

PENETAPAN HARGA JUAL BATU BATA PADA CV. X DENGAN MENGGUNAKAN METODE *TARGET PROFIT PRICING**

MUHAMMAD DWI YANUARDI, DWI NOVIRANI, HARI ADIANTO

Jurusan Teknik Industri, Institut Teknologi Nasional (Itenas), Bandung

Email: iyan.ardi44@gmail.com

ABSTRAK

Pertumbuhan pembangunan gedung semakin meningkat setiap tahunnya yang dapat dilihat dari pembangunan gedung-gedung baru yang ada di setiap kota besar. Hal ini dibutuhkan jumlah batu bata yang lebih banyak untuk pembangunan tersebut, yang merupakan peluang untuk perusahaan batu bata. Namun mengakibatkan persaingan perusahaan yang memproduksi batu bata semakin ketat. Kondisi ini mengharuskan perusahaan untuk menjual produknya dengan harga terjangkau agar dapat bersaing dipasaran. Penentuan metode Target Profit Pricing diusulkan dalam membuat suatu usulan metode perancangan penentuan harga. Berdasarkan metode tersebut didapatkan harga jual yang ditawarkan lebih rendah dibandingkan dengan para pesaing. Harga jual yang didapat untuk target laba 15% sebesar Rp. 297,13/batu bata dengan produksi titik pulang pokok sebanyak 142.242 unit batu bata, target laba 20% sebesar Rp. 315,70/batu bata dengan produksi titik pulang pokok sebanyak 126.965 unit batu bata, target laba 25% sebesar 336,75/batu bata dengan produksi titik pulang pokok sebanyak 113.187 unit batu bata.

Kata Kunci: Batu bata, Harga Jual, Target Profit Pricing

ABSTRACT

Growth in the construction of buildings is increasing every year which can be seen from the construction of new buildings that exist in every major city. This takes the number of bricks that much more for the development, which is an opportunity for a brick company. But the resulting competition companies that manufacture bricks tighter. This condition requires the company to sell its products at affordable prices in order to compete in the market. Target Profit Pricing Determination method proposed in making a design method proposed pricing. The method is based on the sale price obtained is lower than that offered by competitors. Selling price obtained for 15% profit target of Rp. 297.13 / brick production break-even point as many as 142 242 units of brick, 20% profit target of Rp. 315.70 / brick production break-even point as many as 126 965 units of bricks, a target profit of 25% amounting to 336.75 / brick production break-even point as many as 113 187 units of bricks.

Keywords: Bricks, Target Profit Pricing, Selling Price

* Makalah ini merupakan ringkasan dari Tugas Akhir yang disusun oleh penulis pertama dengan pembimbingan penulis kedua dan ketiga. Makalah ini merupakan draft awal dan akan disempurnakan oleh para penulis untuk disajikan pada seminar nasional dan/atau jurnal nasional.

1. PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG MASALAH

Perkembangan pembangunan gedung pada saat ini semakin meningkat tiap tahunnya hal ini dapat dilihat dari banyaknya gedung-gedung baru yang ada di tiap-tiap kota besar. Perusahaan-perusahaan industri yang bergerak di bidang konstruksi bangunan saling bersaing untuk dapat menghasilkan konstruksi yang kokoh dan kuat. Untuk itu perusahaan harus memperhatikan bahan-bahan material yang dapat menunjang konstruksi bangunan tersebut.

Persaingan perusahaan yang memproduksi bahan batu bata juga mengalami peningkatan, dikarenakan pembangunan gedung yang semakin marak di tiap-tiap kota besar. Oleh karena itu perusahaan dituntut harus dapat menghasilkan produk dengan kualitas yang baik sesuai keinginan pelanggan, serta menjual harga produknya dengan harga terjangkau agar dapat bersaing dipasaran. Untuk itu perusahaan harus memperhatikan mengenai strategi penentuan harga jual produknya. Penentuan harga ini merupakan salah satu faktor untuk menentukan persaingan di pasaran dengan industri yang sejenis. Dalam penetapan harga perusahaan harus sangat hati-hati agar harga yang ditawarkan tidak terlalu mahal atau murah tetapi tetap menghasilkan keuntungan bagi perusahaan. Harga yang tinggi bisa saja diterima oleh konsumen dan menghasilkan keuntungan yang lebih bagi perusahaan, akan tetapi hal ini menjadi kelemahan bagi perusahaan kalau pesaing mampu memberikan harga yang lebih rendah.

Terdapat banyak jenis batu bata yang banyak diproduksi oleh perusahaan lain yaitu bata merah, bata muka, batako dan bata ringan. CV. X adalah perusahaan yang bergerak di bidang industri pembuatan batu bata. Perusahaan CV. X hanya memproduksi satu jenis batu bata yaitu jenis batu bata merah yang banyak diminati oleh para perusahaan pembangun gedung. Perusahaan dalam melayani konsumen memiliki standar kualitas tertentu. Dalam persaingannya CV. X memiliki harga jual yang dinilai cukup untuk bersaing di dunia industri akan tetapi harga yang ditawarkan oleh CV. X diduga masih tinggi.

