

**ANALISIS PENETAPAN HARGA JUALPADA UD. MEBEL BERKAHDUA DI KOTA MASOHI KABUPATEN MALUKU TENGAH**

***ANALYSIS OF SELLING PRICE FIXING AT UD. TWO BLESSING FURNITURE IN MASOHI CITY CENTRAL MALUKU REGENCY***

Oleh

**Yuliarti Abdul Kadir<sup>1)</sup>, T. E. Siahaya<sup>2\*)</sup>, dan M. Sahureka<sup>3)</sup>**

<sup>1,2,3)</sup>Program Studi Kehutanan, Fakultas Pertanian, Universitas Pattimura

Jln. Ir. M. Putuhena, Kampus Poka, Ambon, 97233

Email: [yuliartikadir13@gmail.com](mailto:yuliartikadir13@gmail.com)

Diterima: 10 Juli 2022

Disetujui: 23 Oktober 2022

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penetapan harga pada UD. Mebel Berkah Dua untuk setiap jenis produk yang dihasilkan dan mengetahui faktor- faktor apa saja yang mempengaruhi penetapan harga tersebut. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penetapan harga berdasarkan biaya yang terdiri atas Penetapan Harga Biaya Plus, Penetapan Harga Mark- Up dan Penetapan Harga Jual, dimana data yang di teliti dalam penelitian ini adalah Neraca, Laporan Rugi Laba dan Daftar harga yang ditetapkan oleh perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada 28 produk mebel memiliki harga lebih kecil dari hasil analisis dan faktor- faktor yang mempengaruhi penetapan harga jual internal dan faktor eksternal.

**Kata kunci:** *Penetapan, Harga Jual, Mebel*

**Abstract**

This study aims to determine the pricing at UD. Berkah Dua Furniture for each type of product produced and knowing what factors influence the pricing. The method used in this study is a cost-based pricing method consisting of Cost Plus Pricing, Mark-Up Pricing and Selling Price Determining, where the data examined in this study are the Balance Sheet, Profit and Loss Report and the price list set by the company. The results of the study shows that 28 furniture products have prices lower than the results of the analysis and the factors that influence the determination of the selling price are internal and external factors.

**Keywords:** *Determination, Selling Price, Furniture*

## PENDAHULUAN

Perkembangan industry mebel di Indonesia mampu memberikan kontribusi positif bagi perekonomian negara. Salah satu jenis dari industry manufaktur ini terbukti mampu menjadi komoditas strategis bagi ekonomi Indonesia (Sari, dkk 2021). Namun perkembangan industry furniture bisa saja terhambat akibat kendala yang terjadi. Salah satunya adalah kemampuan manajemen perusahaan. Kemampuan manajemen yang baik dibutuhkan agar tujuan-tujuan dan target perusahaan dapat tercapai dengan langkah yang efisien dan efektif (Gunawan 2013).

Penetapan harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan pemasaran. Penetapan harga jual produk harus akurat karena akan berpengaruh terhadap harga jual suatu produk. Selain harga lebih akurat profit yang diinginkan perusahaan juga dapat tercapai, Tangdialla & Pakanna (2010). Harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga sangat menentukan besar kecilnya produk dan jasa. Penentuan harga menjadi suatu masalah jika perusahaan akan menetapkan harga untuk pertama kalinya. Ini terjadi ketika perusahaan mengembangkan atau memperoleh produk baru, ketika akan melakukan penawaran atas suatu perjanjian kerja baru (Ismail 2011).

UD. Mebel Berkah Dua merupakan salah satu usaha mebel di Kota Masohi Kabupaten Maluku Tengah yang telah berdiri sejak tahun 2007. Industri ini memproduksi produk-produk furniture berbahan baku kayuseperti lemari, meja, dan kursi yang terbuat dari kayu angšana

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada UD. Mebel Berkah Dua Di Kota Masohi Kabupaten Maluku Tengah, dan penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret sampai April 2021. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Menurut Neuman W Lawrance (2003), metode

(*Pterocarpus indicus*), jati (*Tectona grandis*) dan meranti (*Shorea sp.*). Salah satu strategi agar dapat mempertahankan industri mebel ini adalah dengan penentuan harga jual yang tepat dan didapat dari laporan biaya produksi sehingga dengan informasi ini perusahaan dapat membuat strategi untuk penentuan harga jual (Adawia, 2021).

