

ANALISIS PENETAPAN HARGA JUAL UNTUK OPTIMALISASI LABA SEPATU SANDAL HILMI FASHION

Nanda Tri Hardina¹, Siti Istikhoroh², Edy Sulistiawan³

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

nandatri723@gmail.com¹, istiistic@gmail.com², edy.s@unipasby.ac.id³

ABSTRACT

This research uses descriptive qualitative research with case study method. Using primary data sources and secondary data and data collection methods are carried out by conducting interviews and documentation. To test the validity of the data in this study using triangulation. Purposive sampling was used in this study to select informants based on the criteria, namely the extent to which the informants understand and know the problems that will be studied in the study. In this study, there were results that Hilmi Fashion in calculating the cost of the product was not maximized due to product costs that should be taken into account but not included in the cost group. Thus, the selling price of the product set by Hilmi Fashion is too low compared to the calculation that should result in a decrease in profits. Therefore, improvement of the theory of calculating the selling price at Hilmi Fashion is very necessary so that the expected profit planning can be optimal.

Keywords: Selling Price, Cost of Product, Profit Optimization, Pricing Strategy.

ABSTRAK

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus. Menggunakan sumber data primer dan data sekunder dan metode pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan dokumentasi. Untuk menguji keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan triangulasi. Purposive Sampling di gunakan dalam penelitian ini untuk memilih informan berdasarkan kriteria yakni sejauh mana informan memahami dan mengetahui masalah yang akan dikaji dalam penelitian. Pada penelitian ini terdapat hasil bahwa Hilmi Fashion dalam menghitung biaya pokok produk belum maksimal disebabkan ada nya biaya produk yang harusnya diperhitungkan tetapi tidak dimasukkan ke dalam golongan biaya tersebut. Sehingga, harga jual produk yang ditetapkan oleh Hilmi Fashion terlalu rendah dibandingkan dengan perhitungan yang seharusnya dapat berakibat penurunan laba yang didapatkan. Oleh sebabnya, perbaikan teori perhitungan penetapan harga jual di Hilmi Fashion sangat diperlukan agar perencanaan laba yang diharapkan dapat optimal.

Kata Kunci : Harga Jual, Harga Pokok Produk, Optimalisasi Laba, Strategi Penetapan Harga.

PENDAHULUAN

Sektor Usaha Kecil Menengah (UKM) turut serta mempengaruhi per kembangan ekonomi di Indonesia karena sebagian besar penduduk Indonesia hidup dalam kegiatan usaha kecil baik di sektor tradisional mau pun modern dan berakibat ada nya saingan antar UKM yang satu dengan lainnya terutama pada produk yang sejenis. Permasalahan ter sebut bagi UKM adalah ancaman dan segera di tindak lanjuti sebab secara langsung ber pengaruh pada kelangsungan kehidupan usaha, serta penjualan dari produk yang di hasilkan merupakan sumber pendapatan utama bagi UMKM tersebut. Solusi untuk mengatasi hal tersebut adalah UKM di tuntut untuk antisipatif terhadap segala kemungkinan yang terjadi dalam persaingan. Salah satunya yaitu dengan mengetahui harga yang tepat. Harga merupakan sebuah komponen penting atas suatu produk yang akan ber pengaruh terhadap pemasukan atau pendapatan bagi pemilik usaha UKM. Harga atau nilai suatu produk dan fungsi produk perusahaan adalah hal yang ber kaitan dengan perusahaan yaitu kelangsungan hidup usaha. Harga di kenakan sesuai dengan harga produk sejenis yang terdapat pada pasar sehingga masyarakat dapat menerima nya serta akhir nya akan memberi dukungan untuk upaya meningkatkan pendapatan laba bersih usaha. Dalam kehidupan, terjadi nya harga jual di tentukan oleh penjual atau pemilik usaha dan

pembeli. Semakin tinggi daya beli konsumen, maka semakin besar kemungkinan bagi pemilik usaha untuk menetapkan tingkat harga yang lebih tinggi. Dengan demikian, pemilik usaha memiliki harapan untuk mendapatkan keuntungan maksimum sesuai dengan kondisi yang ada, melalui penetapan harga.

