

## **Penentuan Harga Jual Menggunakan Metode *Standard Markup Pricing* untuk Menentukan Omset Penjualan pada Mebel Kayu di Daerah Bukir**

**Aulia Syafira Ningrum<sup>1)</sup>, Anita Asnawi<sup>2)</sup>, Liling Listyawati<sup>3)</sup>, Damajanti Sri Lestari<sup>4)</sup>**

<sup>1) 2) 3)</sup> Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Dr. Soetomo Surabaya

Email: auliasyafira@gmail.com

### **ABSTRAK**

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) di Indonesia masih belum sepenuhnya dikelola secara profesional. Sebagian besar manajemen usaha yang diterapkan diwariskan secara turun-temurun, sehingga cenderung tradisional dan manual. Selain itu, sumber daya manusia (SDM) pelaku UMKM umumnya memiliki keterampilan yang rendah, yang berkaitan erat dengan tingkat pendidikan mereka yang juga relatif rendah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis metode, faktor penghambat, dan faktor pendukung dalam penetapan harga jual guna menentukan omzet penjualan pada usaha mebel kayu di daerah Bukir, dengan membandingkannya menggunakan metode *markup pricing*. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data melibatkan tahapan reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penetapan harga jual pada usaha mebel kayu di daerah Bukir didasarkan pada biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead. Namun, biaya-biaya tersebut belum mampu menutupi pengeluaran dan menghasilkan laba yang diinginkan. Jika harga jual tetap dipertahankan, perusahaan berisiko mengalami kerugian. Hal ini menunjukkan bahwa usaha mebel kayu di daerah Bukir belum menerapkan metode *standard markup pricing* sebagai dasar penentuan harga jual. Faktor-faktor yang memengaruhi penetapan harga jual meliputi faktor internal, seperti tujuan pemasaran perusahaan, biaya produksi, dan kualitas produk, serta faktor eksternal, seperti karakteristik pasar, permintaan pelanggan, dan tingkat persaingan.

**Kata Kunci:** Harga, *Standard Markup Pricing*, Penjualan

### **Abstract**

*Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia are still not fully managed professionally. Most business management practices are passed down through generations, making them tend to be traditional and manual. Moreover, the human resources (HR) of MSME players generally possess low skill levels, which are closely related to their relatively low educational backgrounds. This study aims to analyze the methods, barriers, and supporting factors in setting selling prices to determine the sales turnover of wooden furniture businesses in the Bukir area, by comparing it with the markup pricing method. This research employs a descriptive method with a qualitative approach. Data collection techniques include observation, interviews, and documentation. Data analysis involves the stages of data reduction, data presentation, conclusion drawing, and verification. The results of the study indicate that the selling price determination in the wooden furniture businesses in the Bukir area is based on raw material costs, labor costs, and overhead costs. However, these costs have not been able to cover expenses and generate the desired profit. If the current selling price is maintained, the businesses are at risk of experiencing losses. This highlights that wooden furniture businesses in the Bukir area have not implemented the standard markup pricing method as the basis for determining their selling prices. The factors influencing the determination of selling prices include internal factors, such as the company's marketing goals, production costs, and product quality, as well as external factors, such as market characteristics, customer demand, and competition levels.*

**Keywords:** Price, *Standard Markup Pricing*, Sales

## LATAR BELAKANG

Pada era globalisasi yang semakin berkembang dan dunia perdagangan yang semakin kompetitif, pedagang dituntut untuk merancang strategi yang berfokus pada kepuasan konsumen (Manafe, 2022). Untuk dapat bertahan dalam kompetisi ini, pedagang harus mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki dan menentukan strategi penetapan harga yang efektif. Hal ini penting karena harga jual memengaruhi minat konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan, yang pada akhirnya berdampak pada volume penjualan (Trisnadewi, 2022). Namun, banyak UMKM di Indonesia yang belum dikelola secara profesional. Sebagian besar masih menggunakan sistem manajemen tradisional yang diwariskan secara turun-temurun (Maesaroh, 2020). Di samping itu, keterampilan SDM UMKM umumnya rendah, yang berkaitan erat dengan tingkat pendidikan yang juga tergolong rendah (Seran, 2016). Akibatnya, perkembangan UMKM cenderung stagnan. SDM sebagai komponen penting dalam mendukung kinerja UMKM (Nizar, 2018) perlu diberdayakan melalui pembekalan pengetahuan terkait pengelolaan keuangan, produksi, dan pemasaran. SDM yang berkualitas akan mampu menghasilkan inovasi serta produk yang berkualitas, sekaligus mengelola bisnis dan mengambil keputusan strategis dengan lebih baik.

Mebel merupakan salah satu produk industri sekaligus hasil kerajinan tangan yang memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Sebagai bagian dari sektor UMKM, industri mebel menjadi salah satu agenda pembangunan yang bertujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Wulandy, 2017). Selain itu, industri mebel memiliki kontribusi signifikan dalam menghasilkan devisa negara sebagai salah satu komoditas ekspor unggulan setelah minyak dan gas. Dengan nilai seni yang tinggi, produk mebel dari Indonesia juga mampu memenuhi kebutuhan pasar internasional. Pengembangan industri kecil, termasuk mebel, diharapkan dapat meningkatkan produksi, produktivitas,

dan mutu produk, menciptakan lapangan kerja, serta mendorong peningkatan pendapatan masyarakat. Untuk itu, pengusaha mebel perlu memperhatikan berbagai faktor pendukung keberhasilan, seperti modal, tenaga kerja, pengalaman, dan teknologi, yang semuanya berkontribusi pada peningkatan pendapatan dan produksi.

Penetapan harga jual adalah salah satu keputusan penting dalam manajemen karena secara langsung memengaruhi laba perusahaan (Apipah et al., 2022). Jika harga jual terlalu tinggi, produk berisiko tidak laku di pasar. Sebaliknya, jika terlalu rendah, perusahaan dapat mengalami kerugian karena harga tidak menutupi biaya produksi (Nasiyra & Fathimah, 2022). Oleh karena itu, penetapan harga harus dilakukan dengan perhitungan yang cermat, menggunakan informasi biaya penuh untuk menentukan harga pokok penjualan, ditambah dengan persentase laba yang diharapkan oleh perusahaan (Firmansyah et al., 2023). Unsur-unsur yang membentuk harga jual, seperti biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead, harus diperhatikan dengan cermat (Husain et al., 2022). Jika perhitungan elemen-elemen ini tidak tepat, usaha dapat mengalami masalah yang berdampak pada keberlanjutan bisnis (Indira et al., 2021). Dengan perhitungan yang akurat, perusahaan dapat menetapkan harga yang bersaing tanpa mengorbankan kualitas produk.

