BAB IV
ANALISIS HASIL PENELITIAN

4.1 Evaluasi Atas Metode Penetapan Harga Biaya Plus

Metode penetapan harga yang dilaksanakan oleh PT PIPA MAS adalah metode penetapan harga dengan orientasi biaya. Disamping itu perusahaan juga melakukan kebijakan harga dengan mempertimbangkan permintaan konsumen dengan harga jual dari produk pesaing.

Dalam menetapkan harga yang didasarkan pada biaya, perusahaan menggunakan strategi harga cost plus pricing yaitu penetapan harga jual produk dengan menambahkan marjin laba yang diinginkan terhadap harga pokok produksi.

Dalam perhitungan harga pokok produksi, biaya produksi digolongkan kedalam biaya langsung dan biaya overhead pabrik.

a. Biaya Langsung

- Direct Materials (bahan baku langsung)

  Biaya-biaya dari bahan baku langsung yang menjadi bagian dari barang yang diproduksi atau yang dapat diidentifikasikan secara khusus dengan produk tertentu. Bahan langsung yang digunakan oleh perusahaan dalam memproduksi adalah: Besi dan Baja.

- Direct Labours (upah langsung)

Upah langsung menggambarkan suatu jumlah biaya upah yang dibayarkan kepada karyawan yang secara nyata terlibat langsung dalam proses pengolahan bahan baku menjadi barang jadi.

b. Biaya Overhead Pabrik

Biaya overhead pabrik terdiri dari:

- biaya bahan tidak langsung
- biaya perbaikan dan pemeliharaan aktiva tetap
- biaya gaji tidak langsung
- biaya penyusutan
- biaya asuransi
- biaya kesejahteraan karyawan
- biaya penunjang kegiatan produksi
- biaya pembelian dan pemakaian alat yang tidak dikapitalisir
- biaya untuk para ahli misalnya, biaya penelitian para ahli
- biaya pajak pembelian dan penjualan
- biaya distribusi

Untuk lebih jelasnya tentang metode penetapan harga yang digunakan oleh PT PIPA MAS dapat dilihat pada bagan berikut ini:

HARGA POKOK PRODUKSI PIPA SARINGAN

Persediaan awal produksi dalam proses		Rpxx
Biaya produksi :		
- Biaya bahan baku	Rp. xx	
- Biaya TKL	Rp. xx	
- BOP	Rp. Xx +	
		Rpxx
Persediaan akhir produk dalam proses		Rpxx –
	Harga Pokok Produksi	Rpxx

Setelah disajikan bagan harga pokok produksi, maka dapat disajikan bagan metode penetapan yang digunakan oleh PT PIPA MAS sebagai berikut:

METODE PENETAPAN HARGA PIPA SARINGAN

Harga pokok produksi		Rpxx
Ditambah:		
- Biaya administrasi dan umum		Rpxx
- Biaya promosi/unit		Rpxx +
	Harga Pokok Perolehan	Rpxx
- Laba bersih yang diinginkan/unit 10% x HPP		Rpxx +
	Harga Jual	Rp. xx

Setelah kita melihat cara-cara perhitungan harga pokok produksi pipa saringan dan cara perhitungan dari metode penetapan harga dari pipa saringan maka dapat dilihat pelaksanaan dari perhitungan-perhitungan biaya tersebut.

Adapun biaya yang akan dikeluarkan adalah sebagai berikut:

- Biaya material		Rp. 5.000.000,-
- Biaya tenaga kerja		Rp. 2.500.000,-
- Biaya lain-lain:		
- Sewa kantor	Rp. 1.000.000,-	
- Penyusutan alat-alat	Rp. 1.500.000,-	
- Gaji pimpinan	Rp. 2.500.000,- +	
		Rp. 4.000.000,-
	Biaya Total	Rp.11.500.000,-

PT PIPAMAS menghendaki laba 10% dari biaya total, maka:

Harga Total = biaya total + laba

= Rp. 11.500.000,- + (10% x Rp. 11.500.000,-)

= Rp. 12.650.000,-

Dengan demikian pipa saringan dapat dijual/unit denagn harga:

$$\frac{\text{Rp. 12.650.000,-}}{\text{100/unit}} = \text{Rp 126.500,-}$$

Adapun laba yang didapat dari produksi pipa saringan sebanyak satu unit adalah:

10% x Rp. 11.500.000,- = Rp. 1.150.000,-

Laba = Rp. 1.150.000,- : 100 = Rp. 11.500,--

Dari bagan metode penetapan harga dan pelaksanaannya yang tersaji diatas, dapat diketahui bahwa perusahaan menetapkan 10% marjin untuk laba yang diinginkan dari harga pokok pejualan.

