

PENENTUAN HARGA JUAL





Keputusan penentuan harga jual sangat penting, karena selain mempengaruhi laba yang ingin dicapai perusahaan juga mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan. Oleh karena itu dalam menentukan harga jual produk, tidak dapat dilakukan sekali saja tetapi harus selalu dievaluasi dan disesuaikan dengan kondisi yang sedang dihadapi perusahaan.

Penentuan Harga Jual



- Kebijakan penentuan harga jual (*pricing policies*)
Kebijakan penentuan harga jual adalah pernyataan sikap manajemen terhadap penentuan harga jual produk atau jasa. Kebijakan tersebut tidak menentukan harga jual, namun menetapkan faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dan aturan dasar yang perlu diikuti dalam penentuan harga jual.



- Keputusan penentuan harga jual (*pricing decision*)

Keputusan penentuan harga jual adalah penentuan harga jual produk atau jasa suatu organisasi yang umumnya dibuat untuk jangka pendek. Keputusan ini dipengaruhi oleh kebijakan penentuan harga jual, pemanfaatan kapasitas, dan tujuan organisasi.

Tujuan Penentuan Harga Jual



1. Kelangsungan hidup perusahaan

Perusahaan menetapkan tujuan ini apabila menghadapi kelebihan kapasitas produksi, persaingan yang ketat atau perubahan selera konsumen. Dalam hal ini, bertahan hidup lebih utama daripada menghasilkan keuntungan. Demi kelangsungan hidup perusahaan, disusun strategi dengan menetapkan harga jual yang rendah dengan asumsi pasar akan peka terhadap harga.



2. Peningkatan Arus Keuntungan

Perusahaan dapat memaksimalkan laba jangka pendek apabila perusahaan lebih mementingkan prestasi keuangan jangka pendeknya dibandingkan jangka panjang. Perusahaan mempunyai keuntungan untuk menetapkan harga yang dapat memaksimalkan laba jangka pendek dengan anggapan bahwa terdapat hubungan antara permintaan dan biaya dengan tingkatan harga yang akan menghasilkan laba maksimum yang ingin dicapai.



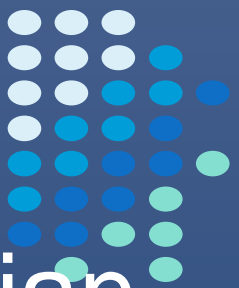
3. Kepemimpinan kualitas produk

Dalam hal ini, perusahaan menetapkan harga yang tinggi supaya kualitas produksi tetap terjamin. Ada kemungkinan perusahaan mempunyai keinginan untuk memasarkan produk dengan kualitas tinggi atau ingin menjadi pemimpin dalam kualitas produk di pasarnya. Pada umumnya perusahaan semacam ini menetapkan harga yang tinggi dengan tujuan agar dapat menutup tingginya biaya dalam menghasilkan mutu produk yang tinggi.



4. Meningkatkan penjualan

Peningkatan penjualan akan mempengaruhi penerimaan perusahaan, jumlah produksi dan laba perusahaan. Pada satu sisi, perusahaan dapat meningkatkan volume penjualan dengan tetap mempertahankan tingkat labanya. Sedangkan di sisi lain, manajemen dapat memutuskan untuk meningkatkan volume penjualan melalui strategi pemotongan harga atau penetapan harga yang agresif dengan menanggung resiko.



5. Mempertahankan dan meningkatkan bagian pasar

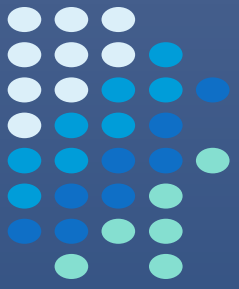
Salah satu strategi yang dapat ditempuh perusahaan adalah mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar. Banyak perusahaan menetapkan harga yang rendah untuk mempertahankan dan memperbesar pangsa pasar.



6. Menstabilkan harga

Perusahaan berupaya menstabilkan harga dengan tujuan untuk menghindari adanya perang harga pada waktu permintaan meningkat atau menurun (tidak stabil).

Hal-hal yang Mempengaruhi Harga Jual :



1. Biaya penuh untuk memproduksi produk/jasa (dapat diramalkan)
BIAYA penuh disini → informasi batas bawah penentuan harga jual
Artinya : Bila biaya penuh tidak boleh lebih besar dari harga jual, supaya tidak menghasilkan “KERUGIAN”
2. Aspek di luar biaya :
 - Selera konsumen
 - Demand dan suplai
 - Jumlah pesaing yang memasuki pasar
 - Harga jual produk pesaing

SULIT
DIRAMAL

Manfaat Biaya Penuh



1. Mengurangi ketidakpastian dalam pengambilan keputusan
2. Mengambil keputusan untuk memasuki pasar
 - Jika biaya penuh $>$ harga jual di pasar → produk tidak bisa masuk pasar
 - Jika biaya penuh $<$ harga jual di pasar → produk bisa masuk pasar
3. Memberi perlindungan dari kerugian
4. Memberi informasi tindakan pesaing

