

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Mebel CV. Cipta Karya dan CV. Agung Jaya

CV. Cipta Karya berdiri pada tahun 2011 di Desa Kerso Kecamatan Kedung Kabupaten Jepara, pemilik CV. Cipta karya yaitu Bapak Hariyanto. pada mulanya beliau adalah pengusaha meubel lokal biasa, namun setelah memiliki banyak karyawan, pesanan produk meubel bertambah dan pemasaran meluas sampai ke luar daerah maka dia berkeinginan mendirikan CV. Yang diberi nama dengan CV. Cipta karya. CV. Cipta Karya beralamat di Desa Kerso RT.07 RW.01 Kecamatan Kedung Kabupaten Jepara. CV. Cipta Karya bekerjasama dengan beberapa supplier untuk menyediakan bahan baku produk meubel untuk proses produksi agar produk selalu tersedia. Dimana produk meubel yang diproduksi di CV. Cipta Karya yaitu berupa furniture yang mana bahan baku menggunakan kayu jati serta teknik produksi meubel, dengan ukiran furniture meubel dengan motif ukir kayu yang indah dan menarik dapat menambah nilai bagi furniture meubel tersebut yang dibedakan melalui motifnya. Teknik produksi yang dilakukan masih secara manual dengan mengandalkan buatan tangan (*Handmade*), sehingga nilai artistiknya tinggi. Promosi gencar dilakukan oleh CV. Cipta Karya, agar memikat para konsumen.¹

CV. Agung Jaya berdiri pada tahun 2011 di Desa Kerso Kecamatan Kedung Kabupaten Jepara. Pemilik dari CV. Agung Jaya adalah H.asyari. beliau adalah teman dari pemilik CV. Cipta Karya. Melihat perkembangan pemasaran dari CV. Cipta Karya cukup maju, maka beliau mendirikan CV sendiri yang diberi nama dengan CV. Agung Jaya, yang beralamat di Desa Kerso RT.07 RW.02 Kecamatan Kedung Kabupaten Jepara. Setelah mendirikan CV. Agung Jaya, pemasaran produk meubelnya sama-sama

¹Hasil Dokumentasi Meubel di Desa Kerso Kecamatan Kedung Kabupaten Jepara, Dikutip Tanggal 10 Januari 2017.

berkembang tapi hanya di daerah jepara dan sekitarnya. dari segi produksi tidak berbeda dengan CV. Cipta Karya baik dari bahan dengan kayu jati asli, proses pembuatan dan motif ukir kayu yang sama seperti yang lain, dimana ukiran kayu yang masih buatan tangan di jepara mempunyai nilai seni yang sangat tinggi. CV. Agung Jaya juga gencar melakukan promosi untuk menarik minat konsumen.

Bahan baku dari kedua CV mebel ini memiliki kesamaan, yaitu kayu jati, paku, lem kayu, amplas, skrup, engsel pintu, handle pintu, gergaji bengkok, gergaji sirkel, plener, mesin bobok. Produk yang dibuat oleh CV. Cipta Karya dan CV. Agung Jaya yaitu kursi, meja, almari, hiasan dinding.²

Berikut ini tabel bahan baku dan bahan penolong untuk memproduksi produk mebel, di kedua CV.

a. Bahan Baku

Tabel.4.1

Bahan Baku CV. Cipta Karya dan CV. Agung Jaya

No	Nama barang	Produk meubel
1.	Kayu jati OD kualitas SI	Semua produk meubel
2.	Papan kayu jati tebal 3cm, panjang 2,5m, lebar 7cm	Almari bagian tiang kerangka dan ram pintu
3.	Papan kayu jati tebal 2 cm, panjang 2,5m, lebar 20cm	Almari bagian daun pintu dan daun samping almari
4.	Papan kayu jati tebal 1cm, panjang 2,5m, lebar 20cm	Almari bagian belakang almari dan bagian dalam

²Hasil Dokumentasi Meubel di Desa Kerso Kecamatan Kedung Kabupaten Jepara, Dikutip Tanggal 10 Januari 2017.

5.	Papan kayu jati dengan ukuran tebal 5cm dan 10cm, panjang dan lebar disesuaikan dengan jenis kursi	kursi
6.	Papan kayu jati tebal 5cm, panjang dan lebar disesuaikan dengan jenis meja	Meja bagian kerangka dan kaki meja
7.	Papan kayu jati tebal 2cm, panjang dan lebar disesuaikan dengan jenis meja	Meja bagian daun meja
8.	Papan kayu jati tebal 2cm, panjang dan lebar disesuaikan dengan jenis hiasan dinding	Hiasan dinding

b. Bahan Penolong³

Tabel.4.2

Bahan Penolong CV. Cipta Karya dan CV. Agung Jaya

No	Nama barang	Produk Meubel
1.	Lem kayu (foxi)	Semua produk meubel
2.	Skrup dan paku	Semua produk meubel
3.	Tali karet	Semua produk meubel

³Hasil Dokumentasi Meubel di Desa Kerso Kecamatan Kedung Kabupaten Jepara, Dikutip Tanggal 10 Januari 2017.

4.	Amplas	Semua produk meubel
5.	Engsel pintu	Almari
6.	Hendle pintu	Almari
7.	Gergaji bengkok	Semua produk meubel
8.	Gergaji serkel	Semua produk meubel
9.	Plener	Semua produk meubel
10.	Mesin bobok	Semua produk meubel

Sementara pemasarannya berbeda antara CV. Cipta Karya dan CV. Agung Jaya, yaitu:

1. CV. Cipta Karya

Pemasarannya dilakukan di daerah sekitar Jepara dan bahkan sampai ke luar Jawa, seperti Bali, Kalimantan, Aceh, Sulawesi, dan lain sebagainya.

