

## BAB II

### PENENTUAN HARGA JUAL JASA

#### II. 1. Pengertian harga jual

Penentuan harga jual barang atau jasa merupakan salah satu jenis pengambilan keputusan yang penting karena harga jual menentukan jenis/kualitas barang/jasa yang dihasilkan oleh suatu perusahaan. Harga jual produk/jasa yang diperoleh selain mempengaruhi volume penjualan/jumlah pembelian produk/jasa tersebut juga akan mempengaruhi jumlah pendapatan perusahaan. Definisi harga sendiri adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya.<sup>1</sup> Sedangkan definisi harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang/jasa yang dijual atau diserahkan.<sup>2</sup>

Secara singkat dapat diperjelas bahwa harga jual menentukan tujuan perusahaan dalam mencapai laba yang diinginkan selain itu juga dapat mempengaruhi kontinuitas usaha perusahaan.

Penentuan harga jual juga berhubungan dengan kebijakan penentuan harga jual (*pricing policies*) dan keputusan penentuan harga jual (*pricing decision*). Kebijakan penentuan harga jual adalah pernyataan sikap manajemen terhadap penentuan harga jual barang atau jasa. Kebijakan tersebut tidak menentukan harga jual, tetapi menetapkan faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan sedangkan

---

<sup>1</sup> Basu Swastha dan Irawan, Manajemen Pemasaran Modern, Yogyakarta : Liberty, 1983, hal. 241

<sup>2</sup> R.A. Supriyono, Akt., Akuntansi Manajemen 3 – Proses Pengendalian Manajemen, Yogyakarta : STIE YKPN, 1991, Edisi I, hal 332.

keputusan penentuan harga jual adalah penentuan harga jual barang atau jasa suatu perusahaan.

Penentuan harga jual antara perusahaan satu dengan perusahaan lain yang masih dalam jenis dan ukuran yang sama dapat berbeda, tergantung dari faktor-faktor yang mempengaruhinya. Faktor-faktor tersebut dapat berasal dari dalam maupun luar perusahaan.

## **II. 2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penentuan Harga Jual**

### **1. Faktor Eksternal**

Faktor eksternal merupakan faktor yang berasal dari luar perusahaan, sehingga cukup sulit untuk dikendalikan oleh perusahaan, tetapi mempunyai pengaruh yang cukup besar pada penentuan harga jual. Oleh karena itu manajemen harus mempertimbangkan faktor eksternal ini disamping tentu saja faktor internal. Hal ini ditentukan agar harga jual barang/jasa yang ditawarkan dapat ditentukan secara tepat. Adapun faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi penentuan harga jual jasa adalah sebagai berikut :

#### **a. Keadaan Perekonomian**

Keadaan ini sangat mempengaruhi harga jual, perubahan kondisi perekonomian dapat mempengaruhi tingkat harga.

#### **b. Citra/Kesan masyarakat**

Menurut para konsumen, barang/jasa yang mempunyai kesan baik akan mempengaruhi besarnya tingkat harga jual dari barang/jasa tersebut. Biasanya barang/jasa yang mempunyai kesan yang baik, harga jualnya relatif lebih tinggi

dibandingkan dengan produk yang sama, tetapi belum dikenal atau baru beredar di pasar walaupun mutunya baik.

c. Tindakan/Reaksi Pesaing

Tindakan pesaing terhadap harga jual di pasar sangat mempengaruhi perusahaan dalam menetapkan harga jual. Proses demikian membuat perusahaan perlu mempelajari harga jual dan kualitas dari barang/jasa yang ditawarkan oleh pesaing.

d. Tanggung jawab sosial perusahaan.

Tingkat harga jual suatu barang/jasa juga dipengaruhi oleh tanggung jawab sosial perusahaan. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan menentukan harga jual berdasarkan kondisi ekonomi konsumen.

e. Tipe Pasar yang Dihadapi

Ada beberapa tipe pasar yang ada di dalam teori ekonomi yang perlu diperhatikan oleh perusahaan, yaitu : persaingan sempurna, persaingan monopolistik, oligopoli, dan monopoli. Mengetahui tipe pasar yang harus dihadapi oleh perusahaan akan mempengaruhi dalam menentukan besarnya tingkat harga jual barang atau jasa yang ditawarkan. Berdasarkan teori ekonomi, harga jual yang ditetapkan harus sesuai dengan tipe pasar yang dihadapi perusahaan.

