

**ANALISA KEBIJAKAN PENETAPAN HARGA JUAL
SUSU KEDELAI SEBELUM DAN SESUDAH KENAIKKAN
HARGA BAHAN BAKU PADA PERUSAHAAN ASKA
DI KOTA PADANG**

Oleh :

RITA ELFIRA
05114006



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2010**

ANALISA KEBIJAKAN PENETAPAN HARGA JUAL SUSU KEDELAI SEBELUM DAN SESUDAH KENAIKKAN HARGA BAHAN BAKU PADA PERUSAHAAN ASKA DI KOTA PADANG

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan ASKA di Jalan Bandes Parak Jigarang Kelurahan Anduring Padang mulai bulan November sampai Desember 2009 dengan tujuan untuk mengetahui alasan atau pertimbangan pengusaha dalam menetapkan harga jual susu kedelai setelah kenaikan harga bahan baku yang masih sama dengan harga sebelumnya, mengetahui porsi biaya bahan baku kedelai dalam biaya total sebelum dan sesudah kenaikan harga kedelai, dan menganalisis tingkat keuntungan sebelum dan sesudah kenaikan harga bahan baku kedelai. Metode yang digunakan adalah metode studi kasus. Data primer diambil dari perusahaan ASKA. Data sekunder diperoleh dari literatur yang relevan.

Dari hasil penelitian diketahui alasan pimpinan ASKA tidak menaikkan harga jual pada saat terjadi kenaikan harga kedelai karena keuntungan yang diperoleh setelah kenaikan harga jahe pada pertengahan 2007 sudah "ekstra besar *over*", yaitu dari Rp 12.934,25 per kg bahan baku meningkat menjadi Rp 30.732,44 per kg bahan baku. Peningkatan keuntungan ini dapat diperoleh karena pimpinan menaikkan harga jual dari Rp 1.500,00/bungkus menjadi Rp 2.000,00/bungkus. Di samping itu, alasan pimpinan ASKA tidak menaikkan harga jual karena industri sejenis lainnya juga tidak menaikkan harga jual.

Kenaikan harga bahan baku kedelai dari Rp 6.000,00 menjadi Rp 9.000,00 akan menambah porsi biaya bahan baku kedelai dalam biaya total. Porsi biaya bahan baku dalam biaya total pada saat harga bahan baku belum meningkat yaitu pada bulan Februari 2008 adalah 8,64%. Sedangkan porsi biaya bahan baku dalam biaya total pada saat harga kedelai mengalami kenaikan bulan Juli yaitu sebesar 12,15%.

Pada saat harga bahan baku kedelai Rp 6.000,00 pada bulan Februari 2008, pihak perusahaan mendapatkan tingkat keuntungan sebesar Rp 32.191,18 per kg bahan baku, setelah terjadi kenaikan harga kedelai keuntungan menurun menjadi Rp 27.422,24 per kg bahan baku. Walaupun terjadi penurunan keuntungan, tetapi perusahaan masih bisa bertahan, karena penurunannya tidak terlalu besar.

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sesuai dengan amanat GBHN bahwa prioritas pembangunan diletakkan pada pembangunan bidang ekonomi dengan titik berat pada sektor pertanian. Sehingga peranan sektor pertanian dalam pembangunan di Indonesia tidak perlu diragukan lagi. Pertanian dalam arti luas terdiri dari lima subsektor, yaitu subsektor tanaman pangan, perkebunan, peternakan, perikanan, dan kehutanan. Pembangunan pertanian diarahkan untuk meningkatkan produksi guna memenuhi kebutuhan pangan dan kebutuhan industri dalam negeri, meningkatkan ekspor, meningkatkan pendapatan petani, memperluas kesempatan kerja dan mendorong pemerataan kesempatan berusaha (Soekartawi, 2000).

Sasaran pembangunan nasional di bidang industri adalah tercapainya peningkatan pertumbuhan industri yang cukup tinggi, baik dalam nilai tambah, kesempatan kerja, maupun ekspor, sehingga sektor industri semakin efektif sebagai penggerak pembangunan ekonomi yang didukung oleh peningkatan kemampuan teknologi dan pemanfaatan sumber daya yang optimal, serta meningkatnya peran masyarakat secara produktif dan meluasnya lokasi industri ke daerah-daerah dalam pengembangan industri kecil dan menengah (Soekartawi, 2000). Strategi pembangunan pertanian yang berwawasan agribisnis dan agroindustri pada dasarnya menunjukkan arah bahwa pengembangan agribisnis merupakan suatu upaya untuk mencapai beberapa tujuan yaitu : menarik dan mendorong munculnya industri baru di sektor pertanian, menciptakan struktur perekonomian yang tangguh, efisien dan fleksibel.

Perubahan struktur ekonomi tidak bisa dipisahkan dari posisi agroindustri dan agribisnis, karena sektor agribisnis sangat ditentukan oleh kondisi agroindustri masa sekarang dan masa yang akan datang yang pada akhirnya akan mempengaruhi struktur ekonomi secara keseluruhan dari masa mendatang. Untuk itu usaha pertanian harus dikembangkan menjadi usaha agroindustri dimana pertanian sebagai penyedia bahan baku dan industri sebagai pengolah bahan baku tersebut (Soekartawi, 2000).

Agroindustri dapat menjadi salah satu alternatif untuk meningkatkan perekonomian masyarakat dan mengurangi pengangguran di Indonesia, dan memperbaiki pembagian pendapatan. Agroindustri merupakan industri yang mengolah bahan baku hasil pertanian menjadi barang yang mempunyai nilai tambah yang dapat di konsumsi oleh masyarakat. Berbeda dengan industri lain, agroindustri tidak harus mengimpor sebagian besar bahan bakunya dari luar negeri melainkan telah tersedia banyak di dalam negeri. Dengan mengembangkan agroindustri secara tidak langsung dapat membantu meningkatkan perekonomian para petani sebagai penyedia bahan baku untuk industri (Soekartawi, 2000).

Menurut Kotler (1996), setiap perusahaan atau industri mempunyai tujuan yaitu memperoleh keuntungan dan meningkatkan volume penjualan. Untuk mencapai tujuan tersebut wajar apabila setiap perusahaan melakukan berbagai usaha dan strategi serta kebijakan mencapai tujuan usahanya.

Pengembangan industri kecil banyak mempunyai kelebihan dibandingkan dengan perusahaan besar, seperti biaya organisasi yang rendah, kebebasan bergerak dan rendahnya biaya investasi. Kelemahan industri kecil adalah masih belum mampu melaksanakan perencanaan yang baik, mengakibatkan produk kurang mampu bersaing, harga pokok produk tinggi akibat biaya produksinya lebih tinggi, belum memikirkan cara-cara penyaluran produk dan pemilihan saluran distribusi produk lebih menguntungkan, kekurangan modal untuk membiayai usaha yang menyebabkan tidak mampu merebut peluang pasar (Said dan Intan, 2001).

Menurut Rewoldt (1991), bahwa harga merupakan alat persaingan dan dipercaya oleh konsumen sebagai parameter kualitas suatu produk yang akan dibeli. Untuk menentukan harga berbagai pertanyaan harus dijawab mulai dari penentuan harga suatu produk baru sampai penentuan kembali harga produk lama. Strategi penetapan harga jual harus tepat agar konsumen tidak beralih ke produk pesaing dan dapat memberikan laba yang diinginkan oleh pengusaha tersebut. Apabila pengusaha menetapkan harga jual yang tepat bagi produk yang dihasilkannya akan meningkatkan volume penjualan.

Satu-satunya faktor yang memiliki kepastian yang relatif tinggi yang berpengaruh dalam penentuan harga jual adalah biaya. Biaya memberikan

informasi batas bahwa suatu harga jual harus ditentukan. Di bawah biaya penuh produk atau jasa, harga jual akan mengakibatkan kerugian bagi perusahaan. Kerugian yang timbul akibat harga jual di bawah daya produk atau jasa, dalam jangka waktu tertentu mengakibatkan perusahaan akan berhenti sebagai going concern, atau akan mengganggu pertumbuhan perusahaan. Dengan demikian manajer penentu harga jual senantiasa memerlukan informasi biaya produk atau jasa dalam pengambilan keputusan penentuan harga jual, meskipun biaya tidak menentukan harga jual dan bukan satu-satunya faktor yang harus dipertimbangkan dalam penentuan harga jual (Mulyadi, 1997).

Perusahaan hendaknya menetapkan harga yang tepat untuk suatu produk di mana harga tersebut memberikan keuntungan yang paling baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Keputusan dalam menetapkan harga harus dipertimbangkan dengan sungguh-sungguh, karena dari penetapan harga tersebut konsumen memutuskan membeli atau tidak suatu barang.

Tingkat harga yang ditetapkan mempengaruhi kuantitas yang terjual. Selain itu secara tidak langsung harga juga mempengaruhi biaya, karena kuantitas yang terjual berpengaruh pada biaya yang ditimbulkan dalam kegiatannya dengan efisiensi produksi. Oleh karena penetapan harga mempengaruhi pendapatan total dan biaya total, maka keputusan dan strategi penetapan harga memegang peranan penting dalam perusahaan (Tjiptono, 1997).

Kenaikan harga bahan baku terutama usaha di sektor pertanian membuat produsen kesulitan untuk mempertimbangkan harga jual produknya yang sesuai. Untuk mengatasi masalah kenaikan biaya produksinya dan juga mempertimbangkan daya beli konsumen dan pesaing yang ada, produsen harus memiliki strategi yang tepat dalam penetapan harga jual agar tidak terjadi penurunan volume penjualan dan keuntungan serta menghindari kerugian (Rewoldt, 1991).

Kedelai merupakan tanaman pangan yang memiliki banyak manfaat. Kedelai dipandang sebagai sumber protein nabati yang besar artinya untuk kesehatan dan perkembangan tubuh manusia. Bahkan dalam tatanan perdagangan pasar Internasional, kedelai merupakan komoditas ekspor berupa minyak nabati, pakan ternak dan lain-lainnya (Aak, 1998).

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan dari penelitian tentang “ Analisa Kebijakan Penetapan Harga Jual Susu Kedelai Sebelum dan Sesudah Kenaikkan Harga Bahan Baku Pada Perusahaan ASKA Kota Padang”, maka dapat kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian diperoleh alasan pimpinan tidak menaikkan harga jual pada saat terjadi kenaikan harga kedelai yaitu karena keuntungan diperoleh pimpinan setelah kenaikan harga jahe pada pertengahan 2007 sudah “*over* atau ekstra besar”, yaitu dari Rp 12.934,25 per kg bahan baku dengan harga jual Rp 1.500,00/bungkus, meningkat menjadi Rp 30.732,44 per kg bahan baku dengan harga jual Rp 2.000,00/bungkus. Alasan lain pimpinan ASKA tidak menaikkan harga jual karena pesaing sejenis juga tidak menaikkan harga jual.
2. Pengaruh kenaikan harga bahan baku kedelai terhadap biaya total adalah, meningkatnya porsi biaya bahan baku dalam biaya total. Porsi biaya bahan baku dalam biaya total pada saat harga bahan baku belum meningkat yaitu pada bulan Februari 2008 adalah 8,64%. Sedangkan porsi biaya bahan baku dalam biaya total pada saat harga kedelai mengalami kenaikan bulan Juli yaitu sebesar 12,15%.
3. Tingkat keuntungan per kg bahan baku yang diperoleh perusahaan ASKA sebelum dan sesudah terjadi kenaikan harga kedelai, dengan harga jual yang tetap sama Rp 2.000,00/bungkus yaitu bulan Februari 2008 (sebelum kenaikan harga bahan baku) adalah sebesar Rp 32.191,18, sedangkan bulan Juli 2008 (setelah terjadi kenaikan harga bahan baku) tingkat keuntungan menurun menjadi sebesar Rp 27.422,24.

5.2 Saran

Dari penelitian yang dilakukan disarankan agar pengusaha dapat menggunakan formulasi pengaruh kenaikan apabila terjadi kenaikan biaya bahan baku ataupun biaya-biaya produksi untuk menetapkan harga jual yang tepat,

DAFTAR PUSTAKA

- Aak. 1998. *Kedelai*. Kanisius. Yogyakarta.
- Adisarwanto, T. 2002. *Meningkatkan Hasil Panen Kedelai Di Lahan Sawah, Kering, Dan Pasang Surut*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Alwi, Syafrudin. 1993. *Alat-alat Analisa Pembelanjaan*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Assauri, Sofyan. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Aulyany. 2005. *Analisis Sistem Perencanaan dan Pengendalian Persediaan Bahan Baku Kedelai Pada Industri Suwardi*. [Skripsi]. Padang. Fakultas Pertanian Universitas Andalas.
- Bustami, Bastiar ; Nurlela, Bernadine ; Amelia ; Idroes, Ferry. N. 2007. *Mari Membangun Usaha Mandiri*. Pedoman Praktis Bagi UKM. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Cahyadi, Wisnu. 2007. *Kedelai Khasiat dan Teknologi*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Dinas Pertanian Peternakan Dan Kehutanan Kota Padang. 2007. *Statistik Dinas Pertanian Peternakan Dan Kehutanan Kota Padang*. Padang.
- Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura Sumatera Barat. 2007. *Perkembangan Data Statistik Tanaman Pangan dan Hortikultura Sumatera Barat Tahun 2007*. Padang.
- Downey.W.David dan Erickson.P.Steven. 1992. *Manajemen Agribisnis*. Erlangga. Jakarta.
- Harahap,Syofyan S. 2002. *Teori Akuntansi : Laporan Keuangan*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Ismail, I.G dan Efendi S. 1985. *Pertanaman Kedelai pada Lahan Kering*. Badan Penelitian dan Penembangan Tanaman Pangan. Bogor.
- Kadarsan, Halimah W. 1995. *Keuangan Pertanian dan Pembiayaan Perusahaan Agribisnis*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Kadir, N.T. 2008. *Instrumen Kebijakan Pemerintah Menghadapi Gejolak Kenaikan Harga Kedelai*. Badan Ketahanan Pangan Propinsi Jawa Timur.
- Kotler, Phillip. 1992. *Manajemen Pemasaran, Analisis, Peetncanaan, dan Pengendalian*. Jilid dua. Erlangga. Jakarta.