Pada kenyataannya persentase marjin sebesar 10% HPP/unit tidaklah mutlak akan tetapi selalu disesuaikan dengan keadaan pasaran yang berlaku dan faktor-faktor lain yang bersifat non teknis.

Adapun alasan mengapa PT PIPA MAS hanya menginginkan marjin laba rendah yaitu sebesar 10%/unit antara lain:

1. Karena PT PIPA MAS tidak mempunyai saingan yang memproduksi produk pipa saringan khususnya di dalam negeri.
2. Karena dengan laba rendah yaitu sebesar 10%/unit ini diharapkan sudah dapat untuk menutupi dalam perhitungan harga pokok produksi yang digolongkan ke dalam biaya langsung dan biaya overhead pabrik dan biaya upah tenaga kerja.

Penetapan harga dengan biaya tambah merupakan titik awal yang tepat untuk membahas penentuan harga karena biaya adalah kuantitas yang diketahui, tetapi perusahaan sebaiknya mempertimbangkan penetapan harga dengan biaya tambah karena biaya bukan merupakan satu-satunya faktor penentu. Walaupun biaya akan selalu mempunyai pengaruh yang menentukan. Biaya merupakan papan penyangga harga artinya perusahaan dalam menetapkan harga jual harus selalu berpedoman pada harga pokok, sebab bila perusahaan menetapkan harga jual dibawah harga pokok, maka perusahaan dapat mengalami kerugian, sehingga kelangsungan perusahaan tidak terjamin.

PT PIPA MAS PUTIH dalam menetapkan harga jual berdasarkan orientasi biaya sudah tepat, karena perusahaan tidak memiliki pesaing dan produk yang dihasilkan oleh PT PIPAMAS berupa pipa saringan tidak mempunyai barang pengganti,

sehingga berapapun harga yang ditetapkan oleh PT PIPA MAS tidak akan mempengaruhi terhadap permintaan produk yang dihasilkan.

Beberapa alasan mengapa PT PIPA MAS menetapkan harga jual berdasarkan orientasi biaya yaitu:

a. Bahwa perusahaan lebih mengetahui mengenai biaya daripada mengenai permintaan, denag mengaitkan harga pada biaya berarti perusahaan menyederhanakan proses penetapan harga jual dan oleh karenanya tidak perlu selalu diadakan penyesuaian terhadap perubahan permintaan.
b. Karena PT PIPA MAS dalam industri memakai metode cost plus pricing, harga jual akan cenderung sama tingginya sehingga harga bisa diperkecil.
c. Dengan penetapan harga jual menggunakan metode cost plus princing ini lebih adil baik bagi pembeli maupun bagi penjual.

Oleh karena PT PIPA MAS dalam menetapkan harga jual berdasarkan orientasi biaya dan karena biaya merupakan papan penyangga harga yang artinya perusahaan dalam menetapkan harga jual bisa ditetapkan di atas harga pokok produksi sehingga perusahaan tidak mengalami kerugian.

Dari hasil perhitungan evaluasi atas metode penetapan harga biaya plus, dari dimulainya perhitungan harga total PT PIPA MAS yang hasilnya adalah RP. 12.5000.000,- serta harga jual/unit yang hasilnya adalah RP. 126.500,- semua hasil evaluasi tersebut sudah tepat digunakan oleh PT PIPA MAS karena konsumen telah dapat menjangkaunya dan telah dapat membelinya.