2. Faktor Biaya (Faktor Internal)

Faktor biaya merupakan salah satu faktor internal yang paling penting dalam menentukan harga jual produk. Didalam menentukan harga jual, faktor

biaya dipergunakan sebagai batas bawah karena dalam keadaan normal harga jual harus dapat menutup semua biaya yang bersangkutan dengan produk/jasa dan dapat menghasilkan laba yang diharapkan. Dengan demikian harga jual yang ditetapkan harus lebih tinggi dari total biaya yang telah dikeluarkan supaya menguntungkan bagi perusahaan. Keuntungan yang diperoleh perusahaan akan lebih menjamin kontinuitas perusahaan.

Biaya merupakan faktor yang berasal dari dalam perusahaan, sehingga lebih mudah dikendalikan daripada faktor-faktor yang berasal dari luar perusahaan. Hal tersebut berarti biaya mempunyai tingkat kepastian informasi yang lebih akurat untuk dipergunakan dalam penentuan harga jual/tarif. Tinggi rendahnya harga jual suatu barang/jasa tergantung pada struktur biaya yang ada di dalam perusahaan. Harga jual produk menjadi tinggi apabila struktur biaya yang ada dalam perusahaan tinggi. Sebaliknya apabila struktur biaya yang ada dalam perusahaan rendah, harga jual produk akan ikut menjadi rendah. Oleh karena itu manajemen harus mampu menekan dan mengendalikan biaya agar struktur biaya tetap rendah sehingga produk yang ditawarkan dapat ditekan.

#### a. Pengertian Biaya

Istilah biaya sering menimbulkan arti yang berbeda-beda menurut individu yang satu dengan yang lainnya. Menurut pendapat Supriyono (1991), pengertian biaya adalah :

Didalam praktek, istilah biaya digunakan dengan mendua arti (ambiguous) sering digunakan dalam konteks harga perolehan atau harga pokok tetapi juga digunakan dalam praktek pengertian beban (*expenses*).<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> R.A. Supriyono, Akt., Akuntansi Manajemen 1 – Konsep Dasar Akuntansi Manajemen Dan Proses Perencanaan, Yogyakarta : STIE YKPN, 1991, Edisi I, hal 186.

Penggunaan istilah biaya pada kedua konteks diatas seringkali membingungkan, untuk membedakannya istilah harga pokok atau harga perolehan dipergunakan pada pengorbanan sumber ekonomi perusahaan dalam rangka memperoleh suatu aktiva. Sedangkan istilah beban digunakan untuk pengorbanan sumber ekonomi perusahaan dalam rangka memperoleh penghasilan yang akhirnya digunakan sebagai pengurang pendapatan.

b. Penggolongan biaya

Pengertian penggolongan adalah pengelompokan suatu yang dilakukan secara sistematis saat keseluruhan elemen yang ada menjadi golongan-golongan yang lebih ringkas guna menyampaikan informasi yang lebih mempunyai arti. Jadi penggolongan biaya adalah menggolongkan biaya menjadi golongan-golongan tertentu yang lebih ringkas dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan informasi bagi manajemen. Penggolongan-penggolongan ini diperlukan, karena manajemen membutuhkan informasi yang berbeda untuk tujuan yang berbeda. Kebutuhan informasi biaya untuk tujuan yang berbeda-beda ini mendorong berbagai cara penggolongan biaya atas dasar tujuan tertentu yang hendak dicapai. Hal ini disebabkan karena tidak ada satu penggolongan yang dapat memenuhi semua kebutuhan informasi untuk tujuan yang berbeda-beda. Ada beberapa cara penggolongan biaya yang sering dipergunakan, yaitu :

1) Penggolongan biaya sesuai dengan fungsi pokok kegiatan perusahaan

a) Biaya Operasi

Biaya Operasi adalah semua biaya yang telah dikeluarkan yang berhubungan langsung dengan jasa yang dihasilkan dalam

rangka untuk memperoleh pendapatan dari pengguna pusat kebugaran.

b) Biaya non Operasi

Biaya yang tidak langsung berhubungan dengan jasa yang dihasilkan.

