

STRATEGI PENETAPAN HARGA PENJUALAN TUNAI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LABA PENJUALAN PADA CV SARMA MEDAN

Giovani Silaban¹⁾, Abdul Gani²⁾, Minasari Nasution³⁾

Program Studi Akuntansi Perpajakan^{1,2} Politeknik Unggul LP3M

Email: ¹andiyuniar45@gmail.com

ABSTRAK - Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi strategi penetapan harga yang diterapkan oleh CV Sarma Medan serta mengidentifikasi strategi yang lebih optimal dalam meningkatkan volume penjualan. Pendekatan yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Data penelitian diperoleh melalui wawancara dan dokumentasi, di mana peneliti secara langsung melakukan observasi terhadap kondisi di lapangan serta mewawancarai pihak-pihak yang berperan dalam proses penetapan harga. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis Mark Up. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa CV Sarma Medan menerapkan tiga strategi utama dalam penetapan harga, yaitu strategi harga jual impas berbasis markup, penetration pricing, serta strategi promosi melalui pemberian diskon. Setiap strategi memiliki keunggulan dan keterbatasan masing-masing dalam implementasinya. Berdasarkan hasil penelitian, strategi yang direkomendasikan untuk diterapkan adalah strategi odd pricing, karena dapat memberikan efek psikologis yang mendorong konsumen untuk membeli produk, sehingga berpotensi meningkatkan penjualan secara signifikan.

Kata Kunci: Strategi, Penetapan Harga, Laba Penjualan

ABSTRACT- This study aims to evaluate the pricing strategy implemented by CV Sarma Medan and identify a more optimal strategy in increasing sales volume. The approach used is a qualitative method with a phenomenological approach. Research data were obtained through interviews and documentation, where researchers directly observed conditions in the field and interviewed parties involved in the pricing process. The analysis technique used in this study is Mark Up analysis. The results of the study revealed that CV Sarma Medan implemented three main strategies in pricing, namely a break-even selling price strategy based on markup, penetration pricing, and a promotional strategy through discounts. Each strategy has its own advantages and limitations in its implementation. Based on the results of the study, the recommended strategy to be implemented is the odd pricing strategy, because it can provide a psychological effect that encourages consumers to buy products, thus potentially increasing sales significantly.

Keywords: Strategy, Pricing, Sales Profit

PENDAHULUAN

Penjualan dapat dilakukan secara tunai maupun non tunai. Penjualan tunai akan menimbulkan arus kas masuk yang terjadi bersamaan dengan penjualan,

sementara penjualan non tunai akan menyebabkan Arus kas yang diterima dalam suatu periode yang berbeda, tergantung pada jangka waktu pembayaran yang disepakati. (JNW, Widy Hastuty dan Minasari Nasution, 2024). Sistem penjualan tunai adalah sistem di mana pembayaran dilakukan satu kali pada saat proses penjualan berlangsung. Sedangkan sistem penjualan secara kredit adalah proses penjualan di mana pembayaran dilakukan lebih dari satu kali, sesuai dengan durasi yang telah ditentukan dalam perjanjian antara penjual dan pembeli (Indriani dan Minasari Nasution, 2024). Penetapan harga adalah salah satu faktor kunci dalam strategi pemasaran yang memiliki pengaruh besar terhadap keberhasilan suatu perusahaan.

Dalam konteks perusahaan dagang, seperti CV Sarma Medan, penentuan harga yang tepat tidak hanya akan menentukan daya saing produk di pasar, tetapi juga mempengaruhi laba yang diperoleh. Oleh karena itu, perusahaan perlu menentukan harga jual yang tepat dengan kondisi pasar, biaya yang dikeluarkan, serta kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Kesalahan dalam menetapkan harga akan mengakibatkan penurunan laba yang diperoleh perusahaan, kemungkinan disebabkan oleh belum dilakukannya perencanaan laba secara optimal, yang hanya berpedoman pada data penjualan dan perolehan laba tahun sebelumnya (Minasari Nasution Dan Maya Sahlina. 2023).

CV Sarma beroperasi setiap Senin hingga Sabtu, dengan jam kerja mulai pukul 09.00 hingga 17.00. Umumnya, para pengepul atau pemulung menjual barang rongsokan mereka sejak pagi hingga sore hari. Namun, ada kalanya mereka menunda atau membatalkan penjualan karena harga barang rongsokan yang ditawarkan mengalami penurunan dan dianggap kurang menguntungkan. Barang-barang yang diperjualbelikan di CV Sarma meliputi besi tua, tembaga, kuningan, logam, stainless, kabel, dan lain sebagainya. Dalam proses transaksi, harga ditentukan berdasarkan berat atau kadar barang rongsokan yang telah ditetapkan oleh pihak penampung sebagai standar acuan.

Tabel 1.1: Contoh penggolongan jenis barang rongsokan CV Sarma

No	Nama Barang Rongsokan	Harga /kg
1	Tembaga	Rp. 55.000/kg
2	Kuningan	Rp. 30.000/kg
3	Aluminium	Rp. 10.000/kg
4	Stenlis	Rp.15.000/kg
5	Besi tua	Rp. 4.000/kg

Berdasarkan pengamatan di lapangan, peneliti menemukan bahwa para pemulung atau konsumen cenderung enggan melakukan transaksi atau menjual barang rongsokan mereka kepada penampung ketika harga barang rongsokan mengalami penurunan. Strategi penetapan harga dapat berbeda-beda tergantung pada tujuan perusahaan, karakteristik pasar, dan segmentasi pelanggan. Penetapan harga yang rendah mungkin menarik pelanggan baru, tetapi jika tidak diimbangi dengan pengelolaan biaya yang baik, dapat mengurangi laba perusahaan. Sebaliknya, harga yang terlalu tinggi dapat mengurangi daya tarik pelanggan, terutama dalam pasar yang sangat kompetitif. Oleh karena itu, perusahaan harus menemukan keseimbangan yang tepat antara harga jual, kualitas pelayanan, dan laba yang ingin dicapai.

Di sisi lain, Kualitas pelayanan yang diterima pelanggan memainkan peran vital dalam menentukan tingkat kepuasan mereka, yang pada gilirannya dapat memengaruhi loyalitas pelanggan terhadap perusahaan. Pelayanan yang memuaskan akan memperkaya pengalaman pelanggan, yang pada akhirnya dapat memengaruhi keputusan mereka dalam melakukan pembelian. Dalam banyak kasus, kualitas pelayanan yang tinggi dapat menjadi faktor pembeda yang membuat pelanggan tetap memilih produk dari perusahaan meskipun harga yang ditawarkan sedikit lebih tinggi dibandingkan dengan pesaing.

Penelitian ini akan membahas hubungan antara strategi penetapan harga jual tunai dan kualitas pelayanan terhadap laba penjualan pada CV Sarma Medan. Dengan memahami interaksi antara kedua faktor ini, perusahaan diharapkan dapat merumuskan kebijakan yang lebih efektif dalam menentukan harga jual dan

meningkatkan kualitas pelayanan, sehingga dapat meningkatkan profitabilitas dan keberlanjutan perusahaan.

METODE PENELITIAN

Metode pengumpulan data dalam penelitian biasanya melibatkan berbagai teknik yang disesuaikan dengan tujuan penelitian dan tipe data yang diperlukan sangat bergantung pada pendekatan yang diambil. Beberapa teknik umum yang dapat digunakan dalam mengumpulkan data antara lain:

1. Wawancara

Data primer yang dikumpulkan langsung melalui wawancara kepada pimpinan dan karyawan tentang proses, operasional, kebijakan perusahaan, dan tantangan yang dihadapi dalam transaksi jual beli benda rongsokan.

2. Data Sekunder

Informasi dikumpulkan oleh pihak lain atau organisasi lain, yang relevansi dan kegunaannya dapat mendukung penelitian. Dalam konteks penelitian ini, data sekunder dapat mencakup berbagai sumber informasi yang dapat memberikan gambaran lebih luas tentang operasional, keuangan, dan perkembangan CV Sarma Medan.

3. Teknik Analisis Data

Untuk memecahkan masalah yang dihadapi dan membuktikan hipotesis yang diajukan dalam penulisan ini, maka penulis menggunakan metode analisis, sebagai berikut :

A: Metode analisis komparatif digunakan untuk membandingkan antara laba yang telah direncanakan dengan laba yang sebenarnya tercapai.