Hal tersebut tentu sulit untuk perusahaan dapat bersaing karena penetapan harga yang diterapkan hanya berdasarkan perkiraan saja, sehingga harga yang ditetapkan tidak sesuai dengan biaya produksi. Oleh karena itu perusahaan perlu meninjau kembali cara strategi penentuan harga agar keuntungan yang didapat bisa secara maksimal.

1.2 PERUMUSAN MASALAH

CV. X merupakan perusahaan yang baru berdiri pada akhir tahun 2013, pada penentuan atau penetapan harga yang dilakukan oleh perusahaan masih kurang optimal yang dimana keuntungan yang didapat masih kurang dari yang diinginkan. Kurang optimalnya penetapan harga yang dilakukan dapat menyebabkan keuntungan yang didapat juga kurang maksimal. Pemecahan masalah tersebut maka akan diterapkan sebuah metode alternatif dalam penerapan keputusan penetapan harga, yaitu metode *target profit pricing* yang merupakan suatu metode yang berorientasi pada biaya tetap dan biaya variabel dengan menganalisis *break even point* yang membantu dalam penetapan variasi harga dalam berbagi volume peningkatan penjualan produk dan juga memperhitungkan pengembalian jumlah laba yang ditargetkan.

Penggunaan metode ini dipilih dibandingkan dengan metode lainnya karena penggunaan analisa *break even point* sebagai teknik analisis yang mempelajari hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, keuntungan dan volume kegiatan penjualan. Dengan analisis tersebut, metode ini melakukan pendekatan perencanaan keuntungan, sehingga akan membantu

perusahaan untuk melihat dan mempelajari apa yang akan terjadi pada berbagai tingkat volume penjualan.

2. STUDI LITERATUR

2.1 PEMILIHAN METODE PENETAPAN HARGA

Menurut *Kotler* (1997), ada beberapa metode dalam menentukan suatu keputusan harga, dimana harga tersebut berada diantara suatu titik maksimal (tertinggi) untuk mendapatkan laba dan suatu titik minimal (terendah) untuk menarik permintaan. Dari masing-masing penetapan harga akan menghasilkan suatu harga tertentu, yang diantaranya adalah:

1. Penetapan harga markup (*Markup pricing*)
2. Penetapan harga berdasarkan sasaran laba/pengembalian (*Target pricing*)
3. Penetapan harga berdasarkan nilai yang dipersepsikan (*Perceived-value pricing*)
4. Penetapan harga berdasarkan nilai (*Value pricing*)
5. Penetapan harga sesuai harga berlaku (*Going-rate pricing*)
6. Penetapan harga penawaran tertutup

2.1.1 Penetapan Harga Berdasarkan Sasaran Laba/Pengembalian (*Target profit pricing*)

Perusahaan menentukan harga yang akan menghasilkan tingkat pengembalian atas investasi (ROI) atau mendapatkan keuntungan yang diinginkan dan berorientasi pada *break even point*. Analisis *break even point* adalah salah satu teknik analisis untuk mempelajari hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, harga penjualan, dan volume kegiatan atau sering disebut pula *Cost-Profit-Volume Analysis* (*CPV analysis*). Dalam perencanaan keuntungan, analisis *break even point* merupakan "*profit planning approach*" yang mendasarkan pada hubungan antara biaya (*cost*) dan penghasilan (*revenue*). Menurut *Garrison* (1997), dalam melakukan analisis *break even* digunakan anggapan yang membatasi (asumsi dasar) sebagai berikut:

1. Perilaku penghasilan maupun biaya adalah linier sepanjang kisaran yang layak.
2. Biaya dapat secara cermat dibagi menjadi unsur biaya variabel dan biaya tetap.
3. Bauran penjualan adalah tetap.
4. Persediaan tidak berubah dalam perhitungan impas, misalnya jumlah satuan yang dihasilkan sama dengan jumlah satuan yang terjual.
5. Produktifitas serta keefisienan pekerja dan mesin tidak berubah sepanjang kisaran yang layak.

2.2 PENGERTIAN AKUNTANSI BIAYA

Akuntansi biaya adalah merupakan proses pencatatan, penggolongan, peningkatan dan penyajian biaya pembuatan dan penjualan produk atau jasa dengan cara-cara tertentu, serta penafsiran. Berdasarkan definisi tersebut dapat diketahui bahwa akuntansi biaya merupakan alat bagi manajemen dalam melakukan perencanaan, pengendalian dan pengambilan keputusan sehubungan dengan usaha mencapai tujuan dari perusahaan.

2.2.1 Prinsip Dasar Akuntansi

Menurut *Matz-Ustry* (1992), prinsip-prinsip dasar akuntansi yang berkaitan dengan perhitungan atau kalkulasi mengenai biaya-biaya yang dikeluarkan oleh suatu perusahaan yang menjadi dasar dari perhitungan dalam menetapkan keputusan harga. Dalam hal informasi mengenai biaya khusus untuk perusahaan yang bergerak dalam bidang manufaktur, sedangkan biaya dalam arti luas adalah penghormatan lembar ekonomi yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi, lebih jelasnya biaya adalah pengeluaran atau pengorbanan yang diukur dengan nilai uang yang diperlukan dalam usaha mencapai satu tujuan tertentu.

