

Usulan Sistem Estimasi Harga Jual Produk pada Produksi Sepatu *Make to Order Contract* di CV XYZ

Retnoningrum¹

Program Studi Akuntansi, Politeknik Pratama Mulia Surakarta

Abstract

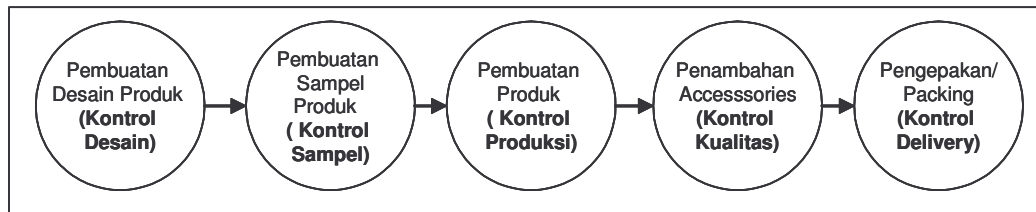
This paper develops new approach for selling price estimation in CV XYZ, which produces and supplies shoes, on the basis of contractual agreement (make to order contract production). This study began with identifying of business characteristic in CV XYZ to develop approach in selling price estimation. It is further assumed that the supplier's production batch size in an integer multiple of the buyer's order quantity. The new system will proposed to CV XYZ in order determination of product selling price to achieve maximum profit.

Keywords : *selling price, make to order contract, maximum profit*

1. Pendahuluan

Pada era persaingan bisnis yang sangat ketat, penetapan harga jual produk merupakan salah satu bagian penting dari keseluruhan rencana bisnis dan strategi pemasaran, karena langsung berpengaruh terhadap pelanggan dan perusahaan. Dari sisi penjual (*seller*), harga jual produk (*selling price*) merupakan jumlah yang dapat menutup biaya dan memberikan laba. Dari sisi pembeli (*buyer*), harga beli (*buying price*) merupakan sejumlah uang yang rela dikeluarkan untuk dapat menikmati suatu produk. Dengan penetapan harga jual produk yang tepat, perusahaan dapat mencapai laba yang diinginkan, menarik pelanggan dan mendukung kegiatan pemasaran yang lain. Tetapi apabila penetapan harga produk tidak tepat, perusahaan akan kehilangan laba, jumlah pelanggan berkurang dan persepsi pelanggan terhadap perusahaan menjadi buruk.

CV XYZ² adalah perusahaan yang mendesain, memproduksi dan menjual produk sepatu khusus wanita yang memproduksi berdasarkan pesanan dari pembeli/*buyer*. Aktivitas utama yang ada di CV XYZ dalam menjalankan proses produksinya adalah sebagai berikut :

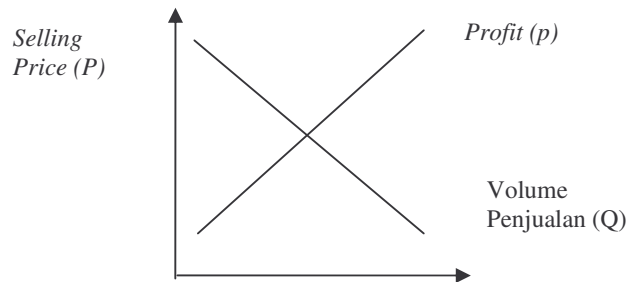


Gambar 1. Aktivitas utama proses produksi di CV XYZ.

¹ Correspondence: E-mail: poltek@politama.ac.id

² Inisial XYZ digunakan sesuai dengan permintaan pemilik.

