sederhana, dan berdasarkan hasil perhitungan sederhananya, harga pokok produksi yang

didapat adalah Rp 8.351.333,00. Namun, ketika peneliti mencoba menerapkan metode *full costing*, maka harga pokok produksi yang didapat adalah sebesar Rp 5.796.333,00. Dari angka tersebut terlihat jelas bahwa selisih keduanya sebesar Rp 2.557.000,00. Dari hasil perhitungan tersebut, peneliti berkesimpulan bahwa metode *full costing* lebih menguntungkan daripada metode perusahaan karena laba yang didapat lebih tinggi, dengan biaya produksi yang lebih rendah.

Selain penetapan harga jual pada usaha kue dan roti, terdapat pula peneliti yang meneliti tentang harga jual pada usaha-usaha lainnya. Penelitian ini dilakukan oleh Sulpa (2014), ia meneliti tentang Proses Penentuan Harga Jual pada Rumah Makan Citra Minang di Makassar. Dalam penelitiannya tersebut ditemukan bahwa penentuan harga jual yang diterapkan oleh rumah makan tersebut hanya berdasarkan unsur biaya bahan baku utama saja yaitu lauk, dan metode tersebut menghasilkan harga jual Rp 16.000. Namun ketika dihitung menggunakan metode *cost plus pricing*, harga jual yang didapatkan yaitu Rp 17.000, hal tersebut sesuai dengan keinginan perusahaan yang menetapkan *mark-up* sebesar 60%. Soei (2014) juga meneliti tentang Penentuan Harga Jual Produk dengan Menggunakan Metode *Cost Plus Pricing* pada UD. Sinar Sakti. Dalam penelitian ini diungkapkan bahwa UD. Sinar Sakti menggunakan metode harga jual yang diterapkan oleh produsen, dimana harga jual mengikuti harga pasar yang telah ditetapkan oleh usaha dagang sejenis lainnya. Manajemen tidak memperhitungkan semua komponen biaya produksi sehingga harga jual yang ditetapkan perusahaan lebih tinggi daripada harga jual yang dihitung berdasarkan *Cost Plus Pricing*.

Hal tersebut memberikan pemahaman bahwa dalam penentuan harga jual hanya terbelenggu oleh nilai-nilai kuantitatif yang dianggap lebih rasional

dalam menciptakan keuntungan berupa materi (Amaliah, 2016). Sesuatu yang didominasi oleh pola pikir kapitalisme akan menempatkan materi sebagai alat dan tujuan utamanya dalam beroperasi, sehingga fokus dari kegiatan usahanya hanya meningkatkan pendapatan dan meminimalisasi biaya apapun konsekuensinya, karena hanya itu tujuan dari bisnisnya (Efferin, 2016: 12)

Di sisi lain, tidak semua usaha hanya mementingkan materi sebagai tujuan awalnya. Hal ini terlihat dalam pergerakan penelitian harga yang awalnya didasarkan pada aspek-aspek kuantitatif, kini mengalami pergeseran. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Zalshabila (2012), ia meneliti tentang harga pokok produksi pada pedagang bakso di Kota Malang, dari hasil penelitian tersebut, ia menemukan bahwa ternyata penentuan harga jual tidak terefleksikan dari harga pokok produksi, namun ada nilai-nilai lain yaitu *tepo seliro, mangan ora mangan sing penting ngumpul, dan nerimo ing pandum*. Penelitian senada juga dilakukan oleh Amaliah (2016), ia meneliti tentang bagaimana penetapan harga yang diimplementasikan oleh masyarakat transmigran Bali di Bolaang Mongondow. Dari penelitian tersebut ia menemukan bahwa dalam penetapan harga jual, selain untuk memperoleh keuntungan, ternyata terdapat nilai budaya *Tri Hita Karana* yang merefleksikan bahwa adanya nilai ketundukan kepada Sang Pencipta, pelestarian lingkungan, dan gotong-royong.

Amaliah (2014) juga meneliti tentang konsep harga jual berbasis nilai-nilai komunitas Papalele masyarakat Maluku. Hasil penelitiannya menemukan bahwa dalam penetapan harga jual yang dilakukan oleh komunitas Papalele dalam kesehariannya yaitu terkandung nilai *pela* (gandong). Dalam nilai *pela* (gandong) tersebut terdapat nilai operasional yang melengkapi yaitu nilai kejujuran, keadilan, cinta kasih dan kepercayaan. Nilai-nilai tersebut menggambarkan

bahwa dalam penetapan harga tidak semata-mata pada nilai materi, namun terdapat nilai non materi didalamnya.

Penelitian mengenai harga jual juga dilakukan oleh Alimuddin (2011) berdasarkan pada keyakinan (islam), ia meneliti tentang konsep harga jual yang islami. Penelitiannya menemukan bahwa sebenarnya tidak ada gunanya menetapkan harga jual karena yang menentukan kualifikasi pembeli adalah Sang Maha Pemberi Rezeki. Jika pembelinya berasal dari kalangan yang mampu dan memiliki kepribadian yang baik maka kemungkinan besar akan membayar sama atau bahkan lebih besar dari harga jual yang berlaku umum. Penetapan harga jual semacam ini disebut *pricing by buyers*. Konsekuensi dari penetapan harga jual ini adalah adanya keikhlasan menerima hasil penjualan berapapun nilainya. Konsep harga jual tersebut tidak dikenal dalam harga jual konvensional namun dalam kehidupan sehari-hari masih ditemukan.