Penetapan harga jual merupakan keputusan mengenai harga-harga yang akan diikuti untuk suatu jangka waktu tertentu (Buchari Alma, 2011). Keputusan penetapan harga jual merupakan keputusan yang tidak mudah, karena banyak faktor yang mempengaruhi, baik faktor ekstern maupun intern. Tinggi rendahnya harga jual selalu menjadi perhatian pertama bagi para konsumen saat mereka mencari sebuah produk. Jika harga yang ditetapkan terlalu besar dengan harapan ingin mendapatkan laba yang optimal belum tentu produk akan laku terjual dan mengakibatkan kerugian bagi perusahaan karena konsumen akan lari ke pesaing produk yang sejenis apabila dapat menawarkan kualitas yang relative sama dan harga jual yang cenderung lebih rendah. Begitu juga sebaliknya, jika harga jual yang ditetapkan terlalu rendah agar produk dapat terjual laris akan menghasilkan laba yang rendah. Kesalahan dalam menetapkan harga jual akan mengakibatkan harga jual berada dibawah atau diatas biaya penuh dan biaya produksi serta harga jual dinilai terlalu tinggi atau terlalu rendah di banding dengan harga jual dari pesaing yang memproduksi produk yang sejenis. Apabila terjadi hal demikian, akan berdampak mengurangi kemampuan perusahaan untuk ber saing di pasaran. Oleh karena itu, perusahaan pun harus melakukan per timbangan yang relevan dalam menetapkan harga produk dengan tepat dan cermat.

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi harga adalah kondisi ekonomi, per mintaan serta penawaran, elastisitas per mintaan, per saingan, biaya, tujuan manager dan pengawasan pemerintah (Rudianto, 2013). Dalam penetapan harga harus memerlukan per timbangan yang mendalam dan ketelitian agar mendapatkan harga yang benar, sesuai dengan harapan serta tujuan pemilik usaha. Pada umum nya setiap perusahaan mempunyai tujuan yang ingin dicapai, salah satu nya yaitu mendapat laba yang optimal. Untuk dapat mencapai laba yang optimal pada dasar nya setiap pemilik usaha selalu berupaya untuk menekankan biaya produk serendah mungkin tanpa mengesampingkan kualitas produk yang di hasilkan. Perencanaan laba merupakan tolak ukur keberhasilan suatu perusahaan (Danang Sunyoto, 2013). Agar mendapatkan laba yang optimal, maka pelik usaha harus bisa mengoperasikan semua aktivitas perusahaan dengan maksimal.

Kesalahan dalam penetapan harga jual seringkali dilakukan oleh perusahaan engan skala kecil atau menengah (UMKM) sebab dalam mempertimbangkan keputusan dalam penetapan harga jual produk belum tepat karena tidak berdasarkan prinsip akuntansi yang benar, pemilik usaha hanya menggunakan perkiraan saja. Dalam perhitungan biaya produksi, perhitungan biaya non produksi dan laba merupakan hasil dari perkiraan pemilik usaha sehingga tidak heran apabila banyak perusahaan yang gulung tikar akibat penghasulan dari penjualan produk tidak dapat menghasilkan laba yang diharapkan serta tidak dapat menutup seluruh biaya produksi.

Hasil penelitian terdahulu terkait dengan penetapan harga jual untuk optimalisasi labadiperoleh temuan yang berbeda-beda. I Ketut Patra dan Agus Salim (2014) menyatakan bahwa basarnya laba yang diperoleh perusahaan, dapat dihitung dengan menyelisihkan antara hasil penjualan dengan harga pokok produksi, sedangkan Yulinda (2019) menyatakan bahwa perhitungan harga jual produk perusahaan dengan menentukan *mark up* yang tinggi ternyata tidak memberikan keuntunga yang besar bagi pemilik usaha. Rini Beutari dan Laelisneni (2017), Agus Athori (2015) menyatakan harga jual yang berdasarkan perkiraan pemilik usaha dapat menghasilkan laba optimal dibandingkan dengan metode akuntansi yang ada. Wina Wiranata Khosasih (2018) menyatakan bahwa perhitungan penetapan harga jual berdasarkan metode akuntansi dapat menghasilkan laba dalam jumlah yang berbeda, sedangkan Dedi Mulyadi dan Santi Pertiwi Hari Sandi (2015) menyatakan perhitungan penetapan harga jual berdasarkan pesanan pada perusahaan tidak berbeda jauh dengan perhitungan menurut metode akuntansi. R Bambang Dwi Waryanto dan Nasrulloh (2014) menyatakan bahwa harga pokok produksi