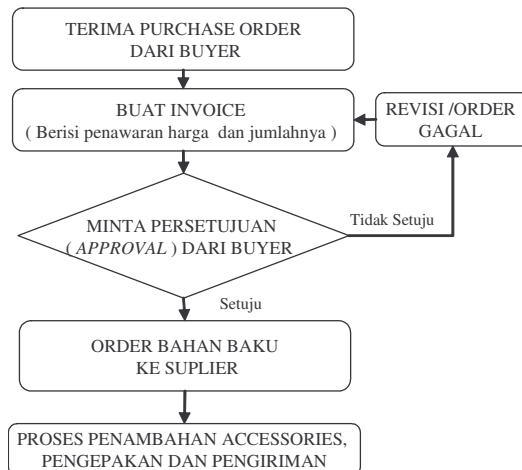
Pembuatan desain merupakan aktivitas untuk mewujudkan keinginan konsumen/*buyer* ke dalam gambar yang digunakan sebagai acuan dalam pembuatan sampel atau *prototype*. Sampel produk atau *prototype* merupakan acuan yang digunakan untuk pembuatan barang. Pembuatan produk merupakan aktivitas memproduksi sepatu dengan jumlah sesuai dengan kontrak produksi yang dilakukan oleh CV XYZ dengan para *buyer* (*Make to Order/MTO*). Penambahan *accessories* merupakan aktivitas untuk mempercantik penampilan produk sesuai dengan sampel yang telah dibuat dengan penambahan bunga, mutiara, dan fitur-fitur lain-lain. Pengepakan adalah aktivitas untuk mempersiapkan barang yang akan dikirim ke pembeli. Sebelum dilakukan pengepakan, barang harus diinspeksi oleh bagian *Quality Control*. Perusahaan ini sudah berdiri sejak 10 tahun yang lalu (tahun 1996), pada saat ini memiliki jumlah karyawan lebih dari 150 orang, produk yang dijual 90% untuk ekspor dan memiliki *competitiveness* yang tinggi di dalam mendesain produk sehingga menjadi acuan trend (*trend setter*). Pada tahun 2006 ini, CV XYZ mendapatkan *order* dari *buyer* di beberapa negara antara lain Italy, Spanyol, USA, dan Australia. Dalam menetapkan harga jual, CV XYZ mengalami *dilemma* sebagai berikut (Ilustrasi gambar 2): **(1) volume penjualan**, pada umumnya, semakin tinggi harga maka semakin rendah volume penjualan, dan sebaliknya; dan **(2) pendapatan dari penjualan**, kenaikan harga produk dapat menyebabkan berkurangnya jumlah penjualan dalam prosentase tertentu sehingga menurunkan pendapatan dari hasil penjualan. Ada kemungkinan prosentase kenaikan harga akan lebih besar dibandingkan dengan prosentase penurunan jumlah penjualan.



Gambar 2. Ilustrasi *Dilemma* Volume Penjualan dan Pendapatan dari Penjualan

Setelah menerima *purchase order* (PO) dari *buyer*, Manajemen CV XYZ harus segera membuat penawaran (*invoice*) yang antara lain berisi harga jual selama kontrak produksi yang disepakati. Jika *buyer* tidak menyetujui *invoice* yang dikirim, CV XYZ harus merevisi atau tidak jadi menerima *order* tersebut karena tidak adanya kesepakatan harga dan jumlahnya.

Pada gambar 3 dijelaskan diagram alir transaksi antara *buyer* dengan CV XYZ. Dalam membuat *invoice*, perusahaan harus melakukan perhitungan secara estimasi (*selling price estimation*) yang akurat sehingga harga yang diberikan memberikan *profit* yang maksimal akan tetapi tetap *saleble* dari sudut pandang *buyer*. Untuk itu, penelitian ini bertujuan merumuskan sistem *selling price estimation* yang lebih akurat dengan memperhatikan jumlah pesanan sebagai dasar pembuatan *invoice*.



