

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI

POLITEKNIK PALCOMTECH

LAPORAN TUGAS AKHIR

ANALISIS PENENTUAN HARGA JUAL TERHADAP VOLUME

PENJUALAN DAN LABA PADA PT. JICO AGUNG

PALEMBANG



Diajukan Oleh :

DIA LESTARI

041150010

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Mencapai Gelar Ahli Madya

PALEMBANG

2018

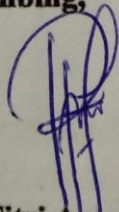
KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
POLITEKNIK PALCOMTECH

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING LTA

Nama : Dia Lestari
Nomor Pokok Mahasiswa : 041150010
Program Studi : Akuntansi
Jenjang Pendidikan : Diploma Tiga (DIII)
Judul : Analisis Penentuan Harga Jual terhadap
Volume Penjualan dan Laba pada PT. Jico
Agung Palembang.

Tanggal : 25 Juli 2018

Pembimbing,

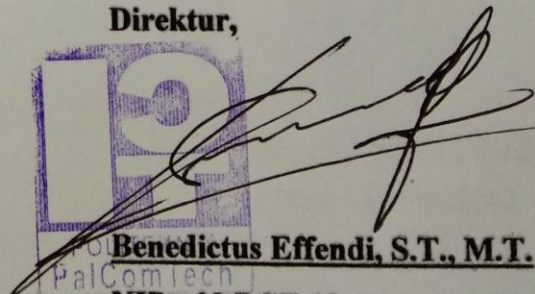


Rizki Fitri Amalia, S.E., M.Si., Ak.

NIDN : 0204068901

Mengetahui,

Direktur,



Benedictus Effendi, S.T., M.T.

NIP : 09.PCT.13

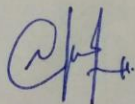
KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
POLITEKNIK PALCOMTECH

HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI LTA

Nama : Dia Lestari
Nomor Pokok Mahasiswa : 041150010
Program Studi : Akuntansi
Jenjang Pendidikan : Diploma Tiga (DIII)
Judul : Analisis Penentuan Harga Jual terhadap
Volume Penjualan dan Laba pada PT. Jico
Agung Palembang.

Tanggal : 25 Juli 2018

Penguji 1,

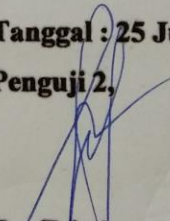


Nurussama. SE., M.M.

NIDN : 0216089001

Tanggal : 25 Juli 2018

Penguji 2,



Dr. Febrianty, SE., M.Si.

NIDN : 0013028001

Menyetujui,

Direktur,



Benedictus Effendi. S.T., M.T.

NIP : 09.PCT.13

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Batasan Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	8
1.5.1 Manfaat bagi Penulis	8
1.5.2 Manfaat bagi Perusahaan	9

1.5.3	Manfaat bagi Akademik	9
1.6	Sistematika Penulisan.....	9
BAB II	TINJAUAN PUSTAKA	
2.1	Landasan Teori	11
2.1.1	Definisi Harga	11
2.1.2	Jenis-jenis Harga	12
2.1.3	Harga Jual Produk	13
2.1.4	Tujuan Penetapan Harga.....	14
2.1.5	Tahap penentuan harga.....	15
2.1.6	Metode penentuan harga.....	18
2.1.7	Volume penjualan	19
2.2	Penelitian Terdahulu	20
2.3	Kerangka Penelitian	22
BAB III	METODE PENELITIAN	
3.1	Lokasi dan waktu Penelitian.....	24
3.1.1	Lokasi Penelitian.....	24
3.1.2	Waktu Penelitian	24
3.2	Jenis dan Sumber Data	24
3.2.1	Jenis Data.....	24
3.2.2	Sumber Data	25
3.3	Teknik Pengumpulan Data	25

