

PENERAPAN METODE *MARK-UP PRICING* UNTUK MENENTUKAN HARGA JUAL KAOS POLOS PADA UKM SUCKSEED KONVEKSI DI TASIKMALAYA

Wandi Ruchdiyana Hikmat

Program studi teknik industri, fakultas teknik, universitas galuh, Jl. R.E. Martadinata No. 150, Ciamis 46274,
Indonesia
Email. wandihikmat@gmail.com

Abstract— *Suckseed Konveksi is a company engaged in the production of plain t-shirts and shirts. For now the company has not used this method and is still using manual setting. This study aims to determine the selling price of plain t-shirts at Suckseed Konveksi companies using the Mark-Up Pricing method to determine the selling price of plain t-shirts at Suckseed Convection companies. This research was conducted through interviews and direct observation to the company to ask for capital, namely the cost of raw materials and production costs. After obtaining the raw data then it is calculated using the Mark-Up Pricing method and the results are obtained for the cost of goods sold per unit of plain t-shirts if the profit to be obtained is 50%, namely Rp. 7,124.58 and the selling price is Rp. 11,399.33. Thus the company can compete with other companies that sell similar or the same product.*
Keywords— *selling price, Mark-Up Pricing.*

Abstrak— Suckseed Konveksi merupakan perusahaan yang bergerak dibidang produksi kaos polos dan kemeja. Untuk saat ini perusahaan menetapkan harga jual belum menggunakan metode dan masih dengan penetapan manual. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan harag jual kaos polos pada perusahaan Suckseed Konveksi dengan menggunakan metode *Mark-Up Pricing* mengetahui harga jual kaos polos pada perusahaan Suckseed Konveksi. Penelitian ini dilakukan melalui wawancara dan observasi langsung ke perusahaan untuk menanyakan modal yaitu biaya bahan baku, dan biaya produksi. Setelah didapat data mentah kemudian dihitung menggunakan metode *Mark-Up Pricing* dan didapatkan hasil untuk harga pokok penjualan kaos polos per unit. Apabila keuntungan yang ingin didapat 50% yaitu sebesar Rp. 7.124,58 dan harga jualnya adalah Rp. 11.399,33. Dengan demikian perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan lain yang menjual produk serupa atau sama.

Kata kunci— harga jual, *Mark-Up Pricing.*

I. Pendahuluan

1.1 latar belakang

UKM Suckseed Konveksi merupakan usaha kecil menengah yang berada di Tasikmalaya yang bergerak dibidang konveksi berupa kaos dan kemeja, pemasaran UKM ini tersebar didaerah Jawa Barat dan Sumatra. UKM ini sudah mempunyai harga jual, namun belum efektif dalam menentukan harga jual pada produksi kaos, sedangkan jika penetapan harga jual tidak sesuai dengan biaya yang dikeluarkan/modal awal, maka akan

menurunnya keuntungan bagi UKM tersebut. Setiap perusahaan yang bergerak dibidang konveksi harus bisa mempertahankan usahanya agar dapat bersaing dipasaran, salah satunya dengan meningkatkan mutu dan kualitas produk tersebut untuk meningkatkan harga jual produk tersebut. Oleh karena itu, perusahaan sangat perlu mengkaji ulang manajemen produksinya, terutama pada harga jual dari produknya yang menjadi salahsatu faktor persaingan dengan perusahaan lain. Berdasarkan fenomena tersebut penelitian ini diarahkan bukan pada strategi pemasarannya, tetapi hanya mengkaji

tentang bagaimana menentukan harga jual sebuah produk kaos polos yang dihasilkan oleh UKM Suckseed Konveksi di Tasikmalaya.