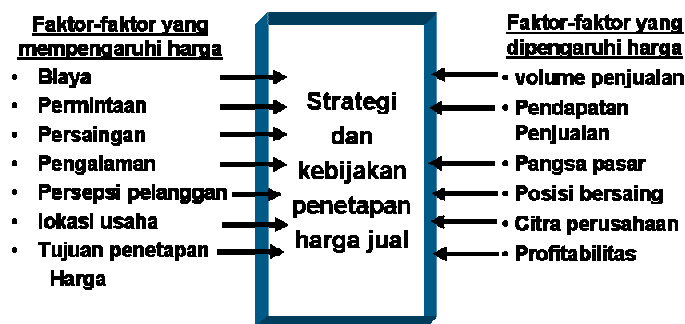
Gambar 3. Diagram Alir Pembuatan Invoice

2. Kerangka Konseptual

Dalam penelitian ini akan dikaji bagaimana membuat sistem *selling price estimation* untuk memaksimalkan profit, untuk itu perlu dikaji teori dan konsep yang berhubungan dengan strategi penetapan harga dan komponen yang menyusun harga pokok produksi.

a). Strategi Penetapan Harga

Penetapan harga jual produk merupakan salah satu bagian penting dari keseluruhan rencana bisnis dan strategi pemasaran perusahaan, karena langsung berpengaruh terhadap pelanggan dan perusahaan. Dari sisi penjual, harga jual produk merupakan jumlah yang bisa menutup biaya dan memberikan laba. Dari sisi pembeli, harga merupakan sejumlah uang yang rela dikeluarkan untuk bisa menikmati suatu produk. Bila penetapan harga produk tidak tepat, perusahaan akan kehilangan laba, jumlah pelanggan berkurang dan persepsi pelanggan terhadap perusahaan menjadi buruk. Inggarwati (2005 : 5)³ menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi harga dan faktor-faktor yang dipengaruhi harga adalah seperti yang ditunjukkan pada gambar 4.



Gambar 4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi dan Dipengaruhi Harga

b). Komponen Biaya Produksi

Biaya merupakan seluruh pengeluaran untuk menghasilkan barang yang akan dijual. Besarnya biaya akan menentukan harga jual terendah (minimum), yaitu harga jual yang dapat menutup semua biaya yang dikeluarkan dan memberikan sedikit laba. Biaya menjadi salah satu

³ Komala Inggarwati, SE., MM dalam Modul Pelatihan " Strategi Penetapan Harga ", IFC-PENSA, Denpasar, 2005.

dasar dalam menetapkan harga, karena harga harus dapat menutup biaya-biaya yang terjadi dalam perusahaan, yang meliputi biaya produksi, biaya distribusi dan penjualan, dan biaya administrasi umum.

Sutrisno (2001:3) menyatakan biaya-biaya untuk memproduksi barang, dapat dikelompokkan menjadi : (1) biaya produksi, yaitu biaya yang dikeluarkan untuk membeli bahan yang menjadi bagian pokok dari produk. Biaya produksi terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya operasional pabrik/*overhead* pabrik; (2) biaya non produksi yang terdiri dari biaya pemasaran dan biaya administrasi & umum. Jadi, biaya produksi dapat dinyatakan pada persamaan berikut ini :

$$\text{Biaya Produksi} = \text{Biaya bahan baku (BBB)} + \text{biaya tenaga kerja langsung (TKL)} + \text{biaya } \textit{overhead} \text{ (BOP)} \quad (1)$$

Disamping pengelompokan menjadi biaya produksi dan non produksi, biaya dapat juga dikelompokkan menjadi biaya variabel (*variabel cost*) dan biaya tetap (*fixed cost*). Biaya variabel adalah biaya yang secara total berubah proporsional dengan perubahan aktivitas perusahaan (jumlah penjualan atau jumlah produksi). Biaya tetap adalah biaya yang secara total jumlahnya tidak berubah walaupun ada perubahan aktifitas perusahaan (jumlah penjualan atau jumlah produksi). Biaya variabel dan biaya tetap bermanfaat untuk mengetahui perubahan biaya karena adanya perubahan jumlah yang diproduksi. Jika unit yang diproduksi bertambah atau berkurang, hanya biaya variabel yang akan bertambah atau berkurang sedangkan biaya tetap tidak berubah. Jadi, total biaya dapat dinyatakan pada persamaan berikut ini :

$$\text{Total Biaya} = \text{Fixed Cost (FC)} + \text{Variabel Cost (VC)} \quad (2)$$

