

PRODUK DAN HARGA

Suhardi, S.Pt.,MP

Shrd_hardi@yahoo.com

Mulawarman University

PRODUK: Barang atau jasa yang dapat memuaskan kebutuhan konsumen

Consumer-goods classification:

- Convenience goods: Goods that the customer usually purchases frequently, immediately, and with a minimum effort.
- Shopping goods: Goods that the customer, in the process of selection and purchase, characteristically compares on such basis as suitability, quality, price, and style.
- Specialty goods: Goods with unique characteristics and/or brand identification for which the customer is willing to make a special purchasing effort.
- Unsought goods: Goods that the customer does not normally think of buying.

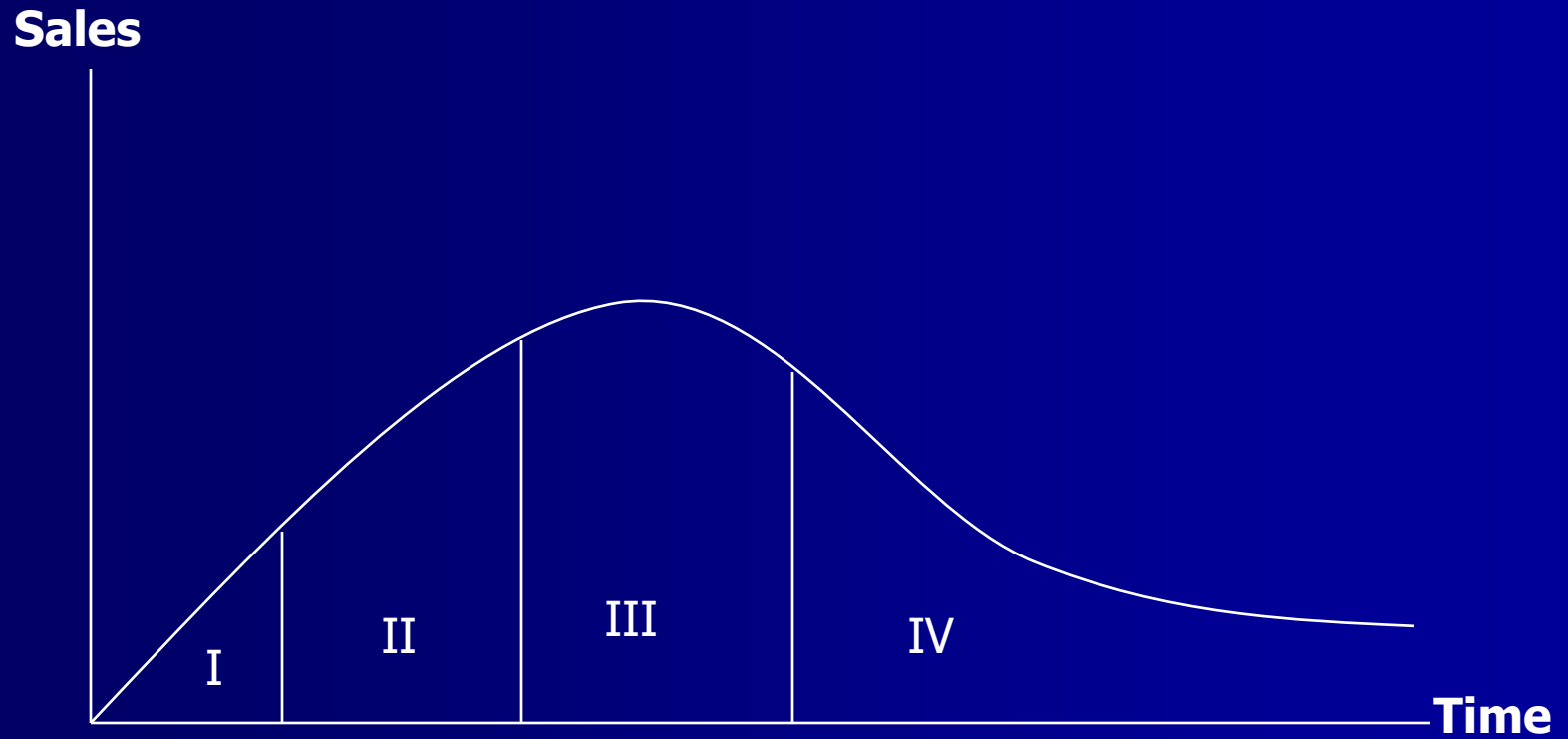
Langkah-langkah penting dalam menciptakan produk baru atau memperbaiki produk:

1. Mengembangkan ide produk: Menentukan apa yang konsumen butuhkan.
2. Menilai kelayakan ide produk: Membandingkan antara keuntungan dan biaya yang dikeluarkan.
3. Merancang dan menguji produk: Melihat reaksi konsumen terhadap produk.
4. Mendistribusikan dan mempromosikan produk: Membuat target market mengetahui keberadaan produk.
5. Pengawasan pasca produksi: Menghitung keuntungan atau kerugian aktual.

Diferensiasi produk

- Upaya sebuah perusahaan untuk membedakan produknya dari produk pesaing agar produknya tersebut lebih menarik bagi konsumen:
 - Rancangan yang unik
 - Kemasan yang unik
 - Merk yang unik

Product Life Cycle



Strategi Penentuan Harga

- Pertama, dengan pendekatan biaya yaitu penetapan harga biaya plus, penetapan harga mark-plus dan penetapan harga break even.
- Kedua dengan pendekatan pasar atau persaingan.

Strategi Pertama

- **1. Penetapan Harga Biaya Plus (*Cost-Plus Pricing Method*)**
- Kalau anda menggunakan metode ini, anda menentukan harga jual per unit produk anda dengan menghitung jumlah seluruh biaya per unit ditambah jumlah tertentu untuk menutup laba yang anda kehendaki pada unit tersebut, atau disebut margin. Harga jual produk dapat anda hitung dengan rumus :
- **Biaya Total + Margin = Harga Jual**

Contoh

- Contohnya seperti ini. Misalkan anda punya **usaha jus buah** dan mendapatkan order sebanyak 100 gelas untuk sebuah pesta perpisahan. Biaya yang anda keluarkan untuk memproduksi jus buah tersebut diperkirakan sebanyak 400.000,00 dengan perincian :
- Biaya bahan baku : Rp. 250.000,00
- Biaya tenaga kerja : Rp. 100.000,00
- Biaya lain-lain seperti penyusutan alat, sewa tempat, dsb : Rp. 50.000,00
- Jika anda menginginkan laba sebesar 15% dari biaya total, maka :
Harga total = Biaya Total + Laba = Rp. 400.000,00 + (15% x Rp 400.000,00) = Rp. 460.000,00. Dengan demikian untuk setiap jus yang anda jual, harganya sebesar Rp. 4.600,00.

■ 2. Penetapan Harga Mark-Up (*Mark-Up Pricing Method*)

- Pada intinya, penetapan harga mark-up ini hampir sama dengan penetapan harga biaya plus. Para pedagang atau perusahaan perdagangan lebih banyak menggunakan penetapan harga mark-up ini.
- Caranya lebih sederhana. Anda membeli barang-barang dagangan kemudian harga jualnya anda tentukan setelah menambah harga beli dengan sejumlah mark-up, seperti rumus di bawah ini:
- **Harga Beli + Mark Up = Harga Jual**

- Jadi mark-up ini merupakan kelebihan harga jual di atas harga belinya. Contohnya seperti ini:

- Anda punya **toko sepatu adventure**. Anda beli sepatu adventure merk "X" seharga 300 ribu. Kemudian anda ingin keuntungan 50 ribu, jadinya anda jual $300 \text{ ribu} + 50 \text{ ribu} = 350 \text{ ribu}$. Sederhana?
- Jadi keuntungannya dapat anda peroleh dari sebagian mark-up tersebut. Mengapa hanya sebagian? Karena anda juga harus mengeluarkan sejumlah biaya "lain-lain" seperti transport untuk beli sepatu yang anda ambilkan dari sebagian mark-up.