Biaya non operasi meliputi :

□ Biaya administrasi dan umum

Biaya administrasi dan umum yaitu semua biaya yang dikeluarkan dalam rangka menjalankan fungsi administrasi dan umum.

□ Biaya keuangan

Biaya keuangan yaitu semua biaya yang telah dikeluarkan dalam rangka menjalankan fungsi keuangan.

2) Penggolongan biaya sesuai dengan berubahannya terhadap aktivitas atau volume kegiatan.

a) Biaya tetap

Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tidak terpengaruh oleh volume kegiatan. Contoh biaya tetap adalah biaya sewa bangunan ; misalnya perusahaan tersebut menyewa bangunan Rp. 2.500.000,00 setahun. Ada atau tidaknya konsumen yang datang, biaya sewa itu tidak akan berubah.

**b) Biaya Variabel**

Biaya Variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Karena terpengaruh oleh volume kegiatan, biaya variabel akan menjadi nol bila volume kegiatan juga nol. Contoh biaya variabel adalah biaya air minum (*AQUA*).

**c) Biaya Semi Variabel**

Biaya semi variabel adalah biaya yang jumlahnya terpengaruh oleh volume kegiatan perusahaan tetapi tidak secara proporsional. Artinya bila volume kegiatan nol biaya semi variabel tidak akan menjadi nol, tetapi bila volume kegiatan bertambah banyak biaya semi variabel akan bertambah banyak. Contoh dari biaya semi variabel adalah biaya listrik, biaya telpon dan biaya air minum.

**3) Penggolongan biaya sesuai dengan obyek atau pusat biaya.****a) Biaya langsung**

Biaya langsung adalah biaya yang dapat ditelusur secara langsung ke produk/jasa yang dihasilkan. Contoh biaya langsung pada perusahaan jasa adalah biaya bahan baku dan biaya gaji karyawan.

**b) Biaya tidak langsung**

Biaya tidak langsung adalah biaya yang tidak dapat secara langsung dapat ditelusur ke produk/jasa yang dihasilkan. Contoh

biaya tidak langsung pada perusahaan jasa adalah biaya sewa bangunan, biaya pemasaran, dan biaya administrasi.

4) Penggolongan biaya sesuai dengan periode akuntansi dimana akan dibebankan.

a) *Capital Expenditure* (Pengeluaran modal)

*Capital Expenditure* adalah pengeluaran yang dimaksudkan untuk mendapatkan manfaat dalam periode di masa yang akan datang dan dicatat sebagai aktiva.

b) *Revenue Expenditure* (Pengeluaran penghasilan)

*Revenue Expenditure* adalah pengeluaran yang memberikan manfaat dalam periode saat ini dan dicatat sebagai biaya.

5) Penggolongan biaya untuk tujuan pengendalian biaya.

a) *Controllable cost* (Biaya terkendalikan)

Biaya terkendali adalah biaya yang secara langsung dapat dipengaruhi oleh seseorang pimpinan tertentu.

b) *Uncontrollable cost* (Biaya tak terkendalikan)

Biaya tak terkendalikan adalah biaya yang tidak dapat dipengaruhi oleh seseorang pimpinan tertentu atau pejabat tertentu berdasar wewenang yang dimiliki atau tidak dapat dipengaruhi oleh pejabat dalam jangka waktu tertentu.



### II. 3. Metode Penentuan Harga Jual

Dalam keadaan normal harga jual harus mampu menutup biaya penuh dan menghasilkan laba yang sepadan dengan investasi. Dalam keadaan khusus, harga jual produk tidak dibebani tugas untuk menutup biaya penuh, setiap harga diatas biaya variabel telah memberikan kontribusi dalam menutup biaya tetap.

Dalam keadaan normal, manajer penentu harga jual memerlukan informasi biaya penuh masa yang akan datang sebagai dasar penentuan harga jual produk atau jasa. Metode penentuan harga jual normal seringkali disebut dengan istilah *cost-plus pricing*.

