

BAB I

REKAM AWAL SEBUAH PENELITIAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia terkenal dengan negaranya yang memiliki banyak pulau-pulau, hal tersebut menjadikan Indonesia sebagai bangsa yang besar. Tidak hanya itu, Indonesia juga memiliki suku dan budaya yang bermacam-macam, salah satunya seperti Suku Madura. Suku Madura diakui memiliki karakter positif dengan sifat-sifat yang ditonjolkan seperti keberanian, kegagahan, kepetualangan, ketulusan, kesetiaan, kerajinan, kehematan, keceriaan, kesungguhan dan rasa humor. Meski begitu sifat-sifat tersebut selalu dibayangi oleh kejelekan, karena sifat ini biasanya muncul dalam keadaan damai dan teratur. Disamping itu orang Madura digambarkan selalu bersungguh-sungguh, hemat serta irit, rajin dan kuat (www.kompasiana.com, 17 Juni 2015).

Selain itu, orang Madura memiliki harga diri yang dijunjung tinggi. Sifat ini tentu sesuai dengan ungkapan peribahasa Madura *etembhang pote mata ang'o'an apote tolang* (ditimbang putih mata, lebih baik putih tulang), yang artinya daripada hidup menanggung malu, baiklah mati dengan penuh kehormatan. Peribahasa ini menunjukkan bahwa orang Madura tidak segan-segan untuk bertengkar (memilih mati) demi melindungi harga dirinya, daripada harus berdiam diri dan menanggung malu pada hidupnya (Rifai, 2007: 334). Inilah mengapa Suku Madura terkenal dengan tradisi *carok*, yang merupakan cara untuk melampiaskan amarah ketika harga dirinya diinjak-injak oleh orang lain. Harga diri yang dimaksud bisa berhubungan dengan harta, tahta, tanah, bahkan wanita, yang intinya demi merebut kehormatan kembali. Biasanya, senjata yang digunakan saat melakukan carok, ialah sebuah celurit.

Celurit merupakan senjata tradisional Suku Madura. Bagi masyarakat Madura, celurit tidak dapat dipisahkan dari budaya dan tradisinya sampai saat ini. Senjata ini berbentuk melengkung seperti bulan sabit, yang dibuat oleh pembuatnya sendiri yaitu pengrajin pandai besi. Pandai besi atau tukang besi merupakan pengrajin yang kerjanya berfokus pada pembuatan alat-alat dari besi atau baja, seperti celurit, pisau, kapak, dan senjata-senjata lainnya. Pengrajin pandai besi inilah yang membuat celurit (senjata khas Madura) dengan berbagai macam bentuk dan ukuran.

Di Madura, pengrajin pandai besi biasa disebut sebagai *Tokang Pandhi* (Pekerja pandai besi). Pandai besi sendiri tidak hanya terkenal dengan hasil produksinya, melainkan sering dikunjungi orang sebagai tempat untuk memperbaiki benda tajam atau keperluan rumah tangga yang rusak. Dalam istilah Maduranya adalah “*esempo*” (disepuh). Dengan begitu benda tajam yang sebelumnya rusak dapat digunakan kembali.

Pandai besi seakan menjadi penghias negara kita dengan banyaknya bentuk-bentuk *sajam* (senjata tajam) yang dihasilkan dan menjadi senjata khas pada setiap wilayah. Karena sejarahnya, pandai besi telah ada sebelum Perang Dunia ke II. Hal ini dijelaskan oleh Dunham (2008:98) dalam bukunya bahwa impor batangan besi Eropa berhenti setelah Perang Dunia II, dan para pandai besi sepenuhnya mengandalkan besi tua yang didaur ulang. Penggunaan besi tua dilakukan pada masa kedudukan Jepang (1942-1945) ketika terdapat paksaan untuk membuat bayonet dan senjata-senjata lain dari besi tua yang dikumpulkan oleh militer Jepang. Penjelasan ini menunjukkan bahwa pandai besi memang telah lama ada di Indonesia. Dengan begitu, kualitas yang dimiliki oleh produk dari pandai besi tidak perlu diragukan lagi. Inilah mengapa pandai besi tetap bertahan

sampai saat ini. Meskipun sudah banyak senjata-senjata yang dihasilkan oleh pabrik, tapi ketajaman dan ketahanan *sajam* (senjata tajam) dari pandai besi tetap tidak bisa ditandingi.