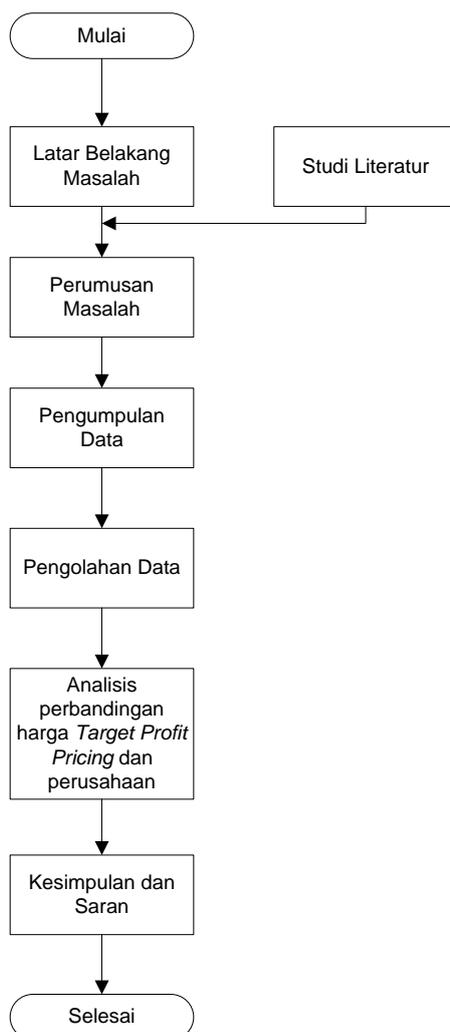
2.3 KLASIFIKASI BIAYA

Penggunaan informasi biaya harus disesuaikan dengan tujuan penggunaan informasi biaya oleh pemakainya. Teknik penyajian informasi biaya berpedoman pada konsep "*different classification of cost for different purpose*" artinya, untuk tujuan informasi biaya yang berbeda diperoleh klasifikasi yang berbeda pula. Pengelompokan biaya dilakukan untuk memudahkan perhitungan biaya produksi barang ataupun jasa. Bila data biaya telah lengkap, maka pengkalkulasian biaya dapat dilakukan dengan lebih sistematis. Perhitungan atau pengkalkulasian itu diantaranya:

1. Perencanaan anggaran berupa target laba besar per jenis biaya per satuan produk atau jasa.
2. Perencanaan biaya satuan dari jenis biaya yang bersifat sama, contohnya overhead pabrik, overhead perusahaan, dan lain sebagainya.
3. Perencanaan laba yang wajar dimana secara menyeluruh ongkos total dan laba tersebut dapat digambarkan harga pokok serta harga jual.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian adalah langkah-langkah yang dilakukan dalam proses penelitian untuk mencapai tujuan dari penelitian tersebut, *flowchart* penelitian tugas akhir terkait dengan proses yang dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Metodologi Penelitian

3.1 IDENTIFIKASI VARIABEL

Pengidentifikasi variabel ini diperlukan sebagai penentu dalam penerapan harga jual yang akan diteliti. PJ Batu Bata merupakan suatu pabrik yang memproduksi batu bata yang saat ini sedang memproduksi dalam jumlah yang cukup banyak guna untuk memenuhi pesanan dari pelanggan. Dengan banyaknya jumlah pesanan yang dihadapi oleh perusahaan maka ditentukan penerapan metode *target profit pricing* dalam membuat suatu usulan metode perancangan penentuan harga terhadap keputusan penawaran harga kepada pelanggan. Pada metode target profit pricing variabel yang berpengaruh yaitu data harga yang dikeluarkan oleh perusahaan tiap bulannya. Pada permasalahan yang terjadi, maka diharapkan bahwa penerapan metode *Target profit pricing* ini dapat membantu dalam menentukan standar perhitungan yang didasari oleh sistem penentuan harga jual yang dilakukan oleh perusahaan.

3.2 PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi lapangan dan juga melakukan wawancara kepada pemilik perusahaan.. Sedangkan pengolahan data dilakukan untuk menganalisis perbandingan harga jual yang ditetapkan perusahaan dengan metode.

3.2.1 Perhitungan Harga Pokok Produk (HPP)

Pada metode *target profit pricing* yang menggunakan analisa titik impas, dimana perusahaan tidak akan memperoleh keuntungan dan kekurangan atas modal yang telah dikeluarkan. Perhitungan harga pokok produk ini meliputi biaya-biaya yaitu biaya tetap dan biaya variabel. Rumus untuk melakukan perhitungan harga pokok produk (HPP) adalah sebagai berikut:

$$\text{HPP} = \frac{\text{Biaya Variabel} + \text{Biaya Tetap}}{\text{Jumlah Produksi}} \quad (1)$$

3.2.2 Perhitungan Target Profit Pricing

Setelah harga pokok produk didapat maka selanjutnya dapat melakukan perhitungan harga jual produk dengan persentase keuntungan yang diinginkan melalui metode *Target Profit Pricing*. Rumus untuk melakukan perhitungan tersebut adalah sebagai berikut:

$$\text{Harga Jual} = \frac{\text{Harga Pokok}}{(1 - \% \text{Laba})} \quad (2)$$

