

PENENTUAN HARGA JUAL AMPLANG PADA ANISA AMPLANG DI SAMARINDA

Oleh :

Zahrah Bibi. M¹, Lca. Robin Jhonathan², Elfreda Aplonia Lau³

**Fakultas Ekonomi
Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda**

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the percentage increase in selling price per pack amplang set by Enterprises. Formulation of the problem in this study Is amplang pricing sell for Rp 10,000, - per set Ons Enterprises Anisa has a 17.5% gain. Basic theory of management accounting is used, the hypothesis in this study that the percentage increase in the selling price set by Anisa Enterprises using mark-up wisdom greater than 17.5%

Based on the results of the analysis and discussion:

Cost of Production amplang with regard to the cost elements of the cost of production Raw material costs, Costs Direct Labor and Factory Overhead and General & Marketing costs resulting calculation of Cost of Production per day of Rp. 1,697,358, -.

Cost of Production for 1 ounce size is Rp. 1,697,358, - 220 packs divided by Rp. 7715, -

Price Mark-Up in theory = $Rp. 7715 + (Rp. 7,715, - \times 17.5\%) = Rp. 9065, -$ Price Mark-Up according to calculations greater than 10,000, - according to calculations by the company or by 29.6% of the cost of production.

The hypothesis put forward earlier that allegedly setting the selling price set by the Business amplang Anisa already give a greater profit margin of 17.5% accepted on the grounds that the selling price set Anisa Enterprises is Rp. 10,000, - above the cost of production and the price mark-up is 29.6% of the cost of production amplang, while the results of calculations using the selling price Mark-Up 17.5% obtained Mark-Up selling price of Rp. 9065, -. This means that dikenakan Mark-Up by Anisa Enterprises in the sale price amplangnya benefit greater than 17.5%.

Keywords: Sale Price - Mark-Up

Pendahuluan

Situasi harga bahan baku produksi amplang yang tidak menentu seperti terigu, ikan, minyak goreng dan lain-lain, maka strategi hargalah yang perlu dilakukan perusahaan agar perusahaan dapat terus

berjalan. Meskipun besar kecilnya laba yang akan diperoleh oleh perusahaan tergantung pada bagaimana perusahaan tersebut dapat mengendalikan proses dan luas produksinya serta menentukan harga jualnya.

Penetapan harga jual sebenarnya cukup kompleks dan sulit. Pentingnya penetapan ini memerlukan suatu pendekatan yang sistematis, yang menetapkan tujuan dan mengembangkan suatu struktur penetapan harga jual yang tepat. Dalam strategi penentuan harga jual, pengelola usaha harus menetapkan terlebih dahulu tujuan penetapannya. Tujuan ini berasal dari perusahaan itu sendiri yang selalu menetapkan harga barang dan jasa setepat mungkin.

Tujuan penentuan harga jual yang tepat pada umumnya ialah untuk meningkatkan penjualan, memperbaiki dan mempertahankan *market share*, memperhatikan elastisitas permintaan, dan mengusahakan target pengembalian investasi dengan pencapaian laba maksimal serta tujuan-tujuan lainnya.

Banyak metode penetapan harga jual, misalnya metode penetapan harga Titik impas (*break event point*), metode penetapan harga penggelumbangan (*mark-up*), metode penetapan harga tingkat pengembalian modal investasi (*rate of return*), metode penetapan harga variabel dan metode penetapan harga beban puncak, namun melihat kondisi ekonomi yang mencerminkan terjadinya inflasi sehingga bahan-bahan baku untuk produksi amplang tidak stabil, maka metode penetapan harga *mark-up* lah yang lebih tepat, karena salah satu alasan menggunakan *mark-up pricing* adalah karena kurangnya kepastian pada biaya dan permintaan. Dengan mendasarkan pada biaya sesungguhnya, penetapan harga jual menjadi lebih sederhana dan penjual tidak perlu membuat penyesuaian harga jual terhadap permintaan, namun demikian *Mark-up pricing* itu adalah fleksibel dan dapat mendukung tindakan perusahaan untuk memaksimalkan laba.

