

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ilmu akuntansi merupakan ilmu yang bisa dipelajari di dunia pendidikan seperti SMA/SMK dan perguruan tinggi, tetapi tidak menutup kemungkinan bisa dipelajari di luar dunia pendidikan sesuai dengan pemahaman masing-masing. Ilmu akuntansi bisa berlaku di semua kalangan tetapi penerapannya berbeda dan sesuai dengan kepentingan masing-masing. Akuntansi merupakan sebagai *sains*, *art*, dan *technology*. Akuntansi sebagai *sains* merupakan proses yang dilakukan untuk menghasilkan sebuah laporan akuntansi dengan memperhatikan standar dan prinsip-prinsip yang berlaku. Akuntansi sebagai *art* merupakan proses untuk menyajikan laporan akuntansi dengan cara kreatif dan imajinatif. Akuntansi sebagai *technology* merupakan proses penyajian laporan akuntansi berupa informasi keuangan kuantitatif, ditujukan kepada pihak yang berkepentingan sebagai acuan atau dasar untuk mengambil sebuah keputusan ekonomi.

Mencatat angka se kreatif mungkin dengan imajinasi yang berbeda-beda merupakan keanekaragaman akuntansi tanpa harus selalu menggunakan rumus-rumus yang dipelajari di dunia pendidikan, akan tetapi ada akuntansi lain agar bisa dan mudah dipahami oleh masing-masing orang dengan kemampuan yang berbeda-beda. Peneliti mencoba untuk mencari tahu keanekaragaman ilmu akuntansi baru serta penerapannya di kehidupan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan informasi dan pengetahuan dengan mengikuti etika yang berlaku. Peneliti berfokus kepada pemicu penentuan harga jasa video *cinematic wedding*.

Jasa video *cinematic wedding* merupakan salah satu pekerjaan saat ini diminati oleh para pekerja terutama anak muda. Dalam konteksnya jasa video

cinematic wedding bukanlah jenis pekerjaan yang mudah, tetapi menyenangkan dan penuh tantangan dalam proses pembuatannya. Terdapat beberapa keunikan dalam prosesnya karena mencakup berbagai macam cara, teknis, dan sudut pandang yang berbeda, seperti *documenter*, *human interest*, *potrait*, *macro*, *aerial shot*, *still*, *action*, *landscape*, *low light*, *fashion*, dan lain sebagainya. Beberapa aspek yang telah disebutkan diatas harus terpenuhi secara baik dan benar dalam waktu yang cepat dan tepat, karena beberapa momen tidak bisa diulang. Kreativitas seorang videografer dituntut untuk mengabadikan cerita dan momen yang terjadi saat acara pernikahan berlangsung. Hasil karya harus merangkum dan memuat pesan, cerita, emosional, dan orisinil.

Pengambilan video harus mencakup aspek sinematografi. Sinematografi merupakan teknik pengambilan gambar dan ide cerita sehingga menyampaikan sebuah makna dan cerita melalui rangkaian gambar yang bergerak. Sinematografi memiliki beberapa aspek seperti pembangunan ide, emosi, percakapan, adegan, emosional, *tone* warna, dan berbagai format komunikasi non verbal dan menggabungkannya dalam karya audio visual (Brown, 2012). Teknologi kamera saat ini berkembang sangat pesat sehingga mampu menghasilkan *cinematic look* layaknya seperti film yang biasa kita tonton sehari-hari. Istilah sinematografi biasa digunakan dalam pembuatan film dengan segala macam teknis yang bisa diatur dan direncanakan dengan baik seperti adegan, skenario, dan bisa diulang-ulang hingga mendapatkan hasil yang diharapkan. Sangatlah berbeda dengan video *cinematic wedding*, videografer dituntut dengan baik dan benar untuk menangkap momen yang terjadi saat acara pernikahan berlangsung karena hanya dilakukan hanya sekali sehingga kepekaan dan perasaan yang tepat sangat dibutuhkan. Videografer juga harus peka dalam melihat *moment*, *movement*, *framing*, *lighting*,

positioning, timing, dan aspek lain untuk bisa menghasilkan karya berkelas sehingga jasa video di bidang ini patut dan wajib di apresiasi. Mengingat beberapa hal yang harus dilakukan dalam mengabadikan acara pernikahan, jasa video *cinematic wedding* bukanlah hal yang mahal untuk menyisihkan sebagian dari isi dompet untuk menggunakan jasa ini karena merupakan momen sekali seumur hidup, karya yang dihasilkan akan abadi sepanjang hidup hingga akhir hayat oleh pasangan yang melakukan pernikahan dan bahkan bisa menunjukkan kepada anak-anaknya kelak.

