

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan sangat penting dalam perekonomian Indonesia, terutama di sektor perdagangan. UMKM berkontribusi besar terhadap penyerapan tenaga kerja, pemerataan ekonomi, serta menjadi motor penggerak pertumbuhan ekonomi di berbagai daerah, baik di perkotaan maupun pedesaan (Mubarak et al., 2023). Selain itu, UMKM juga mampu menjembatani kesenjangan ekonomi antara kelompok Masyarakat (Mubarak et al., 2023).

Namun, dalam menjalankan usahanya, pelaku UMKM kerap dihadapkan pada berbagai kendala, salah satunya dalam hal penentuan harga jual produk. Penentuan harga jual yang tepat sangat krusial karena akan berdampak langsung pada keberlangsungan usaha, tingkat keuntungan, serta daya saing produk di pasar (Rini et al., 2024). Banyak pelaku UMKM yang masih menentukan harga jual berdasarkan perkiraan pribadi atau hanya mengikuti harga pasar tanpa memperhitungkan seluruh komponen biaya produksi, laba yang diharapkan, maupun kondisi persaingan (Rini et al., 2024). Akibatnya, tidak sedikit UMKM yang mengalami penurunan omzet, bahkan tidak mampu menutupi biaya produksi sehingga usaha menjadi tidak berkembang atau terpaksa gulung tikar (Lindiawatie et al., 2022). Oleh karena itu, masalah penentuan harga jual menjadi hal yang penting dalam menentukan keberlanjutan UMKM.

Permasalahan penentuan harga jual ini sebenarnya sudah banyak dikaji dalam penelitian-penelitian sebelumnya. Misalnya, Lindiawatie et al., (2022) yang menemukan bahwa mayoritas UMKM masih menentukan harga jual produk berdasarkan perkiraan pemilik, bukan berdasarkan prinsip akuntansi yang benar, sehingga seringkali pendapatan yang diperoleh tidak mampu menutup biaya produksi dan menghasilkan laba yang diharapkan.

Namun, penelitian-penelitian terdahulu umumnya masih bersifat umum dan belum banyak yang mengkaji secara spesifik pada UMKM sektor otomotif klasik, khususnya di Kediri. Penelitian ini mengambil objek UMKM Dias Hendro Motor Classic di Kediri, yang bergerak di bidang penjualan produk otomotif klasik. Penelitian ini menawarkan kebaruan (novelty) dengan menganalisis secara mendalam faktor-faktor yang mempengaruhi penentuan harga jual pada UMKM Dias Hendro Motor Classic, serta memberikan solusi dengan menerapkan metode penetapan harga berbasis biaya (*cost-based pricing*). Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam upaya peningkatan daya saing dan keberlanjutan UMKM.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana proses penentuan harga jual produk pada UMKM Dias Hendro Motor Classic?

2. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi penentuan harga jual produk pada UMKM Dias Hendro Motor Classic?
3. Bagaimana proses penentuan harga jual yang relevan di UMKM Dias Hendro Motor Classic?

C. Tujuan Penelitian

1. Menganalisis proses penentuan harga jual produk pada UMKM Dias Hendro Motor Classic.
2. Mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi penentuan harga jual produk pada UMKM Dias Hendro Motor Classic.
3. Menjelaskan proses penentuan harga jual yang relevan di UMKM Dias Hendro Motor Classic.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu akuntansi manajemen, terutama dalam hal penerapan strategi penetapan harga jual pada skala usaha mikro dan kecil. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi studi-studi sejenis yang mengkaji penerapan teori akuntansi di bidang usaha nonformal.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan masukan bagi pelaku UMKM, khususnya di bidang variasi dan modifikasi

kendaraan, agar lebih memahami pentingnya penetapan harga jual yang tepat, terencana, dan didasarkan pada perhitungan biaya serta kondisi pasar. Dengan demikian, usaha dapat berjalan lebih efisien dan memperoleh laba yang optimal.