■ **3. Penetapan Harga Break-even (*Break-Even Pricing*)**

- Adalah cara penetapan harga yang didasarkan pada permintaan pasar dan masih mempertimbangkan biaya. Usaha anda dapat dikatakan dalam keadaan break-even apabila penghasilan yang anda terima sama dengan ongkosnya, dengan anggapan bahwa harga jualnya sudah anda tentukan.
- Menurut cara ini, usaha anda akan mendapatkan laba apabila penjualan yang anda capai berada di atas titik break-even dan rugi penjualan anda berada di bawah titik break-even.
- Cara penetapan harga break-even ini dapat anda terapkan dengan menggunakan beberapa "syarat" tertentu, yaitu:
 - Seluruh biaya usaha anda dapat digolongkan ke dalam biaya variabel dan biaya tetap.
 - Seluruh barang yang anda produksi akan terjual.
 - Biaya variabel per unitnya tetap.

Strategi Kedua

(pendekatan pasar atau persaingan) ■

- Penentuan harga defensif: Strategi menurunkan harga produk untuk mempertahankan pangsa pasar.
- Penentuan harga penetrasi: Strategi menentukan harga yang lebih rendah dibanding produk pesaing agar dapat menembus pasar
- Penentuan harga predatori: Strategi menurunkan harga untuk menyerang pesaing baru yang masuk ke dalam pasar.
- Penentuan harga prestise: Strategi menggunakan harga yang lebih tinggi untuk meraih kesan sebagai yang terbaik.

Pengertian dari Kalkulasi Biaya variabel

- Dalam kalkulasi biaya variabel, produk yang dihasilkan hanya dibebankan dengan biaya-biaya variabel saja, yaitu biaya-biaya yang secara total berubah-ubah sesuai dengan perubahan volume, terdiri dari bahan langsung, tenaga kerja langsung dan overhead pabrik variabel. Biaya seperti sewa dan asuransi yang berkaitan dengan waktu, bukan dengan produk, tidak diperhitungkan sebagai biaya produk dan dibebankan sebagai biaya-biaya yang diperlukan untuk memelihara fasilitas dalam kondisi siap untuk memproduksi sedangkan biaya produk dimaksudkan sebagai tambahan biaya-biaya yang diperlukan untuk menghasilkan produk utama.

Manfaat Metode kalkulasi Biaya Variabel

– Perencanaan Operasi

- Dengan metode kalkulasi biaya variabel dapat diperoleh data-data atas biaya variabel dan margin kontribusi yang dapat membantu manajer dari suatu departemen dengan mudah mengambil banyak keputusan mengenai biaya yang akan mempengaruhi departemennya.

-

– Analisa Break Even.

- Titik break even adalah volume penjualan dalam rupiah atau unit yang tidak menghasilkan laba maupun kerugian. Analisa break even digunakan untuk menentukan apakah suatu volume penjualan tertentu berada di atas atau dibawah titik breakeven. Dan juga untuk menghitung titik break even itu sendiri.
- Titik break even adalah titik dimana margin kontribusi sama dengan biaya tetap. Pada titik ini laba bersih akan menjadi nol.