2. CV. Agung Jaya

Pemasarannya dilakukan di daerah sekitar Jepara dan bahkan sampai ke luar kota, seperti Surabaya, Yogyakarta, Semarang, Bandung, Cirebon dan lain sebagainya.

Kedua CV ini terletak di Desa Kerso Kecamatan Kedung Kabupaten Jepara. CV. Cipta Karya beralamat di Desa Kerso RT.07 RW.01 Kecamatan Kedung Kabupaten Jepara. Sedangkan CV. Agung Jaya beralamat di Desa Kerso RT.07 RW.02 Kecamatan Kedung Kabupaten Jepara. Tepatnya di jalan Bugel-Jepara KM 2 Desa Kerso Kedung Jepara. Desa ini berbatasan langsung dengan Rau di Utara, Tanggul Tlare di Barat, Menganti di Selatan, Sukosono dan Dongos di Timur.⁴

⁴Hasil Dokumentasi Meubel di Desa Kerso Kecamatan Kedung Kabupaten Jepara, Dikutip Tanggal 10 Januari 2017.

B. Hasil Penelitian

1. Data Harga Penjualan Produk CV. Cipta Karya Desa Kerso, Kecamatan Kedung Kabupaten Jepara

Ketika peneliti melakukan observasi di lapangan secara langsung didapatkan bahwa terdapat kegiatan produksi meubel di CV. Cipta Karya Desa Kerso Kecamatan Kedung Kabupaten Jepara. Saat melihat seperti itu, peneliti melakukan wawancara dengan pemilik meubel mengenai perkembangan harga penjualan produk. Haryanto selaku pemilik meubel CV. Cipta Karya Desa Kerso Kecamatan Kedung Kabupaten Jepara mengatakan:

“Harga pokok penjualan produk pada meubel tentu didasarkan pada semua bahan baku, produksi dan lainnya serta juga melihat pangsa pasar yang ada sehingga saya akan dapat mengetahui harga pokok penjualan produk yang tepat dan tidak rugi”⁵

Untuk menetapkan harga, pemilik meubel CV. Cipta Karya Desa Kerso Kecamatan Kedung Kabupaten Jepara menggunakan perhitungan antara harga jual perunit, ini dapat dilihat pada perhitungan di bawah ini:

Berdasarkan data dokumentasi didapatkan harga penjualan produk meubel di CV. Cipta Karya pada periode 2015 adalah sebagai berikut:

Tabel.4.3

Produk Meubel CV. Cipta Karya

Produk Meubel	Biaya perunit	Jumlah Produk Yang Di Produksi	Laba yang diharapkan	Biaya lain-lain
Kursi	660.000	240	2.150.000	500.000
Meja	450.000	192	1.750.000	325.000
Almari	1.700.000	96	2.750.000	900.000
Hiasan dinding	150.000	192	325.000	100.000

⁵Hasil wawancara dengan Haryanto selaku pemilik meubel CV. Cipta Karya Desa Kerso Kecamatan Kedung Kabupaten Jepara, tanggal 15 Januari 2017.

Melihat data di atas, dapat diketahui bahwa harga penjualan setiap produk adalah sebagai berikut:⁶

a. Kursi

$$\text{Harga Jual perunit} = 660.000 + 5,3 = 660.005,3$$

$$\text{Mencari nilai mark up} = \frac{2.150.000 + 500.000}{500.000} = 5,3$$

Jadi harga penjualan produk meubel di CV. Cipta Karya selama periode 2015 (1 tahun) adalah sebesar Rp. 158.401.000,-

b. Meja

$$\text{Harga Jual perunit} = 450.000 + 6,384154 = 450.006,38$$

$$\text{Mencari nilai mark up} = \frac{1.750.000 + 325.000}{325.000} = 6,384154$$

Jadi harga penjualan produk meubel di CV. Cipta Karya selama periode 2015 (1 tahun) adalah sebesar Rp. 86.401.000,-

c. Almari

$$\text{Harga Jual perunit} = 1.700.000 + 4,0555556 = 1.700.004,1$$

$$\text{Mencari nilai mark up} = \frac{2.750.000 + 900.000}{900.000} = 4,0555556$$

Jadi harga penjualan produk meubel di CV. Cipta Karya selama periode 2015 (1 tahun) adalah sebesar Rp. 163.200.000,-

d. Hiasan Dinding

$$\text{Harga Jual perunit} = 150.000 + 4,25 = 150.004,25$$

$$\text{Mencari nilai mark up} = \frac{325.000 + 100.000}{100.000} = 4,25$$

Jadi harga penjualan produk meubel di CV. Cipta Karya selama periode 2015 (1 tahun) adalah sebesar Rp. 23.040.800,-

Melihat perhitungan di atas, terdapat suatu kelebihan dan kelemahan yang dialami oleh Haryanto selaku pemilik meubel CV. Cipta Karya Desa Kerso Kecamatan Kedung Kabupaten Jepara mengatakan:

⁶Sunarto, *Akuntansi Manajemen*, AMUS Yogyakarta, Yogyakarta, 2004, hlm. 179.