berpengaruh terhadap harga jual. Adanya perbedaan hasil penelitian tersebut, diperlukan pengamatan lebih lanjut untuk mengetahui kesesuaian hasil temuan apabila dilakukan penerapan pada kondisi yang berlainan. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui penetapan harga jual produk yang ditentukan oleh pemilik usaha dalam pembuatan produk.

METODE

Metode penelitian yang di lakukan yaitu dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Dalam penelitian ini, data di kumpulkan dari sumber primer yaitu di dapatkan langsung dari narasumber, serta sumber skunder yaitu di peroleh dari dokumen yang ada pada perusahaan. Supaya data terjamin keabsahan nya di gunakan teknik secara triangulasi. Narasumber pada penelitian ini di pilih secara *Purposive Sampling*, mereka yang di pilih berdasarkan kriteria, yakni sejauh apa informan memahami serta mgetahui permasalahan yang akan diteliti sebagaimana yang di rumuskan dalam pertanyaan wawancara. Pengumpulan data dalam penelitian ini di lakukan melalui teknik wawancara mendalam dan studi dokumentasi. Data di olah dengan mempergunakan teknik analisis data, yaitu : reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan penarikan kesimpulan (*verifikasi*) ber dasarkan teori yang telah ditentukan.

HASIL

Tabel 1. Perbandingan Hitungan Biaya Pokok Produk

Perbandingan Biaya Pokok Produk Pada Hilmi Fashion dan Metode Akuntansi Januari – Desember 2018			
	Seharusnya	Hilmi Fashion	Selisih
HPP	Rp. 36.651.000	Rp. 27.551.000	Rp. 9.100.000
HPP Per Unit	Rp. 31.870	Rp. 23.957	Rp. 7.913

Sumber : Data Diolah, 2019

Tabel di atas dapat di lihat bahwa adanya selisih Rp. 9.100.000,00 untuk biaya pokok produk yang nanti nya dapat mempengaruhi penetapan harga. Selama ini Hilmi Fashion tidak menghitung keseluruhan biaya over head, yang seharusnya di bebaskan ke dalam biaya pokok produk. Sehingga terdapat selisih pada perbandingan harga pokok produk Hilmi Fashion dengan metode perhitungan akuntansi.

Tabel 2. Perbandingan Penetapan Harga Jual

Perbandingan Harga Pada Hilmi Fashion dan Teori Markup	
	Harga Jual
Teori Markup	Rp. 44.618
Hilmi Fashion	Rp. 33.540
Selisih	Rp. 11.078

Sumber : Data Diolah, 2019

Dapat dilihat terdapat perbedaan antara harga jual setelah dilakukan hitungan yang sesuai dengan teori akuntansi yang ada sejumlah Rp. 11.078 apabila dibanding dengan hitungan yang dilakukan Hilmi Fashion. Adanya perbedaan hitungan tersebut dapat mempengaruhi laporan laba rugi Hilmi Fashion.