Bertahannya pandai besi hingga saat ini, menjadikan pandai besi sebagai objek ekonomi di Indonesia. Salah satunya seperti di Kalimantan Selatan, industri kerajinan pandai besi menjadi peluang yang dapat dikembangkan untuk memperkuat perekonomian. Dengan begitu, kerajinan besi merupakan salah satu kerajinan yang berperan mendukung/membantu pekerjaan yang memiliki banyak peminat dan permintaan kerajinan tersebut (Azmi, 2015). Selain itu, adanya pandai besi sampai saat ini merupakan bentuk pelestarian budaya, yang dapat bertahan setelah berpuluh-puluh tahun lamanya.

Untuk menjadi seorang pandai besi tidak dapat dilakukan dengan sembarangan. Seorang pandai besi harus memiliki kreatifitas, seni dan menguasai pembuatan dengan menggunakan ritual-ritual yang didapat secara turun-temurun. Untuk ritual yang dilakukan cukup bermacam-macam, tergantung keinginan dari pemesan. Salah satunya seperti dipuaskan terlebih dahulu, bahkan terkadang dilakukan ritual kecil yang disertai sesajen berupa ayam panggang, nasi dan air bunga (www.kompasiana.com, 17 Juni 2015). Hal ini membuktikan bahwa menjadi seorang pengrajin pandai besi tidak mudah dan tidak hanya sekedar pengrajin yang asal bisa. Karena keahlian yang dimiliki oleh para pengrajin pandai besi didapatkan sebagai warisan dari para leluhur mereka.

Pengrajin pandai besi biasanya tidak hanya memproduksi satu jenis produk, sehingga produk yang dimiliki cukup beragam dan bentuknya juga bermacam-macam. Adanya hal ini, tentu akan memberikan harga yang berbeda pada setiap produk. Terlebih jika kualitas produk tidak sama, maka harga yang

diberikan nantinya akan mengikuti kualitas tersebut. Seperti banyaknya pandai besi yang ada saat ini, kualitas yang dimiliki oleh setiap pengrajin pandai besi tidak akan sama. Selain itu, pandai besi juga melakukan penjualan berdasarkan pesanan, sehingga harga akan mengikuti pesanan dari pemesan. Beda pesanan, akan berbeda harga yang diberikan, hal ini yang membuat peneliti tertarik untuk mengeksplorasi harga jual pada usaha pandai besi.

Penelitian ini akan berfokus pada penentuan harga jual, yang terdapat dalam akuntansi manajemen maupun akuntansi biaya. Dalam suatu perusahaan akan memiliki cara penentuan harga dan penanganan masalah harga jual yang berbeda-beda, terlebih dalam usaha-usaha kecil yang telah terbiasa dengan budaya di sekitarnya. Pada dasarnya penentuan harga yang ditargetkan memiliki tujuan-tujuan tertentu, seperti untuk orientasi laba, orientasi seles, dan orientasi status (Ahmad, 2015: 148). Dalam memperoleh tujuan tersebut maka harus menambahkan biaya tertentu dengan *mark up* yaitu persentase yang dibebankan pada biaya dasar, biaya yang dimaksud adalah harga pokok produk (Hansen dan Mowen, 2013:89)

Krismiaji (2002: 354), menyatakan 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 ke konsumen terlalu mahal. Dalam memberikan harga jual pada suatu produk, maka perhitungan dalam menentukan harga harus diperhatikan dengan tepat. Dengan menentukan berapa biaya yang telah diterap oleh produk tersebut, seperti biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya *overhead* pabrik (Mulyadi, 2012:18). Sehingga suatu usaha termasuk pengrajin pandai besi dapat memberikan harga jual yang tepat pada produknya. Ditambah

produk yang dihasilkan oleh pandai besi cukup beragam, dari yang kecil hingga yang paling besar dan bentuk yang bermacam-macam. Tentunya perbedaan ini akan memberikan harga berbeda-beda pula.