“Harga pokok penjualan produk pada meubel yang sudah ditentukan kadang mengalami pergantian karena adanya faktor pasar yang sangat mendesak untuk dirubah, inilah yang merupakan salah satu kelemahannya. Sedangkan kelebihanannya adalah keuntungan yang sesuai dengan tujuan perusahaan”⁷

2. Harga Penjualan Produk CV. Agung Jaya Desa Kerso, Kecamatan Kedung Kabupaten Jepara

Saat peneliti melakukan observasi di perusahaan meubel CV. Agung Jaya Desa Kerso Kecamatan Kedung Kabupaten Jepara didapatkan bahwa terdapat kegiatan produksi meubel. Saat melihat seperti itu, peneliti melakukan wawancara dengan pemilik meubel mengenai perkembangan harga penjualan produk. Asy’ari selaku pemilik meubel CV. Agung Jaya Desa Kerso Kecamatan Kedung Kabupaten Jepara mengatakan:

“Harga pokok penjualan produk pada meubel yang saya lakukan tentu melihat pada semua bahan baku, produksi sehingga akan dapat mengetahui harga pokok penjualan produk yang tepat dan sesuai dengan tujuan perusahaan”⁸

Untuk menetapkan harga, pemilik meubel CV. Agung Jaya Desa Kerso Kecamatan Kedung Kabupaten Jepara menggunakan perhitungan antara harga jual perunit, ini dapat dilihat pada perhitungan di bawah ini:

Berdasarkan data dokumentasi didapatkan harga penjualan produk meubel di CV. Cipta Karya pada periode 2015 adalah sebagai berikut:

Tabel.4.4

Produk Meubel CV. Agung Jaya

Produk Meubel	Biaya perunit	Jumlah produk yang diproduksi	Laba yang diharapkan	Biaya lain-lain
Kursi	640.000	240	2.000.000	450.000
Meja	420.000	192	1.500.000	300.000
Almari	1.500.000	96	2.250.000	850.000
Hiasan dinding	120.000	192	300.000	90.000

⁷Hasil wawancara dengan Haryanto selaku pemilik meubel CV. Cipta Karya Desa Kerso Kecamatan Kedung Kabupaten Jepara, tanggal 15 Januari 2017.

⁸Hasil wawancara dengan Asy’ari selaku pemilik meubel CV. Agung Jaya Desa Kerso Kecamatan Kedung Kabupaten Jepara, tanggal 18 Januari 2017.

Melihat data di atas, dapat diketahui bahwa harga penjualan setiap produk adalah sebagai berikut:⁹

a. Kursi

$$\text{Harga Jual perunit} = 640.000 + 5,4 = 640.005,4$$

$$\text{Mencari nilai mark up} = \frac{2.000.000 + 450.000}{450.000} = 5,4$$

Jadi harga penjualan produk meubel di CV. Agung Jaya selama periode 2015 (1 tahun) adalah sebesar Rp. 153. 601.000,-

b. Meja

$$\text{Harga Jual perunit} = 420.000 + 6 = 420.006$$

$$\text{Mencari nilai mark up} = \frac{1500.000 + 300.000}{300.000} = 6$$

Jadi harga penjualan produk meubel di CV. Agung Jaya selama periode 2015 (1 tahun) adalah sebesar Rp. 80.461.000,-

c. Almari

$$\text{Harga Jual perunit} = 1.500.000 + 3,6470588 = 1.500.003,6$$

$$\text{Mencari nilai mark up} = \frac{2.250.000 + 850.000}{850.000} = 3,6470588$$

Jadi harga penjualan produk meubel di CV. Agung Jaya selama periode 2015 (1 tahun) adalah sebesar Rp. 144.000.000,-

d. Hiasan Dinding

$$\text{Harga Jual perunit} = 120.000 + 4,3 = 120.004,3$$

$$\text{Mencari nilai mark up} = \frac{300.000 + 90.000}{90.000} = 4,3$$

Jadi harga penjualan produk meubel di CV. Agung Jaya selama periode 2015 (1 tahun) adalah sebesar Rp. 23.040.800,-

Melihat perhitungan di atas, terdapat suatu kelebihan dan kelemahan yang dialami oleh Asy'ari selaku pemilik meubel CV. Agung Jaya Desa Kerso Kecamatan Kedung Kabupaten Jepara mengatakan:

“kelemahanya dari harga pokok penjualan produk pada meubel yang sudah ditentukan sering mengalami pergantian karena adanya faktor

⁹*Ibid*, hlm. 179.

pasar. Sedangkan kelebihanannya adalah keuntungan yang sesuai dengan tujuan perusahaan”¹⁰

3. Perbandingan Harga Penjualan Produk Antara CV. Cipta Karya dengan CV. Agung Jaya di Desa Kerso, Kecamatan Kedung Kabupaten Jepara

Melihat data yang didapatkan, bahwa terdapat perbandingan penetapan harga penjualan produk meubel tradisional antara CV. Cipta Karya dengan CV. Agung Jaya di Desa Kerso, Kecamatan Kedung Kabupaten Jepara, yaitu:

- a. Kursi di CV. Cipta Karya selama periode 2015 (1 tahun) adalah sebesar Rp. 153.401.000 meja di CV. Cipta Karya selama periode 2015 (1 tahun) adalah sebesar Rp. 86.401.000,- almari di CV. Cipta Karya selama periode 2015 (1 tahun) adalah sebesar Rp. 13.200.000,- dan hiasan dinding di CV. Cipta Karya selama periode 2015 (1 tahun) adalah sebesar Rp. 23.040.800,-
- b. Kursi di CV. Agung Jaya selama periode 2015 (1 tahun) adalah sebesar Rp. 153. 601.000,- meja di CV. Agung Jaya selama periode 2015 (1 tahun) adalah sebesar Rp. 80.41.000,- almari di CV. Agung Jaya selama periode 2015 (1 tahun) adalah sebesar Rp. 144.000.000,- dan hiasan dinding di CV. Agung Jaya selama periode 2015 (1 tahun) adalah sebesar Rp. 23.040.800,-

C. Pembahasan

1. Analisis tentang Penetapan Harga Penjualan Produk Meubel di CV. Cipta Karya Desa Kerso, Kecamatan Kedung Kabupaten Jepara

Pertumbuhan perekonomian saat ini tidak terlepas dari pesatnya pertumbuhan bisnis, baik disektor kecil, menengah dan besar. Hal ini tidak terlepas dari peranan teknologi yang terus berkembang di Indonesia. Perkembangan teknologi menghasilkan sebuah gagasan inovasi yang pada

¹⁰Hasil wawancara dengan Asy'ari selaku pemilik meubel CV. Agung Jaya Desa Kerso Kecamatan Kedung Kabupaten Jepara, tanggal 18 Januari 2017.

akhirnya dapat mendorong perkembangan di dalam dunia bisnis salah satunya adalah kegiatan promosi penjualan. Promosi penjualan merupakan salah satu kekuatan utama didalan dunia bisnis, hal inilah yang menjadi salah satu fokus utama dalam perkembangan teknologi yang diterapkan dunia bisnis. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan penjualan produk.

Bersamaan dengan pertumbuhan ekonomi dan perkembangan teknologi di kabupaten Jepara yang sebagian besar masyarakatnya berbisnis meubel, maka dunia usahapun mengalami perkembangan yang pesat dengan munculnya berbagai industri meubel yang berusaha menciptakan produk-produk terbaik guna memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Perkembangan pesat dalam dunia usaha meubel juga memberikan gambaran tentang kesejahteraan masyarakat yang semakin meningkat, kesejahteraan yang meningkat ini akan meningkatkan pula daya beli masyarakat dan konsumen.

Tetapi, pada sisi lain perkembangan itu menyebabkan timbulnya persaingan yang semakin ketat pada dunia usaha meubel akhir-akhir ini. industri meubel yang pada mulanya memiliki pangsa pasar yang besar, serta daerah pemasaran yang luas, kini dituntut untuk bekerja lebih efisien dan efektif serta tanggap mengantisipasi pasar yang akan mereka masuki baik pada saat ini maupun pada saat yang akan datang.

Dari sisi pasar, semakin banyaknya konsumen/pelanggan yang berasal dari luar kota, maka pelayanan tidak bisa secara langsung, melainkan melalui komunikasi jarak jauh.

Dalam usaha mempertahankan kelangsungan hidup industri meubel, salah satu persoalan yang cukup penting adalah aspek penjualan, yaitu bagaimana supaya produk meubel dapat terjual dengan cepat dan memberikan kepuasan kepada konsumen. Setiap industri akan menganut sistem penjualan yang berbeda-beda tergantung dari kebutuhan dan besar kecilnya perusahaan tersebut.

Menjual adalah suatu seni untuk meyakinkan, mempengaruhi, atau menggerakkan orang lain agar berpikir dan melakukan sesuatu yang

dilakukan oleh penjual. Seorang penjual memahami arti pengembangan pribadi, kerja sama, dan meningkatkan konsumsi. Keberhasilan lebih ditentukan oleh nilai kepribadian daripada kecakapan. Proses menjual dimulai dengan menarik perhatian dan membangkitkan keinginan untuk membeli kemudian diakhiri dengan penjualan produk.

Promosi penjualan sangat berpengaruh terhadap usaha suatu industri untuk mencapai volume penjualan yang maksimal, karena meskipun produk yang ditawarkan sudah baik, relatif murah serta mudah untuk diperoleh, jika tidak disertai promosi yang baik, maka tingkat penjualan tidak akan efektif.

Dalam berbagai usaha, penentuan harga barang dan jasa merupakan suatu strategi kunci sebagai akibat dari berbagai hal seperti *deregulasi*, persaingan yang semakin ketat, rendah dan tingginya pertumbuhan ekonomi, dan peluang bagi suatu usaha untuk memantapkan posisinya di pasar. Harga sangat mempengaruhi posisi dan kinerja keuangan, dan juga sangat mempengaruhi posisi dan kinerja merek. Harga menjadi suatu ukuran bagi konsumen tatkala ia mengalami kesulitan dalam menilai mutu produk-produk yang kompleks yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan. Apabila barang yang diinginkan oleh konsumen adalah barang dengan kualitas tinggi atau mutu baik, maka tentunya barang tersebut adalah mahal. Sebaliknya apabila yang diinginkan oleh konsumen adalah barang dengan kualitas biasa-biasa saja atau tidak terlalu baik, maka harga barang tersebut adalah tidak terlalu mahal.

Kesalahan dalam penentuan harga dapat menimbulkan berbagai konsekuensi dan dampaknya berjangkau jauh. Tindakan pentapan harga yang melanggar etika dapat menyebabkan para pelaku usaha tidak disukai oleh para pembeli, bahkan para pembeli dapat melakukan suatu reaksi yang dapat menjatuhkan nama baik pelaku usaha. Apabila kewenangan harga tidak berada pada pelaku usaha melainkan berada pada kebijakan pemerintah, maka penentuan harga yang tidak diinginkan oleh para

pembeli (dalam hal ini sebagian besar masyarakat) bisa mengakibatkan suatu reaksi oleh banyak orang atau kalangan.

