

## **BAB II**

### **PENENTUAN HARGA JUAL**

#### **2.1 Jasa**

##### **2.1.1 Pengertian Jasa**

Menurut Kotler (2000:428), jasa adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak pada pihak lain dan pada dasarnya tidak berwujud serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Menurut Hansen dan Mowen (2009: 53), Jasa adalah tugas atau aktivitas yang dilakukan untuk pelanggan atau aktivitas yang dijalankan oleh pelanggan dengan menggunakan produk atau fasilitas organisasi.

##### **2.1.2 Karakteristik Jasa**

Hansen dan Mowen (2009:53) mengungkapkan empat dimensi jasa :

1. Tidak Berwujud (*intangibility*)

Tidak berwujud berarti pembeli jasa tidak dapat melihat, merasakan, mendengar, atau mencicipi suatu jasa sebelum jasa tersebut dibeli.

2. Tidak Tahan Lama (*perishability*)

Tidak tahan lama berarti jasa tidak dapat disimpan untuk kegunaan masa depan oleh pelanggan (ada beberapa kasus yang tidak umum, yaitu saat barang-barang berwujud tidak dapat disimpan), tetapi harus dikonsumsi saat diadakan. Meskipun jasa tidak dapat disimpan, beberapa jasa, seperti operasi plastik, member pengaruh jangka

panjang dan tidak perlu diulangi oleh pelanggan tersebut. Jasa lainnya memberi pengaruh jangka pendek dan menciptakan pelanggan setia. Contoh jasa yang berulang adalah jasa rekening giro, jasa penjagaan rumah, dan binatu.

3. Tidak dapat dipisahkan (*inseparability*)

Tidak dapat dipisahkan berarti produsen dan pembeli jasa biasanya harus melakukan kontrak langsung saat terjadi pertukaran. Akibatnya, jasa kerap tidak dapat dipisahkan dari produsennya. Sebagai contoh, pemeriksaan mata mengharuskan kehadiran pasien dan dokter spesialis mata.

4. Tidak Selalu Sama (*heterogeneity*)

Tidak selalu sama berarti terdapat peluang variasi yang lebih besar pada penyelenggaraan jasa daripada produksi produk.

## 2.2 Harga Jual

### 2.2.1 Pengertian Harga Jual

Keputusan penentuan harga jual merupakan suatu fungsi manajer yang penting. Namun sebelum membahas lebih jauh mengenai bagaimana menentukan harga jual, perlu diketahui dahulu pengertian harga jual. Menurut Supriyono (2001:314), harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan.

Penentuan harga jual berhubungan dengan (Supriyono, 2001:314) :

1. Kebijakan penentuan harga jual (*pricing policies*)

## 2. Keputusan penentuan harga jual (*pricing decision*).

Kebijakan penentuan harga jual adalah pernyataan sikap manajemen terhadap penentuan harga jual produk atau jasa. Kebijakan tersebut tidak menentukan harga jual, namun menetapkan faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dan aturan dasar yang perlu diikuti dalam penentuan harga jual. Keputusan penentuan harga jual adalah penentuan harga produk dan jasa suatu organisasi yang umumnya dibuat untuk jangka pendek. Keputusan ini dipengaruhi oleh kebijakan penentuan harga jual, pemanfaatan kapasitas, dan tujuan organisasi.

### **2.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga Jual**

Banyak yang saling berinteraksi dan berpengaruh terhadap harga jual sehingga perlu dipertimbangkan di dalam penentuan harga jual. Menurut Supriyono (2001: 314-315), faktor-faktor tersebut antara lain :

1. Tujuan perusahaan, khususnya laba dan *return on investment* (ROI) yang diharapkan.
2. Biaya, khususnya biaya masa depan.
3. Pendapatan yang diharapkan.
4. Jenis produk atau jasa yang dijual.
5. Jenis industri.
6. Citra atau kesan masyarakat.
7. Pengaruh pemerintah, khususnya undang-undang, keputusan, peraturan, dan kebijakan pemerintah.