II. Rumusan masalah

1. Bagaimana penerapan harga jual kaos polos pada UKM Suckseed Konveksi di Tasikmalaya?
2. Bagaimana penerapan metode *Mark-Up Pricing* untuk menentukan harga jual kaos polos pada UKM Suckseed Konveksi di Tasikmalaya?
 - a. Manfaat penelitian
 1. Penelitian ini sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan untuk mengambil keputusan dalam menetapkan harga jual pada produknya.
 2. Dapat memperoleh ilmu pengetahuan tentang bagaimana penetapan harga jual dengan menggunakan metode *Mark-Up Pricing*.
 3. Bagi pembaca dapat menambah wawasan tentang manajemen pemasaran khususnya untuk penetapan harga jual sebuah produk

III. Kajian Pustaka dan Kerangka Pemikiran

a. kajian pustaka

Pengertian harga adalah sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa. Sedangkan kebijakan harga adalah keputusan-keputusan mengenai harga yang ditetapkan oleh manajemen. Menentukan harga jual sebuah produk merupakan faktor yang cukup berpengaruh terhadap majunya sebuah perusahaan, karena dari penetapan harga untuk memperoleh laba dari sebuah perusahaan, sehingga dapat menutupi semua biaya produksi dan biaya lainnya. Harga merupakan satu-satunya elemen yang paling menentukan bagi perusahaan untuk mendapatkan pendapatan. Selain itu harga merupakan elemen yang paling fleksible dalam elemen bauran pemasaran. Harga juga merupakan faktor yang paling penting dan rumit yang dihadapi oleh para manajer perusahaan. Sehingga penetapan harga merupakan permasalahan yang paling utama yang harus dihadapi oleh para eksekutif.

Ada 5 (lima) tujuan yang dapat diraih perusahaan melalui penetapan harga menurut H. Djasmin, S.E dan Yeviesmarti Oesman, S.E (1994) yaitu:

1. Bertahan hidup
Pada kondisi tertentu (karena adanya kapasitas yang mengaggur, persaingan yang semakin gencar atau perubahan keinginan konsumen, atau mungkin juga kesulitan keuangan), maka perusahaan menetapkan harga jualnya dibawah biaya total produk tersebut atau dibawah dibawah

harga pasar. Tujuannya adalah bertahan hidup (*survival*) dalam jangka pendek. Untuk bertahan hidup jangka panjang, harus mencari jalan keluarnya yang lain.

2. Maksimalisasi hasil penjualan (*maximal current revenue*)

Untuk memaksimalkan hasil penjualan, perusahaan harus bisa memahami dari pungsi permintaan. Banyak perusahaan berpendapat bahwa memaksimalkan hasil penjualan itu akan mengantarkan perusahaan akan memperoleh maksimalisasi laba dalam jangka panjang dan pertumbuhan bagi pasar.

3. Menetapkan permintaan

Dalam hal ini harga jual membawa akibat pada jumlah permintaan. Didasari pada kurva permintaan *in-elastic* akan lebih kecil reaksinya dibanding dengan kurva permintaan elastic yang lebih besar reaksinya.

4. Menyaring pasar secara maksimum (*maximum marker skimming*)

Banyak perusahaan menetapkan harga untuk menyaring pasar (*markert skimming pricing*). Hal ini dilakukan untuk menarik segmen-segmen baru. Mula-mula perusahaan memunculkan produk baru ke pasar dengan harga tinggi, beberapa lama kemudian memunculkan pula produk dengan harga tinggi, beberapa lama kemudian memunculkan pula produk yang sama dengan harga yang lebih rendah.