B. Pendekatan analisis kualitatif dilakukan dengan menggunakan metode cost plus pricing, yang dihitung menggunakan rumus berikut:

C. $HARGA\ BELI + MARK-UP = HARGA\ JUAL$

Mark-up adalah selisih antara harga jual dan harga beli, yang mencerminkan keuntungan yang ingin diperoleh oleh perusahaan. Keuntungan tersebut berasal dari sebagian dari mark-up yang diterapkan pada produk. Selain itu, perusahaan juga harus mempertimbangkan biaya operasional atau eksploitasi yang perlu dikeluarkan, yang sebagian juga dapat diambil dari mark-up tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penetapan Harga Jual Barang Rongsokan

Formula untuk penetapan harga jual barang rongsokan pada CV.Sarma adalah:

$$\text{Harga Beli} + \text{Mark-Up} = \text{Harga Jual},$$

Harga Beli: mencakup harga barang itu sendiri serta biaya tambahan lainnya, seperti biaya pengiriman, asuransi, atau pajak yang terkait dengan pembelian barang tersebut.

A. **Mark-Up**: Tambahan harga yang ditetapkan oleh perusahaan untuk menutupi biaya *operasional* dan memperoleh keuntungan.

Berikut data penelitian berkaitan dengan harga jual barang rongsokan sesuai dengan jenisnya pada CV Sarma Medan. Data diambil pada tahun 2019.

Tabel 4.2

Daftar Harga Jual Barang Rongsokan
CV Sarma Desember 2019

No	Jenis Barang Rongsok	Harga Beli / Kg	Harga Jual / Kg
		Rp	Rp
1	Besi Tua	6.500	7.800
2	Aluminium Bekas	13.000	15.600
3	Tembaga	110.000	132.000
4	Kuningan	55.000	66.000
5	Kardus Bekas	1.500	1.800

6	Botol Bekas Plastik	2.500	3.000
7	Kertas Bekas	1.500	1.800
8	Kaleng Bekas	1.500	1.800
9	Aki	10.000	12.000
10	Gelas Plastik Air Mineral	6.500	7.800
11	Kertas Semen	3.000	3.600
12	Peralon Bekas	1.000	1.200

Perolehan Laba CV Sarma Medan

Berikut data perolehan CV.Sarma periode-2019:

Tabel 4.4.

Perolehan Laba CV Sarma Medan Tahun 2017 - 2019

Tahun	Laba Bersih	Pertumbuhan Laba
2017	Rp. 134.529.383	-
2018	Rp. 87.984.560	(34,59)
2019	Rp. 127.873.331	45,3

Sumber : Data Diolah, 2023.

Data yang disajikan mencerminkan fluktuasi dalam pertumbuhan laba bersih yang disebabkan oleh berbagai faktor operasional perusahaan. Berikut adalah ringkasan analisis data tersebut:

Tahun 2017:

Laba bersih: Rp134.529.383 2, kondisi stabil tanpa penurunan atau peningkatan yang signifikan pada pendapatan dan biaya operasional.

Tahun 2018:

Laba bersih: Rp87.984.560, penurunan laba: 34,59% dibandingkan tahun 2017. Penyebabnya adalah biaya operasional meningkat signifikan dan pendapatan perusahaan tidak mengalami kenaikan, sehingga selisih antara pendapatan dan biaya mengecil.

Tahun 2019:

Laba bersih: Rp127.873.33, **Peningkatan** laba: 45,3% dibandingkan tahun 2018. Penyebabnya adalah **penurunan biaya operasional** secara signifikan dan **pendapatan cenderung meningkat**, memberikan ruang untuk laba yang lebih besar.

Faktor Penyebab Fluktuasi Laba**Biaya Operasional:**

1. Penurunan laba di tahun 2018 menunjukkan pengaruh biaya operasional yang tinggi terhadap laba bersih.
2. Peningkatan laba di tahun 2019 menunjukkan efisiensi operasional yang lebih baik.

Aktiva Lancar:

1. Penurunan aktiva lancar dalam operasional menunjukkan adanya alokasi aset yang kurang optimal atau pembatasan penggunaan aset lancar.
2. Meskipun aktiva lancar menurun, dampaknya pada aktivitas operasi normal belum terasa signifikan.

Pendapatan Stabil:

Pendapatan perusahaan stabil, sehingga faktor biaya menjadi variabel kunci dalam menentukan laba bersih.

SIMPULAN

1. Ketidakefisienan dalam pengelolaan beban operasional menjadi salah satu faktor utama yang mempengaruhi fluktuasi laba usaha perusahaan. Pendapatan yang mengalami fluktuasi setiap tahunnya menunjukkan adanya ketidakkonsistenan dalam kinerja bisnis. Laba usaha yang fluktuatif menunjukkan bahwa perusahaan belum mampu mengelola beban operasionalnya secara optimal.
2. Strategi penetapan harga yang telah dilakukan oleh CV Sarma Medan adalah Strategi penetapan harga yang diterapkan oleh CV Sarma Medan

mencakup Harga Jual Impas berdasarkan *markup*, *Penetration Pricing*, dan Strategi Penetapan Harga melalui Promosi atau Diskon. Kebijakan penetapan harga yang diterapkan oleh CV Sarma Medan menunjukkan kombinasi pendekatan yang bertujuan untuk menarik pelanggan, meningkatkan volume penjualan, dan menjaga daya saing.