Sejak 5 tahun terakhir teknologi berkembang pesat di Indonesia, pola hidup masyarakat juga mengalami perubahan dengan cepat. Di era digital saat ini, banyak media pembelajaran yang mudah diperoleh dari berbagai macam sumber terpercaya dan tersedia secara gratis tentunya sangat membantu dan mempermudah semua aspek dalam menyelesaikan pekerjaan dengan cepat dan tepat. Perubahan ini tidak bisa ditolak ataupun dibantah, karena perlahan harus dapat menyesuaikan dan beradaptasi agar dapat memanfaatkan dengan sebaik-baiknya. Digitalisasi membuat segalanya lebih mudah, lebih cepat dan tepat. Perkembangan ini dirasakan pula di dunia jasa dokumentasi pernikahan, khususnya di sisi videografi. Pesatnya teknologi membuat para pelaku di bidang ini merasakan dampak yang luar biasa, memudahkan para pekerja untuk melakukan dan menyelesaikan dengan cepat, tepat, dan mudah sehingga banyak sekali anak muda kreatif meminati profesi ini sebagai pekerjaan utama ataupun pekerjaan sampingan, salah satu contoh mahasiswa bertujuan untuk memperoleh uang kuliah atau uang saku sehari-hari tanpa harus merepotkan kedua orang tuanya. Mengapa sangat diminati ?, karena jika dipelajari dan digeluti dengan sungguh-sungguh profesi ini cukup menjanjikan. Tidak dibutuhkan kemampuan

khusus untuk menjadi ahli di bidang ini, cukup mudah dikarenakan banyak hal yang bisa dipelajari dengan mudah dari berbagai macam sumber seperti Instagram dan Youtube. Selain media pembelajaran tersedia secara gratis dan mudah, tersedia pula peralatan dengan harga yang cukup terjangkau untuk menghasilkan karya luar biasa dan berkkelas. Berbagai kemudahan untuk mengasah kemampuan dan peralatan pendukung lainnya bisa didapatkan dengan harga terjangkau sehingga siapapun bisa menjadi ahli dan profesional di bidang jasa ini, tidak heran jika banyak yang menggelutinya.

Permintaan dan penawaran terus meningkat dari hari ke hari. Penawaran yang sangat beragam dari harga, kualitas, fasilitas serta karya yang dihasilkan membuat harga sangat bervariasi. Beberapa vendor penyedia jasa ataupun perseorangan harus bersaing ketat dengan berbagai macam cara untuk mendapatkan *repeat order* secara terus menerus. Para penyedia jasa video *cinematic wedding* menawarkan dan mempromosikan jasanya melalui banyak media sehingga bisa kita jumpai dengan mudah. Untuk menggunakan jasa ini cukup mudah dan murah, dimulai dari harga 1 jutaan hingga 20 juta dan seterusnya, tergantung dari pelayanan dan fasilitas yang diberikan. Banyak sekali pilihan dan penawaran menyesuaikan kebutuhan dan keinginan klien. Walaupun dengan penawaran harga yang sama, biasanya tetap ada perbedaan harga dengan vendor lainnya. Beberapa hal yang membedakan biasanya dari kru yang datang ke lokasi, alat yang digunakan, kualitas yang berbeda, pelayanan, waktu pengerjaan, bahkan waktu-waktu tertentu (promosi), serta beberapa perbedaan lainnya. Penentuan harga jasa video *cinematic wedding* hanya bisa dipahami dan dimengerti dengan mencari tahu *price list* vendor serta bertanya langsung kepada

owner, *founder*, atau departemen yang bertanggung langsung dalam menentukan harga.