3.2.3 Perhitungan Break Even Point

Dengan melakukan perhitungan *break even point* (titik impas), maka perusahaan dapat mengetahui titik impas dari hasil penjualan dengan pengeluaran. Rumus perhitungan titik impas adalah sebagai berikut:

$$\text{Volume titik impas} = \frac{\text{Biaya tetap}}{\text{Harga jual} - \text{Biaya variabel}} \quad (3)$$

3.3 ANALISIS PERBANDINGAN HARGA JUAL PRODUK

Data-data yang telah selesai dikerjakan pada pengolahan data kemudian akan dilakukan analisis. Analisis yang dilakukan yaitu dengan membandingkan harga jual produk yang diterapkan oleh perusahaan dengan hasil yang didapat dengan menggunakan metode *target profit pricing*.

4. PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Pada pengumpulan dan pengolahan data ini terdapat dua biaya yaitu biaya variabel dan biaya tetap.

4.1 BIAYA VARIABEL

Pada biaya variabel ini akan memberikan data-data awal yang berpengaruh pada penetapan harga diantaranya data harga bahan baku dan biaya *overhead* variabel.

4.1.1 Data Harga Bahan Baku

Ada 3 bahan baku yang diperlukan pada proses pembuatan batu bata, antara lain yaitu:

1. Tanah liat
Tanah merupakan bahan baku yang sangat penting bagi suatu proses pembuatan batu bata. Tanah yang akan diproses menjadi batu bata haruslah sesuai dengan kapasitas produksi setiap perusahaan.
2. Bahan baku dedak kasar
Penggunaan bahan baku dedak kasar ini berguna sebagai campuran bahan baku tanah agar batu bata menjadi lebih kuat dan tidak mudah retak.
3. Bahan baku minyak kincir
Penggunaan bahan baku minyak kincir ini berguna untuk melumasi batu bata yang sudah dicetak agar lebih mengkilap dan pada saat pembakaran menjadi lebih rata.

Berikut hasil data harga bahan baku yang didapat dari perusahaan ada pada Tabel 1.

Tabel 1. Data Jumlah Bahan Baku dan Total Harga Bahan Baku/bulan

| No. | Bahan baku | Jumlah | Harga satuan (Rp.) | Total Biaya (Rp.) |
|-------|-----------------------|--------------------|--------------------|-------------------|
| 1 | Dedak Kasar | 120 karung | 7.000 | 840.000 |
| 2 | Tanah Liat | 200 m ² | 9.000 | 1.800.000 |
| 3 | Minyak Pelumas Produk | 1 botol | 500.000 | 500.000 |
| Total | | | | 3.140.000 |

4.1.2 Biaya *Overhead* Variabel

Biaya *overhead* variabel ini terdiri dari biaya bahan baku, biaya penggunaan kayu bakar, dan pemakaian listrik. Berikut hasil data biaya *overhead* variabel dapat ada pada Tabel 2.

Tabel 2. Biaya *Overhead* Variabel

| No. | Item Kegiatan | Biaya Variabel (Rp) |
|-------|------------------------|---------------------|
| 1 | Penggunaan Bahan Bakar | 1.320.000,00 |
| 2 | Penggunaan Kayu Bakar | 24.000.000,00 |
| 3 | Penggunaan Listrik | 100.000,00 |
| Total | | 25.420.000,00 |

Hasil rekapitulasi untuk biaya variabel yang terdiri dari biaya bahan baku dan biaya *overhead* ada pada Tabel 3.

Tabel 3. Rekapitulasi Total Biaya Variabel

| No. | Jenis Biaya | Jumlah Biaya (Rp.) |
|-------|-------------|--------------------|
| 1 | Bahan Baku | 3.140.000 |
| 2 | Overhead | 25.420.000 |
| Total | | 28.560.000 |

4.2 BIAYA TETAP

Pada biaya tetap ini akan memberikan data-data awal yang berpengaruh pada penetapan harga diantaranya biaya pekerja langsung, biaya overhead tetap, dan biaya tetap lainnya.

4.2.1 Biaya Pekerja Langsung

Dalam setiap proses produksi diperlukan pekerja langsung, pekerja langsung adalah dimana pekerja yang langsung bekerja pada tempat proses produksi berlangsung. Berikut hasil data untuk biaya pekerja langsung ada di Tabel 4.

