

BAB I

PERJALANAN AWAL PENELITIAN

1.1. Latar Belakang

Kabupaten Pamekasan memiliki makanan khas yang berbeda dari kabupaten lain yang ada di Pulau Madura. Makanan ini berasal dari daerah bagian utara Kabupaten Pamekasan tepatnya dari Desa Tlontoraja Kecamatan Pasean. Nama makanan ini disebut Gambir (Kerupuk Angin) karena ketika dimakan teksturnya akan langsung hilang seperti makan angin. Gambir (Kerupuk Angin) yang merupakan makanan khas daerah pantura Kabupaten Pamekasan ini adalah makanan ringan dengan bentuk tipis dan biasanya berwarna putih. Namun ada juga gambir (kerupuk angin) dengan warna merah dengan rasa balado. Tidak perlu usaha besar bagi orang yang ingin menikmati rasa gambir (kerupuk angin) dikarenakan para pedagang gambir (kerupuk angin) sangat mudah ditemui jika kita berada di wilayah pantura Kabupaten Pamekasan. Para pedagang gambir (kerupuk angin) ini tersedia hampir diseluruh penjuru Desa Tlontoraja atau di sepanjang jalan Pantura Kabupaten Pamekasan. Biasanya gambir (kerupuk angin) dijual di toko-toko atau warung pinggir jalan, kadang juga dijual di rumah.

Pedagang gambir (kerupuk angin) saat ini sudah mulai melakukan perluasan wilayah operasinya. Mereka tidak hanya berjualan di Desa Tlontoraja. Mereka memperluas wilayah operasinya sampai ke Kabupaten Pamekasan dan Kecamatan lain di Kabupaten tetangga seperti Kecamatan Pasongsongan Kabupaten Sumenep dan Kecamatan Tamberu Kabupaten Sampang. Para pedagang gambir (kerupuk angin) yang menawarkan dagangannya di daerah diluar Desa Tlontoraja mengambil barang dagangannya langsung dari Desa

Tlontoraja. Walaupun di daerah lain terdapat pedagang gambir (kerupuk angin), tetapi jumlah yang dijual tidak sebanyak yang ada di tempat asalnya yaitu Desa Tlontoraja Kecamatan Pasean.

Gambir (kerupuk angin) ini dapat dinikmati dengan harga yang ramah dikantong. Harga yang harus dibayarkan untuk membeli satu bal gambir (kerupuk angin) ini tentunya tergantung pada ukuran bal yang dipilih pembeli. Jika pembeli membeli gambir (kerupuk angin) dengan ukuran bal besar dengan isi sekitar 450 lembar gambir (kerupuk angin) cukup membayar dengan harga Rp 70.000. sedangkan untuk ukuran bal kecil dengan isi 220 lembar gambir (kerupuk angin) dapat dibeli dengan harga Rp 35.000. Harga yang harus dikeluarkan untuk membeli satu bal gambir (kerupuk angin) bisa dikatakan menjadi standar bagi semua pedagang gambir (kerupuk angin). Walaupun harga yang ditawarkan sama, pasti ada yang membedakan antara pedagang gambir (kerupuk angin) yang satu dengan pedagang lainnya. Faktor yang membedakan pedagang gambir (kerupuk angin) yang satu dengan yang lainnya diantaranya banyak sedikitnya bahan baku yang dipakai, kualitas bahan baku yang dipilih dan yang terpenting cita rasa yang dihasilkan. Banyak sedikitnya ikan yang digunakan untuk meracik adonan gambir (kerupuk angin) juga menjadi pembeda antara pedagang satu dengan lainnya.

Pedagang gambir (kerupuk angin) harus menghasilkan produk dengan kualitas baik agar dapat diterima di pasaran, sehingga dapat memenangkan persaingan dengan pedagang lain dengan usaha yang sejenis. Untuk itu pedagang gambir (kerupuk angin) harus senantiasa melakukan langkah-langkah kebijakan melalui anggaran biaya produksi yang berpengaruh terhadap harga perolehan dan harga jual produk. Jika langkah-langkah tersebut dapat terlaksana

dengan baik akan membantu tercapainya biaya produksi efisien, sehingga memberikan harga jual yang memuaskan bagi pedagang dan pembeli.