Kondisi demikian ini berlaku dengan asumsi:

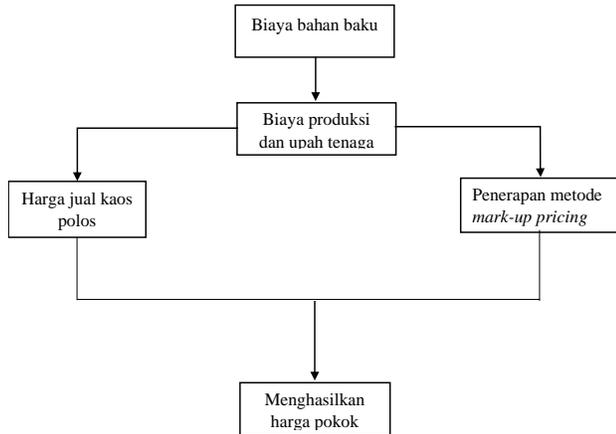
- a. pembeli dalam jumlah cukup besar dan permintaan jangka pendek tinggi.
 - b. biaya per unit dalam produksi jumlah kecil tidak begitu lebih tinggi.
 - c. tingginya harga awal tidak mengurangi munculnya kemungkinan banyak pesaing.
5. Maksimalisasi laba jangka pendek (*maximum current profit*)

Sebuah perusahaan merasa yakin bahwa dengan volume dengan penjualan yang tinggi akan mengakibatkan biaya per unit lebih rendah dan keuntungan yang lebih tinggi. Perusahaan menetapkan harga yang serendah-rendahnya dengan asumsi bahwa pasar sangat peka terhadap harga. Ini dinamakan penentuan harga menerobos pasar (*market-penetration pricing*).

- b. kerangka pemikiran

Menurut Kotler dan Armstrong (2008) mendefinisikan harga secara lengkap, yaitu: sejumlah uang yang ditagihkan, atas suatu produk atau jasa atau jumlah dan nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dan memiliki

atau menggunakan suatu produk atau jasa. Harga mempunyai pengaruh langsung bagi perusahaan. Harga juga mempunyai peran utama dalam menciptakan nilai pelanggan dan membangun hubungan dengan pelanggan.



Gambar 1.1 kerangka pemikiran

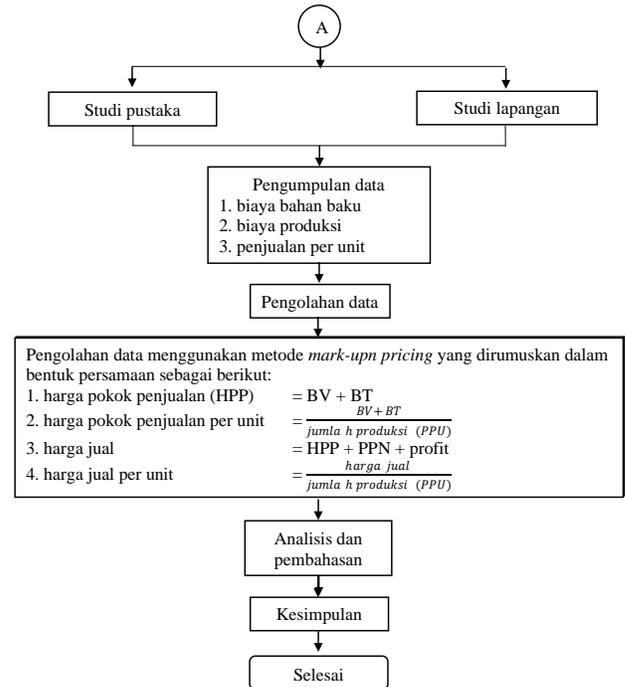
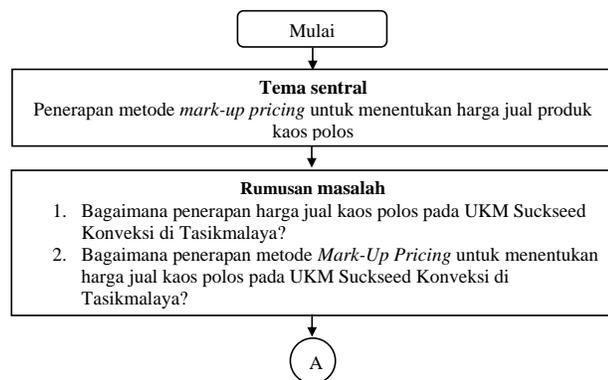
IV. Objek dan metodologi penelitian

a. Objek penelitian

Objek penelitian ini dilakukan di UKM Suckseed Konveksi yang bergerak dibidang industri pembuatan pakaian yang beralamat di Jalan BKR No. 29 Kota Tasikmalaya Jawa Barat.