4.2 Peranan Metode Penetapan Harga Plus Dalam Rangka Meningkatkan Hasil Penjualan Produk Perusahaan

Peranan penetapan harga plus adalah lanjutan dari evaluasi atas metode penetapan harga plus dan pada saat evaluasi tidak dibahas masalah volume penjualan dan harga jual dari produk pipa saringan. Tapi didalam penetapan peranan metode penetapan harga plus akan dibahas mengenai unit penjualan dan harga jual perusahaan, salah satunya adalah:

a. Menghitung persentase kenaikan dan penurunan unit penjualan, adapun perhitungannya sebagai berikut:

Tabel 4.1
Persentase Kenaikan – Penurunan Volume Penjualan
PT PIPA MAS PUTIH
Tahun 1990/1994
Dalam (jutaan)

Tahun	Volume Penjualan	Kenaikan-Penurunan (Persentase)
1990	8.343	-
1991	9.405	12,72
1992	11.350	20,68
1993	11.920	5,02
1994	13.602	14,11

Adapun perhitungan persentase kenaikan – penurunan dari volume penjualan adalah sebagai berikut:

$$\frac{9.405 - 8.343}{8.343} \times 100\% = 12,72\%$$

Dalam tabel satu dapat dijelaskan mengenai volume penjualan sebagai berikut:

- tahun 1991 mengalami kenaikan sebesar 12,72%
- tahun 1992 mengalami kenaikan sebesar 20,68%
- tahun 1993 mengalami kenaikan sebesar 5,02%
- tahun 1994 mengalami kenaikan sebesar 14,11%

Kenaikan unit penjualan dalam PT PIPA MAS dalam tiap tahunnya disebabkan para manajer dapat mengetahui cara-cara untuk mengatasi para pesaing dan dapat menekan biaya produksi.

b. Menghitung persentase kenaikan dan penurunan dari harga jual adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2
Persentase Kenaikan – Penurunan
Harga Jual Pipa Saringan
PT PIPA MAS PUTIH
Tahun 1990/1994
Dalam (jutaan)

Tahun	Harga Jual (Unit)	Kenaikan-Penurunan (Persentase)
1990	3.000	-
1991	3.500	16,67
1992	3.700	5,71
1993	4.250	14,86
1994	4.500	5,88

Dalam tabel 2 dapat dijelaskan bahwa harga jual pada tahun 1990/1994 adalah:

- tahun 1991 mengalami kenaikan sebesar 16,67%
- tahun 1992 mengalami kenaikan sebesar 5,71%
- tahun 1993 mengalami kenaikan sebesar 14,86%

- tahun 1994 mengalami kenaikan sebesar 5,88%

Peningkatan dalam harga jual pipa saringan karena PT PIPA MAS PUTIH telah dapat bahan baku yang berkualitas tinggi dengan harga murah dan permintaan setiap tahun terus meningkat.

Setelah menghitung harga jual dan volume penjualan dalam persentase kenaikan dan penurunan, dapat juga dihitung persentase penjualan dari PT PIPA MAS.

Tabel 4.3
Persentase Kenaikan – Penurunan
Penjualan Pipa Saringan
PT PIPA MAS PUTIH
Tahun 1990/1994
Dalam (jutaan)

Tahun	Harga Jual	Volume Penjualan	Total Penjualan	Kenaikan-Penurunan (persentase)
1990	3.000	8.343	25.029.000	-
1991	3.500	9.405	32.917.500	31,51
1992	3.700	11.350	41.995.000	27,57
1993	4.250	11.920	50.660.000	20,63
1994	4.500	13.602	61.209.00	20,82

Dari tabel tiga dapat dijelaskan kenaikan dari penjualan pipa saringan sebagai berikut:

- tahun 1991 mengalami kenaikan sebesar 31,51%
- tahun 1992 mengalami kenaikan sebesar 27,57%
- tahun 1993 mengalami kenaikan sebesar 20,63%
- tahun 1994 mengalami kenaikan sebesar 20,83%

4.3 Perhitungan Statistik dan Pengujian Hipotesis

Sesuai dengan topik yang sudah ditentukan diatas, maka untuk mengetahui adanya pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y), yang akan digunakan analisa regresi, melalui analisa ini akan didapat besarnya ukuran-ukuran yang akan menunjukan bukti adanya pengaruh tersebut, besarnya koefesien korelasi, koefesien determinasi, setelah itu maka akan dilakukan pengujian terhadap hipotesis penelitian.