Tabel 3. Laba Rugi Menurut Perhitungan Akuntansi

HILMI FASHION LABA RUGI 31 Desember 2018

PENJUALAN BERSIH	
Penjualan	Rp. 51.310.700,00
Retur Penjualan dan Diskon	
Laba Bersih	Rp. 51.310.700,00
HARGA POKOK PRODUKSI	
Harga Pokok Produksi Persediaan Barang Jadi Akhir	
Harga Pokok Produksi	(Rp. 36.651.000,00)
Laba Kotor	Rp. 14.659.700,00
BIAYA OPERASIONAL	
Biaya Penjualan	
Biaya Gaji Bagian Pemasaran	Rp.1.600.000,00
Biaya Pemasaran	Rp.600.000,00
Total Biaya Penjualan	Rp.2.200.000,00
Biaya Administrasi dan Umum	
Biaya Perlengkapan Kantor	Rp.300.000,00
Biaya Gaji Admum	Rp.2.000.000,00
Biaya Peny Peralatan	Rp.2.500.000,00
Jumlah Biaya Admum	Rp.4.800.000,00
Jumlah Biaya Oprasional	(Rp.7.000.000,00)
Laba Bersih Usaha	Rp.7.659.700,00

Sumber : Data Diolah, 2019

Pada tabel laba rugi tersebut, didapatkan perbandingan hitungan dari teori Hilmi Fashion dengan hitungan akuntansi. Pada perhitungan tersebut, pemasukan yang diperoleh Hilmi Fashion lebih kecil dibanding dengan hitungan yang tepat menggunakan metode akuntansi yang ada. Disebabkan biaya penyusutan, biaya kesejahteraan karyawan, biaya PBB, biaya perawatan peralatan dan biaya telepon yang merupakan biaya-biaya produksi yang seharusnya diperhitungkan ke dalam biaya pokok produk. Tentunya ini dapat mempengaruhi biaya produk sepatu sandal tentunya lebih kecil. Apabila biaya lebih kecil dapat mempengaruhi penetapan harga yang lebih murah dari harga seharusnya yang sudah diperhitungkan dengan teori *Markup*. Yang menunjukkan laba didapatkan oleh Hilmi Fashion selama ini adalah kurang tepat, sebab meskipun Hilmi Fashion sudah mentargetkan laba diatas harga jual, tetapi di hitungan biaya pokok produk terdapat banyak biaya yang tidak dihitung. Setelah itu labarugi yang di buat oleh peneliti berdasar pada hitungan yang telah ada pada perusahaan, Hilmi Fashion hanya memperoleh laba pada tahun 2018 sejumlah Rp. 5.310.000.

Setelah itu, memasukkan penjualan sesuai harga seharusnya dengan hitungan teori *Markup* yang telah di hitung di bagian sebelum ini. Dari hasil hitungan di dapatkan laba bersih sebesar Rp. 7.659.700 yang lebih besar dan optimal yang sangat menguntungkan bagi Hilmi Fashion.

SIMPULAN

Simpulan pada penelitian “Analisis Penetapan Harga Jual Untuk Optimalisasi Laba Sepatu Sandal Hilmi Fashion” ber dasarkan hasil penelitian yang di lakukan adalah sebagai berikut ini :

1. Hasil penelitian menunjukkan perhitungan bianya pokok produk pada Hilmi Fashion untuk penjualan pada tahun 2018 menggunakan hitungan yang sederhana yaitu merupakan data pada sebelumnya tidak pernah diolah untuk dijadikan laporan keuangan.
2. Hasil penelitian pada biaya pokok produk menunjukkan hitungan biaya pokok produk pada Hilmi Fashion lebih rendah dari hitungan biaya pokok produk menggunakan teori akuntansi yang ada.
3. Harga yang di terapkan oleh Hilmi Fashion lebih murah dari harga yang di hitung menggunakan

teori Markup.

4. Tidak ada nya pengelompokkan biaya berdasarkan sifat nya, sehingga tidak di ketahui biaya apa saja yang termasuk dalam biaya tetap mau pun biaya variabel.
5. Hilmi Fashion tidak membeban kan biaya over head dengan benar.
6. Terdapat perbedaan antara biaya pokok produk dan harga dapat ber pengaruh pada perhitungan laba yang merupakan target Hilmi Fashion dan mengakibatkan laba yang dihasilkan pada produk tidak optimal.