Dalam penelitian ini hanya meneliti pada cara perusahaan menentukan penetapan harga jual suatu produk dan faktor yang mempengaruhi penetapan harga jual dikarenakan pada permasalahan yang ditemukan dilapangan, menganggap bahwa tercapainya tujuan perusahaan dipengaruhi oleh penetapan harga yang sesuai dengan biaya yang dikeluarkan. Dalam kegiatan kesehariannya mebel UD. Berkah Dua melakukan penerapan biaya-biaya belum efektif, masih menggunakan perkiraan untuk menetapkan harga jual suatu produk, dan hal seperti itu akan sangat berdampak pada tujuan perusahaan kedepan dengan mengingat saat ini harga bahan baku dan bahan pendukung lainnya sedang mengalami kenaikan harga. Oleh karena itu dalam menentukan harga jual produk, tidak dapat dilakukan menggunakan perkiraan harus sesuai perhitungan atau metode yang tepat dengan menyesuaikan kondisi pasar yang terjadi sehingga perlu dilakukan penelitian mengenai “Analisis Penetapan Harga Jual Pada UD. Mebel Berkah Dua Di Kota Masohi Kabupaten Maluku Tengah”, agar dapat memberikan keuntungan kepada pihak perusahaan dalam mengelola usahanya.

survei adalah penelitian mengenai data kuantitatif. Dalam penelitian survei, peneliti menanyakan ke beberapa orang (responden) tentang keyakinan, pendapat, karakteristik suatu obyek dan perilaku yang telah lalu atau sekarang. Dalam penelitian ini penulis

menggunakan dua jenis data untuk melengkapi penelitian yaitu data primer dan data sekunder.

Metode analisis data yang dipergunakan adalah metode cost plus pricing atau penetapan harga jual dengan menambahkan laba diharapkan di atas biaya penuh massa yang akan datang untuk memproduksi dan memasarkan produk. Metode ini juga di dukung oleh Woran, Ilat & Mawikere (2014) yang mengemukakan bahwa

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

Laba yang diharapkan dihitung berdasarkan investasi yang ditanamkan untuk menghasilkan suatu produk. Untuk lebih jelas

menggunakan metode cost plus pricing dalam penetapan harga jual produk sangat tepat karena pada penelitian Gayatri (2013) menunjukkan hasil yang positif dengan menggunakan metode ini harga jual produk menjadi lebih rendah. Harga jual berdasarkan *cost plus pricing* dihitung dengan rumus seperti yang digunakan untuk menghitung harga jual dalam keadaan normal, yaitu :

dapat dilihat pada rumus berikut ini (Mulyadi 2011) :

$$\text{ROI} = \frac{\text{Laba Bersih Usaha}}{\text{Penjualan}} \times \frac{\text{Laba Bersih Usaha}}{\text{Penjualan}} \dots\dots\dots (1)$$

$$\text{Uji Mark Up} = \frac{\text{Pengambilan Aktiva Yang Diinginkan} + \text{Biaya Tetap}}{\text{Biaya Variabel}} \dots\dots\dots (2)$$

$$\text{Atau Presentase Mark Up :} \\ \% \text{ MU} = \frac{\text{Lhr} + \text{Btv}}{\text{Bv}} \dots\dots\dots (3)$$

Di mana :

% MU = Presentase Mark Up

Lhr = Laba yang diharapkan (Rp)

Btv= Biaya yang tidak dipengaruhi langsung oleh volume produk (Rp)

Bv=Biaya yang dipengaruhi langsung oleh volume produk (Rp)

### 3. Penetapan Harga Jual

Untuk penetapan harga jual, dalam kegiatan pemasaran, penetapan harga jual produk memerlukan berbagai pertimbangan yang terintegrasi, mulai dari biaya produksi, biaya

operasional, target laba yang di inginkan oleh perusahaan, daya beli masyarakat, harga jual pesaing dan kondisi perekonomian (Permana, 2020). Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$\text{Besar Harga Jual} = \frac{\text{Biaya Variabel}}{\text{Unit Barang}} (\text{Unit barang} + \% \text{ Mark Up}) \dots\dots\dots (4)$$

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Produksi dan Pemasaran Produk Mebel Pada

UD.Mebel Berkah Dua.