b. Metodologi penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian adalah *mark-up pricing* yaitu metode yang digunakan untuk menentukan harga jual sebuah produk untuk mendapatkan keuntungan dari hasil penjualan.



Gambar. 3.1 flow chart penelitian

Langkah pertama dalam memulai penelitian ini adalah memulai kemudian menentukan tema sentral kemudian mengidentifikasi dan merumuskan masalah yang ada diperusahaan Suckseed Konveksi. kemudian mempelajari studi fustaka agar mendapatkan landasan teori sebagai bahan referensi dan melakukan studi lapangan untuk observasi penelitian. kemudian langkah Selanjutnya mengumpulkan data dari penelitian yang dilakukan, pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara kepada pemilik dan karyawan di perusahaan Suckseed Konveksi. Setelah mendapatkan data kemudian diolah dan dihitung menggunakan metode *Mark-Up Printing*, setelah didapatkan hasil dari perhitungan kemudian tahap selanjutnya adalah analisis dan pembahasan harga jual yang sudah didapat dari perhitungan, kemudian tahap terakhir dari metodologi tersebut adalah kesimpulan dan saran lalu selesai dengan hasil dari penelitian.

V. Hasil dan pembahasan

4.1 Pembahasan

Menentukan harga jual sebuah produk kaos polos dengan profit 50%, dapat dicari dengan penetapan harga berdasarkan biaya plus (*mark-up pricing*).

No.	Biaya Variabel	Harga
1.	Bahan langsung	Rp. 9.498.700,00
2.	Tenaga kerja langsung	Rp. 11.700.000,00
Jumlah		Rp. 21.198.700,00

No.	Biaya Tetap	Harga
1.	Bahan tak langsung	Rp. 150.000,00
2.	Listrik	Rp. 550.000,00
3.	Tenaga kerja tak langsung	Rp. 30.000,00
4.	Tempan bahan baku	Rp. 300.000,00
Jumlah		Rp. 1.030.000,00

Perhitungan harga pokok penjualan (HPP) dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

a. Harga Pokok Penjualan (HPP) = BV + BT

b. Harga Pokok Penjualan Per Unit = $\frac{HPP}{Jumlah\ produksi\ (PPU)}$

c. Harga jual = HPP + PPN + Profit
 Jika – HPP = HPP x 10%
 – PPN = Profit x 50%

d. Harga jual per unit = $\frac{HPP}{Jumlah\ Produksi\ (PPU)}$

Didapatkan dari perhitungan secara rinci perhitungan harga jual per unit produk kaos polos dengan profit 50% seperti yang ditunjukkan pada tabel dibawah ini:

NO	URIAN	PER 1 BULAN
1	Bahan langsung	Rp. 9.498.700,00
2	Tenaga kerja langsung	Rp. 11.700.000,00
3	Overhead pabrik	
	Bahan tak langsung	Rp. 150.000,00
	Listrik	Rp. 550.000,00
	Tenaga kerja tak langsung	Rp. 30.000,00
	Tempan bahan baku	Rp. 300.000,00
	Total biaya pabrikasi	Rp. 22.228.700,00
4	Ditambah persediaan awal	Rp. 22.228.700,00
	Dikurangi persediaan akhir	Rp. 22.228.700,00