Setiap perusahaan menghadapi permasalahan yang berbeda-beda. Dalam penentuan harga jual, ada perusahaan yang tidak menghadapi persoalan apapun. Perusahaan jenis ini membuat produk untuk bersaing dengan perusahaan lain berupa produk sejenis yang telah memiliki harga pasar pasti. Dengan demikian, para pelanggan akan membayar tidak lebih dari harga jual tersebut, sehingga tidak ada alasan bagi perusahaan untuk menentukan harga jual dibawah atau diatas harga pasar tersebut. Dalam kondisi seperti ini, perusahaan cukup menetapkan harga jual produk sebesar harga pasar.¹¹

Harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya baik berupa barang maupun jasa. Menetapkan harga terlalu tinggi akan menyebabkan penjualan menurun, namun jika terlalu rendah akan mengurangi keuntungan yang dapat diperoleh organisasi perusahaan.¹²

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Ika Neni Kristanti, salah satu persoalan rumit yang dihadapi oleh manajemen perusahaan adalah menetapkan harga jual produk perusahaan. Harga jual produk perusahaan sangat berpengaruh terhadap keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuan. Harga jual yang terlalu tinggi akan membuat konsumen tidak membeli atau mengurangi jumlah produk perusahaan sehingga perusahaan tidak akan memperoleh pendapatan dan laba yang cukup. Sebaliknya harga jual yang terlalu rendah akan membuat perusahaan tidak mampu mencapai laba usaha yang direncanakan. Karena itu, menetapkan harga

¹¹Krismiaji, *Dasar-Dasar Akuntansi Manajemen*, cet. Pertama, Unit Penerbit dan Percetakan AMP YKPN, Yogyakarta, 2002, hlm. 353

¹²Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, edisi revisi, alfabeta, Bandung, 2002, hlm. 125

jual produk perusahaan pada harga yang tepat sangat penting bagi perusahaan agar tujuan perusahaan secara umum dapat tercapai.¹³

Penentuan harga jual dengan tepat, terlebih dahulu harus diketahui harga pokok produksi (perusahaan manufaktur), karena harga pokok produksi merupakan dasar bagi perusahaan untuk menentukan harga jual. Harga pokok produksi merupakan komponen biaya yang langsung berhubungan dengan produksi. Penetapan harga pokok produksi memegang peranan yang sangat penting pada suatu perusahaan, sebab dari harga pokok dapat dibuat analisa rencana dan kekuatan pemasaran, penentuan harga jual dan sebagai perencanaan laba perusahaan.¹⁴

Secara teoritik kebijaksanaan yang ditempuh oleh setiap wiraniaga untuk menjual hasil produksinya adalah promosi secara tradisional. Industri meubel yang masih menganut sistem penjualan secara tradisional, umumnya perusahaan-perusahaan tersebut adalah perusahaan lama atau senior yang masih mempertahankan penjualan dengan cara promosi dari mulut ke mulut secara langsung sehingga pelanggan satu akan menarik pelanggan lainnya, dan pembeli akan datang langsung ke toko untuk melihat produknya secara langsung, sehingga terjadi keterbukaan antara penjual dan pembeli, yang berarti pembeli dapat mengetahui kelebihan dan kelemahan produk yang akan dibeli. Jika terjadi transaksi jual beli, maka terjadi jual beli yang obyektif.

Dari semua hal yang diharapkan promosi penjualan, perlu pula dipertimbangkan apakah biaya yang dikeluarkan dapat memberikan pengaruh yang besar terhadap peningkatan penjualan dan sampai sejauh mana promosi penjualan itu dapat menarik konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan.

¹³Ika Neni Kristanti, *Analisis Penetapan Harga Jual Dengan Metode Cost Plus Dan Metode Tingkat Pengembalian Atas Modal Yang Digunakan Pada Toko Mebel Lestari Pejagoan*, Jurnal Fokus Bisnis, Vol.12 No.02 Desember 2013, hlm. 83-84

¹⁴Chistanti, Harijanto, Treesje Runtu, *Penentuan Harga Jual Produk Dengan Menggunakan Metode Cost Plus Pricing Pada UD.SINAR SAKTI*, jurnal EMBA, vol.2 No.3 September 2014, hlm. 209

Industri meubel yang ada di kabupaten Jepara yang bergerak dalam pembuatan produk meubel berusaha untuk mempertahankan pangsa pasarnya sehingga produk yang dipasarkannya dapat terus dipertahankan bahkan ditingkatkan.