Lokasi penelitian ini terletak di Desa Kolpo yang berada di Kecamatan Batang-batang, Kabupaten Sumenep. Desa Kolpo diambil karena di dalamnya terdapat satu kampung yang hampir semuaarganya bekerja atau memiliki usaha pandai besi. Ketika memasuki kampung tersebut, usaha pandai besi akan terlihat pada setiap rumah warga. Kampung tersebut bernama Kampung Kayu Kembang. Dilansir dari BPS Kecamatan Batang-batang dalam angka 2016 pada sektor industri, Desa Kolpo memiliki angka paling tinggi pada industri logam dasar, besi dan baja dengan angka sebesar 87 rumah tangga. Sedangkan menurut Buku Desa Kolpo pada tahun 2017, jumlah penduduk menurut mata pencaharian pada tukang kayu/batu/ besi memiliki angka sebanyak 193 penduduk. Dengan begitu, adanya keunikan ini membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada pengrajin pandai besi yang terdapat pada Kampung Kayu Kembang.

Penelitian ini nantinya akan berfokus pada pandai besi yang bernama pandai besi Jokotole. Pemilihan ini dikarenakan pandai besi Jokotole merupakan usaha pandai besi terbesar di Desa Kolpo. Pandai besi Jokotole bahkan sempat berapa kali diliput dalam acara berita di stasiun televisi, salah satunya adalah NET TV pada tahun 2015. Hal ini dibagikan dalam kanal youtube resmi milik NET TV yaitu Official NET News. Bahkan pengalaman meliput pandai besi Jokotole diceritakan kembali oleh reporter NET TV dalam web pribadinya yaitu trytotravelteword, yang menjelaskan dari awal hingga akhir liputan. Hasil olahan pandai besi Jokotole pun sudah tersebar hingga ke luar Pulau Madura, Kabupaten Banyuwangi, Kabupaten Situbondo, Kabupaten Jember dan Kabupaten Pasuruan.

Proses bisnis yang ada dalam usaha pandai besi Jokotole ini terbilang cukup menarik. Pandai besi ini hanya melakukan penjualan berdasarkan pesanan saja. Sehingga pembeli tidak bisa melakukan pembelian secara langsung, namun harus memesan terlebih dahulu dan menunggu hingga produk yang dipesan jadi. Hal ini semakin membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada Pandai besi Jokotole yaitu mengenai bagaimana cara pandai besi Jokotole dalam menentukan harga jual pada produknya.

Riset tentang penentuan harga jual telah dilakukan oleh beberapa peneliti. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Soei (2014), ia meneliti tentang penentuan harga jual produk dengan menggunakan metode *cost plus pricing* pada UD. Sinar Sakti. Dalam penelitian tersebut ditemukan bahwa UD. Sinar Sakti masih menggunakan metode harga jual yang ditetapkan oleh produsen, yaitu harga jual yang mengikuti harga pasaran yang telah ditetapkan oleh usaha-usaha dagang sejenis lainnya. Namun, ketika dihitung dengan menggunakan metode *cost plus pricing* diketahui bahwa harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan lebih tinggi daripada menggunakan metode tersebut. Penelitian senada juga dilakukan oleh Moray (2014), ia meneliti tentang penentuan harga jual dengan *cost plus pricing* menggunakan pendekatan *full costing* pada UD. Gladys Bakery. Dalam penelitian tersebut diketahui UD. Gladys Bakery juga menggunakan harga jual yang mengikuti harga pasar. Ketika harga jual menggunakan *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*, diketahui harga jual yang didapat lebih rendah dibandingkan dengan metode yang dipakai perusahaan sebelumnya.

