

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan ekonomi yang semakin pesat dan tingkat di era globalisasi memungkinkan perusahaan untuk melakukan ide dalam mempertahankan persaingan dengan melakukan suatu organisasi dalam penetapan harga pemasaran agar bisa bertahan dalam persaingan perusahaan. Pada perkembangan perusahaan ini menimbulkan pesaingan yang sangat ketat antara perusahaan satu dengan yang lain. Tujuan dari perusahaan ini didirikan untuk memperoleh laba yang maksimal, maka perusahaan ini akan berusaha menjalankan operasionalnya menggunakan sumber-sumber ekonomi yang menekankan produksi agar harga pokok pada penetapan harga tersebut lebih rendah, sehingga harga pada perusahaan ini dapat ditekan.

Salah satu hal yang menjadi pusat perhatian adalah kualitas pada produk yang dihasilkan. Penentuan suatu kualitas produk dapat berasal dari tingkat pelanggan dalam mengasumsi produknya. Suatu harga adalah sebagai unsur pemasaran yang telah memberikan pendapatan bagi suatu organisasi. Kondisi pemasaran dalam perekonomian di Indonesia mengakibatkan tingginya risiko dalam mengalami kesulitan keuangan. Perusahaan yang dulu mengandalkan periklanan untuk pemasaran, kini mulai beralih kepada *event marketing*. Hal ini menyebabkan *event organizer* di Indonesia semakin berkembang dengan meningkatnya permintaan penyelenggaraan. Oleh karena itu *event organizer*

menjadi kebutuhan utama bagi perusahaan untuk bertahan dalam persaingan tersebut.

Perusahaan dapat bertahan dalam persaingan ketat yaitu dengan menentukan penetapan harga yang akan dihasilkan. Semakin bertambahnya jumlah promosi, maka semakin tajam persaingan antara *event organizer* lainnya. Menurut Etty Kongrat (2014 : 163), salah satu faktor yang menjadi kunci sukses adalah peranan promosi. Perencanaan promosi perlu direncanakan dengan baik agar tujuan promosi dapat tercapai. Namun disisi lain, jika harga pada suatu perusahaan dapat dikatakan terlalu mahal, akan menyebabkan tingkat suatu laba jangka pendek, tetapi disisi lain konsumen sulit untuk bersaing dengan organisasi lainnya. Dalam kasus penelitian ini, harga terlalu mahal juga bisa diprotes oleh konsumen dan oleh lembaga pemerintah. Sedangkan bila harga terlalu rendah, maka konsumen akan mempresepsikan kualitasnya jelek. Dalam suatu organisasi harus dilakukan dengan membandingkan harga pemasaran dengan organisasi lain. Menurut Ridwan Purnama (2016 : 974) dengan banyaknya pesaing baru, akan menjadi motivasi untuk lebih meningkatkan lagi kinerja perusahaan dalam meningkatkan pendapatan dan terus akan mencari peluang yang belum ada pada perusahaan tersebut. Suatu penetapan harga ini merupakan elemen pemasaran yang paling fleksibel dan dalam persaingan tersebut merupakan masalah yang sedang dihadapi oleh perusahaan. Pada perusahaan-perusahaan kecil atau perusahaan menengah kebawah, harga biasanya ditetapkan oleh manajemen puncak yaitu bagian pemasaran dan penjualan. Pihak lain yang mempengaruhi

penetapan harga yaitu manajer penjualan, manajer produksi, manajer keuangan, dan bagian akuntan.

Pada penelitian ini yang berjudul “Analisis Penetapan Harga Kontrak Kegiatan Unit Usaha *Event Organizer* Pada CV. Agenda Kota Indonesia” akan menjelaskan bagaimana cara perusahaan dalam menetapkan harga pada kegiatan *event organizer* dan strategi-strategi perusahaan yang sudah dilaksanakan serta akan menganalisis pendapatan dan beban-beban perusahaan yang sudah ditetapkan. Pengertian dari judul penelitian ini adalah hasil dari menganalisis persetujuan kontrak perusahaan dengan para konsumen yang berhubungan dengan harga suatu *event* yang akan berpartisipasi langsung pada event yang diadakan perusahaan CV. Agenda Kota Indonesia.

CV. Agenda Kota Indonesia adalah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa promosi diseluruh kota-kota besar di Indonesia, perusahaan ini berdiri karena kemampuan promosi dalam bidang usaha perdagangan yang semakin meningkat. CV. Agenda kota Indonesia ini dirasa sangat dibutuhkan untuk mengetahui pelaporan laba rugi dalam penetapan harga kontrak kegiatan pada periode tertentu.