Salah satu yang menjadi keunikan pedagang gambir (kerupuk angin) dalam penentuan harga adalah gambir (kerupuk angin) yang dijual ecer dengan harga Rp 1.000 dapat 3 lembar akan diberikan sambal secara gratis yang telah disediakan penjual untuk pembeli. Namun tidak semua gambir (kerupuk angin) dijual secara ecer dan mendapat sambal gratis. Gambir (kerupuk angin) yang dijual secara ecer biasanya hanya dijual oleh pedagang yang langsung memproduksi gambir (kerupuk angin). Maka dari itu tidak semua pedagang menjual dagangannya secara ecer dan hanya dijual per bal.

Fenomena pedagang gambir (kerupuk angin) dengan cara penentuan harga jualnya hanya dapat dimengerti dengan mengamati fenomena tersebut. Perbedaan yang terjadi antara teori harga jual dengan cara pedagang gambir (kerupuk angin) menentukan harga jualnya menimbulkan beberapa keunikan dalam penetapan harga jual gambir (kerupuk angin) yang mereka jual. Menurut (Mulyadi, 2012) harga jual harus dapat menutupi seluruh biaya yang timbul ditambah dengan laba yang wajar. Sedangkan menurut (Hansen, D.R dan Mowen, 2011) menjelaskan harga jual sebagai beban yang harus ditanggung oleh pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dibebankan oleh suatu unit usaha dalam satu moneter. (Samryn, 2012) menjelaskan bahwa penentuan harga jual yang tepat yaitu penentuan harga jual dengan didasari oleh harga pokok produksi yang dikalkulasi dengan *markup*, sehingga perhitungan harga pokok produksi yang akurat belum cukup untuk penentuan harga jual produk maka perlu adanya perhitungan *markup* yang didasarkan pada biaya non produksi dan laba yang ingin dicapai oleh perusahaan yang dinyatakan dalam persentase. Oleh sebab itu, dapat

disimpulkan bahwa harga jual merupakan penjumlahan biaya produksi dengan keuntungan yang ingin diperoleh.

Proses penentuan harga jual sebagai upaya untuk menyeimbangkan keinginan untuk memperoleh manfaat sebesar-besarnya dari perolehan pendapatan yang tinggi dan penurunan volume penjualan jika harga jual yang dibebankan kepada konsumen lebih mahal (Krismiaji, 2011). Sedangkan (Kamaruddin, 2013) mengungkapkan tujuan-tujuan tertentu dalam penentuan harga jual, seperti tujuan orientasi laba, orientasi penjualan dan orientasi status. Dalam memperoleh tujuan tersebut harus menambahkan biaya tertentu dengan *markup* yang sudah ditentukan, biaya yang dimaksud yaitu biaya produksi. Dari penjelasan diatas, penentuan harga jual erat kaitannya dengan biaya produksi. Jika harga jual lebih rendah dari pada biaya produksi maka akan timbul kerugian. Harga jual yang ditetapkan pada suatu produk seharusnya dapat menutupi biaya produksinya sehingga tidak menimbulkan kerugian.

Menurut (Rudianto, 2013) harga jual merupakan salah satu faktor yang sangat berpengaruh terhadap perusahaan, salah satunya yaitu tingkat pendapatan yang diperoleh perusahaan, yang selanjutnya akan berpengaruh terhadap perkembangan operasional perusahaan. Dalam penetapan harga jual perlu dipertimbangkan yang mendalam dan teliti guna memperoleh harga jual yang benar-benar sesuai dengan keinginan dan tujuan perusahaan. Keputusan harga jual merupakan keputusan yang sulit, karena faktor-faktor yang mempengaruhi baik faktor internal maupun eksternal. (Rudianto, 2013) faktor-faktor yang mempengaruhi harga jual antara lain keadaan ekonomi, penawaran dan permintaan, elastisitas permintaan, persaingan, biaya, tujuan manager dan pengawasan pemerintah.