Tabel 4. Rekapitulasi Biaya Pekerja Langsung

| No. | Kegiatan | Jenis Produk | Upah/pdorong (Rp.) | Jumlah Produksi/bulan (unit) | Total Biaya (Rp) |
|-------|---------------------------------|--------------|--------------------|------------------------------|------------------|
| 1 | Membalikkan Batu Bata | Batu bata | 20 | 200.000 | 4.000.000,00 |
| 2 | Mengangkut Batu Bata | | 15 | 200.000 | 3.000.000,00 |
| 3 | Menumpuk dan Membakar Batu Bata | | 15 | 200.000 | 3.000.000,00 |
| 4 | Loading | | 20 | 200.000 | 4.000.000,00 |
| Total | | | | | 14.000.000,00 |

Tabel 5. Biaya Perawatan

| No. | Item | Jenis Perawatan | Frekuensi | Total Biaya/bulan (Rp) |
|-------|-------|-----------------|-----------|------------------------|
| 1 | Mobil | Servis Rutin | 1 kali | 150.000 |
| 2 | Mobil | Ganti Oli | 1 kali | 125.000 |
| 3 | Mobil | Stemped | | 25.000 |
| Total | | | | 300.000 |

1. Depresiasi mesin dan bangunan

Perhitungan depresiasi mesin dan bangunan digunakan metode garis lurus (*Straight line*). Berikut hasil data harga bahan baku dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Biaya Depresiasi Mesin dan Bangunan

| No. | Jenis Item | Harga (Rp.) | Umur Sisa (tahun) | Depresiasi Mesin dan Bangunan/bulan (Rp.) |
|-----|-----------------|-------------|-------------------|---|
| 1 | Mesin Pres | 40.000.000 | 10 | 166.666,67 |
| 2 | Mesin Pompa Air | 5.000.000 | 10 | 20.833,33 |
| 3 | Bangunan | 400.000.000 | 10 | 1.666.666,67 |
| | | | | 1.854.166,67 |

2. Biaya alat bantu

Alat bantu sangat dibutuhkan untuk dapat menunjang jalannya proses produksi agar tidak terjadi keterlambatan produksi. Hasil untuk biaya depresiasi alat bantu ada pada Tabel 7.

Tabel 7. Biaya Depresiasi Alat Bantu

| No | Item | Jumlah | Harga (Rp) | Total Biaya (Rp) | Depresiasi (Rp) | Depresiasi (Rp)/bulan | Total Biaya Depresiasi (Rp) |
|-------|-------------|-----------|--------------|------------------|-----------------|-----------------------|-----------------------------|
| 1 | Grobak | 6 buah | 1.000.000,00 | 6.000.000,00 | 350.000,00 | 29.166,67 | 175.000,00 |
| 2 | Cangkul | 5 buah | 60.000,00 | 300.000,00 | 50.000,00 | 4.166,67 | 20.833,33 |
| 3 | Garpu Tanah | 5 buah | 60.000,00 | 300.000,00 | 50.000,00 | 4.166,67 | 20.833,33 |
| 4 | Tools | 1 set | 2.000.000,00 | 2.000.000,00 | 750.000,00 | 62.500,00 | 62.500,00 |
| 5 | Selang Air | 100 meter | 2.000,00 | 200.000,00 | 100.000,00 | 8.333,33 | 8.333,33 |
| Total | | | | | | | 287.500,00 |

Hasil rekapitulasi untuk biaya overhead tetap dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Rekapitulasi Biaya *Overhead* Tetap

| No. | Item Kegiatan | Biaya <i>overhead</i> (Rp) |
|-----|-------------------------------------|----------------------------|
| 1 | Biaya perawatan | 300.000,00 |
| 2 | Biaya depresiasi mesin dan bangunan | 1.854.166,67 |
| 3 | Biaya depresiasi alat bantu | 287.500,00 |
| | Total | 2.441.666,67 |

4.2.3 Biaya Tetap Lain

Biaya tetap lain merupakan biaya secara rutin dikeluarkan perusahaan dalam setiap bulannya diantaranya gaji pekerja langsung, depresiasi kendaraan, biaya pajak kendaraan, dan biaya administrasi dan pemasaran.

- Gaji pekerja tidak langsung
Pekerja tidak langsung merupakan pekerja yang bekerja diluar pekerja langsung. Berikut data gaji pekerja tidak langsung dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Biaya Pekerja Tidak Langsung

| Jabatan | Kebutuhan orang | Gaji/bulan (Rp) | Total biaya (Rp) |
|----------------|-----------------|-----------------|------------------|
| <i>Manager</i> | 1 | 2.500.000 | 2.500.000 |
| supir | 1 | 850.000 | 850.000 |
| kenek | 1 | 750.000 | 750.000 |
| | Total | | 4.100.000 |

- Depresiasi kendaraan
Jenis kendaraan yang dimiliki CV. X adalah truk bekas tahun 2003 yang dibeli pada tahun 2013 dengan harga beli Rp. 180.000.00,- . Umur pakai 10 tahun dengan nilai sisa Rp. 80.000.000,-.
- Biaya pajak kendaraan
Biaya pajak kendaraan termasuk dalam biaya tetap yang harus dikeluarkan oleh perusahaan tiap tahunnya. Biaya pajak yang dikeluarkan oleh perusahaan sebesar Rp. 2.551.600/th. atau Rp. 2.551.600/12 = Rp 212, 633,33/bln
- Biaya administrasi dan pemasaran
Selain biaya produksi, terdapat biaya yang juga bisa mempengaruhi harga pokok produk yang dihasilkan. Berikut hasil data biaya administrasi dan pemasaran dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Biaya Administrasi dan Pemasaran

| No. | Item Kegiatan | Total Biaya/bln (Rp) |
|-----|-------------------------------|----------------------|
| 1 | Telepon | 150.000 |
| 2 | Alat Tulis Kantor | 150.000 |
| 4 | Keperluan Air Minum (5 galon) | 65.000 |
| | Total | 365.000 |

Total biaya tetap mencakup penjumlahan dari biaya *overhead* tetap dan biaya tetap lain. Rekapitulasi untuk total biaya *overhead* tetap dapat dilihat pada Tabel 11.