Produksi

Bahan baku utama berupa kayu didapat dari toko kayu yang berasal dari Seram Utara

dengan menggunakan transportasi pribadi dan biasanya didatangkan dalam bentuk log dan papan yang kemudian diletakkan pada tempat yang mendapatkan sinar matahari agar kayunya kering. Jenis kayu yang digunakan yaitu lenggua (*Pterocarpus indicus*), jati (*Tectona grandis*) dan

meranti (*Shorea sp*). Kayu yang sudah di keringkan dapat langsung digunakan untuk membuat sebuah produk misalnya lemari. Untuk membuat sebuah lemari membutuhkan 18 lembar papan dengan ukuran 2 cm, ukuran p×l×t yaitu 120x60x2 cm, kemudian papan tersebut dipotong menjadi rangka-rangka desain produk, potongan papan dihaluskan dengan menggunakan power sander (mesin amplas) atau bisa juga secara manual menggunakan bahan kertas amplas nomor 100 dan nomor180, sehingga halus dan rapi dan potongan papan tersebut disambungkan

dengan lem sesuai bentuk lemari yang diinginkan. Setelah itu produk diwarnai dan difinishing dengan desain yang telah disediakan dan dikeringkan dengan sinar matahari agar hasil pengecatan dapat cepat meresap dan menjadi sebuah lemari seperti yang diinginkan. Untuk tiga jenis produk dibutuhkan waktu pengerjaan selama 1 hari namun bisa juga lebih karena tergantung pada kerumitan desain dan mesin yang digunakan. Produk dan penetapan harganya. Hasil disajikan pada Tabel 1.

**Tabel 1.** Jenis-jenis dan harga produk mebel yang ditetapkan pada UD.Mebel Berkah Dua

No.	Jenis Produk	Jumlah Satuan Unit	Harga	Jumlah
1	Tempat tidur jari-jari ukuran 120	38	2.500.000	95.000.000
2	Tempat tidur jari-jari ukuran 160	28	2.900.000	81.200.000
3	Tempat tidur susun	28	3.200.000	89.600.000
4	Kursi Obat Nyamuk	15	6.000.000	90.000.000
5	Kursi teras	45	1.800.000	81.000.000
6	Kursi anggur	42	1.900.000	79.800.000
7	Kursi teras kipas	30	3.000.000	90.000.000
8	Kursi goyang	38	2.200.000	83.600.000
9	Kursi kopor	40	2.000.000	80.600.000
10	Meja makan 4 kursi	18	5.000.000	90.000.000
11	Meja makan 6 kursi	15	6.000.000	90.000.000
12	Meja belajar	40	1.900.000	76.000.000
13	Meja hias	30	3.000.000	90.000.000
14	Meja kantor 1 biro	30	2.850.000	85.500.000
15	Meja kantor ½ biro	45	1.850.000	83.250.000
16	Meja komputer	48	1.500.000	72.000.000
17	Lemari rak	48	1.500.000	72.000.000
18	Lemari dapur	18	5.000.000	90.000.000
19	Lemari buku	40	2.000.000	80.000.000
20	Lemari kayu 2 pintu	30	3.000.000	90.000.000
21	Bufet tv kecil	38	2.500.000	95.000.000
22	Bufet tv besar	15	6.500.000	97.500.000
23	Pintu besar ukuran 200x100	50	1.500.000	75.000.000
24	Jendela	150	600.000	90.000.000
25	Rak sepatu kayu	50	1.500.000	75.000.000
26	Sofa kayu jati	15	6.500.000	97.500.000
27	Sofa kayu jati minimalis	15	3.000.000	45.000.000
28	Sofa kursi keranjang	28	6.000.000	168.000.000
	Total	1.027		2.432.550.000

Sumber Primer (2021)

Berdasarkan tabel 1, produktivitas pada UD. Mebel Berkah Dua dalam 1 tahun mencapai

1.027 produk. Harga produk tertinggi dari 28 jenis produk diatas yaitu tempat tidur susun dan harga produk terendah yaitu jendela.

**Tabel 2.** Data biaya variabel dan biaya tetap pada UD. Mebel Berkah Dua

Uraian	Biaya ( Rp )
I. Biaya Variabel	
1. Biaya Bahan Baku (Kayu)	45.000.000/thn
2. Biaya Bahan Penunjang	
- Thener ND	4.100.000/thn
- Thener NC	5.400.000/thn
- Milamic SCF	2.320.000/thn
- Bahan motif kain	3.250.000/thn
- Sanding Furnikote	2.150.000/thn
- Cat Warna Manggis Impr	1.020.000/thn
- Cat Doff	1.020.000/thn
- Amplas No. 100	1000.000/thn
- Amplas No. 160	1000.000/thn
- Busa 8 cm	1.200.000/thn
- Lem Epoxi	3.000.000/thn
- Pengering Milamic	360.000/thn
- Paku ( 2cm )	50.000/thn
- Paku ( 3cm )	45.000/thn
- Paku ( 4cm )	45.000/thn
- Paku ( 5cm )	45.000/thn
- Paku ( 7cm )	50.000/thn
- Engsel Biasa	2.000.000/thn
- Kunci Lemari	2.000.000/thn
- Sekrup ( 3cm )	125.000/thn
- Baut Ranjang	1.000.000/thn
- Solasi Band Putih	100.000/thn
- Cermin	550.000/thn
- Kaca Reben	4.500.000/thn
- Kaca Biasa	2.000.000/thn
Total Biaya Finishing	34.180.000/thn
Total Biaya Lain-lain	21.500.000/thn
Total Biaya Variabel	100.680.000/thn
Total Biaya Tetap	401.950.000/thn
Total Biaya Produksi	502.630.000/thn