Riset tentang penentuan harga jual telah dilakukan oleh beberapa ahli seperti penelitian yang dilakukan oleh (Gayatri, 2013) yang meneliti tentang penentuan harga jual produk dengan metode *cost plus pricing* pada PT. Pertani (Persero) cabang Sulawesi Utara. Dalam penelitian tersebut diketahui PT. Pertani tidak membedakan biaya tenaga kerja dengan biaya *overhead* variabel dan laba secara proporsional pada beberapa varietas, sehingga terjadi perbedaan harga jual oleh perusahaan dan peneliti yang menggunakan *cost plus pricing*.

(Moray et al., 2014) meneliti tentang penentuan harga jual dengan *cost plus pricing* menggunakan pendekatan *full costing* pada UD. Gladys Bakkery. Dalam penelitian tersebut dapat diketahui jika UD. Gladys Bakkery juga menggunakan harga jual yang mengikuti pasar. Ketika penentuan harga jual menggunakan *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*, diketahui harga jual yang didapat lebih rendah dibandingkan dengan metode yang dipakai sebelumnya.

(Runtu et al., 2014) juga pernah melakukan penelitian serupa, ia meneliti tentang penentuan harga jual pada UD. Sinar Sakti dengan menggunakan metode *cost plus pricing*. Ditemukan hasil bahwa harga jual pada UD. Sinar Skati masih ditetapkan oleh produsen, yaitu harga jual yang mengikuti harga pasaran yang telah ditetapkan oleh usaha dagang lainnya. Namun, ketika dihitung dengan menggunakan metode *cost plus pricing* diketahui bahwa harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan lebih tinggi dari pada menggunakan metode tersebut.

Selain itu penelitian mengenai harga jual tidak hanya sebatas menentukan harga yang mementingkan materi sebagai tujuan akhir. Namun ada juga penelitian mengenai harga jual yang membawa nilai-nilai budaya didalamnya. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Alimuddin (2011) meneliti mengenai konsep harga jual berbasis kejujuran dalam Islam. Dalam penelitiannya ia menemukan bahwa

sebenarnya tidak ada gunanya menetapkan harga jual karena penetapan harga jual ditentukan oleh kualifikasi pembeli atau dari Sang Maha Pemberi Rezeki. Jika pembeli dari kalangan mampu dan memiliki kepribadian baik maka kemungkinan besar akan membayar sama atau bahkan lebih dari harga jual. Penetapan harga jual seperti ini disebut *pricing by buyer*. Konsekuensi dari penetapan harga jual ini yaitu adanya keikhlasan menerima hasil penjualan. Konsep harga jual tersebut tidak ditemukan dalam penentuan harga jual konvensional namun masih bisa ditemukan dalam kehidupan sehari-hari.

Penelitian serupa juga pernah dilakukan oleh Anwar et al. (2015), yaitu tentang penetapan harga jual pada pedagang tradisional di Kota Gorontalo yang berdasarkan nilai budaya "*Rukuno Lo Taaliya*" berarti rukun jual beli. Dalam penelitian tersebut diketahui bahwa menetapkan harga jual berdasarkan "*Rukuno Lo Taaliya*" mengandung beberapa nilai seperti kejujuran, saling membantu, ketulusan, kepercayaan dan kasih sayang yang dalam. Harga jual tidak semata-mata dibentuk oleh hal-hal yang berkaitan dengan uang, melainkan ditambah dengan nilai umum yang diyakini oleh budaya masyarakat.

Penelitian tentang harga jual juga pernah dilakukan oleh (Zalshabila, 2012) yang meneliti tentang proses penentuan harga pokok produksi bakso di Kota Malang yang terrefleksi pada harga jual bakso tersebut. Dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa adanya refleksi dari budaya Jawa yang dipegang oleh para pedagang bakso di Kota Malang. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, terdapat unsur budaya yang masih dipegang oleh para pedagang diantaranya *tepo seliro*, *mangan ora mangan sing penting ngumpul*, *lan nerimo ing pandum*.