Logenecker, et al (2000 : 382) mengemukakan bahwa salah satu metode penetapan harga adalah metode jumlah biaya ditambah *mark-up* (*cost-plus pricing*) yaitu metode berdasarkan total biaya, dimana besarnya harga adalah biaya ditambah *mark-up* tertentu.

$$\text{Harga jual} = \text{total biaya} + (\% \text{ mark up}) \times \text{total biaya} \quad (3)$$

Mark-up adalah jumlah tertentu yang harus ditambahkan agar harga jual mampu menutup biaya dan memberikan keuntungan yang memadai. Perusahaan dapat menentukan *mark-up* berdasarkan pengalaman/tradisi perusahaan.

3. Metodologi Penelitian

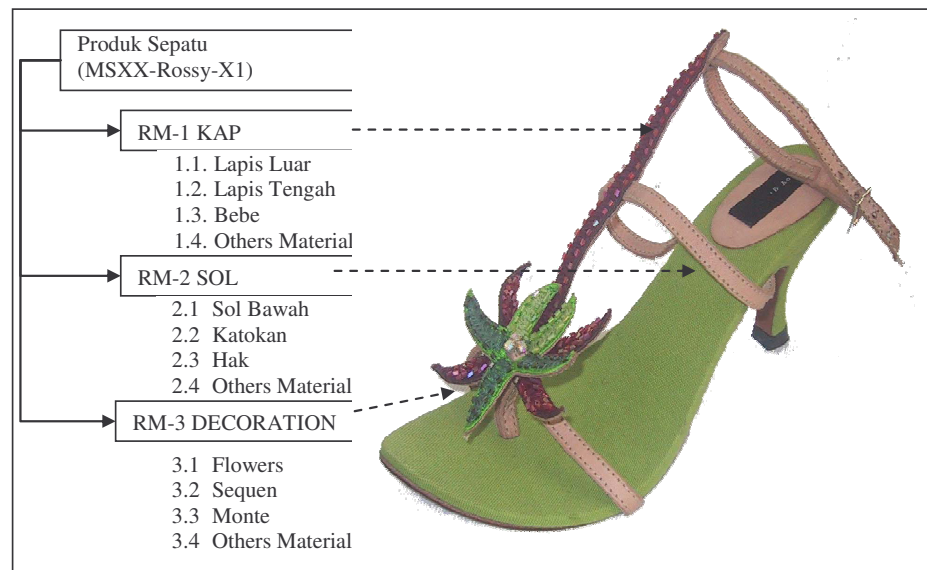
Langkah-langkah yang digunakan dalam penelitian ini dijelaskan pada gambar 5 yang terdiri dari 3 tahapan utama, yaitu (1) formulasi model untuk pendekatan masalah; (2) pengumpulan dan pengolahan data; dan (3) penyusunan usulan sistem *selling price estimation*.

Formulasi model untuk penyelesaian masalah dimaksudkan untuk merumuskan pendekatan penyelesaian masalah agar diperoleh sistem *selling price estimation* yang tepat sebagai dasar pembuatan *invoice*. Pendekatan yang digunakan dalam estimasi harga jual produk didasarkan pada sistem hubungan CV XYZ dengan *buyer* dimana berdasarkan kontrak dalam *invoice* (*make to order contract production*), *Bill of Material* (BoM) yang menyusun produk

- Langkah 2 : Menentukan total biaya produksi, dimana total biaya produksi dapat ditentukan dengan menggunakan persamaan (1).
- Langkah 3 : Menghitung total biaya yang terdiri dari *total Fixed Cost (FC) + Variabel Cost (VC)* seperti pada persamaan (2).
- Langkah 4 : Menentukan *margin profit target* dimana *margin profit* yang ditentukan harus disimulasikan sehingga *selling price* tetap *competitive* untuk *buyer*.
- Langkah 5 : Menentukan harga jual (*selling price*).

4. Hasil Penelitian

Data yang diambil untuk menyusun *selling price estimation* adalah data tentang *Bill of Material*, pembuatan *Invoice* dan *form product specification*. *Bill of Material (BoM)* untuk produk sepatu di perusahaan ini dapat dijelaskan pada gambar 6.



