

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tujuan utama perusahaan atau organisasi bisnis adalah menghasilkan laba yang sebesar-besarnya, untuk itu perusahaan perlu menerapkan strategi yang tepat untuk mencapai sasaran. Salah satu faktor utama penentuan keberlangsungan perusahaan adalah penetapan harga jual yang tepat. Selain itu, pada era globalisasi ini persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat, sehingga memacu persaingan harga yang semakin ketat pula.

Menentukan harga jual tentu tidak mudah, perusahaan dihadapkan pada berbagai pertimbangan, tidak hanya faktor biaya tapi juga faktor-faktor lain menentukan pengambilan keputusan untuk menetapkan harga jual. Menurut Mulyadi (2001 : 345), umumnya harga jual produk dan jasa standar ditentukan oleh perimbangan permintaan dan penawaran di pasar, sehingga biaya bukan merupakan penentu harga jual. Karena permintaan *customer* atas produk dan jasa tidak mudah ditentukan oleh manajer penentu harga jual, maka dalam penentu harga jual, manajer tersebut akan menghadapi banyak ketidakpastian. Selera *customer*, jumlah pesaing yang memasuki pasar, dan harga yang ditentukan oleh pesaing, merupakan contoh faktor-faktor yang sulit untuk diramalkan, yang mempengaruhi pembentukan harga jual produk atau jasa jual di pasar.

Meskipun dihadapkan pada berbagai pertimbangan, pada dasarnya penentuan harga jual haruslah menutup biaya yang dikeluarkan perusahaan. Bagaimanapun, semua biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk menghasilkan produk atau jasa harus ditutup, demi keberlangsungan perusahaan agar tetap bertahan dan bertumbuh. Manajer harus jeli untuk menentukan harga jual, karena ini menyangkut masa depan perusahaan.

Jika harga jual dibawah harga pasar, kemungkinan *customer* akan semakin tertarik, tapi bila harga jual tidak mampu menutup biaya, tentu perusahaan terancam rugi. Namun, jika harga jual terlalu tinggi, tentu perusahaan dapat kehilangan *customer* potensial. Begitu juga apabila harga jual sesuai dengan pasar, perusahaan tetap harus mengukur, apakah harga jual yang ditetapkan memberi keuntungan yang maksimal bagi perusahaan.

Dari sinilah penelitian ini berangkat, penentuan harga jual menjadi hal yang krusial bagi perusahaan karena menyangkut masa depan perusahaan. Apalagi pada perusahaan jasa, yang memiliki karakteristik yang berbeda dibanding perusahaan manufaktur atau perusahaan yang menghasilkan barang jadi. Seperti yang terjadi pada Bengkel Auto Mobilindo di jl Kabupaten Km 3 Mayangan, Sleman, Yogyakarta. Dari hasil wawancara, pihak bengkel mengungkapkan pada umumnya dalam sebulan, menerima jasa pengecatan baik full body maupun per panel sekitar seratus mobil lebih, namun untuk tahun ini menurun, rata-rata per bulan lima puluh unit mobil, maksimalnya hanya tujuh puluh unit mobil yang di cat.

Harga pengecatan full body mobil khusus untuk mobil sedan, Auto Mobilindo Rp 6.000.000,00 dan harga untuk per panel mobil Rp 600.000,00. Meskipun harga yang ditetapkan Auto Mobilindo masih bisa nego tergantung kondisi kerusakan mobil, tapi rata-rata harganya berkisar diangka itu. Bila mobil dalam kondisi keropos, harga pengecatan untuk mobil sedan bisa mencapai Rp 8.000.000,00 atau lebih. Harga yang ditetapkan Auto Mobilindo lebih tinggi dibanding pasar, hasil survey di beberapa bengkel lain menunjukkan harga yang ditetapkan Auto Mobilindo cukup tinggi :

Tabel 1.1

Harga Pengecatan Bengkel Pesaing

Nama Bengkel	Alamat	Harga Rata-rata Cat Full Body Mobil Sedan
Didicoltd Auto Body	Jl Wates km 9 Yogyakarta	Rp 4.800.000,00
Laris Abadi	Jalan Raya Kayen no. 17 Malanrejo, Yogyakarta	Rp 4.200.000,00
Trio Motor Yogyakarta	Jl Magelang Km 5,8 No 55 Yogyakarta	Rp 3.500.000,00
Saman	Jl Kabupaten Mayangan, Sleman	Rp 4.500.000,00
Shiff	Jl Kabupaten Km 2,5 Mayangan, Sleman	Rp 5.000.000,00
Kupu-Kupu Malam	Jl Kabupaten Km 1 Mayangan, Sleman	Rp 5.500.000,00
Harga rata-rata pengecatan		Rp 4.583.333,33