*Sumber Primer( 2021)*

Berdasarkan tabel 2, Pengeluaran bahan baku kayu pada *periode 1 tahun terakhir* sebesar Rp. 45.000.000, untuk biaya finishing atau bahan habis pakai yang diperlukan dalam memproduksi produk pada periode 1 tahun terakhir sebesar Rp. 34.180.000, bahan bakar minyak yang digunakan

untuk keperluan produksi sebesar Rp. 2.100.000, Biaya lain-lain berupa listrik, bahan bakar, dan transportasi untuk keperluan produksi sebesar Rp. 21.500.000, dan Total biaya variabel yang digunakan untuk keperluan produksi pada periode 1 tahun sebesar Rp. 100.680.000, dan

biaya tetap yang dikeluarkan untuk keperluan produksi sebesar Rp. 401.950.000 untuk membayar gaji karyawan per tahun dan lain-lain Sehingga rata-rata biaya produksi yang dikeluarkan pada UD. Mebel Berkah Dua dalam periode setahun adalah sebesar Rp. 502.630.000.

Data diatas diambil dari 1 tahun terakhir karena dengan menggunakan data tersebut sudah

### **Marketing Mix.**

Bauran pemasaran atau *marketing mix* adalah konsep dasar dalam pemasaran, dimana didalamnya memuat tentang tahapan-tahapan pemasaran suatu produk atau jasa. Tahapan-tahapan dalam bauran pemasaran ini secara umum dikenal dengan istilah '4P' yakni, *Produk, Price, Place, dan Promotion*. Dengan demikian pada penelitian ini yang menyatakan bahwa UD. Mebel Berkah Dua menerapkan 4P tersebut dapat diterima dan sesuai dengan teori. Hal ini juga dikemukakan oleh Kotler & Amstrong dalam Rahim (2017) menjelaskan bahwa marketing mix terdiri dari 4 (empat) komponen dalam strategi pemasaran yang disebut 4P yaitu (Produk, struktur harga, kegiatan promosi, dan sistem distribusi).

- **Strategi Produk**

Produk adalah strategi yang penting untuk dapat tetap kompetitif dalam menghadapi peningkatan maupun penurunan permintaan, semakin baik kualitas produk yang diberikan maka konsumen akan semakin berniat melakukan pembelian Yuniarti, Rahman, Choiri (2014). Sehingga menjadi keharusan bagi UD. Mebel Berkah Dua untuk memberikan kualitas produk yang terbaik.

- **Strategi Harga**

Harga merupakan elemen penting dalam penjualan suatu produk. Penetapan harga dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal. Perhitungan harga pokok produksi merupakan hal yang penting untuk diperhatikan,

bisa mendukung penentuan harga jual dan harga bahan baku yang berfluktuasi, harga bahan baku sangat menentukan terutama dalam kisaran harga sebelumnya jika dihitung dengan harga pokok, sehingga peneliti bisa mengestimasi harga yang ditentukan perusahaan masih bisa digunakan atau malah bisa dinaikkan namun tetap bisa dijangkau oleh konsumen.

karena semakin meningkatnya persaingan antar pelaku usaha dalam menghasilkan produk-produk yang berkualitas dengan harga yang cukup bersaing (Purwanto,2020). Strategi harga yang dilakukan oleh UD. Mebel Berkah Dua adalah dengan menetapkan harga standar secara umum dalam arti dapat memberikan keuntungan yang diinginkan agar tujuan perusahaan dapat tercapai. Strategi penentuan harga juga dapat berpengaruh positif terhadap volume atau jumlah produksi mebel itu sendiri (Agusri, 2019).

- **Strategi Promosi**

Promosi merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam memilih suatu produk mebel. Kebijakan strategi promosi yang dilakukan pada perusahaan UD. Mebel Berkah Dua yaitu sales promotion dan lewat social media.sales promotion dilakukan dengan memberikan contoh gambar kepada calon konsumen (Putra 2017).