Gayatri (2013) 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 membebaskan biaya tenaga

kerja, biaya *overhead* variabel dan laba secara proporsional pada beberapa varietas, sehingga terjadi perbedaan harga jual oleh perusahaan dan peneliti yang menggunakan *cost plus pricing*. Dengan menggunakan *cost plus pricing* maka harga jual dari masing-masing varietas benih bervariasi, yaitu Rp. 6.000-Rp 12.000. Dengan metode yang sama, Woran (2014) juga melakukan penelitian serupa pada UD. Vanela. Dalam penelitian tersebut ditemukan bahwa UD. Vanela masih menggunakan cara tradisional dalam menetapkan harga jual produknya. Harga jual produk dengan menggunakan metode *cost plus pricing* lebih rendah dibandingkan dengan penetapan harga jual produk menurut UD. Vanela. Perusahaan sebaiknya menggunakan *cost plus pricing* dalam mengidentifikasi biaya-biaya produksi dan menghitung harga jual produk, sehingga harga jual produk yang dicapai dapat bersaing dengan kompetitor yang memiliki usaha sejenis.

Berbeda dengan penelitian yang dilakukan Patra (2014), ia menganalisis harga jual dalam meningkatkan laba pada RM. Ulu Bete di Masamba. Penelitian ini menggunakan metode *cost plus pricing*, dengan laba yang diharapkan setiap bulannya sebesar 50% per porsi untuk makanan dan 30% per gelas untuk minuman buah segar. Berdasarkan data yang dipakai sebagai dasar perhitungan harga jual, maka diperoleh laba usaha sebesar 15,23% yang artinya setiap penjualan Rp 100,- mampu memberikan laba usaha sebesar Rp 15,23 per unit.

Selain itu, penelitian mengenai harga jual tidak hanya sebatas menentukan sebuah harga yang mementingkan materi sebagai tujuan awalnya. Namun terdapat pula penelitian mengenai harga jual yang membawa nilai-nilai budaya di dalamnya. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Anwar (2015), ia meneliti tentang penetapan harga jual pada pedagang tradisional di Kota Gorontalo berdasarkan

nilai budaya “Rukuno Lo Taaliya” yang artinya 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 dibentuk oleh hal-hal yang berkaitan dengan uang, melainkan ditambah nilai umum yang diyakini oleh budaya masyarakat.

Penelitian serupa juga dilakukan oleh Alimuddin (2011) mengenai konsep harga jual berbasis nilai kejujuran dalam islam. 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.

Tidak jauh berbeda, penelitian Amaliah (2016) juga mengenai nilai-nilai budaya dibalik penetapan harga jual yang diimplementasi oleh transmigran Bali di Bolaang Mongondow. Diketahui penetapan harga jual yang diterapkan oleh komunitas transmigran Bali selain ditujukan untuk meraih materi, juga terkandung nilai-nilai budaya *tri hita karana* yang merefleksikan bahwa nilai ketunukan kepada Sang Pencipta, pelestarian lingkungan dan gotong royong. Sebelumnya Amaliah (2014) juga meneliti konsep harga jual berbasis nilai-nilai komunitas Papalele masyarakat Maluku. Hasil penelitiannya menunjukkan adanya nilai kebersamaan yang mewarnai keberagaman Papalele. Dalam penentuan harga jual yang

dilakukan komunitas Papalele ditemukan adanya nilai budaya yang terkandung, yaitu *pela* (gandong). Nilai tersebut mengandung nilai operasional yaitu nilai kejujuran, kepercayaan (*trust*), keadilan dan cinta kasih. Hal tersebut menggambarkan bahwa dalam menentukan harga tidak semata-mata pada nilai materi, namun terdapat nilai non materi di dalamnya.