■ **Manfaat lainnya.**

- Dengan mengklasifikasikan biaya menjadi unsure variabel dan tetap dapat membantu manajemen dalam meramal biaya penuh pada berbagai tingkat produksi. Banyak hubungan tertentu yang dapat dipelajari seperti hubungan antara biaya dan volume.
- Pemakaian metode kalkulasi biaya variabel dapat membantu pengusaha dalam menentukan harga. Margin kontribusi (penjualan – biaya variabel) seharusnya cukup besar untuk menutup biaya tetap ditambah suatu laba yang diinginkan.
- Manfaat yang lain adalah efektifitas dari laporan kalkulasi biaya variabel untuk pengendalian manajemen (management control) . Juga membantu dalam menilai prestasi para manajer sesuai dengan garis organisasi yang ada. Biaya tetap yang mana yang berada dalam pengendalian para manajer dapat dipisahkan agar paralel dengan cara penilaian prestasi.

Cara Strategi Menentukan Harga Produk Barang Dan Jasa

- A. Strategi Penentuan Harga Pada Produk Baru
 - 1. Skimming Price
 - Strategi skimming adalah menetapkan harga awal yang tinggi ketika produk baru diluncurkan dan semakin lama akan terus turun harganya. Contoh handphone nokia, laptop, komputer, dan lain sebagainya.
 - 2. Penetration Price / Harga Penetrasi
- Strategi harga penetrasi adalah menentukan harga awal yang rendah serendah-rendahnya atau murah dengan tujuan untuk penetrasi pasar dengan cepat dan juga membangun loyalitas merek dari pada konsumen. Contoh : tarif layanan operator baru three / 3, mie selera rakyat, so klin MB, dan lain-lain.

B. Strategi Penentuan Harga Yang Mempengaruhi Psikologis Konsumen

- 1. Prestige Pricing / Harga Prestis
Strategi harga Prestige Price adalah menetapkan harga yang tinggi demi membentuk image kualitas produk yang tinggi yang umumnya dipakai untuk produk shopping dan specialty. Contoh : roll royce, rolex, guess, gianni versace, prada, vertu, dan lain sebagainya.
- 2. Odd Pricing / Harga Ganjil
Strategi harga odd price adalah menetapkan harga yang ganjil atau sedikit di bawah harga yang telah ditentukan dengan tujuan secara psikologis pembeli akan mengira produk yang akan dibeli lebih murah. Contoh : Barang yang tadinya dihargai Rp. 100.000,- diubah menjadi Rp. 99.990,- di mana konsumen mungkin akan melihat 99.990 jauh lebih murah daripada Rp. 100.000,-.

- 3. Multiple-Unit Pricing / Harga Rabat

Strategi harga multiple unit price adalah memberikan potongan harga tertentu apabila konsumen membeli produk dalam jumlah yang banyak. Contoh : Jika harga sebuah sebungkus indomie goreng pedas adalah Rp. 1.500,- maka konsumen cukup membayar Rp. 1.000,- perbungkus jika membeli satu dus isi 40 bungkus indomie.

- 4. Price Lining / Harga Lini

Strategi harga lining pricing adalah memberikan cakupan harga yang berbeda pada lini produk yang beda. Contoh : bioskop grup 21 memberikan harga standar untuk konsumen bioskop jenis standard dan mengenakan harga yang lebih mahal pada konsumen bioskop 21 jenis premier, htm stadion, tiket kereta.

- 5. Leader Pricing / Pemimpin Harga

Strategi harga leader price adalah menetapkan harga lebih rendah daripada harga pasar / harga normal untuk meningkatkan omset penjualan / pembeli. Contoh : biasanya ritel jenis hipermarket memberikan promosi harga yang lebih murah daripada harga normal.

C. Strategi Penentuan Harga Diskon / Potongan Harga

- Strategi harga diskon pada penjual adalah strategi dengan memberikan potongan harga dari harga yang sudah ditetapkan demi meningkatkan penjualan suatu produk barang atau jasa. Diskon dapat diberikan pada umum dalam bentuk diskon kuantitas, diskon pembayaran tunai / cash, trade discount.
- Contoh : Bila membeli fashion, fresh food, elektronik dan lain-lain.