8. Tindakan atau reaksi pesaing.
9. Tipe pasar yang dihadapi.
10. Trend ekonomi.
11. Gaya manajemen.
12. Tujuan nonlaba (nirlaba)
13. Tanggung jawab sosial perusahaan.

Dua hal yang perlu diperhatikan dalam mempelajari pengaruh faktor-faktor tersebut adalah :

1. Dalam menentukan harga jual, setiap pembuat keputusan mungkin lebih menekankan pertimbangannya pada faktor-faktor tertentu. Faktor yang dipertimbangkan tersebut dapat berbeda di antara pembuat keputusan yang satu dengan pembuat keputusan yang lainnya.
2. Cara-cara penentuan harga jual juga dipengaruhi oleh pasar yang dihadapi oleh perusahaan.

### **2.2.3 Metode Penentuan Harga Jual**

Mulyadi (2001:348) mengungkapkan, ada lima metode penentuan harga jual :

1. penentuan harga jual dalam keadaan normal,
2. penentuan harga jual waktu dan bahan,
3. penentuan harga jual dalam *cost-type contract*,
4. penentuan harga jual pesanan khusus,

5. penentuan harga jual produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan yang dihasilkan oleh peraturan pemerintah.

### 1. Penentuan Harga Jual Normal (*Normal Pricing*)

Dalam keadaan normal, manajer penentu harga jual memerlukan informasi biaya penuh masa yang akan datang sebagai dasar penentuan harga jual produk atau jasa. Metode penentu harga jual normal seringkali disebut dengan istilah *cost-plus pricing*, karena harga jual ditentukan dengan menambah biaya masa yang akan datang dengan suatu presentase *markup* (tambahan di atas jumlah biaya) yang dihitung dengan formula tertentu. (Mulyadi, 2001:348)

$$\text{Harga jual} = \text{Taksiran biaya penuh} + \text{Laba yang diharapkan}$$

Atau bentuk formula *cost plus pricing* secara umum, (Hilton dan Platt, 2011:686) :

$$\text{Harga jual} = \text{biaya} + (\text{persentase markup} \times \text{biaya})$$

*Cost plus pricing* adalah penentuan harga jual dengan cara menambahkan laba yang diharapkan di atas biaya penuh masa yang akan datang untuk memproduksi dan memasarkan produk. Ada dua unsur yang diperhitungkan dalam penentuan harga jual ini : taksiran biaya penuh dan laba yang diharapkan.

Taksiran biaya penuh dapat dihitung dengan dua pendekatan : *full costing* dan *variable costing*. Dalam pendekatan *full costing*, taksiran biaya

penuh yang dipakai sebagai dasar penentuan harga terdiri dari unsur-unsur seperti berikut (Mulyadi, 2001:349) :

Biaya bahan baku	Rp xx	
Biaya tenaga kerja langsung	xx	
Biaya <i>overhead</i> pabrik (variabel + tetap)	<u>xx</u>	
Taksiran total biaya produksi		Rp xx
Biaya administrasi dan umum	Rp xx	
Biaya pemasaran	<u>xx</u>	
Taksiran total biaya komersial		<u>Rp xx</u>
<b>Taksiran biaya penuh</b>		<b><u>Rp xx</u></b>

Dalam pendekatan *variable costing*, taksiran biaya penuh yang dipakai sebagai dasar penentuan harga jual terdiri unsur-unsur sebagai berikut :

**Biaya variabel :**

Biaya bahan baku	Rp xx	
Biaya tenaga kerja langsung	xx	
Biaya <i>overhead</i> pabrik variable	<u>xx</u>	
Taksiran total biaya produksi variabel		Rp xx
Biaya administrasi dan umum variabel	Rp xx	
Biaya pemasaran variabel	<u>xx</u>	
Taksiran total biaya variabel		<u>Rp xx</u>

**Biaya tetap :**

Biaya <i>overhead</i> pabrik tetap	Rp xx	
------------------------------------	-------	--