Perhitungan harga pokok penjualan memerlukan pemahaman mendalam terkait komponen-komponen biaya yang terlibat, mulai dari bahan baku hingga overhead pabrik. Semakin kompleks bahan yang digunakan, semakin tinggi biaya produksinya. Oleh karena itu, produsen harus memahami beban-beban yang memengaruhi harga pokok produk untuk memastikan bahwa perusahaan menghasilkan laba dan dapat bersaing di pasar. Kesalahan dalam menghitung harga pokok produksi dapat berdampak pada penetapan harga jual dan pada akhirnya memengaruhi laba yang diperoleh perusahaan. Harga jual yang kompetitif, kualitas produk yang baik, serta perhitungan

yang teliti menjadi kunci utama keberhasilan perusahaan dalam menarik simpati pasar.

Mebel Kayu di Daerah Bukir adalah salah satu UMKM yang bergerak dalam bidang penjualan berbagai produk mebel. Didirikan oleh Bapak Hadi pada tahun 2006, usaha ini beroperasi setiap hari dari pukul 07.00 hingga 17.00 WIB. Produk yang dijual mencakup berbagai kebutuhan rumah tangga, mulai dari kaligrafi hingga lemari pakaian dan meja rias. Harga produk bervariasi, mulai dari Rp 500.000 hingga lebih dari Rp 35.000. Harga bergantung pada bahan baku, ukuran, serta tingkat kesulitan dalam pembuatan. Penetapan harga di Mebel Kayu di Daerah Bukir menggunakan berbagai metode, termasuk *prestige pricing*, *perceived value pricing*, *adjusted current market price*, *cost plus pricing*, dan *at market pricing*.

Metode *prestige pricing* diterapkan untuk produk dengan kualitas tinggi, sementara *perceived value pricing* mempertimbangkan manfaat yang diterima pembeli, seperti desain dan ukuran produk. Untuk penetapan harga berbasis pasar, digunakan metode *adjusted current market price* yang memperhitungkan faktor-faktor seperti gaji karyawan dan biaya transportasi. Metode *cost plus pricing* menentukan harga dengan menambahkan persentase tertentu pada biaya produksi, sedangkan metode *at market pricing* menetapkan harga berdasarkan harga yang ditawarkan oleh pesaing. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis metode penetapan harga jual guna menentukan omset penjualan di Mebel Kayu di Daerah Bukir, sekaligus mengidentifikasi faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam proses tersebut.

## LANDASAN TEORITIS

### Konsep Harga

Harga merupakan elemen penting dalam kegiatan ekonomi yang berperan sebagai penentu nilai tukar suatu barang atau jasa. Menurut Kotler dan Keller (2016), harga didefinisikan sebagai jumlah uang yang

dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan manfaat dari suatu produk atau jasa. Harga mencerminkan kualitas produk, memengaruhi persepsi konsumen, dan menjadi faktor strategis dalam pengambilan keputusan pembelian. Selain itu, menurut Tjiptono (2020), penetapan harga yang efektif sangat bergantung pada kemampuan perusahaan untuk memahami perilaku pasar, mengidentifikasi struktur biaya, dan menyesuaikan strategi dengan kondisi persaingan. Oleh karena itu, perusahaan harus berhati-hati dalam menentukan harga guna mencapai keseimbangan antara keuntungan, kepuasan pelanggan, dan daya saing di pasar.

Lebih lanjut, Monroe (2022) menjelaskan bahwa harga tidak hanya mencerminkan nilai ekonomis tetapi juga berfungsi sebagai sinyal kualitas bagi konsumen. Unsur-unsur yang membentuk harga, seperti biaya bahan baku, tenaga kerja, dan biaya overhead, harus diperhitungkan dengan cermat untuk memastikan bahwa perusahaan dapat menutupi pengeluaran dan mencapai laba yang diinginkan (Husain et al., 2021). Dalam konteks ini, penetapan harga yang terlalu tinggi dapat mengurangi daya tarik produk di pasar, sementara harga yang terlalu rendah dapat mengancam keberlanjutan bisnis. Dengan demikian, penentuan harga harus didasarkan pada perhitungan yang matang untuk menciptakan keseimbangan antara kepentingan perusahaan dan kebutuhan konsumen (Nasiyra & Fathimah, 2022).

### Standard Markup Pricing

*Standard Markup Pricing* adalah metode penetapan harga yang sering digunakan oleh perusahaan untuk menentukan harga jual produk dengan menambahkan persentase tertentu pada biaya produksi barang atau jasa. Menurut Nagle dan Muller (2018), metode ini melibatkan penetapan harga jual berdasarkan biaya pokok produksi yang sudah dihitung, ditambah dengan markup atau margin yang diinginkan oleh perusahaan. *Markup* yang ditambahkan biasanya disesuaikan dengan tujuan keuntungan yang diharapkan, serta mempertimbangkan biaya tetap dan variabel

yang terkait dengan produksi dan distribusi barang atau jasa. Oleh karena itu, metode ini membantu perusahaan untuk memastikan bahwa harga yang ditetapkan tidak hanya menutupi biaya tetapi juga memberikan margin laba yang cukup.

Selain itu, menurut Tsiotsou (2021), penerapan *standard markup pricing* memungkinkan perusahaan untuk memiliki harga yang konsisten, mudah dihitung, dan transparan bagi pelanggan. Meskipun demikian, metode ini memiliki keterbatasan karena tidak memperhitungkan faktor eksternal seperti permintaan pasar dan kondisi persaingan yang dapat memengaruhi harga jual. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk menyesuaikan persentase *markup* dengan analisis pasar dan karakteristik produk untuk memastikan daya saing harga yang optimal. Meskipun sederhana, *standard markup pricing* tetap menjadi salah satu metode yang banyak digunakan oleh pelaku usaha kecil dan menengah karena kemudahannya dalam perhitungan harga jual (Ariani & Setiawan, 2020).

### Konsep Penjualan

Penjualan merupakan aktivitas inti dalam pemasaran yang bertujuan untuk menawarkan produk atau layanan kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan mereka. Menurut Kotler dan Keller (2021), penjualan tidak hanya melibatkan transaksi tukar-menukar produk dengan uang, tetapi juga mencakup berbagai proses yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen, seperti promosi, negosiasi harga, serta pembentukan hubungan yang baik dengan pelanggan. Penjualan yang efektif memerlukan strategi yang matang, di mana perusahaan harus dapat menyesuaikan penawaran produk dengan preferensi dan perilaku konsumen. Selain itu, teknik penjualan yang tepat dapat meningkatkan tingkat konversi dan loyalitas pelanggan yang berkelanjutan.

Selain itu, menurut Kotler dan Armstrong (2017) menjelaskan bahwa strategi penjualan dapat dibagi menjadi dua pendekatan utama, yaitu penjualan langsung dan tidak langsung.

