

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia, khususnya di sektor jasa kreatif seperti dekorasi *event* yang terus berkembang seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan berbagai acara seperti pernikahan, ulang tahun, acara kantor dan lain sebagainya. Persaingan di industri jasa semakin ketat seiring dengan kemudahan akses internet dan perkembangan media sosial yang telah membuka peluang besar bagi pelaku usaha jasa untuk menampilkan portofolio karya yang menarik minat konsumen (Zafirah & Putri, 2021). Semakin banyaknya pengusaha di bidang serupa menyebabkan terjadinya persaingan yang sangat ketat dan menimbulkan fluktuasi harga atau perang harga antar sesama pengusaha (Rizqikah *et al.*, 2024). Temuan penelitian Trebicka *et al.* (2023) menunjukkan bahwa strategi penetapan harga yang tepat sangat penting untuk retensi pelanggan dan keberlanjutan bisnis dalam industri jasa. Kondisi persaingan yang ketat ini menuntut pelaku usaha jasa termasuk jasa dekorasi *event* untuk memiliki strategi penetapan harga yang tidak hanya kompetitif tetapi juga mampu menjamin keberlangsungan usaha (Zafirah & Putri, 2021; Rizqikah *et al.*, 2024; Trebicka *et al.*, 2023).

RA Decoo merupakan salah satu usaha mikro yang bergerak di bidang jasa sewa dekorasi *event* di Kabupaten Gresik. Usaha ini telah beroperasi dengan berbagai jenis layanan, menangani dekorasi untuk berbagai macam acara dengan tingkat kompleksitas yang bervariasi, mulai dari dekorasi pernikahan dengan konsep modern minimalis, dekorasi ulang tahun, dekorasi acara perusahaan, hingga dekorasi untuk acara-acara khusus. Karakteristik jangkauan pasar RA

Decoo memiliki keunikan tersendiri, dengan wilayah operasional yang mencakup area perkotaan dan pinggiran dengan segmentasi pasar yang beragam, mulai dari kelas menengah ke bawah hingga menengah ke atas. Keberagaman segmen pasar ini menuntut RA Decoo untuk mampu menyesuaikan harga jual dengan karakteristik konsumen yang memiliki ekspektasi dan daya beli yang berbeda-beda.

Dalam menjalankan usahanya, RA Decoo saat ini menghadapi kondisi stagnasi dimana pemilik merasa telah bekerja sangat keras tetapi hasil yang didapat tidak maksimal. Permasalahan mendasar yang menyebabkan kondisi tersebut adalah kesulitan dalam menentukan harga jual yang tepat. Praktik penetapan harga yang diterapkan saat ini masih berdasarkan tarif pesaing atau mengikuti harga pasaran tanpa memperhitungkan biaya operasional yang sebenarnya dikeluarkan. Pemilik usaha belum mempertimbangkan secara sistematis komponen-komponen biaya yang sebenarnya terjadi, seperti harga bahan dekorasi yang bervariasi tergantung tema acara, upah tenaga kerja yang berbeda berdasarkan tingkat kesulitan pekerjaan, biaya transportasi menuju lokasi acara, serta biaya pemeliharaan properti yang membutuhkan perawatan rutin.

Harga jual merupakan nilai tukar berupa jumlah uang yang pembeli bayarkan untuk suatu produk atau jasa, yang merupakan keputusan strategis mengenai harga yang akan diikuti dalam jangka waktu tertentu (Zafirah & Putri, 2021). Penetapan harga jual yang tepat tidak dapat didasarkan pada perkiraan semata, melainkan harus melalui perhitungan yang akurat dan teliti (Rizqikah *et al.*, 2024). Temuan dalam penelitian Tan *et al.* (2024) menjelaskan bahwa penetapan harga jasa sewa harus mempertimbangkan faktor internal seperti biaya serta faktor eksternal seperti karakteristik layanan dan kondisi pasar. Faktor biaya

