

BAB 1

AWAL MULA TITIK PENCARIAN

“Tidak ada yang agung di dunia selain manusia, tidak ada yang agung dalam diri manusia kecuali pikirannya”

(Sir William Hamilton)

1.1 Prolog

Kata-kata dari Sir William Hamilton mengingatkan peneliti bahwa dari sekian makhluk yang paling sempurna yang Allah ciptakan adalah manusia, karena manusia memiliki akal pikiran yang tidak dimiliki oleh makhluk ciptaan yang lainnya. Maka dari itu manusia memiliki banyak cara dalam memenuhi kelangsungan hidupnya. Salah satunya berbekal ilmu, sebagai akademisi khususnya dibidang akuntansi pastilah kata perusahaan seolah-olah yang menjadi pokok pembahasan setiap harinya. Berbeda dengan usaha-usaha kecil, dimana dalam menjalankan usaha berdasarkan pengalaman. Disinilah ada ketidaksesuaian antara teori yang dipelajari dengan praktik usaha yang dijalankan yang dalam praktiknya tersebut tidak dilandaskan oleh teori, melainkan berlandaskan dengan apa yang terjadi. Lain halnya dengan perusahaan-perusahaan besar yang memang dalam menjalankan usaha berlandaskan teori yang berujung dengan materi semata. Sehingga, peneliti tergerak hati untuk mencari tahu tentang sebuah realita yang terjadi pada usaha-usaha kecil.

1.2 Latar Belakang

Sebagai manusia tentunya dalam memenuhi kebutuhan hidup yang akan dilakukan yakni bekerja, disetiap kegiatan ekonomi tidak semudah membalikkan telapak tangan manusia itupun harus kreatif dan berkualitas sehingga tetap mampu bertahan, karena sangat berpengaruh terhadap berkurangnya tingkat pengangguran

di Indonesia. Berusaha bersaing secara jujur dan giat sangat perlu dalam mempertahankan usahanya agar tidak tergeserkan oleh pengusaha lain.

Dalam penelitian ini peneliti memulai dengan objek UMKM. UMKM itu sendiri merupakan salah satu bentuk penggerak ekonomi yang langsung berasal dari masyarakat. Madura di Jawa Timur bukan hanya dikenal dengan karapan sapi ataupun garamnya melainkan keindahan penuh warna batik Madura. Keindahan batik Madura dapat ditemukan diberbagai pelosok Pulau Madura seperti Bangkalan, Sampang, Pamekasan, dan Sumenep. Terutama itu ditemukan di Tanjungbumi (Bangkalan) dan di Pamekasan (www.kompas.com, 11 Juli 2013). Dalam penelitian ini peneliti memfokuskan pengambilan informasi dari UMKM Tanjungbumi Bangkalan Madura. Tanjungbumi terkenal sebagai daerah sentra batik di Kabupaten Bangkalan Madura. UMKM batik Tanjungbumi dirasa pantas karena sektor UMKM ini bergerak langsung dari sektor produksi sampai distribusi. Seperti halnya penelitian yang dilakukan oleh Firdausi (2016) UMKM batik Tanjungbumi mulai berkembang pesat sejak adanya Suramadu yang menghubungkan Kota Surabaya dengan Pulau Madura, sehingga wisatawan dengan mudah menuju Pulau Madura dan menjadikan batik Tanjungbumi sebagai souvenir wisata karena batik Tanjungbumi merupakan cinderamata. Sehingga pemilihan UMKM batik Tanjungbumi dirasa tepat untuk dijadikan suatu objek penelitian.

Batik merupakan salah satu hal yang tidak asing bagi masyarakat Indonesia saat ini dan salah satu warisan nusantara yang unik. Keunikannya ditunjukkan dengan berbagai macam motif yang memiliki makna tersendiri. Menurut Musman dan Arini (2011:1) berdasarkan etimologi dan terminologinya, batik merupakan

rangkaian kata *mbat* dan *tik*. *Mbat* dalam bahasa Jawa dapat diartikan sebagai *ngembat* atau melempar berkali-kali, sedangkan *tik* berasal dari kata titik. Jadi, membatik dapat diartikan melempar titik berkali-kali pada kain. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, batik memiliki arti kain bergambar yang pembuatannya secara khusus dengan menuliskan, kemudian pengolahannya diproses dengan cara tertentu. Jadi batik merupakan suatu proses yang menggambarkan keindahan alam yang dituangkan kedalam sebuah kain.

Sebagai bagian dari kecamatan Tanjungbumi, Ibu Nur Aini selaku pemilik usaha batik bertutur kata mengenai sejarah dalam kerajinan membatik, membatik merupakan warisan leluhur yang diturunkan secara turun-temurun. Dahulu, ketika sang suami berlayar para perempuan Tanjungbumi menghabiskan waktu luangnya dengan membatik, lama kelamaan kegiatan membatik tersebut tidak hanya dijadikan sebagai pengisi waktu luang saja, akan tetapi sudah menjadi ladang usaha.