3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian	26
3.4.1 Definisi Operasional.....	26
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	30
4.1.1 Struktur Organisasi.....	33
4.1.2 Kegiatan Umum Perusahaan...	36
4.2 Hasil	44
4.2.1 Pehitungan harga jual MSG	45
4.2.2 Penentuan harga jual Non MSG	47
4.3 Analisis dan Pembahasan	79
4.3.1 Analisis penentuam harga jual MSG	79
4.3.1 Analisis penentuan harga NonMSG	83
4.4 Pembahasan	85
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN
5.1 Kesimpulan.....	84
5.2 Saran.....	85

ABSTRAK

DIA LESTARI. Analisis penentuan harga jual terhadap volume penjualan dan laba pada PT.Jico Agung Palembang.

Penentuan harga jual pada produk MSG dan Non MSG pada PT. Jico Agung dengan menggunakan 3 metode, yaitu *cost pricing method*, *mark up pricing method* dan *naive cost plus method*. Pertama *cost pricing method* yang mendapatkan laba yang sama besar dari masing-masing jenis produk. *Mark up pricing method* perhitungan ini lebih mengutamakan ukuran produk yang di jual semakin besar ukuran produk yang jual maka laba yang di hasilkan perusahaan lebih sedikit, dan apabila produk yang berukuran rendah keuntungan yang didapat lebih banyak. *Naive cost plus method* penentuan harga dengan menggunakan metode ini akan lebih banyak keuntungan yang perusahaan dapatkan. akan tetapi harga akan di atas rata-rata dan mempengaruhi pangsa pasar. Laba yang didapat menggunakan metode sangat besar sekali hingga bisa mencapai 40-50% disetiap jenis produk maka, metode ini paling banyak mendapatkan keuntungan tetap paling lemah untuk disaingkan di pangsa pasar.

Hasil dari penelitian, penulis lebih menganjurkan menggunakan metode *mark up pricing method* karena, keuntungan yang didapat oleh perusahaan sama saja sesuai dengan ukuran produk dan juga lebih menguntungkan bagi para konsumen, dan konsumen pasti lebih memilih produk yang ukuran besar karena lebih hemat serta secara tidak langsung telah memberikan konsumen diskon jika membeli produk yang berukuran besar, hal ini memudahkan *marketing* promosi dilapangan.

Kata Kunci : Penentuan harga jual, *cost pricing method*, *mark up pricing method*, *naive cost plus method*.

ABSTRACT

DIA LESTARI. Analysis of determining the selling price of sales and profit volume at PT. Jico Agung Palembang.

Determination of selling prices on MSG and Non MSG products at PT. Jico Agung by using 3 methods, namely cost pricing method, mark up pricing method and naive cost plus method. The first cost pricing method that gets the same profit from each type of product. Mark up pricing This calculation method prioritizes the size of the product being sold, the larger the size of the product being sold, the less profit the company makes, and if the product is of low size, the profit will be more. Naive cost plus a pricing method using this method will get more profits for the company. however prices will be above average and affect market share. Profit obtained using the method is so huge that it can reach 40-50% in each type of product, so this method gets the most profit to remain the weakest to compete in market share.

The results of the study, the authors prefer to use the mark up pricing method because, the benefits obtained by the company are the same as the size of the product and also more profitable for consumers, and consumers will definitely prefer large-sized products because they are more economical and indirect has given consumers a discount if buying a large product, this facilitates marketing promotion in the field.

Keywords: Determination of selling prices, cost pricing method, mark up pricing method, naive cost plus method.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan dunia usaha sudah sangat umum terjadi, persaingan bisnis yang ketat menuntut setiap perusahaan untuk saling berkompetensi, sehingga setiap perusahaan perlu memperhatikan efektifitas dan efisiensi dalam pendayagunaan sumber daya yang dimiliki untuk mencapai tujuan yang ditetapkan perusahaan. Perusahaan harus mempunyai strategi yang tepat untuk mencapai tujuan tersebut. Hampir semua perusahaan di Indonesia baik perusahaan dagang maupun perusahaan jasa dan manufaktur telah mengalami dampak dari penurunan ekonomi.