menjadi komponen dasar dalam menentukan harga jual, karena biaya menggambarkan batas minimum yang harus dipenuhi agar usaha tidak mengalami kerugian (Zafirah & Putri, 2021). Permasalahan utama yang sering dihadapi adalah ketika harga jual yang terlalu tinggi menurunkan daya beli konsumen, sebaliknya harga jual yang rendah dapat mempengaruhi laba yang diterima (Rahmatika *et al.*, 2022). Melati *et al.* (2022) menambahkan bahwa penetapan harga jual yang tepat dapat mengurangi ketidakpastian dalam menentukan harga jual karena berdasarkan perhitungan biaya produk yang akurat. Penelitian Yolanda & Mita (2025) menegaskan bahwa proses penetapan harga yang transparan dan berdasarkan perhitungan yang tepat menjadi semakin penting untuk menghindari kerugian dan mencapai keuntungan optimal.

Fenomena kesulitan dalam menentukan harga jual yang dialami RA Decoo ternyata bukan merupakan kasus tunggal, melainkan mencerminkan permasalahan umum yang dihadapi oleh banyak pelaku UMKM di Indonesia. Berbagai penelitian mengungkapkan bahwa banyak pelaku usaha belum memahami secara benar mengenai penentuan harga pokok produksi. Penelitian Amarulloh *et al.* (2021) menunjukkan bahwa UMKM masih menghitung harga pokok produksi secara sederhana dan belum menerapkan perhitungan sesuai kaidah akuntansi biaya, pelaku usaha cenderung menetapkan harga jual berdasarkan harga pasaran tanpa melakukan perhitungan harga pokok secara terperinci. Kondisi serupa ditemukan pada berbagai jenis usaha jasa seperti salon kecantikan dan lainnya, ketika pemilik usaha pemilik usaha belum menargetkan keuntungan dan mengelompokkan komponen biaya secara menyeluruh, serta masih mengandalkan perkiraan tanpa perhitungan biaya yang komprehensif (Zafirah & Putri, 2021; Maulidia *et al.*, 2023; Rezi *et al.*, 2023). Kondisi ini menjadi

tantangan serius mengingat banyak UMKM menghadapi tantangan dalam penetapan harga jual yang belum sistematis dan akurat, sehingga dapat mengancam keberlangsungan usaha (Adawia & Puspasari, 2021).

Kesulitan dalam menentukan harga jual yang dialami RA Decoo menimbulkan dampak lanjutan yang signifikan, yaitu permasalahan dalam penetapan *markup* untuk memperoleh keuntungan. Pemilik usaha belum menetapkan persentase *markup* keuntungan yang diinginkan dari setiap *job* yang dikerjakan, karena tidak memiliki dasar perhitungan biaya yang jelas. Permasalahan penentuan *markup* keuntungan ini merupakan isu strategis yang sangat penting dalam kelangsungan usaha karena penetapan *markup* keuntungan yang tepat berfungsi sebagai tolak ukur keberhasilan finansial dan indikator kesehatan bisnis. Tanpa adanya target *markup* keuntungan yang jelas, evaluasi kinerja bisnis menjadi sulit dilakukan karena tidak terdapat standar untuk mengukur apakah suatu *job* menghasilkan keuntungan atau justru merugikan. Penelitian Setiadi & Harymawan (2020) mengungkapkan bahwa penetapan harga berdasarkan kualitas layanan dapat mencapai *markup* lebih tinggi jika didukung perhitungan biaya yang akurat. Penetapan *markup* yang tidak sistematis mengakibatkan keuntungan yang diperoleh tidak sebanding dengan tenaga dan waktu yang dikeluarkan, sehingga perkembangan usaha menjadi sangat lambat (Maulidia *et al.*, 2023). Rahma *et al.* (2024) menjelaskan bahwa metode penetapan harga yang mempertimbangkan persentase laba dapat menutup seluruh biaya operasional dan menghasilkan keuntungan yang memadai bagi pertumbuhan bisnis.

Permasalahan penetapan harga jual dan *markup* keuntungan yang tidak tepat pada akhirnya akan mengancam keberlangsungan usaha RA Decoo.