Biaya administrasi dan umum tetap	xx
Biaya pemasaran tetap	<u>xx</u>
Taksiran total biaya tetap	<u>xx</u>
<b>Taksiran biaya penuh</b>	<b><u>Rp xx</u></b>

Unsur kedua yang diperhitungkan dalam harga jual adalah laba yang diharapkan. Dalam keadaan normal, harga jual harus dapat menutup biaya penuh dan dapat menghasilkan laba yang diharapkan. Laba yang diharapkan dihitung berdasarkan investasi yang ditanamkan untuk menghasilkan produk atau jasa. Untuk memperkirakan berapa laba wajar yang diharapkan, manajer penentu harga jual perlu mempertimbangkan:

a) *Cost of capital*

*Cost of capital* merupakan biaya yang dikeluarkan untuk investasi yang dilakukan dalam perusahaan. Besarnya *cost of capital* sangat dipengaruhi oleh sumber aktiva yang ditanamkan dalam perusahaan.

b) Risiko bisnis

Semakin besar risiko bisnis yang dihadapi oleh perusahaan, semakin besar presentase yang ditambahkan pada *cost of capital* di dalam memperhitungkan laba yang diharapkan. Jika risiko bisnis besar, maka presentase laba yang ditambahkan di atas *cost of capital* menjadi lebih besar dibandingkan dengan bisnis yang berisiko rendah.

c) Besarnya *capital employed*

Jumlah investasi (atau *capital employed*) yang ditanamkan untuk memproduksi dan memasarkan produk atau jasa merupakan faktor

yang menentukan besarnya laba yang diharapkan, yang diperhitungkan dalam harga jual. Semakin besar investasi yang ditanamkan dalam memproduksi dan memasarkan produk dan jasa, semakin besar pula laba yang diharapkan dalam memperhitungkan harga jual. Data besarnya *capital employed* secara kasar dapat dilihat dari jumlah aktiva yang tercantum dalam neraca awal tahun anggaran atau taksiran rata-rata total aktiva selama tahun anggaran, untuk perhitungan harga jual yang akan berlaku dalam tahun anggaran yang bersangkutan.

Jika biaya yang dipakai sebagai dasar penentuan harga jual, baik dalam pendekatan *full costing* maupun *variabel costing*, biaya penuh masa yang akan datang dibagi menjadi dua: biaya yang dipengaruhi sengecara langsung oleh volume produk dan biaya penuh yang tidak dipengaruhi langsung oleh volume produk. Dalam penentuan harga jual, taksiran biaya penuh yang secara langsung berhubungan dengan volume produk dipakai sebagai dasar penentuan harga jual, sedangkan taksiran biaya penuh yang tidak dipengaruhi oleh volume produk ditambahkan kepada laba yang diharapkan untuk kepentingan perhitungan presentase *markup*. Rumus perhitungan harga jual atas dasar biaya secara umum dapat dinyatakan dalam persamaan berikut ini:

$\text{Harga Jual per Unit} = \text{Biaya yang Berhubungan Langsung dengan Volume (per unit)} + \text{Persentase Markup}$
---

Unsur kedua yang diperhitungkan dalam harga jual adalah laba yang diharapkan (*markup*). *Mark up* harus mampu menutup elemen biaya yang



tidak dimasukkan ke dalam biaya dan harus dapat menghasilkan laba yang diinginkan. Pendekatan return on investment (ROI) dapat digunakan untuk menentukan besarnya presentase markup yang ditambahkan pada biaya. *Mark up* yang dihitung dengan pendekatan ROI menggambarkan biaya yang harus ditutup dan *return* atas investasi yang diinginkan (Sukirno 2001:337)

$$ROI = \frac{\text{Laba akuntansi per tahun setelah pajak} *}{\text{Investasi rata-rata} **} \times 100\%$$

\* = Untuk proyek penggantian didasarkan atas penghematan akuntansi setelah pajak per tahun.