CV. Cipta Karya produk-produk yang dihasilkan adalah kursi, meja, almari, hiasan dinding, dan lain sebagainya. Biaya 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 secara langsung oleh volume produk dan biaya penuh yang tidak dipengaruhi oleh biaya produk. Dalam penentuan harga jual, taksiran biaya penuh secara langsung berhubungan dengan volume produk dipakai sebagai dasar penentuan harga jual, sedangkan taksiran biaya penuh tidak dipengaruhi oleh volume produk ditambah laba yang diharapkan untuk kepentingan perhitungan presentase *mark up*. Rumus perhitungan harga jual atas dasar biaya dapat dinyatakan dalam persamaan berikut ini:

$$\text{Harga jual per unit} = \text{Biaya yang berhubungan langsung dengan volume (per unit)} + \text{Presentasi } \textit{mark up}$$

$$\text{Presentasi } \textit{mark up} = \frac{\text{Laba yang diharapkan} + \text{Biaya yang tidak dipengaruhi langsung oleh volume produk}}{\text{Biaya yang dipengaruhi langsung oleh volume produk}}$$

Melihat data di atas, dapat diketahui bahwa harga penjualan setiap produk adalah sebagai berikut:

a. Kursi

$$\text{Harga Jual perunit} = 660.000 + 5,3 = 660.005,3$$

$$\text{Mencari nilai } \textit{mark up} = \frac{2.150.000 + 500.000}{500.000} = 5,3$$

Jadi harga penjualan produk meubel di CV. Cipta Karya selama periode 2015 (1 tahun) adalah sebesar Rp. 158.401.000,-

b. Meja

$$\text{Harga Jual perunit} = 450.000 + 6,384154 = 450.006,38$$

$$\text{Mencari nilai } \textit{mark up} = \frac{1.750.000 + 325.000}{325.000} = 6,384154$$

Jadi harga penjualan produk meubel di CV. Cipta Karya selama periode 2015 (1 tahun) adalah sebesar Rp. 86.401.000,-

c. Almari

$$\text{Harga Jual perunit} = 1.700.000 + 4,0555556 = 1.700.004,1$$

$$\text{Mencari nilai } \textit{mark up} = \frac{2.750.000 + 900.000}{900.000} = 4,0555556$$

Jadi harga penjualan produk meubel di CV. Cipta Karya selama periode 2015 (1 tahun) adalah sebesar Rp. 163.200.000,-

d. Hiasan Dinding

$$\text{Harga Jual perunit} = 150.000 + 4,25 = 150.004,25$$

$$\text{Mencari nilai } \textit{mark up} = \frac{325.000 + 100.000}{100.000} = 4,25$$

Jadi harga penjualan produk meubel di CV. Cipta Karya selama periode 2015 (1 tahun) adalah sebesar Rp. 23.040.800,-

Berdasarkan data di atas, dapat diketahui bahwa kursi di CV. Cipta Karya selama periode 2015 (1 tahun) adalah sebesar Rp. 158.401.000,- meja di CV. Cipta Karya selama periode 2015 (1 tahun) adalah sebesar Rp. 86.401.000,- almari di CV. Cipta Karya selama periode 2015 (1 tahun) adalah sebesar Rp. 163.200.000,- dan hiasan dinding di CV. Cipta Karya selama periode 2015 (1 tahun) adalah sebesar Rp. 23.040.800,-

Penetapan harga merupakan suatu masalah ketika perusahaan harus menentukan harga untuk pertama kali. Hal ini terjadi ketika perusahaan mengembangkan atau memperoleh suatu produk baru, ketika ia memperkenalkan produk lamanya ke saluran distribusi baru atau ke daerah geografis baru dan ketika ia melakukan tender memasuki suatu tawaran kontrak kerja yang baru. Kebijakan harga sebagai salah satu kebijakan di dalam perusahaan tentu saja tidak boleh bertentangan

dengan kebijaksanaan perusahaan secara keseluruhan. Dengan demikian, tujuan penetapan harga harus selalu dikaitkan dengan tujuan perusahaan. Karena itu, sebaiknya tujuan perusahaan dinyatakan dengan tegas agar semua pihak di dalam perusahaan mengetahuinya.

2. Analisis tentang Penetapan Harga Penjualan Produk Meubel di CV. Agung Jaya Desa Kerso, Kecamatan Kedung Kabupaten Jepara

Harga merupakan variabel bauran pemasaran yang paling fleksibel. Perusahaan pada umumnya dapat menyesuaikan harga dengan lebih mudah dan lebih cepat daripada mengganti variabel bauran pemasaran yang lain. Bagi konsumen, harga merupakan nilai tukar untuk mendapatkan kepuasan. Daya beli ditentukan oleh pendapatan konsumen. Harga tidak selalu harus dibayar dengan uang atau pertimbangan financial yang lain.¹⁵

Penetapan harga adalah menetapkan harga suatu barang. Apabila nilai harga barang itu terlalu tinggi akan menyebabkan penjualan menurun namun jika harga terlalu rendah akan mengurangi keuntungan yang dapat diperoleh oleh penjual. Penentuan harga juga memiliki beberapa tujuan dan pendekatan dalam penentuan harga, pendekatan tersebut ada tiga macam. Yaitu: pendekatan *supply* dan *demand*, pendekatan yang berorientasi ke biaya, dan pendekatan pasar. Selain itu penentuan harga juga memiliki strategi-strategi tertentu.