D. Strategi Penentuan Harga Kompetitif

- 1. Relative Pricing / Harga Relatif
Strategi harga relative price adalah menentukan harga di atas, di bawah atau sama dengan tingkat harga persaingan di mana gerakan harganya mengikuti gerakan pesaing.
- 2. Follow The Leader Pricing
Strategi harga follow the leader price adalah penetapan harga produk baik barang maupun jasa diserahkan para pimpinan pasar / penimpin pasar dan tidak menetapkan harga sendiri.

Jenis BEP

- BEP Unit : titik pulang pokok (BEP) yang dinyatakan dalam jumlah penjualan produk di nilai tertentu.
- BEP Rupiah : BEP atau titik pulang pokok yang dinyatakan dalam jumlah penjualan atau harga penjualan (P) tertentu.
- Rumus/Cara Menghitung BEP
 - 1. BEP Unit = $(\text{Biaya Tetap}) / (\text{Harga per unit} - \text{Biaya Variable per Unit})$
 - 2. BEP Rupiah = $(\text{Biaya Tetap}) / (\text{Kontribusi Margin per unit} / \text{Harga per Unit})$

- Keterangan
- a) $\text{BEP Unit / Rupiah} = \text{BEP dalam unit (Q) dan BEP dalam Rupiah (P)}$
- b) Biaya Tetap = biaya yang jumlahnya tetap walaupun usaha anda tidak sedang memproduksi.
- c) Biaya Variable = biaya yang jumlahnya meningkat sejalan peningkatan jumlah produksi seperti bahan baku, bahan baku pembantu, listrik, bahan bakar, dan lain-lain
- d) Harga per unit = harga jual barang atau jasa perunit yang dihasilkan.
- e) Biaya Variable per unit = total biaya variable perunit (TVC/Q)
- f) Margin Kontribusi per unit = harga jual per unit - biaya variable per unit (selisih)



Untuk lebih memahami bagaimana cara menghitung BEP, mari kita pakai contoh berikut:

Farm ayam petelur makmur pada tahun 2012 memiliki data-data biaya dan rencana produksi seperti berikut ini :

1) Biaya Tetap sebulan adalah sebesar Rp.150juta yaitu terdiri dari :

Biaya Gaji Pegawai	= Rp.75,000,000
Biaya Gaji Pemilik	= Rp.10.000.000
Biaya Penyusutan Mobil Kijang	= Rp. 1,500,000
Biaya Asuransi Kesehatan	= Rp.15,000,000
Biaya Sewa Gedung Kantor	= Rp.18,500,000
Biaya Sewa Kandang	= Rp.30,000,000

2) Biaya Variable per Unit Rp. 75,000.00 yaitu terdiri dari :

Biaya Pakan obat	= Rp.35,000
Biaya Tenaga Kerja Langsung	= Rp.15,000
Biaya Listrik dan Air	= Rp.10,000
Biaya Lain	= Rp.15,000

Harga Jual per unit tray Tp. 100.000

- Cara Menghitung BEP dalam Rupiahnya
- = Biaya Tetap / (Kontribusi Margin per unit : Harga per unit)
- = Rp.150 juta / (Rp.25,000* : Rp. 100,000)
- *100,000-75,000
- = Rp.150juta / 0.25
- = Rp.600,000,000
-

- Cara Menghitung BEP dalam Unit
- = Biaya Tetap / (harga per unit – biaya variable per unit)
- = Rp.150juta / (Rp.100,000 – Rp.75,000)
- = Rp.150juta / Rp.25,000
- = 6,000 unit

- Jadi, BEP tercapai ketika Penjualan Mencapai 6.000 unit atau penjualan mencapai nilai 600 juta. Itulah tadi cara menghitung BEP Usaha secara sederhana. Titik BEP ini bisa bergeser karena terjadi



- 1. Perubahan harga jual per unit
- 2. Perubahan biaya variabel
- 3. Perubahan biaya tetap
- 4. Perubahan komposisi sales mix

Terima kasih sangat

