

**PENGARUH PENENTUAN HARGA JUAL *COST PLUS PRICING*
TERHADAP LABA PERUSAHAAN
(Studi PT. Mesana Aneka Satwa Jakarta)**

Siti Ngatikoh

Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama (IAINU) Kebumen

aisya_tuzzahra@yahoo.com

ABSTRAK

Dalam dunia usaha agar tetap survive dan terus berkembang salah satu peran penting adalah membuat keputusan mengenai penentuan harga jual produk dimana harus memperhatikan keadaan pasar dan pemberian layanan dengan strategi pemasaran yang terbaik kepada konsumen. Persaingan yang cukup ketat dipasar dan kekuatan serta keunggulan produk menjadi daya saing tersendiri yang harus terus dijaga dan ditingkatkan kualitasnya dari produk sejenis yang telah berada dipasaran. Penentuan harga yang lebih rendah dari pesaing akan mempunyai pengaruh cukup besar terhadap permintaan produk tersebut dan sebaliknya. Sehingga hal tersebut pada akhirnya akan sangat berpengaruh pada total pendapatan yang diperoleh perusahaan.

Dalam mengambil keputusan termasuk mengadakan perubahan harga, perusahaan harus terlebih dahulu membuat evaluasi mengenai biaya produksi, kondisi pasar termasuk peran promosi dalam meningkatkan voume penjualan. Dan dalam membuat kebijakan harga haruslah memperhitungkan keuntungan serta kerugian atas keputusan yang diambil, dengan terlebih dahulu membuat analisa mengenai pengaruh penentuan harga jual terhadap laba perusahaan.

Kata Kunci : *Biaya Produksi, Penentuan Harga Jual, Laba Perusahaan.*

PENDAHULUAN

Lingkungan dunia usaha dewasa ini mengalami perubahan yang sangat pesat antara lain penggunaan teknologi yang semakin canggih sebagai hasil dari kegiatan riset dan pengembangan, peningkatan pemakaian modal, peningkatan standar kualitas produk, produk yang dihasilkan semakin canggih ditujukan untuk kenyamanan dan kemudahan konsumen serta meningkatkan kualitas produk, daur hidup produk semakin pendek akibat dari cepatnya perkembangan teknologi.

Persaingan usaha yang semakin meningkat dimana selain masing-masing

perusahaann yang ada semakin gencar dan mantap dalam menjalankan strategi penjualan juga ditambah dengan banyaknya jumlah pesaing baru yang masuk dengan menampilkan produk yang sejenis dengan merek yang berbeda. Sehingga agar tetap terjaga keberadaannya dan lebih memajukan perusahaannya maka harus berlomba untuk mendapatkan tempat yang menguntungkan dan disukai konsumen dibandingkan dengan perusahaan lain.

Dengan segala usaha semua perusahaan mencoba menarik pembeli dengan cara langsung maupun tidak langsung. Penentuan harga jual yang bersaing merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan penjualan. Dengan penentuan harga yang tepat diharapkan dapat memberikan kesempatan bagi perusahaan untuk memperoleh tempat yang baik dan menguntungkan dimata dan dihati konsumen.

Walaupun penentuan harga jual memberikan dampak pada laba tetapi perlu disadari bahwa penentuan harga jual yang tidak tepat dapat merugikan perusahaan karena ditinggalkan oleh konsumen dengan adanya produk tidak laku dipasaran.

Oleh karenanya dalam meningkatkan laba juga harus memperhatikan dan mengendalikan komponen biaya-biaya yang timbul, sehingga strategi yang dibuat dalam menentukan harga jual dalam menghadapi para pesaing menjadi tepat.

METODE PENELITIAN

Rancangan dan metode penelitian yang digunakan dalam rangka penelitian ini adalah menggunakan analisis deskriptif kuantitatif dimana sejalan dengan penggunaan metode yang digunakan perusahaan yaitu *metode cost plus pricing*.