Harga Berdasarkan pernyataan di atas UD. Mebel Berkah Dua memiliki tujuan pasar yaitu untuk kalangan ekonomi menengah, sehingga cara penetapan harga menggunakan harga standar secara umum yang tidak rendah dan tidak terlalu tinggi agar dapat menarik minat konsumen dan memberikan keuntungan yang diinginkan agar tujuan perusahaan dapat tercapai. Hal ini didukung dalam penelitian Sikdewa (2016) bahwa berdasarkan hasil penelitian yang pernah dilakukan pada PD. Mitra Karya berfokus pada ekonomi menengah merupakan cara tepat

untuk tetap menarik konsumen sehingga perusahaan tetap berjalan sesuai tujuan. Harga jual dari tiap-tiap produk per - jenis ditentukan oleh besar kecilnya barang yang diproduksi. Oleh karena itu penetapan harga yang

diberikan oleh perusahaan itu perlu mempertimbangkan berbagai hal yang menyangkut keuntungan bagi perusahaan. Berikut ini merupakan hasil analisis penetapan harga jual mebel:

$$\begin{aligned}
 \text{ROI} &= \frac{\text{Laba Bersih Usaha}}{\text{Penjualan}} \times \frac{\text{Laba Bersih Usaha}}{\text{Penjualan}} = \frac{\text{Laba Bersih Usaha}}{\text{Aktiva Bersih Operasi}} \\
 &= \frac{1.120.700.000}{70.121.289} \\
 &= 0.062.569.188 \sim 0.06 \\
 &= 0.06\% \\
 \text{Mark Up} &= \frac{\text{Pengambilan Aktiva Yang Diinginkan} + \text{Biaya Tetap}}{\text{Biaya Variabel}} \\
 &= \frac{0,06\% + 401.950.000}{100.680.000} \\
 &= 3.992.352.006 \sim 3.99
 \end{aligned}$$

**Tabel 3.** Selisih antara penetapan harga yang ditetapkan oleh ud. Mebel berkah dua dengan hasil analisis

No.	Jenis Produk	Harga	Perhitungan Penetapan Harga Jual	Selisih
1.	Tempat tidur jari-jari ukuran 120	2.500.000	2.649.000	149.000
2.	Tempat tidur jari-jari ukuran 160	2.900.000	3.595.000	695.000
3.	Tempat tidur susun	3.200.000	3.595.000	395.000
4.	Kursi obat nyamuk	6.000.000	6.712.000	712.000
5.	Kursi teras kipas	1.800.000	2.237.000	437.000
6.	Kursi anggur	1.900.000	2.397.000	497.000
7.	Kursi teras kipas	3.000.000	3.356.000	356.000
8.	Kursi goyang	2.200.000	2.649.000	449.000
9.	Kursi kopor	2.000.000	2.517.000	517.000
10.	Meja makan 4 kursi	5.000.000	5.593.000	593.000
11.	Meja makan 6 kursi	6.000.000	6.712.000	712.000
12.	Meja belajar	1.900.000	2.517.000	617.000
13.	Meja hias	3.000.000	3.356.000	356.000
14.	Meja kantor 1 biro	2.850.000	3.356.000	506.000
15.	Meja kantor 1/2 biro	1.850.000	2.237.000	387.000
16.	Meja komputer	1.500.000	2.097.000	597.000
17.	Lemari rak	1.500.000	2.097.000	597.000
18.	Lemari dapur	5.000.000	5.593.000	593.000
19.	Lemari buku	2.000.000	2.517.000	517.000
20.	Lemari kayu 2 pintu	3.000.000	3.356.000	356.000
21.	Bufet tv kecil	2.500.000	2.649.000	149.000
22.	Bufet tv besar	6.500.000	6.712.000	212.000

23.	Pintu besar ukuran 200x100	1.500.000	2.013.000	513.000
24.	Jendela	600.000	671.000	71.000
25.	Rak sepatu kayu	1.500.000	2.013.000	513.000
26.	Sofa kayu jati	6.500.000	6.712.000	212.000
27.	Sofa kayu jati minimalis	3.500.000	3.595.000	595.000
28.	Sofa kursi keranjang	6.000.000	6.712.000	712.000

Sumber Primer (2021)

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, harga jual yang ditetapkan oleh UD. Mebel Berkah Dua berbeda dengan hasil perhitungan penetapan harga yang didapatkan dari hasil analisis. Pada 28 produk di atas memiliki harga lebih kecil dari hasil perhitungan analisis sehingga ini menunjukkan bahwa pada UD. Mebel Berkah Dua masih belum maksimal dalam menetapkan harga jual yang mereka tetapkan sesuai dengan biaya variabel yang dikeluarkan.