Perusahaan mempunyai ancaman bagi kelangsungan hidup usahannya salah satu ancaman bagi perusahaan itu adalah daya beli masyarakat yang semakin menurun. Perusahaan industri saat ini semakin berkembang dan prospeknya semakin baik untuk masa yang akan datang dalam perusahaan industri. Perkembangan perusahaan sangat bergantung pada laba yang diperoleh dari hasil operasionalnya yaitu biaya dalam menciptakan produk dan pengembangan produknya. (Lupioadi, 2010: 4)

Sektor inndustri telah mengalami peningkatan yang dramatis dibandingkan perekonomian sebelumnya, sehingga sektor ini dapat memberikan kontribusi terhadap perekonomian dunia, setidaknya ada beberapa alasan yang dapat menjelaskan fenomena ini, yaitu dipicu oleh

beberapa perubahan, diantaranya: perubahan demografis, perubahan sosial, perubahan ekonomi, dan perubahan politik dan hukum. Kontribusi ini dapat dilihat dari segi laba maupun kemampuan dalam menyerap tenaga kerja, perusahaan yang mencari keuntungan harus dapat memperkirakan segala biaya dalam memproduksi barang atau produk tersebut dan pemasaran produk tersebut serta menambahkan margin agar mendapatkan keuntungan yang memuaskan.

Harga pada suatu perusahaan industri sangat mempengaruhi volume dalam penjualan. Pengusaha perlu memikirkan tentang harga jual secara tepat karena harga yang tidak tepat akan berakibat tidak menarik para pembeli untuk membeli atau menggunakan jasa tersebut. Penetapan harga jual yang tepat tidak selalu berarti bahwa harga harus ditetapkan rendah, karena banyak konsumen yang mempertimbangkan harga dalam memakai sebuah produk yang ditawarkan. Dalam penetapan harga, manajer harus mengukur potensi dampak sebelum menetapkan harga akhir.

Penentuan harga dapat menggunakan dua alat utama, seperti penetapan harga berorientasi biaya dan penetapan harga jual produk. Menurut penelitian Ricky W.Griffin (2015), penetapan harga berorientasi biaya para manager menghitung biaya untuk menyediakan bagi pembelanja (sewa, upah dan biaya produksi). Ketika mereka menjumlahkan biaya-biaya dan menambahkan angka untuk meraih laba, dan menghasilkan markup dan juga Analisis titik impas: para manager

menaksir biaya total versus pendapatan untuk berbagai volume penjualan. Analisis ini menunjukkan pada harga jual tertentu, kemungkinan hasil keuangan jumlah rugi atau laba untuk setiap volume penjualan. Jumlah unit yang harus dijual yang dapat menghasilkan pendapatan total yang sama dengan total biaya yang dikeluarkan disebut titik impas, yang tidak menghasilkan laba.

Dalam Penetapan harga jual produk memerlukan berbagai pertimbangan yang terintegrasi, melalui biaya produksi, biaya operasional, target laba yang diinginkan perusahaan, daya beli masyarakat, harga jual pesaing, kondisi perekonomian dan elastisitas harga produk. Penentuan harga jual produk haruslah merupakan kebijakan yang harus benar-benar dipertimbangkan secara matang dan terintegrasi. Kebijakan harga yang dipilih perusahaan akan berpengaruh secara langsung terhadap berhasil tidaknya perusahaan mencapai tujuannya (Ricky W. Griffin : 2015).