Metode pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan data produksi perusahaan yang mencakup variabel-variabel yang digunakan yaitu biaya produksi, harga jual dan laba. Skala pengukuran menggunakan adalah skala rasio dimana angka-angka aktual yang terdapat di perusahaan dapat dihitung dengan menerapkan operasi matematik seperti penjumlahan, pengurangan dan pembagian.

PEMBAHASAN

Sejarah berdirinya Perusahaan

PT. Mensana Aneka Satwa merupakan perusahaan yang bergerak dibidang usaha vaksin dan vitamin untuk hewan dengan alamat di daan mogot Jakarta, didirikan pada tahun 1983, dan mempunyai badan hukum perseroan terbatas atau lazimnya disebut PT. dengan daerah operasi yaitu ibukota Jakarta dan daerah sekitarnya seperti Bogor, Tangerang, Bekasi.

Produk pertama PT. Mensana Aneka Satwa yaitu vaksin dari Jerman, Jepang dan Spanyol dengan sasaran utama para peternak di Indonesia khususnya di pulau Jawa. Kemajuan yang pesat perusahaan ditandai dengan aktivitas produksi dan penjualan produk yang terus meningkat sehingga perlu adanya ekspansi pasar ke beberapa daerah dengan membuka cabang di Malang pada tahun 1986 diikuti cabang Solo, Bandung, Pekanbaru, Palembang dan Lampung. Untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang tersebar di beberapa wilayah tersebut maka perusahaan menambah kapasitas produksinya karena meningkatnya penjualan. Perusahaan mempunyai gudang penyimpanan dan pabrik yang berlokasi di Bekasi.

Struktur Organisasi dan Uraian Tugas

Dalam mencapai tujuan usahanya, PT. Mensana Aneka Satwa mempunyai sumber daya manusia yang diharapkan dapat menjadi tim yang saling bekerja sama pada tugasnya masing-masing dengan jelas menunjukkan garis-garis wewenang, tanggung jawab serta hubungan kerjasama antara fungsi yang satu dengan lainnya.

Struktur PT. Mensana Aneka Satwa merupakan struktur organisasi garis (line organization), dimana wewenang mengalir dari pimpinan kepada bawahannya dan ke atas merupakan responsibility atau pertanggungjawaban.

Kekuasaan tertinggi dipegang oleh para pemegang saham dengan menunjuk seorang direktur yang bertanggungjawab atas kegiatan perusahaan secara keseluruhan dan direktur yang ditunjuk juga merupakan salah satu pemegang saham.

Dewan Komisaris merupakan pengawasan di dalam kegiatan perusahaan yang membawahi direktur dengan tugas mengawasi kegiatan perusahaan dan pekerjaan direktur serta ikut dalam menentukan rencana dan kebijaksanaan yang menyangkut kelangsungan hidup perusahaan secara keseluruhan pada situasi tertentu.

Direktur menekankan tugasnya dalam mengawasi jalannya kegiatan perusahaan dan pekerjaan para manajer, menentukan strategi dan kebijaksanaan perusahaan, membuat laporan tentang hasil yang dicapai perusahaan untuk dipertanggungjawabkan, mengangkat dan memberhentikan kepala bagian yang menjadi bawahannya, memimpin rapat dengan semua bagian dan bertanggungjawab kepada dewan komisaris.

Manajer Produksi bertugas mengawasi jalannya produksi perusahaan dan pekerjaan para kepala bagian yang berada dibawahnya, membuat laporan tentang hasil produksi yang dicapai perusahaan, bertanggungjawab kepada direktur atas pelaksanaan kegiatan produksi.

Sekretaris bertanggungjawab langsung kepada direktur dan para manajer yaitu membantu direktur dalam mengatur rapat baik internal maupun eksternal yang mempunyai kepentingan dengan perusahaan, mencatat hasil rapat, melaksanakan kegiatan kesekretariatan.