Menjadi seorang usahawan tentunya hal yang tidak dapat dipisahkan dengan perhitungan harga jual hasil produksi, karena setiap pemilik usaha memiliki kegiatan pokok yaitu mengolah bahan baku menjadi produk jadi, selanjutnya pemilik akan memasarkan hasil produknya tersebut. Memproduksi suatu usaha perlu menentukan suatu harga jual yang sangat erat kaitannya dengan mengestimasi keuntungan yang akan didapat dengan memperhitungkan kisaran biaya-biaya yang dibebankan dalam suatu kegiatan usaha. Namun, akan timbul suatu kerugian jika harga jual yang ditetapkan di bawah biaya-biaya yang terjadi, maka kemungkinan besar akan mendapat kerugian. Akan tetapi, bagi usahawan pasti tidak akan melakukan hal

demikian karena melakukan kegiatan usaha pasti tujuan awalnya yaitu laba, maka pemilik usaha pasti menentukan harga jual diatas biaya-biaya yang timbul.

Setiap usahawan dalam penentuan harga ataupun menangani permasalahan harga jualnya tentu memiliki cara yang berbeda. Menurut Ahmad (2013:148) pada dasarnya penentuan harga sasarannya untuk orientasi laba, orientasi sales, dan orientasi status. Oleh karena itu, untuk memperoleh tujuan tersebut maka harus menambah seluruh biaya yang timbul dengan keuntungan yang sudah ditentukan agar dapat terhindar dari kerugian, pemilik usaha harus dapat memperhitungkan segala biaya-biaya yang terjadi selama proses produksi.

Dari teori tersebut, banyak penelitian yang mengkaji tentang penentuan harga jual diantaranya oleh Zaidi (2014) hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pembagian biaya overhead memiliki dampak signifikan pada penentuan harga penjualan terutama karena pusat layanan dipertimbangkan masuk pembagian awal sebelum saham mereka ditempatkan kembali ke pusat produksi. Diungkapkan bahwa perusahaan manufaktur mobil di Malaysia harus menerapkan metode penetapan biaya berbasis biaya proyek secara proporsional karena mempertimbangkan pusat layanan perusahaan bersama dengan pusat produksi secara adil pembagian biaya overhead dengan mempertimbangkan persentase layanan yang dinikmati pusat produksi dari pusat layanan.

Kondoy, dkk (2015) dalam penelitiannya tersebut diungkapkan bahwa harga jual menggunakan metode harga biaya plus dengan pendekatan biaya variabel adalah cara yang dapat digunakan oleh UD Dewa Bakery dalam menghitung harga jual, sehingga harga jualnya tersebut dapat bersaing dengan produk sejenis yang

ada dipasaran. Penelitian serupa dilakukan juga oleh Woran, dkk (2014), dalam penelitiannya tersebut diungkapkan bahwa harga jual menggunakan metode *cost plus pricing* dalam mengidentifikasi biaya-biaya produksi dan menghitung harga jual produk adalah cara yang dapat digunakan oleh UD Vanela dalam menghitung harga jual, sehingga harga jual produk yang dicapai dapat bersaing dengan competitor yang memiliki usaha sejenis.

Selanjutnya penelitian senada juga di teliti oleh Lestari (2014) memaparkan bahwa usaha saudara dalam menerapkan perhitungan harga pokok produksi masih sederhana, namun dengan perhitungan menggunakan metode *full costing* lebih menguntungkan dari pada metode perusahaan yang digunakan.

Hasil dari penelitian tersebut, memberikan pemahaman mengenai penentuan harga jual yang hanya didasari oleh keuntungan semata dalam usahanya, yang mana menentukan harga jual sangat erat kaitannya dengan mengestimasi keuntungan yang akan diperoleh dengan memperhitungkan harga pokok produksi yang dibebankan dalam suatu kegiatan usaha. Hal tersebut terlihat dalam pergerakan penelitian harga yang awalnya didasarkan pada aspek-aspek kuantitatif. Namun, ternyata tidak semua usaha yang memiliki tujuan awalnya hanya mementingkan keuntungan semata. Seperti halnya penelitian yang dilakukan oleh Amaliah (2016) hasil dari penelitiannya 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, serta gotong royong.

Selanjutnya penelitian senada yang diteliti oleh Alimuddin, dkk (2011) penelitian ini menemukan bahwa konsep harga jual berbasis nilai kejujuran dapat diklasifikasikan menjadi *consistency cost-plus pricing*, mekanisme pasar bersyarat serta mekanisme pasar keseimbangan dari epistemology bayani, burhani, dan irfani. Secara umum konsep harga jual berbasis nilai kejujuran didalam islam adalah *consistency market mechanism*, yaitu suatu konsep penetapan harga jual secara konsisten melalui mekanisme pasar sejak dari awal penetapan harganya hingga produk tersebut habis terjual.

