

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan dunia usaha di era modern cukup pesat, pertumbuhan tersebut akan mendorong semakin meningkatnya kebutuhan hidup masyarakat. Pemicunya setiap perusahaan akan saling berlomba-lomba memasarkan produknya agar produk tersebut terjual secara efisien dan efektif sehingga produk dapat diterima oleh masyarakat. Adapun persaingan perusahaan lain yaitu perusahaan jasa, dagang maupun industri (Asriyanti, 2017).

Menurut Sitompul, (2015) industri kosmetik atau kecantikan merupakan industri yang berpengaruh besar di pasaran. Di tahun 2019 mengalami kenaikan sebesar 7% dan terus mengalami peningkatan di tahun 2020 sebesar 9% hal ini bertumpu pada perluasan ragam jenis kosmetik (www.kemenperin.go.id). Kementerian Perindustrian menyatakan bahwa industri kosmetik memiliki peningkatan yang signifikan sejak tahun 2017 dengan 760 perusahaan industri baik berskala besar atau kecil. Faktor peningkatan industri kosmetik yakni produk kecantikan dijadikan sebuah kebutuhan bagi wanita bukan menjadi sebuah keinginan (Daru & Khoirul Anwar, 2019). Kulit adalah bagian tubuh yang perlu dirawat untuk menunjang penampilan. Dalam memilih perawatan kulit (*skincare*) harus memiliki prosedur dalam merawat kulit, tentunya kandungan bahan dalam *skincare* harus yang aman dan sudah bersifikat halal dan memiliki sertifikat Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) (Maarif *et al.*, 2019).

Salah satu produk lokal yang tengah bersinar adalah rangkaian produk kecantikan dari MS Glow. MS Glow adalah produk kecantikan yang sudah memiliki sertifikat halal dan BPOM. dimana MS Glow adalah *Magic For Skin*.

Saat ini MS Glow telah berevolusi menjadi *skincare*, *bodycare* dan kosmetik. Dalam penjualannya MS Glow memiliki agen dan member yang tersebar di seluruh Indonesia dan beberapa mancanegara. Untuk memberikan kepercayaan dan menarik konsumen MS Glow pun 8 mendirikan Klinik Kecantikan yang sejauh ini telah tersebar 9 cabang di kota kota besar di Indonesia. Berikut ini 10 brand Skincare Local terlaris di E-commerce :



Gambar 1.1

10 brand Skincare Local terlaris di E-commerce

Sumber : <https://compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/>

Dari gambar diatas menunjukkan bahwa penjualan untuk *brand skincare* lokal pun dapat dikatakan sangat bagus, dimana sejak Februari 2021, penjualan di *marketplace* telah mencapai Rp. 91.22 Miliar dengan total transaksi 1,285,529. MS Glow meraih peringkat teratas dalam penjualan *skincare* dengan transaksi Rp. 38,5 Miliar di E-Commerce periode 1-18 Februari 2021 baik di Shopee dan Tokopedia. MS Glow sukses mengembangkan bisnisnya dengan sangat pesat, dimana meraih rekor penjualan 2 juta per bulan dan menjual produk > 3 juta *Stock Keeping Unit* (SKU). Kesuksesan tersebut merupakan ketepatan dalam memilih strategi bisnis. Dalam portofolio bisnis MS Glow memiliki kurva peningkatan yang melesat dalam menjual produknya. Selain itu, chanel

penjualan MS Glow telah merambah keluar negeri. Atas kesuksesan tersebut, MS Glow layak mendapatkan penghargaan *Marketeers OMNI Brands of the Year* 2020 (<https://industri.kontan.co.id/news/ms-glow-raih-penghargaan>).

Shandy Purnamasari selaku owner MS Glow memaparkan MS Glow menawarkan berbagai produk kecantikan dan membuat program khusus penjualan yakni dengan mengadakan agen, member dan reseller untuk para pelanggannya yang ingin ikut mengembangkan bisnis kecantikan. Shandy mengatakan:

“Sistem rantai nilai harga jual MS Glow dikemas sangat rasional dan praktis. Target-target yang disusun pun disesuaikan dengan kemampuan mitra mereka yang menjabat sebagai agen, member maupun reseller dapat merancang target sukses masing-masing tanpa ada tekanan dan paksaan.”

Rantai nilai harga jual termasuk dalam akuntansi manajemen. Dimana akuntansi manajemen merupakan ilmu yang memiliki tujuan utama yaitu menyiapkan strategi yang dilakukan manajemen atau pimpinan perusahaan untuk memberikan gambaran dan menentukan arah kinerja perusahaan. Dalam menentukan rantai nilai harga jual, akuntansi manajemen membagi menjadi dua metode yaitu variabel *costing* (penetapan harga pokok variabel) dan *full costing* (penetapan harga pokok penuh). Variabel *costing* merupakan teknik penetapan harga pokok (Garaika & Feriyana, 2020).

Kesuksesan pimpinan MS Glow dalam menerapkan rantai nilai harga jual menarik minat semua orang untuk menjadi mitra MS Glow dan mampu memberikan lapangan kerja bagi semua kalangan berupa bisnis yang menjadikan dengan cara menjadi mitra MS Glow seperti menjadi agen, member dan reseller. Mitra MS Glow telah menyebar di Indonesia maupun manca negara. Di Indonesia MS Glow mempunyai mitra yang tersebar di daerah dan kota, salah

satunya Sumenep. Sumenep merupakan kabupaten yang mempunyai potensi besar dalam menjual produk MS Glow. Hal tersebut terbukti dengan beredar banyak member dan reseller di kabupaten Sumenep.