Pengawas Perencanaan Produksi (PPC) bertugas membantu manajer produksi dalam menganalisis produk baru, mengawasi jalannya produksi dari awal sampai dengan proses akhir.

Kepala Produk bertanggungjawab langsung kepada manajer produksi yaitu mengkoordinir dan mengawasi kegiatan dalam pabrik, mengeluarkan instruksi dan peraturan dalam pabrik dengan persetujuan manajer produksi, mengatur masalah perencanaan produksi yang meliputi persiapan bahan baku, tenaga kerja, mesin, mutu produk yang telah ditetapkan dan waktu penyelesaian.

Kepala Gudang bertanggungjawab atas penerimaan, penyimpanan dan pengeluaran barang ke atau dari gudang dan pelaksanaan administrasinya sesuai dengan kebijaksanaan dan prosedur yang berlaku, serta bertanggungjawab atas kelancaran dan keamanan pengiriman barang pada konsumen.

Bagian Akuntansi dan Keuangan bertanggungjawab terhadap keuangan perusahaan seperti membuat pencatatan pengeluaran dan penerimaan keuangan perusahaan dan melaporkan keadaan keuangan perusahaan secara berkala baik untuk keperluan internal maupun eksternal.

Bagian Pembelian bertanggungjawab terhadap persediaan bahan baku untuk produksi.

Bagian Penjualan bertanggungjawab pada penjualan dan pengiriman barang mengerjakan administrasi penjualan sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan dan menyelesaikan laporan-laporan penjualan tepat pada waktunya.

Bagian Penagihan bertanggungjawab melaksanakan aktivitas penagihan dan administrasi penagihan sesuai dengan kebijaksanaan dan prosedur yang telah ditetapkan.

Proses Produksi

PT. Mensana Aneka Satwa memproduksi berbagai macam produk vaksin obat-obatan dan vitamin yang secara umum dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Perusahaan membeli bahan baku melalui pemasok (*supplier*) kemudian diangkut ke pabrik untuk kemudian disimpan di gudang, selanjutnya bagian produksi akan mengambil bahan tersebut untuk diproses lebih lanjut.
2. Sebelum bahan baku diolah menjadi suatu jenis produk, terlebih dahulu dilakukan penimbangan sesuai dengan komposisi atau ukuran yang sudah ditetapkan. Alat yang dipergunakan dalam melakukan penimbangan disebut neraca (alat timbang yang peka). Umumnya perusahaan memproduksi dalam satu kali produksi rata-rata 100kg atau 100liter tergantung pada jenis produk.
3. Setelah masing-masing bahan ditimbang sesuai komposisi, kemudian dilakukan pengadukan untuk mencampur bahan-bahan yang telah ditetapkan sesuai ukuran dengan menggunakan mesin pengaduk yang lamanya sekitar 20 menit sehingga rata.

4. Pengepakan dilakukan atas dasar permintaan pasar dan disesuaikan dengan ukuran yang telah ditetapkan tergantung dari keinginan perusahaan misal saset atau Tin (kaleng) dengan menggunakan mesin timbang otomatis yang telah diprogram sesuai kebutuhan pasar.
5. Pengiriman barang ke konsumen atau pembeli dengan menggunakan truk atau mobil bak, dan apabila konsumen berada diluar daerah maka pengiriman menggunakan laut atau udara.

Prosedur Pengumpulan dan Penggolongan Data Biaya Produksi

Untuk mempermudah pelaksanaan pengumpulan data biaya produksi, maka perlu ditetapkan beberapa prosedur administrasi penting yang berhubungan dengan bagian produksi.

Tujuan dari prosedur administrasi produksi adalah untuk memberikan pedoman tertulis dalam melaksanakan dan mengendalikan seluruh aktivitas produksi dan fungsinya secara umum. Prosedur tersebut yaitu :

1. Prosedur penyusunan rencana produksi
2. Prosedur permintaan bahan baku dan bahan pembantu
3. Prosedur penyerahan barang jadi ke manajer produksi

Kebijakan Penetapan Harga Pokok Produksi

Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi yang dinilai dalam satuan yang telah terjadi atau secara potensial akan terjadi untuk mencapai tujuan¹.