5	Ditambah persediaan barang jadi awal	Rp. 22.228.700,00
	Dikurangi persediaan barang jadi akhir	Rp. 22.228.700,00
	Harga pokok penjualan (HPP)	Rp. 22.228.700,00
	Harga jual = HPP + PPN + Profit	
	PPN = HPP x 10%	Rp. 2.222.870,00
	Profit = HPP x 50%	Rp. 11.114.350,00
	Harga jual	Rp. 35.565.920,00
6	Harga pokok penjualan per unit = HPP/jumlah produksi	
	Jumlah produksi (unit)	3.120
	Harga pokok penjualan per unit	Rp. 7.124,58
	Harga jual per unit = harga jual / jumlah produksi	Rp. 11.399,33

Pada tabel diatas, laporan rugi laba perusahaan dapat dihitung berdasarkan tabel dibawah ini:

No	URIAN	PER 1 BULAN
1	Penjualan	Rp. 35.565.920,00
2	Dikurangi HPP	Rp. 22.228.700,00
	Laba kotor	Rp. 13.337.220,00
3	Dikurangi beban komersial	
	Beban administrasi	Rp. 325.000,00
	Biaya lain-lain	Rp. 300.000,00
	Total komersial	Rp. 625.000,00
	Laba operasi	Rp. 12.712.220,00
4	Dikurangi pajak penghasilan 20%	Rp. 2.542.444,00
5	Dikurangi PPN 10%	Rp. 1.271.222,00
	Laba bersih	Rp. 8.898.554,00

Laba ini diperoleh dari laba kotor setelah dikurangi oleh beban komersial pajak penghasilan 20%, serta pajak penjualan netto (PPN) 10%. Dengan kata lain perusahaan Suckseed Konveksi memiliki keuntungan dengan menggunakan profit 50% sebesar Rp. 8.898.554,00.

Namun jika menentukan harga jual sebuah produk kaos polos dengan profit 25%, dapat dicari dengan penetapan harga berdasarkan biaya plus (*mark-up pricing*).

NO	URIAN	PER 1 BULAN
1	Bahan langsung	Rp. 9.498.700,00
2	Tenaga kerja langsung	Rp. 11.700.000,00
3	Overhead pabrik	
	Bahan tak langsung	Rp. 150.000,00
	Listrik	Rp. 550.000,00
	Tenaga kerja tak langsung	Rp. 30.000,00
	Tempan bahan baku	Rp. 300.000,00
	Total biaya pabrikasi	Rp. 22.228.700,00
4	Ditambah persediaan awal	Rp. 22.228.700,00
	Dikurangi persediaan akhir	Rp. 22.228.700,00
5	Ditambah persediaan barang jadi awal	Rp. 22.228.700,00
	Dikurangi persediaan barang jadi akhir	Rp. 22.228.700,00
	Harga pokok penjualan (HPP)	Rp. 22.228.700,00
	Harga jual = HPP + PPN + Profit	
	PPN = HPP x 10%	Rp. 2.222.870,00
	Profit = HPP x 25%	Rp. 2.222.870,00
	Harga jual	Rp. 30.008.745,00
6	Harga pokok penjualan per unit = HPP/jumlah produksi	
	Jumlah produksi (unit)	3.120
	Harga pokok penjualan per unit	Rp. 7.124,58
	Harga jual per unit = harga jual / jumlah produksi	Rp. 9.618,18

Pada tabel diatas, laporan rugi laba perusahaan dapat dihitung berdasarkan tabel dibawah ini:

No	URIAN	PER 1 BULAN
1	Penjualan	Rp. 30.008.745,00
2	Dikurangi HPP	Rp. 22.228.700,00
	Laba kotor	Rp. 7.780.045,00
3	Dikurangi beban komersial	
	Beban administrasi	Rp. 325.000,00
	Biaya lain-lain	Rp. 300.000,00

	Total komersial	Rp. 625.000,00
	Laba operasi	Rp. 7.155.045,00
4	Dikurangi pajak penghasila 20%	Rp. 1.431.009,00
5	Dikurangi PPN 10%	Rp. 715.504,05
	Laba bersih	Rp. 5.008.531,95

Berdasarkan tabel diatas laba bersih perusahaan Suckseed Konveksi untuk produksi kaos polos sebesar Rp. 5.008.531,95.