Tabel 11. Rekapitulasi Total Biaya Tetap

| No. | jenis biaya | jumlah biaya |
|-----|----------------------------|----------------------|
| 1 | Pekerja langsung | 14.000.000,00 |
| 2 | Overhead tetap | 2.441.666,67 |
| 4 | BPTL | 4.100.000,00 |
| 5 | Administrasi dan Pemasaran | 365.000,00 |
| 6 | Pajak Kendaraan | 212.633,33 |
| 7 | Depresiasi kendaraan | 833.333,33 |
| | Total | 21.952.633,33 |

4.3 PERHITUNGAN HARGA JUAL

Pada perhitungan harga jual ini adalah perhitungan harga jual produk batu bata dan perhitungan harga pokok.

4.3.1 Perhitungan Harga Jual Produk Batu Bata dengan Metode *Target Profit Pricing*

Metode *target profit pricing* merupakan salah satu penetapan harga yang mempergunakan seluruh biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan. Dengan metode ini perusahaan dapat menentukan harga jual produk yang berorientasi pada biaya dan menghasilkan keuntungan yang diinginkan.

4.3.2 Perhitungan Harga Pokok dan Harga Jual Batu Bata Menggunakan Metode *Target Profit Pricing*

Harga pokok didapat dari perhitungan yang menggunakan biaya variabel, biaya tetap dan jumlah produksi. Hasil rekapitulasi untuk biaya variabel dan tetap ada pada Tabel 12.

Tabel 12. Rekapitulasi Biaya Variabel dan Tetap

| Uraian biaya | Total (Rp.) |
|----------------------------|---------------|
| Biaya Variabel (Rp) | 28.560.000,00 |
| Biaya Tetap (Rp) | 142,80 |
| Biaya Variabel/satuan (Rp) | 21.952.633,33 |
| Jumlah produksi | 200000 unit |

Hasil rekapitulasi untuk setiap target laba yang diinginkan dapat dilihat pada Tabel 13.

Tabel 13. Rekapitulasi Untuk Setiap Target Laba

| Harga pokok (Rp.) | Keuntungan | Harga jual (Rp.) | BEP (unit) |
|-------------------|------------|------------------|------------|
| 252,56 | 15% | 297,13 | 142.241,87 |
| 252,56 | 20% | 315,70 | 126.964,32 |
| 252,56 | 25% | 336,75 | 113.186,56 |

4.4 VARIASI KEMUNGKINAN HARGA JUAL PRODUK JIKA TERDAPAT PENAMBAHAN LINE PRODUKSI BARU

Penetapan harga jual dengan metode *target profit pricing* memungkinkan perusahaan untuk dapat mengantisipasi jika terdapat variasi kemungkinan harga jual produk pada penambahan line produksi baru.

Apabila perusahaan menginginkan penambahan line produksi guna meningkatkan hasil produksinya, maka perusahaan harus menambah:

- Jumlah bahan baku
Jumlah bahan baku terjadi penambahan dikarenakan jumlah produksi yang meningkat sebesar 100.000/bln. Berikut total biaya bahan baku dapat dilihat pada Tabel 14.

Tabel 14. Jumlah Bahan Baku Jika Terjadi Penambahan Line Produksi Baru

| No | Bahan Baku | jumlah | Harga satuan (Rp) | Total biaya (Rp) |
|----|-----------------------|--------------------|-------------------|------------------|
| 1 | Dedak Kasar | 180 Karung | 7.000 | 1.260.000 |
| 2 | Tanah | 300 m ³ | 9.000 | 2.700.000 |
| 3 | Minyak Pelumas Produk | 1,5 botol | 500.000 | 750.000 |

- Jumlah pegawai
Jumlah pegawai ini diperlukan guna untuk menunjang hasil produk yang akan dihasilkan oleh perusahaan dan penambahannya sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Dari perhitungan diatas diketahui bahwa tiap pekerjaan berbeda-beda upah pegawainya. Untuk penambahan line produksi baru perusahaan membutuhkan

pegawai baru sebanyak 4 orang, sehingga jumlah pegawai menjadi 12 orang. Berikut biaya pegawai dapat dilihat pada Tabel 15.

Tabel 15. Biaya Pekerja Langsung untuk Penambahan Line Produksi

| No. | Kegiatan | Jenis Produk | Upah/pdorong (Rp.) | Jumlah Produksi/bulan (unit) | Total Biaya (Rp) |
|-------|---------------------------------|--------------|--------------------|------------------------------|------------------|
| 1 | Membalikkan Batu Bata | Batu bata | 20 | 300.000 | 6.000.000,00 |
| 2 | Mengangkut Batu Bata | | 15 | 300.000 | 4.500.000,00 |
| 3 | Menumpuk dan Membakar Batu Bata | | 15 | 300.000 | 4.500.000,00 |
| 4 | Loading | | 20 | 300.000 | 6.000.000,00 |
| Total | | | | | 21.000.000,00 |

Total biaya variabel mencakup biaya bahan baku dan *overhead* variabel. Total biaya variabel dapat dilihat pada Tabel 16.