IMPLIKASI

Hilmi Fashion dapat menghitung dan memperhatikan dengan benar seluruh komponen pada biaya pokok produk sesuai dengan teori akuntansi secara tepat serta akurat, hingga sampai pada tahap laporan laba rugi supaya pencapaian usahanya bisa dianalisis serta dapat di gunakan sebagai bahan evaluasi serta pengambilan keputusan supaya kesalahan dalam perhitungan penetapan harga jual tidak terjadi sehingga mendapatkan laba yang optimal. Hilmi Fashion dengan melakukan pengelompokkan biaya dapat diketahui biaya-biaya untuk mempermudah dalam melakukan hitungan biaya pokok produk.

KETERBATASAN PENELITIAN

Penelitian ini sebatas pada perhitungan penetapan harga jual produk, perhitungan perencanaan laba yang ditentukan oleh perusahaan dan perhitungan biaya yang di keluarkan oleh perusahaan selama proses produksi hingga produk dijual. Bagi peneliti selanjutnya dapat melakukan pengamatan pada variabel lain, permasalahan yang dihadapi perusahaan, obyek dan metode penelitian yang berbeda. Atau informasi perusahaan yang berhubungan dengan penetapan harga jual dan perencanaan laba yang optimal. Selain itu, keterbatasan waktu yang diberikan dalam melakukan kegiatan penelitian. Dan periode pengamatan yang hanya satu tahun memberi keterbatasan pada pengamatan dalam penelitian. penambahan periode pengamatan yang lebih besar diharapkan mampu memberikan hasil penelitian yang lebih relevan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bachri, Bachtiar S. *Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif*. Vol.10 No. 1.
- Buchari, Alma. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Penerbit Alfabeta
- Beutari, Dian, Rini dan Laelisneni. 2017. Analisis Penetapan Harga Jual Dalam Perencanaan Laba Pada Home Industri Tempe Setia Budi Medan. *Jurnal Bisnis Administrasi*. Volume 06;52-60).
- Iman, Firmansyah . 2013 . *Akuntansi Biaya Itu Gampang*, Dunia Cerdas, Bandung. Mulyadi. 2015. *Akuntansi Biaya Edisi 5*. Yogyakarta: UPP-STIM YKPN.
- Nurhayati, Yuli. Masela, Asti. 2016. Analisis Penentuan Harga Jual Perkemasan Produk Dengan Metode *Cost Plus Pricing* Dalam Menentukan Laba yang Dihasilkan Pada Usaha Susu Kedelai Eggy Fajri. *Jurnal Akuntanika*. Vol 1; no.2.
- Patra, Ketut, i dan Salim, Agus. 2014. Analisis Penetapan Harga Jual Dalam Meningkatkan Laba Pada Rumah Makan Ulu Bete Laut Di Masamba Kabupaten Luwu Utara. *Jurnal Ekonomi Pembangunan* Volume 01;17-27).
- Rudianto (2013), *Akuntansi Manajemen: Informasi Untuk Pengambilan Keputusan Manajemen*, Grasindo, Jakarta.
- Sujarweni V. Wiratna, (2015), *Akuntansi Manajemen Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta : Pustaka Baru Press.
- Sunyoto, Danang. 2014. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, Dan Kasus)*. Jakarta: **Fakultas Ekonomi Dan Bisnis – Universitas PGRI Adi Buana Surabaya**

Center of Akademic Publishing Service.

Toar, Oktavia.Karamoy, Herman dan Wokas, Heince.2017.Analisis Perbandingan Harga Jual Produk Dengan Menggunakan Metode Cost Plus Pricing dan Mark Up Pricing Pada Dolphin Donuts Bakery.*Jurnal EMBA*.Volume 5;2040-2050).

Waryanto, Dwi, Bambang dan Nasrulloh.2014.Pengaruh Penentuan Harga Pokok Produksi Terhadap Harga Jual Pada Industri Krupuk (study kasus di UD. Inin Jaya Samabang). *Majalah Ekonomi*.Volume XVIII; No 2.

Yulinda (2019). *ANALISIS PENENTUAN HARGA JUAL PRODUK DALAM UPAYA MENINGKATKAN PEROLEHAN LABA BERSIH PADA PT. MESTIKA MANDIRI MEDAN.*