Penetapan harga pokok produksi yang digunakan oleh PT. Mensana Aneka Satwa adalah menggunakan metode harga pokok produksi penuh, yaitu dengan membebankan seluruh biaya produksinya, biaya langsung dan biaya tidak langsung baik yang berifat tetap maupun variable.

Strategi Penentuan Harga Jual

Secara umum siasat (*strategy*) dapat diartikan sebagai cara terbaik untuk

¹ Mulyadi (1993), Akuntansi Biaya edisi 5 Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, hal. 116.

mencapai suatu sasaran atau untuk menyelesaikan suatu pekerjaan. Dengan kata lain siasat adalah penentuan tujuan dan sasaran jangka panjang organisasi atau perusahaan, penentuan jumlah dan jenis kegiatan yang dibutuhkan, serta penjatahan sumberdaya untuk mencapainya.² Perusahaan mengetahui harga dan tawaran pesaing, ia dapat menggunakannya sebagai titik tolak dalam menentukan harga produknya.³

Menurut Dennis Lock dan Nigel Farrow strategi harga merupakan manipulasi sistematis atas perencanaan keputusan dan kebijakan harga pada suatu periode tertentu dalam konteks pencapaian tujuan yang lebih luas, yang terkandung pada perencanaan perusahaan dan permasalahannya.⁴

Diskriminasi harga menurut Hongren adalah praktek membebankan beberapa konsumen, harga yang lebih tinggi daripada yang dibebankan kepada konsumen lain.⁵ *Cost plus pricing* adalah penentuan harga jual dengan cara menambahkan laba yang diharapkan diatas biaya penuh masa yang akan datang untuk memproduksi dan memasarkan produk.⁶

Harga jual berdasarkan *Cost plus pricing* dihitung dengan rumus seperti yang digunakan untuk menghitung harga jual dalam keadaan normal, yaitu harga jual sama dengan taksiran biaya penuh ditambah laba yang diharapkan.

Faktor yang paling penting dalam segi akuntansi adalah biaya, Karena biaya adalah dsar yang pertama kali harus dipertimbangkan. Beberapa yang digunakan manajemen sebagai informasi untuk biaya penuh yaitu (1) laporan keuangan, (2) analisa keuntungan, (3) biaya lainnya, (4) regulasi harga industry, (5) harga normal.⁷

² Pardede, Pontras M. (2011), Manajemen strategik dan Kebijakan Perusahaan Penerbit Mitra Wacana Media, hal. 28.

³ Kotler, Phillip and Gary Amstrong, (1996), Pinciple of Management : Prentice Hall. Inc, New Jersey, hal. 352.

⁴ Aaker, David A. (1995)Strategic Market Management fourth edition : Published Simultaneously Canada, hal. 261.

⁵ Hongren, Charles T. and George Foster (1995), Cost Accounting : A managerial Emphasis 9th edition, new Jersei : Prentice hall international Inc. Hal, 177.

⁶ Mulyadi (1993), Akuntansi Biaya edisi 5 Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, hal. 351-353

⁷ Aaker, David A. (1995)Strategic Market Management fourth edition : Published

Penentuan Harga Jual

Penilaian kinerja PT. Mensana Aneka Satwa didasarkan atas laba yang diperoleh dan kemampuannya dalam memasarkan produk. Menghadapai hal demikian, apabila terdapat kenaikan permintaan pasar perusahaan tidak sembarangan menaikkan harga begitu saja. Tetapi akan mengatur produksinya agar dapat memenuhi permintaan.

Penentuan harga yang lebih rendah dari pesaing akan mempunyai pengaruh cukup besar terhadap permintaan produk tersebut dan sebaliknya. Sehingga hal tersebut pada akhirnya akan sangat berpengaruh pada total pendapatan yang diperoleh perusahaan.