Tabel 16. Rekapitulasi Total Biaya Variabel Untuk Penambahan Line Produksi

| No. | Jenis Biaya | Jumlah Biaya |
|-------|----------------|--------------|
| 1 | Bahan Baku | 4.710.000 |
| 2 | Biaya overhead | 38.840.000 |
| Total | | 43.550.000 |

Total biaya tetap mencakup penjumlahan dari biaya *overhead* tetap dan biaya tetap lain. Rekapitulasi untuk total biaya *overhead* tetap dapat dilihat pada Tabel 17.

Tabel 17. Rekapitulasi Total Biaya Tetap Untuk Penambahan Line Produksi

| No. | Jenis Biaya | Jumlah Biaya (Rp.) |
|-------|----------------------------|--------------------|
| 1 | Pekerja Langsung | 21.000.000,00 |
| 2 | Overhead Tetap | 2.441.666,67 |
| 3 | BPTL | 4.100.000,00 |
| 4 | Administrasi dan Pemasaran | 365.000,00 |
| 5 | Pajak | 212.633,33 |
| 6 | Depresiasi Kendaraan | 833.333,33 |
| 7 | Biaya perawatan | 300.000,00 |
| Total | | 29.252.633,33 |

Harga pokok jika ditambahkan line produksi didapat dari perhitungan yang menggunakan biaya variabel, biaya tetap dan jumlah produksi. Biaya variabel dan tetap dapat dilihat pada Tabel 18.

Tabel 18. Rekapitulasi Biaya Variabel dan Tetap untuk Penambahan Line Produksi

| Uraian biaya | Total |
|----------------------------|---------------|
| Biaya Variabel (Rp) | 43.550.000,00 |
| Biaya Variabel/satuan (Rp) | 145,17 |
| Biaya Tetap (Rp) | 28.952.633,33 |
| Jumlah produksi | 300.000 |

Setelah dilakukannya perhitungan harga jual dengan target laba yang diinginkan dan juga jumlah BEP yang dihasilkan. Hasil rekapitulasi untuk setiap target laba yang diinginkan dapat dilihat pada Tabel 19.

Tabel 19. Rekapitulasi Untuk Setiap Target Laba Penambahan Line Produksi

| Harga pokok (Rp.) | Keuntungan | Harga jual (Rp.) | BEP (unit) |
|-------------------|------------|------------------|------------|
| 241,68 | 15% | 284,32 | 208.056,75 |
| 241,68 | 20% | 302,09 | 184.496,71 |
| 241,68 | 25% | 322,23 | 163.512,07 |

5. ANALISIS

5.1 ANALISIS HARGA

Harga jual produk batu bata berdasarkan harga jual perusahaan saat ini dengan metode *Target Profit Pricing* yang diusulkan dapat dilihat pada Tabel 20.

Tabel 20. Hasil Perbandingan Harga Jual Saat ini dengan Metode

| No. | Jenis | Jumlah Produksi /bln | Keuntungan (%) | Harga Jual Saat ini (Rp) | Metode <i>Target profit pricing</i> 15% | |
|-----|-----------|----------------------|----------------|--------------------------|---|-----------------|
| | | | | | Harga Pokok (Rp) | Harga Jual (Rp) |
| 1 | Batu Bata | 200.000 | 15 | 400 | 252,56 | 297,13 |
| 2 | | | 20 | | 252,56 | 315,70 |
| 3 | | | 25 | | 252,56 | 336,75 |

Perbedaan ini disebabkan karena pengklasifikasian biaya perusahaan tidak terperinci pada biaya-biaya *overhead* pabrik yang hanya didasarkan dengan persepsi perkiraan tidak dengan menggunakan perhitungan. Perusahaan dapat meningkatkan keuntungan menjadi 25% karena perbedaan harga jual yang digunakan saat ini tidak terlalu tinggi sehingga masih dapat bersaing. Harga jual yang ditawarkan oleh para perusahaan pembuatan batu bata ini beragam. Data harga pesaing dengan harga CV. X dapat dilihat pada Tabel 21.

Tabel 21. Data Harga Pesaing dengan Harga Jual PJ Batu Bata

| Jumlah produksi | Harga jual saat ini (Rp.) | Harga dengan Target Keuntungan (Rp.) | | | Perusahaan pesaing | | |
|-----------------|---------------------------|--------------------------------------|-------|--------|--------------------|-------|-------|
| | | 15 | 20 | 25 | P.T A | P.T B | P.T C |
| 200.000 | 400 | 297,13 | 315,7 | 336,75 | 380 | 360 | 380 |

Dari data diatas bahwa perusahaan CV. X menawarkan harga yang cukup tinggi dengan para pesaing. Setelah dilakukan perhitungan dengan *target profit pricing*, maka perusahaan dapat menurunkan harga jual menjadi lebih rendah dibawah para pesaing. Hal ini membuat perusahaan dapat bersaing tanpa mengurangi keuntungan yang diinginkan.