*Cost-plus pricing* adalah penentuan harga jual dengan cara menambahkan laba yang diharapkan diatas biaya penuh masa yang akan datang untuk memproduksi dan memasarkan produk atau jasa. 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 :

#### 1. *Full Costing*/Metode Harga Pokok Penuh

Konsep penentuan harga pokok penuh membebankan semua elemen biaya operasional, baik biaya tetap maupun biaya variabel ke dalam elemen harga produk atau jasa. Elemen biaya dalam konsep harga pokok penuh meliputi biaya bahan, biaya tenaga kerja, dan biaya *overhead*.

Dalam pendekatan harga pokok penuh, pengertian biaya disini adalah biaya untuk beroperasinya satu unit jasa. Menurut pengertian biaya tersebut, tidak termasuk biaya non operasional. Oleh sebab itu harga jual dalam pendekatan ini

ditentukan sebesar biaya operasional ditambah *markup* dalam tingkat persentase tertentu. *Markup* disini bertujuan untuk menutup biaya non operasional serta memperoleh laba yang diharapkan. Oleh sebab itu, pendekatan ini sering juga disebut metode harga pokok penuh ditambah *markup*.

Penentuan harga pokok sebagai dasar menentukan harga jual menekankan pada penggolongan biaya berdasarkan fungsi, yaitu fungsi administrasi dan umum, fungsi pemasaran serta fungsi produksi.

Unsur biaya penuh dengan pendekatan *full costing* dalam pusat kebugaran ini adalah :

Biaya Operasional		xxx
Biaya non Operasional :		
Biaya administrasi dan umum	xxx	
Biaya pemasaran	xxx	+
Taksiran total biaya non Operasional		xxx +
Taksiran biaya penuh		xxx

Formula penentuan harga jual berdasarkan metode harga pokok penuh adalah sebagai berikut :

Biaya operasional	Rp xx
Persentase <i>markup</i>	xx
	_____ +
Total harga jual	xx
Volume jasa	xx
	_____ :

Harga jual jasa per satuan Rp xx

## 2. *Variabel costing*/Metode Harga Pokok Variabel

Penentuan harga pokok variabel adalah suatu konsep penentuan harga pokok yang memasukkan hanya biaya variabel sebagai elemen harga pokok, sedangkan biaya tetap hanya dianggap sebagai biaya periode yang langsung dibebankan kepada laba rugi pada periode terjadinya. Elemen biaya yang termasuk dalam harga pokok variabel adalah biaya bahan, biaya tenaga kerja, dan biaya *overhead* variabel.

Tujuan penentuan harga pokok variabel berhubungan dengan kebutuhan manajemen untuk memperoleh informasi yang berorientasi pada pengendalian dan pengambilan keputusan jangka pendek, yaitu meliputi :

- a. Membantu dalam mengetahui batas kontribusi yang sangat berguna untuk perencanaan laba melalui analisa hubungan biaya volume laba dan mengambil keputusan yang berhubungan dengan kebijaksanaan manajemen.
- b. Memudahkan dalam mengendalikan kondisi-kondisi operasional yang sedang berjalan dalam perusahaan.

Pendekatan biaya variabel sebagai dasar penentuan harga jual menekankan penggolongan biaya berdasar perilaku biaya dan pendekatan ini sering juga disebut dengan pendekatan laba kontribusi. Pada pendekatan biaya variabel, penentuan harga jual jasa ditentukan sebesar biaya variabel ditambah *markup* yang harus tersedia untuk menutup biaya tetap dan menghasilkan laba yang diinginkan. Sehingga metode ini sering juga disebut metode biaya variable ditambah *markup*. Sebelum dihitung harga jualnya, dicari terlebih dahulu harga

pokoknya. Taksiran biaya penuh atau perhitungan harga pokok dalam pendekatan *variable costing* terdiri dari unsur-unsur seperti :

Biaya variabel :

Biaya tenaga kerja langsung	xxx	
Biaya administrasi dan umum variabel	xxx	
Biaya pemasaran variabel	xxx	+
	<hr/>	
Taksiran total biaya variabel		xxx

Biaya tetap :