Penjualan langsung terjadi ketika perusahaan berinteraksi langsung dengan konsumen melalui berbagai saluran seperti toko fisik, panggilan telepon, atau penjualan melalui internet. Sementara itu, penjualan tidak langsung melibatkan pihak ketiga, seperti agen atau pengecer. Kedua pendekatan ini membutuhkan pemahaman yang mendalam tentang target pasar, cara berkomunikasi yang efektif, serta penggunaan teknologi untuk mempermudah proses penjualan. Keberhasilan dalam penjualan sangat bergantung pada bagaimana perusahaan mengelola relasi dengan pelanggan dan mengoptimalkan strategi pemasaran yang tepat untuk menjangkau *audiens* yang lebih luas.

### METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Proses penelitian dilakukan melalui telaah literatur, analisis data resmi dari lembaga terkait, serta wawancara dengan pihak-pihak relevan. Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Untuk memastikan keabsahan data, penelitian ini menerapkan triangulasi sumber, di mana peneliti mewawancarai beberapa narasumber dengan sudut pandang yang berbeda. Data dianalisis melalui tiga tahapan utama, yaitu reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi.

### HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS

#### Metode Penetapan Harga Jual

Mebel Kayu di Daerah Bukir menggunakan beberapa metode dalam menetapkan harga jual, yaitu:

1. Metode Penetapan Harga Produk
  - a) Penetapan Harga Berdasarkan Permintaan

*Perceived value pricing* yakni produsen menetapkan harga dengan memperhatikan manfaat yang akan diterima atau dirasakan oleh konsumen. Misalnya, manfaat tersebut berasal dari

bahan baku, ukiran atau model, serta ukuran produk mebel. Metode *perceived value pricing* sesuai dengan kondisi yang terjadi pada lokasi penelitian. Hal ini dikarenakan produk Mebel Kayu di Daerah Bukir adalah produk mebel ukiran Jepara. Manfaat yang dirasakan konsumen, selain fungsi atau kegunaan suatu produk, juga mencakup nilai estetika. Produk mebel Jepara mayoritas berbahan kayu jati, sehingga produk yang dihasilkan berkualitas baik, awet, tahan lama, anti rayap meskipun telah digunakan belasan tahun, cocok untuk dekorasi rumah, serta mengikuti perkembangan zaman. Oleh karena itu, Mebel Kayu di Daerah Bukir dalam menetapkan harga produk mebel tidak hanya berdasarkan biaya produksi, tetapi juga mempertimbangkan manfaat-manfaat yang dirasakan oleh konsumen tersebut. Dari manfaat tersebut, harga produk ditentukan.

b) Penetapan Harga Berdasarkan Biaya

*Cost plus pricing* yaitu perusahaan menambahkan persentase tertentu terhadap biaya produksi yang digunakan untuk menentukan harga satu atau beberapa item produk. Metode penetapan harga *cost plus pricing* sesuai dengan kondisi yang terjadi pada lokasi penelitian. Hal ini dikarenakan perusahaan menetapkan harga berdasarkan biaya-biaya produksi yang telah dikeluarkan, seperti biaya pembelian bahan baku, biaya transportasi, alat dan bahan produksi, pajak, serta gaji karyawan. Dalam hal ini, persentase keuntungan yang diinginkan oleh Mebel Kayu di Daerah Bukir berkisar antara 30% hingga 80%. Setiap produk mebel memiliki persentase keuntungan yang berbeda-beda, tergantung pada besarnya biaya produksi yang dikeluarkan, khususnya biaya bahan baku.

c) Metode Penetapan Harga Berdasarkan Pasar

Harga pasar yang disesuaikan (*adjusted current market price*), yakni produsen menetapkan harga berdasarkan beberapa faktor, seperti faktor internal dan eksternal. Faktor internal, misalnya biaya transportasi dan kenaikan gaji karyawan. Sedangkan faktor eksternal meliputi pasang surut harga bahan baku akibat pertumbuhan ekonomi nasional maupun internasional. Metode penetapan harga *adjusted current market price* sesuai dengan kondisi yang terjadi pada lokasi penelitian.

d) Metode Penetapan Harga Berdasarkan Persaingan

*Above, at, or below market pricing* yakni perusahaan menetapkan harga lebih tinggi daripada harga pasar. Metode ini tidak sesuai dengan kondisi yang terjadi pada lokasi penelitian. Hal ini karena penetapan harga dilakukan berdasarkan pertimbangan biaya yang dikeluarkan dalam memproduksi produk Mebel Kayu di Daerah Bukir. Selain itu, harga yang ditetapkan tidak jauh berbeda dengan harga pasaran. Hal ini sesuai dengan metode penetapan harga *at market pricing*, yaitu menetapkan harga sebesar harga pasar yang seringkali dilakukan bersama pesaing.

Berdasarkan metode-metode penetapan harga di atas, dapat disimpulkan bahwa Mebel Kayu di Daerah Bukir menetapkan harga produk mebel berdasarkan biaya-biaya produksi yang telah dikeluarkan, seperti biaya pembelian bahan baku, biaya transportasi, tingkat kesulitan ukiran atau desain produk mebel, gaji karyawan, dan pajak. Selain itu, Mebel Kayu di Daerah Bukir menetapkan harga produk sesuai dengan harga pasar dan tidak jauh dari harga pesaing yang juga memproduksi mebel dengan ukir Jepara. Penetapan harga juga dapat terjadi melalui

proses tawar-menawar antara produsen dengan konsumen. Harga tawar-menawar yang dapat diberikan oleh Mebel Kayu di Daerah Bukir berkisar antara Rp200.000 hingga Rp2.000.000. Penawaran harga tersebut disesuaikan dengan biaya produksi yang telah dikeluarkan dan keuntungan yang diinginkan.

## 2. Tujuan Penetapan Harga Produk

Terdapat beberapa tujuan dalam penetapan harga pada suatu produk, yaitu:

### a) Tujuan Berfokus pada Laba

Setiap perusahaan akan selalu menetapkan harga yang dapat menghasilkan keuntungan bagi perusahaannya. Hal ini disebut juga dengan istilah maksimisasi laba. Dalam hal ini, Mebel Kayu di Daerah Bukir menetapkan harga dengan mempertimbangkan beberapa faktor, seperti biaya bahan baku, biaya pembelian bahan tambahan untuk produksi, bentuk dan ukuran produk mebel, biaya transportasi, serta upah atau gaji karyawan.

### b) Tujuan Berfokus pada Volume

Selain berorientasi pada laba, perusahaan juga dapat menetapkan harga dengan tujuan berorientasi pada volume. Hal ini bertujuan agar produsen dapat mencapai pangsa pasar serta meningkatkan volume penjualan. Dalam hal ini, Mebel Kayu di Daerah Bukir selalu berusaha memberikan produk-produk mebel berkualitas, memberikan pelayanan yang baik, serta cepat mengganti atau memberikan garansi produk mebel baru kepada konsumen apabila produk yang telah dibeli mengalami kerusakan atau cacat. Bagi Mebel Kayu di Daerah Bukir, memenuhi keinginan dan permintaan konsumen akan memberikan kepercayaan konsumen terhadap produk-produknya.