Hasil yang diperoleh dari 28 produk di atas juga terdapat 2 produk yaitu kursi obat nyamuk dan sofa kursi keranjang yang memiliki selisih harga lebih tinggi dari penetapan harga mebel, yaitu sebesar Rp.712.000,- sedangkan 1 produk yaitu jendela memiliki selisih harga yang lebih rendah dari hasil analisis yaitu sebesar Rp. 71.000 ,-ini di karenakan dalam pembuatan meja belajar, kursi obat nyamuk dan sofa kursi keranjang membutuhkan bahankomponen-komponen yang cukup banyak dan waktu yang cukup lama dalam pembuatan produk sehingga selisih harga untuk 2 produk tersebut lebih tinggi. Sedangkan dalam pembuatan jendela hanya membutuhkan komponen bahan yang sedikit dan tidak membutuhkan banyak waktu dalam

pembuatannya, sehingga selisih harga untuk jendela lebih sedikit. Maka dari itu tinggi rendah harga suatu produk tergantung dari berapa banyak komponen dan waktu yang di butuhkan. Sehingga UD. Mebel Berkah Dua perlu melihat lagi penetapan harga jual yang dilakukan peneliti agar perusahaan akan tetap berkembang jika menggunakan harga berdasarkan analisa yang ditentukan.

Harga jual yang ditetapkan perusahaan lebih baik berdasarkan hasil analisis. Manajemen perusahaan sebaiknya menggunakan metode *cost plus pricing* dalam mengidentifikasi biaya-biaya produksi dan menghitung harga jual produk sehingga harga jual produk yang dicapai dapat bersaing dengan para pesaing yang memiliki usaha sejenis dan mencapai tujuan perusahaan (Soei, Sabijono & Runtu, 2014). Hal yang sama juga dikemukakan oleh Santioso *et al.*, (2019) bahwa selama harga masih memberikan keuntungan setelah dikursngi dengan biaya-biaya variable produk maka perusahaan berani untuk mengambil keputusan untuk menjual produk tersebut dan terbukti memberikan peningkatan profit perusahaan.

### **Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Penetapan Harga Jual Pada UD. Mebel Berkah Dua**

- Faktor internal

#### 1. Tujuan Pemasaran Perusahaan

Tujuan pemasaran perusahaan merupakan faktor utama yang menentukan harga jual

misalnya pada UD. Mebel Berkah Dua tujuan perusahaan untuk tetap memaksimalkan laba, mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, dan menciptakan kepemimpinan dalam kualitas, mengatasi persaingan.

#### 2. Biaya Produksi

Penetapan harga jual produk harus mempertimbangkan biaya-biaya produksi



yang dikeluarkan selama proses produksi, diantaranya biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead pabrik* (Hikmat, 2020). UD. Mebel Berkah Dua menghitung kalkulasi biaya yang dikeluarkan dalam pembuatan produk sebagai standar biaya yang akan ditetapkan oleh perusahaan. Menurut Ika Neni Kristanti (2013) harga jual produk mebel berbeda tiap bulannya dikarenakan perbedaan jumlah produksi mebel dan cost yang dikeluarkan perbulannya.

### 3. Kualitas Produk

UD. Mebel Berkah Dua, memiliki kualitas produk yang lebih baik dari mebel lain karena pada UD. Mebel Berkah Dua menggunakan kayu yang kuat, tahan lama serta karyawannya yang sangat terampil dan teliti mereka juga tidak mencampur kayu sehingga membuat konsumen merasa kurang puas dengan produk mebel tersebut.

Penjelasan ini didukung oleh Susanti (2002), menjelaskan bahwa kualitas produk yang diprioritaskan harus mulai dari bahan baku, bahan pelengkap dan ukuran mebel karena berdasarkan usia anak yang tentu saja konsumen akan membutuhkan barang-barang yang tahan lama mengingat pendapatan yang rendah.

- Faktor Eksternal

#### 1. Sifat Pasar

Sifat pasar termasuk yang mempengaruhi penetapan harga jual karena salah satunya adalah harga pasar, harga pasar bisa menjadi bahan perbandingan pada perusahaan agar perusahaan tidak mengalami kerugian. UD. Mebel Berkah Dua berada pada jenis pasar persaingan monopolistik, karena jenis pasar tersebut memiliki ciri-ciri yang sama dengan

perusahaan yaitu di pasar terdapat cukup banyak penjual dan juga pembeli, produk yang dihasilkan produsen heterogen (barang / jasa memiliki fungsi sama tetapi berbeda ukuran dan bentuk).