Berdasarkan tabel laporan rugi laba dapat dilakukan analisis keuangan perusahaan untuk menilai kondisi keuangan serta prestasi keuangan. Tolak ukur analisis dilakukan dengan menggunakan rasio keuangan berupa probabilitas.

4.2 Analisis Keuangan Berdasarkan Rasio Profitabilitas

Sedangkan kinerja perusahaan Suckseed Konveksi dengan analisis kemampuan laba perusahaan, hal ini dapat dilihat secara rinci pada rasio profitabilitas perusahaan, yaitu *gross profit margin*, *operating incon ratio*, *Operating ratio*, serta *net margin*. Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil perhitungan diatas untuk profit 50% dapat dilihat pada tabel dibawah:

No.	Rasio Profitabilitas	Kaos Polos
1.	<i>Gross profit margin</i>	37,5 %
2.	<i>Operating income ratio</i>	35,74 %
3.	<i>Operating ratio</i>	64,25 %
4.	<i>Net profit margin</i>	25,01 %

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui *Gross profit margin* pada perusahaan Suckseed Konveksi menggambarkan persen laba kotor (Bruto) yang diperoleh dari setiap rupiah penjualan produk kaos polos. Dengan nilai presentase 37,5 %, yang menunjukkan penjualan kaos polos pada Suckseed Konveksi yaitu sebesar Rp. 0,375.

Operating income ratio menggambarkan keuntungan laba operasi dari setiap penjualan produk. *Operating income ratio* untuk produk yang diproduksi oleh Suckseed Konveksi yaitu sebesar 35,74 %, perusahaan memperoleh laba operasi yang lebih besar dari setiap penjualan produk, yaitu sebesar Rp. 0,3574.

Operating Ratio atau rasio operasi untuk produk yang di produksi oleh Suckseed Konveksi (kaos

polos) yaitu memiliki nilai sebesar 64,25 %. Hal ini memiliki arti bahwa perusahaan mengeluarkan beban biaya operasi yang berbeda dari setiap penjualan produk kaos polos. Untuk setiap penjualan produk perusahaan mengeluarkan beban biaya operasi sebesar Rp. 0,6425.

Sedangkan *Net Profit Margin* menggambarkan laba bersih (*netto*) yang diperoleh melalui penjualan produk kaos polos. Harga *Net Profit Margin* untuk produk kaos polos yaitu sebesar 25,01 % dengan hasil ini perusahaan memperoleh laba bersih dari setiap penjualan kaos polos yaitu sebesar Rp. 0,2501.

4.3 Hasil Pembahasan

Kesimpulan yang diperoleh dari analisis keuangan terhadap perusahaan Suckseed Konveksi dengan metode profitabilitas yaitu bahwa perusahaan ini memiliki laba bersih (keuntungan) dari setiap penjualan produk kaos polos adalah sebesar Rp. 5.008.531,95. Namun masih ada kekurangan pada perusahaan Suckseed Konveksi yaitu beban operasi lebih tinggi dibandingkan laba yang didapatkan, sehingga perusahaan harus memperhatikan kembali pembiayaan pada setiap biaya yang ada diperusahaan Suckseed Konveksi baik itu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, ataupun biaya overhead pabrik, dalam penggunaannya tidak secara pemborosan dan tidak sesuai dengan standar yang telah perusahaan tetapkan nantinya akan membantu dalam pencapaian laba (*net profit*) yang maksimal sesuai dengan harapan perusahaan.