Selain penelitian-penelitian yang terkait penentuan harga pokok produksi seperti yang disebutkan sebelumnya, penelitian dengan tema pengrajin pandai besi juga menjadi pertimbangan peneliti dalam penulisan ini. Seperti penelitian yang dilakukan Azmi (2015) yang menggali upaya pengrajin pandai besi dalam menjaga keberlangsungan industri kerajinan rumah tangga. Hasil penelitian menunjukkan faktor penghambat yang mempengaruhi industri pandai besi meliputi bahan baku yang mahal, keterbatasan modal, tenaga kerja yang tidak sesuai latar belakang pendidikan dan pekerjaan, penggunaan teknologi tradisional, pemasaran yang hanya dijual ke penadah, fungsi kelembagaan yang kurang diminati, kurangnya minat ikut kegiatan pemerintah dan bahkan hilangnya ciri khas budaya daerah.

Fenomena ini menarik untuk peneliti teliti mengenai harga jual pada pandai besi Jokotole. Karena menurut penelusuran awal, pandai besi Jokotole menerima pembelian berdasarkan pesanan. Pembeli tidak dapat membeli secara langsung, kecuali memesan terlebih dahulu. Produk yang tersedia pun cukup beragam, yang tentunya akan memiliki harga yang berbeda nantinya. Oleh karena itu, penelitian ini menarik bagi peneliti untuk mengeksplorasi sesuatu di balik penentuan harga jual pandai besi Jokotole.

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian diatas, banyak pertanyaan yang timbul pada peneliti. Timbulnya rasa penasaran tersebut membuat peneliti ingin menggali lebih dalam jawaban yang dapat memuaskan rasa penasaran peneliti. Maka rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana penentuan harga jual pada produk tani/dapur dan produk koleksi (khusus) yang diterapkan dalam pandai besi Jokotole? Penelitian ini mendalami keseluruhan proses penentuan harga jual, mulai dari biaya-biaya yang dikeluarkan hingga biaya-biaya tak kasat mata.

Pertanyaan berikutnya adalah bagaimana nilai-nilai yang terdapat dalam penentuan harga jual usaha pandai besi Jokotole? Seperti yang diketahui, nilai budaya Madura tidak terlepas dari keseharian orang Madura. Keberadaan nilai ini menjadi unik ketika dikaitkan dengan penentuan harga jual, sehingga kesadaran yang didapatkan dari pengrajin pandai besi akan menunjukkan nilai-nilai tersebut.

1.3 Tujuan Penelitian

Terkait dengan rumusan masalah yang ada, maka peneliti bertujuan untuk melihat praktik terkait penentuan harga jual yang ada pada usaha pandai besi Jokotole. Dengan adanya produk yang bermacam-macam, peniliti akan berfokus pada penentuan harga jual arit rumput yang termasuk dalam produk tani/dapur dan celurit sepasang yang termasuk dalam produk koleksi (khusus). Serta untuk mengetahui adanya nilai-nilai budaya yang melekat dalam penentuan harga jual ada usaha pandai besi tersebut.

1.4 Kontribusi Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dan praktis. Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat memberi gambaran bahwa suatu usaha memiliki keunikan tersendiri dalam menentukan

harga jual. Dari fakta yang terjadi di lapangan, jika penentuan harga jual digali lebih dalam maka alasan-alasan apa saja yang mendasari penentuan harga jual akan diketahui. Setiap usaha terkadang memiliki penentuan harga yang bisa saja di luar praktik-praktik yang ada. Salah satunya seperti terdapat biaya-biaya yang tidak dapat dijelaskan secara material atau tidak dapat dilihat secara kasat mata. Dengan begitu, perhitungan yang diberikan akan berbeda dengan teori yang ada seperti pada akuntansi biaya maupun akuntansi manajemen mengenai penentuan harga jual. Sedangkan secara praktis, riset ini diharapkan memberikan manfaat pada pandai besi mengenai penentuan harga jual, untuk dapat lebih mengembangkan diri dan mengevaluasi diri. Dengan begitu, hasil temuin ini juga diharapkan dapat menjadi informasi bagi pandai besi untuk bahan evaluasi dalam melakukan perhitungan guna menentukan harga jualnya.