#### 2. Permintaan Pesanan

UD. Mebel Berkah Dua menerima permintaan pesanan dari pelanggan sesuai apa yang pelanggan inginkan namun harganya akan berbeda jika pelanggan ingin model yang lain dari model yang ada diperusahaan karena tergantung dari model ukiran produk apakah menggunakan bahan yang banyak atau sedikit. Menurut Nunung Perlina (2011) para pengrajin mebel memproduksi mebelnya lebih didasarkan pada pesanan pembeli dari konsumen.

#### 3. Pesaing

Berdasarkan hasil penelitian dari beberapa mebel pesaing yang ada di sekitar wilayah tersebut, kualitas bahan baku yang dipakai ada yang menggunakan kayu samama padahal kayu samama tidak cocok digunakan karena tidak tahan lama dan cepat berbubuk. Menurut Bintang Komara (2016), setiap produk pesanan masih dapat menghasilkan laba atau keuntungan dengan harga jual yang bersaing pada produk yang sama sehingga harus memperhatikan pada bahan baku.

Cara para pelaku usaha dalam menyikapi persaingan yang ada dalam suatu industry seperti di atas akan tercermin dalam perilaku perusahaan yang pada akhirnya akan mempengaruhi kinerja perusahaan tersebut (Yuliawati, 2017). Sehingga UD. Mebel Berkah Dua menggunakan harga jual dan kualitas mebel lain sebagai parameter awal sebagai perbandingan untuk dapat memiliki banyak konsumen seperti tertera pada Tabel 4.

**Tabel 4.** Perbandingan beberapa penetapan harga jual pada ud. mebel berkah dua dengan dua mebel pembanding

No	Nama Mebel	Jenis Produk	Harga Jual (Rp)
1	UD. Berkah Dua	Lemari kayu 2 pintu	3.000.000
		Tempat tidur ukuran jari-jari 120	2.500.000
		Pintu ukuran 100 x 200	1.500.000
		Jendela	600.000
2	UD. Ikhsan	Lemari kayu 2 pintu	3.200.000
		Tempat tidur ukuran jari-jari 120	2.500.000
		Pintu ukuran 100 x 200	1.700.000
		Jendela	500.000
3	UD. Jepara	Lemari kayu 2 pintu	2.900.000
		Tempat tidur ukuran jari-jari 120	2.800.000
		Pintu ukuran 100 x 200	1.600.000
		Jendela	600.000

#### 4. Kondisi Pandemic Covid-19

Pandemi Covid-19 menjadi salah satu faktor eksternal dalam penetapan harga jual saat ini karena berpengaruh pada perusahaan yaitu pendapatan menjadi berkurang dan waktu

produksi menjadi semakin singkat. Hijuzaman (2021) menyatakan bahwa adanya pengaruh pandemi covid 19 yang signifikan terhadap pelaku usaha UMKM.

#### KESIMPULAN

Penetapan harga jual pada 28 produk lebih rendah dari hasil analisis dan terdapat 2 produk yaitu kursi obat nyamuk dan sofa kursi keranjang yang memiliki selisih harga lebih tinggi dari harga mebel, sebesar Rp. 712.000,- sedangkan 1 produk yaitu jendela yang memiliki selisih harga lebih rendah dari harga mebel yaitu sebesar Rp. 71.000,- dari perusahaan rata-rata

biaya yang dikeluarkan selama setahun yaitu sebesar Rp. 502.630.000 dan Faktor-faktor yang mempengaruhi penetapan harga jual suatu produk adalah faktor internal dan eksternal. Faktor internal : Tujuan Pemasaran Perusahaan, Biaya Produksi, dan Kualitas Produk sedangkan faktor eksternal : Sifat Pasar, Permintaan Pesanan, Pesaing dan Kondisi Pandemic Covid-19.

#### DAFTAR PUSTAKA

Adawia, P. R., & Puspasari, A. 2021. Strategi Penetapan Harga Jual Produk Melalui Perhitungan Cost Of Goods Manufacture Menggunakan Process Costing Method. E-Jurnal Akuntansi, Vol 31(5):pp.1289- 1302.

Karangan Kabupaten Muara Enim,. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, Vol. 16(3):pp. 192-203.

Gunawan, J. 2013. Analisa Manajemen dan Strategi Bisnis Pada UD Cahaya Abadi Indah di Surabaya, *Jurnal Agora*, Vol. 1(3):pp. 1076-1081.