\*\* = Dapat pula didasarkan atas investasi mula-mula

Dalam keadaan normal, harga jual harus dapat menutup biaya penuh dan dapat menghasilkan laba yang diharapkan. Laba yang diharapkan dihitung berdasarkan investasi yang ditanamkan untuk menghasilkan produk atau jasa. (Mulyadi 2001:349-351).

## 2. Penentuan Harga Jual Waktu dan Bahan (*Time and Material Pricing*)

Menurut Hilton dan Platt (2011:696) pada pendekatan *time and material pricing* perusahaan menentukan tarif dari tenaga kerja dan tarif dari bahan. Mulyadi (2001:355), juga mengungkapkan penentuan harga jual waktu dan bahan ini pada dasarnya merupakan *cost-plus pricing*. Harga jual ditentukan sebesar biaya penuh ditambah dengan laba yang

diharapkan. Metode penentuan harga jual ini digunakan oleh perusahaan bengkel mobil, dok kapal, dan perusahaan lain yang menjual jasa reparasi dan bahan berdasarkan waktu yang diperlukan untuk melayani *customer*, sehingga perlu dihitung harga jual per satuan bahan dan suku cadang yang dijual kepada *customer*.

Menurut Supriyono (2001:342), metode penentuan harga jual berdasar waktu dan bahan menentukan tarif harga jual yang di dasarkan dua cara yaitu :

1. Berdasar jam kerja langsung
2. Bahan yang digunakan

## **2.2 Penentuan Harga Jual Waktu**

Garrison (2003:815) mengungkapkan yang dimaksud komponen waktu adalah tarif tenaga kerja per jam. Tarif ini dihitung dengan menjumlahkan tiga elemen :

1. biaya tenaga kerja langsung,
2. biaya pemasaran, biaya administrasi dan biaya perusahaan lain,
3. laba yang diinginkan dari waktu kerja karyawan per jamnya.

Sedangkan Mulyadi (2001:355), menambahkan dalam penyerahan jasa reparasi, di samping perusahaan tersebut mengeluarkan biaya bagi tenaga kerja langsung, perusahaan juga mengeluarkan biaya-biaya untuk membantu tenaga kerja langsung dalam melaksanakan pekerjaan penyerahan jasa reparsi. Biaya-

biaya tersebut meliputi : biaya tenaga kerja tidak langsung, biaya depresiasi aktiva tetap, biaya asuransi, biaya listrik, biaya air, biaya kantor, biaya reparasi aktiva tetap, dan biaya umum. Perhitungan harga jual waktu menggunakan formula berikut ini :

Biaya tenaga kerja langsung	xx
<i>Markup</i> per jam tenaga kerja langsung atau persentase <i>markup</i> dari biaya tenaga kerja langsung	<u>xx</u> +
Harga jual waktu	<u>xx</u>

Markup atau persentase markup dihitung sebagai berikut:

Biaya tidak langsung	xx
Laba yang diharapkan	<u>xx</u> +
Jumlah	xx
Taksiran jam tenaga kerja langsung atau taksiran biaya tenaga kerja langsung	<u>xx</u> :
<i>Markup</i> per jam tenaga kerja langsung atau persentase <i>markup</i> dari biaya tenaga kerja langsung	<u>xx</u>

Biaya tenaga kerja langsung per jam dihitung dengan rumus :

Taksiran upah tenaga kerja yang akan dibayarkan kepada tenaga kerja langsung selama tahun anggaran	xx
Biaya kesejahteraan tenaga kerja langsung (misalnya tunjangan kesehatan, tunjangan kesejahteraan, dsb)	<u>xx</u> +
Jumlah biaya tenaga kerja langsung	xx
Jam kerja tenaga kerja langsung dalam tahun anggaran (dihitung dengan mengalikan jumlah tenaga kerja langsung dengan jam kerja selama tahun anggaran)	<u>xx</u> :
Biaya tenaga kerja langsung per jam	<u>xx</u>