PT Jico Agung Palembang bergerak di bidang perusahaan dagang. PT Jico Agung ini menjual berbagai macam makanan instan seperti MSG, Tepung, kopi, dan juga mayoneis. Berkenaan dengan hal tersebut terdapat banyak sekali produk menjual MSG yang beredar di kota Palembang, misalnya produk sasa, royco, masako, magic dan lain sebagainya. Tidak hanya itu banyak juga produk yang menjual berbagai macam jenis bumbu-bumbu nasi goreng, bumbu opor ayam dan berbagai jenis bumbu instan lainnya yang bergerak dibidang industri makanan instan yang sama.

Penentuan pangsa pasar yang tepat membuat perusahaan dapat memposisikan diri dalam persaingan. Perusahaan diharuskan melakukan kebijakan harga, karena tuntutan konsumen untuk mendapatkan pelayanan berkualitas dengan harga jual yang rendah. Hal ini dilakukan agar perusahaan dapat menetapkan harga jual secara tepat, karena secara tidak langsung dapat mempengaruhi volume penjualan bagi perusahaan, dalam dunia industri baik produk maupun untuk mencapai keuntungan yang optimal bagi perusahaan. Keberhasilan pencapaian keuntungan tersebut sangat bergantung pada perencanaan dan kebijakan yang dilakukan oleh perusahaan tersebut, sehingga perusahaan dapat bertahan dan berkembang dan target yang diberikan oleh perusahaan dapat di realisasikan dengan baik.

Mengingat bahwa persaingan dunia produksi terutama perusahaan Produksi bahan makanan seperti MSG dan bumbu-bumbu instan lainnya sering kali dipakai dalam kehidupan sehari-hari. Bahan pokok rumah tangga ini tidak terlepas dari persaingan harga dengan industri lainnya, sehingga memerlukan metode-metode atau strategi yang tepat dalam menetapkan harga jual produk dalam meningkatkan ketertarikan konsumen. Selain itu harga merupakan faktor penting bagi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.

Tabel 1.1
PT. Jico Agung
Price list Produk NON MSG

SIZE	KG	SPEC	ISI	ECERAN		STANDARD		CONSUMEN	
				< 1 Box/Sak		WHS 1		Bx/Sk	Lb/Bk
				Bx/Sk	Lb/Bk	Bx/Sk	Lb/Bks		
20GR NS GRG(D)	3,840	8X24	192	240.000	1.250	230.400	1.200	288.000	1.500
20GR NS GRG(P)	4,800	12X20	240	300.000	1.250	288.000	1.200	360.000	1.500
35GR BB AYAM(P)	8,400	12X20	240	300.000	1.250	288.000	1.200	360.000	1.500
16GR BB OPOR(P)	3,840	12X20	240	300.000	1.250	288.000	1.200	360.000	1.500
25GR BB GLI(P)	6,000	12X20	240	300.000	1.250	288.000	1.200	360.000	1.500
25GR BB RD (D)	4,800	8X24	192	240.000	1.250	230.400	1.200	288.000	1.500
35GR BB AY (D)	6,720	8X24	192	240.000	1.250	230.400	1.200	288.000	1.500
16GR BB OPR (D)	3,072	8X24	192	240.000	1.250	230.400	1.200	288.000	1.500
25GR BB GL (D)	4,800	8X24	192	240.000	1.250	230.400	1.200	288.000	1.500
20GR BB SOTO (D)	3,840	8X24	192	240.000	1.250	230.400	1.200	288.000	1.500
20GR BB RAWON (P)	4,800	12X20	240	300.000	1.250	288.000	1.200	360.000	1.500
20GR BB RAWON (D)	3,840	8X24	192	240.000	1.250	230.400	1.200	288.000	1.500

Sumber : PT. Jico Agung Palembang

Berdasarkan tabel 1.1 harga jual produk satuan Non MSG yaitu,

bumbu nasi goreng pedas dan original, bumbu opor pedas dan lainnya yang berukuran 20, 35,16,25 gram harga satuan sebesar Rp. 1.250 namun untuk harga grosir berbeda.