Usaha Anisa yang bergerak dalam pembuatan amplang rasanya gurih dan renyah. Citra rasa yang enak merupakan kiat untuk memajukan usaha. Dengan adanya kenaikan harga bahan baku dan bahan penolong sehingga perlu dinaikkan harga jualnya. Harga jual yang ditetapkan Usaha Amplang Anisa untuk setiap bungkus amplang dengan berat 2 ons sebelum terjadi kenaikan harga bahan-bahan yang dibutuhkan untuk memproduksi amplang sebesar Rp. 8.500,- dan setelah adanya kenaikan harga bahan-

bahan maka harga jual yang ditetapkan sebesar Rp. 10.000,- dengan berat 2 ons menurut perhitungan manajemen Usaha Amplang Anisa. Secara kasar dengan adanya kenaikan harga tersebut, Usaha Amplang Anisa mengharapkan keuntungan 15 % dengan kata lain penetapan harga Rp. 8.500,- tersebut 15 % dari harga pokok produksi amplang. Semakin ketatnya persaingan pada produk yang dihasilkan oleh usaha Home Industri khususnya amplang, maka sudah seharusnya dalam menetapkan harga jualnya pengusaha sebelumnya menghitung berapa harga pokok produksinya sehingga dengan demikian dalam menentukan harga jual produk amplang bisa lebih akurat dan teliti, dengan demikian berapa besar keuntungan yang diharapkan dari hasil penjualan dapat diketahui. Disamping itu dengan mengetahui harga pokok produksi, pengusaha dapat dengan cermat menentukan harga jual produk amplang jika dikemudian hari mendapatkan situasi yang sama seperti yang ada sekarang dimana harga bahan-bahan untuk memproduksi amplang tidak stabil.

Rumusan Masalah

Bertitik tolak pada uraian pada latar belakang, maka permasalahan pada penelitian ini adalah :

Apakah penetapan harga jual amplang sebesar Rp 10.000,- per 1 (satu) Ons yang ditetapkan Usaha Anisa telah memberikan keuntungan yang lebih besar dari 17,5 %?

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penetapan harga jual amplang sebesar Rp 10.000,- per 1 (satu) Ons yang ditetapkan Usaha Anisa telah memberikan keuntungan yang lebih besar dari 17,5 %.

Dasar Teori

Akuntansi adalah Suatu disiplin yang menyediakan informasi yang diperlukan untuk melaksanakan kegiatan secara efisien dan mengevaluasi kegiatan-kegiatan suatu organisasi

akuntansi manajemen sebagai "Sistem informasi yang berhubungan dengan masalah akuntansi atau keuangan merupakan tugas dan

tanggung jawab dari akuntansi manajemen dan sistem informasi yang berhubungan dengan akuntansi tersebut disebut akuntansi manajemen

Ciri-ciri dari akuntansi manajemen yang membedakan dengan akuntansi keuangan Menurut Abdul Halim dan Bambang Supomo (2005 :20) adalah sebagai berikut:

- a. Tidak mempunyai struktur atau formula tunggal
- b. Tidak diatur oleh prinsip akuntansi yang diterima umum
- c. Lebih bebas penyajiannya
- d. Termasuk informal non keuangan
- e. Lebih ditekankan masa yang akan datang
- f. Memperhatikan bagian-bagian yang sama pentingnya dengan keseluruhan
- g. Kekurangan menekankan pada kepastian (sering digunakan judgement)
- h. Bukan penilaian akhir.

Biaya adalah pengeluaran dan beban-beban yang diperkenankan langsung atau tidak langsung untuk menghasilkan barang dan jasa di dalam kondisi dan tempat dimana barang atau jasa tersebut dapat dipergunakan untuk dijual

Harga pokok adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang, yang terjadi untuk memperoleh aktiva atau secara tidak langsung untuk memperoleh penghasilan

Penggolongan biaya terdiri dari

- a. Penggolongan biaya atas dasar obyek pengeluaran.
- b. Penggolongan biaya atas dasar fungsi-fungsi pokok dalam perusahaan.
- c. Penggolongan biaya atas dasar hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai.
- d. Penggolongan biaya sesuai dengan tingkah lakunya terhadap volumen kegiatan.
- e. Penggolongan biaya atas dasar waktu.