Gambar 6. *Bill of Material* Produk Sepatu
(Sumber : Diolah dari data primer)

Acuan *material consumption* dapat diambil dari *form product specification*.

Tabel 2. *Form Product Specification*

PRODUCT SPECIFICATION				
NO.	JENIS BAHAN (MATERIAL)	UKURAN (MEASUREMENT)	CONTOH BAHAN (MATERIAL SWACHES)	ALTERNATIF WARNA (COLOUR CUSTOM)
(a)	(b)	(c)	(d)	(e)
1	KAP			
2	SOL			
3	DEKORASI:			

Hasil rekapitulasi data dari pembuatan 10 *invoice* yang dipilih selama periode pengamatan Januari-Februari 2006 dapat dijelaskan pada tabel 3 dibawah ini.

Tabel 3. Rekapitulasi Data *Invoice*

No	Invoice	Jumlah Jenis	Quantity Order	% Profit (Estimation)	% Profit (Actual)	% Error Estimasi
(a)	(b)	(c)	(d)	(f)	(g)	(h)=(g-f)/f
1	CV-XYZ-172	30	1.200	20	-1	-105%
2	CV-XYZ-173	45	2.000	25	12	-52%
3	CV-XYZ-174	35	4.000	30	10	-67%
4	CV-XYZ-175	35	7.500	25	13	-48%
5	CV-XYZ-176	30	4.600	20	-3	-115%
6	CV-XYZ-177	25	5.000	25	10	-60%
7	CV-XYZ-178	20	9.000	30	12	-60%
8	CV-XYZ-179	20	450	25	10	-60%
9	CV-XYZ-180	25	600	20	20	0%
10	CV-XYZ-181	30	2.000	30	-2	-107%

Sumber : Data primer, diolah.

Hasil analisis deskriptif terhadap rekapitulasi data *invoice* dijelaskan pada tabel 4. Dari tabel tersebut diketahui bahwa jenis yang harus dibuat untuk setiap *invoice* adalah cukup banyak (20-45 jenis). Hal ini berarti perusahaan juga harus mengestimasi *selling price* sejumlah jenis tersebut. Selain itu, sistem estimasi harga yang digunakan perusahaan saat ini memiliki % *error* dari estimasi profit yang cukup tinggi dimana rata-rata *error* mencapai 67 %. Hal ini berarti estimasi harga tidak akurat karena disebabkan CV XYZ lebih mengandalkan intuisi dibandingkan dengan pendekatan data.

Tabel 4. Rekapitulasi Analisis Data *Invoice*

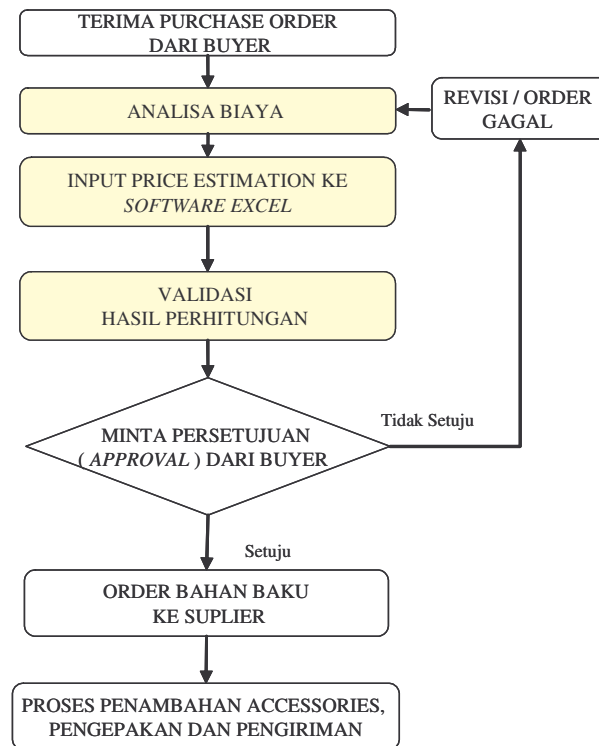
Evaluasi /invoice	Jumlah Jenis	Quantity Order	% Profit (Estimation)	% Profit (Actual)	% Error Estimasi
Rata-rata	30	3.635	25	9	-67%
Maksimal	45	9.000	30	20	0%
Minimal	20	450	20	-2	-115%