Tabel 4.4
Perhitungan Korelasi X dan Y
PT PIPA MAS PUTIH
Tahun 1990-1994
Dalam jutaan

Tahun	X	Y	X.Y	X^2	Y^2
1990	3.000	25.029.000	75.087.000	9.000.000	626.450.841
1991	3.500	32.917.500	115.211.250	12.250.000	1.083.561.806
1992	3.700	41.995.000	155.381.500	13.690.000	1.763.580.025
1993	4.250	50.660.000	215.305.000	18.062.500	2.566.435.600
1994	4.500	61.209.00	275.440.500	20.250.000	3.746.541.681
JUMLAH	18.950	211.810.500	836.425.250	73.252.500	9.736.569.953

Sumber Tabel 4.1 dan Tabel 4.2

4.3.1 Analisis Koefesien Regresi Sederhana

Berdasarkan Tabel 4.4 akan dihitung nilai a dan b, yaitu sebagai berikut :

$Y = a + bX$

$$a = \frac{(\sum X^2)(\sum Y) - (\sum X)(\sum XY)}{n\sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$a = \frac{(73.252.500)(211.810.500) - (18.950)(836.425.250)}{5(73.252.500) - (18.950)^2}$$

$$a = \frac{15.515.648.652.250 - 158.502.537.500}{366.262.500 - 359.102.500}$$

$$a = \frac{15.357.146.114.750}{7.160.000} = 2.144.852,80$$

$$b = \frac{n(\sum X Y) - (\sum X)(\sum Y)}{n(\sum X^2) - (\sum X)^2}$$

$$b = \frac{5(836.426.250) - (18.950)(211.810.500)}{5(73.252.500) - (18.950)^2}$$

$$b = \frac{4.182.131.250 - 4.013.808.975}{366.262.500 - 359.102.500}$$

$$b = \frac{168.322.275}{7.160.000} = 23,50$$

Dari perhitungan diatas maka diperoleh persamaan regresi, sebagai berikut :

$Y = 2.144.852,80 + 23,50\ X$

Dari persamaan tersebut dapat diinterprestasikan bahwa pengaruh harga jual terhadap tingkat penjualan dilihat dari koefesien regresi adalah 23,50 % atau 23 %.

4.3.2 Analisis Koefesien Korelasi

Untuk menghitung berapa besar hubungan antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y), dihitung dengan menggunakan rumus :

$$r = \frac{n\sum XY - (\sum X)\ (\sum Y)}{\sqrt{\{ n(\sum X^2) - (\sum X)^2\}\{n\ (\sum Y^2) - (\sum Y^2)\ \}}}$$

$$r = \frac{5\ (836.425.250) - (18.950)\ (\ 211.810.500)}{\sqrt{\{5\ (73.252.500) - (18.950)^2\ \}\ \{\ 5\ (9.736.569.953) - (9.736.569.953)}}$$

$$r = \frac{4.182.126.250 - 4.013.808.975}{\sqrt{\ \{\ 366.262.500\ - 359.102.500\}\ \{48.682.849.769 - 9.736.569.953\}}}$$

$$r = \frac{168.317.275}{\sqrt{\ (7.160.000\ )\ (38.946.279812)}}$$

$$r = \frac{168.317.275}{528.067.574,70} = 0,32$$

Dari hasil perhitungan tersebut diinterprestasikan sebagai berikut :

Syarat diterimanya nilai koefesien korelasi haruslah berkisar antara negatif dan positif atau $-1 < r < 1$, maka :

R = 0 atau mendekati 0, maka hubungan antara kedua variabel sangat lemah atau tidak ada hubungan sama sekali.

R = 1 atau mendekati 1, maka hubungan antara kedua variabel kuat sekali atau cukup kuat dan mempunyai hubungan searah (positif).

R = -1 atau mendekati –1, maka hubungan antara kedua variabel kuat sekali atau cukup kuat dan mempunyai hubungan berbalikan (negatif).

1. Ternyata bahwa antara penetapan harga jual dan tingkat penjualan dan laba mempunyai hubungan yang positif sebesar 0,32.
2. Adanya korelasi positif antara variabel X dan Variabel Y, karena nilai r berada dalam batas yang diterima yaitu antara –1 dan 1 atau $-1 < r < 1$, ini berarti setiap kenaikan yang terjadi pada Variabel X (harga jual) akan senantiasa diikuti dengan terjadinya kenaikan Variabel Y (tingkat penjualan), demikian juga sebaliknya. Hubungan antara variabel X dan Variabel Y dalam penelitian ini dikatakan sangat kuat, sebab nilai r mendekati 1.