Tabel 1.2
PT. Jico Agung
Price list Produk MSG

SIZE	KG	SPEC	ISI	ECERAN		STANDARD		CONSUMEN	
				< 1 Box/Sak		Mix 1~4 Box/Sk		Bx/Sk	Lb/Bk
				Bx/Sk	Lb/Bk	Bx/Sk	Lb/Bks		
50 Gr	12,000	12x20	240	396.000	1.650	384.000	1.600	480.000	2.000
100 Gr	12,000	12x10	120	372.000	3.100	366.300	3.053	420.000	3.500
155 Gr	7,440	2x24	48	400.320	8.340	394.080	8.210	432.000	9.000
250 Gr	20,000	8X10	80	640.000	8.000	618.240	7.728	720.000	9.000
500 Gr	12,000	4x6	24	367.200	15.300	361.728	15.072	396.000	16.500
1 Kg	12,000	3x4	12	358.900	29.908	357.120	29.760	378.000	31.500
2 Kg	12,000	1x6	6	352.290	58.715	350.640	58.440	360.000	60.000
40 Gr	9,600	12x20	240	370.640	1.544	363.990	1.517	432.000	1.800
80 Gr	9,600	12X10	120	342.000	2.850	330.000	2.750	396.000	3.300
200 Gr	16,000	8X10	80	597.830	7.473	590.290	7.379	640.000	8.000

Sumber : PT. Jico Agung Palembang

Berdasarkan tabel 1.2 harga jual produk MSG ukuran 50 gram sebesar Rp.1.650, ukuran 100 gram sebesar Rp. 3.100, ukuran 155 gram sebesar Rp. 8.340, ukuran 250 gram sebesar Rp. 8.000, ukuran 500 gram Rp. 15.300, ukuran 1 kg sebesar Rp. 29. 908, ukuran 2 kg sebesar Rp. 58.715, ukuran 40 gram Rp. 1.544, ukuran 80 gram harga sebesar Rp. 2.850 dan untuk ukuran 200 gram harga sebesar Rp. 7.473. harga di atas dipakai untuk penjualan ke semua jenis pasar dan SPG pasar menjual secara eceran, dan glosiran.

Penentuan harga jual tidak hanya melihat harga pokok produksi yang menjadi faktor utama, namun perusahaan juga memperhitungkan penentuan harga jual, ataupun mempertimbangkan faktor lainnya seperti : kompetitor, *tren* pasar, dan tipe karakter konsumen (konsumen grosir, *retail*, dan *use*). Penentuan harga jual yang baik akan mendapatkan laba yang maksimal sesuai keinginan perusahaan. Semakin besar volume penjualan yang didapatkan maka semakin besar pula laba yang didapatkan perusahaan akan berdampak kepada keberlangsungan usaha yang dijalankan dan bisa mengembangkan usahanya.

Berdasarkan Latar Belakang dan penelitian terdahulu, maka penulis mengangkat judul “Analisis Penentuan Harga Jual terhadap Volume Penjualan dan Laba pada PT. Jico Agung Palembang”.

1.2 Perumusan Masalah

Adapun Perumusan Masalah dari beberapa pokok bahasan yang akan penulis kembangkan yaitu, bagaimana penentuan harga jual terhadap volume penjualan dan laba pada PT. Jico Agung Palembang?

1.3 Batasan Masalah

Luasnya ruang lingkup yang ada serta keterbatasan waktu dan pengetahuan maka dibutuhkan pembatasan masalah agar dalam penelitian Laporan Tugas Akhir tidak menyimpang dari permasalahannya yang ada, yaitu analisis penentuan harga jual terhadap volume penjualan dan laba pada PT. Jico Agung Palembang khusus produk MSG dan NON MSG (bumbu-bumbu instan) menggunakan metode *Cost plus pricing method*, *mark up pricing method* dan *Naive cost plus method* tahun 2016-2017.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari pelaksanaan LTA yang dilakukan oleh penulis ialah, mengetahui penentuan harga jual terhadap volume penjualan dan laba pada PT. Jico Agung Palembang.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari pelaksanaan Laporan Tugas Akhir ialah :

1.5.1 Manfaat Bagi Penulis

Adapun manfaat penelitian ini bagi penulis ialah: untuk menambah wawasan serta pengetahuan terutama dalam mengetahui seberapa besar pengaruh penentuan harga terhadap volume penjualan pada perusahaan dan untuk mengetahui keadaan secara langsung usaha-usaha yang dilakukan perusahaan dalam menentukan harga produk sehingga dapat meningkatkan volume dan laba.