Setelah permasalahan yang ada diketahui, langkah selanjutnya adalah mengembangkan solusi perbaikan. Untuk mempermudah langkah dalam melakukan *selling price estimation*, penentuan biaya produksi harus mengacu pada hasil penyusunan *Bill of Material* yang dibuat dan *material consumption* harus mengacu pada hasil perhitungan dalam *product specification*. Untuk mempermudah perhitungan, diusulkan metode *selling price estimation* seperti pada tabel 5. Form *selling price estimation* untuk produk sepatu dirumuskan dalam *software* aplikasi *excel* sederhana sehingga mempermudah dalam membuat simulasi harga dan *mark up profit* yang diinginkan. Jika *buyer* melakukan negosiasi terhadap harga belinya, CV XYZ juga dapat dengan mudah melakukan koreksi dari harga jual sehingga diharapkan % *error* dari estimasi *profit* akan semakin rendah.

Tabel 5. Penjelasan Form *Selling Price Estimation* untuk Produk Sepatu

ITEM PERHITUNGAN BIAYA		UNIT	Teknik Estimasi
A	JUMLAH PESANAN	Set	Dari PO yang dikirim <i>buyer</i>
B	TOTAL BIAYA BAHAN BAKU (C+D+E)	Rp	Dihitung dari biaya kap, sol dan <i>decoration</i>
C	TOTAL BIAYA KAP (c1+c2+c3+c4)	Rp	
	c1 Lapis Luar	Rp	Diestimasi dari harga kap yang akan digunakan pada tiap-tiap jenis sepatu. <i>Material consumption</i> dapat mengacu pada catatan <i>product specification</i> .
	c2 Lapis Tengah	Rp	
	c3 Bebe	Rp	
	c4 Other materials	Rp	
D	TOTAL BIAYA SOL (d1+d2+d3+d4)	Rp	
	d1 Sol bawah	Rp	Diestimasi dari harga sol yang akan digunakan pada tiap-tiap jenis sepatu. <i>Material consumption</i> dapat mengacu pada catatan <i>product specification</i> .
	d2 Katokan / Lemek	Rp	
	d3 Hak	Rp	
	d4 Other materials	Rp	
E	TOTAL BIAYA DEC (e1+e2+e3+e4)	Rp	
	e1 Flower	Rp	Diestimasi dari harga <i>decoration</i> yang akan digunakan pada tiap-tiap jenis sepatu. <i>Material consumption</i> dapat mengacu pada catatan <i>product specification</i> .
	e2 Sequin	Rp	
	e3 Monte	Rp	
	e4 Other materials	Rp	
F	TOTAL BIAYA TKL (f1+f2+f3+f4)	Rp	
	f1 TKL -Sol	Rp	Estimasikan biaya borongan yang terbagi menjadi 4 tahap utama, yaitu pembuatan sol, pembuatan kap, pemasangan <i>decoration</i> dan <i>finishing</i> (<i>packing</i>).
	f2 TKL - Kap	Rp	
	f3 TKL - Decoration	Rp	
	f4 TKL - Packing	Rp	
G	TOTAL BOP (g1+g2+g3)	Rp	
	g1 BOP-Bhn Penolong	Rp	Semua biaya operasional yang terjadi dipabrik selain bahan baku dan tenaga kerja yang mungkin dikeluarkan untuk membuat pesanan.
	g2 BOP-Listrik dan Mesin	Rp	
	g3 BOP-lainnya	Rp	
H	TOTAL BIAYA PRODUKSI (B+F+G)	Rp	
I	TOTAL BIAYA NON PRODUKSI (I1+I2)	Rp	
	I1 Pemasaran	Rp	Estimasikan dari biaya non produksi bulanan yang dibebankan pada pesanan ini.
	I2 Adm & Umum	Rp	
J	TOTAL BIAYA (H + I)	Rp	
K	MARK UP PROFIT	%	Simulasikan sehingga <i>selling price</i> tetap <i>competitive</i> untuk <i>buyer</i>
L	SELLING PRICE $\{ (J \times (1 + K)) / A$	Rp/set	