Harga (*Price*) adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang

Tujuan penentuan harga pada umumnya adalah untuk meningkatkan penjualan, mempertahankan dan memperbaiki market share dengan memperhitungkan elastisitas permintaan, mencapai target pengembalian investasi dan mencapai laba maksimum serta tujuan-tujuan lainnya

untuk menetapkan kebijaksanaan harga yang baik sebagai berikut :

- a. Kebijaksanaan harga harus ditujukan untuk memaksimalkan laba untuk seluruh barang atau jasa untuk menciptakan kombinasi penjualan paling menguntungkan.
- b. Kebijaksanaan harga mencakup usaha-usaha untuk menanggulangi situasi persaingan berbeda.
- c. Kebijaksanaan harga harus bertujuan untuk kesejahteraan perusahaan, dalam jangka pendek.
- d. Kebijaksanaan harus cukup fleksibel untuk berjaga-jaga terhadap perubahan situasi ekonomi dari berbagai langganan.
- e. Perlu diadakan cara sistematis dan tidak perlu dikelompokkan dahulu untuk barang-barang
- f. Harga untuk pergantian alat-alat harus dikelompokkan berdasarkan golongan alat-alat menurut jenis dan pabriknya tingkat harga yang terjadi dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti :

- a. Keadaan perekonomian
- b. Penawaran dan permintaan
- c. Elastisitas permintaan
- d. Persaingan
- e. Biaya
- f. Tujuan perusahaan
- g. Pengawasan pemerintah

Harga jual adalah sejumlah nilai yang ditukar oleh konsumen dengan manfaat dan memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli

Satu di antara metode penetapan harga adalah metode penetapan harga mark-up (*Mark-Up Pricing*).

Mark-Up merupakan jumlah rupiah yang ditambahkan pada biaya dari suatu produk untuk menghasilkan harga jual.

Pengertian tersebut di atas dapat dikatakan bahwa mark-up dipakai untuk menutup biaya overhead dan laba perusahaan. Biasanya mark-up ditentukan dengan persentase dari biaya produk atau harga jualnya.

Mark-up dapat ditentukan dari biaya produknya, maka persentase mark-up tersebut

harus dikalikan dengan biaya produksi, kemudian ditambahkan pada biaya produksi sehingga menghasilkan harga mark-up. Hal ini dapat ditulis dengan rumus sebagai berikut

$$\begin{aligned} \text{Harga Jual} &= \text{Biaya Produksi} + \text{Mark Up} \\ &= \text{Biaya Produksi} + (\% \times \\ &\quad \text{Biaya Produksi}) \end{aligned}$$

Mark-Up dapat juga ditetapkan dari harga jualnya. Untuk *Mark-Up* yang ditentukan dari harga jual, lebih kompleks karena tidak dikalikan dengan biayanya, tetapi harga jual ditentukan dari biaya dibagi dengan satu dikurangi persentase *mark-up*. Hal ini dapat disederhanakan dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Harga Jual} = \frac{\text{Biaya}}{(1 - \% \text{ Mark-Up})}$$

Kedua rumus tersebut di atas, ada perbedaan antara *mark-up* yang didasarkan pada biaya (MUC / Murk-Up On Cost) dengan *mark-up* yang didasarkan pada harga jual (MUSP / Murk-Up On Sales Price)). Untuk *mark-up* yang didasarkan pada harga jual, lebih rendah dibandingkan dengan *mark-up* berdasarkan biaya.

Hipotesis

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan penulis dalam latar belakang penelitian ini dan perusuan masalah yang didukung dengan dasar teori, maka dapat dikemukakan hipotesis sebagai berikut :

“Penetapan harga jual amplang sebesar Rp 10.000,- per Ons yang ditetapkan Usaha Anisa telah memberikan keuntungan lebih besar dari 17,5 %.

Pembahasan

Keadaan dalam negeri turut memprihatinkan di mana beberapa daerah dilanda banjir dan tanah longsor, tingginya gelombang laut, sebagai pemicu kenaikan harga bahan pokok khususnya Propinsi Kalimantan Timur lebih khusus lagi Kota Samarinda yang hampir semua kebutuhan pokoknya dipasok dari pulau Sulawesi dan Jawa. Akibatnya semua harga barang terutama kebutuhan sehari-hari menjadi naik

sehingga mengakibatkan turut naiknya barang-barang lain termasuk bahan-bahan yang diperlukan untuk memproduksi amplang. Akibat lanjutannya adalah usaha Amplang Anisa terpaksa menaikkan harga jual amplang, yang sebelumnya sebesar Rp. 8.500,- per bungkus menjadi Rp. 10.000,- per bungkus. Alasan yang dikemukakan adalah menyesuaikan dengan harga bahan-bahan yang diperlukan untuk memproduksi amplang. Kenaikan harga dari Rp. 8.500,- menjadi Rp. 10.000,-. Penetapan harga jual Rp. 10.000,- ini menurut Usaha Anisa ditetapkan berdasarkan asumsi bahwa kenaikan tersebut naik 17,5 % dari harga jual amplang.