Ketidaktepatan dalam penetapan harga dapat menyebabkan hilangnya peluang keuntungan optimal atau kehilangan daya saing di pasar. Sebagaimana diungkapkan dalam penelitian Brenna (2024) bahwa penetapan harga perlu mempertimbangkan kondisi persaingan pasar dan strategi kompetitor untuk mempertahankan posisi kompetitif dalam industri jasa. Dengan laba yang diperoleh secara optimal, pelaku usaha dapat mempertahankan kelangsungan usaha, memperluas jaringan bisnis, dan mengembangkan kapasitas produksi. Rachmad *et al.* (2023) menunjukkan bahwa dalam penetapan harga, pelaku usaha perlu mempertimbangkan seluruh komponen biaya dalam perhitungan harga pokok produksi agar praktik bisnis berjalan secara etis dan berkelanjutan. Azzahra *et al.* (2024) menyatakan bahwa pelaku UMKM harus mempertimbangkan nilai dan keuntungan yang didapat dari setiap biaya yang dibayarkan agar dapat meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing bisnis di pasar yang kompetitif. Asher *et al.* (2025) menambahkan bahwa pengelolaan biaya yang efektif melalui strategi penetapan harga yang sesuai dapat meningkatkan kinerja dan daya saing usaha secara berkelanjutan. Menghadapi risiko hilangnya peluang keuntungan optimal yang dapat mengancam keberlangsungan usaha, diperlukan sistem penetapan harga yang tepat untuk memastikan daya saing di pasar. Adawia & Puspasari (2021) menekankan perlunya penerapan metode perhitungan biaya yang terstruktur agar UMKM dapat menetapkan harga jual yang kompetitif namun tetap memperoleh *markup* keuntungan yang cukup, sehingga usaha dapat bertahan walaupun dalam situasi ekonomi yang sulit.

Upaya mengatasi permasalahan tersebut, diperlukan penggunaan metode penentuan harga jual yang tepat dan sistematis. Salah satu metode yang dapat digunakan adalah *cost plus pricing*. Metode *cost plus pricing* merupakan metode

penetapan harga jual dengan menambahkan seluruh biaya dan persentase laba yang diharapkan (Rahmatika *et al.*, 2022; Noviasari & Alamsyah, 2020). Kartika & Bakhtiar (2020) menjelaskan metode ini lebih detail dalam mempertimbangkan komponen biaya produksi sehingga mempengaruhi penentuan harga jual dan laba. Keunggulan metode *cost plus pricing* adalah pelaku usaha berpeluang melakukan efisiensi biaya karena laba proporsional dengan total biaya (Rezi *et al.*, 2023; Rahma *et al.*, 2024). Metode ini memungkinkan perusahaan untuk melakukan perhitungan harga pokok produksi yang tepat dan akurat, yang sangat penting karena tanpa perhitungan yang tepat, perusahaan akan kesulitan menetapkan harga jual (Rahmatika *et al.*, 2022; Putri *et al.*, 2021). Pentingnya penerapan metode *cost plus pricing* diperkuat oleh temuan dalam dalam Putri *et al.* (2022) dan Rahma *et al.* (2024) yang menunjukkan bahwa harga jual yang ditentukan harus dapat menutupi biaya produksi yang dikeluarkan perusahaan agar perusahaan dapat memperoleh laba sesuai dengan yang diharapkan. Penelitian Azzahra & Widiastuty (2025) menunjukkan pentingnya keseimbangan antara efisiensi biaya dan kualitas layanan dalam penetapan harga, dengan menggunakan metode *cost plus pricing* yang tepat, pelaku usaha dapat tetap bersaing dalam hal harga tanpa mengorbankan kualitas serta reputasi yang telah mereka bangun.

Penelitian ini mereplikasi penelitian yang dilakukan oleh Zafirah & Putri (2021) yang menganalisis penentuan harga jual jasa *make up* dan *hairdo* menggunakan metode *cost plus pricing* pada Salon Ima *Skincare* dan *Make up* di Kabupaten Blitar. Penelitian tersebut menemukan bahwa harga jual yang ditetapkan masih mengikuti harga pasaran tanpa mempertimbangkan laba yang diinginkan, sehingga perlu menggunakan metode *cost plus pricing* dalam

mengidentifikasi biaya dan menghitung harga jual agar dapat bersaing dengan para pesaing yang memiliki usaha sejenis. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada objek penelitian, dimana penelitian ini difokuskan pada usaha jasa sewa dekorasi *event* yang memiliki karakteristik biaya dan struktur operasional yang berbeda dengan jasa salon maupun jasa kecantikan lainnya. Selain itu, penelitian ini juga mengadaptasi pendekatan yang dilakukan oleh Noviasari & Alamsyah (2020) serta Kartika & Bakhtiar (2020) yang menggunakan pendekatan *full costing* dalam menghitung harga pokok produksi sebelum menentukan harga jual dengan metode *cost plus pricing*.