5.2 ANALISIS BREAK EVEN

Dengan menggunakan analisis *break even* maka perusahaan dapat mengetahui titik impas antara pengeluaran dengan penghasilan penjualan. Berikut hasil *break even point* (titik impas) Dapat dilihat pada Tabel 22.

Tabel 22. Hasil Titik Impas dengan Berbagai Keuntungan

| Harga pokok (Rp.) | Keuntungan | Harga jual (Rp.) | BEP (unit) |
|-------------------|------------|------------------|------------|
| 252,56 | 15% | 297,13 | 142.241,87 |
| 252,56 | 20% | 315,70 | 126.964,32 |
| 252,56 | 25% | 336,75 | 113.186,56 |

Hal ini dapat terlihat bahwa sebenarnya perusahaan dapat saja menurunkan target laba agar dapat lebih terjangkau atau juga menaikkan keuntungan agar harga dapat bersaing dengan pesaing.

5.3 ANALISIS UNTUK PENAMBAHAN LINE PRODUKSI BARU

Penetapan harga jual dengan metode *target profit pricing* memungkinkan pihak perusahaan untuk mengetahui variasi kemungkinan harga jual produk apabila perusahaan ingin

menambah line produksi baru. Harga yang didapatkan dengan penambahan line produksi baru dapat dilihat pada Tabel 23.

Tabel 23. Hasil Harga Jual untuk Penambahan Line Produksi

| No. | Jenis | Jumlah Produksi /bln | Keuntungan (%) | Harga Jual Saat ini (Rp) | Metode <i>Target profit pricing</i> | |
|-----|-----------|----------------------|----------------|--------------------------|-------------------------------------|-----------------|
| | | | | | Harga Pokok (Rp) | Harga Jual (Rp) |
| 1 | Batu Bata | 300.000 | 15 | 400 | 241,68 | 284,32 |
| 2 | | | 20 | | 241,68 | 302,09 |
| 3 | | | 25 | | 241,68 | 322,23 |

Dari tabel diatas didapatkan harga pokok yang jauh lebih murah dibandingkan dengan harga jual perusahaan saat ini. Sehingga apabila perusahaan berencana untuk menambah jumlah line produksi baru, maka harga jual produk dapat ditekan menjadi lebih murah. Tetapi dalam hal ini juga harus memperhatikan banyaknya pengeluaran biaya produksi jangan sampai melonjak tinggi sehingga membuat rugi perusahaan.

5.4 ANALISIS *BREAK EVEN* UNTUK PENAMABAHAN LINE PRODUKSI

Dengan menggunakan analisis *break even* maka perusahaan dapat mengetahui titik impas antara pengeluaran dengan penghasilan penjualan jika perusahaan menginginkan penambahan line produksi baru. Dapat dilihat pada Tabel 24.

Tabel 24. Hasil Titik Impas dengan Berbagai Keuntungan untuk Penambahan Line Produksi Baru

| Harga pokok (Rp.) | Keuntungan | Harga jual (Rp.) | BEP (unit) |
|-------------------|------------|------------------|------------|
| 241,68 | 15% | 284,32 | 208.056,75 |
| 241,68 | 20% | 302,09 | 184.496,71 |
| 241,68 | 25% | 322,23 | 163.512,07 |

Hal ini dapat terlihat bahwa sebenarnya perusahaan dapat saja menambah line produksi baru sehingga dapat menekan harga jual produk jauh lebih rendah. Perusahaan juga bisa saja menurunkan target laba agar dapat lebih terjangkau atau juga menaikkan keuntungan agar harga dapat bersaing dengan pesaing yang ada saat ini.

6. KESIMPULAN

Kesimpulan yang didapatkan setelah penelitian dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Penentuan harga yang ditetapkan oleh perusahaan pada saat ini masih sedikit lebih tinggi yaitu Rp. 400 dibandingkan dengan harga yang dilakukan dengan metode *Target Profit Pricing* yaitu Rp. 297, 13 untuk keuntungan sebesar 15% dan Rp. 336,75 untuk keuntungan sebesar 25%.
2. Nilai BEP yang didapat pada perhitungan dengan metode *Target Profit Pricing*, dimana pada produksi 200.000 bata/bulan dengan keuntungan 15%, maka nilai BEP yang didapat 142.241,87 bata untuk keuntungan 25% nilai BEP yang didapat 113.186,56 bata. Hal tersebut membuat perusahaan dapat menurunkan atau menaikkan target keuntungan karena perusahaan akan tetap mendapatkan keuntungan dengan harga jual yang terjangkau.

REFERENSI

Garrison, Ray H, 1997. *Akuntansi Manajemen – Konsep untuk Perencanaan, Pengendalian, dan Pengambilan Keputusan*. Institut Teknologi Bandung, Bandung.

Kottler, Philip L, 1997. *Manajemen Pemasaran – Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Prentice-Hall