### c) Tujuan Berfokus pada Citra

Perusahaan dapat menetapkan harga tinggi untuk mempertahankan

citra suatu produk, sedangkan harga rendah digunakan untuk membentuk citra nilai suatu produk. Pada hakikatnya, penetapan harga tinggi maupun rendah bertujuan untuk meningkatkan persepsi konsumen terhadap produk yang ditawarkan perusahaan. Dalam hal ini, Mebel Kayu di Daerah Bukir menetapkan harga sesuai dengan biaya produksi yang dikeluarkan, seperti bahan baku, ukuran produk, tingkat kesulitan ukiran, gaji karyawan, dan biaya transportasi. Apabila konsumen merasa harga produk mebel terlalu tinggi dan menawar harga tersebut, Mebel Kayu di Daerah Bukir akan menurunkan harga hingga ditemukan kesepakatan harga yang pantas antara produsen dan konsumen. Hal ini dilakukan agar konsumen dapat membeli produk Mebel Kayu di Daerah Bukir tanpa ada pihak yang dirugikan.

### d) Tujuan Menjaga Stabilitas Harga

Dalam menstabilkan harga, biasanya sebuah perusahaan akan menetapkan harga yang sesuai dengan perusahaan saingannya. Hal ini bertujuan untuk mempertahankan hubungan yang stabil antara harga perusahaan dengan harga pimpinan industri. Namun, Mebel Kayu di Daerah Bukir menetapkan harga produknya berdasarkan biaya produksi tanpa melihat harga yang ditetapkan oleh para pesaing. Meskipun demikian, Bapak Hadi, pemilik usaha, menetapkan harga yang tetap sesuai dengan harga pasaran. Tinggi atau rendahnya harga produk disesuaikan dengan permintaan, keinginan, serta kualitas yang diharapkan oleh konsumen.

## 3. Penetapan Harga Pokok Produksi Mebel Kayu di Daerah Bukir

Harga pokok produksi adalah biaya-biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi. Dalam melakukan proses produksinya, pelaku usaha harus melakukan pengorbanan sumber daya

ekonomi yang dimilikinya. Adapun beberapa langkah yang dilakukan oleh pelaku usaha Mebel Kayu di Daerah Bukir adalah sebagai berikut:

a) Penetapan Biaya Bahan Baku

Penetapan harga pokok produksi menggunakan metode *Standard Markup Pricing*, yaitu menghitung seluruh biaya yang memengaruhi proses produksi, seperti biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik, baik yang bersifat variabel maupun tetap. Metode *Standard Markup Pricing* mengutamakan ketelitian dalam setiap penentuan biaya produksi.

Analisis peneliti menunjukkan bahwa penggunaan bahan baku utama, seperti kayu dan papan, meskipun memiliki ukuran yang berbeda-beda, tetap berpengaruh pada penetapan harga jual produk. Adapun bahan baku yang sering digunakan oleh pelaku usaha mebel beserta biaya yang dikeluarkan untuk setiap produk mebel meliputi papan, kaca, lem, paku, amplas, cet kayu, listrik, dan upah tukang. Namun, rincian modal bahan baku ini belum mencakup keseluruhan, melainkan hanya bahan pokok untuk membuat produk seperti jendela. Harga pokok produksi sangat berpengaruh dalam perhitungan laba rugi suatu usaha. Apabila pelaku usaha kurang teliti atau salah dalam penentuan harga pokok produksi, maka akan terjadi kesalahan dalam perhitungan laba rugi yang diperoleh. Oleh karena itu, informasi biaya dan harga pokok produksi sangat diperlukan untuk pengambilan keputusan yang tepat.

b) Biaya Tenaga Kerja

Tenaga kerja adalah semua orang yang bersedia dan mampu bekerja, termasuk mereka yang menganggur tetapi bersedia bekerja jika ada kesempatan. Pengamatan peneliti menemukan bahwa pelaku usaha mebel

di Daerah Bukir menerapkan sistem upah tenaga kerja yang cukup sesuai. Upah yang diberikan mengikuti standar pasaran usaha mebel lainnya dan disesuaikan dengan kebutuhan pokok.

Sistem upah pekerja yang digunakan bervariasi, tergantung pada durasi proses produksi. Ada sistem upah harian dan ada juga sistem upah mingguan. Upah pekerja dihitung berdasarkan lamanya waktu yang dihabiskan dalam proses produksi barang mebel. Semakin banyak produk mebel yang dihasilkan oleh para pekerja, maka semakin tinggi upah yang dibayarkan sesuai dengan tenaga yang telah dikeluarkan.

c) Biaya *Overhead*

Biaya *overhead* pabrik mencakup biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan selain dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja dalam proses produksi. Biaya ini timbul terutama karena penggunaan fasilitas untuk mengolah barang, seperti mesin, alat-alat, tempat kerja, dan sarana lainnya. Biaya *overhead* meliputi semua pengeluaran selain biaya bahan baku dan tenaga kerja langsung. Beberapa contoh biaya overhead adalah biaya penggunaan listrik, biaya perawatan *sinso* dan ketam, biaya amplas, serta biaya pemotongan kayu menggunakan *sawmill* mini.

4. Analisis Penetapan Harga Produk Mebel Kayu di Daerah Bukir

Berdasarkan hasil wawancara dengan Mebel Kayu di Daerah Bukir, penetapan harga produk mebel didasarkan pada beberapa biaya yang telah dikeluarkan, seperti biaya pembelian bahan baku, tingkat kesulitan dalam ukiran atau model produk, ukuran produk, biaya produksi, biaya pembelian bahan baku dan alat tambahan produksi, gaji karyawan, serta pembayaran pajak. Selain itu, bahan baku utama yang digunakan adalah kayu jati yang berasal dari Jepara, Jawa Tengah, sehingga terdapat

biaya transportasi yang juga memengaruhi penetapan harga produk mebel.

Biaya transportasi termasuk biaya sewa mobil untuk perjalanan dari Jepara ke Mebel Kayu di Daerah Bukir, adalah sebesar Rp 7.000.000. Pembelian bahan baku dilakukan 1–2 kali dalam satu bulan, dengan biaya pembelian bahan baku

berkisar antara Rp 50.000.000 hingga Rp 100.000.000. Namun, jika persediaan di gudang masih cukup, Mebel Kayu di Daerah Bukir tidak membeli bahan baku baru. Harga produk Mebel Kayu di Daerah Bukir ditentukan berdasarkan harga bahan baku, ukuran produk, dan tingkat kesulitan ukiran produk.

**Tabel 1. Penetapan Harga Produk Mebel Kayu di Daerah Bukir**

Jenis Produk	Bahan Baku	Ukuran Produk	Model Ukiran
Lemari Baju 3 Pintu	Kayu Jati	100 x 50 x 200	Jepara
Meja Makan 6 Kursi + 1 Meja	Kayu Jati	100 x 50 x 90	Jepara
Meja Makan 4 Kursi + 1 Meja	Kayu Jati + Busa	100 x 50 x 90	Jepara
Sofa 321 4 Kursi + 1 Meja	Kayu Akasia	210 x 90 x 110 150 x 90 x 110 115 x 90 x 110	Jaguar
Sofa 321 4 Kursi + 1 Meja	Kayu Jati	215 x 90 x 118 155 x 90 x 118 115 x 90 x 118	Ganesa Virginia
Sofa 321 4 Kursi + 1 Meja	Kayu Jati	205 x 90 x 118 150 x 90 x 118 110 x 90 x 118	Romawi
Lemari Jam	Kayu Jati	100 x 20 x 200	Rahwana
Lemari Sudut	Kayu Jati	200 x 50	Mawar
Springbed 1 Set	Pegas dan Busa	200 x 180	Elite
Springbed + Dipan	Busa + Kayu Jati	160 x 200	Serendity + Kanista
Kaligrafi	Kayu Jati	120 x 80	Jepara

Sumber: Data diolah peneliti (2024)

Harga produk yang ditawarkan oleh Mebel Kayu di Daerah Bukir berkisar antara Rp 500.000 hingga Rp 14.000.000. Namun, apabila konsumen menginginkan produk dengan kualitas sangat tinggi dan tingkat kesulitan ukiran yang cukup rumit, Mebel Kayu di Daerah Bukir siap menerima pesanan tersebut. Harga produk dalam pesanan khusus dapat lebih dari Rp 14.000.000, bahkan mencapai harga tertinggi, yaitu sekitar Rp 35.000.000. Hal ini bergantung pada bahan baku yang

digunakan, ukuran, dan tingkat kesulitan dalam ukiran setiap produk Mebel Kayu di Daerah Bukir.

### **Metode *Standard Markup Pricing***

Berdasarkan elemen-elemen biaya produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik, biaya produksi berdasarkan metode *Standard Markup Pricing* dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 2. Biaya Produksi Berdasarkan Metode Standard Markup Pricing**

Elemen Biaya Produksi	Meja dan Kursi	Jendela Jati Merah	Pintu Satu Daun
Biaya bahan baku	1.034.000	558.000	762.000
Biaya tenaga kerja langsung	500.000	50.000	100.000
Biaya <i>overhead</i> pabrik tetap	780.000	780.000	780.000
Biaya <i>overhead</i> pabrik variabel	200.000	200.000	200.000
Biaya produksi	2.514.000	1.588.000	1.842.000

Sumber: Data diolah peneliti (2024)

Penentuan presentasi *markup* menggunakan rumus laba yang diharapkan ditambah biaya non produksi dibagi biaya produksi dikalikan 100% maka diperoleh:

*Presentasi markup*

$$= \frac{\text{Laba diharapkan} + \text{Biaya non produksi}}{\text{Biaya produksi}} \times 100\%$$

$$= \frac{\text{Rp}2.000.000 + \text{Rp}300.000}{\text{Rp}2.514.000} \times 100\%$$

$$= 0,91\% \text{ atau } 91\%$$

Maka presentasi *markup* yang diperoleh untuk meja dan kursi diperoleh sebesar 91%. Penentuan harga jual dengan menggunakan rumus biaya produksi ditambah Presentasi *markup*. Maka diperoleh :

*Harga jual*

$$= \text{Biaya produksi} + \text{Presentasi markup}$$

$$= \text{Rp}2.514.000 + (91\% \times 2.514.000)$$

$$= \text{Rp}2.514.000 + \text{Rp}2.287.740$$

$$= \text{Rp}4.801.740$$

Dari perhitungan diatas maka harga jual yang diperoleh untuk meja dan kursi tamu sebesar Rp4.801.740. Penentuan presentasi *markup* menggunakan rumus laba yang diharapkan ditambah biaya non produksi dibagi biaya produksi dikalikan 100%. Maka diperoleh:

*Presentasi markup*

$$= \frac{\text{Laba diharapkan} + \text{Biaya non produksi}}{\text{Biaya produksi}} \times 100\%$$

$$= \frac{\text{Rp}450.000 + \text{Rp}300.000}{\text{Rp}1.588.000} \times 100\%$$

$$= 0,47\% \text{ atau } 47\%$$

Maka presentasi *markup* yang diperoleh untuk jendela jati merah sebesar 47%. Penentuan harga jual dengan menggunakan

rumus biaya produksi ditambah presentasi *markup*. Maka diperoleh :

*Harga jual*

$$= \text{Biaya produksi} + \text{Presentasi markup}$$

$$= \text{Rp}1.588.000 + (47\% \times 1.588.000)$$

$$= \text{Rp}1.588.000 + \text{Rp}746.360$$

$$= \text{Rp}2.334.360$$

Dari perhitungan di atas maka harga jual yang diperoleh untuk jendela jati merah sebesar Rp. 2.334.360. Penentuan presentasi *markup* menggunakan rumus laba yang diharapkan ditambah biaya non produksi dibagi biaya produksi dikalikan 100%. Maka diperoleh :

*Presentasi markup*

$$= \frac{\text{Laba diharapkan} + \text{Biaya non produksi}}{\text{Biaya produksi}} \times 100\%$$

$$= \frac{\text{Rp}900.000 + \text{Rp}300.000}{\text{Rp}1.842.000} \times 100\%$$

$$= 0,65\% \text{ atau } 65\%$$

Maka presentasi *markup* yang diperoleh untuk pintu satu daun sebesar 65%. Penentuan harga jual dengan menggunakan rumus biaya produksi ditambah presentasi *markup*. Maka diperoleh:

*Harga jual*

$$= \text{Biaya produksi} + \text{Presentasi markup}$$

$$= \text{Rp}1.842.000 + (47\% \times 1.842.000)$$

$$= \text{Rp}1.842.000 + \text{Rp}1.197.300$$

$$= \text{Rp}3.039.300$$

Dari perhitungan di atas maka harga jual yang diperoleh untuk pintu satu daun sebesar Rp 3.039.300. Berdasarkan perhitungan diatas, maka biaya produksi dan harga jual perunit meja dan kursi tamu, jendela jati merah, dan pintu satu daun berdasarkan metode *Standard Markup Pricing* secara keseluruhan dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 3. Biaya Produksi dan Harga Jual Per Unit Berdasarkan Metode Standard Markup Pricing**

Keterangan	Biaya Produksi (Rp)	Harga Jual Produk per Unit (Rp)
Meja dan kursi tamu	2.514.000	4.801.740
Jendela jati merah	1.588.000	2.334.360
Pintu satu daun	1.842.000	3.039.300

Sumber: Data diolah peneliti (2024)

### Faktor-Faktor yang Memengaruhi Penetapan Harga Jual

#### 1. Faktor Internal

##### a) Tujuan Pemasaran Perusahaan

Tujuan pemasaran perusahaan merupakan faktor utama yang menentukan harga jual. Misalnya, pada Mebel Kayu di Daerah Bukir, tujuan perusahaan adalah memaksimalkan laba, mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, dan menciptakan kepemimpinan dalam kualitas serta mengatasi persaingan.

##### b) Biaya Produksi

Penetapan harga jual produk harus mempertimbangkan biaya-biaya produksi yang dikeluarkan selama proses produksi, di antaranya biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik (Hikmat, 2020). Mebel Kayu di Daerah Bukir menghitung kalkulasi biaya yang dikeluarkan dalam pembuatan produk sebagai standar biaya yang akan ditetapkan oleh perusahaan. Menurut Ika Neni Kristanti (2013), harga jual produk mebel berbeda setiap bulan karena adanya perbedaan jumlah produksi mebel dan biaya yang dikeluarkan setiap bulannya.

##### c) Kualitas Produk

Mebel Kayu di Daerah Bukir memiliki kualitas produk yang lebih baik dibandingkan mebel lainnya karena menggunakan kayu yang kuat, tahan lama, serta didukung oleh tenaga

kerja yang sangat terampil dan teliti. Perusahaan tidak mencampur kayu, sehingga menghasilkan produk yang memuaskan bagi konsumen. Penjelasan ini didukung oleh Susanti (2020), yang menjelaskan bahwa kualitas produk yang diprioritaskan harus dimulai dari bahan baku, bahan pelengkap, dan ukuran mebel. Hal ini penting karena konsumen, terutama dengan pendapatan rendah, membutuhkan barang yang tahan lama.

#### 2. Faktor Eksternal

##### a) Sifat Pasar

Sifat pasar merupakan salah satu faktor yang memengaruhi penetapan harga jual. Salah satu contohnya adalah harga pasar, yang dapat menjadi bahan perbandingan agar perusahaan tidak mengalami kerugian. Mebel Kayu di Daerah Bukir berada pada jenis pasar persaingan monopolistik, yang memiliki ciri-ciri di antaranya cukup banyak penjual dan pembeli, serta produk yang dihasilkan produsen bersifat heterogen (barang atau jasa memiliki fungsi sama tetapi berbeda ukuran dan bentuk).

##### b) Permintaan Pesanan

Mebel Kayu di Daerah Bukir menerima permintaan pesanan dari pelanggan sesuai dengan apa yang diinginkan pelanggan. Namun, harganya akan berbeda jika pelanggan menginginkan model yang berbeda dari model yang tersedia di perusahaan. Hal ini tergantung pada jumlah bahan yang dibutuhkan untuk membuat produk tersebut. Menurut Perlina (2017), para pengrajin mebel memproduksi mebel mereka lebih didasarkan pada pesanan pembeli.

##### c) Pesaing

Berdasarkan hasil penelitian, beberapa pesaing di sekitar wilayah tersebut menggunakan bahan baku seperti kayu samama, yang tidak cocok karena tidak tahan lama dan mudah

rusak. Menurut Komara (2016), produk pesanan tetap dapat menghasilkan laba atau keuntungan dengan harga jual yang bersaing, sehingga bahan baku harus diperhatikan. Cara pelaku usaha menyikapi persaingan dalam industri akan tercermin dalam perilaku perusahaan, yang pada akhirnya memengaruhi kinerja perusahaan tersebut (Yuliyawati, 2017). Mebel Kayu di Daerah Bukir menggunakan harga jual dan kualitas produk pesaing sebagai parameter awal untuk menarik lebih banyak konsumen, sebagaimana tertera pada tabel berikut.

**Tabel 4. Perbandingan Harga Jual Produk Mebel Kayu di Daerah Bukir**

Nama Mebel	Jenis Produk	Harga Jual (Rp)
UD. Berkah	Lemari kayu 2 pintu	3.000.000
	Tempat tidur ukuran jari-jari 120	2.500.000
	Pintu ukuran 100 x 200	1.500.000
	Jendela	600.000
UD. Kembar Jaya	Lemari kayu 2 pintu	3.200.000
	Tempat tidur ukuran jari-jari 120	2.500.000
	Pintu ukuran 100 x 200	1.700.000
	Jendela	500.000
UD. Rizki	Lemari kayu 2 pintu	2.900.000
	Tempat tidur ukuran jari-jari 120	2.800.000
	Pintu ukuran 100 x 200	1.600.000
	Jendela	600.000

Sumber: Data diolah peneliti (2024)

## Pembahasan

### 1. Metode Penetapan Harga Jual

Berdasarkan hasil penelitian, harga pokok produksi adalah biaya-biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi. Dalam melakukan proses produksinya, pihak

pelaku usaha akan mengorbankan sumber daya ekonomi yang dimilikinya. Adapun beberapa langkah yang dilakukan oleh pelaku usaha Mebel Kayu di Daerah Bukir adalah penetapan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead. Dalam kenyataannya, biaya overhead mencakup semua biaya selain biaya bahan baku dan tenaga kerja langsung, seperti biaya penggunaan listrik, biaya perawatan sinso ketam, biaya amplas meter, dan biaya pemotong kayu atau somel mini. Berdasarkan hasil wawancara dengan Mebel Kayu di Daerah Bukir, penetapan harga produk mebel didasarkan pada beberapa biaya yang telah dikeluarkan, seperti biaya pembelian bahan baku, tingkat kesulitan dalam ukiran atau model produk, ukuran produk, biaya produksi, biaya pembelian bahan baku dan alat tambahan produksi, gaji karyawan, serta pembayaran pajak.

### 2. Metode *Standard Markup Pricing*

Dari perhitungan harga jual produk meja dan kursi tamu menggunakan metode *Standard Markup Pricing*, harga jual yang dihasilkan sebesar Rp 4.801.740, sementara harga jual yang ditetapkan oleh Mebel Kayu di Daerah Bukir adalah Rp 2.500.000. Hal ini menyebabkan perbedaan harga jual per unit, di mana perhitungan menggunakan metode *Standard Markup Pricing* lebih besar dari penetapan harga jual pada Mebel Kayu di Daerah Bukir. Dalam menentukan harga jual, perusahaan tidak memperhitungkan terlebih dahulu biaya produksi secara cermat, antara lain biaya bahan baku sebesar Rp 1.034.000, biaya tenaga kerja langsung sebesar Rp 500.000, biaya overhead pabrik tetap sebesar Rp 780.000, dan biaya *overhead* pabrik variabel sebesar Rp 200.000, dengan tingkat keuntungan yang diharapkan sebesar Rp 2.000.000. Jika perusahaan menetapkan harga jual sebesar Rp 2.500.000, berarti perusahaan harus menambahkan harga jual dengan laba yang diinginkan.

Dalam perhitungan, biaya yang dikeluarkan untuk membuat produk meja dan kursi tamu sesungguhnya sebesar Rp 2.514.000. Jika perusahaan menjual dengan harga jual sebesar Rp 2.500.000, maka harga tersebut belum dapat menutupi biaya yang dikeluarkan dan laba yang diinginkan. Jika harga tersebut tetap dipertahankan, maka perusahaan akan mengalami kerugian. Hal ini menunjukkan bahwa Mebel Kayu di Daerah Bukir belum menerapkan metode *Standard Markup Pricing* sebagai dasar penentuan harga jual produk.

Dari perhitungan harga jual produk jendela jati merah dengan menggunakan metode *Standard Markup Pricing* sebesar Rp 2.334.360, sedangkan harga jual yang ditetapkan oleh Mebel Kayu di Daerah Bukir sebesar Rp 500.000. Hal ini menyebabkan perbedaan harga jual per unit, di mana perhitungan menggunakan metode *Standard Markup Pricing* lebih besar dari penetapan harga jual pada Mebel Kayu di Daerah Bukir. Dalam menentukan harga jual, perusahaan tidak memperhitungkan terlebih dahulu biaya produksi secara cermat, antara lain biaya bahan baku sebesar Rp 558.000, biaya tenaga kerja langsung sebesar Rp 50.000, biaya overhead pabrik tetap sebesar Rp 780.000, dan biaya *overhead* pabrik variabel sebesar Rp 200.000, dengan tingkat keuntungan yang diharapkan sebesar Rp 450.000. Jika perusahaan menetapkan harga jual sebesar Rp 500.000, berarti perusahaan harus menambahkan harga jual dengan laba yang diinginkan. Dalam perhitungan, biaya yang dikeluarkan untuk membuat produk jendela jati merah sesungguhnya sebesar Rp 1.588.000. Jika perusahaan menjual dengan harga jual sebesar Rp 500.000, maka harga tersebut belum dapat menutupi biaya yang dikeluarkan dan laba yang diinginkan. Jika harga tersebut tetap dipertahankan, maka perusahaan akan mengalami kerugian. Hal ini menunjukkan bahwa Mebel Kayu di Daerah Bukir belum menerapkan metode

*Standard Markup Pricing* sebagai dasar penentuan harga jual produk.

Dari perhitungan harga jual produk pintu satu daun dengan menggunakan metode *Standard Markup Pricing* sebesar Rp 3.039.300, sedangkan harga jual yang ditetapkan oleh Mebel Kayu di Daerah Bukir sebesar Rp 1.000.000. Hal ini menyebabkan perbedaan harga jual per unit, di mana perhitungan menggunakan metode *Standard Markup Pricing* lebih besar dari penetapan harga jual pada Mebel Kayu di Daerah Bukir. Dalam menentukan harga jual, perusahaan tidak memperhitungkan terlebih dahulu biaya produksi secara cermat, antara lain biaya bahan baku sebesar Rp 762.000, biaya tenaga kerja langsung sebesar Rp 100.000, biaya overhead pabrik tetap sebesar Rp 780.000, dan biaya *overhead* pabrik variabel sebesar Rp 200.000, dengan tingkat keuntungan yang diharapkan sebesar Rp 900.000. Jika perusahaan menetapkan harga jual sebesar Rp 1.000.000, berarti perusahaan harus menambahkan harga jual dengan laba yang diinginkan. Dalam perhitungan, biaya yang dikeluarkan untuk membuat produk pintu satu daun sesungguhnya sebesar Rp 1.842.000. Jika perusahaan menjual dengan harga jual sebesar Rp 1.000.000, maka harga tersebut belum dapat menutupi biaya yang dikeluarkan dan laba yang diinginkan. Jika harga tersebut tetap dipertahankan, maka perusahaan akan mengalami kerugian. Hal ini menunjukkan bahwa Mebel Kayu di Daerah Bukir belum menerapkan metode *Standard Markup Pricing* sebagai dasar penentuan harga jual produk.

### 3. Faktor yang Memengaruhi Penetapan Harga Jual

Berdasarkan hasil penelitian, faktor-faktor yang mempengaruhi penetapan harga jual terdiri dari faktor internal dan faktor eksternal. Tujuan pemasaran perusahaan merupakan faktor utama yang menentukan harga jual, misalnya pada Mebel Kayu di Daerah Bukir, tujuan perusahaan adalah

untuk tetap memaksimalkan laba. Biaya produksi dalam penetapan harga jual produk harus mempertimbangkan biaya-biaya produksi yang dikeluarkan selama proses produksi, antara lain biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Kualitas produk yang lebih baik dari mebel lain, karena Mebel Kayu di Daerah Bukir menggunakan kayu yang kuat, tahan lama, serta karyawan yang sangat terampil dan teliti, menjadi faktor penting dalam penetapan harga jual.

Faktor eksternal terdiri dari sifat pasar, yang mempengaruhi penetapan harga jual. Salah satunya adalah harga pasar, yang bisa menjadi bahan pembandingan agar perusahaan tidak mengalami kerugian. Mebel Kayu di Daerah Bukir menerima permintaan pesanan dari pelanggan sesuai dengan keinginan pelanggan, namun harga akan berbeda jika pelanggan ingin model yang berbeda dari model yang ada di perusahaan. Pesaing yang ada di sekitar wilayah tersebut juga mempengaruhi penetapan harga jual, terutama terkait kualitas bahan baku yang digunakan. Beberapa pesaing menggunakan kayu samama, padahal kayu tersebut tidak cocok karena tidak tahan lama dan cepat berbubuk. Cara pelaku usaha dalam menyikapi persaingan akan tercermin dalam perilaku perusahaan dan akhirnya mempengaruhi kinerja perusahaan tersebut.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka kesimpulan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa harga pokok produksi merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi, di mana pelaku usaha harus mengorbankan sumber daya ekonomi yang dimilikinya. Pada Mebel Kayu di Daerah Bukir, penetapan biaya mencakup biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead. Biaya overhead meliputi semua biaya selain bahan baku dan tenaga kerja

langsung, seperti biaya penggunaan listrik, biaya perawatan sinso ketam, biaya amplas meter, serta biaya pemotong kayu atau somel mini. Berdasarkan perhitungan, biaya produksi untuk meja dan kursi tamu sebesar Rp 2.514.000, untuk jendela jati merah sebesar Rp 1.588.000, dan untuk pintu satu daun sebesar Rp 1.842.000. Dengan harga jual masing-masing Rp 2.500.000, Rp 500.000, dan Rp 1.000.000, perusahaan belum dapat menutupi biaya yang dikeluarkan serta laba yang diharapkan. Jika harga tersebut tetap dipertahankan, perusahaan akan mengalami kerugian. Hal ini menunjukkan bahwa Mebel Kayu di Daerah Bukir belum menerapkan metode *Standard Markup Pricing* sebagai dasar penentuan harga jual produk. Faktor-faktor yang mempengaruhi penetapan harga jual terdiri dari faktor internal, seperti tujuan pemasaran perusahaan, biaya produksi, dan kualitas produk. Faktor eksternal meliputi sifat pasar, permintaan pesanan, serta persaingan.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dijabarkan, berikut adalah beberapa rekomendasi yang dapat diberikan:

1. Penerapan Metode *Standard Markup Pricing*: Mebel Kayu di Daerah Bukir disarankan untuk mulai menerapkan metode *Standard Markup Pricing* dalam menentukan harga jual produknya. Hal ini penting untuk memastikan bahwa harga jual dapat menutupi semua biaya produksi, termasuk biaya bahan baku, tenaga kerja, dan overhead, serta memberikan keuntungan yang layak.
2. Perhitungan Biaya Produksi yang Akurat: Perusahaan perlu melakukan kalkulasi yang lebih rinci dan akurat terhadap semua komponen biaya produksi. Dengan demikian, penetapan harga jual produk akan lebih realistis dan mampu menghindari kerugian di masa mendatang.
3. Peningkatan Efisiensi Produksi: Untuk menekan biaya produksi, perusahaan disarankan untuk mengevaluasi proses

produksinya. Peningkatan efisiensi, seperti optimalisasi penggunaan bahan baku dan pengelolaan tenaga kerja yang lebih baik, dapat membantu mengurangi pengeluaran tanpa mengorbankan kualitas produk.

4. Diversifikasi Produk dan Inovasi Desain: Mebel Kayu di Daerah Bukir dapat mempertimbangkan diversifikasi produk dan inovasi desain untuk menarik pelanggan baru dan memenuhi permintaan pasar. Dengan menawarkan variasi produk, perusahaan dapat meningkatkan daya saing dan potensi keuntungan.
5. Analisis Pasar dan Kompetitor: Perusahaan disarankan untuk melakukan analisis pasar secara berkala guna memahami kebutuhan konsumen dan posisi harga pesaing. Informasi ini dapat digunakan untuk menetapkan strategi pemasaran dan harga jual yang lebih kompetitif.
6. Peningkatan Kualitas Produk: Dengan tetap mengutamakan kualitas bahan baku dan keterampilan pekerja, Mebel Kayu di Daerah Bukir dapat memperkuat kepercayaan konsumen. Hal ini dapat menjadi nilai tambah yang membantu perusahaan bersaing di pasar yang kompetitif.
7. Peningkatan Literasi Keuangan dan Manajemen: Pelaku usaha diharapkan meningkatkan literasi keuangan dan kemampuan manajemen, terutama dalam hal pengelolaan biaya dan perencanaan laba. Pelatihan atau pendampingan dari pihak eksternal, seperti lembaga pelatihan bisnis, dapat menjadi solusi.

## REFERENSI

- Apipah, N., Dumadi, D., & Riono, S. B. (2022). Edukasi Penetapan Harga Jual bagi Pelaku UMKM Harum Manis Desa Parereja, Brebes. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 1–10.
- Arsjah, R. J., Banjarnahor, E., Pohan, H. T., & Nugroho, H. A. (2022). Pelatihan Menyusun Laporan Keuangan Berbasis Sak Etap dan Analisis Laporan Keuangan bagi UMKM. *Jurnal Abdikaryasakti*, 2(1), 61–74.
- Fauzan, H., Rahma, D. S., & Ferawati. (2020). Analisis Pengaruh Pemberian Modal Kerja dan Biaya Produksi terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Kecil Menengah di Desa Pongkar Kecamatan Tebing Kabupaten Karimun (Tahun 2014 – 2018). *Jurnal Cafetaria*, 1(1), 63–72.
- Firmansyah, D., Mulyadi, H., & Susetyo, D. P. (2023). Penentuan Harga Jual: Harga Pokok Produksi dan Ekspektasi Laba. *JKBM (Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen)*, 9(2), 202–215.
- Hikmah, N. M., & Rini, M. W. (2020). Pengendalian Persediaan Produk Oli dengan Menggunakan Metode Persediaan Deterministik Dinamis pada Perusahaan Distributor Pelumas. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen Industri dan Rantai Pasok*, 185-192
- Husain, B. A., Novendri, I., Sunarsi, D., & Sutrisno, S. (2022). Analisis Gaya Kepemimpinan dalam Meningkatkan Efektivitas Kinerja Karyawan pada PT. Nusalima Kelola Sarana Tangerang Selatan. *JHIP – Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(1), 374–379.
- Indira, D., Effendi, I., & Amelia, W. R. (2021). Peranan Harga dan Digital Marketing pada Penjualan Barang di Butik D’Scarpa Shop Medan Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBI)*, 2(1), 22–26.
- Komara, B., & Ade, S. (2016). Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Dengan Metode Full Costing sebagai Dasar Penetapan Harga Jual pada CV Salwa Maubel. *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi*, 5(9), 187–198.
- Kristanti, I. N. (2013). Analisis Penetapan Harga Jual dengan Metode Cost Plus dan Metode Tingkat Pengembalian atas Modal yang Digunakan Pada Toko Mebel Lestari Pejagoan. *Jurnal Fokus Bisnis*, 12(1), 83–99.
- Maesaroh, S. S. (2020). Upaya Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro, Kecil, dan

- Menengah (UMKM) Kota Tasikmalaya melalui Pemanfaatan System Informasi Geografis (SIG). *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 11(1), 61–73.
- Manafe, L. A. (2022). Penetapan Harga Jual Produk terhadap Volume Penjualan pada CV Vulkanindo Mitra Abadi. *Business and Entrepreneurship Journal (BEJ)*, 3(1), 56–66.
- Nasiyra, N., & Fathimah, V. (2022). Pengaruh Biaya Produksi dan Harga Jual terhadap Pendapatan pada UMKM Kolam Pancing Bado Tanjung Morawa. *Civitas: Jurnal Studi Manajemen*, 4(2), 96–103.
- Nia, K. A. T. (2022). Pengaruh Efisiensi Biaya Bahan Baku dan Biaya Tenaga Kerja terhadap Volume Produksi Pada CV. Jati Jaya Singaraja. *Artha Satya Dharma*, 14(2), 67–72.
- Nizar, M. (2018). Pengaruh Sumber Daya Manusia, Permodalan, dan Pemasaran Terhadap Kinerja Usaha Kecil dan Menengah Sari Apel di Kecamatan Tutur. *Iqtishoduna*, 7(1), 51–69.
- Nurlela, I., Yanti, R. A. E., & Aryansyah, F. (2021). Pengaruh Penetapan Harga Jual terhadap Volume Penjualan. *J-KIP (Jurnal Keguruan dan Ilmu Pendidikan)*, 2(3), 179–194.
- Seran, S. (2016). Pendidikan dan Karakteristik Pelaku UMKM serta Kontribusinya Terhadap Perekonomian Nasional. *Jurnal Pendidikan Bisnis dan Manajemen*, 2(1), 12–26.