METODE PENENTUAN HARGA JUAL



- Harga Jual Normal (manufaktur dan penjual jasa)
- Harga Jual untuk pesanan khusus
- Harga jual dengan Cost type contract
- Harga jual yang dihasilkan oleh perusahaan yang diatur pemerintah

HARGA JUAL NORMAL



- Secara NORMAL :

→ Harga jual HARUS dapat menutupi biaya penuh + menghasilkan laba



Laba yang sepadan
dengan investasi yang ditanam
untuk hasilkan produk/jasa

FORMULA :

Harga Jual = Tafsiran Biaya penuh + Laba yang diharapkan



Pendekatan Full Costing
Pendekatan Variabel Costing



Mempertimbangkan :

1. *Cost of Capital*
2. Resiko Bisnis
3. *Capital Employed*



- **Cost of Capital** → Biaya yang dikeluarkan untuk investasi.
Misal : Butuh dana untuk jalankan usaha dengan kredit bank, yang bunganya 24%p.a dan tax dari laba yang dihasilkan 25%
Maka Cost of Capital = $(100\% - 25\%) \times 0.24$
= **18%**
Semakin besar biaya modalnya, semakin besar pula laba yang diharapkan dapat diterima oleh perusahaan
- **Resiko Bisnis**
Jika resiko bisnis besar, semakin besar persentase yang ditambahkan pada cost of capital dalam memperhitungkan laba yang diharapkan.



- ***Capital Employed / Jumlah investasi***
Semakin besar capital employed yang digunakan dalam memproduksi produk, semakin besar pula laba yang diharapkan dalam perhitungan harga jual
- Besarnya capital employed yang digunakan dalam memproduksi barang →
Dilihat dari total aktiva dalam neraca awal tahun anggaran



Rumusan Menghitung Harga Jual Perunit (Manufaktur)

- **Harga Jual / unit = BIAYA * + % Mark-up**
- **Persentase Mark-up = Expectasi Laba + BIAYA****



ROI x AKTIVA

* Biaya → Biaya yang berhubungan langsung dengan volume (perunit)

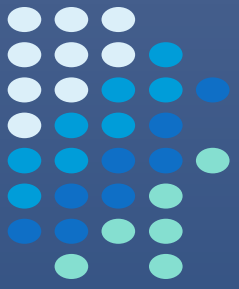
** Biaya → Biaya yang tdk bhub langsung oleh volume produk (non produksi)

TABEL PERBEDAAN



Pendekatan	UNSUR BIAYA	UNSUR MARK UP
FULL Costing(<i>Absorption Approach</i>)	Biaya produksi	Ekspektasi Laba + Biaya non Produksi
VARIABLE Costing(<i>Contribution Approach</i>)	Biaya produksi dan non Produksi yang bersifat variabel	Ekspektasi Laba + Biaya produksi + non produksi yang bersifat tetap
TOTAL Costing	Biaya Produksi + Biaya Non Produksi	Ekspektasi Laba

Contoh Soal :



Manajer Pemasaran PT. Abadi sedang mempertimbangkan penentuan harga jual produk A untuk tahun anggaran yang akan datang.

Menurut anggaran, perusahaan direncanakan akan beroperasi pada kapasitas normal sebanyak 1.000 kg dengan taksiran biaya penuh untuk tahun anggaran yang akan datang sbb :



Biaya Variabel :

Biaya produksi variable Rp. 2.000.000

Biaya adm & umum variable Rp. 50.000

Biaya pemasaran variable Rp. 50.000

----- +

Total biaya variable

Rp. 2.100.000

Biaya Tetap :

Biaya produksi tetap Rp. 1.000.000

Biaya adm. & umum tetap Rp. 150.000

Blaya pemasaran tetap Rp. 250.000

----- +

Total biaya tetap

Rp. 1.400.000

----- +

Total biaya penuh

Rp. 3.500.000

Total aktiva yang diperkirakan pada awal tahun anggaran Rp. 4.000.000 dan laba yang diharapkan dinyatakan dalam tariff kembalian investasi (ROI) 25%

PENDEKATAN FULL COSTING



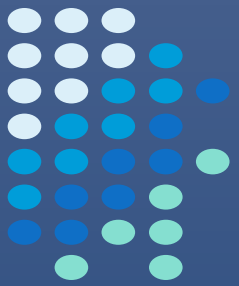
Unsur biaya :

Biaya produksi variable	Rp. 2.000.000
Biaya produksi tetap	Rp. 1.000.000
	----- +
	Rp. 3.000.000

Unsur *mark-up* :

Biaya non produksi variable	Rp. 100.000
Biaya non produksi tetap	Rp. 400.000
Ekspektasi laba 25% X Rp. 4.000.000	Rp. 1.000.000
	----- +
TOTAL Unsur Mark-up	Rp. 1.500.000

$$\text{Persentase Mark-up} = \frac{\text{Rp. 1.500.000}}{\text{Rp. 3.000.000}} \times 100\% = \mathbf{50\%}$$



Perhitungan Harga Jualnya :

Biaya produksi

Rp. 3.000.000

Mar-up 50% x Rp. 3.000.000

Rp. 1.500.000

----- +

Total harga jual

Rp. 4.500.000

Volume produksi

1.000 kg

----- :

Harga jual produk / kg

Rp. 4.500,-