Markup di atas biaya langsung terdiri dari dua unsur: biaya tidak langsung dan laba yang diharapkan. Perhitungan markup dan unsur yang membentuk markup menggunakan rumus :

### **Biaya tidak langsung**

Taksiran biaya tidak langsung selama tahun anggaran :

Gaji pengawas dan biaya tenaga kerja tidak langsung lain	XX
Biaya depresiasi aktiva tetap	XX
Biaya asuransi	XX
Biaya listrik	XX
Biaya air	XX
Biaya reparasi aktiva tetap	XX
Biaya umum	<u>XX</u> +
Jumlah biaya tidak langsung	XX

### **Perhitungan laba yang diharapkan**

Taksiran jumlah aktiva pada awal tahun anggaran	XX
Tarif kembalikan investasi (ROI) yang diharapkan (dalam persentase)	<u>XX</u> x
Laba yang diharapkan per tahun	XX

### **Perhitungan markup**

Biaya tidak langsung	XX
Laba yang diharapkan	<u>XX</u> +
Jumlah	XX
Jam tenaga kerja langsung atau biaya tenaga kerja langsung dalam tahun anggaran	<u>XX</u> :
<i>Markup</i> (dalam rupiah per jam tenaga kerja langsung)	

atau persentase *markup*

XX

## 2.2 Penentuan Bahan dan Suku Cadang

Pada metode ini, tarif atau harga jual jasa ditentukan sebesar bahan yang digunakan ditambah dengan beban yang dihitung dari bahan yang digunakan. Beban tersebut diharapkan dapat menutup biaya pesan, biaya disimpan, biaya pengelolaan bahan lainnya, ditambah laba yang ditentukan dari bahan yang digunakan. (Supriyono, 2001:343).

Menurut Mulyadi (2001:357), harga jual bahan dan suku cadang terdiri dari unsur berikut ini :

Harga beli bahan dan suku cadang	XX
Persentase <i>markup</i> x harga beli bahan dan suku cadang	<u>XX</u> +
Harga jual bahan dan suku cadang	<u>XX</u>

Persentase *markup* dihitung sebagai berikut:

Biaya tidak langsung	XX
Laba yang diharapkan	<u>XX</u> +
Jumlah	XX
Taksiran nilai bahan dan suku cadang yang akan dibeli dalam tahun anggaran	<u>XX</u> :
Persentase <i>markup</i>	<u>XX</u>

## 3. Penentuan Harga Jual dalam *Cost-type Contract (Cost-type Contract Pricing)*

*Cost-type contract* adalah kontrak pembuatan produk atau jasa yang pihak pembeli setuju untuk membeli produk atau jasa yang pihak pembeli

setuju untuk membeli produk atau jasa pada harga yang didasarkan pada total biaya yang sesungguhnya dikeluarkan oleh produsen ditambah dengan laba yang dihitung sebesar persentase tertentu dari total total biaya sesungguhnya tersebut. Jika dalam keadaan normal, harga jual produk atau jasa yang akan dijual dimasa yang akan datang ditentukan dengan metode *cost-plus pricing*, berdasarkan taksiran biaya penuh sebagai dasar, dalam *cost-type contract* harga jual yang dibebankan *customer* dihitung berdasarkan biaya penuh sesungguhnya yang telah dikeluarkan untuk memproduksi dan memasarkan produk. (Mulyadi, 2001:360)

#### **4. Penentuan Harga Jual Pesanan Khusus (*Special Order Pricing*)**

Pesanan khusus merupakan pesanan yang diterima oleh perusahaan diluar pesanan regular perusahaan. Biasanya customer yang melakukan pesanan khusus ini meminta harga di bawah harga jual normal, bahkan seringkali harga yang diminta oleh customer berada di bawah biaya penuh, karena biasanya pesanan khusus mencakup jumlah yang besar. Dalam keadaan seperti ini, yang perlu dipertimbangkan oleh manajer penentu harga jual adalah :