Perbedaan antara harga yang ditawarkan dengan teori yang ada menimbulkan keunikan tersendiri. Harga jual didefinisikan sebagai beban yang harus ditanggung oleh pembeli atas pembelian barang atau jasa yang dibebankan oleh suatu unit usaha dalam satuan moneter (Hansen dan Mowen, 2001:633). Menurut Mulyadi di dalam bukunya (2001:78), seluruh biaya yang timbul ditambah dengan laba yang wajar harus bisa dibiayai oleh harga jual. Krismiaji (2002:354) menyatakan usaha untuk menyeimbangkan keinginan untuk mendapatkan manfaat yang besar dari pendapatan yang tinggi dan penurunan volume penjualan jika harga jual lebih mahal kepada konsumen merupakan proses penentuan harga jual. Harga sangat berpengaruh bagi konsumen dalam membuat keputusan atas pembelian suatu produk. Total biaya yang dikeluarkan untuk produksi berupa barang atau jasa selama periode tertentu, adalah harga pokok produksi (Mulyadi, 2015:16).

Kemampuan suatu perusahaan dalam memproduksi suatu barang atau jasa dicerminkan oleh harga pokok produk. Jika biaya produksi tinggi, maka harga pokok produksi tinggi. Sebaliknya, jika biaya produksi rendah, maka harga pokok produksi rendah. Oleh karena itu, ketepatan dalam pengelolaan biaya diperlukan dalam menentukan harga pokok barang atau jasa. Dengan begitu, barang atau jasa yang ditawarkan akan semakin baik dan suatu perusahaan dapat mencapai laba secara optimal. Penentuan harga pokok suatu produk sangat penting karena pembebanan biaya yang tepat dapat menentukan seberapa besar harga pokok yang akan ditentukan untuk bersaing dalam pasar (Imanullah, 2018). Dari penjelasan teori diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa biaya produksi

menentukan besaran harga jual, jika dari biaya produksi lebih tinggi daripada harga jual, maka menimbulkan kerugian. Harga jual harus menutupi seluruh biaya produksi untuk mendapatkan keuntungan sehingga kerugian tidak terjadi.

Adapun penelitian terdahulu yang membahas tentang penentuan harga diantaranya Kosasih (2015), membahas tentang perhitungan harga pokok jasa *laundry* skala mikro, penelitian ini mengungkapkan bahwa usaha *laundry* ini tidak menghitung menggunakan metode *Activity Based Costing (ABC)*, akan tetapi untuk mendapatkan laba, usaha ini hanya menghitung selisih antara biaya yang dikeluarkan dalam periode tertentu dengan uang yang diterima sehingga pemilik usaha tidak mengetahui harga pokok jasa, harga jual, laba, dan efisiensi biaya yang seharusnya dikeluarkan. Prasdika (2017), penelitian ini mengungkap penentuan harga sewa kos-kosan dengan nama kos Putra Mulya, hasil penelitian ini mengungkap bahwa penentuan harga jasa tidak berdasarkan aktivitas usaha yang dilakukan, namun menggunakan metode “perkiraan” dalam menentukan harga sewa per-kamar. Di dalam usaha yang dijalaninya, keuangan juga dipengaruhi budaya gotong-royong dengan menanamkan rasa persaudaraan, dan mengungkap kesadaran bahwa apabila terdapat laba dianggap sebagai rezeki dan apabila mengalami kerugian dimaknai bukan rezeki.

Penelitian lain mengungkapkan dalam penentuan harga juga memasukkan nilai-nilai etika seperti penelitian oleh Rahmadhani (2015), penelitian dilakukan kepada penyedia jasa salon kecantikan yang mengungkap bahwa teori etika untuk menetapkan harga berbeda dengan kejadian di lapangan. Penentuan harga salon sama dengan harga salon lain atau sesuai harga pasar akan tetapi salon ini memasukkan nilai-nilai etika seperti etika kekeluargaan dan pelayanan yang

sempurna sehingga memaksimalkan kualitas dengan mengabaikan faktor-faktor lainnya.