4.3.3 Analisis Koefesien Determinasi

Setelah diketahui bahwa variabel independen mempunyai hubungan yang sangat kuat dengan variabel dependen, maka tahap selanjutnya adalah mencari untuk mengetahui besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Rumus untuk mencari koefesien determinasi adalah :

$Kd = r^2 \times 100\ \%$

$Kd = (0,32)^2 \times 100\ \%$

$Kd = 0,1024 \times 100\ \%$

$Kd = 10, 24\ \%$

Yang artinya adalah besarnya penetapan harga jual terhadap tingkat penjualan dan laba sebesar 10, 24 %. Dalam hal ini tingkat penjualan dan laba dipengaruhi oleh penatapan harga jual sebesar 10,24 %, sedangkan sisanya sebesar 89,76 % dipengaruhi oleh faktor lain, misalnya dari segi produk, distribusi dan promosi.

4.3.4 Kriteria Pengambilan Keputusan

Statistik yang dipilih untuk menguji hipotesis adalah koefesien regresi linear sederhana, dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut :

Ho : $b < 0$

Hi : $b > 0$

Berdasarkan perhitungan diperoleh angka koefesien regresi (b) sebesar 23,50 % yang berarti > 0, dengan demikian Ho ditolak dan Hi dapat diterima. Selanjutnya dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, yaitu penetapan harga jual memiliki pengaruh positif tehadap tingkat penjualan dan laba dapat diterima.

4.4 Identifikasi Hambatan Yang Dihadapi Oleh Perusahaan Dalam Penetapan Harga Biaya Serta Mencari Alternatif Pemecahannya

Dalam melaksanakan kebijakan penetapan harga produk, perusahaan menghadapi beberapa hambatan dalam penetapannya yang dapat mempengaruhi daya saing perusahaan.

Adapun hambatan-hambatan yang dihadapi oleh perusahaan antara lain:

a. Kenaikan harga bahan baku sangat mempengaruhi daripada harga jual produk perusahaan, dimana sebagian besar dari kebutuhan bahan baku untuk memproduksi pipa saringan masih diimpor. Dan apabila terjadi lonjatan atas kenaikan bahan baku utama menjadi sebab pokok dari tidak diperolehnya keuntungan yang optimal.

b. Banyaknya perusahaan lain yang sejenis mengakibatkan perusahaan menghadapi persaingan oligopoli dimana harga jual produk perusahaan sangat berpengaruh terhadap peningkatan hasil penjualan dan peningkatan daya saing perusahaan.

c. Harga jual produk perusahaan yang lebih rendah dari harga jual produk pesaing utamanya.

Adapun langkah-langkah atau alternatif yang dapat diambil oleh perusahaan untuk mengatasi hambatan-hambatan tersebut adalah:

a. Untuk mengatasi kenaikan harga bahan baku sebaiknya perusahaan berusaha menekan biaya produksi serendah mungkin, yaitu melakukan penggunaan terhadap bahan baku dengan efektif dan efisien agar harga jual produk yang ditekankan perusahaan dapat mengimbangi harga yang terjadi di pasaran.

b. Dalam menghadapi pesaing pada perusahaan sejenis yang ada pada pasar persaingan oligopoli, maka perusahaan sebaiknya melakukan tindakan dengan memproduksi bermacam-macam produk atau melakukan diversifikasi produk yang bermutu tinggi dan berusaha memenuhi keinginan serta selera konsumen dan membuat kebijakan harga yang sesuai dengan mutu dan nilai dari produk yang dirasakan oleh konsumen.

c. Untuk mengatasi harga jual produk perusahaan yang lebih rendah dari harga produk pesaing, hendaknya perusahaan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepekaan pembeli terhadap harga dan melakukan pengamatan tentang bagaimana persepsi konsumen dalam menerima harga jual dan kualitas dari produk pesaing, sehingga perusahaan dapat menentukan titik orientasi strategi harga jual berdasarkan hasil pengamatan tersebut.

Disamping itu perusahaan juga harus memperhatikan faktor psikologis dari konsumen dan mengupayakan peningkatan mutu produk, sehingga harga jual yang lebih rendah dari produk pesaing tidak menimbulkan anggapan bahwa mutu produk kurang baik.

Dengan adanya hambatan-hambatan tersebut bagi PT PIPA MAS PUTIH semoga dapat menjadi pendorong untuk terus meningkatkan hasil penjualan dan bukan menjadi penghalang, dengan mengevaluasi dan memperbaiki kelemahan yang ada terhadap program strategi penetapan harga.