Penetapan harga dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik faktor internal maupun faktor eksternal. Faktor internal meliputi: tujuan pemasaran perusahaan, strategi bauran pemasaran, biaya, dan metode penetapan harga. Faktor eksternal meliputi: sifat pasar dan permintaan, persaingan, faktor lingkungan lain (perekonomian pemerintah). Sebelum penetapan harga dilakukan, tujuannya harus ditetapkan terlebih dahulu, tujuan penetapan harga meliputi:

¹⁵ Mas'ud Machfoedz, *Kewirausahaan*, BPFY-Yogyakarta, Yogyakarta, 2005, hlm. 109

- a. Orientasi laba: mencapai tarjet laba dan meningkatkan laba. Perusahaan dapat memilih satu di antara dua tujuan berorientasi laba dalam kebijaksanaan penetapan harga. tujuan berorientasi laba dapat ditempuh dalam periode jangka pendek atau jangka panjang. Sebuah perusahaan dapat menetapkan harga produknya untuk mencapai presentase tertentu dari penjualan atau investasinya. Pencapaian tujuan seperti ini diterapkan oleh pedagang perantara atau produsen.
- b. Orientasi penjualan: meningkatkan volume penjualan, dan mempertahankan atau mengembaangkan pangsa pasar. penetapan harga di beberapa perusahaan difokuskan pada volume penjualan selama periode waktu tertentu, misalnya 1 tahun atau 3 tahun. Manajemen bertujuan meningkatkan volume penjualan dengan memberikan diskon atau strategi penetapan harga yang agresif lainnya meskipun harus mengalami rugi dalam jangka pendek.¹⁶

CV. Agung Jaya produk-produk yang dihasilkan adalah kursi, meja, almari, hiasan dinding, dan lain sebagainya. Menentukan harga merupakan suatu alat untuk mencapai tujuan. Tujuan ini berasal dari perusahaan itu sendiri yang selalu menetapkan harga barang atau jasa setepat mungkin.

Biaya 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 secara langsung oleh volume produk dan biaya penuh yang tidak dipengaruhi oleh biaya produk. Dalam penentuan harga jual, taksiran biaya penuh secara langsung berhubungan dengan volume produk dipakai sebagai dasar penentuan harga jual, sedangkan taksiran biaya penuh tidak dipengaruhi oleh volume produk ditambah laba yang diharapkan untuk kepentingan perhitungan presentase *mark up*. Rumus perhitungan harga jual atas dasar biaya dapat dinyatakan dalam persamaan berikut ini:

¹⁶*Ibid*, hlm. 110

$$\text{Harga jual per unit} = \text{Biaya yang berhubungan langsung dengan volume (per unit)} + \text{Presentasi } \textit{mark up}$$

$$\text{Presentasi } \textit{mark up} = \frac{\text{Laba yang diharapkan} + \text{Biaya yang tidak dipengaruhi langsung oleh volume produk}}{\text{Biaya yang dipengaruhi langsung oleh volume produk}}$$

Melihat data di atas, dapat diketahui bahwa harga penjualan setiap produk adalah sebagai berikut:

a. Kursi

$$\text{Harga Jual perunit} = 640.000 + 5,4 = 640005,4$$

$$\text{Mencari nilai } \textit{mark up} = \frac{2.000.000 + 450.000}{450.000} = 5,4$$

Jadi harga penjualan produk meubel di CV. Agung Jaya selama periode 2015 (1 tahun) adalah sebesar Rp. 153. 601.000,-

b. Meja

$$\text{Harga Jual perunit} = 420.000 + 6 = 420006$$

$$\text{Mencari nilai } \textit{mark up} = \frac{1500.000 + 300.000}{300.000} = 6$$

Jadi harga penjualan produk meubel di CV. Agung Jaya selama periode 2015 (1 tahun) adalah sebesar Rp. 80.461.000,-

c. Almari

$$\text{Harga Jual perunit} = 1.500.000 + 3,6470588 = 1500003,6$$

$$\text{Mencari nilai } \textit{mark up} = \frac{2.250.000 + 850.000}{850.000} = 3,6470588$$

Jadi harga penjualan produk meubel di CV. Agung Jaya selama periode 2015 (1 tahun) adalah sebesar Rp. 144.000.000,-

d. Hiasan Dinding

$$\text{Harga Jual perunit} = 120.000 + 4,3 = 120004,3$$

$$\text{Mencari nilai } \textit{mark up} = \frac{300.000 + 90.000}{90.000} = 4,3$$

Jadi harga penjualan produk meubel di CV. Agung Jaya selama periode 2015 (1 tahun) adalah sebesar Rp. 23.040.800,-

Berdasarkan data di atas, dapat diketahui bahwa kursi di CV. Agung Jaya selama periode 2015 (1 tahun) adalah sebesar Rp. 153. 601.000,- meja di CV. Agung Jaya selama periode 2015 (1 tahun) adalah sebesar Rp. 80.461.000,- almari di CV. Agung Jaya selama periode 2015 (1 tahun) adalah sebesar Rp. 144.000.000,- dan hiasan dinding di CV. Agung Jaya selama periode 2015 (1 tahun) adalah sebesar Rp. 23.040.800,-

3. Analisis tentang Perbandingan Penetapan Harga Penjualan Produk Meubel Tradisional Antara CV. Cipta Karya dengan CV. Agung Jaya di Desa Kerso, Kecamatan Kedung Kabupaten Jepara

Harga beban pokok penjualan terdiri dari harga perolehan persediaan barang dagangan yang sudah laku terjual. Harga pokok penjualan merupakan salah satu informasi yang harus disajikan dalam laporan keuangan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang perdagangan atau industri manufaktur.