Agusri. 2019. Pengaruh Harga Terhadap Volume Penjualan Pada Mebel Sinar Barokah Tanjung

Hijuzaman, O., Wadzdi, F., & Gumelar, I. 2021. Pengaruh Pemberlakuan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) Terhadap Omzet Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Dengan Mediasi

- Pencegahan Penyebaran *Corona Virus Disease 2019 (Covid-19)* Di Kabupaten Purwakarta, Wasutkencana, Vol. 8(3):pp. 10-18.
- Ismail Nawawi. 2011. *Islam dan Bisnis*. Surabaya: VIV Press.
- Komara, B., & Sudarma, A. 2016. Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Dengan Metode Full.
- Costing Sebagai Dasar Penetapan Harga Jual Pada CV. Salwa Meubel, Vol. 5(9):pp.18-29.
- Kristanti, I. N. 2013. 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(2) :pp. 88-99.
- Mulyadi. 2011. *Akuntansi Biaya*. Edisi Kelima. UPP STIM YKPN, Yogyakarta.
- Nana, S.F. . 2021. Analisa Sistem Pemasaran Industri Mebel Di UD. Sumber Utama, Abdimas Toddopuli: *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, Vol. 3(1):pp. 11-22.
- Neuman, W. Lawrence. 2003. *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. Boston : Allyn and Bacon.
- Parlinah, N., Nugroho, & Purnomo, H. 2011. Analisis Finansial Dan Kelembagaan Rantai Nilai Mebel Mahoni Jepara., *Jurnal Analisis Kebijakan Kehutanan*, Vol. 8:pp. 245-260.
- Permana, K. 2020. Analisis Penentuan Harga Produksi Sebagai Penetapan Harga Jual Pada Meubel, *Jurnal akuntansi UMMI*, Vol.1(1): pp.57- 70.
- Putra, O. H. 2017. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Untuk Membeli Perabot Di Plaza Mebel Sentral Jepara. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, Vol. 2(2):pp. 16-25.
- Purwanto, E., & Watini, S. 2020. Analisis Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode Full Costing Dalam Penetapan Harga Jual (Studi Kasus Usaha Regar Fruit), *Journal Of Applied Managerial Accounting*, Vol. 4(2):pp. 248-253.
- Rahim, R. 2017. Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian, E. *Journal Administrasi Bisnis*, Vol. 5(1):pp. 15- 25.
- Santioso, L., Salim, Daryatno, B. & Bangun, N. 2019. Variable Costing Sebagai Alternatif Costing Untuk Meningkatkan Kualitas Keputusan Penentuan Harga Produk, *Jurnal Bakti, Masyarakat Indonesia*, Vol. 2(2):pp. 315-322.
- Sikdewa, D. S. 2016. Analisis Kebijakan Penetapan Harga Jual Meubel PD. Mitra Karya Di Desa Administratif Kampung Gorom Kecamatan Bula Kabupaten Seram Bagian Timur. *Skripsi*. Fakultas Pertanian Universitas Pattimura Ambon.
- Hikmat, R. W. 2020. Penerapan Metode Mark-Up Pricing Untuk Menentukan Harga Jual Kaos Polos Pada UKM Suckeed Konveksi Di Tasikmalaya, *Jurnal Mahasiswa Industri Galuh*, Vol. 1(1):pp. 62-67.
- Soei, N. C., Sabijono, H. & Runtu, T. 2014. Penentuan Harga Jual Produk Dengan Menggunakan Metode Cost Plus Pricing Pada UD. Sinar Sakti, *Jurnal EMBA*, Vol. 2(3):pp. 208-217.
- Susanti, E. C. 2002. Strategi Segmentasi Pasar Produk Mebel Kecamatan Wonogiri, Kabupaten Wonogiri, *Jurnal Widya*

Manajemen & Akuntansi, Vol. 2(2):pp. 97-111.

Tangdialla, R., & Pakanna, T. M. 2020. Analisis Penetapan Harga Pokok Produksi Pada Usaha Meubel (Studi Kasus Pada UD. Karya Bilal Di Kecamatan Tallunglipu Kabupaten Toraja Utara), Paulud *Journal Of Accounting (PJA)*, Vol. 2(2):pp. 48-67.

Woran, R., Ilat, V., & Mawikere, L. 2014. Penentuan Harga Jual Produk Dengan Menggunakan Metode Cost Plus Pricing Pada UD. Vanela, *Jurnal EMBA*. Vol. 2(2): pp. 1659-1669.

Yuniarti, R., Rahman, A., & Choiri, M. (2014). Strategi Pemasaran Pada UKM Keripik Tempe Sanan Malang. *Jurnal Teknik Industri*, Vol. 14(2):pp. 174-185.

Yuliawati, L. 2017. Analisis Struktur Perilaku Dan Kinerja Industri Makanan Dan Minuman Di Indonesia, *Jurnal Ecodomica*, Vol 1(2):pp. 266-272.