Penelitian serupa juga dilakukan oleh Zalshabila dan Aji (2012) dari penelitian ini diperoleh hasil, ternyata dalam penentuan harga jual bukanlah refleksi dari harga pokok produksi melainkan refleksi dari budaya jawa yang dipegang oleh pedagang bakso. Budaya yang dimaksud diantaranya *tepo seliro*, *mangan ora mangan sing penting ngumpul*, dan *nerimo ing pandum*. Penelitian senada juga diteliti oleh Amaliah (2014) 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.

Sementara itu, penelitian ini akan mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Amaliah (2016) tentang nilai-nilai budaya Tri Hita Karana dalam penetapan harga jual. Penelitian ini terdapat beberapa perbedaan dengan penelitian terdahulu diantaranya pemilihan situs penelitian usaha batik ibu Nur Aini, pendekatan yang

digunakan yaitu pendekatan fenomenologi, perbedaan lainnya yaitu akan mengungkap praktik dan makna yang tersirat dalam penentuan harga jual. Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan sebuah penelitian dengan judul “Mengungkap Makna Penentuan Harga Jual Batik Torcettor Manohara Kec. Tanjungbumi: (Sebuah Studi Fenomenologi)”.

Peneliti tertarik untuk meneliti harga jual batik Tanjungbumi Bangkalan Madura, karena pada dasarnya orang Madura memiliki sifat bawaan *June'* (berkewirausahaan) dan memiliki dasar ciri-ciri keindustrian (Rifai, 2007:226). Berdasarkan observasi awal, peneliti menemukan adanya fenomena yang terjadi pada salah satu pengusaha batik Tanjungbumi yaitu usaha Ibu Nur Aini, yang mana usaha yang dijalankannya bukan semata-mata hanya karena mencari keuntungan yang tinggi, melainkan pemilik bisnis Ibu Nur Aini memposisikan dirinya yang hanya menjadi ibu rumah tangga. Pemilik merasakan hal serupa yang dialami oleh para ibu rumah tangga yang hanya mengurus keperluan rumah, maka dari itu beliau memiliki inisiatif untuk membangun UMKM batik yang melibatkan beberapa pekerja.

Penelitian ini berangkat dari praktik bisnis usaha batik Ibu Nur Aini yang tidak meniru usaha lain dalam penentuan harga jualnya yang mana beliau memiliki perbedaan harga jual yang diberikan kepada para pembeli dengan harga normal Rp80.000 yang meliputi: pelanggan tetap Rp 65.000, pembeli Rp 80.000, dan tetangga Rp 65.000. Sedangkan untuk usaha batik lain tidak memiliki perbedaan harga jual dengan harga normal Rp 80.000 yang diberikan kepada pembeli maupun tetangga, hanya saja terdapat perbedaan harga jual yang diberikan kepada pelanggan yang tentunya batik tersebut oleh pelanggan dijual kembali dengan

potongan harga sebesar Rp 10.000-12.500. Sehingga rasa keingintahuan untuk menjelajah lebih dalam untuk mencari sebuah keunikan model atau ilmu baru akuntansi dari UMKM batik.

Dari fenomena-fenomena tersebut, peneliti ingin mengetahui kesadaran lebih dalam dengan menggunakan pendekatan fenomenologi transcedental. Karena hanya dengan menggunakan pendekatan tersebut peneliti dapat mengungkap kesadaran terdalam informan yang memiliki keunikan dalam menjalankan bisnisnya.

1.3 Rumusan Masalah

1. Bagaimana praktik penentuan harga jual usaha batik Tanjungbumi?
2. Makna apakah yang tersirat didalam penentuan harga jual dalam usaha batik tersebut?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang peneliti paparkan, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui praktik penentuan harga jual yang digunakan pengusaha batik Tanjungbumi Ibu Nur Aini yang mana semakin maraknya bisnis yang hanya berorientasi pada laba. Selain itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui makna yang tersirat dalam penentuan harga jual tersebut.

1.5 Kontribusi Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang *pertama* yaitu: kontribusi teoritis; kepada semua pihak dimana penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yaitu dapat memberikan tambahan informasi sebagai bukti bagaimana keunikan penentuan harga jual dapat terjadi dalam suatu usaha. Kemudian, dari fakta yang terjadi di lapangan tersebut kesadaran informan dirasa

perlu untuk digali lebih dalam guna mengetahui alasan-alasan apa saja yang mendasari perilaku mereka, sehingga menerapkan harga jual yang berbeda antara pembeli, pelanggan, serta tetangga.

Kedua, Kontribusi kebijakan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi kepada semua pihak terutama pemilik usaha dalam menerapkan harga jual, sehingga dapat dijadikan alternatif dalam penentuan harga. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai suatu bentuk ikhtiar dalam memberikan pencerahan dimana tujuan dalam penentuan harga jual tidak hanya semata-mata dilihat dari besarnya keuntungan yang dihasilkan, akan tetapi dari harga jual tersebutlah pemilik tidak hanya mendapatkan keuntungan berupa materi, akan tetapi juga dapat mempererat interaksi sosial yang terjalin antara pemilik usaha dengan para konsumen.