- a) Pesanan regular adalah pesanan yang dibebani tugas untuk menutup seluruh biaya tetap yang akan terjadi dalam tahun anggaran. Dengan demikian jika manajer penentu harga jual yakin bahwa seluruh biaya tetap dalam tahun anggaran akan dapat ditutup oleh pesanan yang regular, maka pesanan khusus dapat dibebaskan

dari kewajiban untuk memberikan kontribusi dalam menutup biaya tetap. Dengan demikian jika misalnya kapasitas produksi belum seluruhnya dipakai, dan masih mampu untuk melayani pesanan khusus, manajer penentu harga jual dapat menerima harga jual yang berada di bawah harga jual normal, bahkan di bawah biaya penuh untuk memproduksi dan memasarkan produk, asalkan harga jual tersebut masih di atas biaya variabel. Dalam keadaan ini, harga jual yang berada di atas biaya variabel untuk memproduksi dan memasarkan produk, masih mampu menghasilkan laba kontribusi. Dan karena seluruh biaya tetap akan ditutup dari pesanan yang reguler, maka setiap tambahan laba kontribusi dari pesanan khusus akan mengakibatkan tambahan laba bersih perusahaan.

- b) Jika misalnya dengan penerimaan pesanan khusus, perusahaan diperkirakan tidak hanya akan mengeluarkan biaya variabel saja, namun memerlukan biaya tetap, karena harus beroperasi di atas kapasitas yang tersedia, maka harga jual pesanan khusus harus di atas biaya variabel ditambah dengan kenaikan biaya tetap karena pesanan khusus tersebut. Dalam mempertimbangkan penerimaan pesanan khusus, informasi akuntansi diferensial merupakan dasar yang dipakai sebagai landasan penentuan harga jual. Jika harga yang diminta oleh pemesan lebih besar dari biaya diferensial yang berupa biaya variabel untuk memproduksi dan memasarkan pesanan khusus tersebut, maka pesanan khusus dapat

dipertimbangkan untuk diterima. Biaya diferensial yang dipakai sebagai landasan penentuan harga jual pesanan khusus dapat pula terdiri dari biaya variabel dan biaya tetap, manakala pesanan khusus diperkirakan menyebabkan perubahan volume kegiatan melampaui kisaran perubahan yang menjadikan biaya tetap bertambah. (Mulyadi, 2001:361-362)

#### **5. Penentuan Harga Jual Produk Atau Jasa yang dihasilkan oleh Perusahaan yang diatur dengan Peraturan Pemerintah**

Produk dan jasa yang dihasilkan untuk memenuhi kebutuhan pokok masyarakat luas seperti listrik, air, telepon dan telegraf, transportasi, dan jasa pos diatur dengan peraturan pemerintah. Harga jual produk dan jasa tersebut ditentukan berdasarkan biaya penuh masa yang akan datang ditambah dengan laba yang diharapkan.

Dalam penentuan harga jual normal yang diatur oleh pemerintah biaya penuh masa yang akan datang dipakai sebagai dasar penentuan harga jual dihitung dengan menggunakan salah satu pendekatan yaitu pendekatan *full costing* dan *variable costing*. dalam hal ini pendekatan *full costing* saja yang dipakai karena pendekatan *variable costing* tidak diterima sebagai prinsip akuntansi yang lazim.

Untuk memungkinkan wakil rakyat menilai kewajaran biaya penuh yang dipakai sebagai dasar penentuan harga jual diperlukan pedoman rinci unsur-unsur biaya produksi dan biaya nonproduksi yang diperhitungkan



dalam biaya penuh dan pedoman cara pengukurannya masing-masing. Dengan demikian masyarakat akan terjamin untuk memperoleh produk dan pelayanan jasa pada harga yang benar-benar wajar. Setiap kenaikan harga jual produk atau jasa yang diatur dengan peraturan pemerintah harus dapat dipertanggung jawabkan ditinjau dari segi perhitungan biaya penuh yang dipakai sebagai dasar perhitungannya dan kewajaran laba yang ditambahkan diatas biaya penuh tersebut. (Mulyadi,2001:363-364)