Dalam menentukan harga jual, hal yang perlu diperhatikan adalah harga jual yang ditetapkan harus dapat menutup semua komponen biaya yang timbul untuk menghasilkan laba. Selain itu harga jual yang ditetapkan harus dapat memberikan penghasilan yang wajar bagi perusahaan sehingga dapat mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan.

Perhitungan harga jual yang ditetapkan oleh PT. Mensana Aneka Satwa menggunakan pendekatan harga pokok produksi penuh (*full costing*). Dalam metode ini harga jual dihitung dengan memasukan semua unsur biaya, baik biaya produksi maupun non produksi kemudian ditambah dengan persentase tertentu sebagai keuntungan yang diharapkan.

Kelebihan pendekatan ini adalah semua biaya yang dikeluarkan data diterima kembali dan pendekatan ini secara luas dapat menstabilkan harga jual produk di pasar.

Berikut perhitungan harga pokok produk untuk dua jenis produk dengan menerapkan metode *cost plus pricing* dengan memperhatikan alokasi biaya tidak langsung sebesar 30% dari total biaya bahan dan upah langsung, dan mark up sebesar 30% dari biaya produksi sebagaimana kebijakan yang ditetapkan perusahaan yaitu:

Simultaneously Canada, hal. 591.

I. Perhitungan Penetapan Harga Produk ENROMAS

| | |
|-----------------------------------|------------------------|
| (1) Biaya bahan langsung | Rp. 9.805.360,- |
| (2) Biaya upah langsung | Rp. 91.875,- |
| (3) Biaya Produksi tidak langsung | <u>Rp. 2.969.170,-</u> |
| Total Biaya Produksi | Rp. 12.866.405,- |
| (4) Mark up | <u>Rp. 3.859.922,-</u> |
| Total Harga Jual | Rp.16.726.327,- |

II. Perhitungan Penetapan Harga Produk COLIMAS

| | |
|-----------------------------------|------------------------|
| (1) Biaya bahan langsung | Rp. 7.118.496,- |
| (2) Biaya upah langsung | Rp. 91.875,- |
| (3) Biaya Produksi tidak langsung | <u>Rp. 2.163.111,-</u> |
| Total Biaya Produksi | Rp. 12.060.346,- |
| (4) Mark up | <u>Rp. 3.618.104,-</u> |
| Total Harga Jual | Rp.15.678.450,- |

Harga Jual dan Pengaruhnya terhadap Laba

Dalam menentukan harga jual di pasar tentu perusahaan harus cermat dan tepat memberikan harga terbaiknya pada para konsumen. Hal ini dilakukan agar perusahaan dapat memperlah keuntungan secara maksimal dan wajar sesuai dengan kualitas dan keunggulan produk atas produk pesaing yang sejenis.

PT. Mensana Aneka Satwa menetapkan Harga Eceran Tertinggi (HET) atas 100lt produk Enromas sebesar Rp. 63.000.000,- dan untuk produk COLIMAS sebesar Rp. 41.170.500,-

Selain itu strategi harga menyangkut biaya pemasaran produk terkait diskon penjualan, biaya promosi, komisi dan pajak pun turut dimasukkan dalam komponen harga jual. PT. Mensana Aneka Satwa memberi kontribusi terkait biaya pemasaran tersebut masing-masing sebesar 25%, 10%, 5% dan 10% dari harga jual eceran tertinggi (HET). Sehingga dapat dihitung prosentase laba perusahaan yang diperoleh masing-masing produk yaitu:

I. Produk ENROMAS

| | |
|--------------------------------------|------------------------|
| Harga Eceran Tertinggi (HET) 100lt | Rp. |
| 63.000.000,- | |
| Dikurangi : | |
| – Harga Jual menurut buku perusahaan | Rp. 16.726.327,- |
| – Diskon Penjualan | Rp. 15.750.000,- |
| – Promosi Penjualan | Rp. 6.300.000,- |
| – Komisi Penjualan | Rp. 3.150.000,- |
| – PPN 10% | <u>Rp. 6.300.000,-</u> |

| | |
|---------------------------------|------------|
| Biaya-biaya Pemasaran dan Pajak | <u>Rp.</u> |
| <u>48.226.327,-</u> | |
| Laba bersih Perusahaan | Rp. |
| 14,773,673,- | |