VI. Kesimpulan dan saran

5.1 kesimpulan

Sesuai dengan tujuan penelitian yaitu menentukan harga jual sebuah produk kaos polos pada perusahaan Suckseed Konveksi, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Menggunakan metode *Mark-up Pricing* dengan profit 25% diperoleh harga pokok penjualan Rp. 7.124,58 harga jual per unitnya adalah Rp. 9.618,18. Namun jika profit 50% diperoleh harga pokok penjualan yaitu Rp. 7.124,58 harga jual per unitnya adalah Rp. 11.399,33.
2. Laba bersih perusahaan Suckseed Konveksi untuk produk kaos polos dengan profit 25% diperoleh Rp. 5.008.531,95. Dan jika profit 50% diperoleh Rp. 8.898.554,00.
3. Analisis finansial perusahaan Suckseed Konveksi dengan menggunakan metode probabilitas dengan perolehan profit 50% diperoleh:

- a. Untuk harga 1 rupiah produk kaos polos diperoleh laba kotor Rp. 0,375 diperoleh melalui perhitungan gross profit margin yaitu 37,5%
- b. Untuk harga 1 rupiah produk kaos polos perusahaan mengeluarkan biaya sebesar Rp. 0,6425 diperoleh menggunakan perhitungan *operating ratio* 64,25%.
- c. Untuk harga 1 rupiah produk kaos polos diperoleh laba operasi Rp. 0,3574 diperoleh melalui perhitungan *operating income ratio* 35,74%.
- d. Untuk harga 1 rupiah produk kaos polos diperoleh laba bersih Rp. 0,2501 diperoleh melalui perhitungan *net profit margin* 25,01%.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian yang penulis lakukan dapat diketahui bahwa kegiatan usaha yang dijalankan oleh perusahaan Suckseed Konveksi sudah sangat baik, namun masih ada beberapa hal yang harus diperhatikan:

1. Perusahaan harus berusaha menekan untuk bisa menekan biaya-biaya operasional dan biaya produksi, supaya mendapatkan laba yang lebih besar.
2. Perusahaan harus membuat catatan atau dokumen untuk memudahkan dalam melihat laporan keluar masuk keuangan.
3. Mengingat persaingan perdagangan yang semakin ketat, alangkah baiknya perusahaan semakin meningkatkan kegiatan usahanya berupa kenaikan volume penjualan.

Daftar Pustaka

Acuan dari buku

- Baridwan, Zaky, 2000. *intermediate accounting*, yogyakarta.
- Budianto, Apri, Dr, M.M., 2015. manajemen pemasaran (edisi revisi). Yogyakarta; penerbit ombak (anggota IKAPI).
- Burhanudin, S.T., 2018. Menentukan harga jual sebuah produk brownis pada perusahaan makanan amanda di Tasikmalaya. Ciamis: Fakultas Teknik Universitas Galuh Ciamis.
- Drs. Mulyadi, M.Sc., 2009. akuntansi biaya (edisi 5, catatn ke-9). Yogyakarta, (Universitas Gajah Mada) unit penerbit dan percetakan sekolah tinggi ilmu manajemen YKPN.
- Kieso, Donald E., Weygandi, Jerry D., Warfield, Terry D., 2002. *Akuntansi intermediate*, Jilid 1, Edisi Sepuluh, Erlangga, Jakarta.

Malau, Herman, Ph.D., 2017. manajemen pemasaran. Bandung: alfabeta, cv.

Niswonger, Rollin C., dkk, 2000. Prinsip-prinsip akuntansi, penerjemah Alfonsus sirait dan Helda Gunawan, Edisi 19, Jilid satu, Erlangga, Jakarta.

Swarjono, 2008. Teori Akuntansi, perəkayasaan pelaporan keuangan, yogyakarta.

Taunakotta, Theodorus M., 2001. Teori Akuntansi, jakarta.

Acuan dari jurnal

Ratna Nurpitasari, dwi, 2017. Pendekatan *Cost-Plus Pricing* dalam menentukan harga jual roti pada UD Ganysha Kediri 2016. Kediri: Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri.