

ANALISIS PENETAPAN HARGA JUAL PADA PT MEGA INDAH SARI TIMUR

Lutfiah Amalia Mustahar¹, Hariany Idris², Samsinar³

^{1, 2, 3}Universitas Negeri Makassar, Jl. A.P. Pettarani, Makassar, Sulawesi Selatan, Indonesia
Email: lutfiahmalia92@gmail.com

Article History

Received: 15-05-2025

Revision: 07-06-2025

Accepted: 13-06-2025

Published: 19-06-2025

Abstract. This research aims to analyze the pricing strategy at PT Mega Indah Sari Timur. The type of research used is qualitative descriptive. The sample used in this study includes data and information on sales prices from 2021 to 2023 at PT Mega Indah Sari Timur. The data collection required includes sales price data and supporting evidence, conducting interviews with one of the staff members, noting the elements of sales prices and others during the interview, and processing the interview results obtained. The data analysis technique uses qualitative descriptive analysis. The results of the analysis show that the selling price method at PT Mega Indah Sari Timur is concluded. Based on the research findings, there is a difference between the selling price applied by the company and the author using the markup method, specifically for the sun power granite 60 x 60 and the DKS consignment hardware (Dekson) htrd 0.3 in 2021, 2022, and 2023, where the company experiences annual price increases that do not align with the markup.

Keywords: Selling Price, Mark Up, Product, PT Mega Indah Sari Timur

Abstrak. Penelitian ini bertujuan menganalisis penetapan harga jual pada PT Mega Indah Sari Timur. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah data dan informasi harga jual selama tahun 2021-2023 pada PT Mega Indah Sari Timur. Pengumpulan data yang diperlukan berupa data dan informasi mengenai harga jual dan bukti pendukungnya, melakukan wawancara dengan salah satu staff, mencatat unsur-unsur harga jual serta lainnya pada saat wawancara, mengolah hasil wawancara yang diperoleh. Teknik pengumpulan analisis data menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Hasil analisis menunjukkan bahwa metode harga jual pada PT Mega Indah Sari Timur, dan menarik kesimpulan. Berdasarkan hasil penelitian bahwa adanya perbedaan antara harga jual yang diterapkan perusahaan dan penulis dengan metode mark up yaitu pada produk granit sun power 60 x 60 dan hardware konsinyasi DKS (Dekson) htrd 0,3 pada tahun 2021, 2022, dan 2023 pada perusahaan setiap tahunnya memiliki kenaikan harga yang tidak sesuai dengan mark up.

Kata Kunci: Harga Jual, Mark Up, Produk, PT Mega Indah Sari Timur

How to Cite: Mustahar, L. A., Idris, H., & Samsinar. (2025). Analisis Penetapan Harga Jual pada PT Mega Indah Sari Timur. *Indo-MathEdu Intellectuals Journal*, 6 (3), 4328-4332. <http://doi.org/10.54373/imeij.v6i3.3156>

PENDAHULUAN

Perusahaan dagang di Indonesia hingga saat ini merupakan sebuah entitas bisnis yang memiliki kontribusi yang sangat penting dalam perekonomian nasional. Kontribusi dari perusahaan dagang di Indonesia dapat dilihat dari kemunculan berbagai macam toko, swalayan, supermarket hingga mall yang menyediakan produk dari pemasok (*supplier*) tanpa mengubah

bentuk dari produk tersebut. Harga bukanlah suatu elemen pelengkap ketika kita memproduksi, namun menetapkan harga adalah suatu strategi. Harga harus mengandung suatu nilai tertentu (value pricing), yang menjadi pertimbangan konsumen saat akan membeli, dan sekaligus menjadi alat perang dalam persaingan pasar.

Harga merupakan jumlah uang yang harus dibayar konsumen atas pembelian atau penggunaan suatu produk. Harga dari sisi produsen dipengaruhi oleh biaya produksi, biaya pemasaran, jumlah pesaing dan sasaran konsumen. Harga dari faktor luar dipengaruhi oleh selera pembeli, daya beli konsumen, permintaan produk, dan harga pesaing. Harga masih merupakan hal penting karena kontribusinya terhadap penjualan dan keuntungan. Harga adalah bagian dari bauran pemasaran yang menghasilkan laba, sedangkan bauran pemasaran yang lain membutuhkan biaya. Harga juga merupakan variabel yang fleksibel, mudah untuk diubah. Disisi lain harga juga akan membentuk persaingan ketat antar produsen. Masalah yang sering terjadi adalah harga yang terlalu berorientasi pada biaya, harga yang tidak diperbaiki seiring dengan perubahan pasar, harga yang tidak dipertimbangkan bagian dari bauran pemasaran, dan harga yang tidak bervariasi pada produk yang berbeda. Perusahaan menangani penetapan harga dengan cara berbeda. Harga pada perusahaan kecil ditentukan oleh pimpinannya. Sedangkan pada perusahaan besar, harga ditentukan oleh manajer bagian produk dengan memperhatikan tujuan penetapan harga yang dibuat pimpinan perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penetapan harga jual pada PT Mega Indah Sari Timur