Penelitian mengenai nilai-nilai budaya dibalik penetapan harga jual yang diterapkan oleh transmigran Bali di Boolang Mogondow dilakukan oleh (Amaliah,

2016). Menjelaskan tentang harga jual yang ditetapkan oleh komunitas transmigran selain untuk memperoleh keuntungan juga terkandung nilai-nilai budaya *Tri Hita* karena merefleksikan nilai ketundukan kepada Sang Pencipta, pelestarian lingkungan dan gotong royong.

Penelitian serupa juga dilakukan oleh (Ningsih et al., 2018) menjelaskan tentang nilai-nilai kesetiakawanan dan keagamaan dalam penentuan harga jual roti dan kue di Madura. Hasil dari penelitian tersebut adalah adanya biaya dan *mark up* tak kasat mata yang turut mempengaruhi harga jual. Dalam penelitian tersebut juga mengungkapkan adanya nilai kesetiakawanan yang terkandung dalam proses penentuan harga jual. Selain nilai kesetiakawanan juga terdapat nilai keagamaan yang terkandung dalam proses penentuan harga jual.

Berdasarkan penelitian diatas, penulis tertarik untuk mengungkap konsep penentuan harga jual yang ditetapkan pedagang gambir (kerupuk angin). Peneliti akan mencoba mengungkap nilai-nilai yang terkandung dalam proses penentuan harga gambir (kerupuk angin). Pada penelitian ini, penulis akan berfokus pada salah satu pedagang gambir (kerupuk angin) yang terdapat di Desa Tlontoraja Kecamatan Pasean. Ibu Dipah akan menjadi fokus dalam penelitian ini karena merupakan salah satu pedagang gambir (kerupuk angin) yang menjual dagangannya secara ecer dan memberikan sambal secara gratis.

Penelitian ini membahas tentang cara pedagang gambir (kerupuk angin) dalam menetapkan harga jual dan perhitungan biaya produksinya. Agar tercipta pemahaman yang mendalam terhadap pola pikir pedagang gambir (kerupuk angin), peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi transendental yaitu studi tentang kesadaran “Aku” dimana “Aku” adalah pusat (Kamayanti, 2016).

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, banyak pertanyaan timbul dalam diri peneliti. Timbulnya rasa penasaran tersebut membuat peneliti ingin menggali lebih dalam untuk mendapatkan jawaban yang memuaskan rasa penasaran peneliti. Rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana konsep penentuan harga jual gambir (kerupuk angin) yang diterapkan oleh para pedagang? penelitian ini mendalami tentang keseluruhan proses penentuan harga jual, mulai dari biaya-biaya yang dikeluarkan hingga faktor-faktor lain tak kasat mata yang mempengaruhi penentuan harga jual.

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, adapun tujuan penelitian ini adalah untuk melihat konsep penentuan harga jual yang diterapkan oleh pedagang gambir (kerupuk angin) di Desa Tlontoraja Kecamatan Pasean Kabupaten Pamekasan.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini dapat memberikan kesempatan untuk dapat mengembangkan pengetahuan, memperoleh pengalaman, dan mengaplikasikan teori-teori yang diperoleh di bangku kuliah ke dalam praktek nyata yakni sebuah penelitian yang menghasilkan suatu karya ilmiah.

2. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini sebagai acuan untuk memberi gambaran pada para pedagang gambir (kerupuk angin) di Desa Tlontoraja Kecamatan Pasean Kabupaten Pamekasan dalam menentukan harga jual.

3. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini dapat menambah referensi yang ada di perpustakaan sehingga bisa dimanfaatkan pihak-pihak yang melakukan penelitian. Selain itu dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan bagi pembaca yang ada di perpustakaan maupun di luar perpustakaan.