Sehingga Persentase Laba Bersih perusahaan untuk produk ENROMAS :

| | | | | |
|---------------------|------------------|---|-------|----------|
| Laba Perusahaan | Rp. 14,773,673,- | | | |
| ----- | x 100% | = | ----- | x 100% = |
| 23.45% | | | | |
| Harga Jual di Pasar | Rp. 63.000.000,- | | | |

II. Produk COLIMAS

Harga Eceran Tertinggi (HET) 100lt Rp.

41.170.500,-

Dikurangi :

- Harga Jual menurut buku perusahaan Rp. 15.678.450,-
- Diskon Penjualan Rp. 10.292.625,-
- Promosi Penjualan Rp. 4.117.050,-
- Komisi Penjualan Rp. 2.058.525,-
- PPN 10% Rp. 4.117.050,-

Biaya-biaya Pemasaran dan Pajak Rp.

36.263.700,-

Laba bersih Perusahaan **Rp.**

4.906.800,-

Sehingga Persentase Laba bersih perusahaan untuk produk COLIMAS :

| | | | | |
|---------------------|------------------|---|-------|----------|
| Laba Perusahaan | Rp. 4.906.800,- | | | |
| ----- | x 100% | = | ----- | x 100% = |
| 11.92 % | | | | |
| Harga Jual di Pasar | Rp. 41.170.500,- | | | |

KESIMPULAN

PT. Mensana Aneka Satwa melakukan mengklasifikasi biaya dalam biaya produksi adalah tepat, yang diharapkan harga jual yang dihasilkan oleh perusahaan sesuai dengan kualitas produk setelah diambil persentase yang disetujui oleh perusahaan sebagai perolehan laba sebelum memasuki pasar dan

sesudah memasuki pasar perusahaan menetapkan harga jual yang baru disertai dengan penggunaan strategi pemasaran dalam menghadapi pesaing.

Metode *cost plus pricing* digunakan oleh perusahaan untuk jangka waktu yang panjang karena metode *cost plus pricing* mempunyai kelebihan bahwa semua biaya yang dikeluarkan dapat diterima kembali, kemudian ditambah persentase tertentu yang diinginkan dan disetujui perusahaan sehingga kelangsungan hidup perusahaan dapat terus dipertahankan tentunya dengan melihat harga produk pesaing di pasar untuk barang sejenis.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. (1995) Strategic Market Management fourth edition : Published Simultaneously Canada
- Assel, Henry (1993) Marketing Management The Dryden Press
- Hansen, Don R., and Maryanee M. Mowen (2001), Manajemen Biaya : Salemba empat Jakarta
- Hongren, Charles T. and George Foster (1995), Cost Accounting : A managerial Emphasis 9th edition, new Jersey : Prentice hall international Inc.
- Harming, dkk (2003), Studi kelayakan Investasi : Proyek dan bisnis : Penerbit PPM Jakarta
- James C, Van Horn and John M. Wachowicz, (2005), Fundamentals of Financial Management, edisi 12 : Penerbit salemba empat Jakarta
- Kotler, Phillip and Gary Amstrong, (1996), Pinciple of Management : Prentice Hall. Inc, New Jersey
- Mulyadi (1993), Akuntansi Biaya edisi 5 Yogyakarta: BPFE Yogyakarta
- Soemarso (1990), Peranan Harga pokok dalam Penentuan Harga Jual, Reneka Cipta, Jakarta
- Pardede, Pontras M. (2011), Manajemen strategik dan Kebijakan Perusahaan Penerbit Mitra Wacana Media