Meskipun penelitian mengenai penentuan harga jual menggunakan metode *cost plus pricing* sudah banyak dilakukan pada berbagai sektor industri, penerapannya pada sektor jasa dekorasi *event* masih jarang ditemukan. Kebanyakan penelitian terdahulu lebih fokus pada industri manufaktur sehingga terdapat gap penelitian yang signifikan dalam menganalisis struktur biaya dan penetapan harga untuk usaha jasa dekorasi *event*. Karakteristik jasa sewa dekorasi *event* memiliki keunikan tersendiri dengan struktur biaya yang sangat bervariasi tergantung tema dan jenis acara. Penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian lain karena menganalisis penerapan metode *cost plus pricing* pada usaha jasa dekorasi *event* dengan pembuatan perhitungan harga pokok jasa yang disesuaikan khusus dengan karakteristik biaya yang kompleks dan bervariasi tersebut.

Penelitian ini penting karena diharapkan dapat membantu pelaku UMKM menentukan harga jual yang tepat berdasarkan perhitungan biaya yang akurat dan komprehensif untuk menghasilkan *markup* keuntungan optimal di tengah persaingan yang ketat. Urgensi penelitian ini juga didorong oleh kondisi banyaknya

pelaku usaha kecil yang belum menyadari pentingnya perhitungan harga pokok jasa secara detail, sehingga berisiko mengalami kerugian atau kehilangan peluang keuntungan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan memberikan manfaat dalam penetapan harga jual jasa agar usaha mencapai keuntungan optimal sekaligus mempertahankan daya saing di pasar jasa kreatif yang terus berkembang.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang sebelumnya telah diuraikan, maka penulis dapat merumuskan permasalahan yang menjadi fokus penelitian ini, yaitu:

Bagaimana perbandingan antara penentuan harga jual jasa sewa dekorasi *event* yang diterapkan saat ini oleh usaha RA Decoo dengan penentuan harga menggunakan metode *cost plus pricing* untuk menghasilkan strategi penetapan harga yang lebih efektif?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perbandingan antara penentuan harga jual jasa sewa dekorasi *event* yang diterapkan saat ini oleh usaha RA Decoo dengan penentuan harga menggunakan metode *cost plus pricing* untuk merumuskan penetapan harga yang lebih efektif.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Secara Teoritis

a) Bagi akademik

Penelitian ini dapat memberikan masukan untuk pengembangan literatur akuntansi biaya dan akuntansi manajemen, khususnya terkait penerapan metode *cost plus pricing* pada industri jasa kreatif. Selain itu juga, dapat menjadi referensi penelitian dalam memperluas pemahaman mengenai penetapan harga jasa, khususnya pada sektor jasa dekorasi *event* yang memiliki karakteristik unik dengan biaya yang bervariasi tergantung tema dan jenis acara.

b) Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan dan dasar bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan analisis penentuan harga jual pada sektor UMKM, khususnya di bidang jasa kreatif. Penelitian ini dapat menjadi pijakan untuk pengembangan model-model penetapan harga yang lebih spesifik dan disesuaikan dengan karakteristik industri jasa di Indonesia.

1.4.2 Manfaat Secara Praktis

a) Bagi RA Decoo

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan solusi konkret bagi RA Decoo dalam mengatasi permasalahan penetapan harga jual jasa sewa dekorasi *event*. Penelitian ini dapat menjadi pedoman praktis dalam melakukan perhitungan harga pokok jasa secara sistematis dan akurat.

b) Bagi UMKM Sejenis

Penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi usaha sejenis dalam menerapkan metode penetapan harga yang lebih terstruktur untuk meningkatkan profitabilitas.