Fenomena yang terjadi pada penelitian ini bahwa pelaksanaan organisasi jasa ini yaitu kesulitan dalam penetapan harga dengan membandingkan dua harga yang berlaku di pasar dan penetapan dari satu acara ke acara lain, sedangkan dari acara satu ke acara lain memiliki perhitungan biaya yang berbeda tergantung dengan tempat, properti dan jasa tenaga kerja. Penetapan harga yang diterapkan oleh CV. Agenda Kota ini belum memiliki metode penetapan harga

untuk memenuhi tujuan operasional perusahaan. Oleh karena itu, penelitian ini meneliti metode yang memadai untuk menetapkan harga yang tepat dan untuk mengetahui laporan laba rugi dalam penetapan harga perusahaan. Jika kesulitan dalam penetapan harga ini tidak segera ditangani, maka perusahaan tidak akan mengetahui laba dan penetapan harga biaya-biaya event disetiap acara.

Peneliti melakukan penelitian ini karena peneliti tertarik untuk mengetahui laporan laba rugi perusahaan jasa CV. Agenda Kota Indonesia dalam penetapan harga di setiap event yang berbeda. Selain itu, peneliti sudah terlibat dalam event tersebut berperan sebagai tenant yang berpartisipasi dalam event yang dilakukan oleh perusahaan.

Melihat bisnis EO (*Event Organizer*) ini, dapat dikategorikan ke dalam bisnis jasa. Definisi suatu jasa adalah memiliki unsur tidak berwujud yang melibatkan interaksi dengan konsumen dan tidak memiliki kepemilikan. Laba yang didapatkan adalah dengan menghitung semua perolehan dengan mengurangi biaya-biaya yang dikeluarkan.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Penetapan harga adalah suatu konsep dimana suatu harga pada *event organizer* tersebut dapat meminimalisirkan harga sesuai dengan kebutuhan konsumen dan mendapatkan pelayanan ataupun kualitas yang baik.

Berdasarkan latar belakang masalah, maka rumusan masalah dari penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana cara pelaporan keuangan dalam penetapan laba rugi perusahaan di setiap kegiatan *event organizer* yang berbeda pada CV. Agenda Kota Indonesia?
2. Bagaimana metode yang akan digunakan dalam penetapan harga CV. Agenda Kota Indonesia?

### 1.3 **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan uraian diatas, maka tujuan dari peneliti untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pelaporan laba rugi dalam penetapan harga di setiap kegiatan yang berbeda pada CV. Agenda Kota Indonesia.
2. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui metode yang digunakan dalam penetapan harga event organizer pada CV. Agenda Kota Indonesia.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Secara umum dengan adanya hasil penelitian ini, dapat memberikan suatu informasi dan dapat memberikan manfaat bagi pihak yang berkepentingan antara lain:

##### **1. Bagi perusahaan**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan suatu informasi dan mempertimbangkan alat promosi dalam pengambilan keputusan alat promosi yang digunakan.

##### **2. Bagi penulis**

Diharapkan dapat menambah wawasan luas dalam menerapkan ilmu-ilmu manajemen dalam bidang promosi.

##### **3. Bagi kalangan akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, ilmu serta bahan pembanding untuk penelitian selanjutnya.

#### **1.5 Sistematika Penulisan**

Untuk memperoleh gambaran yang jelas mengenai hal-hal yang dibahas dalam penelitian ini, maka sistematika penulisan akan diuraikan dalam tiga bab. Adapun sistematika penulisan metode penelitian ini adalah:

## BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini merupakan bab pembuka yang menguraikan tentang latar belakang masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini merupakan bab yang menjelaskan tentang penelitian terdahulu, landasan teori, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

## BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai rancangan penelitian, batasan penelitian, indentifikasi variabel, definisi operasional, partisipan penelitian, prosedur penelitian dan teknik analisis data.

## BAB IV ANALISIS

Pada bab ini menjelaskan tentang sumber data penelitian, serta pembahasan tentang hasil penelitian wawancara, observasi, dan dokumentasi.

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian ini, dan saran untuk perusahaan maupun untuk peneliti selanjutnya. Kesimpulan memberikan jawaban dari rumusan masalah penelitian yang dilakukan peneliti.