Sumber: obsevarsi ke bengkel-bengkel

Dari hasil uraian diatas dan hasil perbandingan harga ini, dapat dilihat bahwa harga yang ditetapkan terlalu tinggi. Mengingat semakin

berkembangnya bisnis bengkel di Yogyakarta, maka pihak Auto Mobilindo harus memperhatikan hal ini agar tidak kehilangan pangsa pasar. Apalagi, di area Jalan Kabupaten mulai berkembang banyak bengkel mobil, pihak Auto Mobilindo sendiri mengungkap saingan utama bengkel Auto Mobilindo adalah Kupu-Kupu malam yang berada tidak terlalu jauh dari bengkel Auto Mobilindo. Kupu-kupu Malam merupakan bengkel yang sudah cukup terkenal di Yogyakarta dan sekitar, sehingga bila harga jual pengecatan Auto Mobilindo terlalu tinggi, maka pelanggan dapat beralih ke bengkel Kupu-Kupu Malam.

Betapa pentingnya penentuan harga jual yang tepat, selain memperhitungkan biaya yang dikeluarkan, pihak bengkel juga harus memperhatikan harga yang sesuai keinginan konsumen, dan harga yang dipasang pesaing, serta laba yang diharapkan. Oleh karena inilah, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian menghitung harga jual jasa pengecatan pada bengkel ini menggunakan metode yang tepat.

Jasa pengecatan tidak dapat dipastikan waktunya, karena tergantung tingkat kerusakan mobil, sehingga waktu pengerjaan cat perlu diperhitungkan dalam menentukan harga jual. Tidak hanya waktu, komponen bahan yang digunakan tentu juga harus diperhitungkan. Oleh karena itu metode yang tepat untuk penentuan harga jual jasa pengecatan ini adalah metode *time and material pricing*. Berdasarkan uraian diatas, penelitian ini diberi judul “Penentuan Harga Jual Jasa Pengecatan Pada

Bengkel Auto Mobilindo Yogyakarta Menggunakan Metode *Time and Material Pricing*.”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, peneliti merumuskan permasalahan yang akan diteliti adalah Berapa Harga Jual Jasa Pengecatan Pada Bengkel Auto Mobilindo Yogyakarta Menggunakan Metode *Time and Material Pricing*?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Jasa pengecatan yang dihitung hanya jasa pengecatan mobil jenis mobil sedan tanpa ganti plat.
2. Biaya antar jemput mobil tidak dimasukan karena biaya antar jemput langsung dibebankan konsumen.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menghitung harga jual jasa pengecatan pada bengkel Auto Mobilindo Yogyakarta menggunakan metode *time and material pricing*.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah

1. Praktis

Sebagai bahan pertimbangan untuk pihak bengkel Auto Mobilindo untuk menetapkan harga jual jasa pengecatan

2. Akademis

Memberikan informasi mengenai cara penetapan harga jual jasa pengecatan yang dapat digunakan sebagai referensi penelitian selanjutnya.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah Bengkel Bengkel Auto Mobilindo di jl Kabupaten Km 3 Mayangan, Sleman, Yogyakarta.

1.6.2 Jenis Data

Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari obyeknya sendiri yaitu bengkel Auto Mobilindo.

1.6.3 Motode Pengumpulan Data

Terkait dengan data yang diperoleh, data dihimpun melalui studi lapangan, dengan cara observasi langsung ke bengkel dan wawancara langsung, baik dengan pihak manajemen dan juga mekanik.

1.6.4 Motode Analisis Data

Dalam penelitian ini, metode analisis yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif-kuantitatif, dengan teknik perhitungan harga jual jasa pengecatan menggunakan *Time and Material Pricing*, adapun langkah-langkah analisis datanya, sebagai berikut:

- a. Menghitung kapasitas yang diharapkan
- b. Mengidentifikasi dan menghitung biaya langsung dan tak langsung.
- c. Mengalokasikan biaya tidak langsung
- d. Perhitungan *mark up*
- e. Menentukan tarif yang dibebankan dalam satuan waktu dan bahan
- f. Melakukan perhitungan harga jual jasa.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini dibagi dalam bentuk sebagai berikut:

1. Bagian Awal berisi halaman:
Judul, Halaman Persetujuan, Halaman Pengesahan, Pernyataan Keaslian Karya, Kata Pengantar, Daftar Isi, dan Abstrak
2. Bagian Isi, yang terdiri dari:
BAB I Pendahuluan, menguraikan mengenai latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan dari penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II Landasan Teori, terdiri dari teori-teori dan konsep yang tepat dan mempunyai keterkaitan dengan penelitian, yang berfungsi sebagai kerangka analisis.

BAB III Gambaran Umum perusahaan yang terdiri dari profil perusahaan, baik sejarah maupun struktur organisasi.

BAB IV Pembahasan, terdiri dari data penelitian, hasil penelitian dan analisis penelitian.

BAB V Kesimpulan dan Saran, berisi kesimpulan penelitian dan saran terhadap hasil penelitian.

3. Bagian Akhir.

Pada bagian akhir dari tulisan ini berisi Daftar Pustaka dan Lampiran