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif Teknik ini dimulai dari mengumpulkan data yang diperlukan berupa data dan informasi mengenai harga jual dan bukti pendukungnya, melakukan wawancara dengan salah satu staff, mencatat unsur – unsur harga jual serata lainnya pada saat wawancara, mengelolah hasil wawancara yang diperoleh berdasarkan analisis yang digunakan, mendeskripsikan metode harga jual pada PT Mega Indah Sari Timur, dan menarik kesimpulan

HASIL

Penelitian ini dilaksanakan di PT Mega indah Sari Timur (Misi Depo Bangunan) merupakan salah satu perusahaan yang menjual bahan bangunan. Dimana salah satu barang yang dijual yaitu granit dan hardware konsinyasi DKS (Dekson) htrd 0,3. Adapun penentuan penetapan harga jual produk yang dilakukan pada perusahaan ini dengan menentukan persentase tertentu di atas harga produk yang dibeli atau menggunakan metode *Mark Up*

Pricing. Dimana *Mark Up Pricing* atau “*Mark On Persentage*” memiliki dua komponen yaitu meliputi bagian untuk menutup biaya operasi dan bagian laba yang di diharapkan. Besaran persentase *mark up* berbeda – beda antara produk satu dan lainnya.

Tabel 1. Data Harga Jual Granit tahun 2021 - 2023

Tahun	Harga Beli	Harga jual
2021	Rp.115.000	Rp.138.500
2022	Rp.140.257	Rp.169.158
2023	Rp.160.500	Rp.193.600

Sumber: Hasil Wawancara PT Mega Indah Sari Timur, 2024 (Data diolah)

Tabel 2. Data Harga Jual hardware konsinyasi DKS (Dekson) htrd 0,3 tahun 2021 - 2023

Tahun	Harga Beli	Harga jual
2021	Rp.118.400	Rp.142.580
2022	Rp.132.400	Rp.159.730
2023	Rp.135.200	Rp.163.240

Sumber: Hasil Wawancara PT Mega Indah Sari Timur, 2024 (Data diolah)

Pada tabel 1, tahun 2021 diketahui harga beli produk granit sun power 60 x 60 kode 60115 pada tahun 2021 sebesar Rp.115.000/dos dengan isi 4 lembar. Sedangkan harga jual kembali produk di pasar sebesar Rp.138.500. Sehingga ada selisih sebesar Rp.500. Dimana jika perusahaan menentukan *mark up* sebesar 20% + harga beli produk menjadi sebesar Rp.138.000/dos. Pada tahun 2022 diketahui harga beli granit sun power 60 x 60 kode 60115 pada tahun 2022 sebesar Rp.140.257/dos dengan isi 4 lembar. Sedangkan harga jual kembali produk di pasar sebesar Rp.169.158/dos dengan isi 4 lembar. Sehingga ada selisih sebesar Rp.850. Dimana jika perusahaan menentukan *mark up* sebesar 20% + harga beli produk menjadi sebesar Rp.168.308/dos. Begitu juga pada tahun 2023 harga beli granit sun power 60 x 60 kode 60115 pada tahun 2023 sebesar Rp.160.500/dos dengan isi 4 lembar. Sedangkan harga jual kembali produk sebesar Rp.193.600. sehingga ada selisih sebesar Rp. 1.000. Dimana jika perusahaan menentukan *mark up* sebesar 20% + harga beli produk menjadi sebesar Rp.192.600/dos.

Pada tabel 2, tahun 2021 diketahui harga beli hardware konsinyasi DKS (Dekson) htrd 0,3 pada tahun 2021 sebesar Rp.118.400/set. Sedangkan harga jual kembali produk di pasar sebesar Rp.142.580/set. Sehingga ada selisih sebesar Rp.500. Dimana jika perusahaan menentukan *mark up* sebesar 20% + harga beli produk menjadi sebesar Rp.142.080/set. Pada tahun 2022 diketahui harga beli hardware konsinyasi DKS (Dekson) htrd 0,3 pada tahun 2022 sebesar Rp.132.400/set. Sedangkan harga jual kembali produk di pasar sebesar Rp.159.730/set.

Sehingga ada selisih sebesar Rp.850. Dimana jika perusahaan menentukan *mark up* sebesar 20% + harga beli produk menjadi Rp.158.880/set. Begitu juga pada tahun 2023 diketahui harga beli hardware konsinyasi DKS (Dekson) htrd 0,3 Rp.135.200/set. Sedangkan harga jual kembali produk di pasar sebesar Rp.163.240/set. Sehingga ada selisih sebesar Rp.1.000. Dimana jika Perusahaan menentukan *mark up* 20% + harga beli produk menjadi Rp.162.240/set.