Dari penelitian tersebut, peneliti memandang bahwa ternyata penentuan harga jual tidak selalu berupa materi. Pernyataan peneliti tersebut didukung oleh Efferin (2016: 15) yang menyatakan bahwa usaha yang dijalankan berdasarkan spiritual memiliki tujuan utama dan niat luhur yang melampaui kesuksesan materi sebagai landasan operasinya. Tujuan tersebut termasuk memberikan kebahagiaan kepada seluruh *stakeholders* (investor, karyawan, pelanggan, lingkungan, dan masyarakat), menciptakan keselarasan dengan alam, serta menanamkan etika berbasis nilai-nilai kebaikan yang universal transendental dalam diri setiap anggotanya.

Berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya, peneliti tertarik untuk meneliti harga jual roti dan kue di Madura yaitu usaha rumahan roti dan kue, karena pada dasarnya orang Madura memiliki sifat pembawaan *June/*

(berkewirausahaan) dan memiliki dasar ciri-ciri keindustrian (Rifai, 2007: 226). Penelitian ini berangkat dari praktik bisnis pada Usaha Rumahan Roti dan Kue Hj. Rohimah serta Usaha Rumahan Roti dan Kue Hatimah. Kedua usaha rumahan tersebut memiliki keunikan tersendiri karena selain tempatnya yang bersebelahan atau berada pada satu halaman, keduanya merasa tidak terdapat persaingan dalam menjalani usahanya. keduanya memiliki keunikan dalam penentuan harga jual roti dan kue, namun harga jual yang dipatok oleh mereka tidak merusak nilai pasaran roti dan kue. Selain itu, usaha rumahan tersebut masih mengedepankan nilai-nilai kearifan lokal dalam penetapan harga jualnya tersebut.

Dari Fenomena-fenomena tersebut, peneliti ingin mengetahui sebenarnya pendekatan apa yang digunakan oleh Pemilik Usaha Rumahan Roti dan Kue Hj. Rohimah serta Usaha Rumahan Roti dan Kue Hatimah? Serta, nilai-nilai yang seperti apakah yang selama ini diterapkan dalam memahami dan menentukan harga? Hal tersebut yang kemudian menggelitik rasa ingin tahu untuk mengeksplorasi sesuatu di balik penentuan harga roti dan kue tersebut.

1.3 Rumusan Masalah

Berangkat dari rasa keingintahuan peneliti terhadap praktik penentuan harga jual yang syarat akan nilai budaya, maka yang menjadi rumusan masalah bagi peneliti adalah bagaimana konsep harga jual yang diterapkan dalam Usaha Rumahan Roti dan Kue di Madura?. Dari pertanyaan pertama tersebut, maka muncul pertanyaan selanjutnya yaitu nilai-nilai apakah yang tersirat dalam penentuan harga jual dalam Usaha Rumahan tersebut?

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mencari informasi- informasi terbaru terkait tentang penentuan harga jual karena semakin maraknya bisnis yang hanya berorientasi pada laba. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk membuka hati para pembisnis, calon pembisnis termasuk mahasiswa bahwa dalam penentuan harga jual masih mementingkan nilai-nilai lain selain laba.

1.5 Kontribusi Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yaitu: *pertama*, kontribusi teoritis; secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dengan cara memberikan bukti bagaimana keunikan penentuan harga jual dapat terjadi dalam suatu usaha. Kemudian, dari fakta yang terjadi di lapangan tersebut, kemudian kesadaran para aktor dirasa perlu untuk digali lebih dalam guna mengetahui alasan-alasan apa saja yang mendasari perilaku mereka, sehingga menerapkan harga jual yang unik. Penggalan kesadaran terdalam aktor dalam praktik penentuan harga jual masih jarang dilakukan, terutama jika diekstensikan dengan nilai-nilai budaya. Setelah praktik penentuan harga jual yang terjadi diekstensikan dengan nilai-nilai budaya Madura, maka dapat diketahui bahwa dalam penentuan harga jual tidak hanya mementingkan laba sebagai tujuan awal, namun juga terdapat nilai-nilai budaya yang mempengaruhi.

Kedua, Kontribusi kebijakan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi kepada semua pihak terutama pemilik usaha rumahan dalam menerapkan harga jual sehingga dapat dijadikan alternatif dalam penentuan harga. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai suatu bentuk ikhtiar untuk memberikan pencerahan bahwa tujuan dalam penentuan harga jual tidak

hanya semata-mata dilihat dari besarnya laba yang dihasilkan, namun dari harga jual tersebutlah pemilik tidak hanya mendapatkan keuntungan berupa materi, namun juga dapat mempererat interaksi sosial diantara para *stakeholder*, serta menjadikannya sebagai bagian dari ibadah.

Ketiga, memberikan kontribusi metodologi penelitian. Penggalan kesadaran terdalam para aktor pada penelitian ini berangkat dari fenomenologi *trancendental*. Penggalan kesadaran melalui fenomenologi murni ini hanya akan melahirkan kesadaran berdasarkan pada pemahaman para aktor itu sendiri, sehingga tidak ada nilai yang dapat dijadikan rujukan mengenai kesadaran terdalam yang menjadi alasan aktor menerapkan penentuan harga jual. Padahal, kesadaran terdalam para aktor tersebut sedikit banyak dipengaruhi oleh nilai-nilai budaya dalam lingkup dimana ia tinggal yang selama ini dianut dan diyakini. Pentingnya mengenai persoalan tersebut, maka lahirlah metodologi penelitian yang peneliti istilahkan sebagai metodologi *fenomadurologi*. Metode ini diperlukan guna mengeksplorasi kesadaran terdalam para aktor yang kemudian diekstensikan dengan nilai-nilai budaya khususnya nilai budaya Madura.