Berdasarkan hasil perhitungan yang dilakukan penulis dengan menggunakan perhitungan Harga Pokok Produksi dengan memperhatikan elemen-elemen biaya pada harga pokok produksi yaitu Biaya Bahan Baku, Biaya Tenaga Kerja Langsung dan Biaya Overhead Pabrik dan biaya Umum & Pemasaran dihasilkan perhitungan Harga Pokok Produksi per hari sebesar Rp. 1.697.358,-. Jumlah bungkus amplang ukuran 1 ons sebanyak 220 bungkus sehingga harga pokok per bungkus sebesar Rp. 7.715. Harga pokok produksi ini lebih kecil dibandingkan dengan harga jual yang ditetapkan sebesar Rp. 10.000,- perbungkus dengan kata lain harga jual yang ditetapkan lebih tinggi dari harga pokok produksinya.

Dengan menggunakan metode harga *Mark-Up* kenaikan 17,5 % dari harga pokok produksi didapatkan hasil harga jual sebesar Rp 9.065 per bungkus. Harga jual yang ditetapkan oleh Usaha Anisa sebesar Rp. 10.000,-. Harga yang ditetapkan ini sebesar 29,6% dari harga pokok produksi.

Ini menunjukkan bahwa harga jual yang ditetapkan oleh Usaha Amplang Anisa lebih tinggi dari yang sebenarnya jika menggunakan metode harga *mark-up* dengan pendekatan biaya produksi. Hal ini dapat dimaklumi karena penetapan harga *Mark-Up* yang dilakukan oleh usaha amplang Anisa hanya berdasarkan perkiraan saja.

Dilihat dari sisi pemasaran, penetapan harga yang ditetapkan oleh Usaha Amplang Anisa masih cukup tinggi, idealnya pada saat daya beli masyarakat menurun dengan melihat

bahwa harga pokok produksi per bungkus amplang sebesar Rp. 7.715,- setidaknya Usaha Amplang Anisa tidak menaikkan harga jualnya karena dengan harga jual sebelumnya sebesar Rp. 8.500,- Usaha Amplang Anisa masih mendapat keuntungan sebesar Rp. 785,- per bungkus. Dengan tetap mempertahankan harga jual sebesar Rp. 8.500,- per bungkus, daya saing dari produk Amplang yang dijual Usaha Anisa akan semakin tinggi karena harganya relatif lebih murah dibandingkan dengan harga jual usaha amplang lainnya, dengan demikian diharapkan jumlah bungkus amplang yang terjual akan meningkat. Dengan peningkatan jumlah amplang yang dijual maka diharapkan keuntungan yang diharapkan akan meningkat pula, dengan demikian meskipun keuntungan yang diharapkan hanya 10,10 % dari biaya produksi, namun dengan peningkatan jumlah bungkus amplang yang terjual kemungkinan secara keseluruhan jumlah keuntungan yang diraup akan lebih banyak dibandingkan dengan mengharapkan keuntungan 17,5 % dari biaya produksi tetapi jumlah bungkus amplang yang terjual sedikit.

Dengan demikian hipotesis yang dikemukakan sebelumnya bahwa diduga penetapan harga jual amplang yang ditetapkan oleh Usaha Anisa sudah memberikan margin lebih besar dari 17,5 % diterima dengan alasan bahwa harga jual yang ditetapkan Usaha Anisa adalah sebesar Rp. 10.000,- di atas harga pokok produksinya dan harga *Mark-Up* nya 17,50 % dari harga pokok produksi amplang, sedangkan hasil perhitungan dengan menggunakan harga jual *Mark-Up* 17,5 % didapatkan harga jual *Mark-Up* sebesar Rp. 9.065. Ini berarti *Mark-Up* yang dikenakan oleh Usaha Anisa dalam menetapkan harga jual amplangnya telah mendapatkan keuntungan lebih besar dari 17,5 % .

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka kesimpulan penelitian ini adalah :

Harga pokok Produksi amplang dengan memperhatikan elemen-elemen biaya pada harga pokok produksi yaitu Biaya bahan Baku, Biaya Tenaga Kerja Langsung dan Biaya Overhead Pabrik dan biaya

Umum&Pemasaran dihasilkan perhitungan Harga pokok Produksi per hari sebesar Rp. 1.697.358,- .