DISKUSI

Berdasarkan analisis yang telah dikemukakan, maka dalam penulisan skripsi ini dapat ditarik kesimpulan yaitu hasil analisis penetapan harga jual yang diterapkan pada PT Mega Indah Sari Timur dengan metode *mark up pricing* pada harga jual produk Granit sun power 60x60 kode 60115 dan hardware konsinyasi DKS (Dekson) htrd 0,3 pada tahun 2021 – 2023 menunjukkan perbedaan atau memiliki selisih antara harga yang di terapkan pada perusahaan dengan rumus *mark Up Pricing* perusahaan belum sesuai menerapkan harga jual. Penetapan harga jual belum efektif seharusnya sesuai dengan *mark up* persentase yang diterapkan pada masing-masing barang yang akan di jual agar penentuan harga produk sesuai.

Perusahaan menentukan *mark up* yang berbeda-beda pada setiap produk, pada saat menjual produk berbagai biaya perlu dipertimbangkan untuk menentukan harga yang tepat dan menguntungkan. Biaya-biaya ini meliputi biaya produksi, biaya pemasaran, biaya distribusi, biaya operasional, target keuntungan, memantau harga kompetitor, mempertimbangkan tingkat permintaan pasar, penetapan target laba, dengan menerapkan kebijakan tersebut perusahaan dapat menentukan *mark up* yang sesuai untuk berbagai produk, sehingga dapat meningkatkan profitabilitas dan daya saing di pasar

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai penetapan harga jual produk menggunakan metode *mark up pricing* sebagai dasar penetapan harga jual PT Mega Indah Sari Timur, maka disimpulkan sebagai berikut:

- Harga Jual yang diterapkan PT Mega Indah Sari Timur produk Granit sun power 60 x60 pada tahun 2021 sebesar Rp.138.500, pada tahun 2022 sebesar Rp.169.158 dan pada tahun 2023 sebesar Rp.193.600 sedangkan pada produk hardware konsinyasi DKS (Dekson) htrd 0,3 pada tahun 2021 sebesar Rp.142.580, pada tahun 2022 sebesar Rp.159.730 dan pada tahun 2023 Rp.163.240.

- Harga Jual yang berdasarkan rumus pada produk Granit sun power 60 x60 pada tahun 2021 sebesar Rp.138.000, pada tahun 2022 sebesar Rp.168.308 dan pada tahun 2023 sebesar Rp.192.600. Sedangkan pada produk hardware konsinyasi DKS (Dekson) htrd 0,3 pada tahun 2021 sebesar Rp.142.080, pada tahun 2022 sebesar Rp.158.880 dan pada tahun 2023 Rp.162.240.
- Perbedaan perhitungan ini dikarenakan harga jual produk yang diterapkan perusahaan ternyata tidak sesuai dengan rumus mark up pricing yang ditetapkan perusahaan yaitu 20% pada produk granit sun power 60x60 dan mark 20% dari produk hardware konsinyasi DKS (Dekson) htrd 0,3

REFERENSI

- Afifah, S. N. (2021). Metode Penetapan Harga Jual Produk Sepatu Berdasarkan Cost Plus Pricing Method pada Cv. Tritunggal Sidoarjo. *Jurnal Akuntansi Terapan* Vol 2 , No. 2, 80-91.
- Amstrong, K. &. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Amstrong, K. &. (2019). *Prinsip - prinsip pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Angipora, M. (2002). *Dasar Dasar Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Aviatri, P. (2021). Analisis penerapan etika bisnis terhadap kelangsungan usaha perusahaan dagang. *VOL. 6 NO. 02*, 54-63.
- Farihah, A. &. (2019). Based Costing System dalam menentukan harga jual produk. *Jurnal Penelitian Teori & Terapan Akuntansi (PETA)*, 57.
- Hidayat, W. W. (2018). *Dasar Dasar analisa laporan keuangan* . Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Prawiro. (2013). *Akuntansi Manajemen Edisis 3*. Jakarta: Mitra Warana Media.
- Septiana, A. (2019). *Analisis laporan keuangan*. Duta Media Publishing.
- Setyaningsih. (2021). Strategi konsumen dan penetapan harga jual. *VOL 2*, 57-58.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto. (2021). *Pembangunan dan pemerdayaan masyarakat*. Jakarta: Pustaka Pelajar.
- Wijoyo, H. (2021). *Pengantar Bisnis*. Insan Cendekia Mandiri.
- Zulkarnaen. (2023). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen . *Vol. 2 No.1*, 51-55