Harga perolehan yang dimaksudkan di sini meliputi harga beli barang dagangan ditambah dengan biaya-biaya pembelian yang menjadi tanggungan perusahaan sampai dengan barang yang bersangkutan siap untuk dijual. Pada saat membeli barang perusahaan menanggung harga beli dan biaya-biaya seperti biaya asuransi dan pengangkutan sampai dengan barang yang bersangkutan siap dijual. Total beban ini dikumpulkan dan diperhitungkan pada tiap unit barang yang dibeli, dan diberi nama harga perolehan. Selama barang yang bersangkutan belum laku terjual maka nilai-nilai tersebut disajikan dalam neraca sebagai persediaan. Jika sebagian dari barang tersebut laku terjual maka bagian nilai perolehan untuk barang yang laku terjual tersebut diberi nama harga

pokok penjualan. Dalam pelaporan keuangan disajikan sebagai pengurang atas penjualan dalam laporan laba rugi.¹⁷

Kegiatan utama perusahaan dagang adalah membeli barang jadi dan menjualnya kembali kepada para konsumen. Sesuai dengan prinsip penandingan (*matching principle*) laba bersih suatu perusahaan dagang dihitung dengan cara mengurangkan biaya untuk memperoleh pendapatan dari hasil penjualan pada periode yang bersangkutan. Biaya-biaya tersebut meliputi harga pokok (*cost*) barang yang terjual dan biaya-biaya operasi yang terjadi selama periode yang bersangkutan. Harga pokok barang yang telah laku dijual biasa disebut harga pokok penjualan (HPP). Dalam suatu toko pakaian, yang disebut harga pokok penjualan meliputi semua biaya yang dikeluarkan untuk membeli kemeja, celana, rok, blouse, sweaters, Tshirts, dan barang dagangan lain yang telah laku dijual dalam suatu periode. Biaya operasi suatu toko pakaian meliputi semua biaya yang berhubungan dengan kegiatan penjualan dan administrasi toko, seperti biaya sewa, gaji pegawai, biaya advertensi, biaya listrik, dan biaya telepon.

Penentuan kuantitas dan harga pokok barang yang ada dalam persediaan pada akhir periode (persediaan akhir), dan harga pokok barang yang sudah dijual selama periode (harga pokok penjualan) merupakan masalah yang cukup pelik dalam pelaporan keuangan. Hal ini menjadi masalah yang sulit karena angka persediaan akhir di satu pihak akan dicantumkan dalam neraca sebagai persediaan, dan di lain pihak akan dicantumkan dalam laporan rugi-laba sebagai salah satu elemen yang akan berpengaruh pada penentuan laba bersih perusahaan. Hal-hal yang berpengaruh pada penentuan harga pokok penjualan terdiri atas:

- a. Harga pokok barang yang ada pada awal periode (persediaan awal)
- b. Harga pokok barang yang dibeli selama periode (harga pokok pembelian)

¹⁷ L.M. Samryn, *Pengantar Akuntansi*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2014, hlm. 311-312

- c. Harga pokok barang yang belum terjual dan ada dalam persediaan pada akhir periode (persediaan akhir).¹⁸

Melihat data yang didapatkan, bahwa terdapat perbandingan penetapan harga penjualan produk meubel tradisional antara CV. Cipta Karya dengan CV. Agung Jaya di Desa Kerso, Kecamatan Kedung Kabupaten Jepara, yaitu:

- c. Kursi di CV. Cipta Karya selama periode 2015 (1 tahun) adalah sebesar Rp. 153.401.000 meja di CV. Cipta Karya selama periode 2015 (1 tahun) adalah sebesar Rp. 86.401.000,- almari di CV. Cipta Karya selama periode 2015 (1 tahun) adalah sebesar Rp. 13.200.000,- dan hiasan dinding di CV. Cipta Karya selama periode 2015 (1 tahun) adalah sebesar Rp. 23.040.800,-
- d. Kursi di CV. Agung Jaya selama periode 2015 (1 tahun) adalah sebesar Rp. 153. 601.000,- meja di CV. Agung Jaya selama periode 2015 (1 tahun) adalah sebesar Rp. 80.41.000,- almari di CV. Agung Jaya selama periode 2015 (1 tahun) adalah sebesar Rp. 144.000.000,- dan hiasan dinding di CV. Agung Jaya selama periode 2015 (1 tahun) adalah sebesar Rp. 23.040.800,-

Sementara persamaannya adalah sama-sama menggunakan penentuan harga dengan harga jual per unit, di mana biaya 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 secara langsung oleh volume produk dan biaya penuh yang tidak dipengaruhi oleh biaya produk. Dalam penentuan harga jual, taksiran biaya penuh secara langsung berhubungan dengan volume produk dipakai sebagai dasar penentuan harga jual, sedangkan taksiran biaya penuh tidak dipengaruhi oleh volume produk ditambah laba yang diharapkan untuk kepentingan perhitungan presentase *mark up*.

¹⁸AI. Haryono Jusup, *Dasar Dasar Akuntansi*, Penerbitan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN, Yogyakarta, 2002, hlm. 333-335

Dari kedua CV tersebut kita dapat melihat bahwa harga perunit di CV.Cipta Karya lebih mahal dari CV.Agung Jaya dan jangkauan pemasaran CV.Cipta Karya itu lebih luas dari pada CV.Agung Jaya, sehingga penjualan dapat meningkat dan dapat dikatakan bahwa penetapan harga di CV. Cipta Karya sudah tepat. Karena melihat jangkauan pemasaran di CV. Cipta Karya itu juga lebih luas. Sedangkan CV.Agung Jaya lebih murah dilihat dari sisi pemasarannya yang masih diarea jepara dan sekitarnya, dan penetapan harganya juga sudah tepat karena hanya melayani penjualan diarea jepara dan sekitarnya. Dan dapat dikatakan bahwa penetapan harga di CV.Cipta Karya lebih unggul dibandingkan CV. Agung Jaya