Untuk menjamin digunakannya form *selling price estimation*, perbaikan atas proses bisnis yang berjalan saat ini harus dijabarkan dalam *standard operating procedure* (SOP) khususnya SOP dalam pembuatan dan penerbitan *Invoice*. Secara umum perbaikan SOP dalam pembuatan *invoice* dapat dijelaskan pada gambar 7. Langkah pembuatan *invoice* selanjutnya, harus mengacu pada “Diagram Alir Pembuatan *Invoice* (Usulan)” untuk menjamin bahwa setiap komponen biaya yang menyusun *selling price* sudah diperhitungkan dalam estimasi sehingga *margin profit* lebih akurat. Setelah menerima *purchase order*, CV XYZ harus melakukan analisa biaya terhadap material utama yang digunakan (kap, sol dan *decoration*), kemudian *price* dihitung dengan menggunakan form *selling price estimation* (lampiran 1). Langkah selanjutnya adalah melakukan validasi terhadap hasil perhitungan dan kemudian mengirim *invoice* ke *buyer*.



Gambar 7. Diagram Alir Pembuatan *Invoice* (Usulan)

5. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah :

1. Penelitian ini dimaksudkan untuk meningkatkan keakuratan *selling price estimation* untuk memperbaiki sistem estimasi harga produk sepatu di CV XYZ yang masih dijalankan secara intuisi. Hasil penelitian ini adalah berupa perbaikan sistem estimasi dengan memperhatikan komponen-komponen biaya berdasarkan *Bill of Material* dan *product specification* dari sepatu yang diproduksi (Lampiran 1).
2. Pembuatan *invoice* sebaiknya mengacu pada “diagram alir pembuatan *invoice* (usulan)” dimana untuk mempermudah perhitungan, form *selling price estimation* dibuat dalam *software* aplikasi *excel* sederhana sehingga mempermudah dalam membuat simulasi harga dan *mark up profit* yang diinginkan.
3. CV XYZ dapat menerapkan aplikasi *excel* hasil penelitian dengan mudah karena aplikasi ini hanya mensyaratkan dukungan *hardware* komputer yang sederhana. Aplikasi ini diharapkan dapat membantu mempercepat estimasi harga yang jumlahnya sangat banyak dan hasil estimasi memiliki tingkat keakuratan yang lebih baik.

Daftar Pustaka

- Cravens, David W. *The Strategic Marketing*. New York : The McGraw Hill Companies. 2001
- Gaspersz, V. *Production and Inventory Control Berdasarkan Pendekatan Sistem Terintegrasi MRP II dan JIT Menuju Manufacturing 21*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001.

- Horngren, Charles T dan George Foster. *Akuntansi Biaya: Suatu Pendekatan Manajerial*. Jakarta: Penerbit Erlangga, 1992.
- Indrajit, Richardus Eko dan Richardus Djokopranoto. *Konsep dan Aplikasi Business Process Reengineering: Strategi Meningkatkan kinerja Bisnis secara Dramatis dan Radikal*. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia, 2002.
- Inggawati, Komala. *Modul Pelatihan Strategi Penetapan Harga*. Denpasar : IFC-PENSA. 2005.
- Longenecker, J.G et al. *Small Business Management, An Entrepreneurial Emphasis, 11th Ed*. Singapore : Thomson Learning Asia, 2000.
- O’Leary, Daniel E. *Enterprise Resource Planning System: System, Life Cycle, Electronic Commerce, and Risk*. New York: Cambridge University Press, 2000.
- Polimeni, RS et al. *Cost Accounting, 3rd Edition, (Schaum’s outline series)*. New York : McGraw-Hill.1984.