Terdapat juga penelitian yang memasukkan nilai budaya seperti penelitian yang dilakukan oleh Zalshabila (2012), penelitian yang dilakukan kepada pedagang bakso di kota Malang, mengungkapkan bahwa harga jual bakso bukan berdasarkan harga pokok produksi akan tetapi berdasarkan budaya Jawa yang berbunyi "*tepo seliro, mangan ora mangan sing penting ngumpul dan nerimo ing pandu*". Penelitian lain dilakukan oleh Anwar (2011), penelitian ini tentang pedagang tradisional di kota Gorontalo dalam menetapkan harga jual, dalam praktiknya juga memasukkan nilai budaya "*rukuno lo taaliya*" yang berarti rukun jual beli, penelitian ini mengungkap bahwa penetapan harga berdasarkan "*rukuno lo taaliya*", terdapat beberapa nilai di dalamnya, diantaranya kejujuran, saling membantu, ketulusan, kepercayaan dan kasih sayang yang dalam sehingga penetapan harga jual tidak semata-mata berkaitan dengan uang, melainkan terdapat nilai-nilai umum yang diyakini oleh budaya masyarakat setempat.

Perusahaan yang bergerak di penyedia jasa adalah perusahaan dengan aktivitas ekonomi yang berupa jasa mulai dari memproduksi hingga jasa tersebut terjual atau dibeli klien. Jasa yang dihasilkan atau diberikan dalam bentuk pelayanan sesuai keinginan klien. Jasa adalah kegiatan ekonomi yang keluarannya berupa jasa yang diberikan oleh penyedia jasa kepada pengguna jasa atau konsumen. Penyedia jasa video *cinematic wedding* memberikan pelayanan sesuai permintaan konsumen dengan penawaran dan harga yang sangat bervariasi. Selain itu, peralatan dan kemampuan yang dimiliki setiap videografer tentunya berbeda, sehingga terdapat perbedaan setiap videografer dalam menentukan harga pokok jasa. Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu

dan peneliti bersinggungan langsung dengan penyedia jasa video *cinematic wedding*, peneliti terinspirasi dan tertarik melakukan analisa dan mengungkap mengenai hal-hal yang dapat memicu penentuan harga jasa video *cinematic wedding*. Dalam penelitian ini, peneliti berfokus kepada penyedia jasa video *cinematic wedding* di Kota Bangkalan dan di Kota Surabaya.

Peneliti sangat tertarik untuk mencari tahu bagaimana menentukan harga jasa video *cinematic wedding*. Penelitian ini akan membahas tentang faktor yang memicu penentuan harga jasa video *cinematic wedding*, seperti perhitungan biaya produksi, bertujuan untuk memberikan informasi, edukasi serta pemahaman kepada penyedia jasa lain dalam menentukan harga terutama di bidang jasa. Dalam pelaksanaan penelitian ini, penulis memutuskan untuk melakukan penelitian kualitatif dengan metode pendekatan deskriptif.

1.2 Rumusan Masalah

Beberapa uraian yang dijabarkan pada latar belakang sebelumnya, timbul beberapa pertanyaan pada peneliti, sehingga muncul rumusan masalah dalam penelitian ini antara lain:

1. Apa saja pemicu dalam menentukan harga jasa video *cinematic wedding* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam melakukan penelitian ini adalah mengetahui, mengidentifikasi, dan menganalisa pemicu-pemicu dalam menentukan harga jasa video *cinematic wedding*.

1.4 Manfaat Penelitian

Pada penelitian ini diharapkan mendapatkan manfaat penelitian sebagai berikut:

1. Menambah wawasan mengenai ilmu riset akuntansi. Selain itu, peneliti dapat menerapkan konsep dari teori akuntansi yang telah dipelajari dalam perkuliahan pada penelitian ini
2. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai gambaran, bahan pertimbangan, dan motivasi dalam menentukan harga jasa, juga dapat digunakan oleh penyedia jasa lain khususnya sebagai acuan dan pertimbangan dalam menentukan harga pokok produksi dan harga jual.
3. Hasil penelitian ini bisa dijadikan landasan evaluasi terhadap perusahaan dari kebijakan penentuan harga yang telah dilakukan sebelumnya oleh pemilik vendor penyedia jasa video *cinematic wedding*.