Biaya administrasi dan umum tetap	xxx	
Biaya pemasaran tetap	xxx	+
	<hr/>	
Taksiran total biaya tetap		xxx
		<hr/>
Taksiran biaya penuh		xxx

setelah diketahui taksiran biaya penuh atau harga pokok yang untuk menghitung harga jual maka dimasukkan ke dalam formula penentuan harga jual berdasar metode harga pokok variabel yang sebagai berikut :

Biaya variabel	Rp xx
Persentase <i>markup</i>	xx
	<hr/>
	+
Total harga jual	xx
Volume jasa	xx
	<hr/>
	:
Harga jual jasa per satuan	Rp xx

### 3. Penentuan *markup*

Penentuan besarnya persentase *markup* dalam penentuan harga jual *cost-plus* merupakan masalah penting. *Markup* merupakan jumlah rupiah yang ditambahkan pada biaya pada persentase tertentu dari suatu produk untuk menghasilkan harga jual. Dalam pendekatan harga pokok penuh, biaya non operasional tidak dimasukkan ke dalam elemen harga pokok produk, maka *markup* yang ditambahkan pada harga pokok diharapkan dapat menutup biaya operasi serta memperoleh laba yang diharapkan pada tingkat. Demikian juga halnya pada penentuan harga jual berdasar metode harga pokok variabel, biaya tetap tidak dimasukkan ke dalam elemen harga pokok. Untuk menutup biaya tetap dan memperoleh laba, maka pada harga pokok ditambah *markup* dalam persentase tertentu.

Besarnya persentase *markup* yang ditambahkan pada biaya dapat ditemukan dengan pendekatan *return on investment* (ROI). *Markup* yang ditambahkan pada biaya yang dihitung berdasar pendekatan ROI menggambarkan biaya yang harus ditutup atas investasi yang diinginkan. Adapun rumus perhitungan persentase *markup* adalah sebagai berikut :

Rumus perhitungan *markup* dalam pendekatan harga pokok penuh ditambah *markup* :

$$= \frac{\text{Return yang diinginkan atas aktiva yang ditanamkan} + \text{biaya non operasional}}{\text{Volume penjualan dalam unit} \times \text{Biaya operasional per unit}}$$

Rumus perhitungan *markup* pada pendekatan harga pokok variabel ditambah *markup* :

$$\frac{\text{Return yang diinginkan atas aktiva yang ditanamkan} + \text{biaya tetap}}{\text{Volume penjualan dalam unit} \times \text{Biaya variabel per unit}}$$

#### 4. Laba yang Ditargetkan

Dalam penentuan harga jual, manajemen dapat menggunakan laba yang ditargetkan sebagai pedoman untuk menentukan harga jual. Laba yang ditargetkan dapat dalam bentuk jumlah rupiah laba atau persentase tertentu dari penjualan atau persentase tertentu dari aktiva yang ditanamkan. Pada pendekatan ini, harga jual ditentukan sebesar biaya total ditambah laba yang ditargetkan dan jumlah tersebut selanjutnya dibagi dengan unit jasa yang dianggarkan.

#### 5. Harga Jual Berdasarkan Waktu dan Bahan

Penentuan harga jual berdasar waktu dan bahan merupakan pendekatan alternatif yang dapat digunakan oleh suatu perusahaan selain menggunakan metode-metode diatas. Metode ini biasanya digunakan oleh bengkel mobil, reparasi barang elektronik, percetakan, kantor akuntan, praktek dokter, dan perusahaan jasa lainnya.

a. Harga jual berdasar waktu yang digunakan

Pada metode harga jual berdasarkan waktu, yang dimaksud komponen waktu adalah tarif biaya tenaga kerja langsung per jam. Besarnya tarif harga jual pada metode ini adalah sebesar penjumlahan :

- 1) Biaya tenaga kerja langsung
- 2) Biaya pemasaran dan administrasi
- 3) Biaya perusahaan lainnya
- 4) Laba yang diinginkan

b. Harga jual berdasar bahan yang digunakan

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 simpan, biaya pengelolaan bahan lainnya, ditambah laba yang ditentukan dari bahan yang digunakan.