Hipotesis yang dikemukakan sebelumnya bahwa diduga penetapan harga jual amplang yang ditetapkan oleh Usaha Anisa sudah memberikan margin keuntungan lebih besar dari 17,5 % diterima dengan alasan bahwa harga jual yang ditetapkan Usaha Anisa adalah sebesar Rp. 10.000,- di atas harga pokok produksinya dan harga mark-upnya 29,6 % dari harga pokok produksi amplang, sedangkan hasil perhitungan dengan menggunakan harga jual *Mark-Up* 17,5 % didapatkan harga jual *Mark-Up* sebesar Rp. 9.065,-. Ini berarti *Mark-Up* yang dikenakan oleh Usaha Anisa dalam menetapkan harga jual amplangnya lebih besar dari 17,5 %.

Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan tersebut di atas maka saran dari hasil penelitian ini adalah :

Agar Usaha Anisa menetapkan harga jualnya sebesar Rp. 8.500,- karena dengan penetapan harga sebesar ini maka harga jualnya semakin kompetitif dan agar Usaha Anisa tidak hanya memproduksi amplang dari bahan baku ikan tenggiri saja, melainkan mencari ikan-ikan lain lagi yang harganya lebih murah namun dengan hasil cita rasa yang tidak jauh berbeda sehingga jika ikan tenggiri mahal, maka dapat digantikan dengan jenis ikan lain, dengan demikian produksi amplangnya dapat lebih kompetitif.

Bagi peneliti berikutnya agar mencoba menghitung harga jual dengan hanya memperhitungkan biaya produksi dengan menggunakan variabel costing agar dapat dilihat perbedaannya.

Daftar Pustaka

- Alma, Buchari, 2005, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran jasa*, Cetakan ke lima, Alfabeta, Bandung.
- Baridwan, Zaki, Akuntan, 2009, *Intermediate Accounting*, Edisi 7, BPFE, Yogyakarta.
- Belkaoua, Achmed, 2009, *Accounting Theory (Teori Akuntansi)*, AK Group, Yogyakarta

- Halim Abdul dan Bambang Supomo, 2005, .
Akuntansi Manajemen. Cetakan
Kesepuluh, BPFE, Yogyakarta.
- L.M Samryn, 2001, *Cost Accounting, Concept
And Aplication For Managerial
Decision Making*, Third Edition, Me
Graw-Hill Book Co, Singapore
- Mahfoedz, Mas'ud, 2005. *Pengantar
Ekonomi Perusahaan*. Cetakan
Kesepuluh. Edisi Revisi. Balai
Konsultasi dan Manajemen,
Yogyakarta
- Mulyadi, 2005, *Akuntansi Biaya*, Edisi
Keenam, Aditya Medan, Yogyakarta
- Pyle, William W. dan Kermit D. Larson,
1999, *Fundamental Accounting
Principles*, Irwin, Homewood, Illinois.
- Simamora, Henry, 2005, *Akuntansi
Manajemen*. Edisi 1, CV. Armico
Bandung.
- Soemarsono SR, 2004, *Akuntansi Biaya dan
Harga Pokok*, Jilid III, Akademi
Akuntansi Bandung
- Supomo, Bambang, 2005, *Akuntansi
Manajemen*. BPFE, Yogyakarta.
- Supriyono, RA, 2007, *Akuntansi Biaya
Pengumpulan Biaya dan Penentuan
Harga Pokok*, BPFE, Yogyakarta
- Sutrisno, 2007, *Manajemen Keuangan Teori,
Konsep dan Aplikasi*, Edisi Pertama,
Cetakan Kelima, Ekonisia, FE UII,
Yogyakarta.
- Suwarjono, 2005, *Akuntansi Pengantar*,
Bagian 1, Edisi kedua, BPFE
Universitas Gajah Mada, Yogyakarta
- Swastha Basu, dan Irawan, 2005, *Manajemen
Pemasaran Modern*, Edisi Kedua,
Cetakan Ke dua belas, Liberty Offset,
Yogyakarta.
- Waren, Fess, and Rollin, 2004, *Prinsip-prinsip
akuntansi*, Alih bahasa Hyginus
Ruswinarto, South Western Collage,
USA.
- Yusuf, Al Haryono, 2007, *Dasar-Dasar
Akuntansi* Jilid 1 Edisi 6 STIE YKPN,
Yogyakarta.