Agen MS Glow di kabupaten Sumenep sedang naik daun. MS Glow tersebut yakni MS Glow Ori Sumenep yang berdiri sejak 2019. MS Glow Ori Sumenep didirikan oleh Nurul Septiani Ulfa dan dibantu oleh 3 karyawannya. Dalam setiap bulannya MS Glow Ori Sumenep dapat memperoleh keuntungan minimum 180 juta. Hal tersebut tidak terlepas dari penerapan sistem rantai nilai harga jual yang dilakukan pemilik dalam menjual produk MS Glow. Berikut merupakan tabel keuntungan MS Glow Ori Sumenep.

Tabel 1.1
Keuntungan MS Glow Ori Sumenep

No	Bulan	Keuntungan
1	Januari	Rp. 180.380.000
2	Februari	Rp. 195.225.000
3	Maret	Rp. 196.325.000
4	April	Rp. 204.175.000
5	Mei	Rp. 198.595.000
6	Juni	Rp. 201.875.000
7	Juli	Rp. 185.317.000
8	Agustus	Rp. 201.275.000
9	September	Rp. 190.216.000

Sumber : Data Diolah 2021

Berdasarkan tabel diatas, keuntungan yang diperoleh MS Glow Ori Sumenep sangat menjanjikan. Keuntungan minimum yang diperoleh MS Glow yaitu 180 juta pada awal bulan tahun 2021. Sementara keuntungan maksimum

sebesar 204 juta dan diraih pada bulan april 2021. Keuntungan yang besar tersebut merupakan tepatnya strategi rantai nilai harga jual dalam melakukan penjualan. Dalam melakukan rantai nilai harga jual, MS Glow Ori Sumenep yakni terdiri dari member, reseller dan konsumen

Penelitian terdahulu dilakukan oleh Puspitasari *et al.*, (2019) hasil menyatakan rantai nilai pada PT Indoroti Prima Cemerlang terdiri dari 3 segmen yaitu *segmen upstream* terdiri atas *supplier* bahan baku pokok dan pendukung, *segmen midstream* yaitu perhitungan penambahan nilai, dan *segmen downstream* adalah proses yang terdiri atas semua pengiriman produk terhadap konsumen akhir. Pelaku utama pada rantai nilai ini terdiri atas *Supplier*, *Perusahaan*, *Wholesaler*, *Retailer*.

Penelitian yang dilakukan oleh Biswan & Zarnedi (2018), menyatakan proses bisnis audit bisa digolongkan pada kerangka rantai nilai jika dipandang dari sisi aktivitas utama ataupun aktivitas penunjang. Penggunaannya membuat nilai tambah bagi pengguna. Tetapi, peneliti memiliki temuan kelemahan pada penggunaan metode rantai nilai, yaitu praktek bisnis masih belum menggunakan format baku, seperti Standar Operasional Prosedur.

Penelitian sejenis yaitu dilakukan oleh Rayyes (2017), tentang penggunaan rantai nilai terhadap biaya dalam menciptakan keunggulan kompetitif. Hasil yang menunjukkan bahwa hasil rantai nilai perusahaan memiliki keuntungan menghapus aktivitas dan melakukan penurunan biaya supaya perusahaan dapat efisien dalam menggapai kinerja yang kompetitif. Tetapi aktivitas yang tidak mengalami nilai tambah yaitu aktivitas pergudangan.

Berdasarkan pemaparan diatas, peneliti memilih MS Glow Ori Sumenep sebagai objek penelitian dikarenakan skema dan rantai nilai penjualan produk

MS Glow Ori Sumenep bervariasi yakni melibatkan berbagai sub penjualan. Selain itu tingginya omset penjualan menarik peneliti untuk mengetahui sistem rantai nilai harga jual yang diterapkan oleh MS Glow Ori Sumenep. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Rantai Nilai Harga Jual *Cost Plus Pricing* Produk MS Glow Dari Agen Ke Member, Reseller Dan Konsumen Pada MS Glow Ori Sumenep Di Kabupaten Sumenep**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana penerapan rantai nilai harga jual yang dilakukan MS Glow Ori Sumenep di kabupaten Sumenep?
2. Bagaimana keunggulan dan keuntungan penerapan rantai nilai harga jual yang dilakukan MS Glow Ori Sumenep di kabupaten Sumenep?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditentukan, maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui penerapan rantai nilai harga jual yang dilakukan MS Glow Ori Sumenep di kabupaten Sumenep
2. Untuk mengetahui keunggulan dan keuntungan penerapan rantai nilai harga jual yang dilakukan MS Glow Ori Sumenep di kabupaten Sumenep

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian skripsi ini yaitu sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Adapun manfaat teoritis yang diharapkan dari hasil penelitian ini yaitu memberikan gambaran dan pemikiran mengenai rantai nilai harga jual produk MS Glow Ori Sumenep kepada para konsumen.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang diharapkan dari hasil penelitian ini yaitu dapat dijadikan referensi dan pertimbangan bagi para konsumen mengenai pembelian produk di MS Glow.

1.4.3 Manfaat Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan gambaran dan dapat dijadikan rujukan dan referensi dalam meneliti di bidang analisis rantai harga jual bagi penelitian selanjutnya.