1.5.2 Manfaat Bagi Perusahaan

Adapun manfaat penelitian ini bagi PT. Jico Agung Palembang ialah:

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan serta dijadikan bahan masukan untuk kemajuan perusahaan tersebut terutama dalam penentuan harga jual terhadap volume penjualan dan laba.
2. Menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam melakukan pengambilan keputusan di masa yang akan datang

1.5.3 Manfaat Bagi Akademik

Adapun manfaat penelitian ini bagi akademik ialah :

1. Bagi penulis, dapat membantu penulis dalam menentuka harga jual terhadap volume penjualan dan laba dan mengasah ilmu yang didapat semasa perkuliahan.
2. Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi dan penambahan wawasan untuk penelitian selanjutnya di bidang yang sama.

1.6 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir ialah :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan mengenai latar belakang, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memuat landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka-kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini akan menjelaskan lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, jenis data, teknik pengumpulan data, populasi dan sampel, definisi operasional variabel penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan dibahas mengenai data penelitian (data perusahaan/organisasi), hasil perhitungan dan pembahasan.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dan semua uraian-uraian pada bab-bab sebelumnya dan juga berisi saran-saran yang diharapkan dalam penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Andre Hendri Slat. 2013. *Analisis harga pokok produk dengan metode full costing dan penentuan harga jual*. Jurnal EMBA. Vol.1 No. 3. ISSN 2303-1174.
- Ely Nur Jaliyah, 2010. *Pandangan hukum Islam terhadap penetapan harga dalam jual beli dirumah makan prasmanan*.
- Joko Untoro. 2010. *Buku Pintar Pelajaran penegertian harga, fungsi dan jenis harga*.
- Kotler.. 2008. (2006) *Marketing*, 7th Ed. Pearson Education Australia/Prentice
- Krismiaji dan Anni, Aryani. 2011. *Akuntansi Manajemen*. Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN. Yogyakarta
- Lupiyoadi, Rambat. 2010. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat
- Pratiwi. 2016. *Analisis penetapan harga jual produk menurut perspektif ekonomi Islam “studi pada usaha kripik pisang askha jaya Gg.Pu Bandar Lampung*
- Ricky W. Griffin, *Bisnis*, edisi 8, jilid 1, Erlangga:Jakarta, 2015.
- Sarini Kodu. 2013. *Harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan Pengaruhnya terhadap keputusan pembelian mobil toyota avanza*. Jurnal EMBA. Vol. 1 No. 3. ISSN 2303-1174.
- Selfinta B Sihombing. 2013. *Analisis biaya-volume-laba sebagai alat Bantu perencanaan laba pt. Bangun wenang beverages company*. Jurnal EMBA Vol. 1 No. 3. ISSN 2303-1174.
- Sitty Rahmi Lasena. 2013. *Analisis penentuan harga pokok produksi pada Pt. Dimembe nyiur agripro*. Jurnal EMBA. Vol. 1 No. 3. ISSN 2303-1174.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian operasionalP*). Bandung. Definisi Alfabeta.
- Wayan Sukresna, et al. 2017. *Analisis penentuan harga pokok produksi Dalam menetapkan harga jual produk dupa tridatu pasupati pada kaori group di kecamatan ubud, kabupaten gianyar*. Jurnal EMBA. Vol. 8 No. 2.