3. Kualitas pelayanan perusahaan dapat menciptakan keunggulan kompetitif yang signifikan, yang tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan tetapi juga berkontribusi secara langsung terhadap peningkatan laba penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- Andika. (2021). “Strategi Penetapan Harga Guna Meningkatkan Penjualan Pada Toko Bonanza Mart Malang. *Manajemen*, 1(1), 1–98.
- Anja. (2021). Strategi Penetapan Harga dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Gerai 212 Mart Cabang Bengkulu Perspektif Ekonomi Islam. *Ekonomi Islam*, 1(1), 1–95.
- Ariani. (2018). . Analisis Pengaruh strategi Harga Terhadap Volume Penjualan Pakaian Pada PT. Barokah Biqalbin Salim Cabang Toddopuli Makassar. *Ekonomi , Manajemen*, 1(1), 1–86.
- Azzam, A. (2020). “Strategi Penetapan Harga Dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Minimarket Muslim Madani Mart Taman Karya Pekanbaru Menurut Ekonomi Syariah. *Ekonomi Syariah*, 21(1), 1–9.
- Dedek Rahayu Damanik. (2019). Analisis Pendapatan Dalam Meningkatkan Laba Usaha Pada PT. Perkebunan Nusantara IV Medan.
- Firdawati. (2017). Analisis Penetapan Harga Jual Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Toyota Yaris Pada PT Hadji Kalla Cabang Alauddin Makassar. *Ekonomi Dan Bisnis*, 87(1,2), 149–200.
- Hasrina, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Asuransi Terhadap Tingkat. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*. 16(3), 1–10.
- Iman, R. (2016). Analisis Penetapan Harga Jual Produk Terhadap Volume Penjualan Dalam Persepektif Ekonomi Islam. *Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 147(March), 11–40.
- Indra. (2017). Pengaruh Volume Penjualan Terhadap Laba Pada Perusahaan Industri Makanan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Ekonomi Dan Bisnis*, 87(1,2), 149–200.
- Indriani dan Minasari Nasution. 2024. Analisis Penjualan Perumahan secara Tunai dan Kredit pada Perumahan PT. Propernas Nusa Dua. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*. Volume 4 Nomor 3 Tahun 2024 Page 14644-14653.
- JNW, Widy Hastuty dan Minasari Nasution, 2024 Analisis Penerimaan Pendapatan dan Piutang Usaha dalam Kaitannya dengan Pajak Pertambahan Nilai Studi Kasus Pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Media Informatika*. VOL 6 No.2 Halaman 503-507.

- Maya. (2016). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Keguruan Dan Ilmu Pendidikan*, 1(1), 1–23.
- Minasari Nasution dan Maya Sahlina. 2023. Analisa Perhitungan Harga Pokok Produksi Kopi Kenangan Ringroad Citywalk Medan. *INNOVATIVE Journal Of Social Science Research*. Volume3Nomor6Tahun2023Page9350- 9359. (n.d.).
- N Rouzaton. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Besaran Premi Terhadap Kepuasan Menjadi Nasabah Asuransi Jiwa PT. Sun Life Financial Syariah Cabang Banda Aceh. *Penelitian Ilmiah*, 1(1), 1–157.
- Sudtri. (2014). “Analisis Harga Pokok Penjualan Dalam Meningkatkan Laba Pada PT. Arti Buana Lautan Indonesia. *Ekonomi Dan Bisnis*, 85(1), 2071–2079.
- Tjiptono, F. (2012). *Pemasaran Strategik* (Tjiptono, F. (ed.); 2nd ed.). C.V ANDI OFFSET.
- Utami, R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Penginapan Pada Hotel.
- Wahyu. (2020). Analisis Kualitas Pelayanan Klaim Asuransi Kecelakaan Lalu Lintas Jalan Raya di Kantor PT. JASA RAHARJA Kota Pekanbaru. *Penelitian Ilmiah*, 1(1), 1–113.
- Yulinda. (2019). Analisis Penentuan Harga Jual Produk Dalam Upaya Peningkatan Perolehan Laba Bersih Pada Pt. Mestika Mandiri Medan. *Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara M E D a N*, 9–19.